

“Naar een sfeervol, levendig
en vitaal dorpshart”



Centrumvisie Someren - Eindversie

kragten

SEINPOST
ADVIESBUREAU

Inhoud

Voorwoord	3	Hoofdstuk 4. De visie	29
Hoofdstuk 1. Inleiding en visie op de opgave	4	4.1 Inleiding	30
Hoofdstuk 2. Naar een toekomstbestendig centrum	8	4.2 Visie op het centrum	31
2.1 Onze visie op dorpscentra	9	4.3. Uitbouwen van de samenwerking	42
2.2 Focus op Someren: zorgen...	11	4.4 Financiën	44
2.3 Someren 'op rapport'	13	Hoofdstuk 5. Uitvoeringsprogramma	46
2.4 ...maar ook kansen!	15	5.1 Inleiding uitvoeringsprogramma	47
2.5 Kaders vanuit beleid	17	5.2 Uitvoeringslijn 1	49
Hoofdstuk 3. Ambities als basis voor de visie	20	5.3 Uitvoeringslijn 2	50
3.1 Inleiding	21	5.4 Uitvoeringslijn 3	52
3.2 Schoon, heel en veilig (laag 1)	22	5.5 Uitvoeringslijn 4	53
3.3 Place to buy (laag 2)	23	5.6 Uitvoeringslijn 5	54
3.4 Place to meet (laag 3)	25	5.7 Uitvoeringslijn 6	55
3.5 Place to be (laag 4)	27	5.8 Uitvoeringslijn 7	56
		5.9 Uitvoeringslijn 8	57

Voorwoord

Een sfeervol, levendig, vitaal dorpshart waar wat te beleven is! Zo is het doel voor het centrum van Someren geformuleerd in het Coalitie Programma Someren 2018-2022. Niet voor niets, want de aantrekkelijkheid van ons centrum staat onder druk. Er is leegstand, er zijn onveilige verkeerssituaties en er is te weinig sfeer. De eigen inwoners geven ons centrum een onvoldoende. Ons centrum moet daarom inspelen op het veranderende koop- en bezoekgedrag van inwoner en toerist: een centrum waar heel véél te beleven is! Zeker door Covid-19 is de noodzaak voor verandering nog groter geworden.

Deze visie op ons centrum is het resultaat van een samenwerking tussen pandeigenaren, detaillisten, horeca, klanten, jongeren, inwoners, verenigingen en gemeente. Gezamenlijk hebben we invulling gegeven aan het plan voor de herontwikkeling van het centrum. Op voorhand waren er met betrekking tot de visie geen beperkingen: niets stond vast en daarmee werd volop ruimte geboden aan nieuwe ideeën en ontwikkelingen.

De integrale beleidsvisie biedt ruimte om te ondernemen, ruimte voor initiatieven gericht op beleving én een gezonde leefomgeving (wonen, recreëren en toerisme) waar de huidige en ook volgende generaties plezier van hebben. Een levendige en leefbare dorpskern maken we met elkaar. Met initiatieven van bewoners, ondernemers en vastgoedeigenaren komt ons centrum pas echt tot leven.

Someren, februari 2021



01

Inleiding en visie
op de opgave



Inleidende woorden

U heeft ons gevraagd een voorstel te doen voor het opstellen van een integrale visie op de centrumontwikkeling van de kern Someren, met een bijbehorende uitvoeringsstrategie. Het hoofddoel is het centrum van Someren te ontwikkelen tot een sfeervol en vitaal dorpshart waar voldoende te beleven is. Met een bijpassende mix van winkels, horecabedrijven, ambacht, andere vormen van bedrijvigheid, warenmarkt en evenementen. Voor inwoners, toeristen en andere bezoekers.

Het proces daarnaartoe is van belang om betrokkenen als partners te verbinden aan deze gezamenlijke ambitie. En vervolgens zorg te dragen voor de realisatie daarvan. Het proces biedt daarnaast mogelijkheden om initiatieven van vastgoedeigenaren en ondernemers te beoordelen en te begeleiden.

Het opstellen van een centrumvisie is een wens uit het coalitieprogramma 2018-2022. In onze benadering is de visie het resultaat van een proces waarin betrokkenen niet alleen zijn meegenomen, maar waarin zij zich ook verbinden aan de ambitie en de acties die nodig zijn om daar te komen. Hier hoort ook een uitwerking bij van de organisatievorm die het beste de samenwerking borgt: wij kozen voor nauwe samenwerking met een breed samengestelde kopgroep. In het uitvoeringsprogramma hebben we ook aandacht voor de investeringen en de bijdragen van betrokken partijen. Onze aanpak zorgt voor een eerste stap in het gezamenlijk versterken van het centrum en een koers voor de langere termijn.

Sfeer, levendigheid en vitaliteit staan centraal

Bovenstaande begrippen staan centraal in deze centrumvisie. Zij zijn bepalend zijn voor de tevredenheid van bewoners nu en in de toekomst over hun woonomgeving. Voorzieningen zijn van groot belang als het gaat om de levendigheid en vitaliteit van een dorp. Deze zijn voor een groot deel te vinden in het centrum: dit geldt ook voor Someren. Winkels, horeca, de warenmarkt en andere voorzieningen en dienstverleners als kappers, schoonheidssalons, de bibliotheek, het theater (cultuur), een huisarts, apotheek en fysiotherapeut (zorg) en ontmoetingsruimten zorgen, in combinatie met evenementen, voor levendigheid en sfeer voor inwoners, bezoekers en recreanten vanuit de regio en verder weg.

Verleiding nodig om consumenten naar het centrum te trekken

Winkels spelen een grote rol in de sfeer, levendigheid en vitaliteit van het centrum. Diverse ontwikkelingen maken dat het winkellandschap niet alleen snel, maar ook structureel verandert. Wezenlijk is dat winkelbezoek geen noodzaak meer is, sinds de opkomst van e-commerce is het een keuze geworden. Ook ons centrum moet de consument meer dan ooit tevoren 'verleiden' tot bezoek.

De (structurele) leegstand maakt duidelijk dat we hier nog flinke stappen moeten zetten. De toekomstbestendigheid van ons centrum vraagt om acties waarbij recht wordt gedaan aan veranderende consumentenbehoefte enerzijds, het karakter en de identiteit van Someren anderzijds. Door de Covid-19 maatregelen is de noodzaak voor actie nog groter geworden.

De centrumvisie geeft richting aan hoe de consument te verleiden tot een bezoek aan het centrum. Dit betekent sterker inzetten op de verblijfsfunctie van het centrum, waarbij we de koopfunctie uiteraard niet uit het oog verliezen. Om dit te bereiken, kunnen sommige zaken al direct opgepakt worden, andere fungeren als 'stip op de horizon' waar de komende jaren stapsgewijs naartoe gewerkt kan worden.

Streven is een compact centrum

Veel winkelgebieden zitten anno 2020 te ruim in hun jasje: de winkels die zich vroeger vestigden in dorpscentra, hebben inmiddels grotere verzorgingsgebieden nodig en vertrekken uit dorpscentra. Er ontstaat steeds meer leegstand die zich lastig laat herinvullen. Dit geldt ook voor Someren. Een oplossing is om winkels die in aanloop-straten dan wel (net) buiten het centrum zijn gelegen, zoveel mogelijk te laten verplaatsen naar (leegstaande panden in) het centrum. De achterblijvende panden/locaties kunnen worden getransformeerd naar bijvoorbeeld woningen. Voor eigenaren betekent dat veel meer zekerheid, aangezien de vraag naar woningen groter is dan die naar winkelpanden. De leegstand wordt zo op elegante wijze weggewerkt en een centrumgebied wordt daarmee compacter en aantrekkelijker.

Visie is het resultaat van co-creatie

Deze visie is het resultaat van diverse sessies en gesprekken met belanghebbenden over de identiteit, ambities, doelstellingen en acties van en voor het centrum. De contactmomenten bestonden onder meer uit gesprekken met ondernemers, vastgoed-eigenaren, belangenorganisaties, jongeren en vertegenwoordigers van de gemeente, een drietal dorpsconferenties, schouws, een bewonersonderzoek en desk research. Uiteraard hebben we niet alle ondernemers in alle deelgebieden kunnen spreken. Wel hebben alle ondernemers kans gehad om hun input te leveren, zoals tijdens de algemeen toegankelijke dorpsconferenties.

Gedurende het gehele proces is samengewerkt met een kopgroep. Deze bestond uit een afvaardiging van ondernemers, inwoners en ambtenaren. In verschillende bijeenkomsten werden de onderzoeksresultaten, schetsen en ook deze visie voorgelegd aan de leden van de kopgroep met als doel deze verder aan te verrijken en aan te scherpen. Daarnaast fungeerden de leden van de kopgroep als aanspreekpunt voor hun achterban. Op deze wijze hebben we toegewerkt naar een gedragen visie waar een breed palet aan actoren bij betrokken is geweest. Daarmee is de visie het resultaat geworden van co-creatie.

Lange versus korte termijn

Werken aan een centrumgebied betekent werken op verschillende snelheden. Wanneer het gaat om verplaatsen van winkels, herontwikkeling en compactisering, dan zijn per definitie veel partijen betrokken en dergelijke ingrepen kunnen jaren duren.

Wanneer het gaat om het actief promoten en aantrekkelijk houden van het centrumgebied, dan is het vooral van belang dat ondernemers dit oppakken en met elkaar samenwerken. Een bedrijven investeringszone (BIZ) is een prima instrument om gezamenlijk te werken aan een attractief centrum waar het aangenaam verblijven is en regelmatig 'wat gebeurt'.

Ambities, visie, uitvoeringsprogramma en bijlagenrapport

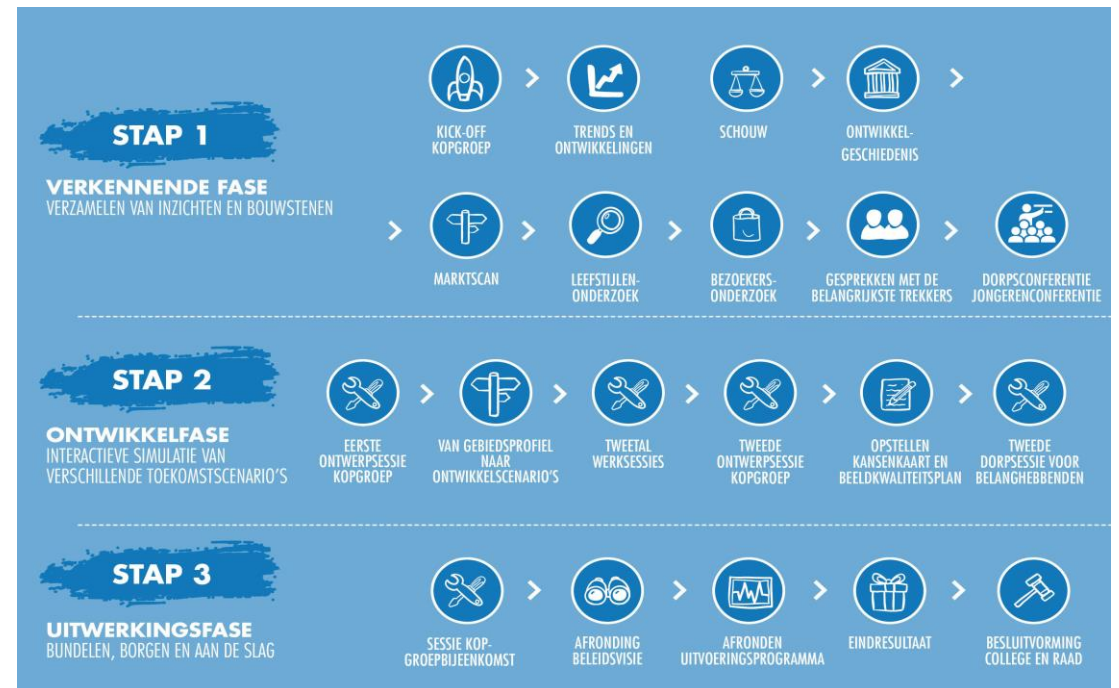
Deze visie geeft het ontwikkelingsperspectief voor het centrum weer. In dit perspectief worden eerst de kaders, zowel markttechnisch als beleidsmatig, nader toegelicht. Vervolgens staan de volgende vragen centraal:

- Welke ambities hebben wij voor het centrum van Someren?
- Wat is onze visie voor het centrum van Someren?
- En wat is nodig om deze visie waar te maken?

Deze vragen zijn uitgewerkt in hoofdstuk 3. In een uitvoeringsprogramma worden deze ambities vervolgens vertaald naar een aantal concrete acties en maatregelen waarmee we het centrum willen versterken (hoofdstuk 4). De bouwstenen voor de visie zijn opgenomen in een bijlagenrapport.

De weg naar de visie

In het najaar van 2019 is de aftrap gegeven voor het opstellen van de centrumvisie. Ruim een jaar later is het traject afgerond. Het traject bestond uit verschillende fases en bijbehorende acties. Onderstaande afbeelding geeft hiervan een overzicht.



