

# EINDCONCEPT



Vereniging  
van  
Vastgoed  
Eigenaren  
Venlo

Plan binnenstad Venlo 2030

•dtnp•







Adviseurs voor Ruimte en Strategie

Graafseweg 109  
6512 BS Nijmegen

T 024 - 379 20 83

E info@dtnp.nl

W www.dtnp.nl

Opdrachtgever: Gemeente Venlo, in samenwerking met Venlostad.com en VVEV

Contactpersoon: De heer T. Vullings

Projectteam DTNP: De heer K. Trommelen  
De heer P. Rosmulder

Projectnummer: 2225.0221

Datum: 13 juli 2021

# Plan binnenstad Venlo 2030

# EINDCONCEPT



Vereniging  
van  
Vastgoed  
Eigenaren  
Venlo





<b>1</b>	<b>Context</b>	<b>1</b>	<b>Bijlagen</b>	<b>38</b>
1.1	Aanleiding en doel	2	1. Observatie: binnenstad in beeld	39
1.2	Feiten en cijfers	4	2. Koopstromen en bestedingen	43
1.3	Landelijke trends en ontwikkelingen	7	3. Indicatieve marktruimteberekening	45
1.4	Beleidskaders en koers	10		
<b>2</b>	<b>Analyse kansen en knelpunten</b>	<b>12</b>		
2.1	Functioneel-ruimtelijke analyse	13		
2.2	Indicatie toekomstig haalbaar centrumprogramma	15		
2.3	SWOT-analyse	17		
2.4	Opgave binnenstad 2030	19		
<b>3</b>	<b>Ruimtelijk-economische uitgangspunten</b>	<b>21</b>		
3.1	Aanpak strategische opgaven	22		
3.2	Een compacte binnenstad	23		
3.3	Een authentieke binnenstad	24		
<b>4</b>	<b>Uitvoeringsprogramma</b>	<b>29</b>		
4.1	Maatregelen en acties	30		



# Inhoudsopgave







# 1 Context



## 1.1 Aanleiding en doel

### Veranderend centrumbezoek

De historische binnenstad van Venlo heeft van oudsher een grote aantrekkingskracht. Er wonen en werken veel mensen, en jaarlijks komen er miljoenen bezoekers. De winkelfunctie was hierbij jarenlang dominant. Met de opkomst van webwinkels en wijzigend vestigingsgedrag van landelijke retailers (en het wegvallen daarvan) is in het gehele land de winkelleegstand de afgelopen jaren toegenomen. Door de coronacrisis mag verwacht worden dat de leegstand ook in de Venlose binnenstad (nu circa 13.000 m<sup>2</sup> winkelvloeroppervlak\*) de komende jaren verder toeneemt.

De gemeente Venlo, centrumondernemers (Venlostad.com) en vastgoedeigenaren (VVEV) hebben de handen ineengeslagen om goed in te kunnen spelen op het veranderende consumentengedrag. Samen willen zij de binnenstad weer aantrekkelijk maken als ontmoetings- en verblijfsplek: van 'place to buy' naar 'place to be'.

### Draagvlak centrum breed, maar kwetsbaar

De dreiging van een neerwaartse spiraal in de hoofdwinkelstraten Lomstraat en Vleesstraat ('minder winkels' - 'minder passanten') wordt in

\* Bron: Locatus (aug. 2020).

Venlo deels verzacht door de sterke toestroom vanuit het Duitse kooppubliek. Vooral de grote supermarkt 2 Brüder werkt onverminderd als een magneet, waar ook overige winkels en horeca van profiteren.

De sterke afhankelijkheid van het Duitse publiek is echter wel een risico, zeker aangezien uit het provinciale koopstromenonderzoek (KSOL 2019) blijkt dat de aantrekkingskracht van de Venlose binnenstad op de Noord-Limburgse gemeenten relatief beperkt is. Net zoals elders in ons land is de dominante rol van 'winkelen' als bezoekdoel voor de hedendaagse consument niet langer vanzelfsprekend. De binnenstad moet zich in de toekomst zien te onderscheiden van de concurrenten (in de regio en online).

### Hoe maken we het centrum toekomstbestendig?

De samenwerking tussen gemeente, VVEV en Venlostad.com biedt een goede basis om de drieledige uitdaging in de binnenstad de komende jaren aan te pakken:

1. de bestaande kracht en onderscheidende positie van Venlo beter benutten;
2. succesvol met elkaar de noodzakelijke transitie maken van vooral winkel- naar een gevarieerder centrumprogramma;
3. in specifieke deelgebieden de transformatie naar niet-publieksfuncties (waaronder wonen) actief bevorderen.



Neerwaartse spiraal dreigt door afname winkels



Bestaande kwaliteiten én samenwerking goede basis



Om te komen tot een effectieve (gezamenlijke) centrumaanpak voor de komende jaren zijn de drie centumpartners een proces gestart om te komen tot een onderbouwd en realistisch 'Plan Binnenstad Venlo 2030'.

### Een helder en beeldend centrumplan

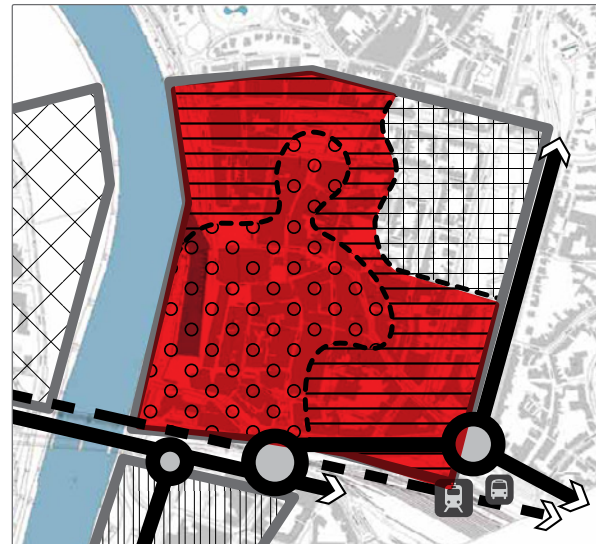
Via een kwantitatieve en kwalitatieve analyse van knelpunten én kansen wordt het toekomstig haalbare centrumprogramma (winkels, horeca en overige kansrijke functies) in beeld gebracht. Dit resulteert in zes binnenstadsopgaven (par. 2.4), die de centumpartners de komende jaren willen aanpakken.

Als antwoord op deze opgaven wordt in hoofdstuk 3 een uitwerking van de ruimtelijk-economische hoofdstructuur geschetst, in lijn met de 'Visie Stedelijk Centrum 2022'. Deze nadere positionering dient als kader voor de acties in het uitvoeringsprogramma. Hoofdstuk 4 vormt daarmee het vertrekpunt voor toekomstige samenwerking en centrumontwikkelingen.

### Uitgangspunten voor het centrumplan

Vanuit de stuurgroep (gemeente Venlo, VVEV en Venlostad.com) zijn aan het begin van het samenwerkingsproces de volgende uitgangspunten meegegeven (aan adviesbureau DTNP) bij het opstellen van de toekomstplannen:

- Winkelfunctie belangrijke basis voor de toekomst: hoewel voor iedereen helder is dat de winkelfunctie in de binnenstad afneemt en dus compacter moet worden ingericht, moet de winkelfunctie als basis wel maximaal worden gefaciliteerd;
- Passende kwaliteit: voor een duurzame ontwikkeling van de binnenstad moet worden ingezet op het beter bedienen van bezoekers, ondernemers en formules uit midden- en hoogsegment (divers aanbod);
- Duurzaam/klimaatadaptief en circulaire economie: Venlo heeft de ambitie om een circulaire en duurzame gemeente (Cradle2Cradle) te zijn. Ontwikkelingen in de binnenstad dienen aan die ambitie bij te dragen;
- Integraal kansen verzilveren: acties uit het centrumplan dienen aan te sluiten bij (en waar mogelijk voort te bouwen op) bestaand beleid, lopende projecten en kansrijke initiatieven in en om de binnenstad (bijv. aandacht voor historisch erfgoed, ontwikkeling kennis-economie, vergroening, etc.);
- Data en onderzoek: toekomstplannen dienen gestaafd te worden door data en onderzoek.



### Afbakening centrumplan

Dit document vormt een gezamenlijke verbreding/uitwerking binnen de strategische kaders van de vigerende centrumvisie uit 2012 (Visie Stedelijk centrum 2022). In dit document ligt de nadruk op het



publieksgerichte deel van het centrum (hiernaast rood gearceerd). Hierna wordt zowel de term 'binnenstad' als 'centrum' gebruikt voor dit gebied.





Dit is niet of nauwelijks terug te zien in de aanwezige huishoudensstijlen: naast huishoudens uit de (minder koopkrachtige) groep 'Volks en Uitgesproken' (19% van de huishoudens) zijn in Venlo de modale groepen 'Gewoon Gemiddeld' (18%) en 'Gezellige Emptynesters' (15%) het meeste aanwezig\*.

### Publieksgerichte functies in centrum

Het dagelijks winkelaanbod in het centrum van Venlo bestaat uit circa 7.640 m<sup>2</sup> winkelvloeroppervlak (wvo) aan supermarkten en circa 4.200 m<sup>2</sup> wvo aan overige dagelijkse winkels (verspecialzaken en drogisterijen), verdeeld over in totaal 52 verkooppunten (vkp)\*\*. Supermarkt 2 Brüder, voornamelijk gericht op de Duitse consument, is met circa 4.600 m<sup>2</sup> wvo de grootste winkel van het centrum. Verder is er een aanzienlijk deel niet-dagelijks aanbod (54.650 m<sup>2</sup> wvo, 200 vkp), waarvan 'mode' de grootste subbranche vormt (met ca. 29.400 m<sup>2</sup> wvo, 115 vkp). Het overige centrumprogramma bestaat uit leisure (circa 17.400 m<sup>2</sup> wvo, 148 vkp) en diensten (circa 3.500 m<sup>2</sup> wvo, 61 vkp).

De leegstand bedraagt circa 13.000 m<sup>2</sup> wvo (93 vkp) en is relatief gelijkmatig verspreid over het centrum (zie kaart p. 6).

\* Voor meer informatie, zie [www.whooz.nl/whize](http://www.whooz.nl/whize).

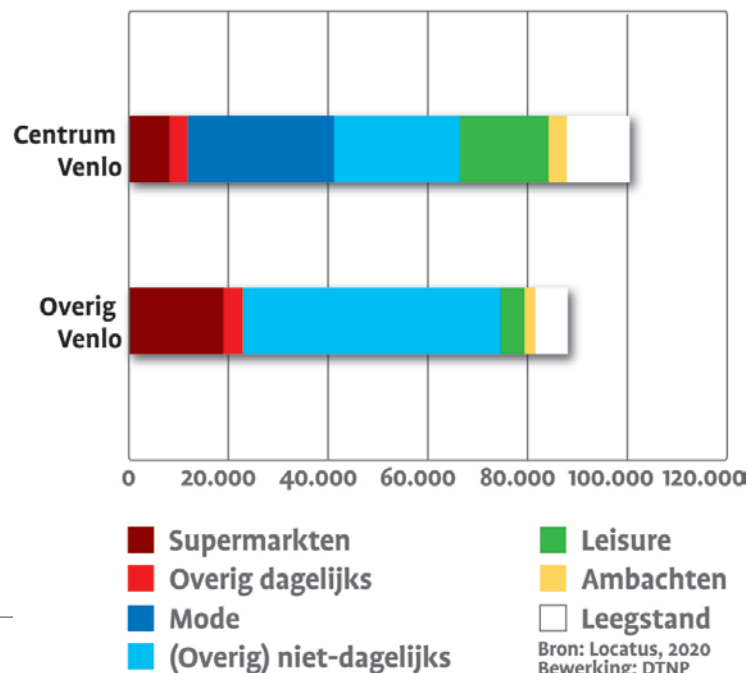
\*\* Bron: Locatus (aug. 2020).

### Publiekstrekkers en branchebeeld

De belangrijkste publiekstrekkers in het centrum liggen aan de zuidwest- en noordzijde van de stad: Primark, H&M, The Sting en MediaMarkt aan de Maasstraat, Hema aan de Vleesstraat en supermarkt 2 Brüder, Action en (in mindere mate) Beej Benders aan het Mgr. Nolensplein.

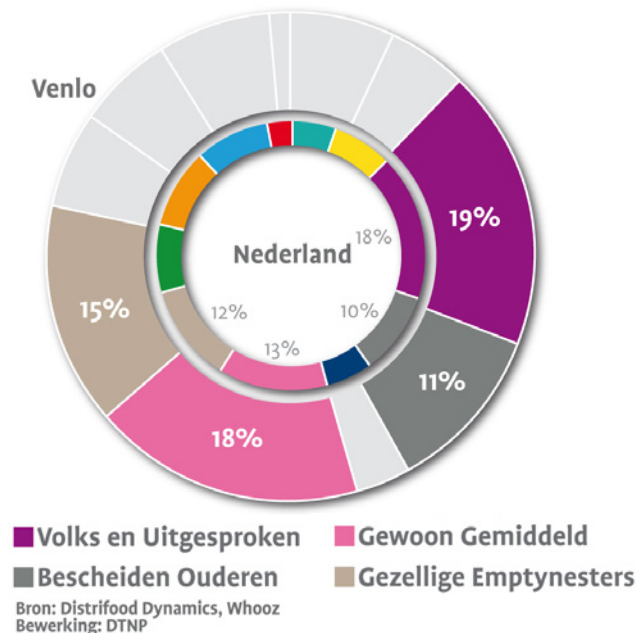
In de modische sector wordt het winkelaanbod gedomineerd door het midden- en lage marktsegment. Het hogere marktsegment is slechts beperkt aanwezig. Ook in de overige niet-dagelijkse sector zien we dit beeld.

### Aanbod gemeente Venlo (in m<sup>2</sup> wvo)

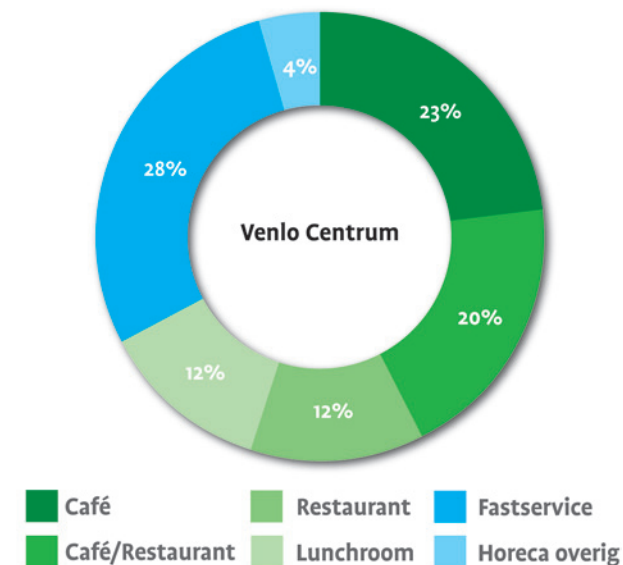


Bron: Locatus, 2020  
Bewerking: DTNP

### Leefstijlen huishoudens gemeente Venlo



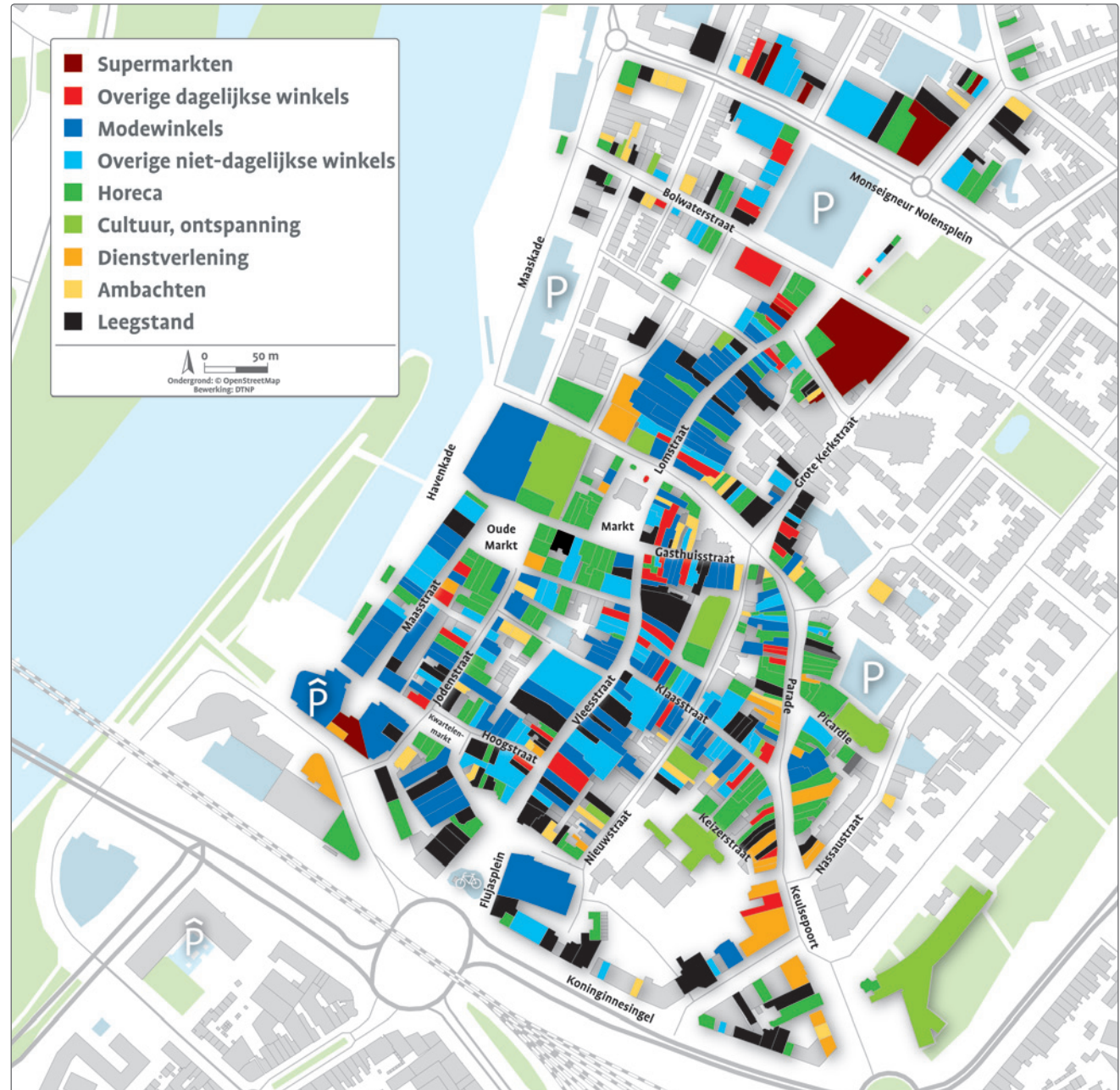
### Horeca-aanbod in binnenstad Venlo (aantal vkp)



Ook horeca is sterk aanwezig in het centrum. Vooral de Markt, maar ook de Oude Markt en Kwartelenmarkt hebben een grote aantrekkingskracht op bezoekers (dag- en avondhoreca). Aan de Parade is daarnaast een concentratie van avond- en nachthoreca (uitgaan). De binnenstad telt relatief veel horecabedrijven in de branche *fastservice\** (zie grafiek op p. 5).

