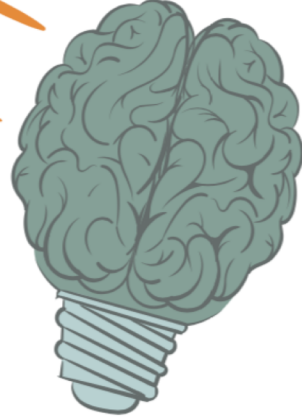




$$B = MC^2$$

NIEUWE ENERGIE
IN BRUNSSUM

Centrumvisie november 2018

MOOI

MINDER

MOGELIJK

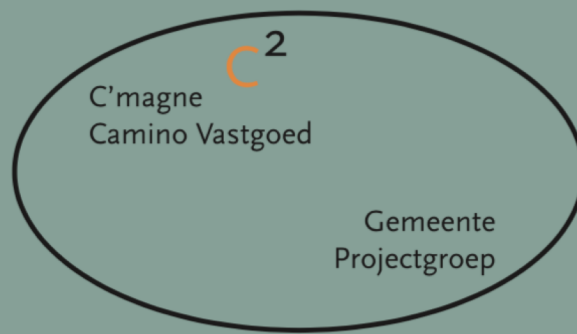
MIJN

MEER

C'MAGNE

CAMINO

GEMEENTERAAD
+
COLLEGE VAN B&W
+
PROJECTTEAM



AANPAK

Beleid
Fysiek
DNA

Doelgroep
Functies
Beleving

CONTEXT

PRODUCT

Confrontatie

Doel

CONCEPT

Programma
Globaal
ontwerp

Verkenning/onderzoek
juni/oktober 2018



Ons **Concept Home**, gelegen midden in het centrum, is gedurende vier maanden opengesteld voor bewoners en winkeliers, jong en oud, professionals, belanghebbenden en vastgoedeigenaren en vormt het aanlooppunt voor ideeën en inbreng

= C'FLOW



B = MC² : CENTRUMVISIE BRUNSSUM

De ambitie van Brunssum als woonstad is hoog! In een wereld die in rap tempo verandert, streeft Brunssum ernaar om een **thuisgevoel** te creëren voor haar inwoners en een **toekomstbestendige** stad te zijn. Het centrum speelt in deze ambitie een belangrijke rol. Deze plek moet naast haar basisfuncties ook **aantrekkingskracht** hebben op jong en oud. Het moet een plek worden waar het goed vertoeven is en die de behoeften vervuld van een gêmeleerd publiek; dé **ontmoetingsplek** van Brunssum.

De ambitie om dé woonstad van Zuid-Limburg te zijn, staat centraal in de visie voor het centrum van Brunssum. Onvermijdelijke ontwikkelingen in de wereld om ons heen hebben daar wel invloed op. Dit vraagt om een frisse blik en nieuwe **energie** in het centrum: **B=mc²**.



CONTEXT

BELEID
FYSIEK
DNA



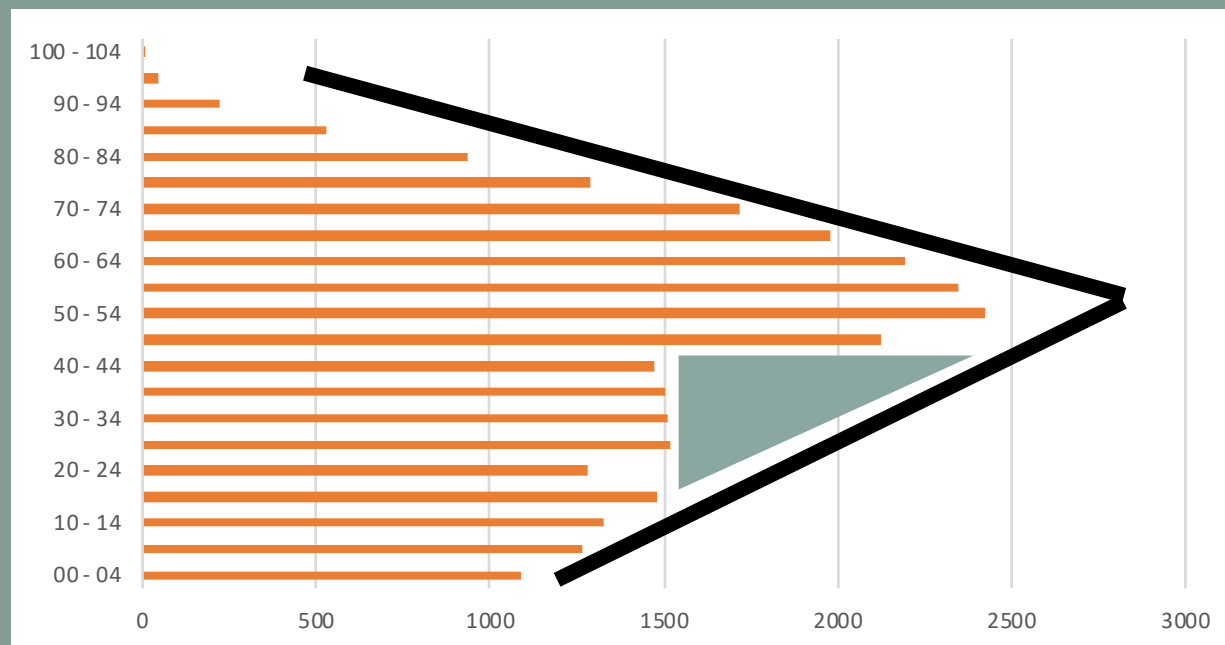
BELEID

2017; IMAGO ONDERZOEK BRUNSSUM (ETIL)

2018; DFH BRANDING

Focus; dé beste woonstad van Zuid-Limburg, groen hart in een internationale en techbased omgeving, en het gaat goed! Denk aan opleidingsniveau, participatie en werkeloosheid. Missende driehoek; te weinig bewoners in leeftijdsgroep 20-45 jaar. Imago versterken.

Bevolkingsopbouw Brunssum
op 01 januari 2018



BELEID

“WONEN EN WERKEN IN HET GROENE HART VAN LIMBURG”

- > Goed wonen
- > Genoeg en gevarieerd werkaanbod
- > Groene omgeving, Leisure-aanbod, sport
- > Aansluiten bij de kernwaarden en ambities van (Zuid-)Limburg

GEWENSTE POSITIONERING

BRUNSSUM IS DÉ WOONSTAD VAN ZUID-LIMBURG

“Wonen en werken in het groene hart van Limburg”.

Een stad met optimale woon- en leefvoorzieningen, met werk en scholen op alle niveau's, in Brunssum en haar directe omgeving en is daarmee de ideale thuisbasis om te wonen en werken in Zuid-Limburg en de Euregio. Het groene hart in een internationale en technology-based omgeving.

WAT ZEGT HET BELEID

VOORBEELDEN & OVERWEGINGEN:

- Geen **bezuinigingen** op voorzieningen voor doelgroep. Sport- en spel kwaliteit moeten worden gehandhaafd;
- **Evenementen** moeten in lijn zijn met doelgroepen. Familie-gericht, samen als uitgangspunt;
- **Handhaaf** tegen verloedering en overlast;
- Sociaal domein: inzetten op **trots**, activering.
- Brunssum **bouwt** aan de toekomst: focus op vooruitgang! Naar stedelijke ontwikkeling in plaats van krimp. Bedrijventerreinen, Parkstadring, woningbouwlocaties, infra en toeristische ontwikkeling;
- In ieder geval: nauwer **samenwerken** met elkaar. Geen solo vluchten maar juist in formatie.

BRANDING BRUNSSUM

- Branding pakt de regie op het proces;
- Zet de lijnen uit;
- Zoekt samenwerking en stuurt die;
- Komt aan de voorkant van het traject;
- Bewaakt uniformiteit en integraliteit;
- Authentiek;
- Is relevant;
- Is (minimaal) tweetalig;
- Onderscheidend (van flyer tot event..)

REGISSEUR >>>



ESSENTIE VAN HET BELEID

- Brunssum heeft betaalbare, aantrekkelijke huizen in een groene omgeving. Er zijn voldoende voorzieningen en is goed ontsloten naar belangrijke omliggende plaatsen. Denk hierbij aan de Brunsummerheide, Schutterspark, (openlucht)theater, golfbaan, zwembad, sportvoorzieningen, brede scholen, een zorgplein en goede bereikbaarheid met gratis parkeren;
- Het imago van Brunssum is minder aantrekkelijk. Barrières zijn de associatie met criminaliteit, laaggeletterdheid, lage arbeidsparticipatie en de indruk dat er in Brunssum “weinig te doen is”;
- Qua opleidingsniveau, arbeidsparticipatie, werkeloosheid doet Brunssum het best goed;
- In de bevolkingsopbouw is er sprake van een ontbrekende demografische driehoek. Dat zijn bewoners van 20-45 jaar die in Brunssum geboren zijn maar in de afgelopen decennia en jaren vertrokken zijn;
- Brunssum kiest ervoor om op de eerste plaats een aantrekkelijke woonstad te zijn. Het centrumgebied is daarbij ondersteunend.

FYSIEK

- Ééntonig
- Gebrek aan groen
- Variatie in onderhoud
- Centrum is (te) langgerekt
- Variatie van hoogbouw en laagbouw
- Lindeplein is “de parel” buiten “het ei”

Circa 230m¹ van de 1500m¹ binnen het ei.
(gevellengte)

Trend is dalend

Winkels vs. horeca

Fase 1b : 60m¹

Fase 2 : 220m¹

LEEGSTAND

FYSIEK

- **Eentonig:** de gehele Kerkstraat heeft binnen het Ei een vrijwel éénduidig profiel met weinig variatie in materialisering en uitstraling.
- **Gebrek aan groen:** het centrum kent nauwelijks groene pleinen, entrees, zeker in contrast tot het groene park.
- **Variantie in onderhoud:** het onderhoud van de horizontale gevel (de bestrating) is redelijk tot goed. De verticale gevels vertonen een meer diffuus beeld.
- **Centrum is (te) langgerekt:** een wandelingetje op en neer van het bodemplein naar de Dorpstraat is ca. 3 km en neemt rustig lopend en kijkend een uur in beslag. Binnen het Ei is die afstand 500 meter maar rekening houdend met zijstraten is toch sprake van een gevellengte van ca. 1,5 km.