02

Naar een
toekomstbestendig
centrum

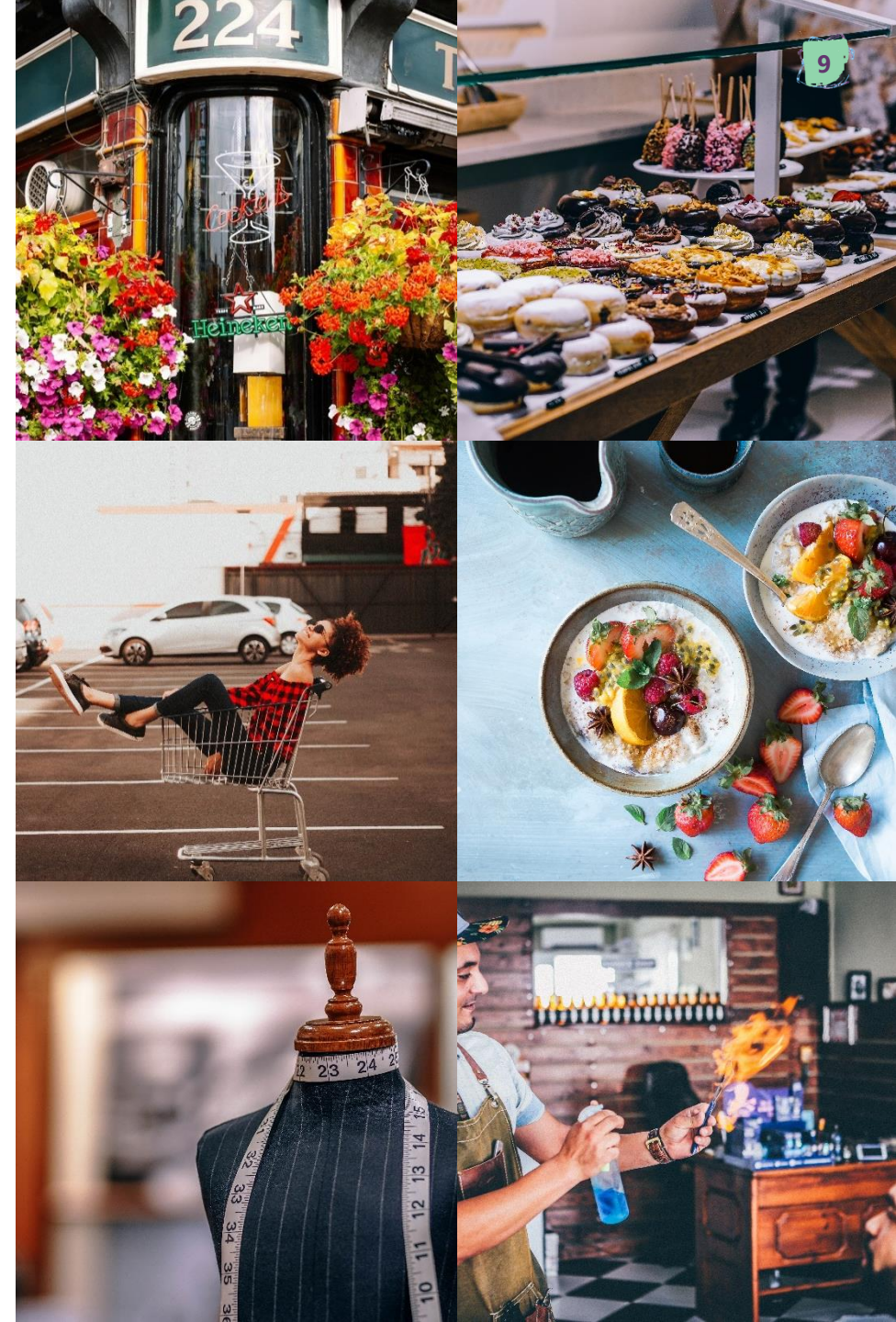


2.1 Onze visie op dorpscentra

Dorpscentra veranderen van functie...

Door de opkomst van webwinkels moeten consumenten voor de aankoop van producten niet langer naar de winkel, maar is winkelbezoek een keuze: zij kunnen veel producten net zo gemakkelijk online bestellen en laten bezorgen. Deze nieuwe realiteit heeft geleid tot structurele en omvangrijke dalingen van bezoekersaantallen. De consument is kritisch bij de keuze van een winkelgebied en verwacht ruime keuze, kwaliteit en beleving. De consument kiest, afhankelijk van het motief en moment, voor een bezoek aan een gebied wat hem het meeste te bieden heeft. Voor de dagelijkse boodschappen speelt nabijheid een doorslaggevende rol. Het eigen dorpscentrum wordt frequent bezocht. Bij het kijken, vergelijken, ofwel bij het winkelen gaat het om de keuzemogelijkheden en de horeca.

In antwoord op deze ontwikkeling gaan winkels en winkelgebieden steeds meer online en offline (merk)beleving bieden. De winkel wordt een plek waar consumenten de producten kunnen zien, voelen, testen en ervaren. Horeca speelt een steeds belangrijker rol in centra. Zie de gevulde terrassen in de zomer op het Wilhelminaplein. Mensen eten vaker buitenhuis en ontmoeten elkaar hier, al dan niet gekoppeld aan winkelbezoek. Verder vervagen traditionele grenzen tussen detailhandel, horeca, vermaak, dienstverlening en ambacht ('blending'). Er komen allerlei nieuwe concepten op, waar producten zowel worden gemaakt als verkocht, om zo de beleving te bieden om de consument te verleiden en binden. Centra veranderen steeds meer van 'place to buy' naar 'place to be'.



.....en van opzet

Deze functieverandering werkt door in de ruimtelijke opzet van veel dorpscentra. Zij worden compacter en (deel)gebieden die met leegstand kampen, transformeren naar andere functies. (Leegstaande) winkels maken daarbij plaats voor dienstverlening, bedrijvigheid / ambacht en/of woningen. Succesvolle dorpscentra zetten troeven in als parkeergemak en korte loopafstanden om de consument te binden op het moment dat hij de dagelijkse behoeften wil aanschaffen. Deze wil daar niet teveel tijd aan kwijt zijn, gemak staat centraal.

Op het moment dat de consument wat meer tijd heeft om te kijken, vergelijken of om anderen te ontmoeten, dan spelen andere factoren een rol. Dan gaat het om keuze, aangename verblijfsruimte, plekken waar je kunt rondkijken, verblijven en anderen ontmoeten.

Ondernemers spelen hier op in binnen hun eigen zaak, maar ook door in samenwerking het centrum te 'verkopen'. Daartoe zorgen zij in veel centra voor sfeer en beleving via groen, sfeerverlichting en events.

Wanneer verschillende functies slim worden gepositioneerd, waardoor duidelijk herkenbare deelgebieden ontstaan, elk met een eigen accent en functie, ontstaat synergie tussen winkels, horeca, cultuur en evenementen. Daarbij spelen de aanwezigheid van groen en de uitstraling van gebouwen een rol van betekenis.

Het belang van samenwerking

Samenwerking is een belangrijke succesfactor. Tussen ondernemers onderling, maar ook met vastgoedeigenaren en de overheid. Steeds vaker werken partijen daarbij samen vanuit een gedeelde ambitie en gezamenlijke investeringsagenda. In een dorp als Someren kent men elkaar goed, maar laat samenwerking nog te wensen over.



2.2 Focus op Someren: zorgen...

Alternatieven voor de mobiele en kritische consument

Kenmerkend voor het centrum van Someren is allereerst de niet onbedreigde concurrentiepositie; op niet al te grote afstand vinden de inwoners van de gemeente Someren en de toeristen die hier verblijven diverse alternatieven om boodschappen te doen, te winkelen, voor horecabezoek en/of om te recreëren. Denk hierbij aan de centra van Asten, Eindhoven, Helmond en Weert. Zoals reeds aangegeven, heeft ons centrum ook te maken met de sterke opkomst en positie van internet. Door de wereldwijde corona-epidemie krijgt e-commerce ook nog eens een flinke boost. Voor de meeste fysieke winkels wordt komende periode een verdere omzetsdaling verwacht.

Verspreide ligging beperkt synergiemogelijkheden

Een groot deel van de winkels en horecabedrijven is gelegen in het centrum, maar ook daarbuiten is het nodige winkelaanbod. Daarbij doelen we in eerste instantie op het Sonnemansterrein, waar onder meer een Lidl en Jan Linders gevestigd zijn. Deze verspreide ligging zorgt voor een tweepolige winkelstructuur en versnippert de krachten. Vooral supermarkten zijn belangrijke trekkers, die ook vaak combinatie-bezoeken met andere winkels genereren. Daarom streven we naar een concentratie van consumentgerichte functies (zoals winkels en horeca) in ons centrum: ofwel: bundeling van krachten. Zie pagina 14 voor de huidige functioneel-economische indeling van het centrum.

Centrumgebied kampt met structurele winkelleegstand

In vergelijking met naburige gemeenten en landelijke cijfers is de leegstand in Someren hoger dan gemiddeld. De leegstand is het meest omvangrijk in het centrum van Someren. Opvallend zijn de langdurig leegstaande panden in de Postelstraat, maar ook op enkele beeldbepalende locaties bij de entrees van het centrum (zoals de grote unit op hoek Wilhelminaplein/Terhofstadlaan). Naast structurele trends en ontwikkelingen in de detailhandel, zijn ook de langgereetheid en de tweepolige structuur van het centrum (waarbij belangrijke trekkers buiten het centrum liggen) mede een verklaring voor de relatief hoge leegstand.

Beperkt marktpotentieel vraagt om keuzen

De marktscan (opgenomen in de bijlagenrapportage) laat zien dat er onvoldoende marktpotentieel is om alle leegstand te vullen met detailhandel. Gesprekken met retailers en de resultaten van de sessies met de kopgroep en dorpsconferenties bevestigen dit beeld. Als nieuwe winkels niet of onvoldoende komen, dan ligt de oplossing in verplaatsing van buiten het centrum gesitueerde winkels richting het centrum. Dit betekent dat deze leegkomende panden buiten het centrum dienen te transformeren naar een andere invulling. Dit vraagt dat er op die plekken (planologische) ruimte wordt geboden voor niet consumentgerichte activiteiten, zoals andere vormen van bedrijvigheid en wonen.

Inwoners ontevreden over het centrum

Uit het bewonersonderzoek komt unaniem naar voren dat inwoners ontevreden zijn over het centrum. Als gemiddeld rapportcijfers geven ze hun centrum een onvoldoende. Op deelonderwerpen variëren de rapportcijfers enigszins maar uitschieters naar boven zijn er niet. Alleen bereikbaarheid en parkeren scoren een ruime voldoende.

De laagste cijfers worden gegeven voor sfeer en gezelligheid en de uitstraling van de panden. De matige beoordeling zou een verklaring kunnen zijn voor de lage koopkrachtbinding van de inwoners van Someren op hun eigen centrum. De afvloeiing naar andere centra voor het doen van dagelijkse boodschappen is relatief hoog (MRE Koopstromenonderzoek 2017).

Ook de rapportcijfers die Seinpost samen met de kopgroep heeft bepaald in de eerste bijeenkomst, waren overwegend onvoldoende. Op de volgende pagina staan de belangrijkste cijfers samengevat. In de bijlage staat een verdere uitwerking van het inwonersonderzoek.



2.3 Someren 'op rapport'

Scores inrichting centrum Someren t.o.v. het ideaalbeeld (Beoordeling Seinpost, confrontatie Someren-centrum met ideaalprofiel dorpscentrum)

ASPECT	SCORE SOMEREN	IDEAAL	SOMEREN
CONCURRENTIEPOSITIE	6-7	LOKAAL EN STREEK	VOORAL LOKAAL, WEL TOERISTEN
AANBOD	8	COMPLEET DAGELIJKS AANBOD	COMPLEET DAGELIJKS AANBOD
LEEGSTAND	4	CA. 5-6%	CA. 15%
STRUCTUUR	4-5	HALTERMODEL MET TREKKERS OP KOPPEN	GEEN KRACHTIGE WINKELSTRAAT, TREKKERS DEELS BUITEN HALTER
ONTMOETING/VERBLIJF	6	SFEERVOL CENTRAAL PLEIN MET HORECA	WILHELMINAPLEIN, MAAR WEINIG SFEER
LOOPAFSTANDEN	4	MAXIMAAL 250-300 METER	500-600 METER
IDENTITEIT	4	IN HET CENTRUM KOMT DE IDENTITEIT VAN HET DORP DUIDELIJK TOT UITING	HELDERE IDENTITEIT SOMEREN ONTBREEKT
VERNIEUWING	5	VERNIEUWENDE CONCEPTEN VULLEN LEEGSTAND	WEINIG DYNAMIEK EN VERNIEUWING

Scores centrum Someren op basis van inwonersonderzoek (N = 428)

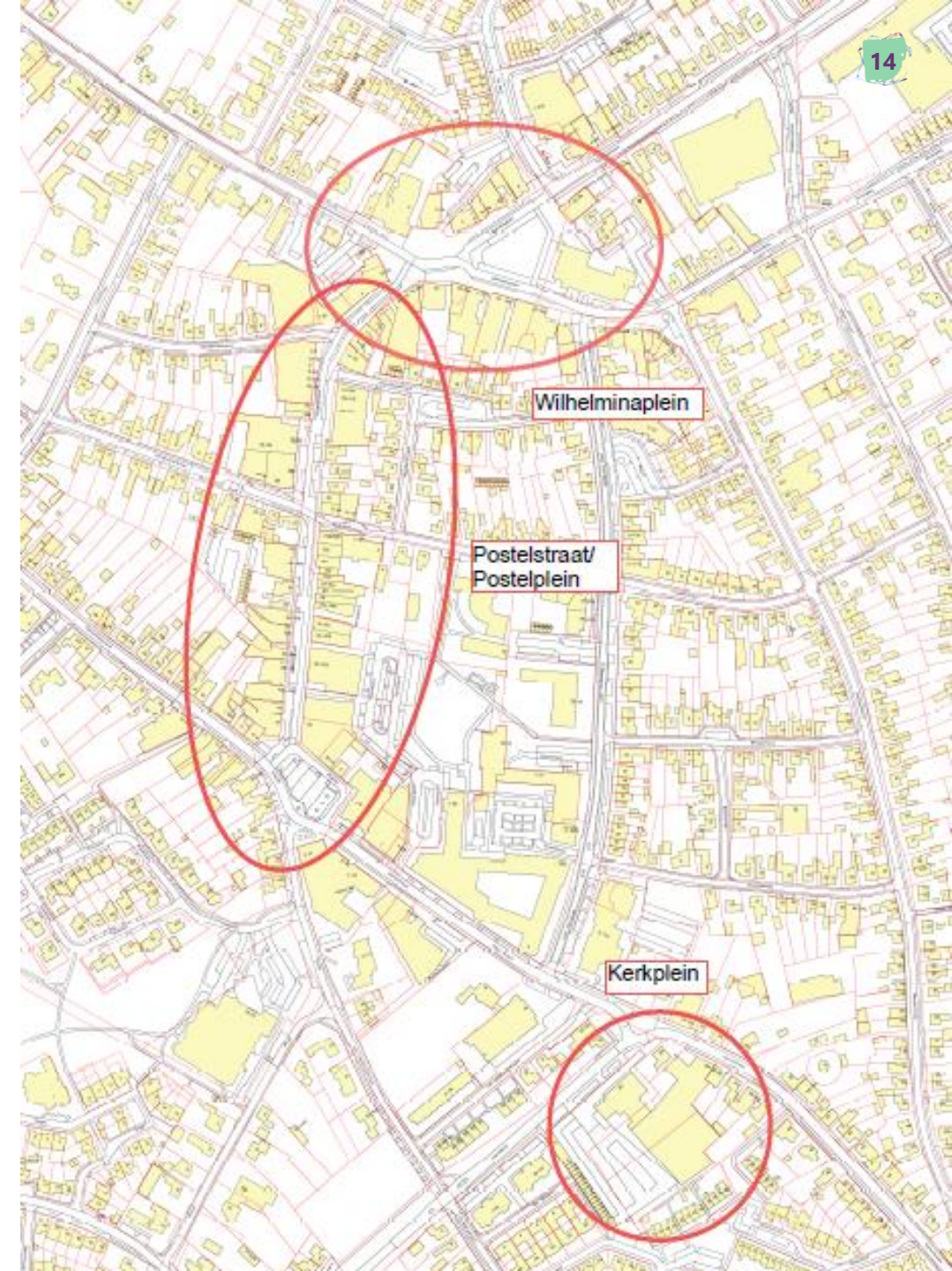
	KEUZE RETAIL	KEUZE HORECA	VERKEERS-VEILIGHEID	NETHEID EN INRICHTING	UITSTRALING PANDEN	SFEER EN GEZELLIGHEID	AANWEZIGHIED GROEN	EVENEMENTEN AANBOD	BEREIKBAARHEID	PARKEREN
TOTAAL	5,8	6,2	5,1	5,4	4,8	4,6	5,0	5,4	6,5	6,3

Het huidige centrum: de functioneel-economische deelgebieden

Het Wilhelminaplein: Dit is het centrale plein van Someren, en gelegen aan de Noordzijde van het centrum. Veel horecazaken zijn gevestigd aan dit plein. Ook vindt de weekmarkt hier plaats, evenals veel andere evenementen zoals de Kennedy-mars en de kermis. Desondanks staan er ook een aantal leegstaande en beeldbepalende panden aan het plein. De horeca en retail worden gescheiden van het plein door een (drukke) verkeersweg. Het plein heeft een stenig karakter, en functioneert in de regel onvoldoende als een verblijfsplein.

