



's-Hertogenbosch



ACTIEPLAN VERSTERKING CENTRUM ROSMALEN



februari 2022

ACTIEPLAN VERSTERKING CENTRUM ROSMALEN

Inhoudsopgave

1	Inleiding	7
2	Doel	8
3	Analyse	9
4	Trends en ontwikkelingen	13
5	SWOT-analyse	15
6	Visie: waar werken we samen naar toe	17
7	Actiepunten	21
8	Participatie	25
9	Financiën	26
10	Monitoring	27





1 Inleiding

In 2018 is het nieuwe centrumdeel van Rosmalen opgeleverd. Het nieuw deel heeft bijgedragen aan de leefbaarheid en toekomstbestendigheid van het centrum en een impuls geleverd die in 2020 geresulteerd heeft in het winnen van de NRW-jaarprijs voor beste winkelcentrum van Nederland. De uitdaging is om voort te blijven bouwen op de krachten van het nieuwe deel richting het oude deel en het centrum blijvend te profileren en te positioneren. Dit mede in het licht van de trends en ontwikkelingen, zoals de toenemende groei van online, gemak etc. waarin dergelijke centra geen vanzelfsprekende uitgangspunt hebben. In samenwerking met het Centrum Management Rosmalen (CMR) is daarom een actieplan voor het centrum van Rosmalen opgesteld.



2

Doel

Dit actieplan heeft als doel, om op basis van de bestaande (beleids)stukken, onderzoeken en analyses, tot concrete acties te komen met de intentie het centrum van Rosmalen blijvend te positioneren en profileren. Dit document is daarnaast een belangrijke bouwsteen voor de Omgevingsvisie en benoemt een aantal uitgangspunten voor de op te stellen Gebiedsvisie voor (het centrum van) Rosmalen.



3

Analyse

Onderstaand een analyse hoe het centrum van Rosmalen er voor staat. Het centrum wordt conform het huidige detailhandelsbeleid gezien als stadsdeelcentrum. De Helftheuvelpassage heeft een vergelijkbare omvang (> 12.000 m² vwo) en wordt ook aangemerkt als stadsdeelcentrum.

Feiten en cijfers

Bevolkingsopbouw en prognose

Op dit moment heeft Rosmalen 21.830¹ inwoners en De Grootte Wielen 9.307². In de Grootte Wielen wonen vele gezinnen. Het aandeel kinderen van 0 t/m 17 jaar bedraagt hier maar liefst 34%. Voor Rosmalen bedraagt dit ongeveer 19%. Hier is het aandeel ouderen boven de 75 jaar groter (+/- 10%). Het aantal inwoners van De Grootte Wielen zal in de toekomst bijna verdubbelen en in totaal stijgen naar 16.500 inwoners. Daarnaast staan er in en rondom het centrum van Rosmalen nog kleinere ontwikkelingen op de rol, zoals Coudewater, Mariaburg, die het aantal inwoners zal vergroten. Dit betekent dat Rosmalen in totaal zal groeien naar meer dan 38.500 inwoners. De vijver waaruit het centrum van Rosmalen bezoekers kan aantrekken wordt in de toekomst alleen maar groter.

¹ Bron: wijkmonitor, is incl. inclusief inwoners Maliskamp

² Bron: wijkmonitor, cijfers uit 2020

Leegstand

De leegstand binnen het centrum van Rosmalen is flink gedaald in één jaar tijd. In 2020 bedroeg dit maar liefst 14,4% en in 2021 is dit gedaald tot 4,7%³. Reden hiervoor is dat de panden deels weer opgevuld zijn en voor een deel getransformeerd zijn naar wonen. Deze cijfers geven een erg mooi en positief beeld. Maar leegstand is bij uitstek een momentopname. Met name de Dorpsstraat aan de noordkant verdient de nodige aandacht, gezien de verwachting dat hier enkele ondernemers binnen nu en enkele jaren gaan stoppen, geen opvolging hebben en het voor hen financieel aantrekkelijk lijkt om te transformeren naar bijvoorbeeld wonen. Daarnaast is er zorg ten aanzien van het overaanbod aan dienstverlenende functies die in het centrum zijn gevestigd.