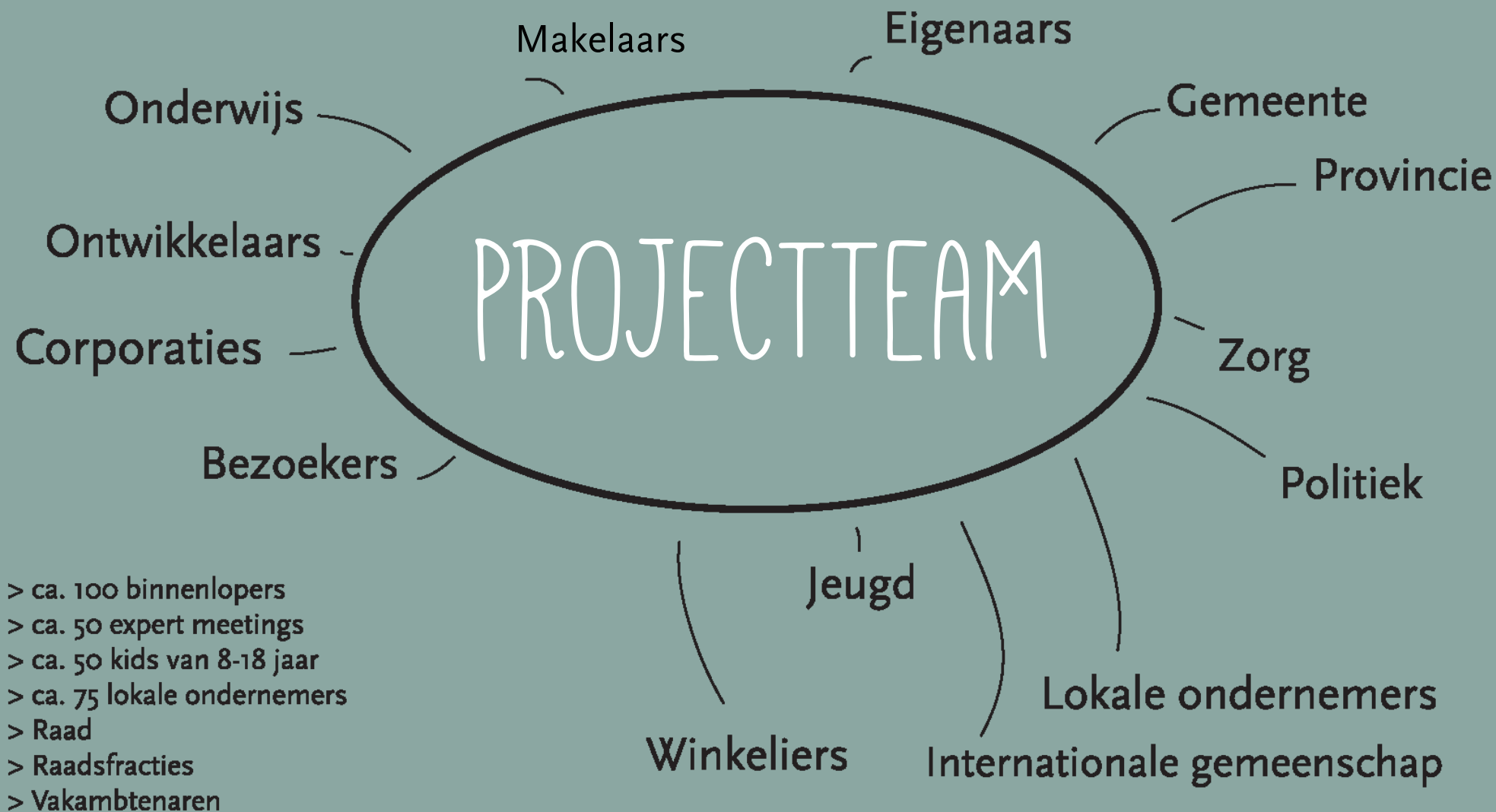


FYSIEK

- **Variatie van hoog- en laagbouw:** het centrum van Brunssum en met name de Kerkstraat kenmerkt zich door een overwegend lage bebouwingshoogte waar een aantal markante naoorlogse toevoegingen zoals het gemeentehuis, de cityflat en de centrumflat boven uitsteken. Die markante torens zijn te zien maar maken geen deel uit van de publieke ruimte.
- **Lindeplein is de parel buiten het Ei:** De kwaliteitsslag op en rond het Lindeplein heeft van het Lindenplein de nieuwe parel gemaakt met een beduidend hogere ruimtelijke kwaliteit en uitstraling dan de Kerkstraat en de diverse aanloopstraten en pleinen.

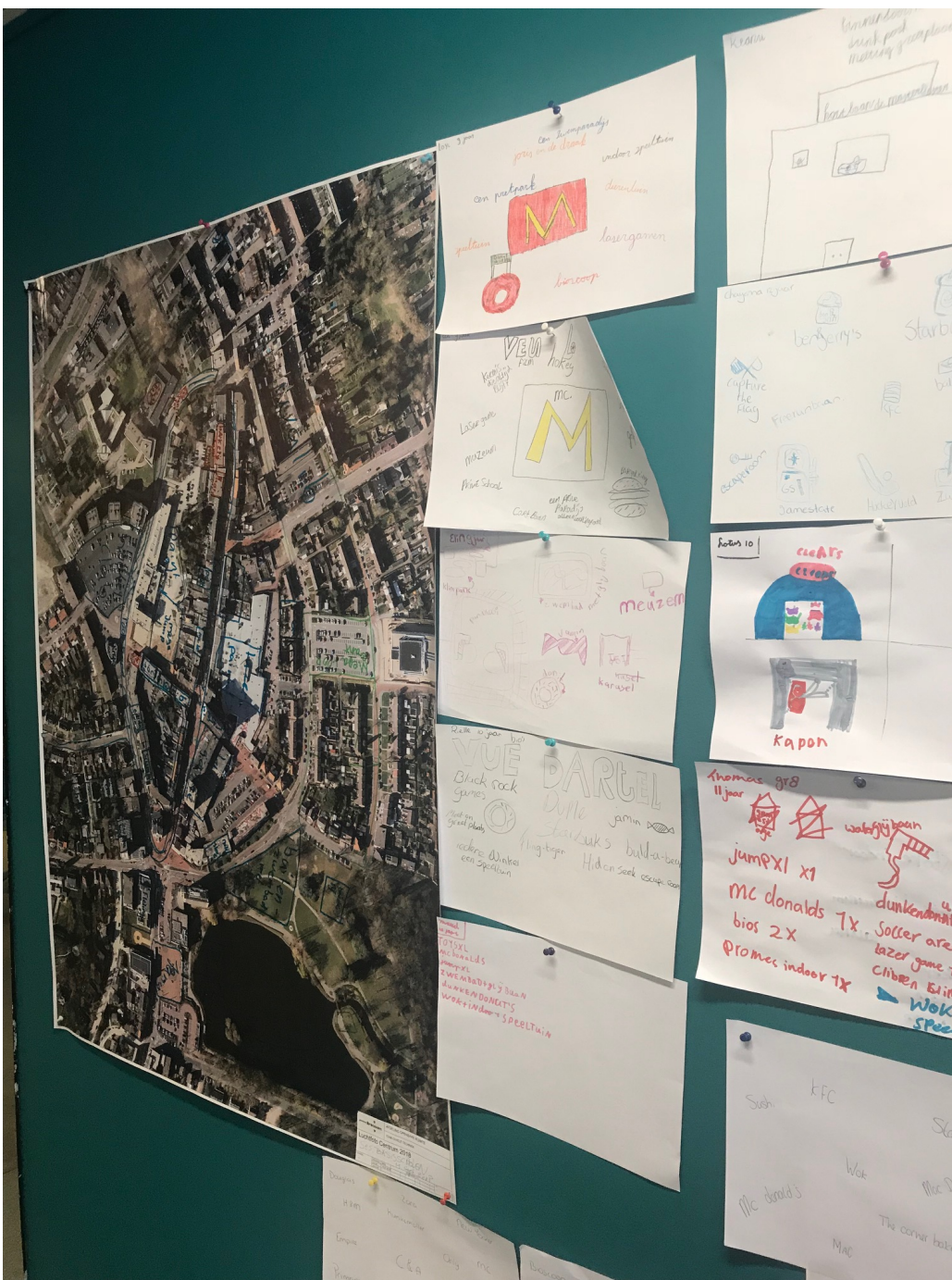


DNA VERKENNING



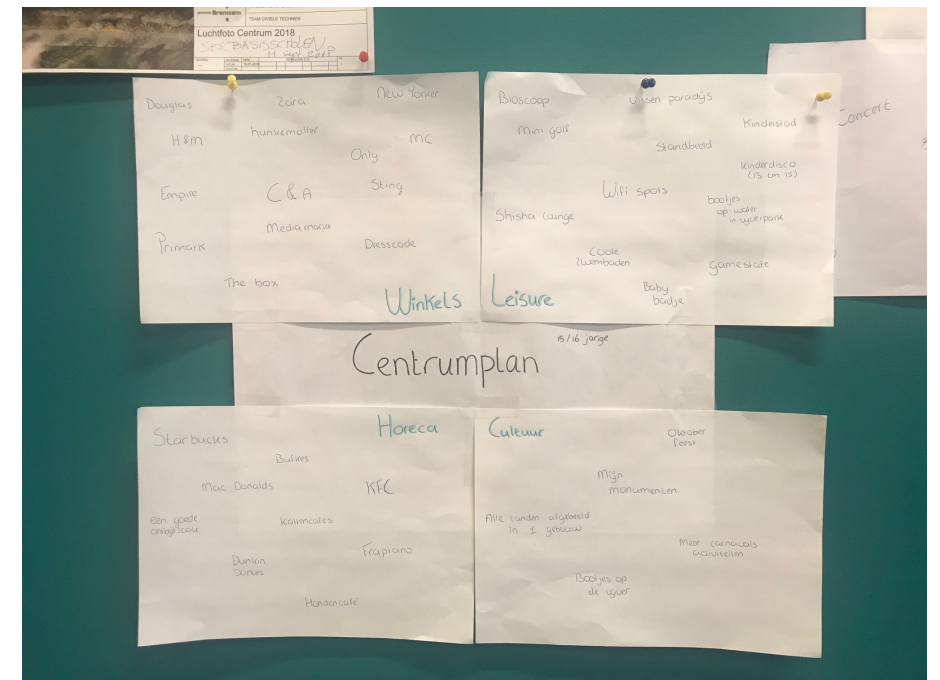
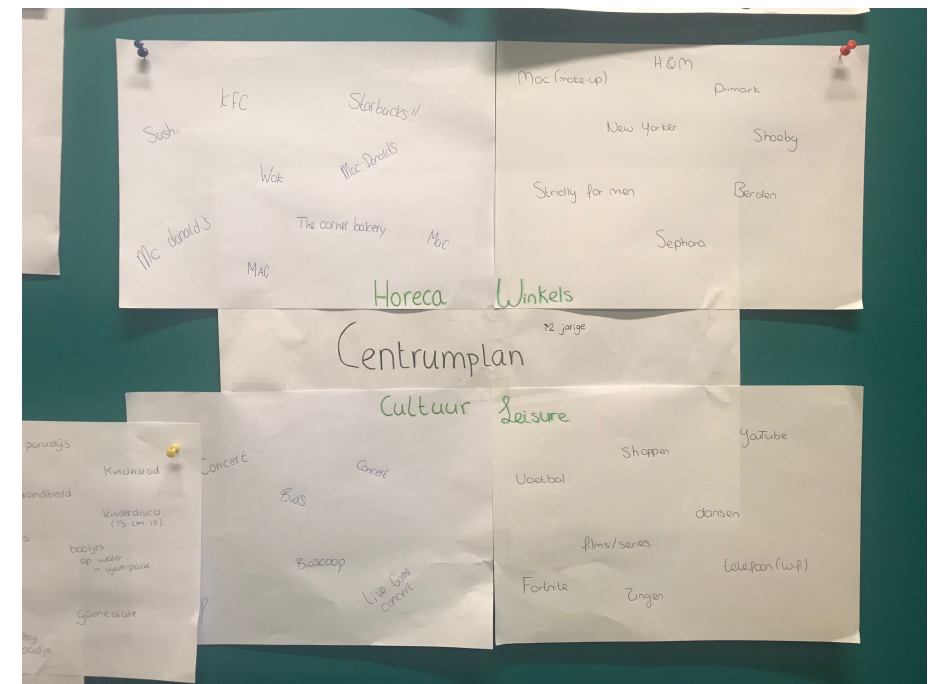
FACTS DNA

- Van juni tot oktober is er intensief contact geweest met bewoners, winkeliers en betrokken vastgoedeigenaren van winkel- en woonpanden om zo inzicht te krijgen in het functioneren van het centrum, hoe men het centrum ervaart, wat men mist, wenst en in welke richting men vindt dat het centrum zich moet bewegen;
- Ons **Concept Home**, gelegen midden in het centrum, is gedurende vier maanden opengesteld voor bewoners en winkeliers, jong en oud, professionals, belanghebbenden en vastgoedeigenaren en vormt het aanlooppunt voor ideeën en inbreng;
- Daarnaast heeft de schooljeugd van Brunssum middels gesprekken, een enquête en enkele sessies aangegeven wat men denkt over en wenst voor het centrum van Brunssum.



DE VISIE DOOR
DE TOEKOMST!

Onderwijs is een belangrijke pijler binnen de visie. De scholier van nu vormt de toekomst voor later van Brunssum. Uiteraard zijn ook zij betrokken in het overall onderzoek!



DNA (1)

BELEID
FYSIEK
DNA

DNA. De inwoner van Brunssum is honkvast. Hoewel Brunssum niet altijd in hun behoefte voorziet, en ze dat ook accepteren, is Brunssum wel hun 'thuis'. Men accepteert over het algemeen dat men voor het aanbod van bepaalde niet dagelijkse voorzieningen is aangewezen op winkelcentra buiten Brunssum. Er is overwegend geen behoefte aan meer van dezelfde winkels. Binnen Brunssum is er behoefte aan kleine, leuke lokaal verankerde winkels en anderzijds wordt ook gevraagd naar bekende grotere kledingzaken die men ook vindt in grotere winkelcentra zoals Maastricht en Sittard.

