

# Plan van Aanpak

voor het maken van het masterplan  
Citycentrum Veldhoven

Rijnboutt / Dietz  
februari 2023



 DIETZ

Rijnboutt

## Even voorstellen.

Rijnbout is goed in centrumgebieden. We weten veel van retail en hospitality, maar ook van publieke voorzieningen en multifunctionele programma's in het algemeen. Voor elk project combineren we onze kennis en vakmanschap op het gebied van architectuur, landschapsarchitectuur en stedenbouw. Zo zijn we in staat een goed ontsloten, passende en aantrekkelijke centrumomgeving te creëren en ook meteen een antwoord te formuleren op de uitdagingen op het gebied van klimaat en biodiversiteit. Rijnbout heeft een breed netwerk aan adviseurs die bij centrumopgaven kunnen ondersteunen. Zoals een mobiliteitsadviseur, retaildeskundige of een strategie voor branding en placemaking.

Voor deze opgave werkt Rijnbout samen met Dietz. Dietz werkt aan publiek, politiek en maatschappelijk draagvlak bij vraagstukken in de fysieke leefomgeving. Wij ontwerpen onder meer participatieprocessen en bijbehorende omgevingscommunicatie. Wij luisteren, ontwerpen, begrijpen en we voegen nieuwe energie toe aan complexe ruimtelijke vraagstukken. Zo maken we samen weloverwogen beslissingen mogelijk.



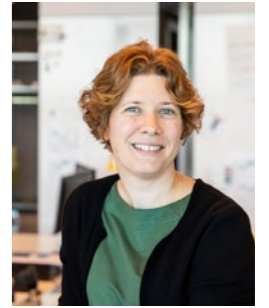
### Team

Voor deze opgave hebben wij een passend team samengesteld. Vanuit Rijnbout zijn voor u de vaste gezichten Desirée Eggink en Richard Koek en vanuit Dietz Monique van der Vorst. De CV's van de vaste teamleden zijn als bijlage toegevoegd.

Onder deel van het vaste team is een stedenbouwkundig ontwerper die dagelijks bereikbaar is voor ontwerp vragen, het tekeningen- en databeheer verzorgt en ontwerp studies in drie dimensies doet. Een landschapsontwerper legt de verbinding met het gebruik en de inrichting van de openbare en private buitenruimte, klimaatadaptatief en natuurinclusief ontwerpen. Uit ons netwerk van adviseurs betrekken wij een planeconoom.

Het team wordt verder ingericht naar gelang de behoefte in het project. Rijnbout beschikt over architecten en bouwkundigen, erfgoeddeskundigheid en experts op het gebied van duurzame stedelijke ontwikkeling. Dietz heeft een team aan adviseurs op het gebied van participatie, omgevingscommunicatie, procesmanagement en besluitvorming, en gespreksleiders.

**Desirée Eggink** - Rijnbout  
associate stedenbouwkundige  
(projectleider inhoud Masterplan  
en eerste aanspreekpunt)



**Richard Koek** - Rijnbout  
partner stedenbouwkundige en  
landschapsarchitect  
(eindverantwoordelijke)



**Monique van der Vorst** - Dietz  
senior adviseur  
(participatie en procesbegeleiding;  
projectleider proces)



### Uw vraag

Voor het Citycentrum Veldhoven heeft u ons gevraagd een Plan van Aanpak te schrijven om een masterplan te maken met een ontwikkelstrategie. U wilt in de periode vanaf 14 maart 2023 tot een afgerond product komen dat eind 2023 aan de raad kan worden gepresenteerd.

Het masterplan wordt in nauwe samenhang met de andere centrumpartners zoals de bibliotheek, de Schalm, de ondernemers en de vastgoedeigenaren opgesteld. Belangrijk onderdeel van het proces is het betrekken van de Veldhovense gemeenschap (bewoners en ondernemers).

## 'Werken aan de centrumgebieden van de toekomst'



Ontwikkelingsvisie Tilburg Kernwinkelgebied 2012



Vernieuwing winkelcentrum Dukenburg, Nijmegen 2021-nu

Herontwikkeling Paddepoel, Groningen 2020-nu



*"Op donderdag spreek ik vaak met vrienden af voor een biertje in de avondzon op het groene plein. Soms pakken we nog een filmpje en als het laat wordt kunnen ze bij mij crashen." Thom Sanders*

## Een eerste observatie.

Op een rondwandeling tijdens een koude winterdag zagen we een goede basis: Citycentrum kent een breder aanbod dan in omvang vergelijkbare steden. Maar we zagen vooral ook veel potentie.