In de binnenstad zijn de belangrijkste grote culturele voorzieningen geconcentreerd, zoals Theater de Maaspoort, Limburgs Museum, museum Van Bommel van Dam (binnenkort), poppodium Grenswerk en City Cinema Venlo. Belangrijk is ook de aanwezigheid van onderwijsinstellingen HAS en Maastricht University Campus Venlo.

Centrumaanbod augustus 2020 (bron: Locatus, bewerking: DTNP)



\* NB: verzamelnaam voor o.a. fastfood, grillrooms, ijssalons en afhaal-/bezorgfuncties (Bron: Locatus, 2020)

## 1.3 Landelijke trends en ontwikkelingen

### Polarisatie tussen centrumgebieden

De Nederlandse winkelmarkt kent al meerdere jaren een grote dynamiek als gevolg van veranderend consumentengedrag. In recent koopstromenonderzoek\* blijkt het aandeel online bestellingen opnieuw toe te nemen in zowel de dagelijkse als de niet-dagelijkse sector. Met name de middelgrote centra in ons land ondervinden hier de gevolgen van.

De lokale dorps- en wijkcentra zijn nog relevant door hun lokale boodschappenfunctie (groot versaanbod dicht bij huis) en de grotere binnensteden blijven aantrekkelijk dankzij de veelzijdigheid van het publiek programma (een 'dagje stad'). De middelgrote centra zijn echter onvoldoende onderscheidend.

### Middelgrote centra kwetsbaar

Door de verdere ontwikkeling van het internetwinkelen zijn consumenten voor veel niet-dagelijkse artikelen (een broek, schoenen, elektronica, etc.) niet langer afhankelijk van het winkelaanbod in de middelgrote centra. Omdat juist hier in de jaren van hoogconjunctuur volop winkelmeters zijn bijgebouwd (bijvoorbeeld voor warenhuizen zoals

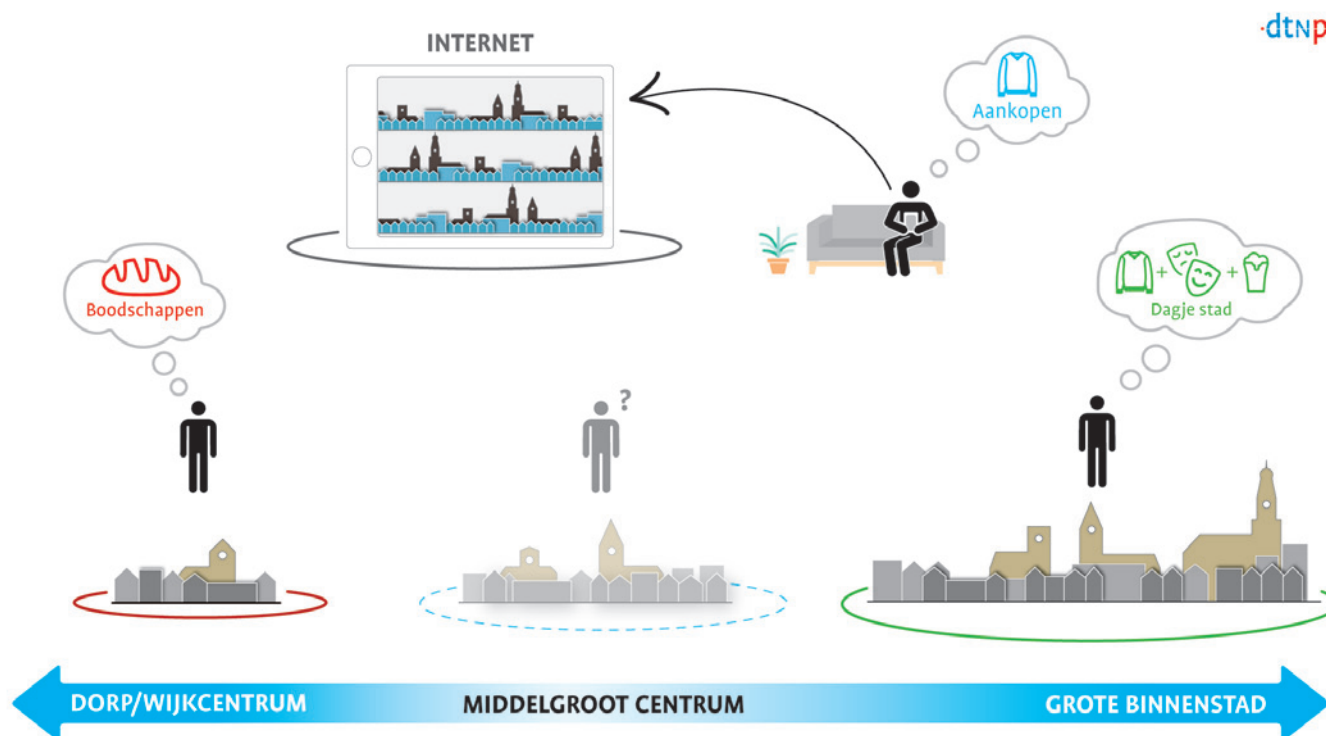
V&D), vallen er inmiddels flinke gaten in de winkelstraten. De coronacrisis versnelt de lopende processen (meer mensen maken kennis met online winkelen, bedrijven met weinig reserves vallen om). Hierdoor staan veel centra in ons land nu voor de opgave om zich opnieuw te positioneren, zodat ze relevant blijven voor de consument.

### Opkomst van andere centrumfuncties

Met de veranderende positie van het (niet-dagelijkse) winkelaanbod neemt het belang van het

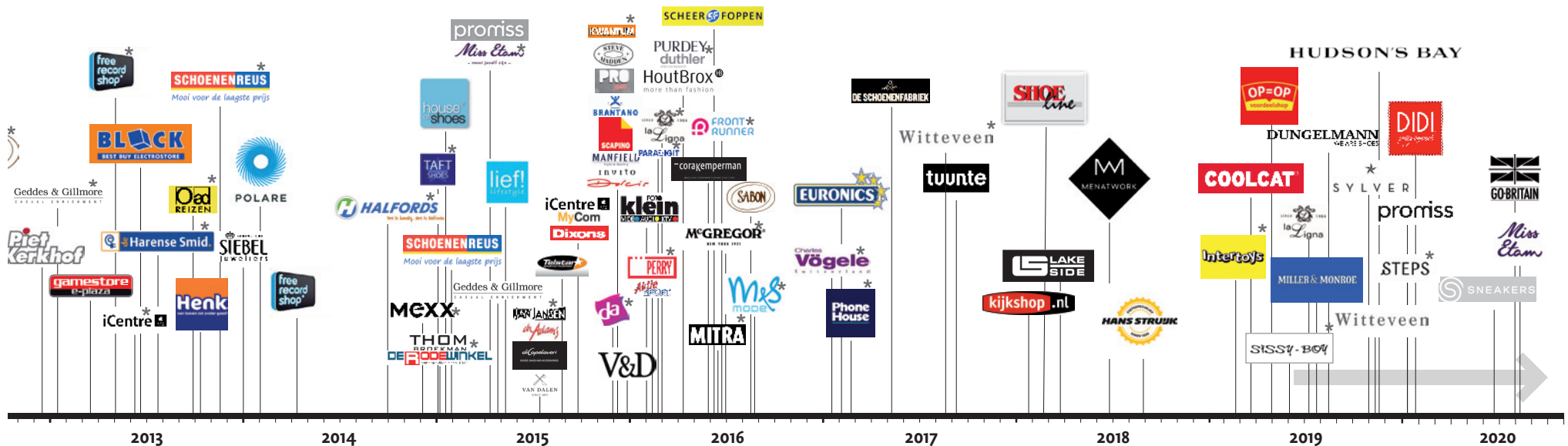
overige centrumprogramma verder toe. Met name de horeca zat (voor corona) in de lift. We ontmoeten elkaar steeds vaker en vanzelfsprekender buiten de deur, onder het genot van een kop koffie of een (snelle/uitgebreide) lunch.

Toch leken de grenzen van de groei ook voor de horeca min of meer bereikt. Na een periode van stagnatie nam de leegstand in de Nederlandse binnensteden begin 2020 weer toe. Niet alle leegkomende winkelpanden konden worden ingevuld met een koffiebar of café/restaurant.



\* KSO Randstad 2018 en KSO Limburg 2019.





### Sfeer en beleving centraal in vrijetijdsbesteding

Tegelijkertijd wordt de Nederlander ook kritischer in de vrijetijdsbesteding. De groei van het aantal muziek- en foodfestivals is tekenend voor de behoefte aan verrassing en continue vernieuwing van de hedendaagse consument.

De toegenomen beeldcultuur versterkt dit effect; fotogenieke locaties of 'events' worden massaal gedeeld en kunnen in korte tijd uitgroeien tot ware publiekstrekkingen. Voor ondernemers biedt dit kansen, mits zij zich kunnen onderscheiden voor een (zeer) specifieke doelgroep.

Toch zijn ook lokale netwerken nog steeds belangrijk in het sociale leven. Voor jongeren is

het uitdragen van de afkomst een waardevol onderdeel van de eigen identiteit, terwijl voor de groeiende groep senioren de (fysieke) leefwereld zich steeds meer beperkt tot de directe woon- en leefomgeving; het eigen centrum.

### Corona versnelt

Door de coronacrisis hebben binnensteden grote klappen gekregen: detailhandel en horeca was meermaals (langdurig) gedwongen gesloten, waardoor ook het centrumbezoek in 2020 sterk fluctueerde. Met name in grensgemeenten (zoals Venlo) was het effect van binnenlandse en buitenlandse coronamaatregelen zichtbaar. Ondertussen zijn de online aankopen in veel sectoren (waaronder mode en luxe) gestegen.

Het langetermijneffect van de coronamaatregelen op het consumentengedrag laat zich nog lastig voorspellen. Online aankopen blijven naar verwachting hoger dan voorheen, maar andere bezoekersaantallen (m.n. horeca) keren wellicht snel terug naar 'normaal'.

### Structurele keuzes noodzakelijk

Binnen de detailhandel is de verandering van het consumentengedrag structureel. Ondanks economische groei liep in 2019 het landelijke aantal winkelfaillissementen weer verder op ten opzichte van het jaar ervoor\*. Ook in Venlo zal (versterkt door de impact van corona) in de

\* CBS statline (febr. 2020) Faillissementen; bedrijven en instellingen.

toekomst rekening moeten worden gehouden met het wegvallen van landelijke filiaalbedrijven en met de gevolgen van een vergrijzend ondernemersbestand (en het uitblijven van opvolging). Net als in veel andere (middelgrote) centra in ons land zijn structurele keuzes nodig om te komen tot een toekomstbestendig (compact en aantrekkelijk) centrum, dat weer relevant en herkenbaar is voor de eigen inwoners en dat aansluit bij het bezoekgedrag en de bezoekmotieven van regionale gasten en (in mindere mate) toeristisch/recreatieve bezoekers.

#### Een ander centrumbezoek faciliteren

Om aantrekkelijk te blijven zal er in de toekomst dan ook meer moeten worden ingezet op 'sfeer en beleving' en 'service en kwaliteit'. De consumenten hebben een grote keuzevrijheid voor de aankoop van artikelen. Hierdoor worden overige factoren belangrijker voor het centrumbezoek: niet een zo groot mogelijk winkelaanbod of winkelcircuit (zie kader hiernaast), maar een gevarieerd en verrassend centrummilieu is doorslaggevend voor de recreatieve bezoeker.

Door gebruik te maken van de lokale (authentieke) kenmerken van de stad en door klantvriendelijkheid en gastvrijheid voorop te zetten, kan het centrum zich onderscheiden van zowel internet als naburige centrumgebieden.

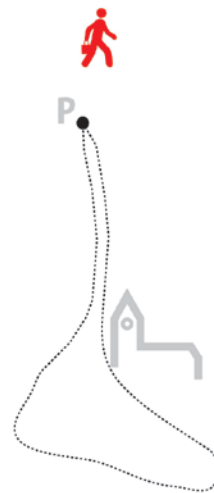
### Bezoekersgedrag middelgrote centra: doelgericht van A naar B, en weer terug

#### Heen en weer



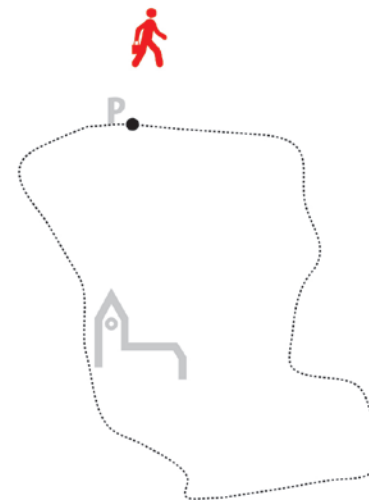
45%

#### Lusje



25%

#### Rondje



15%

#### Doorkruisen



5%

Onderzoek van DTNP in samenwerking met de Radboud Universiteit Nijmegen onder circa 3.000 respondenten in 20 middelgrote centra laat zien dat zogenoemd struinend winkelgedrag nauwelijks voorkomt in middelgrote centra. Bezoekers leggen een korte en zeer overzichtelijke route af: meestal een winkelstraat heen en weer of kleine varianten daarop.

Minder dan 1 procent van de passanten loopt een achtje, terwijl de centra daarvoor wel de mogelijkheid bieden.

Bezoekers lopen over het algemeen doelgericht van A naar B en terug, ook wanneer er verschillende winkelcircuits aanwezig zijn. Gemiddeld lopen bezoekers ongeveer 640 meter, maar dit verschilt per bezoekmotief.

In een sterk veranderende winkelmarkt is een overzichtelijke routing en bundeling van passantstromen steeds belangrijker. Te veel parallelle winkelroutes leiden tot lagere passantstromen per straat en daarmee tot afnemende kansen voor ondernemers.

## 1.4 Beleidskaders en koers

### Integraal en up-to-date

Het 'Plan binnenstad 2030' staat niet op zichzelf. Het vormt het verlengstuk van een aantal vastgestelde visies en gemeentelijke beleidskaders vanuit diverse invalshoeken. In deze paragraaf belichten we de (stedelijke) koers die is ingezet in Venlo en de (relevante) beleidskaders waarbinnen het Plan Binnenstad vorm krijgt.

### Nabijheid leidt tot synergie

In de 'Visie Stedelijk Centrum 2022' (uit 2012) is de strategische koers beschreven voor de toekomst van de binnenstad. Daarbij is het hoofddoel het versterken van grootstedelijke functies in hun samenhang en het verbeteren van de ruimtelijke kwaliteit van het centrum. Hiermee blijft de stad niet alleen aantrekkelijk voor bezoekers (langere verblijfsduur), maar verbetert Venlo ook de positie als regionale vestigingslocatie en woonstad. Leidend motto hierbij is 'nabijheid'; een compacte structuur:

- vergroot de aantrekkingskracht en robuustheid van het centrum als geheel en vergroot het draagvlak van voorzieningen;
- bevordert de beloopbaarheid van het centrum en de kwaliteit van de openbare ruimte;
- draagt bij aan de levendigheid en de ontmoetingsfunctie.

### Stedelijke koers als antwoord op krimpscenario

De binnenstad is het visitekaartje van de gehele gemeente Venlo. Hier zal uitvoering gegeven moeten worden aan de ambitie om het grootstedelijke karakter en de regiofunctie van de gemeente 'als centrumstad' te versterken. Venlo zet actief in op het binden en behouden van jongeren, onder andere door ontwikkeling van het hoger (en middelbaar) onderwijs. Deze kennisgerelateerde ontwikkeling biedt kansen om de regionale economie te verbreden. Met de komst van meer studenten, (jonge) gezinnen en nieuwe werkgevers en -nemers kunnen demografische krimpscenario's voor stad en regio wellicht gekeerd of vertraagd worden.

Venlo wil zichzelf doorontwikkelen als stad (in een verder rurale regio), waarbij een sterk, gevarieerd, toegankelijk en compleet stedelijk centrum en een gevarieerd aanbod van woonmilieus en woonvormen essentieel is.

### Levendigheid en eigen identiteit versterken

Deze stedelijke koers is terug te vinden in diverse aanverwante beleidsterreinen met relevantie voor de binnenstad. Onder andere in de 'Agenda Groen en Water', de 'Erfgoednota', het 'Evenementenbeleid', de 'Cultuurvisie', het 'Economisch uitvoeringsprogramma (EUP)', de 'Woonvisie' én de 'Spoorvisie' is het "*versterken*

### Ruimtelijk-economisch BELEIDSKADERS

- Detailhandelsbeleid Venlo 2015-2025
- Economisch Uitvoeringsprogramma '19-'22
- Horecabeleid
- Regionale Detailhandelsvisie Noord-Limburg
- Subsidieregel Transformatiefonds
- Visie Stedelijk Centrum 2022

### Cultuur, toerisme en evenementen

- Cultuurvisie Gemeente Venlo 2020
- Actieprogramma Vrijtijdseconomie Noord-Limburg
- Evenementenbeleid 2020-2023

### Erfgoed, stedenbouw en wonen

- Erfgoednota
- Welstandsnota
- Meerjarenprogramma Venlo Studentenstad
- Reclamenota Binnenstad Venlo 2014
- Verbeelding vestingwerken Venlo\*
- Woonvisie\*

### Groen, water en duurzaamheid

- Agenda Groen en Water
- Transitievisie Gebouwde Omgeving 2021

### Mobiliteit en toegankelijkheid

- Agenda 22
- Fietsplan Venlo\*
- Beleidsplan Parkeren\*
- Spoorvisie Venlo
- Mobiliteitsvisie Trendsportal

\* Nog niet vastgesteld



van het stedelijke profiel van Venlo” doorvertaald in ambities, regels en acties voor de binnenstad, waarbij integraliteit voorop staat.

