



Rapport en advies: Samen op zoek naar de Vismarkt van de toekomst

**Verslag van de tweede fase van het participatieproces in de
vesting**

Aangeboden op 8 januari 2024 door:

**Bureau Ruimtekoers
Maatschap voor Communicatie**



MAATSCHAP
VOOR COMMUNICATIE

1 Aanleiding voor dit proces

De Vismarkt in Heusden. Een centrale plek in de vesting waar menig Heusdenaar overheen loopt en elkaar ontmoet. Maar de inrichting van de Vismarkt heeft ook tot veel ruzie, misverstanden en boze gezichten geleid. Nog steeds levert het verhitte discussies en tegenstellingen op. We kunnen wel zeggen dat de inrichting een flinke impact heeft op de leefbaarheid in de vesting.

De uitstraling van de Vismarkt, oppervlakte van de terrassen, het verkeer en parkeermogelijkheden, stallen van fietsen, bevoorraden van horeca, pakketbezorgers en toekomstige ontwikkelingen zoals het plaatsen van laadpalen zorgen voor uitdagende keuzes. Zo zijn er vast nog andere zaken op de Vismarkt, of die hieraan verbonden zijn, die de aandacht vragen. In het verleden zijn deze problemen vaak afzonderlijk besproken en soms niet opgelost. Met het oog op de toekomst wil de gemeente nu geen ad-hoc-beslissingen meer maar alle vraagstukken bij elkaar brengen.

Dat bood de kans om samen op zoek te gaan naar een toekomstverhaal voor de Vismarkt. Daarvoor hebben we een strak geregisseerd proces in twee fasen doorlopen met duidelijke kaders waarin iedereen die dat wilde zijn zegje kon doen. Met een flinke dosis creativiteit bovendien om mensen in beweging te krijgen en om het plezier terug te brengen in het proces.

De gemeente Heusden was opdrachtgever voor dit traject. Maatschap voor Communicatie en Bureau Ruimtekoers hebben het proces ontworpen en begeleid. Het Heusdens Overleg, bestaande uit betrokken inwoners en ondernemers uit de vesting, heeft gedurende het hele proces als klankbord gefungeerd.

Na het rapport over de eerste fase van het participatieproces, delen we in dit rapport de bevindingen van de tweede fase. Maar daarmee zijn we er nog niet. Aan het einde van dit rapport geven we ons advies voor het vervolg.



2 Opzet van het proces

Een proces moet starten met een heldere vraag. Als die er niet is, krijg je verwarring, ongelijksoortige antwoorden en frustratie omdat niets met de antwoorden kan worden gedaan.

2.1 Nieuwsgierige vragen

Samen met het Heusdens Overleg en vakspecialisten van de gemeente hebben we gezocht naar de juiste vragen voor de tweede fase van dit proces. Daarbij hebben we voortgebouwd op de drie hoofdthema's die uit de eerste fase naar voren zijn gekomen. Onder elk van die thema's hebben we drie nieuwsgierige vragen geformuleerd.

Functies en beleving

- Hoe positioneren we de Vismarkt?
- Hoe zorgen we voor functies die de gebruikers van de Vismarkt bedienen?
- Hoe maken we de historie beleefbaar op de Vismarkt?

Mobiliteit en parkeren

- Welke impact heeft het autovrij maken van de Vismarkt op de rest van de vesting?
- Biedt een logistiek centrum meerwaarde en hoe is dat dan te realiseren?
- Hoe gaan we om met parkeren (van auto's en fietsen) op de Vismarkt?

Openbare ruimte, historie en groen

- Hoe laten we het historisch karakter beter terugkomen in de inrichting van de Vismarkt?
- Welk type groen is passend op de Vismarkt?
- Hoe richten we de terrassen in op een manier die past bij de Vismarkt?

2.2 Mix van middelen en activiteiten

Om tot een gedragen oplossing te komen moet iedereen zijn zegje kunnen doen. Het Heusdens Overleg heeft geholpen om de lijnen uit te zetten en daarna zijn we breed het gesprek aangegaan in de vesting. We hebben daarbij gezocht naar vormen om ook mensen die minder snel hun stem laten horen erbij te betrekken. Niet iedereen is immers vanzelf betrokken, dat vraagt actie vanaf het begin. We hebben in deze tweede fase de volgende mix van middelen en activiteiten ingezet.