Brunssum heeft een rijke (mijn)geschiedenis. En hoewel dat niet altijd meer terug te zien is in het straatbeeld, leeft deze wel voort bij de inwoners. Het gemis naar én de wetenschap dat er iets moet veranderen laat ze vaak hunkeren naar het (mijn)verleden. Er heerst nostalgie.. en dat is precies wat het centrum mist. Men zoekt sfeer, verrassing, plekken om elkaar te ontmoeten. Bezoekers willen entertainment, evenementen, beweging en vernieuwing. Het centrum mist daarbij ook groen en wordt, mede daardoor, als stenig ervaren. Mede daarom wordt het Lindeplein en het Vijverpark zo hoog gewaardeerd;

DNA (2)

BELEID
FYSIEK
DNA

DNA. De snelle groei van Brunssum door dat mijnverleden heeft de bevolking van Brunssum gemaakt tot een internationale en gemêleerde gemeenschap, bestaande uit een smeltkroes van verschillende nationaliteiten welk hier gevestigd en ingeburgerd zijn. Na het sluiten van de mijnen, de komst van een internationale militaire gemeenschap en de toenemende internationalisering van mensen van binnen en buiten de EU is Brunssum een echte internationale gemeenschap die gastvrijheid en “hosten” hoog in het vaandel heeft staan. Ca 1/5 deel van de bewoners is afkomstig uit het buitenland waarvan weer meer dan 3/4 deel westers allochtoon is. In de gemeente is een grote werkpopulatie binnen JFC actief en Brunssum heeft naast het UWC in Maastricht de enige grote internationale school van Zuid-Limburg met ca. 800 leerlingen uit de hele wereld. Die mensen vinden nu in Brunssum te weinig vertier, horeca en winkels die zijn afgestemd op hun leef- en woonbehoefte.

Er is een ambitie om de attractiviteit en uitstraling van Brunssum uit te laten stijgen boven het lokale niveau. Voor groei en verandering kijkt men naar buiten, naar Duitsland, België en de internationale werkgemeenschap in Brunssum en Limburg;

DNA. De jeugd in Brunssum is op zoek. Ze missen uitdaging, spanning en gezelligheid waarvan ze aangeven die in het centrum onvoldoende te vinden. Het DNA van de jeugd grijpt niet terug naar Brunssum, maar rijkt verder. Daarom smelt het DNA van de jongeren samen met het DNA én de daaruit voortkomende behoeften van de wereldburger. Zowel jeugd, ouders als grootouders vinden dat er meer voor de jeugd te doen zou moeten zijn in het centrum. Waar de jeugd zelf om vraagt is meer horeca (met name bekende internationale ketens) en overdekte Leisure faciliteiten zoals bowling, lasergame, virtual games maar ook ‘traditioneel’ roeibootjes in het park. Groot- en kleinschalig dus, voor ouderen en zeker ook voor jongeren, traditioneel en vernieuwend, fast-en slow food, permanent en tijdelijk alles. Meer familie-evenementen: de doelgroep ‘jeugd en families’ van 20-45 willen samen dingen doen. Binnen en buiten, zomer en winter. Traditioneel en vernieuwend;

Verbeteren van de infrastructuur: Laden en Lossen, brommers, fietsers in het centrum worden als storend ervaren. Fietsen, parkeren en het openbaar vervoer kan beter en daar moet en kan aan gewerkt worden.

PRODUCT

DOELGROEPEN

FUNCTIES

BELEVING



Doelgroepen. Het centrum van Brunssum is momenteel vooral gericht op haar inwoners en die van de direct omliggende kernen en met name op de gemiddeld wat meer oudere en lokaalgeoriënteerde bewoners. Dat is de huidige doelgroep.

Het uitgangspunt voor het centrumgebied moet zijn; houd vast wat goed gaat, verbeter wat niet goed is. Dat betekent dat het centrum aantrekkelijk moet blijven voor de mensen die nu al hun weg daarnaartoe vinden en degene die dat niet doen, verleid moeten gaan worden om dat wel te gaan doen.

PRODUCT

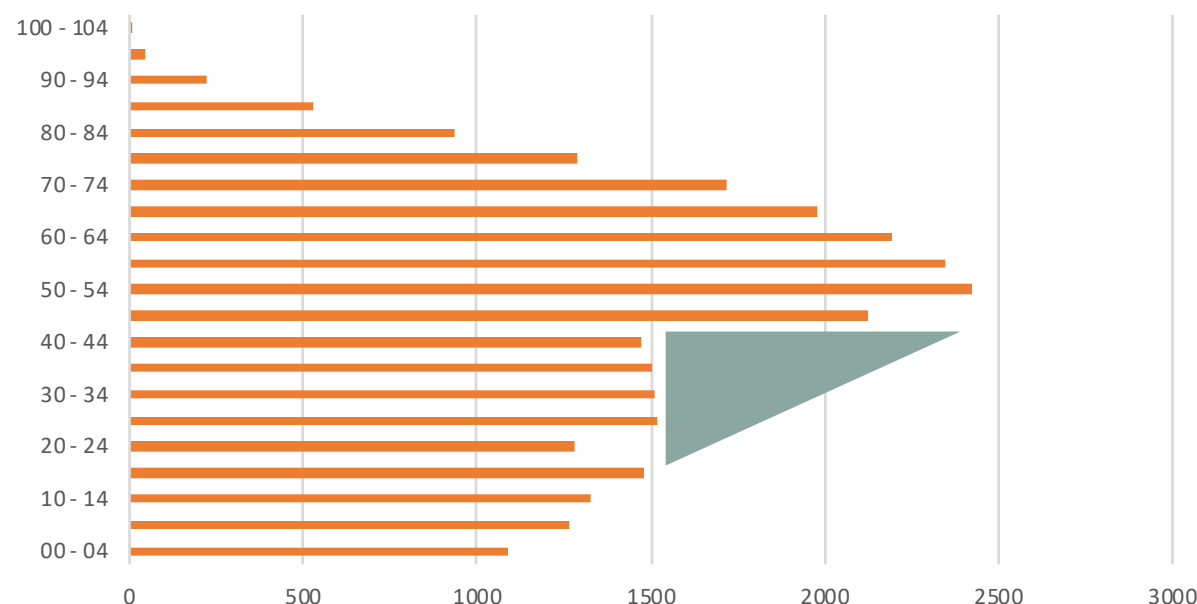
DOELGROEPEN

FUNCTIES

BELEVING

Doelgroepen. De internationale gemeenschap is deels niet zichtbaar in de bevolkingsopbouw. Dit vindt zijn oorzaak in het feit dat een groot deel van JFC bewoners niet zijn opgenomen in de bevolkingscijfers van de gemeenten waar zij wonen. Dat betreft ergens tussen de 1.000 en 1.200 werknemers en gezinnen in de regio. Die doelgroep is en blijft overigens sterk aan verandering onderhevig. Was die doelgroep jaren geleden nog voornamelijk Engelstalig (Amerikaans, Canadees en Engels), momenteel is die doelgroep voornamelijk Europees (Engels, Frans, Duits, Spaans, Grieks, Baltisch etc.).

Naast de aan JFC gelieerde gemeenschap is er een tendens dat de wereld, Limburg en ook Brunssum internationaliseert. De goede en recent sterk verbeterde internationale ontsluiting via weg, vliegverkeer en de economische structuur van onze regio maakt dat steeds meer bewoners “internationals” zijn. Nu al zijn 15.000 internationale werknemers al dan niet met hun gezinnen woonachtig in Zuid-Limburg. Deze trend is stijgend.



PRODUCT

DOELGROEPEN

FUNCTIES

BELEVING

Doelgroepen. Verder ontstaat, op basis van de gesprekken met deskundigen, een beeld dat een aanzienlijk deel van die groep mensen er niet voor kiest om in Brunssum in te wonen en/of geen gebruik maakt van de centrum- en onderwijsvoorzieningen. Men mist in het centrum van Brunssum de sfeer, vertier, bijzondere restaurants, winkels en services en gezelligheid. Men vindt in Brunssum de geschikte woning of woonomgeving niet en het internationaal onderwijs in Brunssum sluit niet aan op de wensen en mogelijkheden van deze gezinnen. Met name voor gezinnen is dat een belangrijke reden om voor andere regio's en gemeenten te kiezen. De internationale community heeft momenteel nog een onvoldoende band met Brunssum.

De jeugd van Brunssum (ca. 8 tot 18 jaar) geeft aan dat men slechts in zeer beperkte mate gebruik maakt van het centrum en dat men het centrum ook slecht waardeert. Vanuit een door de leerlingen van het Rombouts College uitgevoerd onderzoek blijkt dat zij bestaande leisure met een cijfer 5,2 waarderen, de winkels met een 5,8 en horeca een 6,8.

Dus de jongere- en oudere jeugd vindt het centrum in onvoldoende mate en zoeken plezier, winkelen en horeca niet in het centrum van Brunssum. Als de kids niet komen, gaan de (groot)ouders niet mee.

PRODUCT

DOELGROEPEN

FUNCTIES

BELEVING

Functies. Het voorzieningenniveau in Brunssum is sterk gericht op de huidige populatie. Om een complete community te creëren, is het belangrijk om in functies te voorzien die juist de missende doelgroepen naar Brunssum trekt. Functies die voorzien in wonen, diensten en ontmoeten zullen dit gat in de toekomst vullen.

Beleving. Het centrum van Brunssum mist sfeer. Sfeer in fysieke vorm maar ook in activiteiten en de samenhang tussen die twee. Dit zorgt ervoor dat inwoners van Brunssum doelgericht het centrum bezoeken, maar niet zullen verblijven. Mensen van buiten Brunssum kiezen niet snel voor Brunssum, ze kunnen ergens anders in hun (sfeer)behoefte voldoen. Dat heeft tot gevolg dat het vestigingsklimaat voor ondernemers laag is en vastgoedeigenaren weinig investeren in hun panden.



TOEKOMSTIGE ONTWIKKELINGEN (2030)¹

Zoals gezegd, de wereld verandert in rap tempo. De enige zekerheid is verandering. Kijkend naar de toekomst zijn een aantal van die ontwikkelingen mooie bijkomstigheden, maar er zijn er zeker ook waar Brunssum zich aan moet aanpassen. Dit vergt adaptief vermogen en samenwerking tussen overheid, burgers en ondernemers. Wie durft te veranderen heeft de toekomst.

Samenleving

De samenleving maakt een omslag. In een digitaal tijdperk, waarbij individualisme lonkt, ontstaat een tegengeluid van saamhorigheid. Er worden communities gevormd, waarin mensen elkaar opzoeken. Ze werken, verblijven of wonen samen. Bezit word overgewaardeerd, en gebruik voert de boventoon. Grenzen vervagen nog meer door technologie en mobiliteit, dat maakt dat iemand geen inwoner is van een stad maar een wereldburger.

Trend in 2030:

- Internationalisering / wereldburgers
- Vooruitgang de geneeskunde, genetica en bioprinting; mensen worden steeds ouder
- Nieuwe woonconcepten, zoals community living, short stay, tiny houses.
- Onze focus verschuift van welvaart naar meer welzijn
- De focus verschuift van ego naar eco.
- Alle producten zullen diensten worden
- Van eigendom naar shared services

Mobiliteit

Er gaat een verschuiving plaatsvinden naar het delen van vervoermiddelen, flexibel gebruik en leenconcepten. Bezit wordt dus minder belangrijk dan beschikbaarheid. Bij de jonge doelgroep is die verschuiving al duidelijk waarneembaar. Er komen andere verdienmodellen, andersoortige voertuigen en andere mobiliteitsconcepten. En betalen naar gebruik wordt standaard.

Trend in 2030:

- Flexibelere mobiliteitskeuzes
- De zoektocht naar alternatieve brandstoffen intensiveert
- Schaarste dwingt tot innovatie
- Senioren blijven langer mobiel
- Mobiliteit wordt steeds slimmer
- Het Nieuwe Werken beïnvloedt verstedelijking en mobiliteitsgedrag
- Betalen naar gebruik wordt de standaard

Klimaatverandering

Klimaatverandering is wereldwijd een van de grootste uitdagingen. Er ligt nu een grote verantwoordelijkheid bij de huidige generatie naar de volgende generaties. Aansturen op het nemen van verantwoordelijkheid van ieder individu zal zorgen voor een ombuiging van de curve van CO² uitstoot. De urgentie en bewustwording word steeds groter. Daarnaast zorgen de technologie en ontwikkelingen dat duurzame oplossingen en alternatieven voor iedereen toegankelijk worden.