³ Bron: Locatus 8 juni 2021. In de achterliggende data wordt de leegstand opgesplitst in 3 categorieën:

- aanvangs- en frictieleegstand (maximaal één jaar)
- langdurige leegstand (tussen één en drie jaar)
- structurele leegstand (drie of meer achtereenvolgende jaren)



Functioneel

Voorzieningenaanbod

Het centrum van Rosmalen is opgedeeld in een tweetal winkelgebieden, bestaande uit elk een supermarkt als kartrekker, dagelijkse en niet-dagelijkse winkels en dienstverlenende functies. De twee delen worden verbonden door een horecagebied, de Driesprong. Uit de gegevens van Locatus blijkt dat ongeveer 6.000 m² winkelvloeroppervlak (wvo) dagelijks is en 7.400 m² wvo uit niet-dagelijks bestaat. De horeca (3.402 m²) is met name geconcentreerd aan de Driesprong. Dit is een echt unique selling point van het centrum. Op donderdagochtend en -middag is er de warenmarkt (dagelijkse en niet-dagelijkse goederen) die goed bezocht wordt. Het gaat hier merendeel om bezoekers die doelgericht boodschappen komen doen.

Het huidige aanbod is bekeken en beoordeeld. Wat op dit moment met name ontbreekt in het dagelijks aanbod zijn vers specialzaken en op het gebied van niet-dagelijks met name winkels en/of horeca specifiek gericht op gezinnen met kinderen.

Verzorgingsgebied

Momenteel loopt er een Koopstromenonderzoek voor heel Brabant en de Randstad. Daarmee kunnen straks ook resultaten voor 's-Hertogenbosch en Rosmalen worden uitgelezen. Begin 2022 zijn de resultaten van dit onderzoek bekend. Vooruitlopend op de resultaten hiervan, kan verondersteld worden dat het primaire verzorgingsgebied/de koophorizon voor het centrum van Rosmalen bij de inwoners van Rosmalen ligt en secundair bij de kernen Empel, Nuland, Vinkel en Berlicum. Het centrum van Rosmalen onderscheidt zich o.a. van winkelcentra in de directe omgeving zoals de Molenhoekpassage en het (nieuwe) centrum van de Groote Wielen, door de diversiteit en de hoeveelheid aanbod op het niet-dagelijkse vlak en het aantrekkelijk horeca aanbod.

Ruimtelijk

Stedenbouwkundig

Als klein dorpje is Rosmalen ontstaan aan de Dorpsstraat en heeft zich door de eeuwen tot een steeds grotere plaats ontwikkeld. De Dorpsstraat is nog steeds duidelijk herkenbaar in het centrum. Aan dit oude lint staat in het centrum een diversiteit aan bebouwing: oorspronkelijke lage bebouwing met grote kappen, nieuwbouwinvullingen in wisselende bouwhoogten refererend aan historische bebouwing en bebouwing variërend van 2-4 lagen in een modernere uitstraling. Deze afwisseling in bouwhoogte en uitstraling vind je ook terug in en aan de rand van het centrum. Centraal punt in het centrum is de Driesprong: een fijne openbare ruimte waar veelal de horeca zich heeft gevestigd. Villa Fleurie neemt hierin een belangrijke rol in door haar omvang en uitstraling. Ten zuiden van de Driesprong, aan de Harry Coppenstraat, is de laatste nieuwe uitbreiding te vinden. Aan de overzijde daarvan, aan de Dorpsstraat, gaat kleinschalige bebouwing over in grootschaligere bebouwing met een moderne uitstraling, zoals de Kentering.

Looproute winkel-8'tje

Uit onderzoek⁴ en uit de praktijk blijkt dat het voorgestelde winkel 8'tje, zoals opgenomen in het Centrumplan Rosmalen, niet helemaal tot stand is gekomen. Met name de Dorpsstraat aan de zuidkant heeft daardoor zijn attractiviteit verloren. Het gevolg is dat de loop eruit is en een nieuwe looproute is ontstaan in de vorm van een '9'. Het lijkt voor de hand te liggen deze observatie te aanvaarden en niet krampachtig te blijven streven naar een winkelacht. Dat betekent dus ook een opgave voor het functieprofiel aan de Dorpsstraat-zuid.