Ter illustratie: ‘wonen’ (o.a. studentenhuisvesting) geldt als een van de middelen om de levendigheid van de binnenstad en de aanwezige voorzieningen te versterken, en ‘erfgoed’ wordt waar mogelijk (letterlijk) aangelicht om de eigen identiteit en de historische kwaliteiten te versterken. Beide beleidsvelden zijn vervolgens samengebracht in de aanpak ‘Wonen (en werken) in erfgoed’:

- historische panden blijven behouden dankzij een nieuwe (toekomstbestendige) functie;
- de (gerenoveerde) gevel versterkt de uitstraling en daarmee de authentieke beleving van de binnenstad;
- nieuwe bewoners brengen nieuw leven en nieuwe energie in de stad.

### **Detailhandel: positie centrum versterken**

Een sterk voorzieningenaanbod is van grote betekenis voor de gemeente Venlo, zowel vanuit economisch als maatschappelijk perspectief. Detailhandel bepaalt voor een belangrijk deel de aantrekkingskracht voor inwoners, recreanten en toeristen, het draagt bij aan de werkgelegenheid en genereert omzet. Doel van het gemeentelijk detailhandelsbeleid is het versterken van winkelgebieden in de gemeente; hierbij is er een hiërarchische

relatie tussen de binnenstad van Venlo en overige winkelgebieden (o.a. Trefcenter en stadsdeelcentra Blerick en Tegelen). Dit betekent dat in algemene zin *“detailhandelsontwikkelingen geen negatief effect mogen hebben op ruimtelijke kwaliteit en leegstand in Venlo-Centrum”*. Bij voorkeur vinden ontwikkelingen plaats in kernwinkelgebieden en dragen ze bij aan een compact en hoogwaardig centrum. Om onnodige concurrentie tegen te gaan, worden solitair gelegen ontwikkelingen niet ondersteund.

### **Horeca: profilering horecagebieden en routing**

Naast detailhandel vormt horeca een belangrijk (en omvangrijk) deel van het centrumaanbod. In het horecabeleid (2007) zet de gemeente in op behoud en versterking van een goed en attractief horeca-aanbod met ruimte voor dynamiek en vernieuwing, op het versterken van de concurrentiepositie van Venlo (met de binnenstad voorop) en van het ondernemersklimaat, en op profilering van horecagebieden en routing in de binnenstad.

### **Ambities bereikbaarheid/logistiek**

In en om de binnenstad is de gemeente ook bezig met het aanbrengen van infrastructurele verbeteringen, waaronder het ontwikkelen van kwalitatief hoogwaardige parkeervoorzieningen. Zo is/wordt er gewerkt aan o.a. Blok van Gendt en Arsenaal, wordt (haalbaarheids)onderzoek

gedaan naar een Julianaparkgarage en doorontwikkeling van het NS-station (als ‘mobiliteits-hub’), is in het ‘Ambitiedocument Fiets’ voorgenomen om het aantal bewaakte fietsenstallingen uit te breiden, is *“stadsdistributie met duurzame voertuigen (city hub)”* onderdeel van het EUP én wordt er gestart met het opstellen van het ‘beleidsplan parkeren’, met nieuw parkeerbeleid voor o.a. Venlo-centrum.



Coers: het stedelijk profiel van Venlo versterken



Bron: OKRA, verbeelding vestingwerken (Julianapark)

**Ambitie: integraal opgaven aanpakken** (economie, klimaat, etc.) **en kwaliteiten versterken** (bijv. erfgoed)



# 2 BRÜDER



## 2 Analyse kansen en knelpunten



### Veranderend centrumbezoek in Venlo?

*Landelijke trends en ontwikkelingen in de detailhandel leiden tot een structureel ander centrumbezoek (zie par. 1.3). Het jarenlang dominante winkelprogramma neemt in belang af, nu meer consumenten online kopen. Zaken als verblijfskwaliteit, uitstraling en een 'authentieke beleving' worden daarmee steeds belangrijker voor de centrumbezoeker.*

*Hoe staat de binnenstad van Venlo er nu voor, gezien deze verschuiving in bezoekmotief? Is in Venlo het centrumbezoek én het bezoekersgedrag gewijzigd in de afgelopen jaren? En wat zijn hiervan de gevolgen (kansen en knelpunten)?*

### Leeswijzer hoofdstuk 2

In dit hoofdstuk worden bovenstaande vragen beantwoord. Aan de hand van een functioneel-ruimtelijke analyse (2.1) en een indicatie van het toekomstig haalbare centrumprogramma (2.2) wordt een analyse gemaakt van de huidige situatie in de binnenstad. In de bijlagen (1. observatie, 2. koopstromen en 3. indicatieve marktruimteberekening) vindt u nog meer achtergrondinformatie bij deze analyse. De conclusie wordt samengevat in een SWOT-analyse (2.3) en is vertaald naar zes concrete opgaven (2.4).

## 2.1 Functioneel-ruimtelijke analyse

### Duitse consument belangrijk voor Venlo

In het Koopstromenonderzoek Limburg (KSOL) van 2019 zijn het koopgedrag van inwoners van Limburg én de bestedingen van bezoekers aan publieksgerichte voorzieningen in Limburgse gemeenten onderzocht. Daarin zijn ook buitenlandse bestedingen meegenomen. Uit dit onderzoek blijkt dat Venlo-Centrum voor een belangrijk deel draait op Duitse consumenten. Zij zijn goed voor bijna driekwart van de dagelijkse, en voor bijna de helft van de niet-dagelijkse bestedingen in het centrum van Venlo.

#### **Benchmark: aandeel Duitse euro's uitzonderlijk hoog**

Dat het centrum van Venlo in belangrijke mate op Duitse consumenten draait, is op zichzelf geen nieuw inzicht. In vergelijking met (een beperkt) aantal soortgelijke grenssteden is dit 'leunen' op Duitse consumenten in Venlo echter wel uitzonderlijk hoog.

In de benchmarkcentra zijn de Duitsers goed voor 'slechts' 15 à 20% van de niet-dagelijkse bestedingen, tegenover 47% in Venlo. In de dagelijkse bestedingen is het verschil zelfs nog groter (respectievelijk 20% en 70%). Dit geldt zowel voor grotere (Enschede) als kleinere centra (Heerlen).

Dit is duidelijk zichtbaar aan de noordzijde van de stad, waar een van de grootste publiekstrekkers is gevestigd: supermarkt 2 Brüder. Het (voor hen) goedkope boodschappenaanbod vormt voor veel van onze oosterburen een belangrijk bezoekdoel in Venlo. Vanuit daar verkennen ze ook de rest van de historische binnenstad.

### Nederlandse (regio)consument blijft weg

De 'Duitse hoek' hoort van oudsher bij Venlo, maar door het veranderend consumentengedrag (met name aan de Nederlandse zijde van de grens) is het eenzijdige aanbod gericht op de Duitse kooptourist in opmars. Een neerwaartse





spiraal dreigt, waardoor de Venlonaar en de Nederlandse regiobezoeker zich in steeds meer delen van de binnenstad steeds minder thuisvoelt.

In het koopstromenonderzoek is deze trend al zichtbaar: gemiddeld vloeit slechts 11% van de bestedingen in de niet-dagelijkse sector uit de omliggende gemeenten af naar Venlo.

### Passantenaantallen en looproutes verschuiven

Met de nieuwbouw aan de 'Maasboulevard' is in het verleden getracht nieuw (en ander) winkelprogramma toe te voegen in Venlo en zo een sluitend winkelrondje te realiseren in de binnenstad. Met onder andere Primark, H&M, The Sting en MediaMarkt is aan de Maasstraat een nieuw zwaartepunt ontstaan voor de (recreatieve) consument. De focus van het lokale winkelpubliek is in de laatste jaren dan ook gedeeltelijk verschoven naar deze zijde van het centrum, mede versterkt door de aanwezigheid van diverse parkeergarages.

Uit verdiepend onderzoek naar passantenstromen in het centrum\* blijkt echter dat slechts een klein deel van de respondenten het volledige 'winkelrondje' (Maasstraat, Markt, Vleesstraat

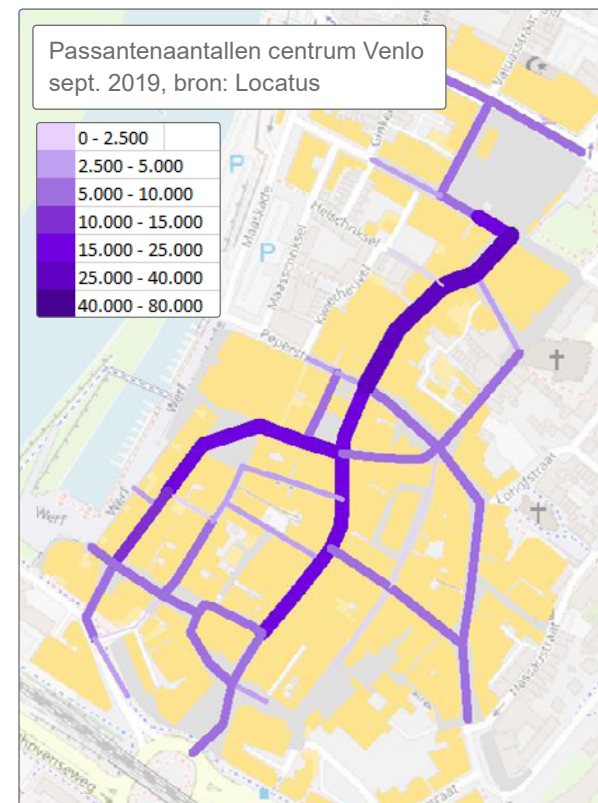
en Hoog-/Wijngaardstraat) loopt. Met name het zuidelijke deel van de Vleesstraat (grofweg vanaf Klaasstraat tot aan Flujasplein) kent de laatste jaren veel minder passanten. Het drukste punt van de binnenstad ligt ter hoogte van de Markt, waar veel looproutes en bezoeksdoelen bij elkaar komen.

### Bijzondere B-straten en horeca in opkomst

Met het verschuivend consumentengedrag is het 'struimilieu' van zijstraten en stadspleinen (naast Markt ook Oude Markt en Kwartelenmarkt) steeds belangrijker geworden voor de aantrekkingskracht van de binnenstad. Ook de Parade is in opkomst; met name in de weekenden en tijdens evenementen en festiviteiten is dit het bruisend middelpunt. Naast de horeca zijn ook kunst en cultuur, in Venlo ruimschoots aanwezig, belangrijker geworden als bezoeksdoel en onderscheidende kwaliteit van de stad.

Het historisch erfgoed in de binnenstad is bij dit alles (voor lokale bezoekers en dagjesmensen) onmisbaar als sfeervol decor. Desalniettemin zal er ook in Venlo ondanks alle aanwezige kwaliteiten, actief ingespeeld moeten worden om de negatieve effecten van (onvermijdelijk) toenemende leegstand tijdig op te vangen.

\* Bezoekersonderzoek Quotus Research (2016) en analyse Colliers (2017).



Passantenaantallen zuidzijde binnenstad lopen terug



Markt nog altijd hét centrale knooppunt in de stad

## 2.2 Indicatie toekomstig haalbaar centrumprogramma

### Geen exacte wetenschap

De winkelmarkt is al enkele jaren, en zeker in de huidige coronacrisis, zeer dynamisch. Het berekenen van toekomstig centrumprogramma gaat derhalve gepaard met de nodige onzekerheden. Om toch enig gevoel te krijgen van het huidige functioneren én het toekomstig haalbare winkelvloeroppervlak in het centrum van Venlo is een indicatieve marktruimteberekening gemaakt aan de hand van enkele landelijke kengetallen en lokale gegevens voor de branchegroep Mode en luxe. De branchegroep Mode en luxe (30.000 m<sup>2</sup> wvo) beslaat het grootste deel van het niet-dagelijkse aanbod in de binnenstad en dit is de sector waarin de grootste wijzigingen in koopgedrag plaats zullen vinden. Bovendien zijn voor deze branchegroep actuele cijfers beschikbaar, waarmee het een goede indicator is voor het overige niet-dagelijkse aanbod in het centrum van Venlo.

### Indicatie toekomstig functioneren binnenstad

Als gevolg van de sterke stijging van het markt-aandeel internet (dat is versneld door corona, zie ook figuur hiernaast) zullen er naar verwachting op termijn nog minder bestedingen in fysieke winkels plaatsvinden. Hiermee loopt het overschot aan modisch én overig niet-dagelijks

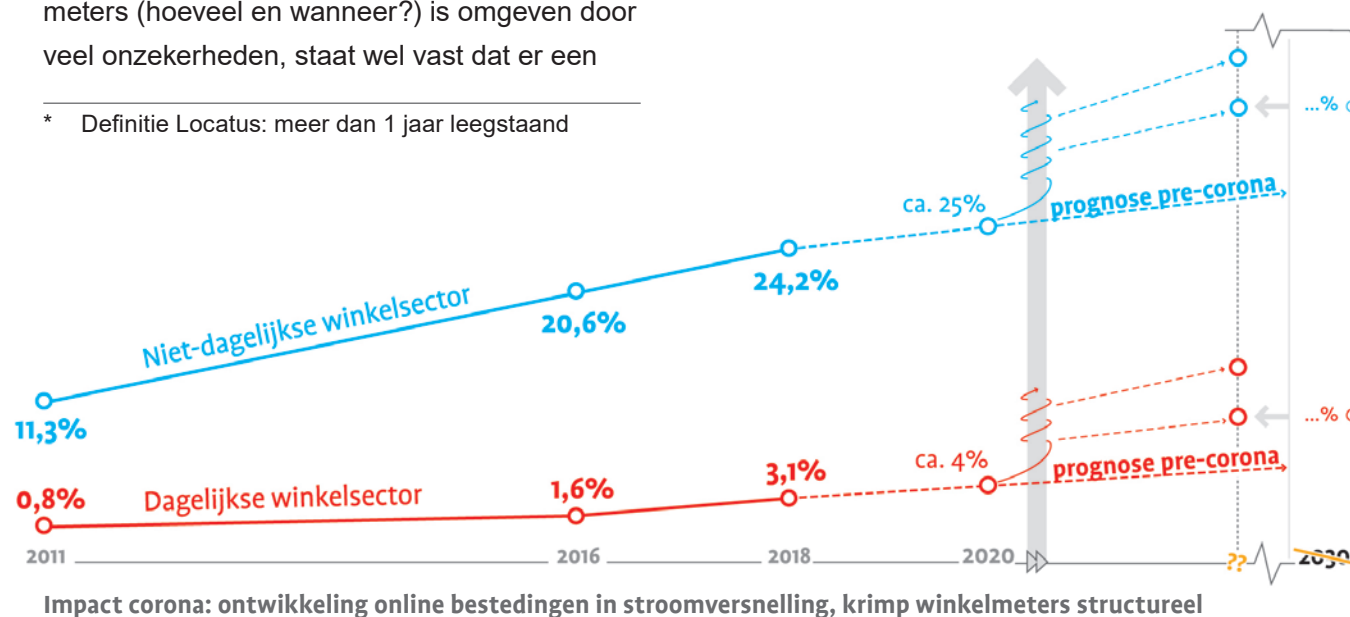
winkelaanbod in de binnenstad van Venlo tussen nu en 2030 verder op. In totaal (zie indicatieve berekening in bijlage 3) leidt dit tot een richtgetal voor de transformatie-opgave in de Venlose binnenstad van circa 20.000 à 25.000 m<sup>2</sup> wvo voor 2030.

### Toename leegstand verwacht

Medio 2020 stond reeds circa 13.000 m<sup>2</sup> wvo leeg in het centrum van Venlo, waarvan circa 7.500 m<sup>2</sup> wvo langdurig of structureel\*. Veel van deze leegstand zal niet opnieuw worden ingevuld met winkels. Sterker nog: de leegstand zal de komende jaren toenemen!

Ondanks dat de 'sanerings'opgave voor winkelmeters (hoeveel en wanneer?) is omgeven door veel onzekerheden, staat wel vast dat er een

\* Definitie Locatus: meer dan 1 jaar leegstaand



structurele verandering gaande is. Zo verwacht ook het Planbureau voor de Leef-omgeving dat de leegstand in Venlo tussen oktober 2020 en januari 2022 met circa 30% toeneemt (van 12,6 naar 16,2% van het winkelvloeroppervlak)\*\*. Deze toename is behoorlijk, maar valt mee in vergelijking met veel andere Nederlandse binnensteden\*\*\*. De grote toestroom van Duitse consumenten (zie ook koopstromen in bijlage 2) dempt de krimp.

### Eenzijdig winkelaanbod kwetsbaar

In de indicatieve marktruimteberekening is het uitgangspunt dat de Duitsers in vergelijkbare

\*\* PBL (dec. 2020) Veerkracht op de proef.

\*\*\* +40% landelijk. Meer info vindt u [hier](#).



mate naar Venlo blijven komen als zij nu doen (zeer hoge koopkrachttoevloeiing van ca. 70%). Dit is echter geen gegeven! Indien het (om wat voor reden dan ook) voor Duitse consumenten minder aantrekkelijk wordt om naar Venlo (of Nederland) te gaan voor bijvoorbeeld het doen van boodschappen, dan heeft dat direct grote gevolgen voor het haalbare aanbod in het centrum van Venlo.

Een winkel als 2 Brüder draait nagenoeg 100% op Duitsers, evenals veel drogisterijen rondom die zeer grootschalige supermarkt. De grote invloed van Duitsers op de binnenstad van Venlo leidt er dus enerzijds toe dat de binnenstad op dit moment relatief goed functioneert. De keerzijde is dat er sprake is van afhankelijkheid waar slechts beperkte invloed op uitgeoefend kan worden.