Trend in 2030:

- De potentie van zon- en wind energie is gigantisch, de opwekking en verbruikskosten worden steeds lager
- Opwekking en gebruik fossielen brandstoffen worden steeds minder geaccepteerd
- Mede door dreigende voedseltekorten, word alternatieve voeding een must
- We eten minder vlees
- Verduurzamen in groen en water
- Breuklijn

TOEKOMSTIGE ONTWIKKELINGEN (2030)²

Zoals gezegd, de wereld verandert in rap tempo. De enige zekerheid is verandering. Kijkend naar de toekomst zijn een aantal van die ontwikkelingen mooie bijkomstigheden, maar er zijn er zeker ook waar Brunssum zich aan moet aanpassen. Dit vergt adaptief vermogen en samenwerking tussen overheid, burgers en ondernemers. Wie durft te veranderen heeft de toekomst.

Technologie / Wetenschap

Technologische ontwikkelingen volgen elkaar steeds sneller op. Deze ontwikkeling negeren is onmogelijk. De mens dient steeds meer “compatible” te zijn aan deze veranderingen, anders haalt het ons in. Werken in de Cloud is bijvoorbeeld al normaal, terwijl artificial intelligence nog voor vele een ver van mijn bed show is. De eerste stap naar de zelfsturende auto's, is de opkomst van de elektrische auto. Dit heeft invloed op de parkeerbehoefte in de toekomst.

Trend in 2030

- Mobile internet: altijd connected
- Alles verbonden: internet of everything
- Robotisering: minder banen, meer welvaart
- Aanvullend brein: big data en data analytics
- In perspectief: meer welvaart, minder werk
- Nooit meer sturen: autonome voertuigen
- Vreemde materialen en hun eigenschappen
- Sensoren op en in ons lichaam
- Kunstmatige intelligentie

Retail

De gemiddelde winstgevendheid van fysieke winkels zal zonder maatregelen sterk dalen. Indien winkelruimten niet voor andere functies worden gebruikt, loopt de leegstand op. Tegelijkertijd moeten winkellocaties bestand zijn tegen verschuivingen in demografie en koopgedrag, bijvoorbeeld door op tijd te bewegen naar aantrekkelijke winkelgebieden. Bovendien moeten de locaties en functionaliteit van winkels aansluiten op het online aanbod, bijvoorbeeld als afhaalpunt of ‘concept store’ die dienen als showroom voor het online aanbod.

Trend in 2030:

- Minimalisme; Bewuster leven
- Duurzame materialen / recycling
- Van concurrentie naar collaboratie
- Producten aanbieden met service
- Tijdloze, kwalitatieve producten
- Deeleconomie
- Ruilwinkels; / Kringloopwinkels

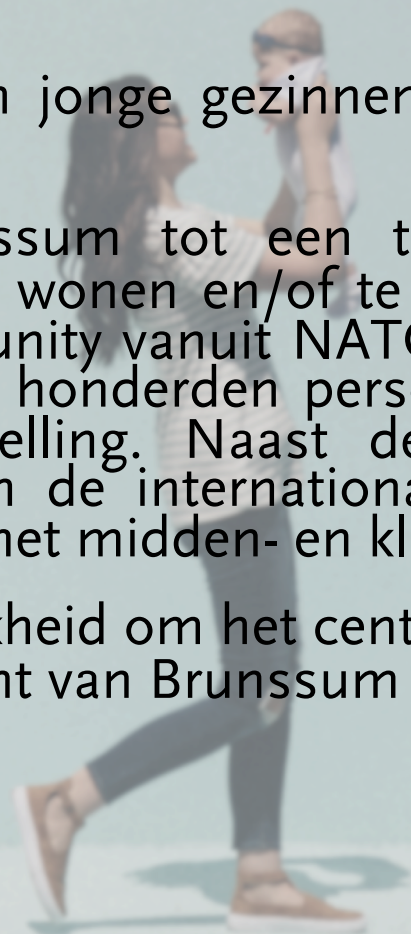
DRAGERS

Brunssum verdient een centrum dat past bij haar ambities. Om die ambities na te streven, zijn dragers nodig. Draggers zijn de thema's die urgentie geven aan de verandering en cohesie in het centrum.

VERJONGING; Draagt bij de aantrekkende werking van jonge gezinnen die actief gebruik maken van de functies en activiteiten in Brunssum.

INTERNATIONALISERING; Maakt het centrum van Brunssum tot een trekpleister van de internationale burger die naar de regio trekt om te wonen en/of te werken. Brunssum beschikt al over een krachtige internationale community vanuit NATO en Afnorth. Deze community groeit in de komende jaren met enkele honderden personen en wordt ook steeds meer "Europees" qua bevolkingssamenstelling. Naast deze NATO/Afnorth community gaat het ook over de werknemers van de internationale organisaties en bedrijven in de omgeving zoals DSM, Sabic, MU en het midden- en kleinbedrijf.

VERDUURZAMING; Geeft invulling aan de verantwoordelijkheid om het centrum van Brunssum toekomstbestendig te maken en de positieve footprint van Brunssum



VERBINDERS

Om het centrum van Brunssum in zijn geheel als een samenhangend concept te kunnen zien, moeten er verbinders worden gehanteerd. Deze zijn gebaseerd op trends en ontwikkelingen en op de behoeften van de doelgroepen.

BELEVING is een sfeer en uitstraling die ervoor zorgt dat verblijven een ervaring wordt.

TECHNOLOGIE ontwikkelt zich in een razend tempo en wordt steeds veelzijdiger. De gemakken die dit met zich meebrengt krijgen in de toekomst een prominente rol in het centrum.

FUNCTIONIES

De dynamiek tussen de bepaalde functies zorgen voor nieuwe energie in het centrum van Brunssum. De focus op deze functies trekt ook de nieuwe doelgroepen naar het centrum, zij vormen de nieuwe community.

WONEN



DIENTEN



ONTMOETEN





INTERNATIONALISEREN

“Maakt het centrum van Brunssum een trekpleister voor de internationale burger die naar de regio trekt. Brunssum wordt daarmee aantrekkelijk als vestigingsplaats”

- *Tweetaligheid*
- *Internationale Karakter en Beeldmerken*
- *Veiligheid*

VERDUURZAMEN

“Geeft invulling aan de verantwoordelijkheid om het centrum van Brunssum toekomstbestendig te maken en de positieve footprint van Brunssum”

- *Water, groen, lucht en licht*
- *Energie*
- *Langzaam verkeer en openbaar vervoer*

VERJONGEN

“Draagt bij de aantrekkende werking van jonge gezinnen die actief gebruik maken van de functies en activiteiten in Brunssum”

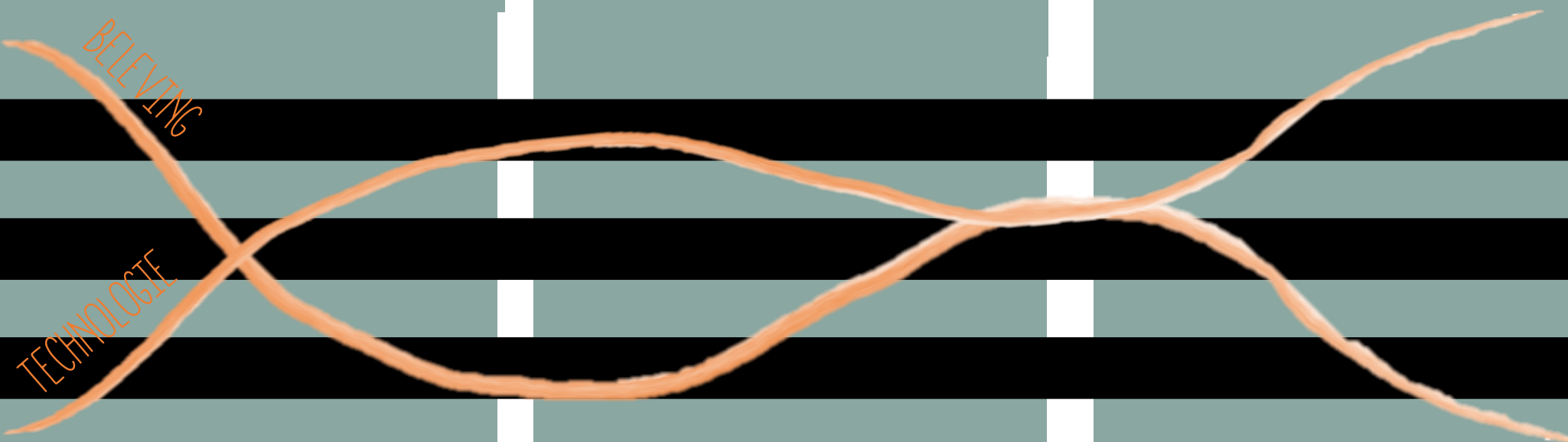
- *Internationale community*
- *Services*
- *Familie activiteiten*

FUNCTIES

WONEN

DIENSTEN

ONTMOETEN



WONEN

WHY

Nieuwe woonvormen zorgen voor een aantrekkingskracht op jonge gezinnen en starters en het vestigen van de internationale community in Brunssum. Deze nieuwe woonvormen, zoals Short-Stay, Stadwoningen, All-in woonconcepten, Woon-werk concepten en Community Living, hebben tot nu toe nauwelijks plek in het centrum van Brunssum.

HOW

Een andere ontwikkeling, die ruimte geeft aan de invulling van nieuwe woonvormen, is de versplintering van retail in het centrumgebied. Door gebiedsgericht retail te transformeren naar diverse woonvormen, ontstaat een compacter kernwinkelgebied. Hierdoor ontstaat er een completer woonklimaat naast het huidige aanbod.

Deze transitie heeft een aantal sterke voorwaarden. Om een goed woonklimaat te creëren, dient de openbare ruimte, de parkachtige omgeving, de events in de binnenstad en de omringende functies de nieuwe bestemming te ondersteunen. De fysieke scheiding tussen kernwinkelgebied en wonen moet ondersteund worden door een passende inrichting van de openbare ruimte. Handhaaf regels op het gebied van de ruimtelijke kwaliteit en maak gebruik van de beschikbare ruimtes in het centrum.

Dit brengt een mooie kans met zich mee voor duurzaamheid in Brunssum. Het verduurzamen van panden door collectieve duurzame installaties, groene gevels en daken versterkt de positieve footprint van Brunssum. Deze transitie kan alleen tot stand komen door goede samenwerking tussen gemeente, pandeigenaren en de woningcorporaties.

WHAT

GERENOVEERD STADSWONEN

Gericht op jonge gezinnen en starters. Focus voor deze ontwikkeling ligt aan het noordelijke deel van de Kerkstraat. Deze transformatie zorgt voor een sfeervolle, levendige verkeersluwe woonstraat waar jonge mensen in Brunssum kunnen vinden.

SHORT STAY WONEN

Compleet ingerichte appartementen, van alle gemakken voorzien, maken Brunssum aantrekkelijk voor wereld burgers. Gemeubileerde kleinere luxe woningen van, ca. 50 m² gericht op mensen die voor kortere tijd verblijven in Brunssum.

COMMUNITY WONEN

Samen wonen, zorgen en investeren vormt steeds meer het beeld van de toekomst. Met gelijkgestemden wordt zorg, kinderopvang en investeringen samen georganiseerd.

WONEN ZONDER EIGENDOM

Delen is het nieuwe bezitten. We stellen woningen, verblijfsruimten, vervoersmiddelen, werkruimte en tuinen aan elkaar beschikbaar. De betaling kan verschillen. Er ontstaan nieuwe collectieven variërend van geld tot ruil systemen.

