

DE TOEKOMST VAN UDEN CENTRUM

PARTICIPATIE



samen | verschillende belangen en partijen | visie de **toekomst** van centrum Uden | actieve deelname strategische keuzes centrumvisie | **draagvlak** belangenafweging | bewoners & ondernemers

STAP 1

12 juni | **startbijeenkomst**
ansichtkaarten | werkboek
retailexpert Harry Bijl
deelnemers: **120**



STAP 2

25 september | **kick-off**
placemaking | Martijn van Dijck
plek van betekenis | deelnemers: **80**

STAP 3

28 september t/m 31 oktober
2 werksessies **algemeen**
2 werksessies **ondernemerschap**
2 **StraatPraat** sessies
Deelnemers: 15-45 per sessie



STAP 5

13 november | **terugkoppeling**
interactieve quiz | discussie
deelnemers: **35**

STAP 4

8 november | **jongerensessie**
Udens College | 35 scholieren
interactieve quiz | StraatPraat



STAP 7

11 december | **raadsbijeenkomst**
strategische uitgangspunten

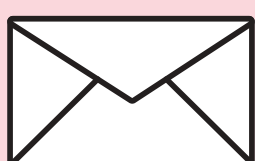
STAP 6

19 november t/m 4 december
online **enquête**
toets van ideeën | **prioriteiten**
respondenten: **150**



STAP 8

eerste helft 2020
opstellen **centrumvisie**

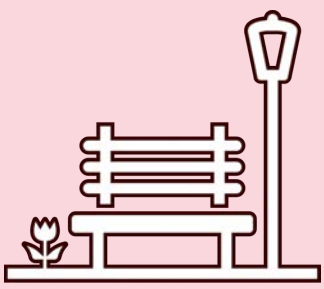


CIJFERS COMMUNICATIE

Aantal brieven: **5.500**
Media: Udens Weekblad, Brabants dagblad
Online: projectpagina, e-mail, Instagram, Facebook, Twitter en LinkedIn
Flyers: verspreid in augustus tijdens 'Lekker Uden'

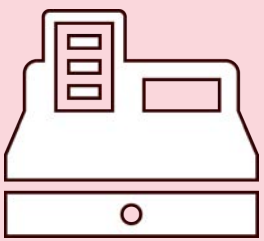


UDEN CENTRUM ALS PLEK VAN BETEKENIS



BELEVING & LEVENDIG

aantrekkelijk | spelen | bewegen | place to be | activiteit
onderhoud | verlichting | opknappen gevels | groen |
multifunctionele pleinen | zitplekken | straatkunst
ontmoetingsplek | openbare toiletten | bruisend | wonen



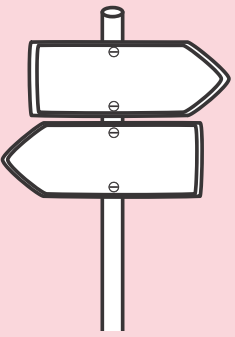
ECONOMISCH VITAAAL

functiemenging | compact centrum | activiteiten & events
tegengaan leegstand | levendig | betere samenwerking |
couleur locale | Udens aanbod | identiteit | creativiteit
ontmoetingsplek ondernemers | openingstijden



GROEN

uitstraling | imago | identiteit | toekomstbestendig
groene routes | sociale cohesie | verblijf & ontmoeting
duurzaamheid | klimaatadaptatie | hittestress | fontein
beperken uitlaatgassen | elektrisch vervoer | daken



TOEGANKELIJK

autoluw | voor iedereen toegankelijk | bewegwijzing
bereikbaar | veilig | voetgangers voorop | informatie
verbinding omgeving | voorzieningen fietsparkeren
hub & overstapplaats | betere aansluiting OV | deelvervoer



IDENTITEIT

positioneren | merk | identiteit | branding | marketing
Udens karakter | Udens aanbod | eenheid uitstralen
DNA | historie en erfgoed zichtbaar | imago | activiteiten

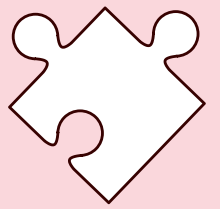


FOCUS OP JONG

meer aandacht voor
jongeren & gezinnen met
jonge kinderen

EXTRA FUNCTIES

functiemenging
ontmoetingsplek
kunst & cultuur
wonen



MARKT

multifunctioneel plein
markten & evenementen
groene zone & verblijven
geen parkeren

LEEGSTAND

broedplaats
betere samenwerking
huurverlaging & pop-up
creatief ondernemen