Openbare ruimte

De openbare ruimte wordt over het algemeen als positief ervaren, met name voor het nieuwe deel. Kansen liggen er nog om het geheel, dus het nieuwe en oude deel, beter op elkaar aan te sluiten en meer uniformiteit te creëren. De Raadhuisstraat/

⁴ Struinend winkelgedrag komt nauwelijks voor in middelgrote centra. Bezoekers leggen een korte en zeer overzichtelijke route af: een rondje, een winkelstraat heen en weer of kleine varianten daarop. Minder dan 1% van passanten loopt een achtje, terwijl de centra daarvoor wel de mogelijkheid bieden. Ook andere, meer 'complexe' looproutes komen nauwelijks voor. De totale loopafstand van bezoekers bedraagt gemiddeld 640 meter. Omdat door internet de bestedingen in winkels afnemen, is het voor ondernemers steeds belangrijker om 'in de loop' te zitten.

Hoogstraat bestaat nog voor een deel uit oude bestrating, waardoor de entree van het centrum niet duidelijk zichtbaar is en het rommelig oogt.

De Driesprong vormt de huiskamer van het centrum (centrale ontmoetingsplek). In de huidige situatie kent de Driesprong een 4-tal imposante bomen en gezellige terrassen. De vele fietsen en brommers die over het plein crossen worden als vervelend en onveilig ervaren.

Verkeer(sveiligheid) en parkeren

Ten behoeve van de bereikbaarheid en verkeersveiligheid van het centrum van Rosmalen loopt op dit moment het voornemen verkeersbesluit, te weten:

1. Een aangescherpt verkeersregime voor het centrum:
 - o Meer ruimte voor fietsers, voetgangers en centrumbezoekers tijdens drukke winkeltijden. Dit door verkeer alleen toe te staan binnen venstertijden ('s ochtends en 's avonds). Uitzonderingsgevallen kunnen met een ontheffing wél naar binnen buiten de venstertijden;
 - o Het centrum wordt aangemerkt als erf. Hierdoor kunnen mensen niet meer voor de winkel parkeren (alleen laden en lossen / onmiddellijk in- en uitstappen);
 - o Er komt een bromfietsverbod op de Driesprong. Hiervoor kan men geen ontheffing krijgen.
2. De blauwe zone aan de Oude Dijk wordt opgeheven. Dit parkeerterrein wordt lang-parkeren.
3. Het parkeerterrein achter De Kentering wordt kort-parkeren (blauwe zone, 2u).
4. De entree van het centrum bij de kruising Schoolstraat/Dorpsstraat wordt verhoogd. Zo is duidelijk waar het centrum begint en waar je met de auto niet in mag.



Marketing

Promotie en marketing van je winkelcentrum is essentieel. De consument kan kiezen uit een enorm aanbod van winkelmogelijkheden en moet verleid worden. En het liefst zo vaak en zo lang mogelijk. Met deze wetenschap heeft het CMR onlangs hun nieuwe logo voor het centrum gelanceerd, te weten 'Welkom in Rosmalen'. Het nieuwe logo is sinds kort in het centrum zichtbaar aanwezig in de vorm van uithangborden. Dit zal evt. verder uitgebreid worden in de vorm van raambekleding, vlaggen en banners. Doel is meer herkenbaarheid en een logo dat meer aansluit bij de huidige tijd en het verwachtingspatroon. Met het nieuwe logo is een eerste stap gezet om het centrum van Rosmalen beter op de kaart te zetten, zichtbaarder (online en fysiek) te maken en uniformiteit te creëren. De inrichting van de



openbare ruimte, gericht op zichtbare (fysieke) aansluiting van beide centrumdelen en het neerzetten van de sfeer en uitstraling van o.a. lokaal, toegankelijk en ontmoeten, wordt in deze ook gezien als een marketing tool.

Evenementen

In de huidige situatie worden diverse evenementen (Komfestival, Halloween, Sinterklaas) gehouden in het centrum van Rosmalen. Ook in tijden van corona zijn de mogelijkheden benut om bezoekers op een veilige en verantwoorde wijze naar het centrum te trekken. Het voordeel van het houden van evenementen in het centrum van Rosmalen ten opzichte van bijvoorbeeld de binnenstad zit met name in de kleinschalig- en toegankelijkheid. De evenementen bieden het centrum Rosmalen ook een bevestiging van haar identiteit. Zij vormen een belangrijk sociaal bindmiddel voor de volledige Rosmalense bevolking.

Veiligheid

Het centrum van Rosmalen, met name ter hoogte van de Jumbo nabij de kerk, heeft te kampen met overlastgevende jeugd. Dit heeft invloed op de beleving van de bezoeker. Vanuit diverse disciplines, wijkmanager, Stadstoezicht en politie wordt samengewerkt om dit probleem te verhelpen.