TECHNOLOGIE

BELEVING

DIY
consument

Duurzame
Energie
opwekking

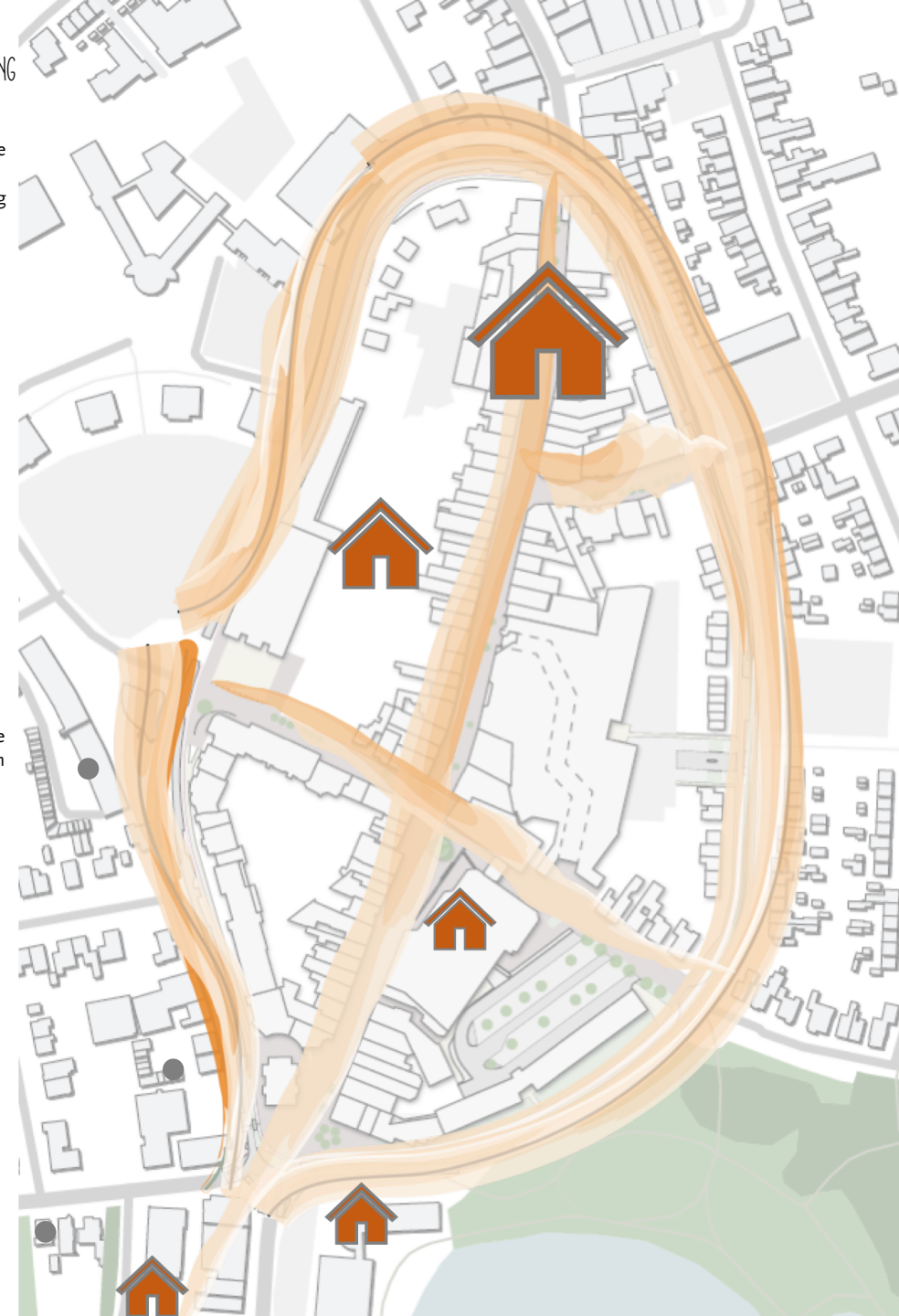
Sterk
Beeldmerk

nieuwe
Investerings
modellen

Groene
wanden

Monitoring
& veiligheid

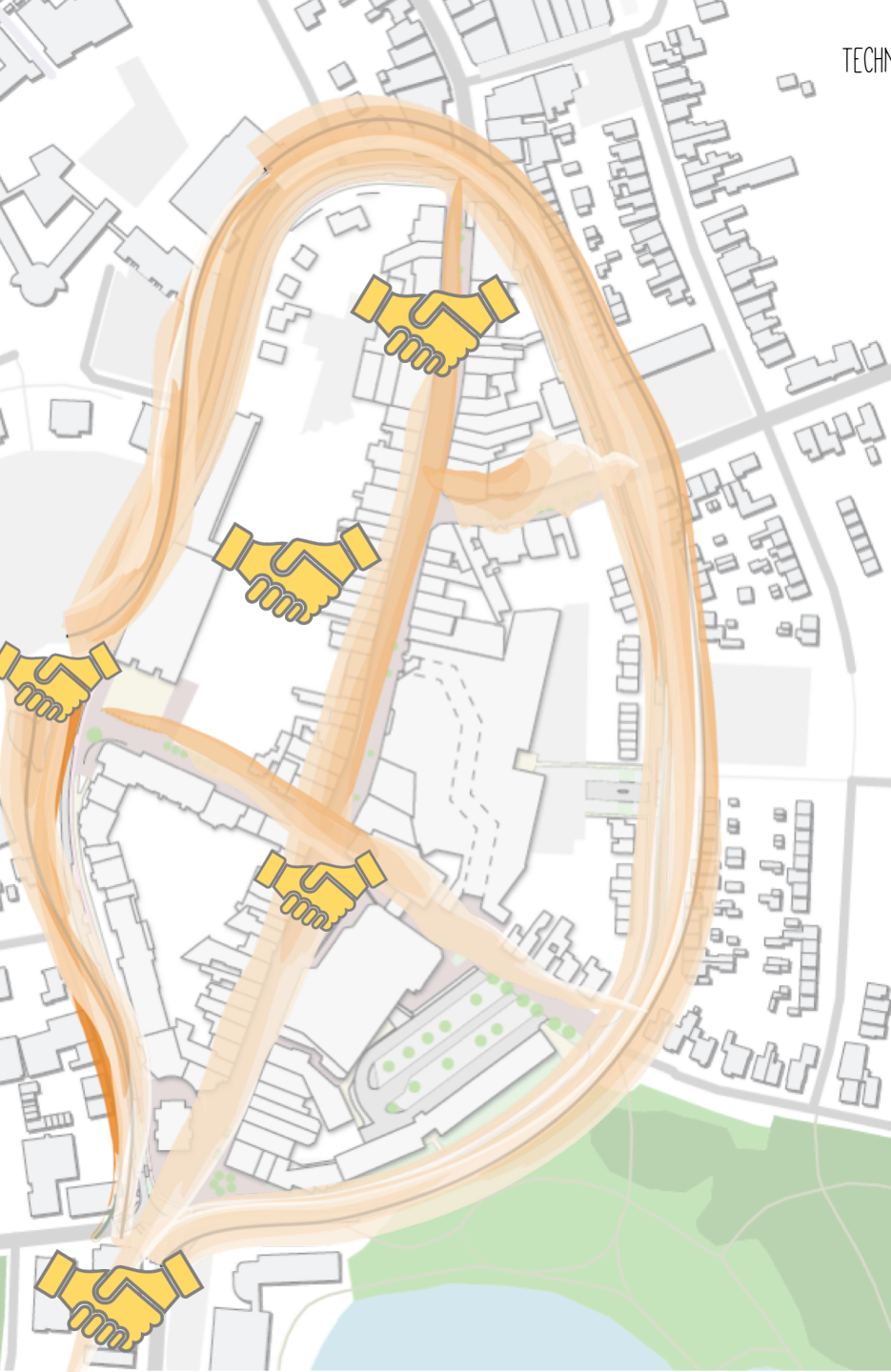
Collectieve
voorzieningen
en onderhoud





WONEN

DIENTEN



TECHNOLOGIE

BELEVING

Artificial Intelligence

Pop-Up Store's

Big Data

Huiskamer gevoel

Nieuwe betaal systemen

Service tot in de keuken

WHY

Diensten maken het leven makkelijker. En hoewel de dienstverlening in Brunssum al een grote rol spelen, zal deze functie alleen maar breder worden. Ouderen worden steeds ouder, en wonen langer thuis en nemen steeds meer diensten af. Boodschappen worden thuisbezorgd, de audicien komt aan huis en de gezonde maaltijd wordt kant en klaar afgeleverd. Vanuit de globalisering wordt het onderwijs steeds internationaler, meertalig en worden er samenwerkingsverbanden over de grenzen heen gevonden. Zorginstanties veranderen mee met de tijd. Een hele nieuwe tendens is dat, met name de jeugd en jongvolwassenen, steeds minder waarde hecht aan eigendom. Beschikbaarheid en gebruik worden belangrijker. Dat geeft het woord Diensten een extra betekenis. In plaats van het aanbieden van goederen, worden leasecontracten afgesloten met gegarandeerde service. De nieuwe dienstverleners vullen het gat dat de retail achter laat.

HOW

De overheid stimuleert samenwerking en ontwikkelingen. Het centrum biedt services, diensten en onderwijs aan die voor levendigheid, kwaliteit en reuring zorgen en biedt daarnaast nieuwe vormen van dienstverlening, zorg en onderwijs. Gedeelde Services staan steeds meer centraal. Het combineren van diverse services, maar ook het service level veranderen mee met de veranderende maatschappij.

WHAT

ZORG

Zorgaanbieders blijven bestaan, alleen zullen zij zich nog meer richten op **zorg aan huis**. Dit heeft gevolgen voor de huisvestingsopgave van de zorgaanbieders zoals ziekenhuizen en ouderenzorg. Veelal in de ouderenzorg worden woonconcepten zoals vital communities steeds belangrijker, daarnaast krijgen technologieën die thuis wonen makkelijker maakt een grotere rol. Zorgcentra zullen een breder dienstenpakket aanbieden.

ONDERWIJS

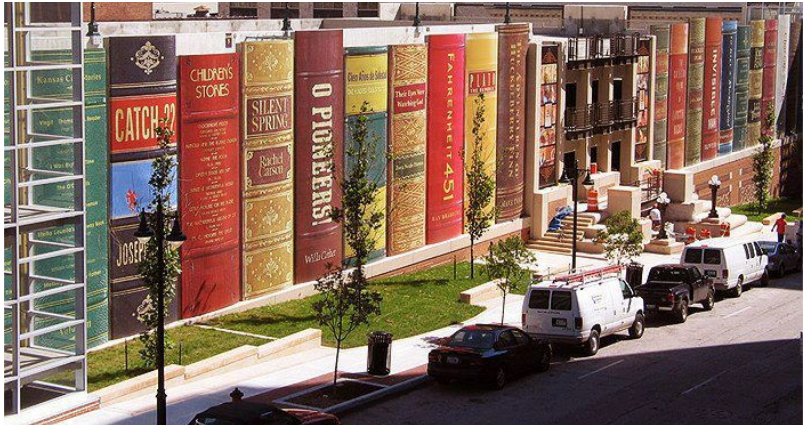
Onderwijs wordt steeds meer een onderdeel van een shared service pakket. In hetzelfde gebouw worden ook kinderopvang, bibliotheek en, naschoolse activiteiten aangeboden. Ondernemend leren volgens meertalig onderwijs heeft de toekomst. Een "Brunssum World College" zet Brunssum op de kaart voor jonge gezinnen en de wereldburger

RETAIL

Met de overgang van eigendom naar gebruik en de toename van online verkopen groeit de vraag naar flexibele huur/leasevormen met service level agreements. De functies retail en dienstverlening zullen daarmee steeds meer samensmelten. Er ontstaan Concept Stores waar workshops, een koffie en de aankoop van bijv. gebruikte goederen door diverse ondernemers wordt aangeboden.

DIENTVERLENING

De huidige dienstverleners zoeken elkaar steeds meer op. Ze fungeren vaak als een huiskamer; een loket voor Brunssumers waar maatwerk geleverd wordt en op een laagdrempelige manier in contact kunnen komen met dienstverleners zoals overheid, woningcorporaties, VVV, bibliotheek en zakelijke dienstverleners en adviseurs.