### ‘Overige functies’ al ruimschoots aanwezig

Overig publiek centrumprogramma wordt, mede ten behoeve van een goed functioneren van de detailhandel, steeds belangrijker. Bij de transitieopgave wordt daarom primair gezocht naar nieuwe ‘publieksgerichte functies’ die de plek van de wegtrekkende detailhandel kunnen invullen. Venlo-Centrum biedt echter nu al een diverse functiemix aan de inwoners en bezoekers van de binnenstad, ook in vergelijking met het aanbod

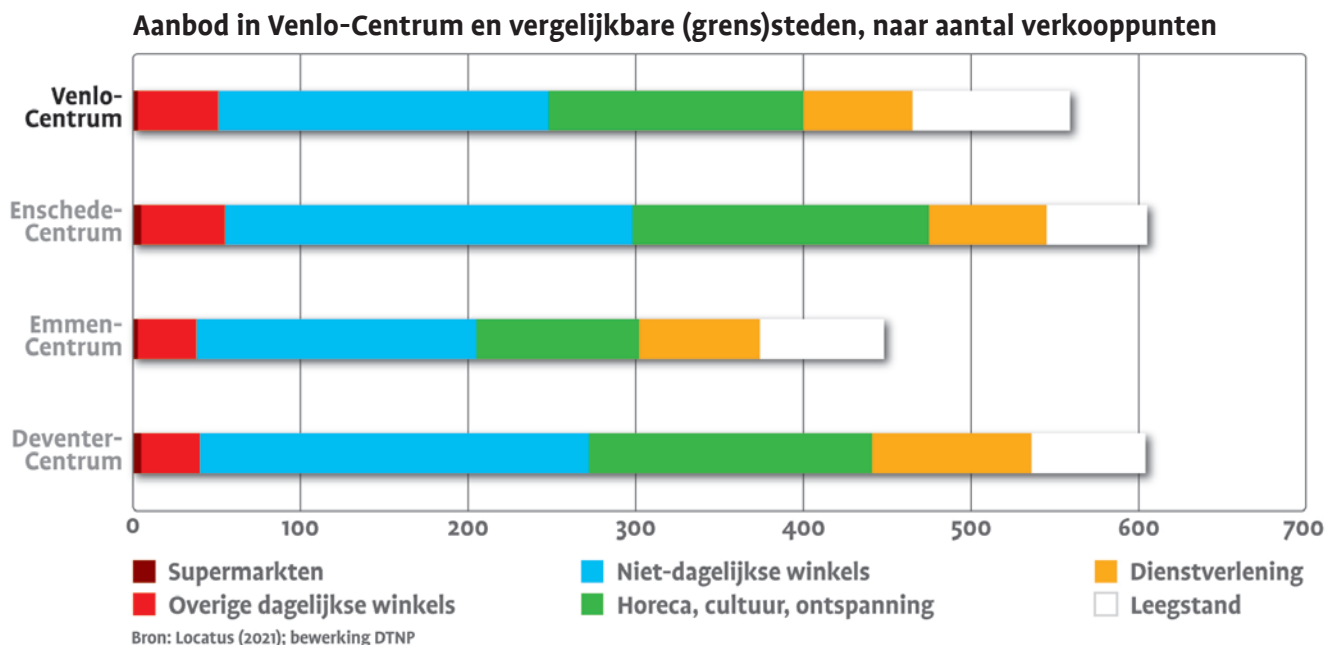
van de benchmarkcentra (zie grafiek hieronder). De verwachte terugloop van het aantal vierkante meters winkelaanbod zal naar verwachting slechts beperkt opgevangen kunnen worden door andere publieksfuncties. Per saldo betekent de krimp op de winkelmarkt dus een sanering van commerciële meters in zijn algemeenheid.

### Conclusie: sanering én transitie

De behoefte aan winkelmeters zal in de toekomst afnemen, waardoor leegstand verder toeneemt; tussen nu en 2030 ligt er naar verwachting een globale transformatie-opgave

van circa 20.000 tot 25.000 m<sup>2</sup> wvo. Tegelijkertijd is de binnenstad in de toekomst kwetsbaar door de sterke afhankelijkheid van de Duitse koopstromen.

Naast de kwantitatieve saneringsopgave (van bestaande leegstand plus toekomstige krimp in de niet-dagelijkse winkelmarkt) ligt er een even belangrijke kwalitatieve transitieopgave om tot een toekomstbestendigere positionering (identiteit/functiemix) van het centrum te komen. Venlo moet de neerwaartse spiraal keren en de lokale en regiobezoekers weer op positieve wijze zien te binden.



## 2.3 SWOT-analyse

### Sterktes

- Rijke historie in de binnenstad: het middeleeuwse stratenpatroon en de aanwezige monumenten zorgen voor een aantrekkelijk decor voor centrumbezoek en -verblijf, met Markt en stadhuis als middelpunt;
- Compleet winkelprogramma: de binnenstad beschikt over een groot winkelaanbod, met bekende trekkers (o.a. H&M, Primark, Sting, MediaMarkt en 2 Brüder) en lokale speciaalzaken (o.a. in de Drie Straatjes (Gasthuis-, Klaas- en Jodenstraat) en Beej Benders);
- Duits kooppubliek wordt goed bediend; met name in de 'Duitse Hoek' rondom supermarkt 2 Brüder profiteren veel ondernemers van de grote passantenstromen;
- Aantrekkelijke horecapleinen Markt, Oude Markt en Kwartelenmarkt;
- Kunst en cultuur is zichtbaar aanwezig in de stad: er is kunst op straat, er zijn optredens in Maaspoort en Grenswerk en ook de musea (Limburgs Museum, museum Van Bommel Van Dam) nemen een prominente plek in;
- Grote parkeeraccommodaties dicht bij het centrum: o.a. Maasboulevard, Roermondsepoort en Maaswaard aan de zuidzijde, Arsenaal aan de oostzijde en Mgr. Nolensplein en Blok van Gendt aan de noordzijde.

- Onderwijs: aanwezigheid van HAS en Maastricht University Campus Venlo aan de rand van het centrum.

### Zwaktes

- Veel laag en middensegmentaanbod in modewinkels en (fastfood)horeca; met name aan de noordzijde van het centrum krijgt de binnenstad hierdoor een 'goedkope' en soms rommelige uitstraling;
- De ruimtelijke kwaliteit van de openbare ruimte is plaatselijk gedateerd, straalt geen eenheid uit en het onderhoudsniveau is basic.
- Veel (structurele) leegstand verspreid over de hele binnenstad. Vooral de ruggengraat Lomstraat-Vleesstraat kent in toenemende mate leegstand;
- Aan Flujasplein en omgeving ontbreekt een helder bezoekdoel. Het entreegebied is nu weinig uitnodigend door leegstand en matige uitstraling van de bebouwing;
- Verbinding tussen stad en water ontbreekt op veel plekken, winkels liggen met de rug naar de Maas en door hoogteverschil is de horeca aan de Werf slecht zichtbaar vanaf 'boven';
- De bibliotheek is een publiekstrekker die verstopt ligt in de verder onaantrekkelijke Begijnengang;
- Koopkrachtbinding in de niet-dagelijkse sector is onder inwoners van Venlo en omliggende



Kunst en cultuur ruimschoots aanwezig



Lokale binding aan winkels binnenstad beperkt



kernen om diverse redenen relatief laag (imago, concurrerend aanbod omliggende centra (Blerick, Trefcenter), etc.);

- Stenige binnenstad: met het oog op klimaatadaptatie (meer neerslag, hogere temperaturen, etc.) ligt er een opgave om de binnenstad te vergroenen/verduurzamen;
- Fietsenstallingen worden onvoldoende gebruikt in het centrum (o.a. door mismatch in locatie (vraag en aanbod) en onvoldoende handhaving), waardoor op veel plekken de fiets nog hinderlijk aanwezig is op straat.

#### Kansen

- Functieverbreiding: door afnemende dominantie van de detailhandel ontstaat ruimte voor andere publieksfuncties (bijv. bibliotheek). Ook worden de ontmoetingsfunctie en verblijfkwaliteit in de binnenstad steeds belangrijker voor (recreatieve) bezoekers;
- Sterke eigen identiteit: de binnenstad kent een rijke historie (het middeleeuwse handelsverleden, de vestingstad, de wederopbouw, etc.), maar ook tijdens evenementen en festiviteiten is de binnenstad nog altijd dé plek 'waar het gebeurt' in Venlo;
- Wonen (en werken) in Venlo: het vrijkomen van commerciële ruimtes biedt kansen voor het lokale MKB en voor het toevoegen van woningbouw in de binnenstad. Met name

rondom de naoorlogse bebouwing in de zuidflank van het centrum ligt potentie voor (grootschalige) herontwikkelingsprojecten, waardoor een samenhangend nieuw woon(-/werk)milieu gecreëerd kan worden;

- Leegstaande (verdiepingen van) historische panden (bijv. oude pakhuizen, werkplaatsen, fabriekjes en handelshuizen) en de 'getskes en steegjes' daartussen bieden kansen voor unieke woonvormen, en diverse doelgroepen;
- Groeiende recreatie/toerisme in Nederland kan aangegrepen worden om Venlo als 'stedentrip in eigen land' op de kaart te zetten (bovenop reeds sterke verblijfsrecreatie in de regio Noord-Limburg). Met name de ligging aan de Maas kan beter benut worden (actieve verbinding binnenstad-rivier).

#### Bedreigingen

- Door de voortdurende toename van het internetwinkelen zal het fysieke winkelbezoek in de toekomst verder afnemen. De leegstand zal naar verwachting versneld toenemen (ca. 16% in 2022\*);
- De afhankelijkheid van het Duitse kooppubliek is in Venlo zeer groot in zowel de dagelijkse (70% van de detailhandelsbestedingen!) als de niet-dagelijkse sector (ca. 50%). Dit maakt de binnenstad kwetsbaar. Het risico

\* PBL (dec. 2020) Veerkracht op de proef.

bestaat dat (bijv. door externe invloeden) deze bezoekersstroom en daarmee een fors deel van de bestedingen in de binnenstad afneemt.

- De coronacrisis maakt de toekomst voor veel ondernemers (extra) onzeker. Ondanks steunpakketten is de verwachting dat er, door vervroegde uittreding, uitgestelde investeringen of gedwongen faillissementen, een versnelde 'shake-out' zal plaatsvinden in de Nederlandse centra (detailhandel, horeca, diensten).



Stadswoning aantrekkelijk voor diverse doelgroepen

## 2.4 Opgave binnenstad 2030

### Grote vraagstukken tijdig aanpakken

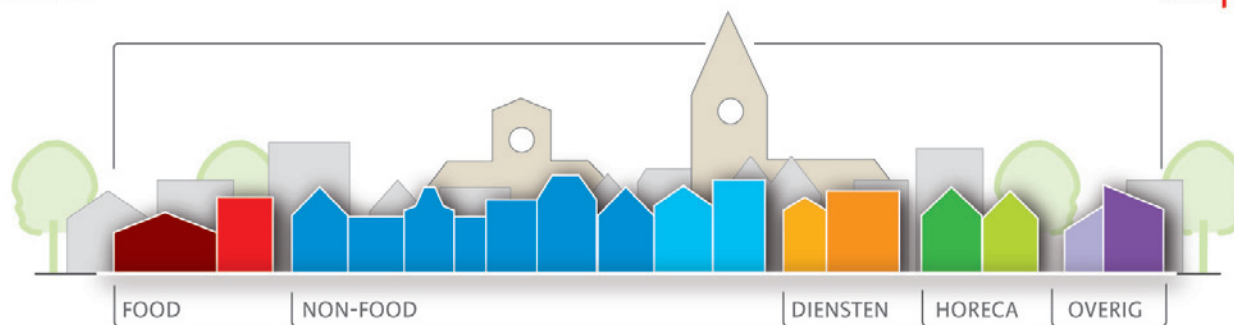
De Venlose binnenstad staat voor een grote opgave de komende jaren. Door de forse afname van het (Nederlandse) winkelbezoek ligt er voor een behoorlijk deel van de commerciële winkelmeters een ingrijpende transitieopgave.

Dankzij het Duitse 'infaus' wordt deze problematiek deels aan het oog onttrokken, maar zeker met de bijkomende coronacrisis (waarvoor de krimp in de winkelmarkt zich versneld aandient) is het nu de hoogste tijd om voor de toekomst een nieuwe koers in te zetten. Deze transitie van het centrumprogramma valt deels samen met andere hedendaagse uitdagingen, zoals klimaatadaptatie en ontwikkeling van een (meer) circulaire economie. Ook dit zijn dossiers waar ingrijpen nu gewenst is, om grote problemen op termijn te voorkomen. Dat problemen nog niet in de volle breedte zichtbaar zijn, betekent niet dat er niets 'aan de hand' is.

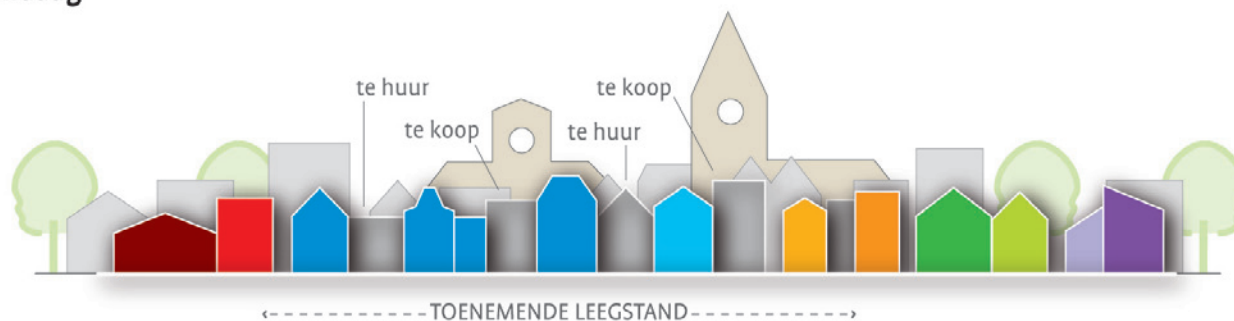
### Goede uitgangspositie dankzij sterk lokaal DNA

Het grote voordeel dat de Venlose binnenstad heeft ten opzichte van andere middelgrote steden in ons land is dat het vertrekpunt (de basale hard- en software) om deze opgaven aan te pakken zeer goed is. Venlo, niet alleen

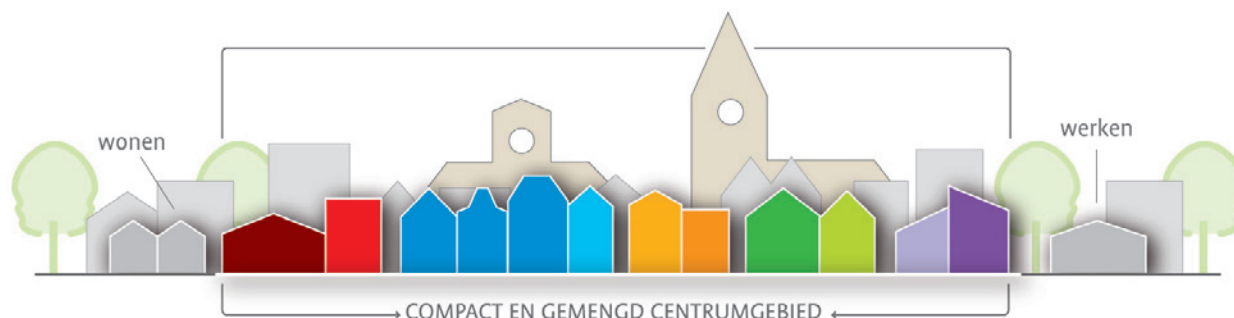
Voorheen



Vandaag



Toekomst





de stad als geheel, maar juist ook de binnenstad, is doordrongen van een sterke lokale *identiteit* (zie ook bijlage 1). De rijke historie, strategische ligging in de Euregio, bourgondische traditie ('Stad van smaak'), toeristische potentie én de sterke lokale cultuur bieden houvast bij het aanpakken van deze en andere grote vraagstukken.

### Strategie: focus op kansen en kwaliteiten

Om te komen tot een toekomstbestendige binnenstad zijn keuzes onvermijdelijk: *'wie niet kiest, wordt niet gekozen'*. Met de sterke Venlose identiteit als leidraad kunnen deze keuzes nu gemaakt worden, zodat het verblijfsklimaat en de ontmoetingsfunctie van de binnenstad weer voorop komen te staan. De kunst is hierbij om *focus* aan te brengen in de centrumstructuur: versterk wat goed is en verander wat zwak is.

Het is, gezien het toekomstig haalbare centrumprogramma (zie par. 2.2), niet mogelijk om in alle centrumstraten op termijn een aantrekkelijk *winkelmilieu* te presenteren. Ondernemers zijn gebaat bij 'nabijheid'. Een compacte centrumstructuur, waar zo veel mogelijk deuren open staan voor het publiek en waar bezoekerdoelen elkaar versterken, blijft het streven. Door te focussen op de kansen die de lokale identiteit biedt, wordt er in het compacte centrumgebied en in de winkeltransformatiegebieden nieuwe meerwaarde gecreëerd.

### Win-winsituaties opsporen en benutten

Door op termijn per deelgebied te *kiezen* voor een bepaalde primaire doelgroep en een bijpassende verdeling van (in meer of mindere mate) publieksgerichte functies kan er *focus* worden aangebracht in de grote detailhandels- én woningbouwopgaven in het stedelijke centrum. Zo ligt er in verschillende van de middeleeuwse en naoorlogse centrumstraten een goede kans om een nieuw aantrekkelijk *woonmilieu* te creëren; een plek waar de 'oude' en de 'nieuwe' Venlonaar zich thuis zal voelen.

Samenvattend komen we zo tot de volgende zes opgaven voor het 'Plan Binnenstad 2030':

1. Inzetten op de economische kracht van beleving: van 'place to buy' naar 'place to be';
2. Terugdringen vierkante meters detailhandel;
3. Opmars van eenzijdig en voordelig doorbreken en onderscheidend en uniek aanbod (voor midden- en hoge inkomens) stimuleren;
4. Binden van de regiobewoners;
5. Grip krijgen op ontwikkeling van horeca, voor goede balans tussen wonen en leven in de binnenstad;
6. Verzilveren potentie kenniseconomie.



Versterken van bestaande kwaliteiten...