Postelstraat/Postelplein: De winkelstraat van Someren, met de trekkers aan de beide uiteinden. De winkelstraat is langgerekt en vooral in het middenstuk heerst de nodige leegstand. Ook wordt er veel gewoond in de Postelstraat, zowel boven als tussen de winkelpanden. De straat functioneert ook als noord-zuid doorgangsroute voor autoverkeer. Er is weinig groen aanwezig in de Postelstraat,

Kerkplein: Beter bekend als het Sonnemansterrein. Dit plein ligt iets buiten het centrum en wordt gekenmerkt door de aanwezigheid van o.a. twee grote supermarkten en veel parkeergelegenheid. Er zijn weinig tot geen verbindingen met het centrum.



2.4 ...maar ook kansen!

Someren heeft perspectief als aantrekkelijke woonkern

Someren maakt onderdeel uit van de Metropoolregio Eindhoven (MRE), een kapitaalkrachtige regio met veel hoogopgeleid personeel, expats en stedelijke voorzieningen. Eindhoven ligt nabij en biedt als vijfde stad van Nederland een zeer compleet en hoogwaardig aanbod aan winkels, diensten, cultuur. Daarnaast zijn steden als Weert en Helmond vlot en goed bereikbaar. Dit draagt bij aan de aantrekkelijkheid van Someren als woongemeente en vraagt tegelijkertijd van het centrum dat dit zich onderscheidend en aantrekkelijk positioneert. Men weegt immers bij de keuze voor een woonplek ook het aanwezige voorzieningenpakket zwaar mee.

Lokale identiteit als basis voor versterking

Om het centrum authentiek en geloofwaardig te positioneren, kan aansluiting gezocht worden bij de lokale identiteit. Er zijn genoeg verhalen en beelden om de identiteit van Someren in het centrumgebied zichtbaar en beleefbaar te maken. Dit sluit aan bij de trend dat consumenten op zoek zijn naar authentieke beleving. Op de volgende pagina zijn, ter inspiratie, een aantal voorbeelden opgesomd.

Someren moet inspelen op de wensen van belangrijke doelgroepen

De prognose is dat tegen 2040 ongeveer een derde van alle inwoners van de gemeente Someren 65 jaar of ouder is (bron: CBS). Daarnaast is vanuit het leefstijlonderzoek bekend dat de verbindings- en rustzoekers dominante groepen in Someren zijn (zie bijlage voor meer informatie over deze leefstijlgroepen). Het gaat hierbij om inwoners en toeristen, ouderen, maar ook jonge gezinnen. Bij het opstellen van de centrumvisie wordt rekening gehouden met de specifieke wensen en behoeften van deze doelgroepen. Denk daarbij aan kleinschaligheid, gezelligheid, ontmoeten en een goede mix van voorzieningen. Ook de communicatie (promotie) moet aansluiten bij de karakteristieken van deze groepen. Hierbij zit de nodige overlap tussen het type aanbodconcepten, evenementen, look & feel die passen bij zowel inwoners als toeristen in Someren.

Levendige centra bestaan uit meer dan winkels en horeca

De aantrekkelijkheid van het centrum van Someren wordt mede bepaald door horeca, cultuur, een warenmarkt en maatschappelijke voorzieningen. Hoewel wat verspreid over het centrum, zijn al deze functies reeds aanwezig in Someren. Ook zien we kansen voor ambacht en dienstverlening of een mix hiervan (blending, zie ook de bijlagenrapportage hierover). In dorpscentra wordt in toenemende mate ook gewoond, zeker in de randgebieden van Someren (zoals de Terhofstadlaan, Spielheuvelstraat, Verdonckstraat, Floreffestraat), kunnen leegstaande panden/locaties worden getransformeerd tot (zorg)woningen en appartementen.

Identiteit Someren



Van Zùmmere en nie baang



Zùmmere



Z als letter (analoog A van Antwerpen)
Eigenwijs, trots, beetje dwars



"Someren als dorp met een ietwat opstandig imago waar zaken net wat anders gaan dan elders. Maar wel altijd met en voor elkaar."



smokkelaars



2.5 Kaders vanuit beleid

Er is al veel beleid

We beginnen bij het opstellen van de centrumvisie niet vanaf 'nul'. Er ligt al het nodige aan (beleids)visies die raakvlak hebben met de huidige en toekomstige ontwikkelingen in het centrum. Deze visies zijn zowel landelijk, regionaal als lokaal. Waar mogelijk zal de centrumvisie op deze bestaande visies aansluiten. Op de volgende pagina's worden de belangrijkste thema's uit relevante beleidsvisies besproken.

Someren is onderdeel van Metropool Regio Eindhoven (MRE)

In het voorjaar van 2019 hebben 21 gemeenten die onderdeel uitmaken van de MRE de ambitie uitgesproken voor vergaande samenwerkingen op een aantal vlakken. De leidraad is daarbij het verbeteren van de leef-, verblijf- en werkomstandigheden van alle inwoners, bezoekers en bedrijven. De samenwerking valt uiteen in vier inhoudelijke opgaven die betrekking hebben op de economie, mobiliteit, energietransitie en transitie van het landelijk gebied. Voor het centrum van Someren zijn al deze opgaven in meer of mindere mate relevant. Denk bijvoorbeeld aan het faciliteren van innovatieve ideeën van nieuwe en bestaande bedrijven in Someren. Of het verbeteren van de mobiliteit van en naar Someren. De ligging tussen Eindhoven en Helmond maakt Someren een aantrekkelijke vestigingsplaats voor zowel bedrijven als forenzen.

Hiervoor moet de basis echter wel op orde zijn, zoals goede en snelle (ook digitale!) verbindingen met de nabijgelegen steden. De energietransitie versterkt het vestigingsklimaat van de MRE in het algemeen en Someren in het bijzonder.

De transitie van het landelijk gebied betekent dat het agrarische karakter van Someren wellicht zal gaan afnemen. Nieuwe functies moeten hiervoor in de plaats komen, zoals wonen en/of recreatie. Recreatie betekent extra perspectief voor het dorpscentrum, aangezien dit meestal gepaard gaat met extra bestedingen. Met in het achterhoofd de groeiende vraag van expats in Eindhoven naar ruimere en betaalbare woningen liggen ook hier kansen voor Someren. Een vitaal en levendig centrum met zoveel mogelijk voorzieningen draagt bij aan deze opgaven.

Perspectief bestemming Nederland 2030

In 2018 heeft het Nederlands Bureau voor Toerisme en Congressen (NBTC) het Holland Marketing Perspectief 2030 gelanceerd, een nieuwe visie op de bestemming Nederland. De verwachting is dat richting 2030 het toerisme in Nederland fors gaat groeien. In dit perspectief wordt een nieuwe, brede aanpak neergezet waarbij het doel is dat alle Nederlanders profiteren van toerisme. Alle Nederlanders, dus zowel bewoners, bezoekers als bedrijven. De groei zal echter niet voor alle regio's hetzelfde zijn. Desondanks liggen hier voor Someren kansen. Vanwege Covid-19 is de vraag naar binnenlandse vakanties sterk toegenomen. Met het aantrekkelijke buitengebied heeft Someren goede papieren om de deze groeiende vraag te faciliteren.

Ook het recent gepubliceerde rapport 'Waardevol Toerisme' (2019) van de Raad voor de Leefomgeving en Infrastructuur (RLI) koerst af op deze perspectiefwisseling waar toerisme als instrument en niet als doel op zich wordt gezien. Dit is een vraag die in deze visie in het achterhoofd moet worden gehouden: op welke manieren kan toerisme bijdragen aan het verlevendigen en vitaliseren van het centrum van Someren?

Perspectief de Peel

In november 2019 is in opdracht van de Peelcoalitie het Perspectief de Peel 2030 gepubliceerd. In deze visie wordt een toekomstbestendige ontwikkeling van de Peel als toeristisch recreatief gebied geschetst. De focus ligt hierbij op het aanjagen van aanbodinnovatie en het organiseren van marketing rondom een vijftal themalijnen. Begin 2021 zijn de markteers gestart. Dit biedt perspectief en aanhakingspunten voor Someren, vooral op het gebied van een bredere positionering binnen de regio en het duidelijker uitdragen van het eigen DNA en identiteit.

Afsprakenkader detailhandel in de Peel (2015)

Voor de centra in de Peel wordt gestreefd naar een naar ruimtelijke concentratie van detailhandel en het voorkomen van gespreide bewinkeling. Zoveel mogelijk winkelaanbod moet dus worden geclusterd in het centrum van de kern. Daarnaast is het streven dat er per saldo geen winkelmeters aan de markt worden toegevoegd. Nieuwe ontwikkelingen worden zoveel mogelijk subregionaal op elkaar afgestemd.

Lokale kaders

Een centrumvisie is bij uitstek een ontwikkeling die raakvlakken heeft met veel beleidsvelden en thema's binnen de gemeente – en deze ook overstijgt. Het ontwikkelen van een vitaal Dorpshart Someren als een onderscheidende winkel- en pleisterplaats voor inwoners en bezoekers, is één van de vier speerpunten van de gemeente (bron: toekomstvisie Someren 2030). Er wordt naar gestreefd om het centrum te herontwikkelen tot een omgeving waar ontmoeten, beleven en genieten centraal staan. De horecaconcentratie aan het Wilhelminaplein biedt mogelijkheden voor ontwikkeling van de verblijfsfunctie in het centrum, voor inwoners en bezoekers. Ditzelfde geldt voor winkel-ondersteunende horeca, de combinatie van retail en horeca, restaurant, bistro's en grandcafés. De andere drie speerpunten van de gemeente Someren zijn: Samen Someren, Greenlab 2030 en aantrekkelijk wonen. Ook deze ambities zijn direct en indirect gerelateerd aan de herontwikkeling van het centrum.

Als het gaat om wonen dan kiest de gemeente voor een strategie voor het realiseren van onderscheidende woonmilieus (bron: Woonvisie Someren 2030). Bij eventuele transformatie naar woningen zijn dit belangrijke uitgangspunten om in het achterhoofd te houden:

- Realisatie van woningbouwplannen die uitvoering-gereed zijn en deze optimaliseren volgens de principes van zelf-doen en circulariteit;
- Opwaardering van de bestaande voorraad uit oogpunt van een duurzaam en bereikbaar aanbod voor uiteenlopende doelgroepen;
- Nieuwe woningbouwplannen zelf actief ontwikkelen en faciliteren waarbij het meebewegen met de behoeften in de kernen het vertrekpunt is. Extra aandacht gaat uit naar jongeren en ouderen. Het tegemoetkomen aan de behoeften van deze doelgroepen is van belang voor een evenwichtige bevolkingssamenstelling en vitale gemeenschappen.

Verder draagt de gemeente actief bij aan het streven van de metropoolregio om als eerste regio van Nederland energieneutraal te zijn. Ook ambieert de gemeente om fietsgebruik blijvend te stimuleren. Hierbij geven ze extra aandacht aan de veiligheid van routes voor de kwetsbare verkeersdeelnemers, zoals e-bikes en scootmobielen (Verkeersbeleidsplan Someren, 2013). Ten slotte heeft de gemeente een sterke ambitie als het gaat om toeristische groei, onder meer door vol in te zetten op bezoekers met de lifestyle 'outdoor, samen gezellig en actief'.

03

Ambities als
basis voor de
visie



3.1 Inleiding

Ambities, visie en uitvoeringslijnen

Het centrum van Someren heeft met verschillende uitdagingen te maken (zie ook de bijlagen voor meer details). Deels zijn deze gemeentegrens-overschrijdend, deels zijn deze centrum-specifiek. Dit hoofdstuk beschrijft de overkoepelende visie en de bijbehorende ambities voor het centrumgebied. Deze visie en ambities voor het centrum van Someren zijn de uitkomst van een participatietraject bestaande uit schouws, (bureau)onderzoeken, gesprekken en sessies met zowel ondernemers, inwoners, ambtenaren en pandeigenaren.

De **ambities** (H3) en de **visie** (H4) geven antwoord op de vraag waar het centrum van Someren in 2030 wil staan. De ambities vormen het fundament van de visie. Het Seinpost-piramidemodel geeft structuur aan de ambities. Deze piramide bestaat uit vier lagen die gezamenlijk de kwaliteit van het centrum bepalen. Door per laag in te zoomen wordt duidelijk wat het ambitieniveau is en waar de ambities concreet uit bestaan.

De overkoepelende visie op het centrum vloeit hier vervolgens logisch uit voort. Om de visie te kunnen realiseren, is een aantal concrete **uitvoeringslijnen** (H5) opgesteld.

Aanvullend worden in de vorm van het uitvoeringsprogramma de coördinaten neergezet hoe de visie bereikt moet gaan worden (H4). Verschillende acties en maatregelen worden opgesomd, die direct verwijzen naar de ambities van de vier lagen van de piramide.

Figuur: Het Seinpost-piramidemodel



3.2 Schoon, heel en veilig (laag 1)

Ambitie: De basis op orde

Een aantrekkelijk centrum moet voldoen aan de basisvoorwaarden schoon, heel en veilig. Dit is de onmisbare basis voor een winkelgebied. Zowel voor bewoners, bedrijven als bezoekers moet dit in orde zijn.

In de meeste opzichten voldoet het centrum van Someren aan deze voorwaarde, maar op het gebied van (het gevoel van) verkeersveiligheid valt nog het nodige te winnen. De verkeersveiligheid moet verbeteren, met name op en rondom het Wilhelminaplein. Het uitgangspunt is dat de auto 'te gast' is in het centrum. Het Wilhelminaplein en de Postelstraat worden daarom bij voorkeur verkeersluw.

Om het 'schoon-heel-veilig' goed te bewaken en ook richting toekomst goed te houden, willen we samen met ondernemers, vastgoedeigenaren, politie en brandweer een jaarlijkse schouw uitvoeren, als onderdeel van de aanpak Keurmerk Veilig Ondernemen. Ook vraagt de openbare inrichting (verharding en groen) om onderhoud. Met het centrumgebied Someren streven we naar de hoogste beeldkwaliteit voor onderhoud.