4

Trends en ontwikkelingen

Dat het coronavirus impact heeft op het economisch functioneren van o.a. het centrum Rosmalen mag duidelijk zijn. Maar wat zijn nu de daadwerkelijke effecten? Dit is lastig te bepalen. Niemand weet wat de (structurele) impact zal zijn op de economie en het (economisch) functioneren van het centrum van Rosmalen. Om toch een beeld te kunnen krijgen, zijn op basis van de trends vóór corona, beschikbare data en op basis van signalen uit de coronaperiode verwachtingen voor de toekomst geschetst.

Verandering functie centra

De verwachting is dat er zeker nog toekomst is voor de centrale (winkel- en dorps)centra, mits ze investeren in de veranderende klantbehoefte. Hierbij staat beleving, gemak, service en elkaar ontmoeten centraal. Het online winkelen is door corona versneld toegenomen en zal een blijvend effect hebben op het fysieke winkel-aanbod.

Daling niet dagelijkse detailhandel

Wijkwinkelcentra hebben in tijden van corona het over de gehele linie vrij goed gedaan. Dit geldt ook voor het centrum van Rosmalen. Met name voor de winkels in de dagelijkse sector. Door corona is, naast de opkomst van online, de behoefte ontstaan om vooral dichtbij huis en bij de lokale ondernemer te kopen. Ook hier gaat het dan met name om detailhandel in food. De verwachting is dat door corona een al ingezette trend (o.a. toename online winkelen) zal versnellen. Dit zal met name in de niet-dagelijkse detailhandel zijn.

Behoeft e aan lokaal, kwaliteit en beleving

Mede door corona is de lokaal verzorgende functie van het centrum van Rosmalen extra onderstreept. Inwoners zijn zich bewuster gaan worden van het lokale belang en het behoud van de lokale ondernemer. Algemeen kan gesteld worden dat de klant in dit type centra kwaliteit, beleving, sfeer (dorpsgevoel) enerzijds en gemak anderzijds wil. De landelijke trend is dat de versspciaalzaken weer in opkomst zijn. Hierbij is het van belang dat de customerjourney wordt geoptimaliseerd. Denk aan de mogelijkheid van proeven en beleven, een kinderhoek in een restaurant, in een centra of winkel, zodat de klant het gemak ervaart. Of de behoefte aan lokaal verzorgende functies een structurele behoefte zal zijn of een tijdelijke trend is, is nog onduidelijk

Verandering vestigingsgedrag

Winkels worden kleiner. Een fysieke winkel zal een belangrijk uithangbord en marketinginstrument blijven naar de consument. Doordat grote ketens zich met name in het fysieke aanbod terugtrekken, zullen er kansen ontstaan voor de kleinere lokale ondernemers, vooral als zij meerwaarde leveren in termen van kennis, ontmoeting, service, beleving etc. Hierbij gaat het niet alleen om detailhandel, maar ook andere vormen van bedrijvigheid en/of dienstverlening.

5 SWOT-analyse

Op basis van de analyse en de trends en ontwikkelingen, zijn de sterke en zwakke punten van het centrum en kansen en bedreigingen (extern) in beeld gebracht en de kwalitatieve meerwaarde ten opzichte van omliggende winkelcentra en het vergelijkbare stads-

deelcentrum De Helftheuvelpassage. Het gaat er om de sterkten verder te verbeteren, de zwakten weg te nemen en daarbij in te spelen op de kansen en bedreigingen die op het centrum afkomen.

Sterk	Zwak
<ul style="list-style-type: none"> Mooi centrum (NRW-prijs); Dorpsgevoel; Horecacluster de Driesprong fungeert als echte ontmoetingsruimte ('huiskamer'); Lokaal ondernemerschap met veel actieve ondernemers en bewoners; Aanwezigheid centrummanagementstructuur; Dichtbij/toegankelijk; Evenementen, zoals Festival Halloween en het Kom Festival; In de openlucht / niet overdekt; Uitstraling naar Vinkel, Berlicum en Nuland. 	<ul style="list-style-type: none"> Verbinding oud-nieuw; Aantal onderdelen openbare ruimte; Soms tegengestelde belangen waardoor doorpakken lastig is; Verouderde bebouwing Dorpsstraat-noord; Dienstverlening biedt minder traffic en veelal gesloten aanzicht; Apart functioneren van het noordelijk en zuidelijk deel, door fysieke en mentale belemmering door De Driesprong.
Kansen	Bedreigingen
<ul style="list-style-type: none"> De Groote Wielen als groei, deze groep aan Rosmalen binden; Online zichtbaarheid van ondernemers en centra werpt vruchten af, dus inspelen met social media strategie; Inspelen op nabijheid en behoefte aan lokaal en deskundig ondernemerschap. 	<ul style="list-style-type: none"> Veel alternatieve aankoopplaatsen in omgeving; Opkomst online; Aantal stoppende ondernemers; Transformeren naar wonen winkelhart; Afname diversiteit winkelaanbod en ontbreken extra grote publiekstrekker.