Veel programmatische ingrediënten voor een levendig centrum zijn aanwezig, maar toch, we voelden dat de synergie tussen de onderdelen ontbreekt. De culturele en maatschappelijke functies profiteren niet van elkaar door hun autonome karakter en oriëntatie, horeca is beperkt en te verspreid aanwezig. Er is weinig interactie tussen de woningbouw en de winkelstraat. De openbare ruimte is netjes, maar heeft weinig uitstraling en eigenheid. Er is geen hart dat leeft. Het Meiplein is een grote stenige vlakte, het park ligt er wat verloren bij, de routes naar en vanuit de wijken met de fiets of lopend zijn zwak.

Het hele centrumgebied vraagt om een integrale verbetering, in functioneren en in aantrekkelijkheid. Voor alle Veldhovenaren, van de bewoner met Kempense wortels tot de internationale kenniswerker. Maar er is meer nodig dan het reorganiseren van de winkelstructuur en het opwaarderen van de openbare ruimte.

### Ambitie

Uw gemeente beschrijft in uw omgevingsvisie 'Stad van dorpen in het hart van Brainport' (februari 2022) dat het Citycentrum onderdeel is van de zone "sterk stedelijke structuur". Hier is ruimte voor stedelijke groei door verdichting. Want de regio Eindhoven groeit, met ASML als belangrijkste werkgever. Uitgesproken is dat het centrumgebied het kloppend hart van Veldhoven wordt. Dat van een 'place to buy' transformeert naar een 'place to be'. Een plek om te verblijven, met een compactere winkelstructuur, maar meer horeca, dienstverlening en wonen in een aantrekkelijke, groene openbare ruimte. Nieuwe centrumvoorzieningen worden hier geclusterd.

In de 'Verkenning Citycentrum Veldhoven' (juli 2021) zijn na een compacte analyse van het gebied ruimtelijke en programmatische kansen beschreven voor de herontwikkeling van het centrumgebied. De 15 minutenstad wordt daarbij als concept gehanteerd.

De gemeente en twee belangrijke shareholders die bereid zijn te investeren, zijn in gesprek en er is al eerste ideeëvorming over een mogelijke transformatie. Kortom er is het juiste momentum.

*"Ik woon sinds kort in een ruim en comfortabel appartement. Wij spreken altijd op dinsdagochtend af in de bieb, krantje lezen en we leggen ook wel eens een kaartje. Ze hebben lekkere koffie en met mooi weer kan je nu ook buiten zitten." Paul van de Bos*

## Visie op de opgave.

Om de toekomst met vertrouwen tegemoet te treden is een krachtige en ambitieuze aanpak nodig waarbij iedereen wordt meegenomen. De ambities vanuit de Omgevingsvisie onderschrijven wij. De genoemde kansen en bouwstenen in de Verkenning Citycentrum Veldhoven herkennen wij en kunnen vertaald worden in waardevolle ingrepen. Met een wervend perspectief leggen we de basis voor het masterplan. Dat gaat verder dan upgraden of moderniseren. Het Citycentrum wordt niet alleen beter maar ook anders. Deze stap is belangrijk om tot een gedragen, integraal en toekomstbestendig plan te kunnen komen.

De lokale helden en de karakteristiek van de plek spelen daarbij een sleutelrol. De demografische ontwikkeling van de regio en retailtrends zijn daarbij ook van belang. ASML, de grootste werkgever van de regio, groeit. De impact op alle Veldhovenaren wordt alsnog groter. De vraag is hoe het centrumgebied daar op in kan haken én authentiek kan blijven. Zodat het een plek wordt waar én de lokale bewoners hun dagelijkse boodschappen doen, waar het culturele en verenigingsleven sterk is. Maar waar ook winkels en voorzieningen zijn met een grotere aantrekkingskracht op bezoekers met een internationale achtergrond.

En waar iedereen prettig woont, van jong tot oud, van hier en van verder. In een aantrekkelijk centrumgebied dat uitnodigt tot verblijven. Met detailhandel die de verblijfsduur verlengt, horeca die de levendigheid gedurende de dag en avond bevordert, voorzieningen die verschillende mensen samenbrengen. Het toevoegen van 500-1000 woningen biedt kansen om het aanzien van het centrum te verbeteren en de levendigheid gedurende de dag en de week te vergroten.