"Auto te gast in het centrum"



3.3 Place to buy (laag 2)

Ambitie: “Een aantrekkelijk aanbod voor dagelijkse aankopen”

Een aantrekkelijk aanbod voor dagelijkse aankopen is belangrijk voor inwoners, maar ook voor toeristen die wat langer in Someren verblijven. Met vier reguliere supermarkten, die verschillende marktsegmenten bedienen, heeft Someren in dit opzicht een prima basis te bieden. Deze basis wordt aangevuld met verswinkels en het nodige non-food aanbod wat op dit niveau gebruikelijk is. Echter, een marktscan laat zien dat niet alle beschikbare meters in de gemeente ingevuld kunnen worden met winkels (bron: marktscan Seinpost, zie bijlage). Daarnaast is de concurrentie en aantrekkingskracht van naburige gemeenten (vooral Asten) sterk.

Tweepoligheid op termijn niet houdbaar

Veel dorpscentra zijn door e-commerce te groot geworden. Keuzes zijn nodig en niet alle winkelstraten kunnen overeind blijven. In Someren ligt het aanbod ook nog eens verspreid over meerdere locaties, die matig tot niet met elkaar verbonden zijn. We spreken van een meerpolige structuur. Op termijn is deze situatie waar winkels niet van elkaar profiteren, onhoudbaar. Het kernwinkelgebied moet dus compacter worden. Een clustering en ruimtelijke concentratie van consumentgerichte functies en bedrijven draagt bij aan de synergie en vergroot de aantrekkelijkheid van het centrum.

Duidelijke gebiedsafbakening

Om ervoor te zorgen dat er maximale synergie ontstaat tussen consumentgerichte functies geven we door middel van een duidelijke gebiedsafbakening aan waar we in het centrum verschillende functies willen concentreren. Binnen dit compacte gebied investeren we in de inrichting en de gebruiksmogelijkheden van de openbare ruimte. Zo ontstaat een aantrekkelijk verblijfsklimaat waarbij we inspelen op de wensen en behoeften van kansrijke doelgroepen. Daarmee wordt het centrum ook aantrekkelijker voor ondernemers.

De gebiedsafbakening moet worden verankerd in beleid (wat betreft detailhandel, horeca, parkeren, terrassen, markt, e.d.) en planologische kaders. De visie vormt hiervoor de basis. Hiermee ontstaat duidelijkheid voor ondernemers en vastgoedeigenaren. Ook wordt zo voorzienbaarheid gecreëerd: belangrijk om transformatie naar andere functies mogelijk te maken.

Nieuwe functies als aanvulling op detailhandel

Uit de marktscan (zie bijlage) blijkt dat er zeer beperkt mogelijkheden zijn voor het toevoegen van detailhandel. De kans dat eenmaal uit Someren vertrokken winkels later weer terugkomen, is te verwaarlozen. Om die reden willen we in het centrum ruimte bieden aan andere sectoren die zich goed ontwikkelen (zoals zorg, cultuur, specialistische en overige zakelijke diensten). Ook moet het centrum aantrekkelijker worden als doorgroeilocatie (broedplaats) voor bedrijven die vanuit huis zijn gestart. Vanwege de relatief lage huurniveaus zijn vooral de randen van het centrumgebied hiervoor interessant. Conform de Woonvisie zien we ook kansen voor woningen in of aangrenzend aan het centrum voor jongeren/starters en ouderen/zorgbehoevenden.

'No parking, no business'

Het bieden van voldoende parkeergelegenheid aan de consument is van groot belang. Bekend is dat de auto-bezoeker het meest besteedt. Zeker in een landelijke omgeving is OV vaak geen goed alternatief en is men aangewezen op de auto.

De visie heeft mede als doel om de bereikbaarheid, het parkeren en de verkeersveiligheid in het centrum te waarborgen en/of te versterken. In het verblijfs- en winkelgebied willen we ruimte geven aan de voetganger en fietser (met hierbij speciale aandacht voor ouderen en minder validen). We zien in de visie een autovrij Wilhelminaplein en autoluwe Postelstraat voor ons. De parkeergelegenheid en bereikbaarheid van het centrum dienen hierbij in evenwicht te blijven en de parkeermogelijkheden aan de randen van het centrum worden uitgenut.



"Ruimte bieden aan andere sectoren die zich goed ontwikkelen, zoals zorg, cultuur, specialistische en overige zakelijke diensten"



3.4 Place to meet (laag 3)

Ambitie: “Wilhelminaplein als huiskamer van Someren”

De ontmoetingsfunctie van een centrumgebied wordt steeds belangrijker. Om inwoners en bezoekers aan te trekken en vast te houden moet er ‘iets te doen zijn’. Dit kan gaan om een gevarieerd aanbod aan horecaconcepten, evenementen evenals het faciliteren van ‘spontane ontmoetingen’. Het horeca-aanbod is momenteel redelijk, maar een echte verblijfsplek mist. In onze optiek nodigt het centrum teveel uit voor doelgericht bezoek. De ontmoetingsfunctie is momenteel onvoldoende.

Het Wilhelminaplein heeft alle potentie om de huiskamer van Someren te worden. Hier komt de focus te liggen als het gaat om ontmoeten en gezelligheid. De ruimtelijke structuur wordt hier ook op aangepast. Denk bijvoorbeeld aan bankjes, speeltoestellen, (verrijdbaar) groen, kunst etc. Zowel voor inwoners als toeristen moet dit de vanzelfsprekende plek worden waar men graag verblijft en waar de evenementen georganiseerd worden. Het toevoegen van meer groen en aantrekkelijke bomen zorgt voor het tegengaan van hittestress en voor koelteplekken onder de schaduw van de bomen. Bebouwing kan ook bijdragen aan tegengaan hittestress, als het bouwconcept meer klimaatadaptief is.



In het bijlagenrapport is een nadere toelichting opgenomen op kansrijke doelgroepen voor het centrum van Someren. Met gezamenlijke consumentenacties en communicatie-uitingen kunnen deze aangesproken worden. Denk bijvoorbeeld aan gezamenlijke spaaracties, thema-events rondom kerst, Sinterklaas, Pasen en de Kennedymars en het gezamenlijk promoten van het centrum op nabijgelegen logiesaccommodaties.

Evenementen en promotie

In het centrum worden tal van evenementen georganiseerd die voor inwoners en toeristen volop aanleiding geven om het centrum te bezoeken en te beleven. Met een evenementenkalender voor deze doelgroepen ontstaat een aansprekend overzicht van wat het centrum op dat vlak te bieden heeft.

Zummerse Winterpret en Zummerse Zomerpret zijn events die zich goed verder zouden kunnen ontwikkelen als vaste, 'niet te missen' lokale events.

Met deze concrete acties worden zichtbare resultaten bereikt. Hierdoor wordt ook de meerwaarde van samenwerking zichtbaar. En wordt een basis gelegd om gezamenlijk te werken aan een promotieplan. Een plan om langjarig met elkaar gericht middelen en kanalen in te zetten om de consument te informeren en te verleiden. De identiteit en kernwaarden van Someren vormen daarvoor het vertrekpunt.



“In het centrum worden tal van evenementen georganiseerd die voor inwoners en toeristen volop aanleiding geven om het centrum te bezoeken en te beleven”



3.5 Place to be (laag 4)

Ambitie: Sterke identiteit waar Someren trots op kan zijn

Het onderscheidend vermogen van een centrumgebied wordt steeds belangrijker. Kort gezegd, de kern moet zich duidelijker onderscheiden van andere kernen in de regio. Dit is van belang voor het aantrekken en vasthouden van inwoners en recreanten. Wat maakt Someren bijzonder en wat is typisch voor Someren? Door middel van cultuur, events en erfgoed wordt een aansprekende identiteit aangenomen die zowel voor inwoners als bezoekers tot de verbeelding spreekt. Momenteel is dit slechts beperkt uitgewerkt. Door het toevoegen van een eigen identiteit en onderscheidend vermogen kan beter worden ingespeeld op de wensen en behoeften van kansrijke doelgroepen. Naast de inwoners, gaat het ook om de bezoekers vanuit de regio en toeristen.

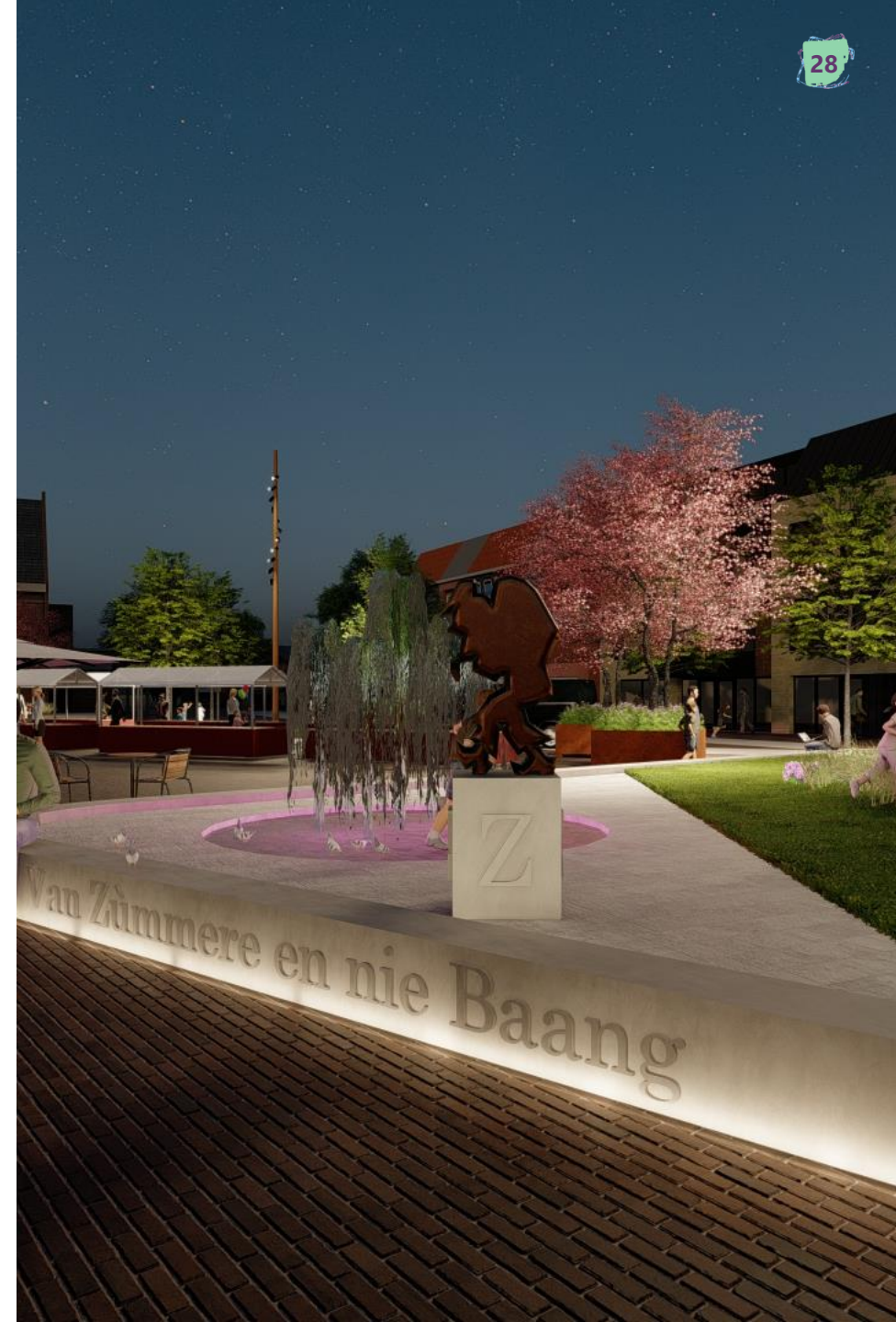
Het centrum van Someren heeft in beperkte mate een functie voor het winkelen (kijken en vergelijken). De nabijgelegen steden hebben op dat vlak meer te bieden. Die concurrentie gaan we niet aan. We richten ons op onze eigen kwaliteiten. We zien kansen om het onderscheidend vermogen te versterken. Bijvoorbeeld via horeca als smaakmaker en verbinder (tussen functies, dag en avond). Horeca zorgt ook met haar terrassen voor beleving. Zij vervult ook een sleutelrol in het binden en verleiden van de toerist. We zien ruimte voor een impuls met restaurants gericht op het bovengemiddelde marktsegment. Blending (een mix van functies met zowel commercieel als niet-commercieel onder een dak) kan daar een bijdrage aan leveren.



"Door cultuur, events en erfgoed wordt een aansprekende identiteit aangenomen die zowel voor inwoners als bezoekers tot de verbeelding spreekt"



De visie speelt ook in op het vergroten van de sfeer. Zo zetten we in op herkenbare entrees met groen en banieren. Ook voorziet de visie in het toevoegen van groen, waarbij ondernemers en bewoners hebben aangegeven dit te willen adopteren. De wijze waarop, moet nader uitgewerkt worden. Bewoners en ondernemers krijgen, en willen, een actieve rol bij het ontwikkelen van acties/evenementen om het verhaal van Someren zichtbaar te maken. Placemaking noemen we dit. Evenementen en sfeerverlichting dragen in de wintermaanden bij aan een prettig verblijf in het centrum.