Wensbeeld sterk winkelhart



6

Visie: waar werken we samen naar toe

Centrale opgave

Met alle stakeholders samenwerken aan een toekomstig bestendig en aantrekkelijk centrum voor de inwoners van Rosmalen en (toekomstige) bewoners van de Groote Wielen waarin de pijlers 'lokaal, toegankelijk, actief en ontmoeten' centraal staan. Hierbij is het behouden en versterken van de functie als stadsdeelcentra van belang.

Doelgroep

Gezien de bevolkingsopbouw ligt het voor de hand om voor het centrum de focus te leggen op het aantrekken van gezinnen met kinderen en ouderen.

Sterk winkelhart

De focus ligt op het creëren van een sterk winkelhart. De toekomst van winkels ligt met name in gebieden in het hart van een centrum waar veel traffic plaatsvindt. Het nieuwe winkelhart voor het centrum van Rosmalen is bepaald aan de hand van de huidige looproute (winkel-9) in combinatie met de ligging van de parkeervoorzieningen, de kerk en de verwachte trends en ontwikkelingen. Het wensbeeld voor het nieuwe winkelhart is tot stand gekomen in overleg met diverse stakeholders (vastgoed, horeca en detailhandel). Naast het winkelhart zijn de randen hieromheen eveneens tegen het licht gehouden en is het centrum van Rosmalen op te delen in drie gebieden (zie kaart):

1. Kernwinkelgebied

Het kernwinkelgebied, ofwel het winkelhart met de Driesprong, is het deel van het centrum waar het allemaal gebeurt (de meeste traffic). Hier is de hoofdfunctie winkelen (detailhandel) en horeca op de Driesprong. Naast detailhandel is in het kernwinkelgebied ook ruimte voor publieksgerichte functies, zoals een sportschool, tandarts, ambachtelijke bedrijfjes, kantoren etc. etc. Waarbij het van belang is dat de gevel een open uitstraling heeft. Transformatie naar wonen op de begane grond is hier niet wenselijk.

2. Gemengd gebied

Het gemengde gebied, is het uitloop gebied van het winkelhart. Hier vindt een menging van functies plaats. Wonen op de begane grond is hier voorstelbaar.

3. Randen van het centrum

De randen van het centrum zijn op dusdanig afstand van het winkelhart gelegen dat deze geen directe relatie meer hebben met het winkelhart. Transformatie naar wonen zal hier gestimuleerd en gefaciliteerd worden.

De kaart dient als visiekaart en maakt duidelijk wat het gezamenlijk doel is om samen met vastgoedeigenaren, ondernemers en de gemeente te streven naar een sterk winkelhart. De kaart zal daarnaast gebruikt worden als afwegingskader bij nieuwe initiatieven die niet in bestemmingsplan passen.

Voorzieningenaanbod

Het centrum van Rosmalen onderscheidt zich ten opzichte van omliggende centra door het diverse en de hoeveelheid aanbod ten aanzien van winkels (dagelijks en niet-dagelijks), horeca, dienstverlening en de sfeer. Dat zijn de kurken waar het centrum op drijft, waarbij anders dan in omliggende boodschappencentra de bezoeker een combinatie kan maken met (niet-) dagelijkse winkels, horeca en sfeerbeleving. In een aantrekkelijk winkelcentrum worden bezoekmotieven immers geclusterd, zodat meerdere doelgroepen en bezoekersbewegingen ontstaan. Het is belangrijk dit diverse aanbod te blijven bieden en waar mogelijk te versterken. Gezien de trends en ontwikkelingen en de beoogde doelgroep ten aanzien van het aantrekken van bezoekers liggen er kansen voor lokale ondernemers op het gebied van vers-speciaalzaken en winkels gericht op gezinnen met jonge kinderen. Waarbij service, beleving en gemak centraal staan.