...en kansrijke locaties stimuleren





### 3 Ruimtelijk-economische uitgangspunten



*Van zes opgaven naar een integrale aanpak Venlo heeft het afgelopen decennium een ‘stedelijke koers’ ingezet: door het grootstedelijke karakter en de regiofunctie te versterken, beoogt de gemeente nieuwe bezoekers, bewoners en bedrijven naar Venlo te halen. De binnenstad, met al haar kwaliteiten en voorzieningen, speelt hierin een cruciale rol.*

*De binnenstad wordt de komende jaren geconfronteerd met een aantal urgente opgaven. Dit vraagt om een gedragen en integrale aanpak met acties voor alle betrokkenen. Immers: het gezamenlijke belang heeft voor iedereen een grote meerwaarde. Daarbij worden ambities in Venlo niet geschuwd. De centumpartners streven naar een toekomstbestendig centrum dat duurzaam, bereikbaar, innovatief, herkenbaar en uitnodigend is.*

*Leeswijzer hoofdstuk 3: in lijn met het gedachtegoed uit de vigerende ‘Visie Stedelijk Centrum 2022’ wordt een uitwerking van de ruimtelijk-economische hoofdstructuur geschetst, als antwoord op de opgaven uit hoofdstuk 2 en als kader voor de acties in het ‘plan binnenstad’ (hfst. 4). In paragraaf 3.1 wordt de gekozen aanpak toegelicht, waarna afbakening (par. 3.2) en profilering (3.3) van de binnenstad verder uitgewerkt zijn.*

### 3.1 Aanpak strategische opgaven

#### De binnenstad als visitekaartje van Venlo

Venlo is een stad met een rijke historie die continu in ontwikkeling is. In de binnenstad is die gelaagde geschiedenis tastbaar; al eeuwen komt men hier samen om te handelen, te genieten, te wonen en te werken. De huidige transformatieopgave is ‘slechts’ een volgende stap in de voortdurende ontwikkeling van het stedelijke centrum.

Het centrum is een plek voor iedereen, maar iedereen gebruikt de binnenstad op andere manieren of op andere momenten. Door te focussen op de kwaliteiten die het centrum van Venlo bezit, kan de binnenstad relevant blijven voor haar bezoekers. Bovendien is de binnenstad een belangrijk visitekaartje van de stad als geheel; het succes van de binnenstad werkt direct door op het ‘merk Venlo’.

#### De binnenstad als veelzijdige bestemming

Het centrum zal aantrekkelijk moeten blijven voor de Venlonaar (bezoekgemak), de frequente regiobezoeker (bijzonder aanbod), de toeristische gast (sfeer/beleving), en voor de huidige en toekomstige centrubewoner (woonkwaliteit). Gezien al deze belangen is het cruciaal om nuances aan te brengen in de centrumstructuur. Door de woon- en leefkwaliteit in het centrum te

vergroten, ontstaat er bovendien voor bezoekers een interessante afwisseling van drukke en verstilde plekken, ieder met een eigen charme.

#### De binnenstad is nooit af

Om de hedendaagse opgaven het hoofd te kunnen bieden en te komen tot een toekomstbestendig, compact en vitaal centrum vinden de centumpartners (gemeente, ondernemers en eigenaren) het van belang om gezamenlijk:

- *te kiezen* voor een compact en compleet publieksgericht gebied, met de historische kern als sterke basis voor de toekomst;
- *te focussen* op de authentieke kwaliteiten die elk een andere doelgroep aanspreken en gezamenlijk het verhaal van Venlo vertellen.

De gezamenlijke behoefte aan richting en houvast, om zo de actuele opgaven in de binnenstad aan te kunnen pakken, heeft geleid tot een verfijning van de afbakening en profilering van de ruimtelijk-economische centrumstructuur, ten opzichte van de kaders uit de ‘Visie stedelijk centrum’. Hiermee laten de betrokkenen zien dat de urgentie om de binnenstadsopgaven aan te pakken groot is en dat dit alleen middels een toekomstbestendige koers en vanuit gezamenlijk draagvlak gerealiseerd kan worden.

## 3.2 Een compacte binnenstad

### Aanscherping én verfijning publieksgebied

Met de 'Visie Stedelijk Centrum 2022' heeft Venlo al in 2012 ingezet op een compact maar sterk centrumprogramma: *"nabijheid versterkt de onderlinge samenhang tussen bestaande en nieuwe voorzieningen"*.

Gezien de veranderende winkelmarkt is er binnen de nu vastgestelde centrumstructuur inmiddels behoefte aan een verfijning van functieprofielen per deelgebied (verdere specialisatie). De mate waarin transformatie van monofunctionele winkelstraat naar gevarieerde centrumstraat gewenst is, verschilt immers sterk per deelgebied (zie ook par. 3.3).

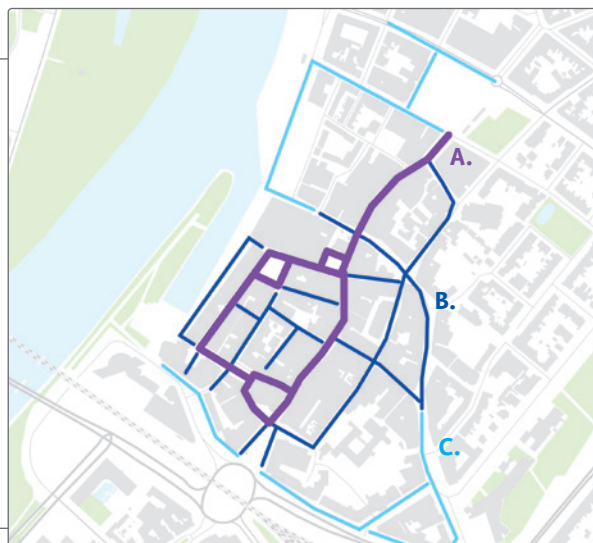
#### Wat zijn A-, B- en C-straten?

In de centrumvisie is voor de winkelfunctie onderscheid gemaakt tussen A-, B- en C-straten. Het hoofdcircuit (A-straten) is hierbij primair bedoeld voor detailhandel, terwijl in de overige (B-)straten uit het 'kernwinkelgebied' ook andere centrumfuncties welkom zijn. In de C-straten is het beleid gericht op afbouw ('bevriezing') van de detailhandel, waarbij in ieder geval geen nieuwe winkelbestemmingen meer worden toegelaten.

### Van winkelrondje naar winkelstraten

Belangrijkste aandachtsgebied vanuit economisch oogpunt (i.v.m. afnemende detailhandel) is de zuidzijde van het Venlose winkelrondje. Dit circuit wordt nu door weinig bezoekers helemaal gelopen; bezoekers lopen juist gericht 'op en neer' vanuit enkele sterke bronpunten. Aangezien aan de zuidflank een publiekstrekker ontbreekt (en deze ook niet op korte termijn te verwachten is), liggen hier de beste kansen om de transformatie van de binnenstad in gang te zetten. Door in dit transformatiegebied (bijv. Flujasplein, Grote en Kleine Beekstraat, deel Vleesstraat en Hoogstraat) gericht ruimte te geven aan andere functies, kan een completer centrummilieu ontstaan en de oost-westverbinding versterkt worden.

### Het compacte winkelgebied anno 2012



### Selectie kansrijke B-straten, wonen in C-straten

Naast inperken van het 'hoofdcircuit' is ook het terugbrengen van het aantal 'B-straten' belangrijk. Door enige hiërarchie (*focus*) aan te brengen in de ondersteunende straten en pleinen kan er een meer divers (kansrijker) vestigingsmilieu ontstaan en wordt de komst van nieuwe centrumfuncties en -ondernemers gestimuleerd.

Hierdoor worden ook 'overige' centrumstraten, met een minder publieksgericht karakter, op termijn aantrekkelijker als woon-/werklocatie. Meer beleidsmatige ruimte voor wonen en werken op begane grond zou hier (o.a.) kunnen helpen de gewenste transformatie te stimuleren.

### Voorbeeld aangescherpte indeling anno 2022\*



\* Exacte zoneringen nader uit te werken



### 3.3 Een authentieke binnenstad

#### 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 samen de toekomstige ruimtelijk-economische structuur van de binnenstad de nodige 'kleur' geven. Deze vier thema's overlappen en versterken elkaar; het één sluit het ander niet uit, maar vult het juist aan:

1. De EU-regionale handelsstad: dit is het stedelijk A-milieu, waar de rijke historie van de handelsstad Venlo voortleeft. Zowel bezoekers uit het Duitse als het Nederlandse achterland komen hier graag;
2. 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 (groene en veelzijdige) visitekaartje van de Venlose binnenstad;
3. 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. (Of niet, want deze fijne straten houden ze misschien juist graag voor zichzelf);
4. De slimme stad: in de haarvaten van het stedelijk weefsel gebeurt van alles. Hier wordt de potentie van de kenniseconomie verzilverd; er wordt geleerd en geleefd in de binnenstad!



1. Winkelen in de internationale handelsstad



2. Zien en gezien worden, de stad op haar best!



3. Trots op lokale ondernemers in bijzondere straten



4. Wonen, werken, leren en leven in de luwte



# 1. De EU-regionale handelsstad

Lomstraat, Maasstraat en Vleesstraat zullen in de toekomst dé A-straten blijven. Met een Duitse hoek aan de noordzijde en moderne grootwinkel-bedrijven en ondersteunend (meer lokaal-gericht/frequent-benodigd) aanbod aan de zuidzijde ligt er aan weerszijden van de Markt een sterk bezoek-motief. De regiobezoeker zal met name naar Venlo komen voor het 'unieke' en grootschalige winkel-aanbod (2 Brüder, H&M, Primark, etc.), maar zal evengoed aanvullend winkels in de Vleesstraat (bijv. Scapino en Etos) willen bezoeken.

Op de Markt en de Oude Markt komen de bezoekersstromen samen om te genieten van de bourgondische sfeer op de terrassen. Gastvrijheid en gezelligheid staan hier voorop, waarbij het historische decor, het culturele programma en evenementen en festiviteiten belangrijke troeven zijn.

## Acties en aandachtspunten:

- **Schoon, heel en veilig:** uitstraling en onderhoudsniveau moeten hier van A-klasse zijn;
- **Bezoekgemak:** zorg voor een zo laagdrempelig mogelijk centrumbezoek, parkeren in Venlo kan (en moet) altijd beter;
- **Marketing/communicatie:** kies per doelgroep voor een gericht actieplan met een duidelijk doel en vernieuwend verhaal.

## Winkelen in de A-straten en bourgondisch genieten op de Markt

Hoewel er al veel verbeteringen zijn behaald, zal het parkeerdossier in Venlo voortdurend om aandacht blijven vragen. Diverse (recente) onderzoeken wijzen onder meer op het belang van klantgerichte communicatie ('P-Rathaus' i.p.v. 'Venlo Zuid') en een brede mobiliteitsvisie voor de lange termijn.



De Vleesstraat zal als vestigingslocatie voor landelijke filiaalbedrijven naar verwachting terrein verliezen ten opzichte van de Maas- en Lomstraat. Hier zal de focus van vastgoedeigenaren/makelaars op termijn verder verlegd moeten worden naar andere huurders en dus andere prijsniveaus. Als frequent-bezochte (gerichte/bijzondere) aankooplocatie voor de Venlonaar is deze straat kansrijker dan als regionale winkelstraat.



## 2. De stad als podium

Op de Parade en de Markt gaat het om zien en gezien worden, in een fraai historisch decor! Dit zijn plekken waar ontspanning en ontmoeting voorop staan. Naast de horeca is ook de culturele sector hier goed vertegenwoordigd. De Parade heeft alle potentie om het gehele jaar als 'podium van de stad' te dienen, en niet alleen tijdens evenementen of uitgaansavonden.

Met het herontwerp van de Keulsepoort is het goede voorbeeld gegeven voor een verdere opwaardering van de openbare ruimte in de binnenstad. Het 'Museumkwartier' vormt straks een groene entree voor bezoekers vanaf het station. Door deze lijn in de toekomst verder door te zetten kunnen in één klap uitstraling, verblijfskwaliteit én klimaatadaptatie worden aangepakt. Idealiter wordt zo de verblijfspotentie in de binnenstad vergroot, wordt het erfgoed beter belicht en ontstaat er een fraaie en ontspannen looproute 'tussen musea en Maas' voor de (toeristisch/)recreatieve bezoeker.

### Acties en aandachtspunten:

- Klimaatadaptatie: hittestress in de stenige openbare ruimte waar mogelijk terugdringen;
- Recreatienetwerk(en): leidt wandelaars en fietsers langs mooie plekken en gebouwen.

### Proeven en ontmoeten: meer beleving (erfgoed) en verblijfspotentie (groen) van musea tot Maas



De relatie tussen binnenstad en waterkant blijft een aandachtspunt. Er is een kwaliteitsslag geslagen de afgelopen jaren, maar op bepaalde plekken ontbreken cruciale schakels om de bezoeker op aantrekkelijke wijze naar en/of langs de Maas te leiden. Met aanmerende (rondvaart)boten en wellicht (ooit?) een nieuwe 'oversteek' naar het Kazerneterrein wordt deze zijde van de stad nog belangrijker als entreegebied.

De rijke historie van Venlo is een belangrijke troef. Door o.a. uitlichten van monumenten en herstellen van historische gevels kan de belevingswaarde van de binnenstad nog een extra boost krijgen. 'Behoud door ontwikkeling' is het credo: met passende nieuwe functies kan het beeldbepalende erfgoed opnieuw een hoofdrol vervullen (zoals eerder succesvol bij o.a. postkantoor).



### 3. Gruuëts Venlo

#### Bijzondere B-straten met lokale specialisten en eigentijdse ondernemers

In aanvulling op de hoofdwinkelstraten (voor het regionale kooppubliek) zijn de 'Drie Straatjes' (Gasthuis-, Klaas- en Jodenstraat) en de Hoogstraat en Kwartelenmarkt in de toekomst kansrijk als bijzondere centrumstraten voor de Venlonaar. Hier wordt een menging aan functies gestimuleerd, waardoor er altijd wat te ontdekken valt. De lokale ondernemers weten door gastvrijheid, kwaliteit en een eigentijdse uitstraling de lokale bezoeker aan zich te binden. Door herkenbare profilering (de gastvrije straat, verrassende straat, etc.) vullen ze elkaar aan; zo is er voor ieder wat wils.

Om het draagvlak onder de eigen inwoners nog verder te vergroten is het belangrijk om, naast een aansprekend en verrassend aanbod, ook zo veel mogelijk drempels voor het centrumbezoek weg te nemen. Door op strategische plaatsen goede fietsvoorzieningen te maken (bijv. met oplaadpunt, reparatieservice en/of openbaar sanitair) voelen lokale bezoekers zich echt welkom.

#### Acties en aandachtspunten:

- **Straattafels:** regelmatig op straatniveau acties afstemmen en in overleg knelpunten aanpakken (dan wel aankaarten);
- **Verbindingsofficier:** kan als 'spin in het web' helpen om (o.a.) starters/verplaatsers op de goede plek in de stad te laten landen;
- **Fietsvisie:** uitwerking hoofdfietsroutes en locatie stallingen!



De Vleesstraat heeft als 'A-straat' een belangrijke verbindende functie voor alle bijzondere 'B-straten'. Zowel ruimtelijk als door het winkelaanbod, met trekkers als Hema en Kruidvat, vindt er hier een sterke wisselwerking plaats tussen het 'complete basis'-aanbod in de Vleesstraat en service van 'lokale specialisten' daaromheen.



Horeca is steeds vaker onderdeel van het centrumbezoek. Door ruimte te bieden voor functiemenging kunnen ondernemers zich nog meer onderscheiden met een totaalconcept. Dit alles uiteraard wel passend binnen wet en regelgeving (gelijk speelveld).



## 4. De slimme stad

Met de afnemende behoefte aan fysiek winkelvastgoed ontstaan kansen voor een ander, meer divers gebruik van de binnenstad. Venlo zet hierbij in op het verzilveren van de potentie die de kenniseconomie biedt. De komst van onderwijsinstellingen, studenten(huisvesting) en nieuwe bedrijvigheid zorgt voor nieuw leven en nieuwe kansen in de binnenstad. Met name aan de zuidflank ligt, mede dankzij de goede bereikbaarheid (o.a. station), potentie voor verbreding van de centrumfunctie.

Van oudsher is dit een laagdynamisch gebied met groene erven, open (klooster)tuinen en oude waterlopen. Door deze kwaliteiten te behouden, te versterken en waar mogelijk terug te brengen ontstaat een milieu dat toegevoegde waarde kan hebben voor onderwijsinstellingen, bewoners en innovatieve ondernemers. Een sterke en aantrekkelijke binnenstad is immers een basisvoorwaarde voor een sterke (regionale kennis)economie.

### Acties en aandachtspunten:

- **Duurzaamheid:** ontwikkelingen dienen bij te dragen aan het hoge ambitieniveau (klimaatadaptatie, circulair, grotere biodiversiteit, etc.);
- **Omgevingswet:** meer inspraak, minder regels en meer mogelijkheden; ook dat is innovatie!

### Transitie-opgaven als kans: nieuwe ruimte om te leven en te leren, te wonen en te werken

Onderdeel van het stedelijk laboratorium zijn ook nieuwe vormen van participatie en gedeeld opdrachtgeverschap. *Bastion Lichtenberg* laat zien dat verschillende belanghebbenden in co-creatie (gezamenlijk) tot een goed resultaat kunnen komen.



De regio Venlo herbergt veel kennis en kunde. Juist in de binnenstad is het waardevol om de koppeling tussen theorie en praktijk te stimuleren en meer ruimte te geven voor experimenten. Studenten en bedrijven van de Brightlands Campus krijgen zo meer binding met de stad, terwijl Venlo hierdoor kan groeien als gezonde stad.



Een vitaal centrum is ook een plek waar ruimte is voor rust en ontspanning. Het hoeft niet overal even druk te zijn! In de luwte van de winkelstraat ontstaan zo ook weer nieuwe kansen...





## 4 Uitvoeringsprogramma



### Van 'place to buy' naar 'place to be'

De binnenstad zal in de toekomst nog compacter van opzet moeten worden. De verblijfskwaliteit en ontmoetingsfunctie van de publieke ruimte worden belangrijker; de binnenstads-'beleving' zal van hoog niveau moeten zijn om als recreatief centrum aantrekkelijk en relevant te blijven voor regiobezoekers en Venlonaren.

Om dit te bereiken zijn acties, maatregelen en investeringen nodig. Hierbij kan bijvoorbeeld gedacht worden aan het verder benadrukken van de historische kwaliteiten van de binnenstad (gevelherstel, hergebruik monumenten) of aan het aanpakken van de inrichting en uitstraling van de openbare ruimte ('prettig verblijven op de stadspaleizen of aan de Maas'). De eigen identiteit van Venlo en de authentieke beleving van de binnenstad staan hierbij voorop.