Week van de Vismarkt

Op 2, 4 en 5 oktober organiseerden we de 'Week van de Vismarkt' in het stadhuis van de vesting. Tijdens drie sessies over achtereenvolgens 'Functies en beleving', 'Mobiliteit en parkeren' en 'Openbare ruimte, historie en groen' hield een expert van buiten een inleidende presentatie en formuleerden de deelnemers vervolgens hun wensen voor de Vismarkt van de toekomst. Daarbij werden ze uitgedaagd zich te verplaatsen in het perspectief van de verschillende gebruikers van de Vismarkt en bouwden ze hun wensen letterlijk in LEGO. Dit leverde een rijke oogst aan ideeën op die de basis vormen voor een Programma van Wensen.

- Doelgroep: alle Heusdenaren
- Bereik: 108 deelnemers
- Aankondiging: via gemeentelijke brief huis-aan-huis verspreid en bericht via BUURbook en gemeentelijke kanalen zoals de website, email-nieuwsbrief, informatiepagina en social media kanalen. Deze berichten zijn ook gedeeld door partijen uit de vesting.

Excursie

Op 13 oktober 2023 vertrokken 10 inwoners van Heusden vesting en een team van gemeente Heusden naar het centrum van Gorinchem. Met als doel nieuwe inspiratie te vinden voor de Vismarkt van de toekomst. Na een presentatie van diverse specialisten bij gemeente Gorinchem trokken de deelnemers zelf de vesting in. Zij maakten foto's van de inrichting van de openbare ruimte. Zo gaven zij antwoorden op vragen als: wat viel hen op, wat is een goed idee voor de herinrichting van de Vismarkt in Heusden en ... waar kan de gemeente Gorinchem eigenlijk iets leren van de Heusdenaren? Dit leverde een rijke oogst op én verbinding.

- Doelgroep: alle Heusdenaren
- Bereik: 10 deelnemers

- Aankondiging: via gemeentelijke brief huis-aan-huis verspreid en bericht via BUURbook en gemeentelijke kanalen zoals de website, email-nieuwsbrief, informatiepagina en social media kanalen. Deze berichten zijn ook gedeeld door partijen uit de vesting.

Online vragenlijst

Met een online vragenlijst hebben we alle Heusdenaren de kans gegeven om zich uit te spreken over de belangrijkste uitkomsten van de Week van de Vismarkt op basis van stellingen over de inricht van de Vismarkt van de toekomst. Op die manier hebben we het Programma van Wensen breed getoetst.

- Doelgroep: alle Heusdenaren
- Bereik: 323 keer ingevuld (24%, vergelijkbaar met de vragenlijst in de vorige fase)
- Ingevuld door: inwoners (91%) en ondernemers (20%) – relatief meer ouderen dan jongeren
- Aankondiging: via gemeentelijke brief huis-aan-huis verspreid en bericht via BUURbook en gemeentelijke kanalen zoals de website, email-nieuwsbrief, informatiepagina en social media kanalen. Deze berichten zijn ook gedeeld door partijen uit de vesting.



3 Uitkomsten van het proces

3.1 Reflectie op het proces

Verdieping en verrijking

Deze fase van het participatieproces heeft een verdieping aan en verrijking van de resultaten van de eerste fase gegeven. Zowel de gevarieerde mix van activiteiten als de samenwerking met de gemeente Heusden en het Heusdens Overleg hebben we als volledig ervaren. Door de prettige samenwerking waren we in staat snel te schakelen en een open houding aan te nemen. De activiteiten geven een afgewogen beeld waarbij de enquête het beeld uit de Week van de Vismarkt en excursie ondersteunt.

Veel eensgezindheid en enkele twistpunten

Wat in algemene zin opvalt is dat Heusdenaren zeer betrokken zijn bij de Vismarkt en de vesting in het algemeen. Dat uit zich in veel bereidheid om mee te denken over de toekomst van de Vismarkt en een relatief hoge respons op de online vragenlijst in vergelijking met participatieprocessen in andere gemeenten. In de uitkomsten valt op dat er een klein aantal zaken is waarover duidelijk verschillend wordt gedacht (waarover later meer), maar dat men het over de meeste andere zaken juist behoorlijk eens is. Deze fase legt daarmee een stevig fundament onder een gedragen Programma van Wensen.

Genuanceerde gesprekken en concrete oplossingen

Ondanks dat er op sommige punten duidelijk tegenstellingen zijn – die ook in dit proces naar voren kwamen – zat er over het algemeen juist veel nuance in de gesprekken. Dat men het niet altijd met elkaar eens is, betekent dus niet dat er geen redelijk gesprek kan worden gevoerd. Veel mensen kwamen zelfs met constructieve en concrete suggesties hoe bepaalde knelpunten kunnen worden opgelost. Dat biedt vertrouwen om tot een concreet ontwerp te komen.

