

Geachte voorzitter, geachte leden van de gemeenteraad van Maastricht,

Dank u wel dat ik hier vandaag het woord mag nemen. Als Centrummanagement Maastricht werken wij elke dag aan een aantrekkelijk, leefbaar en economisch vitaal centrum. Dat doen we samen met de ondernemersverenigingen in het centrum. Zo hebben we daarom eerder dit jaar ook samen onze zienswijze ingestuurd en spreek ik hier vandaag ook namens hen: *Ondernemersvereniging Stokstraatkwartier, Ondernemersvereniging Jekerkwartier, Ondernemersvereniging Stadshart, Stichting Sphinxkwartier, Ondernemend Wyck, SAHOT, VEBM en Les Tables.*

Voor het vaststellen van de omgevingsvisie 2040 vraag ik nog uw speciale aandacht voor vergroening, de bereikbaarheid en het kwaliteitsaanbod in het centrum. Hierbij benadruk ik dat het economische centrum de kurk is waar de stad op drijft.

De hittestress in onze stad neemt jaar na jaar toe. Maastricht behoort inmiddels tot de warmste binnensteden van Nederland. Dat vraagt om andere keuzes, en vooral om meer ambitie voor het centrum van de stad. De visie benoemt hittestress wel, maar niet de impact op:

- verblijfsduur in het centrum;
- omzet in horeca en retail;
- aantrekkelijkheid van de binnenstad tijdens warmere zomers.

Wij vragen daarom meer aandacht voor de gevolgen van hittestress, lagere verblijfskwaliteit, minder bezoekers, lagere omzetten en bewoners die ook wegtrekken. Met een ambitie voor het vergroenen van onze pleinen en winkelstraten, en niet alleen voor de woonwijken. De groennorm die als streefpercentage is opgenomen in de huidige visie is voor de historische binnenstad 20%, werkgebieden en bedrijfsterreinen 30% en woonwijken 40%. Het voorstel voor en van centrumondernemers is: maak de groennorm voor het centrum minimaal gelijk aan die voor de woonwijken. Want een centrum dat steeds heter wordt, verliest uiteindelijk haar aantrekkingskracht voor zowel haar inwoners als bezoekers.

Daarbij kunnen we niet verwachten dat een groennorm vanzelf tot groei leidt; die vraagt om structurele investeringen in uitvoering, beheer en onderhoud, waarmee we versteende plekken in het centrum kunnen omvormen naar groene oases waar mensen kunnen verblijven en afkoelen. Deze oasen stralen koelte af op omliggende straten. Zo blijft onze binnenstad een plek waar je graag komt én graag blijft. Maak deze ambitie concreet door een uitvoeringsopgave toe te voegen.

We hebben als stad meer bomen, meer schaduw en meer koelte nodig. 30.000 bomen om precies te zijn om tot het landelijk gemiddelde te komen. En die vergroening vraagt niet alleen om geld, maar vooral om capaciteit, mensen en vakmanschap om het waar te kunnen maken. Als we de lat hoog leggen, horen daar ook de middelen bij die nodig zijn om het te realiseren.

Het tweede punt waar ik aandacht voor wil vragen, is de bereikbaarheid van onze stad. Een toekomstbestendige binnenstad is niet alleen groen, maar ook bereikbaar voor de juiste doelgroep op het juiste moment. De omgevingsvisie noemt wel maatregelen voor een betere bereikbaarheid, maar die zijn niet afgestemd per doelgroep. Wij vragen in te zetten op doelgroepgericht beleid: voor inwoners, bezoekers, forenzen en logistiek.

Bij woon-werkafstanden van minder dan < 7,5 km nemen mensen nog steeds veelal de auto, terwijl alternatieven als de fiets of OV voor handen zijn. Uit onderzoek blijkt ook dat maar liefst 38 procent van alle autoritten in Europa bestaat uit ritten van minder dan vijf kilometer. Veel van dat verkeer is geen bezoekverkeer, maar lokaal zoekverkeer; inwoners en werkenden die rondjes rijden op zoek naar een plek. De visie benoemt dit probleem niet, terwijl het cruciaal is voor de binnenstedelijke verkeersdruk.

De visie gaat uit van autoluwer, maar noemt niet:

1. Dat onbestemd lokaalverkeer (zoekverkeer) de grootste veroorzaker van drukte is, door het gehele jaar;
2. Dat bezoekersverkeer een kleiner aandeel vormt dan vaak gedacht, zeker als we het gehele jaar in oogschouw nemen.

Dit betekent dat wanneer we de auto van onze bezoekers weren uit de binnenstad, we het probleem niet oplossen. Wij vragen uw aandacht om het gedrag en het verschil tussen bezoekers en inwoners goed in kaart te laten brengen.

Wij pleiten voor een doelgroepgerichte mobiliteitsaanpak, waarmee we concreet maken wat onze definitie is van autoluw. We vragen om beleid niet alleen te richten op de infrastructuur, maar óók op gedrag en het beïnvloeden daarvan. Waarbij we inwoners stimuleren én belonen om te lopen, te fietsen, of de bus te nemen. En waarin we bezoekers helpen om hun route vooraf te plannen, zodat onnodig zoekverkeer de binnenstad niet verstopt.

Als we daarbij zorgen dat je nooit langer dan zevenf minuten, als norm niet als wet, psychologische wachttijd hebt naar de volgende manier van reizen, of dat nu fiets, deelmobiliteit of openbaar vervoer is, dan maken we duurzame keuzes vanzelf aantrekkelijker. Zolang het voor bezoekers en inwoners sneller is om even de auto te pakken om het centrum in te rijden, en in een compacte stad als Maastricht is dat al gauw het geval, zullen ze dat blijven doen. We vragen dus om een menselijke maat toe te voegen aan de visie zoals die voorligt, en te kijken naar praktijkgedrag.

Want het moet anders. En het kan ook anders.

Een goed bereikbare, leefbare en verkoelende binnenstad is in het belang van iedereen: ondernemers, bewoners, bezoekers én de stad als geheel. Maar dat lukt alleen als we durven investeren én durven kiezen. Meer groen, meer capaciteit om dat groen te realiseren, en een mobiliteitsaanpak die mensen helpt het juiste te doen, in plaats van ze te laten zoeken.

De laatste ondernemerszaak waar we speciale aandacht voor vragen is de kwaliteit van het winkelaanbod in het centrum. In de visie is aandacht voor een balans in functionaliteiten. Het is goed dat we het horeca en retail goed in balans houden, heel belangrijk. Maar de kwaliteit van met name de winkels blijft hierbij nu nog onderbelicht. Lokaal aanbod en kwaliteitsmerken staan onder druk, terwijl dat een cruciaal onderdeel is van wie Maastricht is. Neem expliciete beleidsuitspraken op over het behoud en versterken van kleinschalig ondernemerschap, ambachtelijke functies en een aantrekkelijk vestigingsklimaat voor het aantrekken van kwaliteitsmerken in het centrum. En beperk winkelaanbod, alleen gericht op toerisme.

Tot slot moet er aandacht zijn, niet voor een transformatie naar, maar naar een nieuwe, aanvullende functie van het centrum. Een “place to buy” én een “place to meet” én een “place to be(e)”; een multifunctioneel gebied dat economische vitaliteit, cultuur, recreatie, horeca en wonen combineert.

Samen kunnen we Maastricht toekomstbestendig maken; een stad die aantrekkelijk blijft, voor iedereen die er woont, werkt en op bezoek komt.

Dank u wel.

Astrid Verberne
Centrummanager Maastricht