Leegstand, transformatie en verplaatsing

Het streven is om de leegstand binnen de perken te houden en niet boven het landelijke gemiddelde (7,7% 2020) uit te laten stijgen. Enige frictieleegstand is van belang om de dynamiek in een centrum te behouden.

Hierbij moet wanneer een pand langdurig structureel leeg staat, de overweging gemaakt worden of het wenselijk is te kijken naar overige functies die niet in het bestemmingsplan worden mogelijk gemaakt maar bijvoorbeeld wel een publieksaantrekkende functie hebben. Daarbij kan gedacht worden aan bijvoorbeeld dienstverlenende functies, ambachtelijke bedrijfsjes, maatschappelijke functies en/of bijv. daghoreca. Hierbij is maatwerk (maat, schaal en locatie) en de omgevingsdialoog van belang. Niet ter discussie is dat het plein De Driesprong het horecacluster is en blijft.

Ontmoetingsfunctie sociale meerwaarde

Om de ontmoetingsfunctie in het centrum van Rosmalen te blijven stimuleren en garanderen, wordt ingezet op het samenkomen van een breed pallet aan publieksgerichte voorzieningen waar ontmoeting centraal staat. Het gaat hierbij om een totale ervaring waarbij de bezoeker het centra als een sociale omgeving en ontmoetingsplek ervaart. Bij consumentgerichte functies kan men denken aan bijv. maatschappelijke dienstverlening, zoals een tandarts of huisartsenpraktijk, fysio, maar bijv. ook een sportschool en/of een buurthuis. In de openbare ruimte kan de ontmoeting gestimuleerd worden door het verblijf aangenaam en veilig te laten zijn. De sociale meerwaarde kan ook tot uitdrukking komen door het verhaal van lokale ondernemers en hun vakmanschap, service en product beter over het voetlicht te brengen. Een mooi voorbeeld is het filmpje dat lokale horecaondernemers maakten tijdens de lockdown waarin zij samen lieten zien dat de horeca snel inspeelt en thuisbezorgen of afhalen een goed alternatief is. Het is ook een voorbeeld waarin je ziet dat het werkt dat samenwerken loont. Elkaar wat gunnen past bij deze strategie.

Openbare ruimte

De openbare ruimte kan eveneens ontmoeting stimuleren door deze in te richten als een prettige verblijfsplek, met daarbij voldoende zitgelegenheden, groen en (speel)faciliteiten. Uit onderzoek blijkt dat dit bezoekers stimuleert om langer in het centrum te verblijven. Een memorabele openbare ruimte passend bij de lokale identiteit helpt het centrum bovendien zich te



onderscheiden van de concurrentie. Investeren in een aantrekkelijke openbare ruimte heeft als bijkomend voordeel dat vastgoedeigenaren en ondernemers zelf ook de handschoenen oppakken en ook voor investeringen zorgen, zoals een verbetering van de gevel.

Merk, identiteit en marketing

Promotie en marketing van het centrum is essentieel. Het is van belang het centrum volop onder de aandacht te brengen. De consument moet verleid worden en bekend zijn met het aanbod van het centrum van Rosmalen. Mede in het licht van de vele nieuwe inwoners die het centrum van Rosmalen wil trekken. Aan de hand van een brainstormsessies zijn de

uitgangspunten voor de marketingstrategie bepaald. Het centrum van Rosmalen staat voor 'lokaal, toegankelijk, actief en ontmoeten'.

Evenementen

Het is van belang dat het evenementenaanbod goed aansluit op de consument, de beoogde doelgroep en de marketingstrategie die is bepaald. Het Festival Halloween is hier een goed voorbeeld van. Het festival is gericht op kinderen dat hele families naar het centrum trekt en waarin de samenwerking met onder andere de SJV is gezocht. Continueren en verder uitrollen van o.a. dit festival is essentieel. De huidige evenementen worden veelal in het najaar/winterperiode gehouden. Kansen liggen er nog om in het voorjaar en in de zomer bezoekers te trekken door ook in deze periode een goed evenement te houden gericht op gezinnen met kinderen. Voor de zomerperiode kan aangesloten worden op de Bossche Zomer. De Bossche Zomer is een goed medium om de aantrekkelijkheid van een bepaald evenement te bevorderen/vergroten bij de inwoners van de gemeente. De Bossche Zomer is er ook voor om met delen van de stad kennis te maken en onbekende plekken te ontdekken.