04

De visie

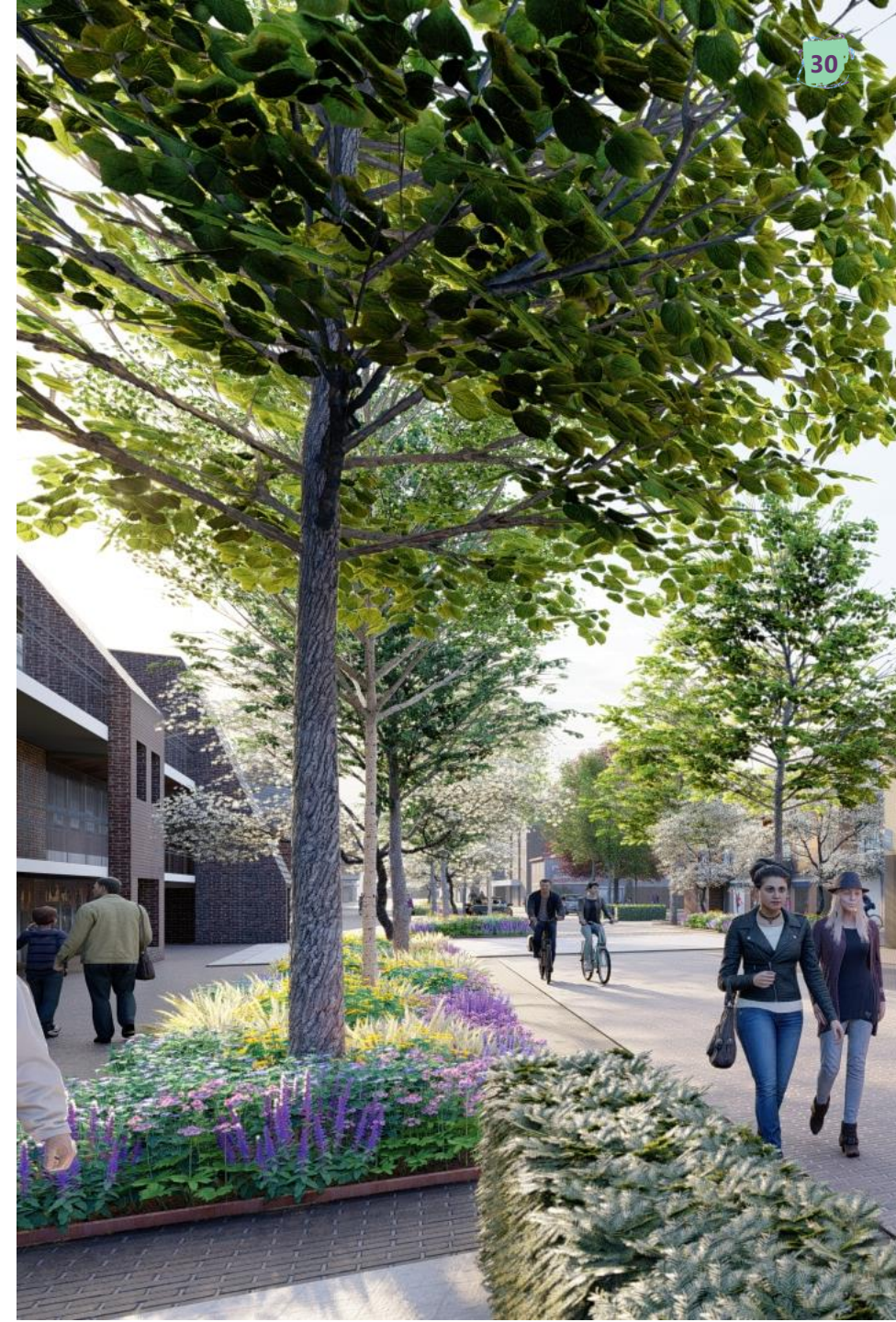


4.1 Inleiding

Uit de ambities zoals geformuleerd in het vorige hoofdstuk, vloeit de visie voort. Daarbij hebben we ervoor gekozen om het ideaalbeeld of 'optimaal scenario' te schetsen. Deze is ingegeven door de dringende wens om tot een compact centrum te komen. Op termijn is de tweepoligheid, waarvan nu sprake is, onhoudbaar. Maar liefst twee supermarkten liggen op een perifere plek en zorgen ervoor dat het centrumgebied niet kan profiteren van de bezoekersstromen die deze supermarkten genereren.

Er zijn gesprekken geweest met de eigenaar en verhuurder van deze supermarkten en er is op hoofdlijnen getekend en gerekend aan een nieuwe ontwikkeling in de Postelstraat, met plaats voor de twee supermarkten en de Action. De huidige perifere plek leent zich voor functiewijziging richting woningen. Ook financieel laten de plannen samen (herontwikkeling Sonnemans, ontwikkeling Postelstraat) een positief resultaat zien. Op korte termijn is deze herontwikkeling echter niet haalbaar, vanwege het ontbreken van bereidheid van alle stakeholders om de transformatie te realiseren. Op de lange termijn en als 'stip op de horizon' kan zowel planologisch als bestuurlijk worden voorgesorteerd op de functiewijziging. De ontwikkelruimte op het Sonnemansterrein is reeds planologisch begrensd, waarmee groei en ontwikkeling van de winkelfunctie op termijn niet mogelijk is.

De ontwikkeling zal zich in eerste instantie richten op het Wilhelminaplein en de Postelstraat. Deze ontwikkeling ligt minder gevoelig en zowel inwoners als ondernemers zijn van mening dat dit gebied een flinke opwaardering nodig heeft.

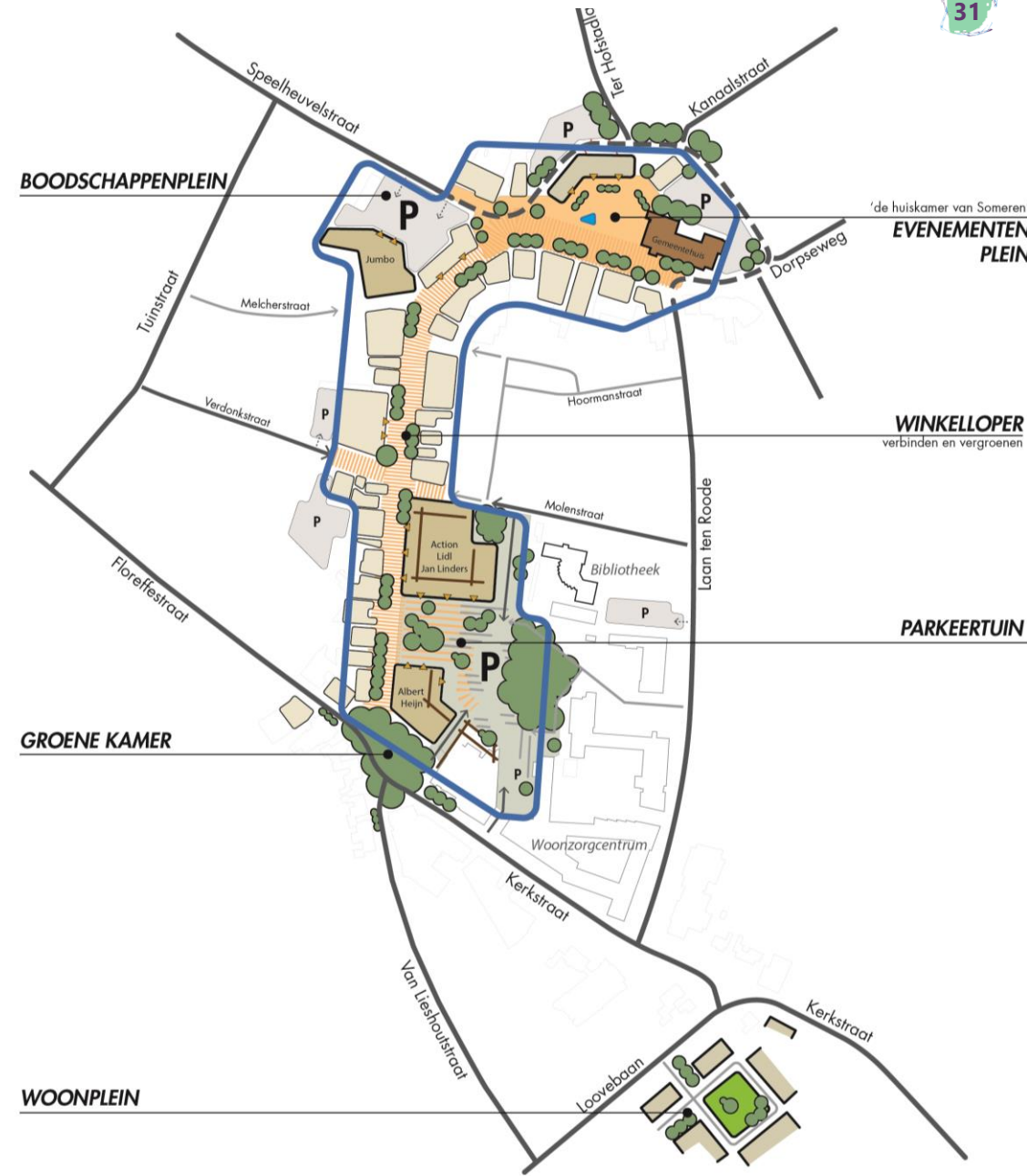


4.2 Visie op het centrum

Een sfeervol, levendig en vitaal dorpshart

In het optimale scenario wordt het centrum van Someren aanzienlijk compacter en verlevendigd, maar wel op een dorpschaal. In de regel concentreren nieuwe ontwikkelingen zich in het centrum. Dit betekent dat winkels, woningen en voorzieningen zoveel mogelijk in het centrum worden geclusterd. Het Sonnemans-terrein is planologisch begrensd waardoor ontwikkelingen op retailgebied niet mogelijk zijn. In het optimale scenario verdwijnt het als winkellocatie. De daar gesitueerde winkels worden dan verplaatst naar de Postelstraat, waar een nieuwe winkelontwikkeling voor de supermarkten (met voldoende parkeerplaatsen) in combinatie met woningbouw kan worden gerealiseerd. Ook overige retail buiten het centrum wordt gestimuleerd zich in het centrum te vestigen. Het kernwinkelgebied wordt opgedeeld in een aantal duidelijk van elkaar te onderscheiden deelgebieden, die ieder een eigen sfeer en functie hebben. Deze worden per deelgebied behandeld.

Wilhelminaplein: Ontmoeten en evenementen. Dit plein wordt ontwikkeld tot een compacter en meer omsloten en daarmee besloten dorpsplein met ruimte om activiteiten op te ontwikkelen. Het wordt daarmee de 'Huiskamer van Someren'. Een voetgangersplint met omranding geeft op informele wijze richting aan gebruik en mogelijkheden. Een multifunctioneel binnenplein met een aantrekkelijke groenomranding ondersteunt het beeld en gebruik. Zitelementen, fietsparkeermogelijkheden, bloem- en boombakken en verlichtingsmasten scheiden het plein van de terras- en winkelplint.



Ook grijpen we de herinrichting aan om waterproblematiek en hittestress tegen te gaan. Een combinatie met een waterplein met kleurrijk podium past in dat beeld.

Om ontmoeten en beleven maximaal te faciliteren, wordt op en rondom het Wilhelminaplein een aantal ruimtelijke ingrepen gedaan, namelijk:

- Omleiding autoverkeer achter de wanden van het Wilhelminaplein, zodat een autovrij plein ontstaat;
- Realisatie van een nieuw bouwblok aan de noordzijde van het Wilhelminaplein, wat het plein kleiner en intiemer maakt;
- Herinrichting Wilhelminaplein met groen, water en ruimte voor events, terrassen en kunst.

Postelstraat-Noord: De groene winkelloper. Het hoofdwinkelgebied van Someren. Lege winkelpanden (met weinig herkenbare, dorpse uitstraling) en wegblijvend winkelend publiek vragen om een andere inrichting: een meer dorps en eigentijds karakter dat inspeelt op de Somerse identiteit. De 'auto te gast' en gedeeltes autovrij bieden meer mogelijkheden voor een sfeervolle uitstalling, fleurrijke bloemperken of zithoeken waar ruimte is om elkaar te ontmoeten. Dit geeft ook ruimte aan de nieuwe ondernemer en nieuwe ondernemersvormen. De winkelstraat geven we terug aan de gebruikers. Bereikbaarheid en toegankelijkheid voor laden- en lossen als ook voor hulpdiensten zijn gegarandeerd. Detailhandel wordt zoveel mogelijk in dit deel van de Postelstraat geclusterd. Ook detailhandel buiten het centrum wordt gestimuleerd zich in dit gebied te vestigen. De ingang van de Jumbo moet uiteindelijk worden verplaatst richting Postelstraat om de bezoekersstromen zoveel mogelijk in de Postelstraat te concentreren.



Postelstraat-Zuid: Koopcentrum. Het streven is om hier het supermarktpllein van Someren te realiseren. Drie supermarkten (AH, Jan Linders, Lidl) worden hier geclusterd, aangevuld met complementaire detailhandel (vers, drogisterijen etc). Alle trekkracht van de supermarkten zou dan aanwezig zijn in het centrum. Ook komen hier voldoende mogelijkheden voor parkeren. Dit vergt ingrijpende aanpassingen in de huidige ruimtelijke structuur. Om de supermarkten (en de Action) te kunnen huisvesten, moet het bouwblok tussen Molenstraat en het pand van de Albert Heijn worden herontwikkeld. Hiermee wordt in noord-zuid richting een belangrijke relatie gelegd tussen de twee winkelgebieden Postelstraat Noord en het gebied rondom Albert Heijn en het Postelplein.

Belangrijk is de opening van het Postelpark naar de Postelstraat Deze open ruimte heeft een groen karakter en daarbinnen zijn informele parkeerplaatsen gesitueerd. Op het vergrote plein is ruimte voor meer groen en ook voor voldoende parkeerplaatsen voor het winkelend publiek en wordt klimaat adaptief ingericht. Van belang zijn de zichtrelaties naar het Postelpark en de koppeling met de bibliotheek. Naar het noorden en het zuiden wordt het plein ontsloten voor autoverkeer via de Molenstraat en bestaande aansluiting op de Kerstraat. Aan het plein worden de drie supermarkten gesitueerd met de voorkanten naar elkaar toe. Er is tevens voldoende ruimte voor andere (bestaande) winkels. Boven de winkels is ruimte voor 3-lagen woningen in verschillende groottes, geschikt voor senioren en starters. Voor de bewoners zijn parkeerplaatsen aanwezig in een parkeerkelder.

De eerste indicatieve financieel-economische verkenningen laten zien dat het plan haalbaar is. Voorwaarde hierbij is dat de herontwikkeling van het Sonnenmansterrein onlosmakelijk hiermee is verbonden. Het gaat dus om één gebiedsontwikkeling voor twee locaties. Duidelijk is dat dit een ontwikkeling is voor de langere termijn.



Postelplein: De groene kamer Aan het zuidende van de Postelstraat komt een groene kamer, een parkachtig gebied waar het goed vertoeven is.

Sonnemansterrein: Modern woonplein. In het optimale scenario gaat het huidige Sonnemansterrein uiteindelijk (op langere termijn) van kleur verschieten. Het terrein transformeert dan van een winkel- naar een woonbestemming. De supermarkten en overige winkels worden in dat geval verplaatst naar de Postelstraat. Hiervoor komen woningen en appartementen in de plaats, conform de Woonvisie van de gemeente Someren.

Een transformatie biedt veel voordelen. Door de winkels van het Sonnemansterrein naar de Postelstraat te verplaatsen, wordt alle detailhandel en horeca geclusterd in het centrum. Het centrum wordt hierdoor compacter en de leegstand in het middendeel van de Postelstraat wordt grotendeels opgelost. Nog belangrijker is dat de supermarkten de aantrekkingskracht van het centrum enorm kunnen versterken, doordat minimaal 20.000 extra bezoekers per week het centrumgebied bezoeken. Dit vergroot de kans op combinatie-bezoek.

Ingrepen in de openbare ruimte zijn noodzakelijk om bovenstaande te realiseren, maar uiteraard is ook de medewerking van de eigenaar van het Sonnemansterrein essentieel. Er zijn reeds verkennende gesprekken gevoerd met de eigenaar (najaar 2020) om in kaart te brengen of dit scenario haalbaar is, zowel ruimtelijk als financieel. Hieruit kwam naar voren dat dit scenario vooralsnog een brug te ver is. Dit betekent dat voorlopig wordt ingezet op scenario 2 'Anticiperen', dat minder vergaand is. Echter, door de planologische begrenzing van het Sonnemansterrein is groei niet mogelijk en daarmee is de winkelfunctie op termijn onhoudbaar. Periodiek zal worden gemonitord wat de mogelijkheden voor herontwikkeling zijn.