### Leeswijzer hoofdstuk 4

Dit is wat er de komende jaren moet gebeuren in de binnenstad van Venlo! Op de volgende pagina's wordt een overzicht gegeven van de maatregelen en acties ('groen en rijp') die de centrumpartners nu prioriteit willen geven om de stad toekomstbestendig te maken. Waar mogelijk worden dwarsverbanden gelegd tussen alle plannen en partijen. Aan de slag!

## 4.1 Maatregelen en acties

Om de binnenstadsopgaven (zie p. 20) aan te pakken, hebben gemeente, ondernemers en eigenaren samen een lijst van acties en maatregelen opgesteld. Dit 'Plan Binnenstad 2030' is opgebouwd uit vijf speerpunten:

x actie voor ...  
+ in samenwerking met ...

	Gemeente	Ondernemers	Eigenaren
<b>Transformatie (afbouw winkelmeters) stimuleren</b>			
Integrale gebiedsvisie zuidflank maken	x	+	+
Transformatiefonds inrichten/inzetten	x	+	+
Woonopgave binnenstad bepalen	x		
Pilotproject: 'maak de draai'	x	+	+
Detailhandelsstructuur bewaken	x		
<b>Uitstraling en verblijfskwaliteit openbare ruimte verbeteren</b>			
Vergroening openbare ruimte	x	x	
Kwaliteitsniveau straat- en gevelbeeld verbeteren	x	x	x
Toegankelijkheid binnenstad borgen	x	x	x
<b>Historie zichtbaar en beleefbaar maken</b>			
Verlichtingsplan binnenstad uitvoeren	x	x	
Integrale aanpak vanuit historische kwaliteiten	x	+	+
Constante aandacht (in communicatie en presentatie) voor historie	x	x	x
<b>Basisfaciliteiten (slim) op orde houden</b>			
Slimme mobiliteitsoplossingen bieden (auto en fiets)	x	+	
Zero emission stadslogistiek aanjagen	x	+	+
Verduurzaming vastgoed stimuleren	+		x
Horeca(structuur)visie opstellen	x	+	
Ruimte bieden aan innovatief ondernemerschap	x	+	
<b>Samenwerking continueren/intensiveren</b>			
Uitvoeringsprogramma verder uitrollen	x	+	+
Collectieve vermarkting binnenstad	x	x	x
Samenwerking onderwijs-bedrijfsleven intensiveren	+	x	x

## Transformatie (afbouw winkelmeters) stimuleren

Aanleiding: de leegstand in de detailhandel neemt (versneld door corona) nog verder toe; het aantal winkelmeters in de Venlose binnenstad zal moeten worden teruggebracht, om een aantrekkelijk en toekomstbestendig centrum te blijven. Dit biedt tegelijkertijd kansen voor het realiseren van duurzaamheidsdoelen (o.a. intentie om warmtenet te realiseren na 2030), het aanpakken van de woningbouwopgave en voor het aanbrengen van een nieuwe functiemix (meer variatie aan bezoekdoelen) en van meer verblijfskwaliteit en levendigheid. Met name aan de zuidzijde van de Vleesstraat, rondom het Flujasplein, in de Hoogstraat en in de Beekstraten liggen hiertoe kansen.

Ook elders in de binnenstad ligt ruimte voor transformatie (achter de voordeur), waarbij energiestatistiek verbeterd kunnen worden en verkrotting door onbruik (van verdiepingsmeters) kan worden voorkomen. Hiermee kan in Venlo ook in de behoefte aan nieuwe woningen met een stedelijk woonmilieu worden voorzien.

### **Integrale gebiedsvisie zuidflank maken**

- **[gemeente + ondernemers/eigenaren]**: in samenwerking met een projectgroep van

betrokkenen (bijv. vertegenwoordigers van ondernemers, eigenaren en bewoners) op korte termijn komen tot een nieuw, kansrijk en haalbaar, perspectief voor de zuidflank van de binnenstad;

- Doel is het stimuleren van een bredere functiemix en een uitnodigend straatbeeld (o.a. ruimtelijke relatie en routing tussen Maasstraat, Kwartelenmarkt, Flujasplein en Keulsepoort versterken (bijv. als aantrekkelijk dwaalmilieu met creatieve woon-/werkruimtes, mede in relatie tot evt. uitbreiding HAS en inrichting Dominicanenstraat)).

### **Transformatiefonds inrichten/inzetten**

- **[Gemeente + ondernemers/eigenaren]**: stimuleren van gewenste winkelverplaatsingen naar het compacte winkelgebied én aanjagen van (woon-)transformatie daarbuiten (aanloop- en C-straten). Veel binnenstadstransformaties zijn complex en stranden op een te hoge onrendabele top. Financiële hulp (heldere spelregels) kan ontwikkelingen op gang helpen.
- De eerste tranche is per 1 mei 2021 opengesteld. Afhankelijk van gebruik kan overwogen worden om in vervolgranches toekomstige C-straten, zoals Houtstraat en Heilige Geeststraat, ook mee te nemen in de regeling.

### **Woonopgave binnenstad bepalen**

- **[Gemeente]**: Binnen de bestaande beleidskaders heeft het wonen in de binnenstad een bijzondere plek. Dit gelet op de vele belangen, de dynamiek en de daaruit voorkomende ontwikkelkansen. Het woonmilieu in het stedelijk centrum is dermate onderscheidend dat een eigen benadering hiervan benodigd is.
- In uitwerking van projecten en gebiedsontwikkelingen in het stedelijk centrum wordt de woonopgave concreet vertaald naar een passend woonprogramma aansluitend op en in afstemming met de marktvrage.

### **Pilotproject: maak de draai!**

- **[gemeente + ondernemers/eigenaren]**: de uitvoer van het concept 'Maak de draai' (zie kader op p. 32) is afhankelijk van betrokkenen



**Nieuw perspectief nodig voor zuidflank binnenstad**



heid van veel partijen; uitvoer van een pilot helpt om het gesprek met eigenaren op te starten en wellicht de aanpak in de praktijk te testen; Kansrijke locaties voor deze aanpak bevinden zich met name in de historische centrumstraten (bijv. Vleesstraat/Lomstraat), maar ook ter plaatse van de Maasstraat(/ Havenkade) kan deze aanpak uitkomst bieden voor herinvulling van suboptimale verdieping-meters en voor het verbeteren van de uitstraling van (achter)gevels.

### Detailhandelstructuur bewaken:

- **[Gemeente]:** het gezamenlijk streven blijft om de winkelfunctie als basis maximaal te blijven faciliteren in de binnenstad; voor behoud van een *zo groot mogelijk* voorzieningenniveau zal bij nieuwe winkelontwikkelingen buiten de binnenstad continu het binnenstadsbelang meegewogen moeten worden. Denk hierbij onder andere aan afbouw van winkelmeters in ‘aanloopstraten’ (zie ook actie ‘Transformatiefonds inrichten/inzetten’ hiervoor) en het tegengaan van groei van reguliere detailhandel op PDV-locaties (o.a. Trefcenter).
- Regie door de overheid (geen solitaire ontwikkelingen, etc.) via handhaving van het eigen beleid\* is cruciaal voor een gezonde winkelstructuur en vitale (elkaar aanvullende) centra.

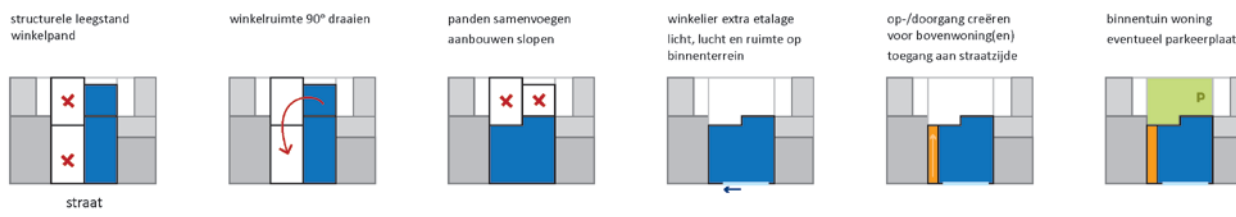
\* Zie ook kader op p. 36

### Maak de draai - terugdringen vierkante meters detailhandel (bron: gemeente Venlo)

Het concept begint met een simpele ingreep: van diepe en smalle winkels (soms zelfs met winkelmeters in de kelder/op de verdieping) naar ondiepe en brede winkels. Deze 90°-beweging leidt tot meer etalageruimte voor de winkelier of horeca en tot minder leegstand, en een betere ontwikkelpotentie om bovenwoning(en) te activeren/realiseren met ruimte voor opgang aan de straatzijde. Op het achterterf ontstaat ruimte voor een (gezamenlijke) binnentuin en minder verstening, waardoor het een aantrekkelijker woonproduct is voor diverse woonconsumenten.

De aanbouw(en) of verdiepingimeters met mindere/slechte energiestaat zijn gesaneerd en toename van wonen en opgangen aan straatzijde is een positieve impuls voor de leefbaarheid. Tot slot speelt de fysieke ingreep hoofdzakelijk aan de achterzijde op perceels- of bouwblokniveau, vertegenwoordigt weinig economische waarde, voorkomt grootschalige, langdurige en kostbare transformatie en kan in de vorm van verbouwen met de winkel open.

#### begane grond



#### verdieping(en)



## Uitstraling en verblijfskwaliteit openbare ruimte verbeteren

**Aanleiding:** om als stad aantrekkelijk te blijven voor bezoekers worden de (authentieke) inrichting en uitstraling van de openbare ruimte steeds belangrijker. Meer groen, bankjes, speelobjecten of kunst zijn van grote toegevoegde waarde voor bezoekers en bewoners. Ook vanuit het oogpunt van klimaatadaptatie ligt er een opgave: ontsteking en vergroening helpen om wateroverlast en hittestress te verminderen. Groene 'oases' in het centrum laden de batterij op, van zowel bezoekers als inwoners. De opgave in de dichtbebouwde binnenstad van Venlo is om de schaarse ruimte toegankelijk en aantrekkelijk in te richten, met aandacht/respect voor historie en erfgoed.

Ook het beeldkwaliteitsniveau van de gevels en het onderhoudsniveau van de openbare ruimte (schoon/heel/veilig) spelen mee in de aantrekkelijkheid van de stad. Handhaving van regelgeving (bijv. ook uitstallingen) blijft aandachtspunt.

### Vergroening openbare ruimte

- **[gemeente]:** waar mogelijk lessen uit het 'groene' herontwerp van de Keulsepoort doorvertalen naar andere stadsentrees en -pleinen (o.a. Parade, Oude Markt, Duitse hoek en Flujasplein). Doel is een integrale

kwaliteitsslag te maken door potentiële win-winkansen (intern en extern) te signaleren, te inventariseren en waar nodig te stimuleren (bijv. herstel vestingwal, stimulans groene binnenhoven, verbeelden oude beekloop, etc.). Verbeterde uitstraling én meer verblijfskwaliteit staan hierbij voorop;

- **[ondernemers/bewoners]:** animo aanleg en onderhoud geveltuinjes, permanente bloembakken of andere groenvoorziening inventariseren/aanjagen (zie ook actie 'verduurzaming vastgoed stimuleren, p. 36).

### Kwaliteitsniveau straat-/gevelbeeld handhaven en verbeteren

- **[ondernemers/eigenaren]:** door middel van positieve afspraken en/of gezamenlijke investeringen (inkoopvoordeel) meer eenduidigheid en kwaliteit brengen per straat(-deel); o.a. afstemming materiaal, beeldtaal/typografie uitstallingen, meubilair, etc.;
- **[gemeente]:** o.b.v. onder andere reclame-nota en uitstallingenbeleid het gewenste straat- en gevelbeeld handhaven en, waar nodig, beleidsregels (en/of reiniging en afvalbestrijding etc.) aanscherpen. Zo is er concreet behoefte aan **actualisatie van het beeldkwaliteitsplan** ten aanzien van de gevels in de binnenstad, inclusief een onderliggend implementatieplan (met o.a. aandacht voor toezicht en handhaving).

### Toegankelijkheid binnenstad borgen

- **[ondernemers/eigenaren + gemeente]:** de toegankelijkheid en inclusiviteit van de binnenstad is voor alle partijen belangrijk. De 22 VN-standaardregels voor inclusief denken (Agenda 22) zijn leidend.
- **[gemeente]:** mogelijkheden voor het toevoegen van een openbare toiletvoorziening in de binnenstad worden onderzocht.



Inspiratie: Arnhemse 'menukaart' vergroening



## Historie zichtbaar en beleefbaar maken

Aanleiding: Venlo heeft (erf)goud in handen, dat nog meer dan nu kan worden ingezet om bezoekers te verleiden en te verrassen. Zo hebben diverse beeldbepalende (kerk)gebouwen hun vroegere functie verloren, wat kansen biedt om deze 'kroonjuwelen' beter te gebruiken/benutten ten behoeve van de beleving van de binnenstadsbezoekers.

Maar ook kleine ingrepen hebben groot effect. Het middeleeuwse handels- en Hanzeverleden, de vestingwerken en de wederopbouw: al deze verhalen helpen bij het versterken van het verblijfsklimaat, de identiteit, herkenbaarheid en het onderscheidend vermogen van Venlo.

## **Verlichtingsplan binnenstad uitvoeren**

- **[gemeente en ondernemers]:** voor meer sfeer en beleving in de avonduren (bijv. lichtroute) is hard- en software nodig: aanleg/onderhoud door gemeente en uitdragen/benutten door (m.n. horeca-)ondernemers.

## **Integrale aanpak vanuit historische kwaliteiten**

- **Informatie, inspiratie en ondersteuning bieden [gemeente]:** bij nieuwe projecten/initiatieven vooraf actief een koppeling met de historische verhalen leggen: hemelwateropvang in oude waterloop, vergroening langs oude vestingwal, groen binnenhof herstellen bij woningbouw, etc.;
- Daarnaast herstel historische uitstraling blijven bevorderen: bijvoorbeeld door het continueren van subsidiefondsen voor gevelherstel en ter stimulering van 'wonen en werken in erfgoed' (t.b.v. hoogwaardige binnenstadswoningen én een rijk en onderscheidend straatbeeld);
- **Continu alert blijven [ondernemers/eigenaren]:** elkaar (ook gemeente) ideeën blijven aandragen voor unieke kansen (bijzondere functies/ondernemers) voor Venlo's 'kroonjuwelen'. Denk aan: Raad van Arbeid = universiteit, postkantoor = museum, Jongerenkerk = ... , warenhuis = ... (etc.)

## **Constante aandacht (in communicatie en presentatie) voor historie**

- **[allen]:** waar mogelijk het erfgoed en de veelzijdige historie van de stad (middeleeuws handelsverleden, wederopbouw, etc.) gebruiken/benoemen, zodat er een uniek en verbindend verhaal ontstaat dat de eigen bewoners informeert en enthousiasmeert en dat voor (nieuwe) bezoekers een reden is naar Venlo te komen. Dit vereist een constante aandacht van iedereen, maar heeft juist door de veelheid van toepassingsmogelijkheden (historische wandelroute, streekgerechten-festival, verhalenwedstrijd, etc.) een enorme kracht.



Erfgoed vertelt het verhaal van de stad

## Basisfaciliteiten (slim) op orde houden

Aanleiding: de binnenstad is het visitekaartje van Venlo. Daarbij is het belangrijk om de stad niet alleen 'schoon, heel en veilig te houden', maar waar mogelijk tegelijkertijd ook de positionering van Venlo als slimme (kennis-/innovatie)stad te blijven benadrukken.

Mobiliteit, duurzaamheid en bewonersparticipatie zijn hierbij de verbindende thema's. Zo loopt landelijk het autobezit, met name onder 'stedelijke' huishoudens (jong en oud), terug en wordt 'smart mobility', waaronder het gebruik van deelauto's, in de toekomst naar verwachting vanzelfsprekender. Ook in de afvalverwerking en de stadslogistiek wordt er de komende jaren gewerkt aan optimalisatie en elektrificatie.

De gemeente Venlo heeft daarbij een cruciale rol als aanjager van ontwikkelingen én als handhaver van het woon- en leefklimaat in de binnenstad. Naast uitvoerende taken ligt er een belangrijke kaderstellende rol voor de overheid, om duidelijkheid en zekerheid te bieden aan marktpartijen en inwoners over de toekomst van de stad: wat zijn de doelen die de gemeente nastreeft? En: kan ze barrières wegnemen, zodat er meer ruimte wordt geboden aan innovatie, experiment en ondernemerschap (voor degene die durft)?

## **Slimme mobiliteitsoplossingen bieden (auto én fiets)**

A. In 2019 is op initiatief van Venlostad.com (vanuit economisch perspectief) het rapport 'Parkeeranalyse en advies Venlo Centrum' opgesteld, met beleidsmatige en praktische oplossingen voor bestaande knelpunten. Tegelijkertijd wordt er hard gewerkt aan de bouw van nieuwe (extra) gemeentelijke parkeercapaciteit en het opstellen van nieuw parkeerbeleid. Ondanks al deze inzet blijft het onderwerp urgent: parkeren van de auto kan (en moet) in Venlo altijd beter;

- **[ondernemers]**: informatievoorziening goed afstemmen voor optimale routing (bezoekers/bezoekdoel) en met gezamenlijke inspanning (onderzoek, verkeersregelaars, etc.) waar mogelijk gemeente blijven activeren en ondersteunen ter verbetering klantreis;
- **[gemeente]**: parkeerbalans monitoren, beleid opstellen, signing verbeteren (t.b.v. beter benutten bestaande parkeercapaciteit) en andere basale auto-acties voor bewoners en bezoekers voortdurend en voortvarend oppakken, in nauwe samenwerking met partners.

B. Voor de lokale binnenstadsbezoeker is de fiets al jaren een vanzelfsprekend vervoermiddel. En die fiets parkeren we het liefst zo dicht mogelijk bij de winkel of het café... Ook in de Venlose binnenstad is er een voortdurende strijd om

zwerffietsen terug in het vak/rek te krijgen. Ondertussen is de e-bike aan een opmars bezig. Steeds meer (regio)bezoekers komen met de fiets naar de stad en willen deze graag veilig stallen en tijdig opladen voor de terugweg. Op dit moment telt de binnenstad maar één bewaakte fietsenstalling;

- **[gemeente]**: uitvoering fietsvisie. (o.a. hoofd-fietsroutes bepalen/markeren, stallingscapaciteit vergroten en mogelijke locaties voor nieuwe bewaakte fietsenstalling met oplaadpunt voor e-bikes (en/of servicepunt) onderzoeken);
- **[ondernemers en gemeente]**: door goede communicatie/coördinatie zwerffietsen aanpakken en 'goed' fietsgedrag belonen.