In het wervend perspectief komen we samen tot dat (merk)verhaal met beelden die de ongekende toekomst verkennen. Het wervend perspectief brengt mensen bij elkaar en enthousiasmeert. Daar hoort ook bij dat de naam "Citycentrum" óók gezien wordt als stedelijk gemengd gebied, met de bijbehorende reuring, variatie, menging en trots. Van daaruit ontwikkelen we een masterplan met ruimtelijke en programmatische kaders die uitmonden in een ontwikkelstrategie.

### Samenwerking en participatie.

Wij investeren in een optimale samenwerking en helderheid over rollen en verantwoordelijkheden, belangrijke voorwaarden voor een sterk team en goed partnerschap. De basis voor samenwerking is wederzijds vertrouwen, vanuit daar ontstaat ruimte voor constructieve oplossingen. We zorgen voor een slagvaardig projectteam met de gemeente, SB Real Estate en het Woonbedrijf. En in overleg ook andere belangrijke centrumpartners zoals de Vereniging Ondernemers Citycentrum en een vertegenwoordiger van de culturele instellingen.

Participatie is geen doel op zich, maar een middel om een mooi, toekomstbestendig centrum van Veldhoven tot stand te brengen. Wij geloven dat ons participatieproces pas succesvol is als we oprecht naar elkaar luisteren en het eerlijke gesprek voeren, vanuit vooraf gedeelde kaders, met het juiste verhaal en een passende benadering. Daarom is participatie voor ons altijd maatwerk.

Met ons participatieproces doorlopen we in iedere fase, fysiek en/of online, drie herkenbare stappen 1: breed informeren, 2: verdiepen en uitwerken in kleiner gezelschap en 3: terugkoppelen in omgekeerde volgorde. In de verkenningfase bleken de vragen en denkrichtingen voor bewoners en bezoekers soms te abstract en het denken buiten de huidige beelden, lastig. Dat vraagt extra aandacht in onze aanpak.

Wij kijken er naar uit om de komende maanden samen met de gemeente én alle belanghebbenden en belangstellenden aan de slag te gaan. Wij brengen een frisse blik, nieuwe inzichten en jullie brengen de aanwezige kennis van het gebied.

*"In het weekend kom ik hier met mijn dochter om inkopen te doen, meestal op de fiets, we wonen in Djept dat is dichtbij. Ze hebben goede speciaalzaken. Vaak wil ze dan ook nog even spelen in het park." Sarita Kumar*

### Uitgangspunten voor participatie

1. We bieden een helder participatieproces dat stake- en shareholders enthousiasmeert, perspectief biedt en verwachtingen managet.
2. We bouwen voort op de doorlopen participatieprocessen van de Verkenning en de Omgevingsvisie, we beginnen niet opnieuw.
3. Wij zijn ons bewust van de verschillende belangen van stake- en shareholders en daarmee ook de betrokkenheid. Daar passen we de participatie op aan.
4. De gemeente en eigenaren zijn tot dusver meer betrokken dan andere stakeholders. Bij het bepalen van de kaders voor participatie houden wij rekening met eventuele randvoorwaarden en/of verwachtingen die nog niet zijn vastgelegd.
5. Als je doet wat je deed, dan krijg je wat je had. De ambities voor het centrum zijn hoog. Om daadwerkelijk iets te veranderen benaderen we ook toekomstige doelgroepen die bijdragen aan de invulling van de ambitie.
6. We werken volgens de gemeentelijke participatiekaders bij ruimtelijke initiatieven en maken gebruik van de methodieken factor C en factor P.

## Inrichting van een voortvarend proces.

Om tot een materplan te komen zien we een proces in 5 stappen voor ons.

1. Verdiepen in de opgave: analyse, diagnose en participatieplan (half maart- half april)
2. Dromen: wervend perspectief (half april- eind mei)
3. Denken: concept masterplan en ontwikkelstrategie (eind mei – begin sept)
4. Durven: integraal masterplan en strategie (september)
5. Doen: besluitvormingsproces (okt-dec)

### Stap 1: analyse, diagnose en aanpak

Voor een vliegende start beginnen we met een kickoff met de gemeente en shareholders waaronder SB Real Estate en het Woonbedrijf, om met elkaar kennis te maken en in beeld te krijgen waar we met elkaar staan. We bouwen door op de aanwezige analyse en beleidsstukken. Daarin nemen we onze kennis van en ervaring met centrumgebieden en participatieprocessen mee. In deze stap hanteren we 5 onderwerpen om onze blik te richten en daarbij kijken we ook naar kansen voor de toekomst. Hieruit volgt een afwegingskader om keuzes te kunnen maken.