Parkeren en bereikbaarheid

Een juiste invulling van het onderdeel parkeren in het centrum is van belang. Het centrum is een speciaal gebied binnen de woonkern waarbij parkeren op een andere wijze wordt ingevuld dan in de rest van de bebouwde kom. Om het centrum leefbaar te houden wordt gemotoriseerd verkeer zo veel mogelijk geweerd uit het centrum, maar aan de andere kant dient het centrum wel bereikbaar te zijn voor bewoners en bezoekers. Standaard parkeeroplossingen voldoen mogelijk niet aan de beide uitgangspunten. Hiervoor is maatwerk met een zekere flexibiliteit nodig die het mogelijk maakt om onderbouwd af te wijken van de standaard procedure. Hierbij valt onder andere te denken aan specifieke doelgroepen met een lagere parkeervraag (centrumbewoners, ouderen) of nieuwe vormen van mobiliteit die invloed hebben op het parkeeraanbod (bv. deelauto).

Bij het autovrijmaken van het Wilhelminaplein dient ruimte gezocht te worden aan de noord- en oostrand met uitbreiding van parkeren in combinatie met de omlegging van de verkeersontsluiting. Hier dient ruimte voor te worden gecreëerd.

Daarnaast komen er verdeeld over het centrum meer fietsparkeerplaatsen. De fiets wordt steeds meer gebruikt om het centrum te bezoeken. Dit wordt ook gestimuleerd vanwege de positieve effecten op de gezondheid.

Rondom het centrum is een parkeerroute buitenom het Wilhelminaplein en via Dorpsweg, Laan van Roode, Kerkstraat, Floreffestraat, Tuinstraat en Speelheuvelstraat. Van hieruit zijn de diverse parkeerplaatsen bereikbaar. Bij de verdere uitwerking wordt onderzocht of er extra parkeerplaatsen gerealiseerd kunnen worden, bijvoorbeeld bij de Hoornmanstraat. Wanneer op de lange termijn de twee supermarkten (LIDL en Jan Linders) worden verplaatst naar de Postelstraat, dan zal het aantal parkeerplaatsen aan de zuidzijde van de Postelstraat fors uitgebreid moeten worden.

Heel wezenlijk voor het verkeer (inclusief het parkeren) is een keuze tussen een autoluw of een autovrij Postelstraat. De Postelstraat moet weer een levendige straat worden. Dat is het belangrijkste doel. Afhankelijk van de drukte 'verdringt' het koperspubliek de auto uit het straatbeeld. Autovrij is een mooie ambitie, zeker als we leefbaarheid en een schone leefomgeving erg belangrijk vinden. Hiervoor is een groeimodel voorgesteld.

Op korte termijn is het aantrekken van winkelconcepten en winkelend publiek het voornaamste doel. Goede bereikbaarheid is in de ontwikkelfase essentieel. Hierbij is een autoluwe straat met (heel) kort parkeren wenselijk. Op vooraf bekende drukke dagen en evenementen kan besloten worden de straat tijdelijk af te sluiten. Op langere termijn, wanneer de straat weer een aantrekkelijke en goed functionerende winkelstraat is geworden, kan worden overgegaan tot een autovrije Postelstraat Voor bereikbaarheid voor bewoners, laden en lossen en voor calamiteiten is altijd een toegangssysteem in te zetten.

In de visie wordt ingezet op een sfeervol, levendig en vitaal dorpshart. Natuurlijk is een goede bereikbaarheid daarbij van belang. De deeleconomie, elektrische auto's en het laten thuisbezorgen van boodschappen zijn belangrijke trends.

In de Postelstraat dient meer ruimte te komen voor de gewenste leefbaarheid. Voor de bereikbaarheid voor fietsers en voetgangers is meer ruimte. Er is dan ruimte voor 'shoppen', ontmoeten en verblijven en voor het doen van boodschappen zijn voldoende (aangepaste) parkeerplaatsen. Deze zijn echter naastgelegen aan de Postelstraat.

Ook wordt gekeken hoe de auto's als 'parkeerblik' uit het straatbeeld kunnen verdwijnen en op een goed bereikbare plaats dicht bij het centrum kunnen worden gesitueerd.

Het Wilhelminaplein wordt autovrij. Dit betekent dat het alleen bereikbaar is voor aanwonenden, calamiteitenverkeer, taxi's en bevoorrading. De huidige, openbare parkeerplaatsen worden dan op andere plekken rondom het Wilhelminaplein ondergebracht. We kiezen niet voor ondergrondse parkeervoorzieningen. Deze zijn vele malen duurder dan bovengrondse voorzieningen. Normaliter moet er voor een ondergrondse parkeervoorziening parkeergeld worden betaald waardoor veel mensen vaak kiezen om in de nabije omgeving een gratis parkeerplaats te zoeken. In dat geval zijn we verder van ons doel af dan in deze visie wordt voorgesteld.

Geadviseerd wordt om voor de uitwerking een parkeer- en verkeersonderzoek uit te voeren en onderzoek te doen naar de gevolgen voor de verkeersstromen en het parkeren met de bijbehorende consequenties.

Inzet op verbeterde beeldkwaliteit

In het centrum van Someren moet een kwaliteitsslag gemaakt worden in de bebouwing waarbij er geen sprake meer is van sobere en eenvoudige bouwwijzen. Het hoofduitgangspunt is de historische pandsgewijze ontwikkeling van de bebouwing. Hiermee wordt vastgehouden aan de historische kleinschalige bebouwingsstructuur, gebaseerd op de menselijke maat. Dit geeft als resultaat een gevarieerd en levendig straatbeeld. Het straatbeeld is dan een uiting van bebouwing uit diverse tijdspannes, architectuurstijlen en van diverse individuele bouwinitiatieven. Hierbij wordt niet vastgehouden aan alleen het oude historisch dorpsbeeld, maar is het straatbeeld het resultaat van een dynamisch proces door de jaren heen waarin Someren steeds groeit en verandert. Een gelaagdheid die een toonbeeld is van een dorp in beweging. Daarbij is het van belang te benoemen wat de Zummerse identiteit is. Hierop kunnen architecten en bouwers zich laten inspireren. Dit moet nog verder worden uitgewerkt (zie uitvoeringsplan)

In het meegeleverde document Beeldkwaliteit Centrum Someren wordt dieper ingegaan op de bijbehorende criteria. Ook zijn hier de nodige referentiebeelden te vinden.

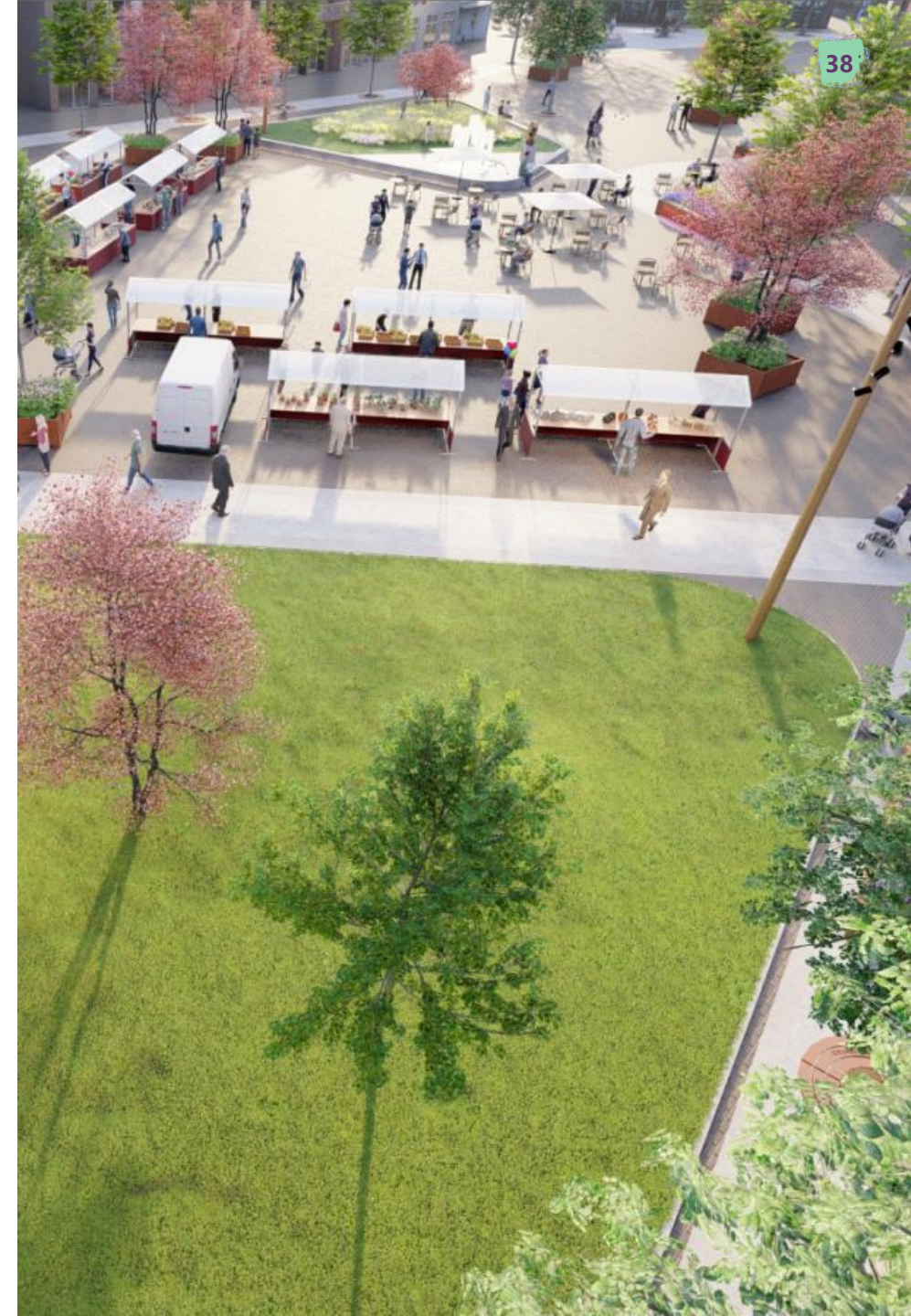


Openbare ruimte

De visie op de openbare ruimte is gericht op het ontwikkelen van een sfeervol, levendig en vitaal dorpshart. Die visie komt voort uit een veranderende winkel-, werk- en leefomgeving. Hierop wordt ingespeeld door de inrichting van de openbare ruimte. De Postelstraat en het Wilhelminaplein krijgen weer een dorpschaal en sfeer, door in te zetten op een passend dorpsplein waar ontmoeten, verblijven en recreëren centraal staat. Een plein waar alle activiteiten van het dorp kunnen plaatsvinden. Een plein dat ruimte biedt aan de horeca en andere winkels en waar het fijn is om te wonen.

Daarnaast is de visie gericht op de veranderende klimatologische omstandigheden. Door meer en verschillende bomen aan te planten wordt hittestress tegengegaan en bijgedragen aan de gevraagde vergroening van de dorpskern. Door de verscheidenheid aan plantsortiment wordt de biodiversiteit versterkt en gezorgd voor een jaarrond kleurrijke bloemenborder.

Door minder bestrating en meer groenvakken aan te leggen wordt positief bijgedragen aan het bergen en infiltreren van regenwater. Daarnaast wordt gezocht naar ondergrondse berging van schoon regenwater. De extra beplanting verdampt regenwater dat bijdraagt aan extra verkoeling. Daarom is op locaties waar geen permanente bomen en groenvakken wenselijk zijn om verplaatsbare, grote groenbakken te plaatsen. Meer groen en minder autoverkeer draagt bij aan het tegengaan van fijnstof. Bij de keuze van de beplanting is onze keuze voor soorten die fijnstof tegen gaan en bestand is tegen plantenziektes. Op deze wijze zal het in de verschillende tijden van het jaar een aantrekkelijke woon-, winkel- en verblijfsomgeving zijn en kunnen we spreken van een duurzame openbare ruimte.