7 Actiepunten

Sterk winkelhart

Actie	Omschrijving	Primair aan zet	Planning
1.	Kern winkelgebied	Gemeente en CMR	Gestart in Q2 2021, verder uitgewerkt in 2022
2.	Randen van het centrum	Gemeente en CMR	Gestart Q3 2021
3.	Rijkssubsidie regeling	Gemeente	Gestart Q3 2021, verder uitwerken en nader onderzoeken in 2022

Openbare ruimte

Actie	Omschrijving	Primair aan zet	Planning
4.	Herinrichting	Gemeente Gemeente	Zodra bouw gereed is 2022
5.	Terugdringen verkeer /bromfietzers en inrichten als een aantrekkelijk verblijfsgebied Driesprong	Gemeente Gemeente en CMR Gemeente en CMR	Gestart Q2 2021 Gestart Q2 2021 en verder uitwerken/ onderzoeken in 2022
6.	Faciliteren fietser	Gemeente	Start na/in combinatie zodra resultaten waterplein bekend zijn
7.	Aanlichten bomen	CMR en Gemeente	Gestart Q2 2021, verder onderzoeken in 2022
8.	Vergroenen	Ondernemers en gemeente	Gestart Q2 2021, verder en nader onderzoeken in 2022

Voorzieningenaanbod

Actie	Omschrijving	Primair aan zet	Planning
9.	Biologische markt	CMR en gemeente	Q2 2021 gestart, verder en nader onderzoeken in 2022

Marketing

Actie	Omschrijving	Primair aan zet	Planning
10.	Uitrollen beeldmerk	CMR	Q2 2021 gestart, verder uitwerken in 2022
11.	Zichtbaarheid online en fysiek	CMR	Q2 2021 gestart, verder uitwerken in 2022
12.	Welkomstboekje	CMR	Q2 2021 gestart, verder uitwerken in 2022

Veiligheid

Actie	Omschrijving	Primair aan zet	Planning
13. Terugdringen overlast jeugd	<ul style="list-style-type: none">Vanuit diverse disciplines, wijkmanager, Stadstoezicht en politie is hiervoor van plan van aanpak opgesteld en wordt hier de nodige inzet verleend om overlast terug te dringen. Evaluatie begin 2022.	Gemeente, politie, Wijkraad en CMR	Q2 2021 gestart, monitoren in 2022

8 Participatie

Het actieplan is tot stand gekomen in samenwerking met het CMR. Hiervoor is een projectgroep samengesteld bestaande uit de gemeente en het CMR waar o.a. de vastgoed, horeca en detailhandel in vertegenwoordigd is. Diverse bijeenkomsten hebben plaatsgevonden met het CMR. Het concept actieplan is daarnaast gepresenteerd tijdens de Algemene Ledenvergadering. Hiervoor waren eveneens de vastgoedeigenaren en de wijkraad uitgenodigd. Eveneens heeft er een bijeenkomst plaatsgevonden waarvoor alle pand- en vastgoedeigenaren in en rondom het centrum van Rosmalen uitgenodigd waren om met name te praten over het sterker maken van het winkelhart. De reacties tijdens de bijeenkomsten en gesprekken met de diverse stakeholders waren veelal positief. Het belang met betrekking tot het inzetten op het creëren van een sterk winkelhart werd gedeeld.





9 Financiën

Voor wat betreft het vergroenen van het centrum/inrichting van de openbare ruimte kan geput worden uit een bestaand budget van € 35.000,- t.b.v. inrichting openbare ruimte voortkomende uit amendement (12 november 2019). Voor het bepalen en uitvoeren van de marketingstrategie stelt de gemeente € 15.000,- beschikbaar. Daarnaast wordt bekeken of de rijkssubsidie impulsaanpak winkelgebieden mogelijkheden biedt. Een deel van de actiepunten is faciliterend van aard. Hiervoor is geen extra budget noodzakelijk. Enkele acties zijn nog in de onderzoeksfase. Hier kunnen vervolgacties uit komen.

10 Monitoring

Het is van belang om zicht te houden op de voortgang van het beoogde doel en de voortgang van de specifieke gestelde actiepunten. Jaarlijks zal daarom aan het eind van het jaar de balans opgemaakt worden in samenspraak met gemeente, CMR en eventueel overige betrokken stakeholders.