Centrumgebieden zijn complex. De diagnose die we stellen slaat dit niet plat, maar beschrijft juist zo specifiek mogelijk waar de crux zit. Het beschrijft kwaliteiten, kansen, problemen en noodzakelijke of gewenste ingrepen. Uit de diagnose spreekt urgentie en relevantie.

#### Participatie

We spreken met shareholders en enkele relevante stakeholders om samen de omgevings- en stakeholderanalyse te actualiseren en aan te scherpen. We stellen een participatie- en communicatieplan op maat op. Hierin beschrijven we de participatiedoelen, de rollen, invloed en betrokkenheid van alle stakeholders en de organisatie van het proces. Het participatieproces volgt het ontwerpproces. We adviseren de participatieaanpak ter instemming voor te leggen aan de verantwoordelijk wethouder en/of het college van B&W voor een bestuurlijk gedragen koers.

### Stap 2: scenario's en wervend perspectief

In het wervend perspectief wordt het verhaal van de mogelijke toekomst verteld en verbeeld. Het laat de karakteristiek en de potentie van het centrumgebied zien en kijkt daarbij ook over de grenzen heen. Het wervend perspectief laat alle betrokkenen meedromen door middel van schetsen of collages. Maar ook door een serie planessenties, die helder het concept laten zien.

In deze stap ontwikkelen we twee scenario's, gebruikmakend van de geformuleerde ingrediënten. Naast de bestaande ideevorming vanuit SB Real Estate die goed ingebed wordt in het een scenario voor het centrumgebied als geheel is er nog een tegenhanger. Door nog even niet te kiezen kunnen we de volle breedte aan mogelijkheden onderzoeken en in beeld brengen en wordt inzichtelijk bij betrokkenen waar de voorkeur (op deelopgave) ligt.

#### Participatie

We volgen in deze fase twee sporen: breed informeren en verkennen. We informeren de Veldhovense gemeenschap in begrijpelijke (beeld)taal over het proces en de belangrijkste uitgangspunten. Via een online platform en tijdens momenten van persoonlijk contact op plekken als het informatiepunt in het gemeentehuis, de bibliotheek en de weekmarkt.

Stap 1 verdiepen in de opgave  
analyse en diagnose  
opstellen participatieaanpak

Stap 2 dromen  
wervend perspectief  
laat alle betrokkenen meedromen

Gelijktijdig verkennen we met de direct belanghebbenden en specifieke doelgroepen mogelijke scenario's. In deze stap zijn naast de shareholders de ondernemers belangrijke stakeholders. Hun enthousiasme voor het wervend perspectief is essentieel om tot een succesvol masterplan te komen. Een ondernemer moet de meerwaarde van de verandering zien om in beweging te komen.

Met enkele specifieke doelgroepen organiseren we expertmeetings waarin we de kansen en behoeften voor toekomstig gebruik onderzoeken. Zoals ASML, culturele instellingen, horeca en toekomstige bewoners. Vragen en ideeën die hieruit ontstaan geven voeding voor het online platform en de scenario's. Maar enthousiasmeren vooral en leggen de basis voor vertrouwen.

### Stap 3: concept masterplan en ontwikkelstrategie

#### A. Concept masterplan

Op basis van het afwegingskader en een eerste inschatting van de haalbaarheid wordt een keuze gemaakt voor één van de scenario's (of een combinatiemodel). Dat wordt uitgewerkt tot een ruimtelijk raamwerk met een verdeling van het gewenste programma over het gebied in ontwikkelvelden (het stedenbouwkundig vlekkenplan). Ruimtelijke ingrepen zijn altijd met elkaar verbonden en worden samen met de projectgroep opgesteld. Mogelijke oplossingen en ontwikkelkansen tasten we daarom eerst af via varianten. Zo kunnen we samen met betrokkenen overleggen en schuiven, zodat er uiteindelijk een integrale oplossing ontstaat waar iedereen achter kan staan. Het voorstel is uit te leggen aan de hand van de gezamenlijk gestelde ambities, waarmee de impact inzichtelijk wordt gemaakt.