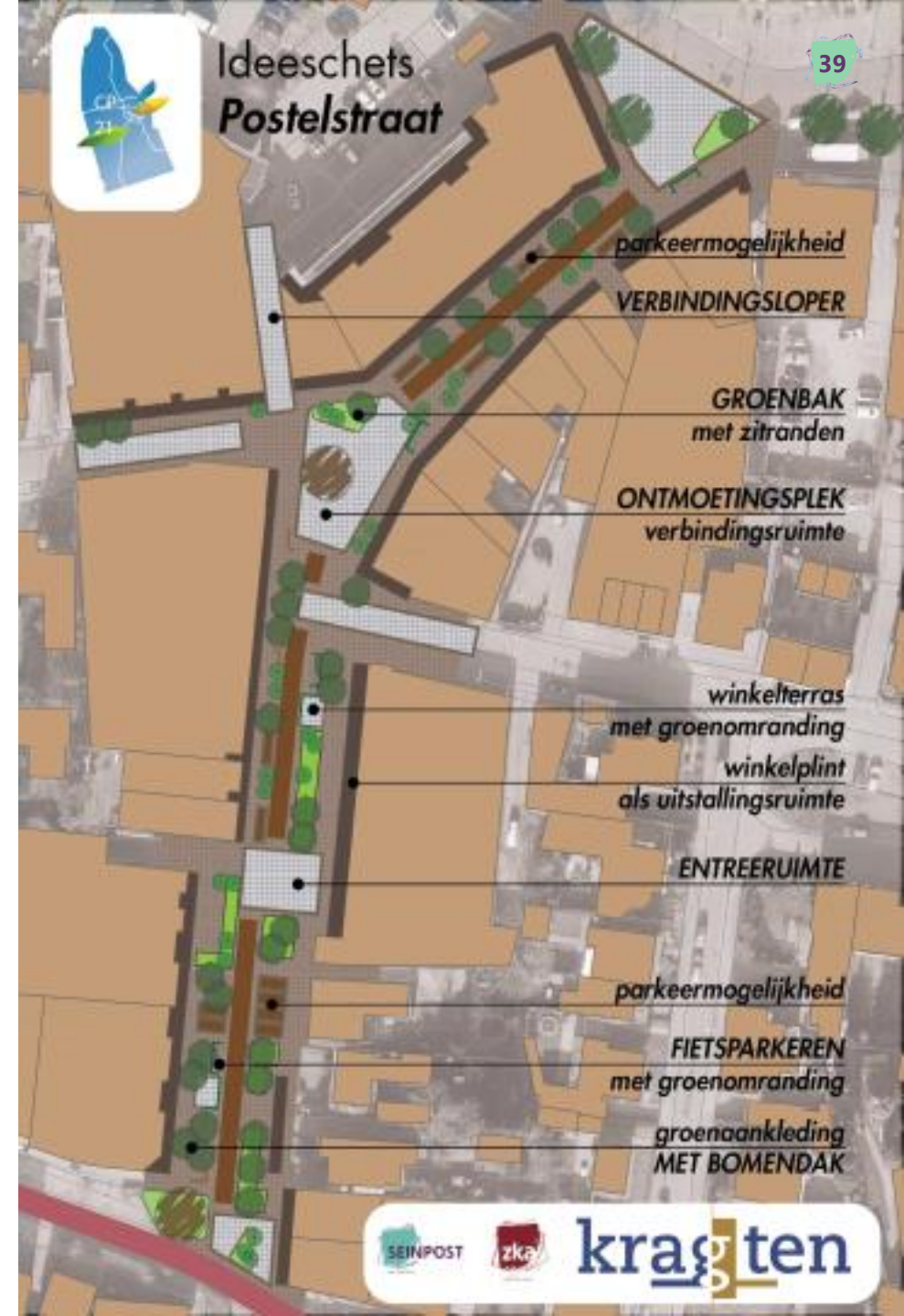


Groen en verkoeling

Belangrijk is om alle verwachte ontwikkelingen in een gebied mee te nemen. Klimaatverandering is daar een onderdeel van. Daarom hebben wij voor Someren naar de hittestress in het gebied gekeken. In het centrumgebied is op warme dagen sprake van hittestress rondom het Wilhelminaplein en wat minder in de Postelstraat en Postelplein. De verwachting is dat dit in de toekomst groter wordt. Dit is slecht voor de gezondheid van de mensen die daar wonen, werken en verblijven. Bovendien heeft het een negatief effect op de (winkel)beleving in het centrum. Hittestress heeft het grootste effect op ouderen, kinderen en zieken. Een ongewenste situatie waarvoor wij met oplossingsrichtingen komen. De ruimten zijn nogal stenig ingericht. Wij zien volop kansen om groen toe te voegen in de vorm van gras en bomen, in combinatie met het creëren van biodiversiteit (zie nevenstaande kaart). Het toevoegen van meer groen en aantrekkelijke bomen zorgt voor tegengaan hittestress en voor koelteplekken onder de schaduw van de bomen. Bebouwing kan ook bijdragen aan tegengaan hittestress als het bouwconcept meer klimaatadaptief is. Te denken valt aan groene daken met waterberging, toevoegen groenbakken aan balkons, groene gevels. Ook is voorzien aan een waterelement dat actief bijdraagt aan verkoeling.

Wonen

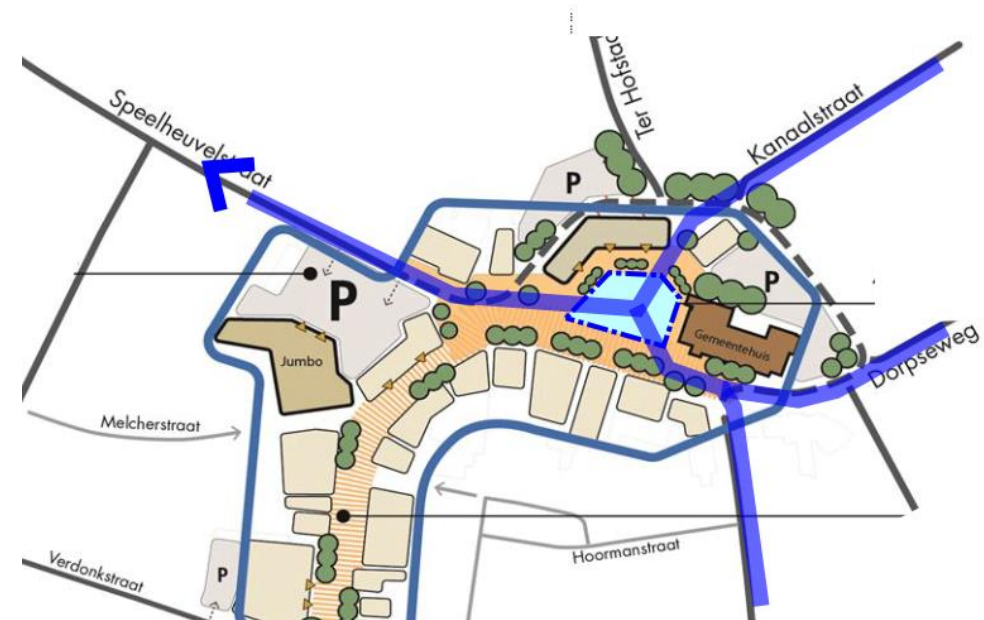
De centrumvisie geeft mogelijkheden voor verdichting met woningen. Het meest kansrijk op de korte termijn is woningbouwontwikkeling rondom het Wilheminaaplein, vooral voor levensloopbestendige woningen. Om binnen de volkshuisvestelijke kaders van het woningbouwprogramma van de gemeente Someren te blijven zijn vooralsnog 60 woningen gelabeld aan het centrumplan.



Water: Inzet op realisatie van blauwe ader

In juni 2016 werd de gemeente Someren overvallen door extreme regenval. In het centrum van de kern Someren is in 24 uur tijd, volgens het KNMI neerslagstation Someren, 83,4 mm neerslag gevallen, met een piek van 40 mm in 1 uur. Dit zorgde voor veel overlast en schade. De regenwaterafvoer stagneerde en er bleef lange tijd water op de straten staan. De inwoners hebben hierdoor veel overlast en/of schade ervaren. Bij het zoeken naar oplossingen voor de waterproblemen speelt ook de inrichting van de openbare ruimte een grote rol. Hierbij wordt gedacht aan bijvoorbeeld het geleiden van water naar minder gevoelige locaties. Verlaagde groenvoorzieningen en pleinen zijn geschikt om water tijdelijk vast te houden. Binnen het projectgebied zijn er mogelijkheden om een bijdrage te leveren aan de wateropgave van de gemeente Someren.

Gezien de waterproblematiek in het centrum van Someren is het zinvol om een blauwe ader naar het westen te realiseren, zodat er een afvoer kan komen via het Wilhelminaplein en de Spielheuveelstraat. Ook kan onderzocht worden om een wateropvang te realiseren onder het Wilhelminaplein. Dit ook als buffer voor een geleidelijke afvoer.



Beheer

Een inhoudelijk aandachtspunt als de visie verder wordt uitgewerkt, is het beheer. De keuze om bloembakken voor te stellen is met name als aanvulling op de vaste groeninrichting op het Wilhelminaplein. Daar waar mogelijk wordt met grondgebonden groenvakken gewerkt. Het Wilhelminaplein wordt aangevuld met bloembakken vanwege het multifunctionele gebruik van dit plein en verplaatsbare bloembakken maakt dit mogelijk.

De bloembakken die we voorstellen zijn ontworpen vanuit duurzame groei en minimaal beheer. Zo is de bak voldoende groot voor jaren groeikwaliteit, is deze uitgerust met een goed groeisubstraat dat water en voeding opslaat en daarnaast is het voorzien van een betrouwbaar watermanagement systeem dat watergeven beperkt. Dit bloembakken systeem is ook uitgerust om wortelschade te voorkomen door zonnebrand op de wanden. Daarnaast zijn de bakken bedacht met zogenaamde 'prairiebeplanting' die veel minder gevoelig is voor droogte en bijdraagt aan een biodivers en kleurrijke beplanting. Het hele concept is beproeft en duurzaam. De vaste bakken zijn voorzien van een verhoogde rand om zitranden te creëren zonder daar vaste inrichtingselementen aan toe te voegen. Ook wordt zo voorkomen dat bij gebruik bij evenementen (markt, kermis, kersttent, e.a.) de beplanting schade ondervindt. Verhoogde bakranden versterken ook de pleinuitstraling en markeren de terrassen of andere functies.

Wat bomen betreft wordt gekozen voor meer transparante, bredere en minder hoge soorten en ver genoeg van de gevels waar het kan. Gezorgd wordt voor voldoende door- en langs zichtlijnen vanuit de raampartijen.



4.3 Uitbouwen van de samenwerking

Samen doorpakken op de ingeslagen weg

De totstandkoming van deze visie laat zien dat er door samenwerking tussen overheid, inwoners, ondernemers en pandeigenaren veel bereikt wordt. Via een uitvoeringsprogramma, dat in het volgende hoofdstuk is uitgewerkt, krijgen de samenwerkende partijen concrete handvatten om samen de versterking van ons centrum op te pakken. Er is een vervolg nodig om te komen tot uitvoering, gericht op samenwerking, promotie en vergaande ruimtelijke ingrepen.

2020 is een overgangsjaar om de basis die is gelegd verder uit te bouwen. In 2021 zal daarbij ook moeten worden gekeken naar een manier, structuur, om de samenwerking langjarig vorm te geven. De voorgenoemde acties en projecten helpen om meer positieve ervaring op te doen met samenwerking en om meer gevoel en zicht te krijgen op de best passende samenwerkingsvorm. De inhoud, de activiteiten, zijn leidend.

Daarbij mag niet vergeten worden dat activiteiten inzet vragen. Zowel in termen van tijd als geld. Dit betekent dat ook goed gekeken moet worden naar de mogelijkheden van structurele financiering waarbij alle partijen een bijdrage leveren. Opties voor het invoeren van BIZ worden reeds verkend.

Alle vastgoedeigenaren pakken zich samen en bepalen voor zichzelf welke rol en positie ze in het centrum willen innemen. Er wordt een aantal deelgebieden onderscheiden waar de gebiedsontwikkeling gezamenlijk opgepakt gaat worden. Hiertoe wordt een intentie overeenkomst opgesteld.

Stimuleren initiatieven

Naast de aanpassing van de inrichting van het centrum, gaat het ook om het versterken van het economisch functioneren van het centrum. Daarbij kiezen we voor een mix van maatregelen. Naast het creëren van passende kaders voor het afgebakende centrumgebied (en de transformatie van de gebieden daarbuiten), gaat het om het stimuleren van ondernemerschap en initiatieven. Daarbij trekken ondernemers, vastgoedeigenaren en gemeente samen op. Een centrummanager kan helpen bij het neerzetten van de juiste overlegstructuren. Aanvullend denken we aan een stimuleringsregeling en de aanpak van prioritaire locaties om binnen afzienbare termijn op sleutellocaties doorbraken te realiseren. Dit is nodig om een concentratie van voorzieningen in het kernwinkelgebied te krijgen (en nieuw-vestigingen van starters en verhuizen te stimuleren).

Verder moeten gemeente, ondernemers en vastgoedeigenaren de rode loper uitleggen om nieuwe initiatieven, maar ook verplaatsters, te begeleiden en te ondersteunen.

Nieuwe vormen van financiering

Ook wordt er een financieel instrumentarium uitgewerkt. Denk daarbij aan een stimuleringsregeling voor het ondersteunen van passende initiatieven (nieuwvestigers en verplaatsters) middels een financiële bijdrage in bijvoorbeeld fysieke ingrepen om een pand geschikt te maken. Mogelijk dat deze gevoed kan worden vanuit een kwaliteitsfonds. Dit wordt nader onderzocht, evenals de mogelijkheid van de leegstandsverordening als 'stok achter de deur'.

Samenwerking: Bedrijven Investerings Zone (BIZ)

Er is hard gewerkt om per begin 2021 een op het centrumgebied gericht ondernemersfonds operationeel te hebben. Daarbij heeft een BIZ de voorkeur. Voordeel van een BIZ is dat alle ondernemers verplicht gaan bijdragen en samenwerking wordt gestimuleerd. Er is een BIZ-plan opgesteld met aandacht voor sfeer/beleving, marketing en promotie, gastvrijheid en betere samenwerking.

Een eventueel aan te stellen centrummanager krijgt een belangrijke rol in de uitvoering als trekker. Uiteraard in samenwerking met vastgoedeigenaren (via het vastgoedoverleg), ondernemers en gemeente.

4.4 Financiën

Met betrekking tot de financiën geldt dat er een tweedeling moet worden gemaakt:

- Alle investeringen in vastgoed/gebouwen zijn in beginsel **private investeringen**. Eigenaren moeten zelf de kosten en de baten (in de vorm van een gekapitaliseerde huurstream) inschatten en afwegen.
- Alle investeringen in openbaar gebied zijn in beginsel **publieke investeringen**. De gemeente zal hiervoor budgetten ter beschikking moeten stellen. Vaak is de wens van de gemeente dat investeringen in een aantrekkelijk openbaar gebied, nieuwe investeringen door private partijen uitlokken.

Om gevoel te krijgen bij de haalbaarheid van het verplaatsen van supermarkten, hebben wij een indicatieve berekening gemaakt met onderbouwde aannames. Op basis hiervan werd geconcludeerd dat beide ontwikkelingen samen, een positief resultaat laten zien.



Investerings Centrumplan

Wilhelminaplein

- omleggen verkeersontsluiting achterlangs, vanaf Speelheuvelstraat tot aan Laan van Roode
- herinrichting Wilhelminaplein openbare ruimte
- aanleg blauwe aders en waterbuffer
- parkeerterreinen Rosdaal, achter gemeentehuis

Wilhelminaplein Noord

- gebiedsontwikkeling wand

Wilhelminaplein Zuid

- gebiedsontwikkeling wand
- binnenterrein: woonhofjes en parkeren

Postelstraat Noord

- herinrichting openbare ruimte (hoogwaardige materialen, groen)
- opknappen winkelpanden

Gebiedsontwikkeling Postelpark en Sonnenmansterrein

- herontwikkeling winkels
- bouw woningen
- herinrichting parkeerplein Postelpark (vanaf Molenstraat tot aan Kerkstraat en exclusief Postelstraat)
- inrichting openbare ruimte Sonnenmansterrein

Kosten

p.m.

p.m.

p.m.

p.m.

particulier initiatief

particulier initiatief

particulier initiatief

p.m.

particulier initiatief

particulier initiatief



05

Uitvoerings- programma

5.1 Uitvoeringsprogramma

Vertaling naar uitvoeringslijnen

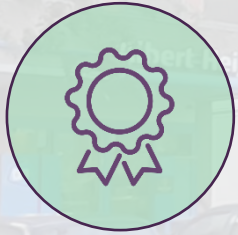
Een levendig en leefbaar dorpscentrum maken we met elkaar. Met initiatieven van bewoners, ondernemers, vastgoedeigenaren, gemeente en andere partijen komt het centrum pas echt tot leven. Het functioneren van het centrum van Someren staat onder druk: de leegstand is daarvoor een belangrijke indicator. Verschillende acties zijn vertaald naar uitvoeringslijnen. Deze helpen de verschillende activiteiten te ordenen en brengen hier samenhang in. Per uitvoeringslijn worden verschillende maatregelen voorgesteld, waaraan ook een kartrekker en termijn gekoppeld is (kort = < 2 jaar, middellang = 2-5 jaar; lang = > 5 jaar). Gemeente, ondernemers en pandeigenaren hebben hierin verschillende rollen.