## **Zero emission stadslogistiek aanjagen**

- **[gemeente + eigenaren/ondernemers]**: met het groeiend aantal (verschillende) gebruikers en met meer bewoners in de binnenstad dient (gelijktijdig) gebalanceerd te worden tussen ondermeer de onderwerpen afvalverwerking, energiegebruik, veiligheid en toegankelijkheid. Duurzame (elektrische) afvalinzameling en -verwerking is een concrete eerste stap (kans) richting een schonere binnenstad. Het streven is een integrale en efficiënte aanpak in de stadslogistiek (minder ritten, overlast en uitstoot).



## Verduurzaming vastgoed stimuleren

- **[eigenaren]:** aan de hand van een voorbeeldpand (modelwoning/-winkel) de mogelijkheden, werkwijzen en procedures etaleren, zodat alle vastgoedbezitters inzicht krijgen in de voordelen en realiseerbaarheid van verduurzaming (o.a. groendaken/-gevels, van het gas af, isolatie, energiebesparing bij koelen/verwarmen).
- **[gemeente]:** faciliterend in bovenstaande en voorbeeldfunctie in maatschappelijk vastgoed.

## Horeca(structuur)visie opstellen

- **[gemeente + ondernemers]:** duidelijk beleid door de overheid biedt ondernemers zekerheid voor de toekomst. Door samen met belanghebbenden (o.a. KHN) een visie op de Venlose horeca(structuur) te maken kan aan diversiteit/kwaliteit gewonnen worden. Door specifieke beleidsregels m.b.t. de binnenstad uit te werken en af te stemmen met bewoners en ondernemers (o.a. terras, geluid) kan een goed woon- en leefklimaat in de binnenstad bewaakt worden.

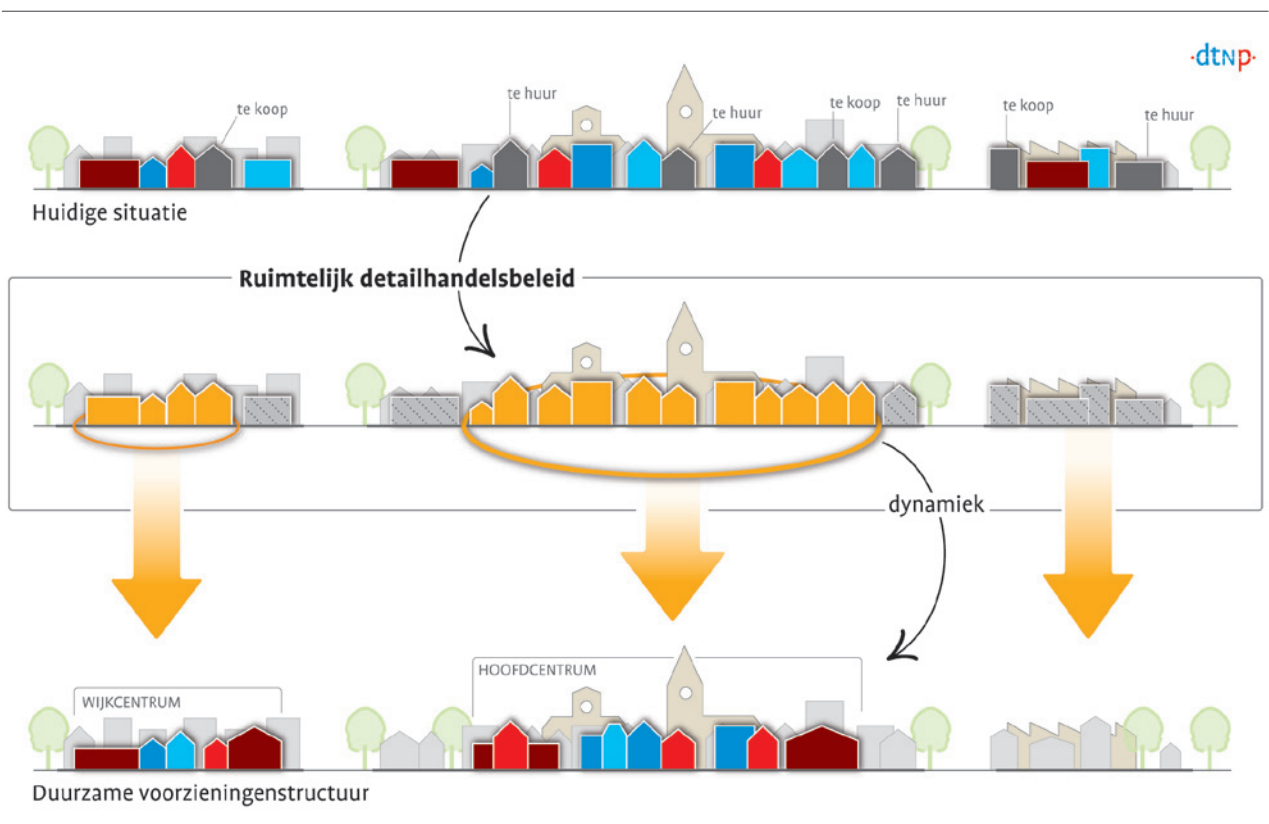
## Ruimte voor innovatief ondernemerschap

- **[Gemeente + ondernemers]:** lessen uit de coronacrisis (meer flexibiliteit, niet *beoordelen* naar *meedenken*) doorzetten en innovatief ondernemerschap de ruimte bieden. Denk aan: toestaan mengvormen, incidenteel ruimte (durven) bieden aan ontwikkelingen die zich voordoen, etc.

### Dynamiek door Beleid: heldere kaders overheid vergroten investeringsbereidheid marktpartijen

Door de coronacrisis komt de toekomstige opgave van minder winkels, meer leegstand en een grotere noodzaak tot transformatie versneld op ons af. Tegelijkertijd heeft ook 'de horeca' een zwaar jaar gehad. Marktpartijen roepen de overheid daarom op om keuzes te maken en beleid te voeren; als 'alles overal kan' biedt dit ontwikkelaars, eigenaren en ondernemers louter onzekerheid. Zij zullen dan niet snel (kunnen) investeren, zeker niet op kostbare centrumlocaties.

Regie door de overheid is dus cruciaal voor een gezonde voorzieningenstructuur en vitale centra. Het bundelen van schaarse marktpotenties biedt kansen om relatief ingewikkelde projecten op centrumlocaties te realiseren; hier ligt ook in de toekomst de basis voor een duurzame voorzieningenstructuur.



## Samenwerking continueren/intensiveren

**Aanleiding:** bij het opstellen van dit gezamenlijke uitvoeringsprogramma is voor alle partijen gebleken hoe waardevol een goede onderlinge samenwerking en verstandhouding is voor een succesvolle binnenstadsaanpak. De leden van de 'driehoek' (gemeente, ondernemers en eigenaren) zullen gezamenlijk en ieder voor zich voortdurend moeten blijven vertellen waarom bepaalde acties worden ondernomen en welke unieke kansen de binnenstad biedt. Wanneer ieder van de centrumpartners de eigen achterban en het brede publiek continu meeneemt in de gewenste verhaallijnen zal er uiteindelijk een breedgedragen 'geloof' ontstaan in de toekomst van de binnenstad.

Een heldere communicatie richting belanghebbenden (waaronder bewoners van de binnenstad) en het opstellen van een aanvullend(e) intentieverklaring, inspiratiedocument of routekaart helpt om gaandeweg nog meer draagvlak te creëren voor bepaalde projecten/thema's. Zo ontstaat er een transparant verhaal, waar iedereen op eigen manier uit kan putten. Het uiteindelijke succes van het uitvoeringsprogramma staat of valt met het daadwerkelijk zetten van de voorgenomen (grote en kleine) stappen. Naast strategische afstemming is ook overleg op uitvoerend niveau (over de dagelijkse gang van zaken) belangrijk.

## **Uitvoeringsprogramma verder uitrollen**

- **[gemeente + ondernemers/eigenaren]:** ter stimulering van een vlotte uitvoer van de opgestelde (en alle daaruitvolgende) binnenstadsacties is gemeente Venlo voornemens een 'verbindingsofficier' aan te stellen, die als vooruitgeschoven post van de gemeente de taak heeft het uitvoeringsprogramma (binnen en buiten het stadhuis) verder uit te rollen en vorm te geven.
- **[Ondernemers/eigenaren + gemeente]:** een (toekomstige) BIZ binnenstad wordt nader onderzocht.

## **Collectieve vermarkting binnenstad**

- **[allen, via Venlopartners]:** zowel brede citymarketing als doelgroepgerichte campagnes helpen om Venlo nog nadrukkelijker op de kaart te zetten en te houden. Het zenden van een consequente gezamenlijke boodschap over de kwaliteiten en kansen die de binnenstad biedt, helpt om ook 'nieuwe' partijen te enthousiasmeren voor de binnenstad. De veelzijdigheid van de authentieke Venlose binnenstad kan niet vaak genoeg belicht worden;
- Sterker gebruik en bewuster inzetten van 'Big Data' voor onze citymarketing en toeristische campagnes is hierbij van belang. Een goed voorbeeld hiervan is het

*Customer Journey*-onderzoek, waarbij het gedrag van (potentiële) bezoekers is geanalyseerd. Op basis hiervan kan in het vervolg gezamenlijk actie ondernomen worden.

- Met betrekking tot de overvolle evenementenkalender (pre-/post-corona) en de goede (jaarrond) binnenstadsbeleving zijn gezamenlijke/gedragen kaders voor evenementen en festiviteiten welkom, die kunnen helpen met het toetsen van passende initiatieven voor de binnenstad.

## **Samenwerking onderwijs-bedrijfsleven intensiveren**

- **[allen]:** in het kader van het verzilveren van de potentie van de kenniseconomie, om zelf nieuwe inzichten op te doen, maar ook om nieuwe Venlonaren aan de (binnen)stad te binden, is het faciliteren van praktijkopdrachten/testopstellingen in en om de binnenstad een mooi middel op weg naar een toekomstbestendigere binnenstad;
- **Lokaal MKB aanhaken [allen]:** voor het lokale midden- en kleinbedrijf (MKB) en voor innovatieve startups die willen profiteren van een levendig vestigingsklimaat is de binnenstad een prima adres. Ook kan ze dienen als podium en proeftuin voor de Brightlands Campus en andere innovatieve (regionale) ontwikkelingen. Zegt het voort!





VENLOSCOOTERS.NL

STICHTING STADSMUNT VENLO

14  
12<sup>B</sup>  
12<sup>A</sup>

Bijlagen

MS-03-YN



## 1. Observatie: binnenstad in beeld

### Een stad met vele gezichten

De binnenstad van Venlo heeft een rijke historie en kent vele gezichten. Hier vind je naast moderne modewinkels ook bourgondische terraspleinen, naast 'Pommes von Venlo' ook musea, bioscopen en theaters en naast bruisende grand cafés en brasserieën ook middeleeuwse steegjes en monumentale gebouwen. In deze paragraaf wordt aan de hand van foto's en kaarten deze veelzijdige binnenstad verder in beeld gebracht: welke kwaliteiten zijn er nu en welke knelpunten verdienen nog aandacht?

### Stad met een rijke historie (deel I)

Het stratenpatroon in de binnenstad stamt grotendeels uit de middeleeuwen en uit die tijd zijn ook nog veel monumentale panden bewaard gebleven. De Markt met het iconische stadhuis is hiervan het pronkstuk; hier ben je écht in het (bourgondische) hart van Venlo. De naastgelegen Oude Markt biedt, anders dan de naam doet vermoeden, een moderner decor dan de Markt.

Desondanks doet dit plein qua sfeer en drukte niet onder voor de Markt; met de horeca(terrassen), het theater en enkele grote winkels als publiekstrekkers (o.a. Primark en MediaMarkt) is er ook hier de hele dag levendigheid op straat.

### De (eerste) hoofdwinkelstraat

Vanaf het Mgr. Nolensplein vormen Geldersepoort en Lomstraat de verbinding naar de Markt. Samen met de Vleesstraat is dit (al eeuwen) de centrale as van de binnenstad. Na WOII is deze 'ruggengraat' van het centrum uitgegroeid tot de belangrijkste winkelstraat met de belangrijkste warenhuizen en een groot aandeel (inter-) nationale modeketens.

Nu meerdere van deze bedrijven in het afgelopen decennium landelijk de deuren hebben gesloten, neemt ook in de Lomstraat en de Vleesstraat de leegstand verder toe. Met name het zuidelijke deel van de Vleesstraat (grofweg vanaf Klaasstraat tot aan Flujasplein) kent de laatste jaren veel minder passanten. Het drukste punt van de binnenstad ligt ter hoogte van de Markt, waar veel looproutes en bezoekdoelen bij elkaar komen.

### 'De Duitse hoek'

Aan de noordrand van de Venlose binnenstad ligt een van de grootste publiekstrekkers van de stad: supermarkt 2 Brüder nabij het Monseigneur Nolensplein. Het (voor hen) goedkope boodschoppenaanbod vormt voor veel van onze oosterburen het belangrijkste bezoekdoel tijdens hun bezoek aan Venlo. Er wordt aan deze kant van het centrum (de 'Duitse hoek') volop inge-



Grote nadruk op kooptoerist in Duitse hoek



Relatief veel eenzijdig winkel-/horeca-aanbod



Bolwaterstraat al volop in transitie



speeld op de aanwezigheid van deze kooptoe-  
risten. De artikelen van horecabedrijven (vooral  
fastfood) en drogisterijen aan het Mgr. Nolens-  
plein worden veelal in het Duits aangeprezen.  
Uitzondering hierop is versmarkt en 'eetplein'  
Beej Benders aan de noordzijde van het plein,  
dat juist onder Venlonaren een 'begrip' is. Ook  
Action is hier een lokale trekker.

Voorheen maakten de overige straten rondom  
het plein ook deel uit van het Venlose winkelge-  
bied. Inmiddels is hier de verkleuring ingezet.  
Met name in de Bolwaterstraat is deze transitie  
(van winkel- naar meer gemengde centrum-  
straat) zichtbaar. Ook de herontwikkelingen in  
Q4 en aan de Maaskade dragen bij aan de  
transformatie van deze zijde van het centrum.

### De (tweede) hoofdwinkelstraat

De focus van het lokale winkelpubliek is in de  
laatste jaren gedeeltelijk verschoven naar de  
westkant van het centrum, waar de grote  
landelijke retailers bij elkaar zijn gekomen in de  
Maasstraat. Met name de zuidelijke entree is  
een belangrijk 'bronpunt' voor het centrumbe-  
zoek, dankzij de aanwezigheid van de parkeer-  
garage en grote winkels als H&M, MediaMarkt  
en The Sting. Het nieuwe winkelfront vormt  
echter wel op sommige plekken een barrière  
richting de Maashaven; de stad ligt soms

letterlijk met de rug naar de rivier. Het hoogte-  
verschil maakt dat de horeca aan de Werf niet  
direct door alle bezoekers gevonden wordt.

Uit verdiepend onderzoek naar passantenstro-  
men in het centrum\* blijkt dat de Maasstraat wel  
de grootste mix aan bezoekers kent; zowel de  
Venlonaar als de Nederlandse en Duitse  
bezoekers zijn hier te vinden. Desondanks  
maakt slechts een klein deel van de responden-  
ten het volledige 'winkelrondje' (Maasstraat,  
Markt, Vleesstraat en Hoog-/Wijngaardstraat).

### Stad met een rijke historie (deel II)

In dit 'rondje' ligt de Kwartelenmarkt; een  
gemoedelijk horecaplein, waar een grote  
architectonische variëteit te zien is (middel-  
eeuws, naoorlogs én modern). Venlo is tijdens  
de Tweede Wereldoorlog zwaar gebombar-  
deerd en ook die geschiedenis is in het stad-  
centrum nog zichtbaar, onder meer in de  
verscheidenheid van de wederopbouwarchitec-  
tuur aan de zuidzijde van het centrum.

Met name rondom het 'Flujasplein' (zuidelijk  
uiteinde Vleesstraat) domineren grote bouw-  
blokken met naoorlogse gevels het straatbeeld.  
Hoewel deze gebouwen in theorie een waarde-  
vol onderdeel van 'het verhaal van de binnen-

\* Bezoekersonderzoek Quotus Research (2016) en  
analyse Colliers (2017).



As Lomstraat-Vleesstraat van oudsher belangrijk



Maasstraat aantrekkelijker voor winklend publiek



Weinig aantrekkelijke centrumtree zuidflank

stad' vormen, is de zuidelijke flank van het centrum in de praktijk zowel qua winkelaanbod en uitstraling (leegstand, 'schreeuwerige' reclames, achterstallig onderhoud) weinig aantrekkelijk.