We verkennen de ruimtelijke integratie met het park en met andere hoofdstructuurdragers van de stad. Dit loopt parallel met de verkenning van de ontsluiting van het gebied voor fiets, auto en logistiek verkeer. De principes voor inrichting van de openbare ruimte worden globaal weergegeven. Naast een compact centrum met een goed winkelronde en slimme logistiek onderzoeken en ontdekken we mogelijkheden om een gevarieerd en betaalbaar woonprogramma toe te voegen en kunnen we het laadvermogen voor verdichting bepalen. De hoeveelheden en m<sup>2</sup>'s worden inzichtelijk gemaakt om de haalbaarheid te toetsen.

#### B: concept ontwikkelstrategie

We doordenken de wisselwerking tussen ontwerp en realisatie. Een strategie die duidelijk is op hoofdlijnen, maar op onderdelen juist flexibel is en kan meegroeien met veranderende behoeften en inzichten. De strategie komt tot stand in samenwerking met de opdrachtgever en shareholders (gemeente, vastgoedeigenaren, vertegenwoordigers van de culturele instellingen én ondernemers) en hangt af van de betrokkenheid en risicobereidheid van iedereen aan tafel.

We onderzoeken optimalisaties van de eerste opzet en de fasering tijdens realisatie; de volgorde van ontwikkeling. Hierbij horen investeringen, verplaatsingen en tijdelijke situaties. Steeds worden de stappen inzichtelijk gemaakt in hoeveelheden en ruimtelijk effect om de haalbaarheid te verfijnen.

Stap 3a (uit)denken

### masterplan

uitwerking van scenario's in ruimtelijk raamwerk met ontwikkelvelden met programmatische invulling

Stap 3b (door)denken

### ontwikkelstrategie

van ontwerp naar realisatie



### Participatie

We organiseren begin juni een brede informatiebijeenkomst voor de Veldhovense gemeenschap. Met deze bijeenkomst laten we zien wat de mogelijkheden zijn (perspectief bieden). De bijeenkomst nodigt uit tot het concreet verder brengen van een ontwikkelscenario. In de periode juni-augustus werken we het ontwikkelscenario in deelthema's nader uit. Dat doen we met belangstellenden en belanghebbenden in twee compacte, begrijpelijke ontwerpessies, de eerste in juni en de tweede in juli. Doorlopend leggen we een brede doelgroep vragen en suggesties voor. Dat doen we op een laagdrempelige manier die minder inzet vraagt, bijvoorbeeld online en/of met interviews in het Citycentrum.

In overleg met gemeente en shareholders bepalen we welke onderdelen uit de ontwerpessies worden meegenomen in het masterplan. We koppelen de resultaten daarvan in augustus terug naar de deelnemers en peilen het draagvlak.

#### Stap 4: definitief integraal concept

We stellen het integrale plan op waarin het mogelijke eindbeeld getoond wordt in plattengronden, doorsneden, globale 3D-impressies, facetkaarten en een verantwoording in m2's. Dit concept is de synthese van alle deelstudies en geschikt voor een brede analyse van de haalbaarheid.

Na de toetsingsronde wordt het concept masterplan en ontwikkelstrategie aangepast en geïntegreerd tot het definitief concept-masterplan met ontwikkelstrategie. Waarna het bestuurlijk behandeld kan worden.

### Participatie

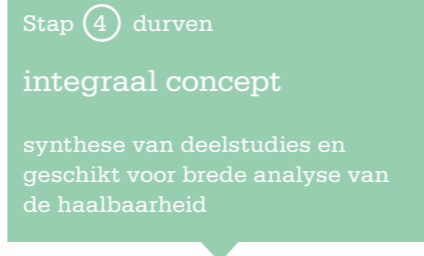
Bij voldoende vertrouwen voor draagvlak starten we begin september met een brede terugkoppeling. We maken de visie inzichtelijk en de input van de omgeving herkenbaar. Als ideeën niet zijn gehonoreerd beargumenteren we het besluit. Het college en de raad worden, vooruitlopend op besluitvorming, informeel geïnformeerd over de gelopen stappen en de resultaten.

#### Stap 5: resultaat en besluitvorming

Daar waar mogelijk en wenselijk scherpen we het uiteindelijke masterplan aan naar aanleiding van de reacties op de terugkoppeling. Na behandeling volgt wellicht nog een aanpassing voor vaststelling.

### Participatie

Na een zorgvuldig participatietraject leveren wij een participatieverslag op. Het in beeld brengen van belangen (participatie) en het afwegen hiervan (besluitvorming) zijn twee losse vraagstukken. Het verslag helpt het college en de raad om een afgewogen besluit te nemen.