DIENTSTEN



ONTMOETEN

WHY

Het centrum van Brunssum verdient het om haar allure terug te krijgen. De nostalgie van flanerende mensen door de Kerkstraat. Een koppel zittend op een terrasje genietend van een kopje koffie na de aankoop van een nieuwe zondagse jurk. Een opa met zijn kleinkind in het vijverpark waar ze samen de eendjes brood voeren. De nostalgie zit hem in het samen komen met vrienden en familie, maar ook in de glimlach van een vreemde.

HOW

Om het centrum een ontmoetingsplek te laten zijn, moet het daarop ingericht worden. Meer ingerichte verblijfsplekken in de openbare ruimte, maar ook functies toelaten in het centrum zijn hiervoor een voorwaarde. Door middel van Placemaking, een methode om met gebruikers te werken aan de verbetering van de openbare ruimte, komt de prioriteit weer bij gebruik van de ruimte te liggen in plaats van bij een functie. Het planologisch toevoegen van nieuwe functies in bepaalde gebieden van het centrum, in de vorm van leisure en horeca creëert nieuwe ontmoetingsplekken in de stad. De rol van de gemeente wordt meer regisserend. Een doordacht evenementen beleid stimuleert en regisseert ontmoetingen bijvoorbeeld door het aanstellen van een nachtburgemeester of stadsdichter.

WHAT

PLACEMAKING

Family fun past volledig in de ambitie van Brunssum. Ontmoeten moet toegankelijk en voor ieder wat wils. Dit begint met het inrichten van de pleinen en de weg ernaar toe. Openbare ruimte vormt meer en meer een ontmoetingsplaats, en moet daarop ingericht worden. Van een tijdelijk park tot een kiosk of een jeux de boules baan. Belangrijk is om de gebruiker bij het ontwerp proces te betrekken.

LEISURE

Als de beleving begint op de parkeerplaats, sluit het plezier van de Leisure activiteiten daarop aan. Een Family fun centre, Service bioscoop, laser gamen, bolderen, escaperoom, en zelfs een casino. Met afsluitend een hapje en een drankje.

HORECA

Locale gerechten afwisselend met de wereldkeuken, een foodcourt concept met voor ieder wat wils. Toegankelijk en betaalbaar en een hele belevenis. Naast bekende formules nadrukkelijk ook een internationale keuken en lokale 'flavour'. Een beleving voor jong en oud en een aantrekkingskracht vanuit de hele (Eu) regio.

Voor (internationale) gasten die Brunssum aandoen, is een goed hotel, een voorwaarde om langer in Brunssum te verblijven. Een rooftop bar geeft een relaxt lounge gevoel en biedt een bijzondere plek om elkaar te ontmoeten.

TECHNOLOGIE

BELEVING

Internet of Things, Internet of Everything

horizontaal & verticaal groen

Straatmeubilair

Tweetalige digitale zuilen

Stadsdichter

Verrassen

Smart City

Familie beleving





ONTMOETEN

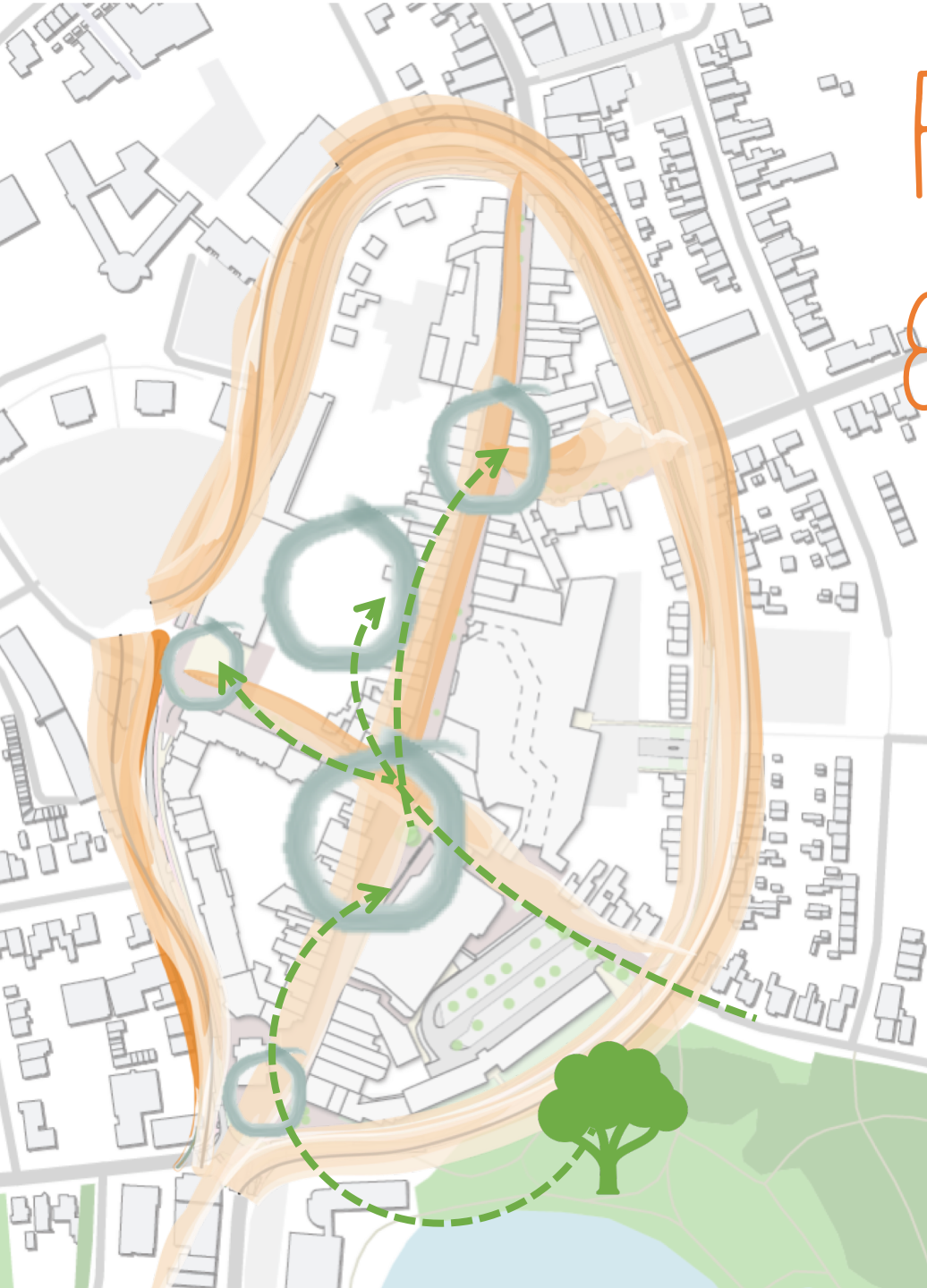




ONTMOETEN

FUNCTIES & PLEKKEN

De nieuwe energie in Brunssum komt tot stand door de beleving van het bronzpunt 🌳, het vijverpark, door te trekken in "Het Ei". De pleinen vormen de potentieplekken die worden ingericht als ontmoetingsplaats, en waar omheen de functies wonen, ontmoeten en diensten worden gestimuleerd