De gemeente Someren beseft hoe belangrijk het is haar ondernemers te faciliteren en ondersteunen. De gemeente neemt haar verantwoordelijkheid voor het algemene vestigingsklimaat, het faciliteren en stimuleren van ondernemerschap, het stimuleren van netwerken en verbindingen in de regio, het stellen van regels en het geven van voorbeelden door ruimte te geven aan experimenten en op behoeftes van ondernemers in te (blijven) spelen.

De gemeente ambieert dan ook een rol als partner voor het (lokale) ondernemerschap. Rond specifieke maatregelen is de gemeente ook bereid om aan te jagen en een meer initiërende rol te pakken. Ondernemers moeten vooral doen waar ze goed in zijn: ondernemen!

Het uitvoeringsprogramma vormt nadrukkelijk geen blauwdruk en is geen dichtgetimmerd geheel. Gedurende het traject kan door onvoorziene ontwikkelingen bijsturing nodig zijn. Tussentijdse evaluatie en monitoring van resultaten is dan ook van cruciaal belang om deze dynamiek te borgen.

Hoe gaan we deze visie waar maken?



Versterken 'place to buy'

We zorgen dat ons aanbod op orde is ...

Uitvoeringslijnen

1. Someren heeft een centrum waar de basis op orde is. Dit wordt continu gemonitord en geborgd.
2. Het centrum van Someren heeft een duidelijke gebiedsafbakening met daarbij behorende functies die logisch op elkaar aansluiten. Ondernemerschap staat centraal en wordt zoveel mogelijk gefaciliteerd en versterkt.



Versterken 'place to meet'

... en mensen elkaar ontmoeten...

Uitvoeringslijnen

3. Someren heeft een duidelijk centrum waar ontmoeten en gezelligheid centraal staan. Deze kwaliteiten worden met name geconcentreerd rondom het Wilhelminaplein.
4. Someren is een dorp dat bruist en waar met regelmaat evenementen worden georganiseerd. In de basis gebeurt dit op het Wilhelminaplein.



Versterken 'place to be'

... in een centrum waar we trots op zijn...

Uitvoeringslijnen

5. Someren heeft een duidelijk DNA dat gedragen wordt door zowel inwoners als ondernemers en zichtbaar is in de publieke ruimte.
6. Sterker inzetten op de toeristische potenties van Someren en omgeving.



Versterken organisatie

... en waar goed wordt samengewerkt!

Uitvoeringslijnen

7. Ondernemers werken zowel onderling als met de gemeente structureel samen, ook op regionaal niveau.
8. Er wordt per begin 2021 een BIZ voor het centrumgebied opgericht, gericht op een goede positionering en events, waarin alle ondernemers naar rato bijdragen.

Uitvoeringslijn 1: Someren heeft een centrum waar de basis op orde is. Dit wordt continu gemonitord en geborgd.

Maatregel

- 
1. Uitvoeren jaarlijkse schouw: Via een jaarlijkse schouw met ondernemers, vastgoedeigenaren, gemeente, politie, brandweer en ambtelijke betrokkenen brengen we verbeterpunten op het gebied van schoon, heel en veilig in beeld.

- 
2. KVO ster: We werken samen aan KVO ster (Keurmerk Veilig Ondernemen). Op deze manier laat je ook aan de consument zien dat gemeente, politie en ondernemers serieus bezig zijn met veilig en schoon winkelgebied. Om deze actie uit te voeren wordt een aparte werkgroep KVO ingericht.




- 
3. Verkeersveiligheid: Het Wilhelminaplein is een druk bereden en onoverzichtelijk verkeersplein. Stapsgewijs zal het verkeer hier worden teruggebracht en uiteindelijk achter de pleinwanden worden afgewikkeld. Er is nadere studie nodig naar stedenbouwkundige inpassing van de weg en verkeersintensiteiten en evenwicht in parkeren.

- 
4. Continuëren verkeersexperiment Wilhelminaplein. Recentelijk is het plein een aantal keer afgesloten voor verkeer. Dit eerste signalen zijn dat dit de verblijfskwaliteit op het plein sterk bevorderde.

Kartrekker	Termijn	Kosten (€)
Gemeenten en OVS	Quick win	Geen
Pandeigenaren	Kort	10 K
Gemeente	Middel	25-35 K
Gemeente	Quick win	Geen

Uitvoeringslijn 2: Someren-centrum ontwikkelt zich naar een compacter centrum met een duidelijke gebiedsafbakening met daarbij behorende functies die logisch op elkaar aansluiten. Ondernemerschap staat hierbij centraal en wordt zoveel mogelijk gefaciliteerd en versterkt.





Maatregel

- 
1. Diepte-verkenning (zowel programma als financieel) naar haalbaarheid derde ontwikkelingsrichting; verplaatsen winkels Sonnemansterrein naar nieuw te realiseren ontwikkeling Postelstraat en transformatie Sonnemansterrein tot woningbouwlocatie. Verschuift naar lange termijn omdat eigenaar Sonnemans hieraan geen medewerking wil verlenen
- 
2. Verkennen verplaatsingsmogelijkheden van winkeliers en horecaondernemers buiten het centrum van Someren inzake (interesse voor) vestiging in het kernwinkelgebied. Concreet gaat het om de locaties Terhofstadlaan, Kanaalstraat, Floreffestraat.
- 
3. Ontwikkelen van instrumenten om gewenste bewegingen op gang te krijgen, bijvoorbeeld een fonds dat transformatie, verhuizing en verbouwing stimuleert. Daarnaast actieve ondersteuning vanuit gemeente in bestemmingsplanwijzigingen

Kartrekker	Termijn	Kosten (€)
<i>Eigenaren/ondernemers</i>	<i>Lang</i>	<i>25-50 K</i>
<i>Gemeente/ondernemers</i>	<i>Middel</i>	<i>10 K</i>
<i>Gemeente</i>	<i>Middel</i>	<i>50-150 K</i>

Uitvoeringslijn 2: Someren-centrum ontwikkelt zich naar een compacter centrum met een duidelijke gebiedsafbakening met daarbij behorende functies die logisch op elkaar aansluiten. Ondernemerschap staat hierbij centraal en wordt zoveel mogelijk gefaciliteerd en versterkt.

Maatregel

-  **4. Jong en vernieuwend ondernemerschap wordt gepromoot.** Actief vastgoedeigenaren benaderen voor het tijdelijk beschikbaar te stellen van hun leegstaande pand voor pop-up stores, kunst, productlanceringen, ambachtelijke bedrijvigheid of cultuurinstellingen.
-  **5. Verkennen mogelijkheid om te komen tot een sterker clustering van versspecialzaken,** bij voorkeur in de nabijheid van het nieuwe supermarktcluster.
-  **6. In nauw overleg met Jumbo meer betrekken van de Jumbo supermarkt bij het centrumgebied,** bijvoorbeeld door deze te laten draaien met de entree cq. een meer open uitstraling te realiseren richting de Postelstraat.
-  **7. Het uitwerken van de visie** in een Programma van Eisen en Programma van Duurzaamheid om daarna via een definitief centrumontwerp de stap naar de fase van realisatie te maken.
-  **8. Opknappen pand HEMA en doorsteek naar Postelstraat vanaf parkeerterrein AH** Behalve het verfraaien en beter toegankelijk maken van de Postelstraat werkt dit ook inspirerend richting andere eigenaren om in actie te komen.

Kartrekker	Termijn	Kosten (€)
<i>Eigenaren</i>	<i>Kort</i>	<i>Geen</i>
<i>Ondernemers/eigenaren</i>	<i>Kort</i>	<i>10 K</i>
<i>Ondernemer/eigenaar</i>	<i>Middel</i>	<i>Privaat</i>
<i>Gemeente</i>	<i>Kort</i>	<i>20-30 K</i>
<i>Eigenaren</i>	<i>Quick win</i>	<i>Privaat</i>

Uitvoeringslijn 3: Someren een duidelijk centrum waar ontmoeten en leisure centraal staan. Deze kwaliteiten worden met name geconcentreerd rondom het Wilhelminaplein.

Maatregel

- 
1. Nadere verkenning realiseerbaarheid private investeringen Wilhelminaplein: sloop bestaande bebouwing en realisatie ('naar voren halen') nieuwe pleinwand (bouwblok met winkels en appartementen).
- 
2. Nadere uitwerking en verkenning realiseerbaarheid publieke investeringen Wilhelminaplein tot aangenaam en groen verblijfsgebied en evenementenplein wat uitnodigt tot ontmoeten, oa. horeca met terrassen (podium). Upgrading tot aangename huiskamer van Someren.
- 
3. Omleggen verkeersontsluiting en parkeren achterlangs, vanaf Spielheuvelstraat tot aan Laan van Roode , ontwerp en realisatie.
- 
4. Nadere uitwerking en verkenning realiseerbaarheid publieke investeringen Postelstraat als voetgangers-winkelgebied (dus autoluw of -vrij), in dezelfde stijl als het Wilhelminaplein. Rekening houden met de wensen van ondernemers in dit gebied.
- 
5. Kwaliteitsimpuls vastgoed door het verkennen van de bereidheid en investeringsmogelijkheden van vastgoedeigenaren in hun panden.

Kartrekker

Eigenaar

Gemeente

Gemeente

Gemeente

Eigenaren

Termijn

Middel

Middel

Middel

Middel

Middel

Kosten (€)

Privaat

PM


PM


PM


Privaat

Uitvoeringslijn 4: Someren is een dorp dat bruist en waar met regelmaat evenementen worden georganiseerd. In de basis gebeurt dit op het Wilhelminaplein.

Maatregel

- 

1. Als onderdeel van het BIZ-programma, **een actie- en evenementenkalender** opstellen met een programma voor het hele jaar, aanvullend op events die er al zijn. **Het gaat om terugkerende en verbindende evenementen** zoals concerten, sportactiviteiten en optredens, waardoor bewoners én toeristen verleid worden om het centrum te bezoeken.
- 

2. Het **verder uitwerken en vermarkten van de evenementen** Zummerse winterpret en Zummerse zomerpret tot vaste jaarlijks terugkerende en typisch Somerense events.
- 

3. De (huidige en toekomstige) bewoners van het centrum zullen straks wonen in een meer bruisend/levendig centrumgebied; er wordt een **centrumplatform** opgericht waarin ondernemers en bewoners heldere afspraken maken mbt het voorkomen van overlast

Kartrekker

Ondernemers

*Ondernemers,
gemeente*

*Ondernemers,
bewoners*

Termijn

Kort

Kort

Middel

Kosten (€)

37 K (jaarlijks)

10-20 K

Geen

Uitvoeringslijn 5: Someren heeft een duidelijk DNA dat gedragen wordt door zowel inwoners als ondernemers en zichtbaar is in de publieke ruimte

Maatregel

1. De kopgroep gaat verder met de **ontwikkeling van de identiteit** van Someren. In samenwerking met toerisme en horeca moet het eigen DNA vastgesteld én uitgewerkt worden in een verhaal en symboliek, die in het centrum op markante plaatsen zichtbaar en beleefbaar wordt.
2. Er worden **voor Someren markante en spraakmakende evenementen per jaar** aangewezen en verder opgetuigd en uitgebouwd, bij voorkeur aansluitend op het vastgestelde DNA, waarmee Someren zichzelf op de kaart zet.

Kartrekker

Ondernemers

Ondernemers

Termijn

Middel

Kort/middel

Kosten (€)

10-20 K

5-15 K

Uitvoeringslijn 6: sterker inzetten en uitbouwen van de toeristische potenties van Someren

Maatregel

-  **1. Toeristen en dagjesmensen verleiden** door het opzetten van arrangementen voor verblijf en bezoek aan Someren en omgeving. Er is voldoende aanbod in de omgeving voor een lang weekend, bijvoorbeeld in combinatie met Eindhoven. Door het ontwikkelen van aantrekkelijke arrangementen tussen ondernemers in Someren-centrum en toeristisch-recreatieve aanbieders in de gemeente kan het economisch draagvlak voor het centrum vergroot worden.
-  **2. Aansluiting zoeken bij de ontwikkeling in de Heihorsten.** Gedacht kan bijvoorbeeld worden aan gezamenlijke acties om de bezoekers van het park te verleiden het centrum van Someren te bezoeken als onderdeel van hun verblijf.

Kartrekker

Ondernemers

Ondernemers

Termijn

Kort

Middel



Kosten (€)

5 K

Geen

Uitvoeringslijn 7: Ondernemers werken onderling en met de gemeente structureel samen, ook op regionaal niveau

Maatregel

- 
1. We bouwen voort op al bestaande initiatieven en **organiseren een overkoepelend** overleg tussen centrum-eigenaren, centrum-ondernemers en gemeente (de Gouden Driehoek). Op deze manier verkennen we nieuwe samenwerkingen, ideeën en visies die betrekking hebben op het centrum.
- 
2. Oprichten van een **werkgroep acquisitie** die wordt belast met acquisitie: welke ketens of (lokale) ondernemers gaan we hiervoor uit de regio benaderen. Deze werkgroep is geïntegreerd binnen de ondernemersvereniging (OVS) of BIZ.
- 
3. De samenwerking met **jongeren** wordt verder uitgebouwd, zodat hun ideeën over het centrum worden verankerd. Begeleiding van het leerlingenproject ism. Varenonck College en komen tot jongeren-klankbordgroep.

Kartrekker

*Gemeente,
ondernemers,
eigenaren*

Ondernemers

Gemeente

Termijn

Kort

Kort

Middel

Kosten

Geen

Geen

Geen

Uitvoeringslijn 8: Er wordt per begin 2021 een BIZ voor het centrumgebied opgericht, gericht op een goede positionering en events, waarin alle ondernemers bijdragen

Maatregel

1. Vanaf maart 2020 is een werkgroep ondernemersfonds opgericht, belast met de **voorbereiding van een BIZ** (bedrijven investerings zone) voor het centrumgebied. Na een infobijeenkomst voor ondernemers in september is het BIZ-plan definitief gemaakt en in gemeentelijke besluitvorming gebracht.
2. De gemeente zorgt voor vaststelling van BIZ-verordening door de gemeenteraad en organiseert **de BIZ draagvlakmeting**, zij benadert ondernemers en overtuigt hen van nut en noodzaak van een BIZ.
3. Nadat de BIZ een feit is, is jaarlijks **structureel budget beschikbaar** voor sfeer/beleving, aankleding, marketing/promotie, gastvrij centrum en een professionele organisatie (wellicht inhuur centrum-manager). Dat zal het centrum een eerste impuls geven. Volgende stap is om ook de eigenaren te laten samenwerken , waarbij de haalbaarheid van een eigenaren BIZ zal worden onderzocht.

Kartrekker

Ondernemers

Ondernemers

Eigenaren

Termijn

Kort

Kort

Middel

Kosten (€)

10-20 K

Geen

Geen

SEINPOST ADVIESBUREAU B.V.

Brugstraat 1A

5211 VS 's-Hertogenbosch

088 - 210 02 00

info@seinpost.com

www.seinpost.com

Jan-Willem Speetjens

Peter Geerts

Joost Gieling