### Welkom in het centrum?

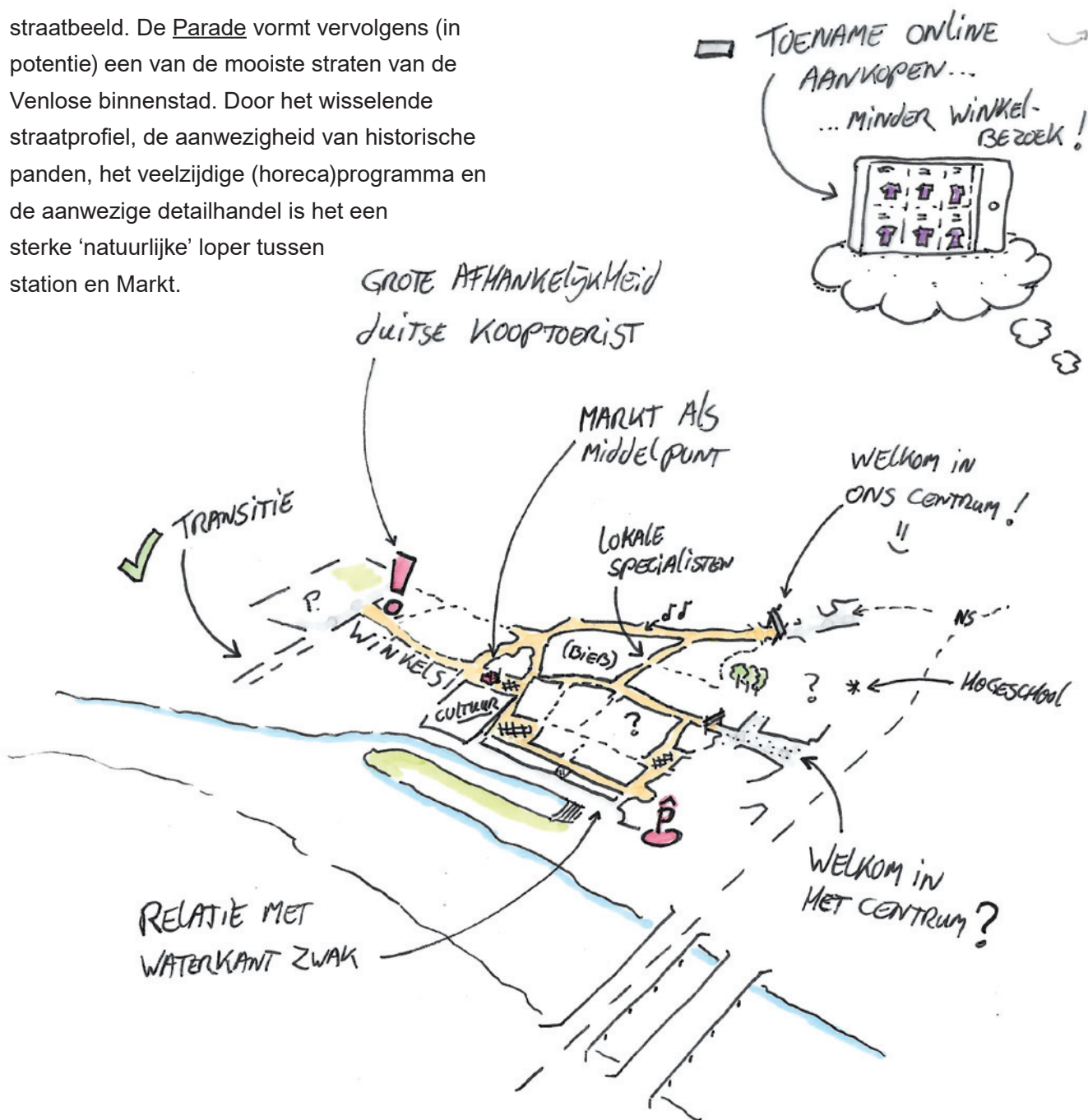
Het Flujasplein zelf is recentelijk opnieuw ingericht. Ondanks groene accenten in de (veelgebruikte) fietsenstalling en de aanwezigheid van enkele grote bomen oogt het plein (wanneer er geen evenementen of festiviteiten zijn) stenig en leeg. Het plein loopt bovendien ter hoogte van de Kleine en Grote Beekstraat zeer breed uit, waardoor het (behoudens op het terras) weinig verblijfskwaliteit biedt.

Bij de andere, van oudsher belangrijke centrumtree via de Keulsepoort is onlangs gestart met de herinrichting van de openbare ruimte. Hier krijgt de stad een groenere uitstraling en een meer klimaatbestendige inrichting. De omliggende bebouwing biedt hier een gemengd beeld van kenmerkende (Limburgs Museum, voormalig postkantoor) en minder kenmerkende naoorlogse panden.

### Welkom in het centrum!

Even verderop, wanneer het straatprofiel zich vernauwt, ontstaat er een prettig en levendig

straatbeeld. De Parade vormt vervolgens (in potentie) een van de mooiste straten van de Venlose binnenstad. Door het wisselende straatprofiel, de aanwezigheid van historische panden, het veelzijdige (horeca)programma en de aanwezige detailhandel is het een sterke 'natuurlijke' looper tussen station en Markt.





Op de breedste stukken van de straat is bovendien ruimte voor horeca en terrassen, wat de Parade (en Picardie) in de weekenden en avonden tot een bruisende centrumstraat maakt. Hoewel de drukte soms ook tot overlast leidt (o.a. fietsparkeren en uitgaanspubliek), zullen de meeste Venlonaren toch vooral *gruuëts* zijn op dit deel van de stad.

### Dwalen door de oude stad

De Parade splitst zich gaandeweg in diverse historische (zij)straten, waardoor verrassende zichtlijnen ontstaan. Met name de Klaasstraat biedt, komend vanuit het zuiden, een uitnodigend beeld, dankzij een veelzijdig centrumprogramma. Hier, tussen de horecastraat (Parade) en de hoofdwinkelstraat (Vleesstraat), vinden we meer kleinschalige detailhandel en/of lokale specialisten. Hierdoor vormt deze straat een mooi aanvullend bezoekdoel binnen de Venlose binnenstad.

Verderop aan de Parade, bij de vijfsprong met de Begijnengang, Gasthuisstraat, Sint Jorisstraat en Grote Kerkstraat is de 'loop' minder duidelijk; hier kan de centrumbezoeker (letterlijk) alle kanten op. De Gasthuisstraat en Sint Jorisstraat vormen belangrijke verbindingen richting de Markt. De andere twee straten kennen minder publiek programma (alleen de

bibliotheek zit 'verstopt' in de Begijnengang), maar zijn wel aantrekkelijk als historisch decor voor een toeristisch/recreatieve stadswandeling (o.a. Ald Weishoës en Sint Martinusbasiliek) en vormen een belangrijke fietsroute voor de lokale bezoekers (getuige ook de vele geparkeerde fietsen in het straatbeeld).

### 'Overige' straten: minder publieke functie

Tussen de hoofdstraten zoals hierboven beschreven bevinden zich enkele interessante en minder interessante dwars- en binnenstraten:

- De Keizerstraat (en in mindere mate het Ursulastraatje) vormt een fraai en intiem middeleeuws decor voor enkele horecagelegenheden. Ook het naastgelegen Dominicanenplein is een relatief groene oase van rust in de binnenstad;
- Ten noorden van dit plein biedt de Nieuwstraat echter een gemengd straatbeeld van voor- en achterkanten. Ook in de Begijnengang loopt het aanbod centrumfuncties, behoudens de bibliotheek, sterk terug;
- Aan de westkant van het centrum loopt de Jodenstraat parallel aan de hoofdwinkelstraten. Daardoor telt deze straat en de aanliggende dwarsstraten (Houtstraat en Heilige Geeststraat) zeker na oplevering van de Maasstraat steeds minder (winkel)programma.



Middeleeuws stratenpatroon nog sterk zichtbaar



Klaasstraat: 'couleur locale' van kleine specialzaken



Keizerstraat: goed bewaard geheim

## 2. Koopstromen en bestedingen

### Koopstromen: Duitse bezoekers belangrijk

In 2019 heeft de provincie Limburg een groot onderzoek laten uitvoeren naar de koopstromen in alle gemeenten en grotere centrumgebieden (KSOL 2019).

Hierin is duidelijk aangetoond dat het economisch functioneren van de binnenstad van Venlo in belangrijke mate afhankelijk is van de bestedingen van Duitse bezoekers. Ook komt naar voren dat inwoners uit de gemeente Venlo al voor de coronacrisis in grote mate hun niet-dagelijkse aankopen verrichtten via internet. De belangrijkste cijfers op een rijtje:

### Bestedingen in het centrum

- Het grootste deel van de totale dagelijkse bestedingen (ca. €72,2 miljoen) in het centrum van Venlo is niet afkomstig uit Nederland. Maar liefst 71% komt van bezoekers uit Duitsland. Slechts 22% van de bestedingen aan dagelijkse artikelen wordt gedaan door inwoners uit de eigen gemeente.
- Ook in de niet-dagelijkse bestedingen (in totaal ca. € 224,5 miljoen) komen de euro's vooral uit het buitenland. Opnieuw zorgen de Duitsers voor een ruim aandeel (47%) van de bestede euro's. De inwoners van de eigen

gemeente zijn goed voor ruim een derde van de totale niet-dagelijkse bestedingen, daarnaast komen bestedingen van bezoekers vooral uit Horst aan de Maas (4%) en Peel en Maas (4%).

### Koopstromen vanuit de gemeente Venlo

- Dagelijkse bestedingen van de inwoners van gemeente Venlo worden, in lijn met de benchmark van het KSO, vooral gedaan in de eigen gemeente (86%), maar deze euro's komen niet in het centrum van Venlo terecht. Ondanks het ruime supermarktaanbod in het centrum is de koopkrachtbinding vanuit de eigen gemeente zeer laag (5%). De afvloeiing naar online boodschappenkanalen is relatief hoog; 4% in Venlo t.o.v. 2% in andere Limburgse gemeenten.
- De niet-dagelijkse bestedingen van de inwoners van gemeente Venlo aan het winkelaanbod in de eigen gemeente bedraagt 59%. Daarvan wordt circa 23%-punt in winkels in het centrum besteed. De overige bestedingen in de niet-dagelijkse sector gaan in ongeveer gelijke mate naar internet (22%) en winkels in andere gemeenten (19%). De afvloeiing naar Roermond (met een van de meest succesvolle factory outlets van Europa) is met 5% relatief bescheiden.



Groot aandeel bestedingen afkomstig uit Duitsland



Bestedingen uit eigen gemeente relatief laag



## Koopstromen vanuit de regio

Door de grote toestroom van Duitse euro's wordt het aandeel regiobezoekers in de binnenstad enigszins vertekend. Om een beter beeld te krijgen van de regiofunctie van Venlo voor inwoners van omliggende Nederlandse gemeenten is in de tabel hiernaast de oriëntatie van inwoners van die gemeenten aan het winkelaanbod in de gemeente Venlo weergegeven.

Bovendien zijn de cijfers voor Venlo, via een benchmarkanalyse, in perspectief geplaatst:

- De oriëntatie vanuit de regio op het dagelijks winkelaanbod van Venlo is in verhouding met de benchmarkcentra aan de lage kant, mede gezien het ruime aanbod in Venlo en het beperkte aanbod in de nabije omgeving (uitgezonderd Horst);
- De relatief lage oriëntatie op het niet-dagelijks winkelaanbod in Venlo-Centrum is nog opvallender: gemiddeld vloeit slechts 11% van de bestedingen uit de omliggende gemeenten af naar Venlo. Dit kan deels verklaard worden door de nabijheid van concurrerende winkelsteden (o.a. Roermond, Weert en Venray), waardoor de regioconsument meerdere opties heeft qua aankooplocatie.

## Oriëntatie van aangrenzende gemeentes op benchmarkgemeenten

		Dagelijks	Niet-dagelijks
<b>Deventer</b>	Olst-Wijhe	9%	14%
	Lochem	5%	11%
	Raalte	1%	4%
	Rijssen-Holten	2%	3%
	Voorst	4%	19%
	<b>Gemiddelde binding aan Deventer</b>	<b>4%</b>	<b>10%</b>
<b>Venlo</b>	Bergen	0%	6%
	Horst aan de Maas	2%	13%
	Peel en Maas	5%	14%
	Beesel	3%	11%
	<b>Gemiddelde binding aan Venlo</b>	<b>3%</b>	<b>11%</b>
<b>Enschede</b>	Losser	6%	20%
	Oldenzaal	1%	13%
	Dinkelland	0%	10%
	Hengelo	1%	11%
	Haaksbergen	3%	15%
	<b>Gemiddeld binding aan Enschede</b>	<b>2%</b>	<b>14%</b>
<b>Emmen</b>	Borger-Odoorn	7%	24%
	Coevorden	8%	28%
	<b>Gemiddelde binding aan Emmen</b>	<b>8%</b>	<b>26%</b>
<b>Maastricht</b>	Meerssen	11%	23%
	Valkenburg aan de Geul	10%	20%
	Eijsden-Margraten	17%	34%
	<b>Gemiddelde binding aan Maastricht</b>	<b>13%</b>	<b>26%</b>

### 3. Indicatieve marktruimteberekening

Ter indicatie van het toekomstig haalbare winkelvloeroppervlak in het centrum van Venlo is een indicatieve marktruimteberekening gemaakt voor het jaar 2030, aan de hand van enkele landelijke kengetallen en lokale gegevens voor de branchegroep Mode en luxe (zie tabel hiernaast).

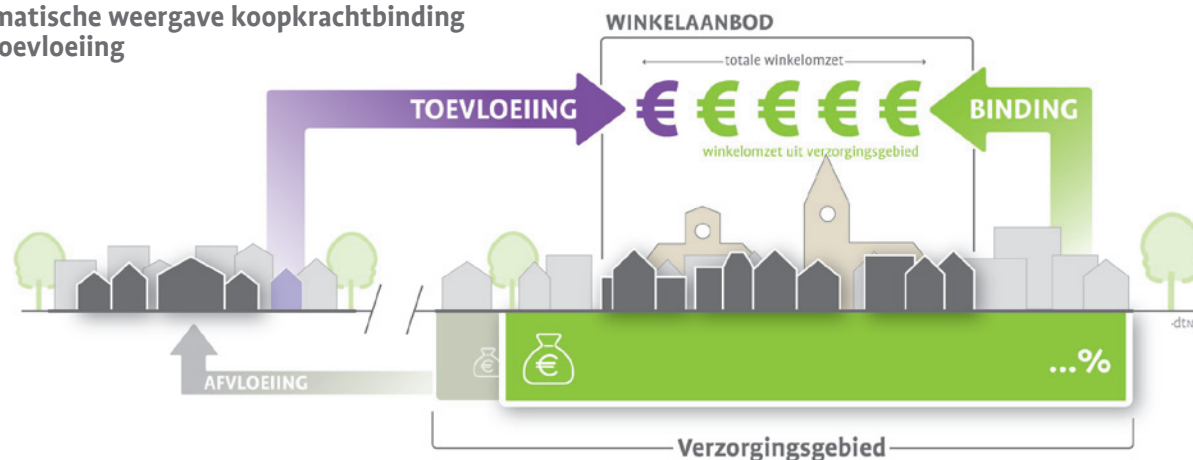
De branchegroep Mode en luxe (30.000 m<sup>2</sup> wvo) beslaat het grootste deel van het niet-dagelijkse aanbod in de binnenstad en dit is de sector waarin de grootste wijzigingen in koopgedrag plaats zullen vinden. Bovendien zijn voor deze branchegroep actuele cijfers beschikbaar, waarmee het een goede indicator is voor het overige niet-dagelijkse aanbod in het centrum van Venlo.

Aangezien de coronacrisis veel impact heeft op het functioneren van centra en het koopgedrag van bezoekers, schetsen we voor een zo breed mogelijk perspectief twee toekomstige situaties, met internetbestedingen als variabele.

#### Verdere uitgangspunten indicatieve marktsom:

- De inwonersontwikkelingen zijn prognoses zoals gehanteerd door de gemeente Venlo

#### Schematische weergave koopkrachtbinding en -toevloeiing



#### Indicatieve marktruimteberekening voor Mode en Luxe in Venlo-centrum\*

	Prognose 2030	
a Aantal inwoners in verzorgingsgebied (gemeente Venlo)	106.000	106.000
b Winkelomzet per hoofd (excl. btw en internet), gecorrigeerd voor gemiddeld inkomen en groei online bestedingen	€ 645 <b>(40% internet)</b>	€ 591 <b>(45% internet)</b>
c Koopkrachtbinding	35%	35%
d Verwachte winkelomzet verzorgingsgebied (excl. btw) $a * b * c$	€ 23,9 mln	€ 21,9 mln Effect internet
e Aandeel vreemde koopkracht/koopkrachttoevloeiing	70%	70%
f Totale winkelomzet (excl. btw) $d / (1 - e)$	€ 79,8 mln	€ 73,1 mln
g Gemiddelde winkelomzet per m <sup>2</sup> wvo (excl. btw)	€ 2.500	€ 2.500
h Potentieel winkelaanbod $f / g$	ca. 31.900 m <sup>2</sup> wvo	ca. 29.250 m <sup>2</sup> wvo
i Huidig winkelaanbod	ca. 37.500 m <sup>2</sup> wvo	ca. 37.500 m <sup>2</sup> wvo
j Huidige winkelomzet per m <sup>2</sup> wvo (excl. btw) $f / i$	€ 2.128	€ 1.951
k Indicatie uitbreidingsruimte $h - i$	ca. -5.600 m <sup>2</sup> wvo	ca. -8.250 m <sup>2</sup> wvo

\* Voor een toelichting op de achtergronden van deze berekening verwijzen we naar de publicatie van Retail Insiders (2019), 'Omzetkengetallen 2018 ten behoeve van ruimtelijk-economisch onderzoek'.



(o.b.v. diverse bronnen), de bestedingen zijn gecorrigeerd naar het gemiddeld 10% lagere inkomen in Venlo (CBS).

- Koopkrachtbinding en toevloeiing zijn gebaseerd op recent koopstromenonderzoek in Limburg (KSOL, voor meer informatie zie bijlage 2). De aanname voor deze berekening is dat beide getallen richting 2030 gelijk blijven. Met name voor de toevloeiing (grote stroom Duitse bezoekers) is dit geen gegeven, maar een ambitie.
- Een van de gevolgen van de coronacrisis is een extra toename van het online koopgedrag, tijdelijk én structureel. In de marktruimteberekening hanteert DTNP voor het aandeel online bestedingen in de gemeente Venlo een bandbreedte van 25% in 2020 naar 40% tot 45% in 2030. Dit is doorberekend in de 'winkelomzet per hoofd'.

### **Conclusie: toename leegstand verwacht**

Hoewel de verwachting is dat het inwonertal van de gemeente Venlo zal stijgen, waardoor de totale consumentenbestedingen zullen toenemen, is dit onvoldoende om de verwachte stijging van de online bestedingen te compenseren. De behoefte aan fysieke winkels zal (in alle scenario's) verder afnemen.

De indicatieve berekeningen (zie tabel p. 46) duiden op een verder overschot van circa 5.600 tot 8.200 m<sup>2</sup> wvo mode- en luxeaanbod in 2030. Vervolgens zal er rekening moeten worden gehouden met een soortgelijke (proportionele) afname van vraag in overige niet-dagelijkse branches (nu in totaal nog ca. 19.400 m<sup>2</sup> wvo).

In totaal leidt dit tot een richtgetal voor de transformatie-opgave in 2030 van circa 20.000 à 25.000 m<sup>2</sup> wvo (huidige leegstand + toekomstig verwachte leegstand). Anders gezegd: het maximaal haalbare winkelaanbod in Venlocentrum (nu nog circa 65.900 m<sup>2</sup> wvo groot), zal in 2030 circa 10.000 m<sup>2</sup> wvo kleiner zijn.







Droogh Trommelen en Partners (DTNP) - Adviseurs voor Ruimte en Strategie  
Graafseweg 109, 6512 BS Nijmegen | **T** 024 - 379 20 83 | **E** info@dtnp.nl | **W** www.dtnp.nl