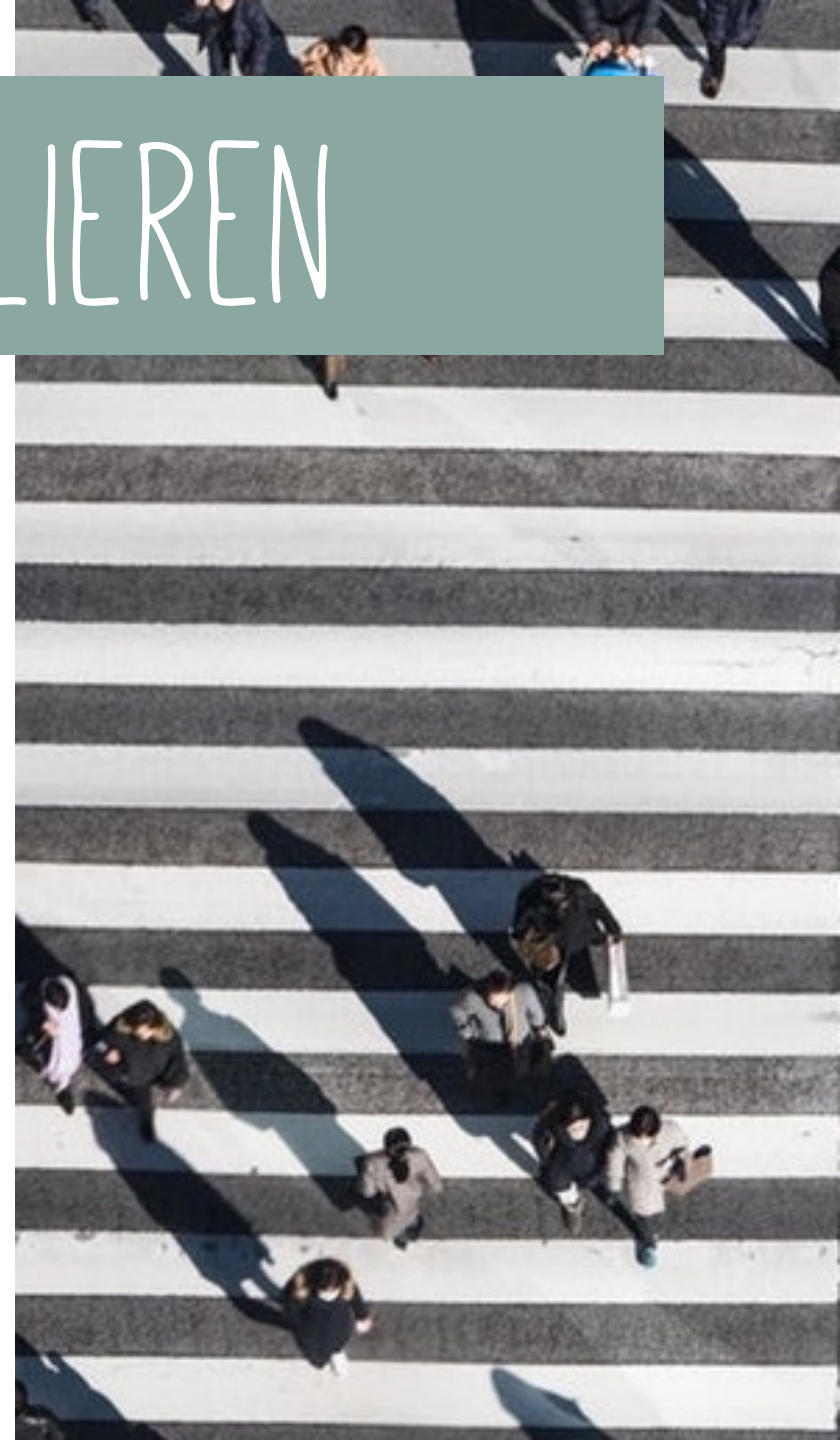
$E=MC^2$, DE NIEUWE ENERGIE

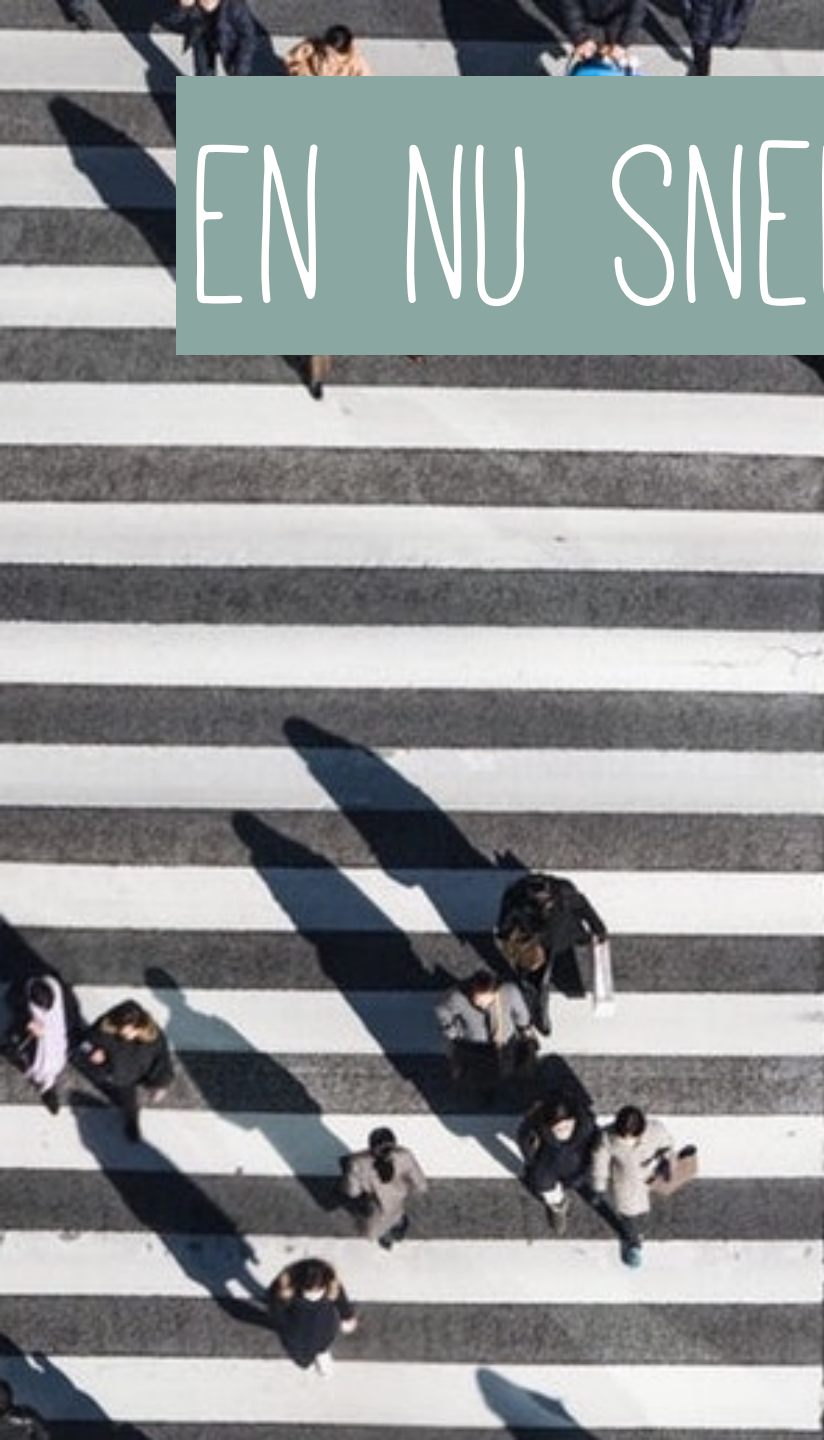
Een toekomstbestendig centrum vergt een eenduidige aanpak. Door deze aanpak duidelijk neer te zetten, kunnen initiatieven van burgers, ondernemers en vastgoedeigenaren direct in een realisatievorm gegoten worden. Hierdoor ontstaat een bottom-up beweging waarin de visie gedragen wordt door een nieuwe centrum community. Zij zijn de nieuwe Energie!

VAN MANAGEN NAAR HOTELIEREN

Na managen (vaak beheren) gaan we het centrum van Brunssum nu "exploiteren", nog actiever bezig zijn en als Hotelier naar alle burgers en bezoekers diensten en services aanbieden. Na het creëren van een nieuwe sfeer en uitstraling begint het werk pas echt. Via evenementen (geënt op de nieuwe doelgroepen) gaan we ervoor zorgen dat het de bezoeker van het centrumgebied aan niets ontbreekt. Hiervoor maken we een actieve organisatie waar dienstverlening en het creëren van een community centraal staat.

Kerntaak is het creëren van Happiness! Ervoor zorgen dat iedereen, van bezoeker, burger, gemeente tot ondernemer HAPPY is in het centrum van Brunssum. Dán creëren we een meerwaarde voor iedereen voor nu en de toekomst.





EN NU SNEL VERDER..

Er is nog veel te doen in het centrum van Brunssum en we hebben er zin in! Het mooie is dat we weten dat het goed gaat worden, dat zien we al voor ons. Een aantal belangrijke zaken moeten hiervoor nu snel opgepakt worden, en wel:

GEBIEDSEXPLOITATIE → REGISSEREN VAN DE VISIE

Zowel tijdelijke exploitatie van (strategisch) leegstaande panden alsook het uitrollen van de visie kan snel opgepakt worden. Zo zijn er meerdere initiatieven die invulling kunnen geven aan de leegstaande panden die op dit moment in eigendom zijn van de overheid. Feitelijk praten we dus hier ook weer over het creëren van Happiness voor iedereen in het centrum. En daar gaan we snel een organisatie voor opzetten die actief aan de slag gaat.

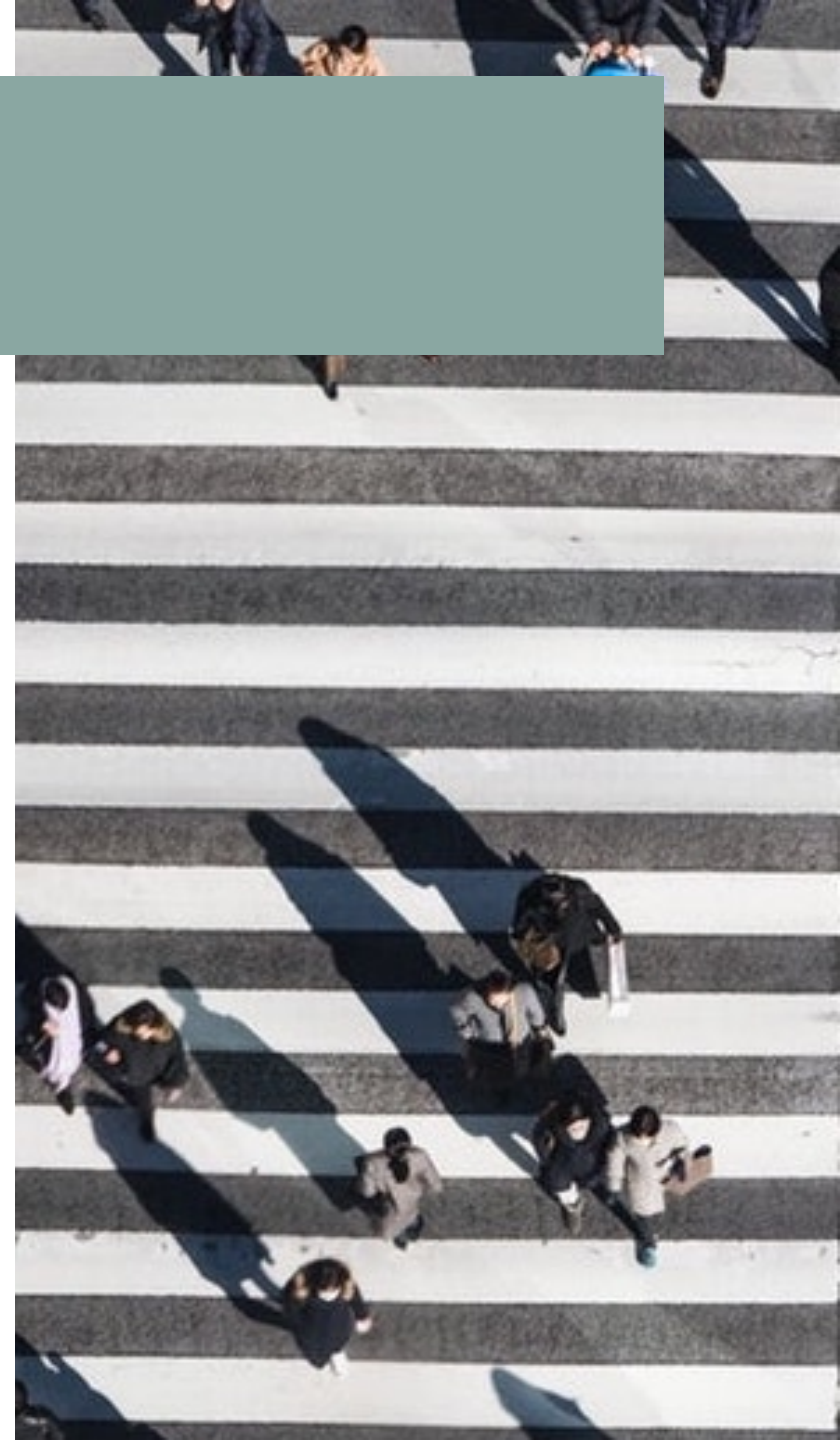
EVENTS

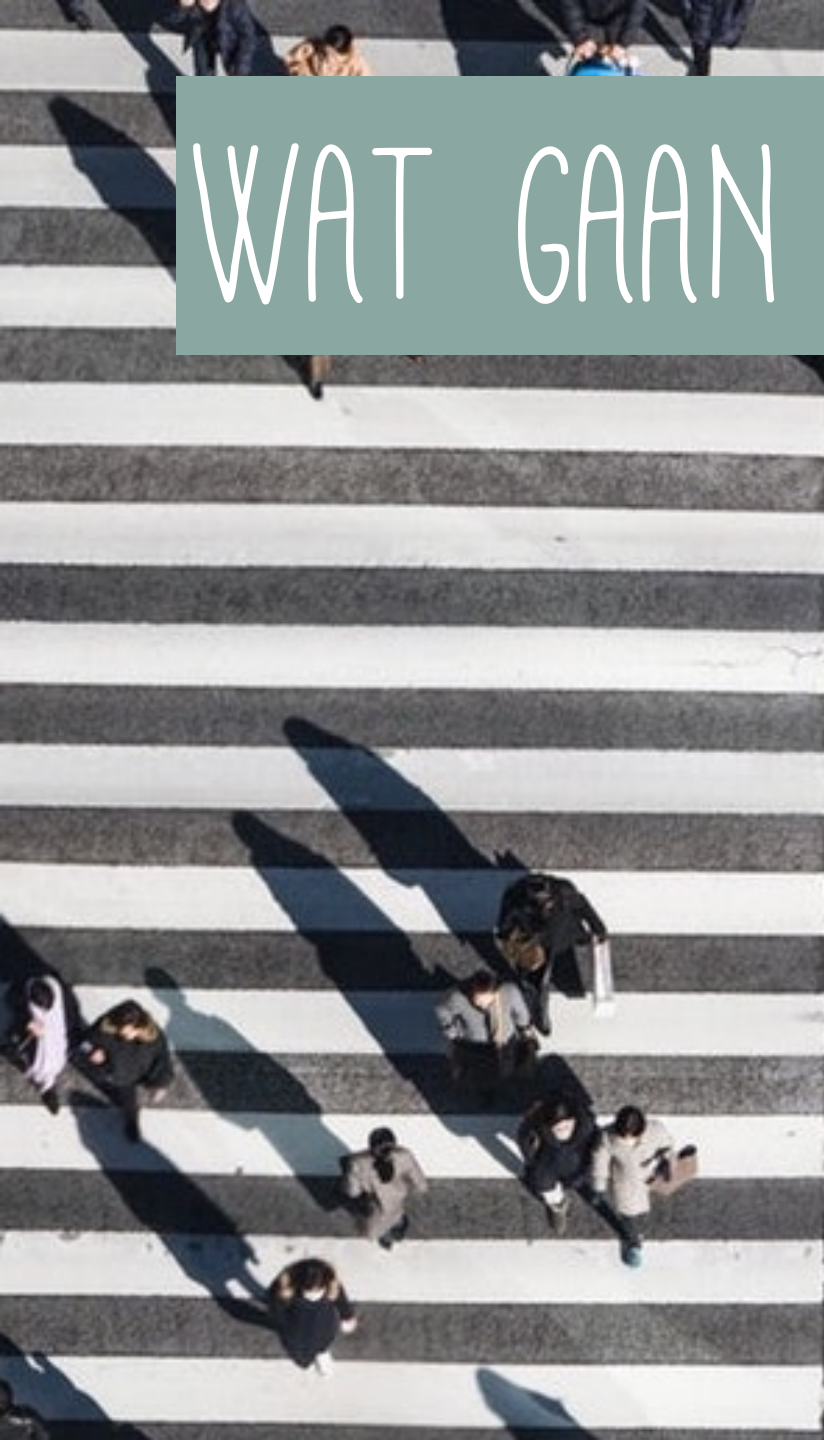
Iedere week een feestje is de basis voor nieuwe beleving in het centrum. Van soms heel klein en onverwachts tot natuurlijk de grote en bekende evenementen die Brunssum al jaren heeft. Van de voetbalvereniging die een panna-toernooi in het centrum doet tot de nieuwe stadsdichter die 'spontaan' zijn gedichten gaat voordragen bij de terrasjes, alles gaat ertoe bijdragen dat er een continue dynamiek in het centrum zal zijn. Iedere dag weer verrassend.