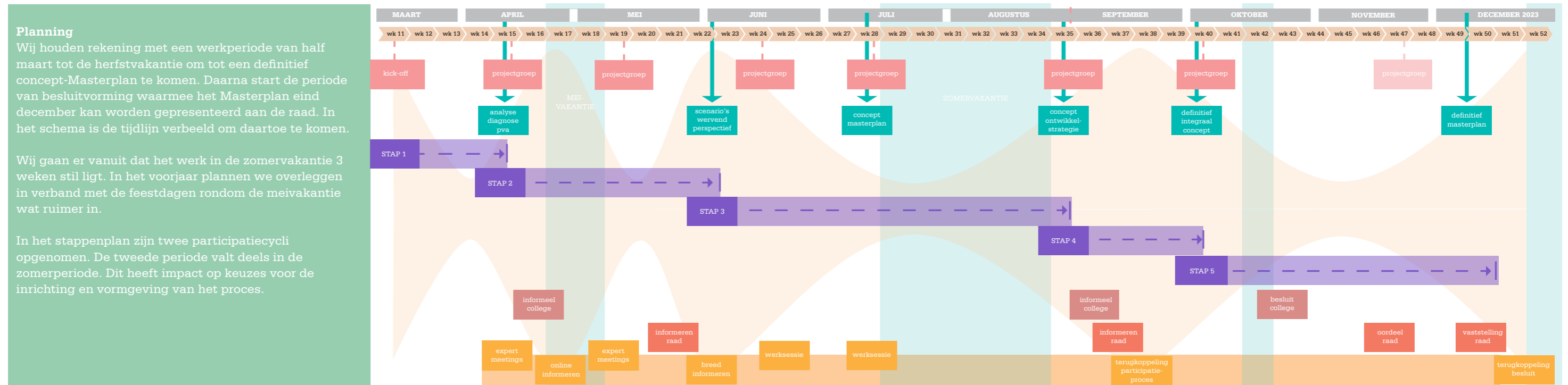
### Product

Het te maken masterplan Citycentrum Veldhoven zal een uitwerking en concretisering zijn van de gemeentelijke Omgevingsvisie en de in 2021 gemaakte Verkenning. Het is een document dat enthousiast maakt en houvast geeft om vervolgstappen te maken met ontwikkel- en inrichtingsplannen.

### Inhoud

Het masterplan is een document dat de gemeente én de shareholders hanteren als ambitieuze stip op de horizon. Het masterplan is echter niet vrijblijvend; partijen spreken met elkaar af de visie tot werkelijkheid te laten worden. Maar het masterplan is geen blauwdruk; het is flexibel waar het kan, en is nauwkeurig waar het moet.

- Management samenvatting
- Beschrijving van de opgave, de rol en betekenis van het masterplan in het planningsproces en het gevoerde proces om tot het masterplan te komen;
- De locatie in de context, een inventarisatie en verdiepende diagnose die leidt tot een scherpe diagnose;
- De integrale ontwikkelopgave, waarin we ingaan op de samenhang van alle onderdelen en de noodzaak om de ambities in brede zin te definiëren en vast te leggen. Dit deel bevat de inbreng van de participatie met de omgeving;
- Het (merk)verhaal van het Citycentrum waarin voor iedereen helder is wat het Citycentrum voor een centrumgebied wordt;
- De ruimtelijke hoofdopzet van het masterplan, met aanduiding van de integrale opgave en de deelopgaven binnen het totale plangebied, zowel nieuwbouw en transformatie, alsook van de publieke ruimte;
- Schematische facetkaarten en toelichting over bereikbaarheid en mobiliteit, groenstructuur en natuurinclusiviteit, hemelwater en klimaatadaptatie;
- De programmatische opzet, met globale beschrijving van het te handhaven, te transformeren, te verplaatsen en het toe te voegen gebouwde programma;
- Beschrijving van specifieke ruimtelijke aspecten zoals een plintenstrategie, winkelrouting, logistiek, ontsluiting en parkeren (ook voor langzaam verkeer), de leefbaarheid en het gebruik van de openbare ruimte;
- Toelichting van de mobiliteitsvisie die het masterplan mogelijk maakt. De inhoudelijke onderbouwing wordt geleverd door een verkeersexpert;
- Ontwikkelstrategie, met fasering en ontwikkelvolgorde en globale verantwoording in m2's bvo en oppervlakte publieke ruimte.



**Rijnboutt Amsterdam**

Moermanskade 317  
1013 BC Amsterdam

T +31 (0)20 530 48 10  
info@rijnboutt.nl  
rijnboutt.nl

 @rijnboutt

