



PLAN BINNENSTAD, OP WEG NAAR EEN TOEKOMSTBESTENDIG CENTRUM

De historische binnenstad van Venlo heeft van oudsher een grote aantrekkingskracht en trekt jaarlijks miljoenen bezoekers. Conform de landelijke trend laat echter ook het Venlose centrum een toegenomen winkelleegstand zien. Hoe Venlo als stad goed op die tendens kan inspelen en de leegstand kan beperken is onderwerp van onderzoek geweest (door adviesbureau DTNP) en heeft geresulteerd in het Plan binnenstad Venlo 2030. Dit document is daar een ingekorte weergave van.

Unieke samenwerking

Bijzonder onderdeel van dat plan is het feit dat de gemeente Venlo, centrumondernemers (Venlostad.com) en vastgoedeigenaren (VVEV) de handen ineen hebben geslagen om goed in te kunnen spelen op het veranderende consumentengedrag. Deze unieke samenwerking moet ertoe leiden dat de Venlose binnenstad aantrekkelijk is en blijft. Door er meer dan een koopcentrum van te maken, maar tevens een aangename ontmoetings- en verblijfsplek. Om in 2030 tot een aantrekkelijkere binnenstad te komen hebben de partners in deze samenwerking zich zes opgaven tot doel gesteld:

- Inzetten op de economische kracht van beleving: van 'place to buy' naar 'place to be';
- Terugdringen vierkante meters detailhandel;
- Opmars van eenzijdig en voordelig winkelaanbod doorbreken en onderscheidend en uniek aanbod (voor midden- en hogere inkomens) stimuleren;
- Binden van de regiobewoners;
- Grip krijgen op de ontwikkeling van horeca, voor een goede balans tussen wonen en leven in de binnenstad;
- Verzilveren potentie kennis economie.

Wie winkelt er in Venlo?

Het is een bekend gegeven dat Venlo – al decennialang – veel Duitse winkeltoeristen trekt. Zij zijn goed voor bijna driekwart van de dagelijkse, en voor bijna de helft van de niet-dagelijkse bestedingen in het centrum van Venlo – dat is flink hoger dan in vergelijkbare steden. De aantrekkingskracht op bewoners uit de omliggende Limburgse gemeenten is echter veel minder sterk. Ooit bepaalde het winkelaanbod de kracht van de Venlose binnenstad, maar dat is in de loop der jaren afgenomen. De bezoeker wil meer veelzijdigheid.

De gemeente Venlo, de VVEV en Venlostad.com hebben besloten de binnenstad de komende jaren te transformeren van winkelstad naar stad met een gevarieerd centrumprogramma. Het winkelen blijft belangrijk, maar wel in een compacter gebied waarbij in de periferie winkels worden vervangen door woningen. De aantrekkelijkheid van het winkelgebied zal worden vergroot door het aantrekken van winkels en formules in het midden- en hoger segment.





De uitstraling van de openbare ruimte krijgt eveneens een kwaliteitsimpuls. Venlo kan daarbij volop profiteren van haar sterke, onderscheidende kenmerken zoals de rijke historie, strategische ligging in de Euregio, bourgondische traditie ('Stad van de smaak'), toeristische potentie én de sterke lokale cultuur.

De binnenstad als visitekaartje van Venlo

De kwaliteitsverbetering die de centrumpartners tot 2030 voor ogen hebben, is gericht op diverse doelgroepen – de shoppende Venlonaar zelf, de regiobezoeker, de toeristische gast en de inwoners van die binnenstad. De binnenstad geldt zo als visitekaartje voor het merk Venlo: een aantrekkelijke binnenstad maakt het merk Venlo aantrekkelijk.

Via vier verhaallijnen naar een veelzijdig centrum

Op basis van bestaande kwaliteiten en de kansen en bedreigingen voor de toekomst zijn vier thema's samengesteld die het verhaal van de binnenstad vertellen. Deze vier thema's overlappen en versterken elkaar; het één sluit het ander niet uit, maar vult het juist aan:

- De EU-regionale handelsstad: waarin de rijke historie van de handelsstad Venlo voortleeft. Zowel bezoekers uit het Duitse als het Nederlandse achterland komen hier graag;
- De stad als podium: de binnenstad is een plek van zien en gezien worden. Of je nu komt voor kunst en cultuur of om de bourgondische sfeer te proeven, dit is het visitekaartje van de Venlose binnenstad;
- Gruuëts Venlo: wanneer je de Venlonaar vraagt waar je moet zijn in het centrum, zal hij of zij je op een van deze bijzondere plekken wijzen;
- De slimme stad: in de binnenstad wordt de potentie van de kenniseconomie verzilverd met onder meer nieuwe bedrijvigheid, studentenhuysvesting en hoger onderwijs.

De uitvoering

Om de binnenstadsopgaven aan te pakken, hebben de centrumpartijen (gemeente, ondernemers en vastgoedeigenaren) samen een lijst van acties en maatregelen opgesteld. Dit 'Plan Binnenstad 2030' is opgebouwd uit vijf speerpunten:

- Bij nieuwe ontwikkelingen staat het binnenstadbelang voorop. Er wordt volop ingezet op een groot en veelzijdig voorzieningenniveau. Dit biedt tegelijkertijd kansen voor het realiseren van duurzaamheidsdoelen, het aanpakken van de woningbouwopgave en voor het aanbrengen van een nieuwe, aantrekkelijke mix van functies. Dat vraagt in bepaalde delen van de binnenstad om een transformatie. Een eerste onderzoek naar de ambities zoals vastgelegd in het Plan binnenstad Venlo 2030 zal gericht zijn op het Vleesplein en omgeving.
- De uitstraling van de openbare ruimte verbeteren. Denk dan aan (meer) groen (in plaats van stenen), bankjes, speelobjecten of kunst, maar tevens aan de aanleg van geveltuintjes en het opknappen of terugbrengen van historische gevels.
- In het verlengde van dat laatste behoort ook het zichtbaar en beleefbaar maken van de Venlose historie tot het uitvoeringsplan. Venlo heeft met de vele historische gebouwen en verhalen over de rijke geschiedenis (erf)goud in handen, dat nog meer dan nu kan worden ingezet om bezoekers te verleiden en te verrassen.
- Zorg dat de basisfaciliteiten op orde zijn en blijven. Dat betekent niet alleen een schone, veilige en aantrekkelijke binnenstad, maar tevens het onder de aandacht brengen van Venlo als slimme kennisstad. Maak verder duidelijk dat Venlo een toegankelijke, goed bereikbare stad is die dat ook in de toekomst zal zijn, onder meer dankzij het toepassen van nieuwe, slimme ideeën.
- Continueer en stimuleer de samenwerking tussen de centrumpartijen. Dat is belangrijk voor een succesvolle binnenstad aanpak. De drie partijen – gemeente, ondernemers en vastgoedondernemers – dienen daarbij hun achterban goed te informeren en mee te nemen in die aanpak. En regelmatig te overleggen met andere belanghebbenden zoals binnenstadbewoners. De intentie is om daarvoor een 'verbindingsofficier' aan te stellen. Ook brede citymarketing en doelgroepgerichte campagnes moeten helpen om Venlo nog nadrukkelijker op de kaart te zetten en te houden. De veelzijdigheid van de authentieke Venlose binnenstad kan niet vaak genoeg worden belicht.