EN NU SNEL NOG VERDER..

GEBIEDSINVESTERINGEN

Investerings in het centrum zullen meer vanuit een integraliteit gezien gaan worden. Hiermee bedoelen we investeringen in de buitenruimte (vergroening, beleving, mobiliteit, etc) samen met investeringen in (lang) leegliggende panden. Misschien ontstaat er zelfs een mogelijkheid om met (lokale) ondernemers een investeringsvehikel op te zetten waar bestaande panden in ondergebracht kunnen worden en vervolgens een nieuw leven krijgen. Ook kan het best zijn dat de ondernemers meer het voortouw gaan nemen in het onderhouden van de openbare ruimte. Een nieuwe vorm van samenwerking tussen overheid en ondernemers staat te gebeuren in Brunssum.



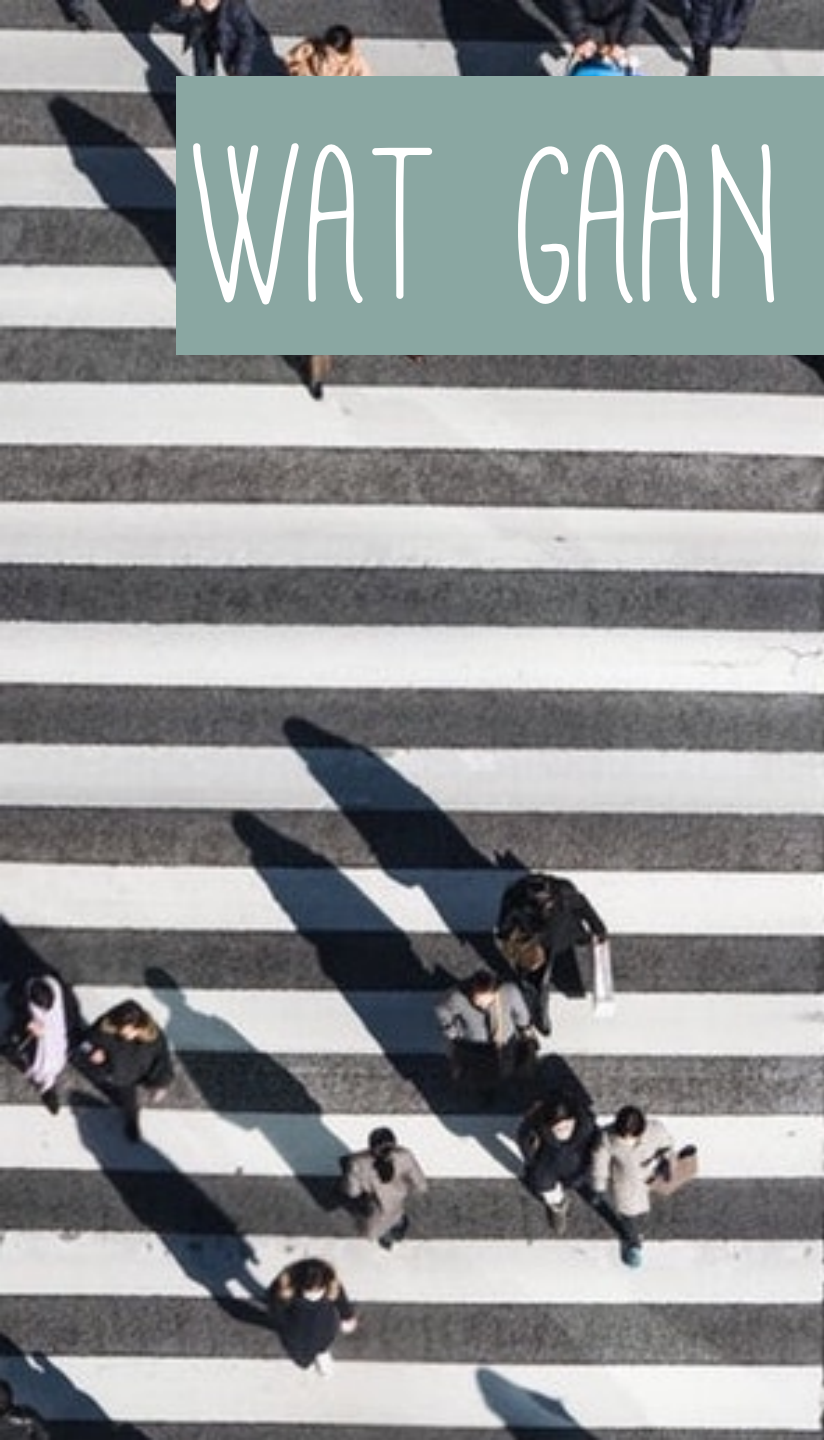


WAT GAAN WE MORGEN DOEN..

Morgen kunnen we voor het centrum van Brunssum direct aan de slag! Snel schakelen en grote slagen maken. Aan de ene kant heel concreet en direct en aan de andere kant het direct door met het ontwikkelen van deze visie naar een concreet uitvoerbaar project.

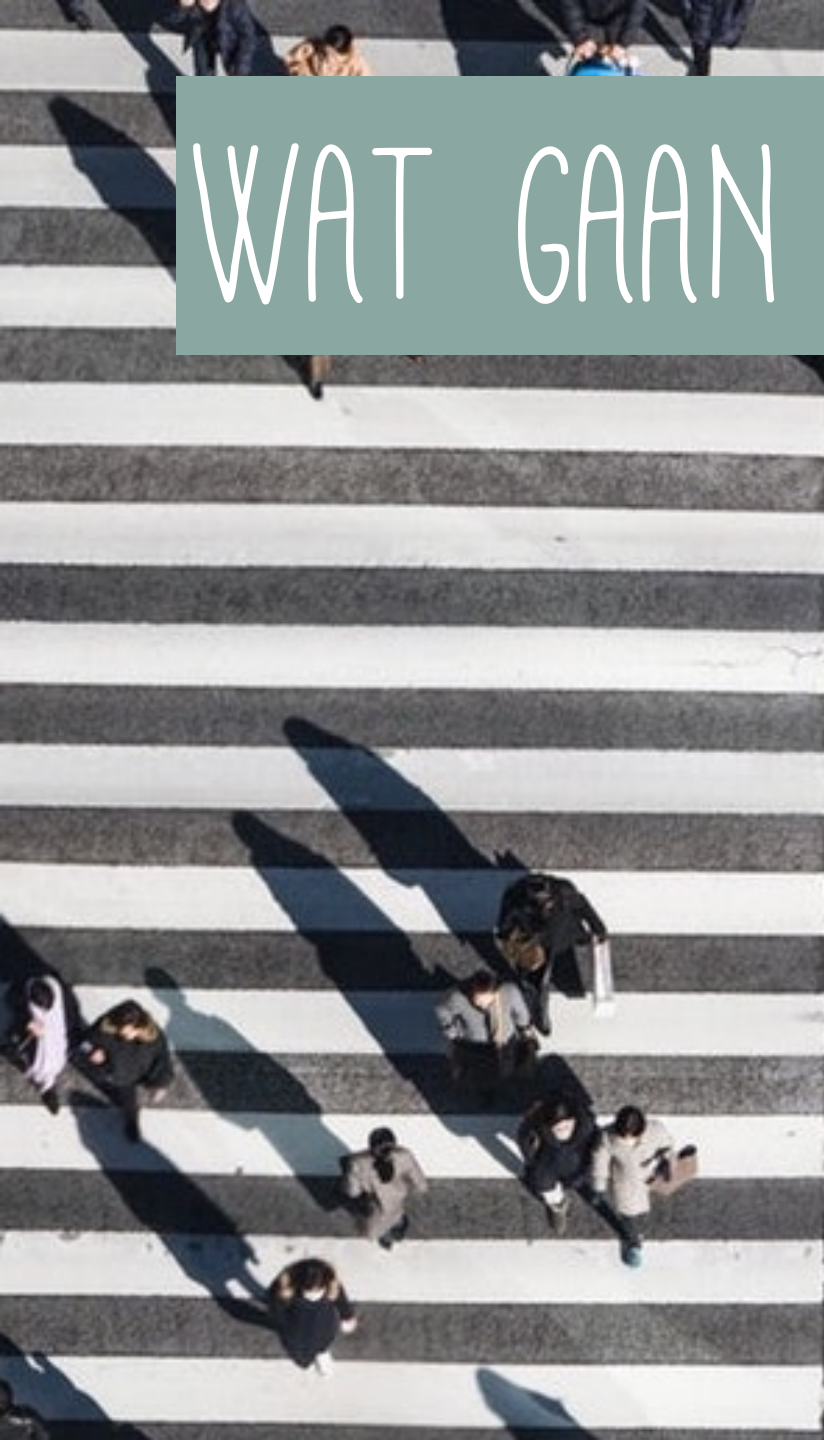
Morgen beginnen we met:

- Het ‘**tijdelijk**’ **exploiteren** van de leegstaande panden in de binnenstad welke eigendom zijn van de gemeente of de provincie. Hier kunnen we op korte termijn laten zien op welke wijze het centrum zijn transformatie gaat waarmaken. Streven naar afdekking exploitatielasten.
- Het **Concept Home** kan een vastere plek in de binnenstad krijgen en dé inlooplek zijn voor burgers en ondernemers. Tevens kan het invulling geven aan de centrale plek van waaruit de nieuwe **centrum-hotelier** organisatie haar werk gaat doen.



WAT GAAN WE MORGEN DOEN..

- Uitwerken **inrichtingsplannen** voor openbare ruimte aansluitend op deze centrumvisie. Hier gaat het niet alleen over de **horizontale gevels maar ook over de verticale**. Het ruimtelijk ontwerp dat momenteel gemaakt wordt voor het centrum dient geïntegreerd te worden qua ontwerp, uitvoering, planning en organisatie met deze centrumvisie. Thema's zoals de verduurzaming, gevels en architectuur, invulling van leegstand, de transitie van deelgebieden, internationalisering, verjonging, en beleving dienen ruimtelijk vertaald te worden. Planning van uitvoering dient afgestemd te worden en het gehele scala aan maatregelen gericht op de versterking van het centrumgebied.
- Aanscherpen en afstemmen van het **brandingplan** op de centrumvisie voor Brunssum en dit direct uitrollen. Hierin gaat het om de communicatiemiddelen en events concreet en direct te benoemen. Deze centrumvisie en het brandingplan gaat Brunssum positiever op de kaart zetten en onder de aandacht brengen.



WAT GAAN WE MORGEN DOEN..

- Het verkennen van een **internationaal (functioneel en ruimtelijk) concept** met diverse functies voor de internationale gemeenschap zoals een international foodcourt.
- Verkenning van een organisatorische structuur voor een internationale school genaamd **Brunssum World College**. Een mogelijke samenwerking tussen Romboutscollege en de Afnorth School om invulling te geven aan het doel de internationale gemeenschap te vergroten en ook de lokale kids een internationale opleiding aan te bieden.
- Uitwerken van het **horeca en leisure concept** dat snel uitvoerbaar is, gebruik makend van bestaande ruimten en panden, een integrale uitstraling heeft en vanuit één hand gemanaged wordt. Het gaat Brunssum (eu)regionaal op de kaart zetten als dé (internationale) plek voor ontmoeten, eten en fun.
- Een **evenementenkalender** die het gehele jaar door zorgt voor (bijna dagelijkse) verrassende momenten, evenementen, bijeenkomsten, ontmoetingen voor alle Brunssummers. Van de lokale voetbalvereniging, via een stadsdichter tot natuurlijk de Parade. Er is elke dag wat te beleven in Brunssum!

EN NU DIRECT AAN DE SLAG..

De voorliggende visie gaat uitgewerkt worden tot een concreet en integraal concept, voor de gehele binnenstad van Brunssum. Naast de in deze rapportage benoemde functies, dragers en verbinders gaan concreet uitgewerkt worden de thema's budgettering, planning, branding en organisatie.

C² staat er klaar voor!