Ruimte voor eigen regie en verbinding

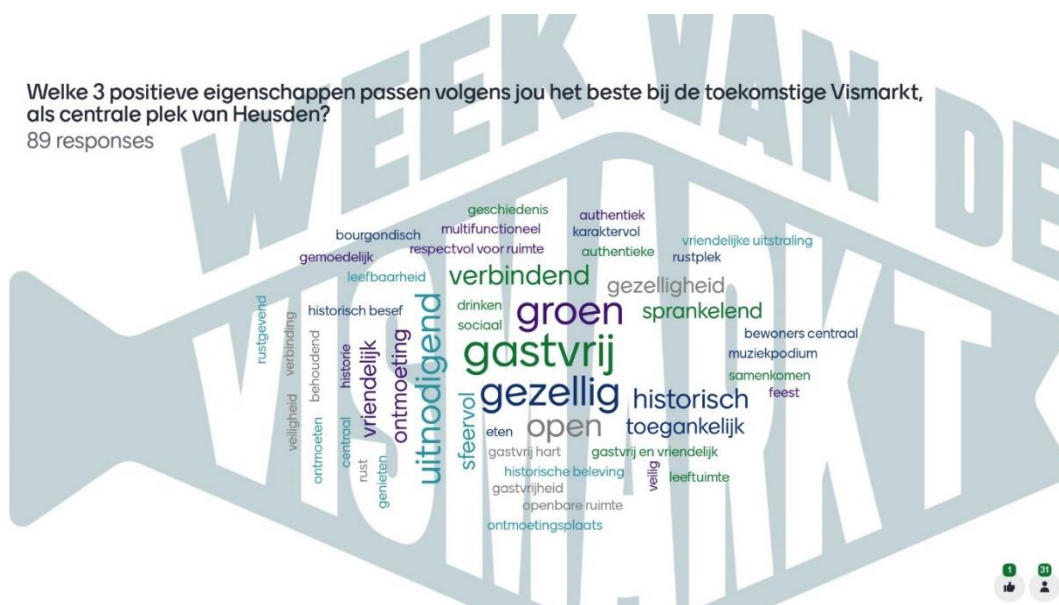
De goede samenwerking tussen deelnemers aan de activiteiten viel op. Er was dus niet alleen nuance, ook de bereidheid om elkaar te corrigeren wanneer dat nodig werd geacht, of elkaar te complimenteren. Dit biedt eveneens vertrouwen om, naast een concreet ontwerp te komen, ook in verbinding met elkaar te blijven.

3.2 Week van de Vismarkt en online vragenlijst

Positieve eigenschappen toekomstige Vismarkt

Tijdens de eerste bijeenkomst van de Week van de Vismarkt hebben we deelnemers gevraagd welke drie positieve eigenschappen volgens hen passen bij de toekomstige Vismarkt, als centrale plek van Heusden. Het resultaat is in onderstaande wordcloud te zien. Hoe groter het woord, des te vaker is het genoemd. De woorden gezellig, gastvrij en groen komen het meeste naar voren.

Doordenkend op de inrichting van de Vismarkt kwamen ook vijf kernwaarden naar boven, namelijk flexibiliteit, veiligheid, toegankelijkheid, openheid en kwaliteit. Dat zijn volgens de deelnemers essentiële randvoorwaarden voor de inrichting van de Vismarkt van de toekomst.



Figuur 1: Positieve eigenschappen toekomstige Vismarkt

Functies en beleving

Terrassen

De omvang van de terrassen is een heet hangijzer waar de meningen over uiteenlopen. De stelling dat de terrasoppervlakte in de zomer maximaal die van vóór de tijdelijke situatie (zomer 2023) is, verdeelt de vesting dan ook in tweeën. Iets meer mensen zijn daar tegen dan voor. Dat de terrasoppervlakte in de winter kleiner is dan in de zomer kan wel op instemming van een meerderheid rekenen. Dat terrassen voor evenementen tijdelijk groter kunnen worden dan de maximale oppervlakte kan op nog meer instemming rekenen.

Voorzieningen en activiteiten

Meer openbare bankjes en behoud van de weekmarkt kan op grote steun rekenen van Heusdenaren. Dat geldt ook voor de organisatie van meer evenementen die passen bij de Vismarkt.

Mobiliteit en parkeren

Bereikbaarheid

Dat de Vismarkt straks alléén op een beperkt aantal momenten per (vracht)auto bereikbaar is en op andere momenten met paaltjes is afgesloten voor auto- en vrachtverkeer heeft grote steun in de vesting. Dat geldt ook voor het op een beperkt aantal momenten bevoorraden van de horeca en winkels vanaf de Vismarkt.

Parkeren

Grote steun is er ook voor het helemaal verwijderen van parkeerplaatsen van de Vismarkt in de zomer. Of er in de winter dan wel een paar parkeerplaatsen mogen zijn verdeeld de vesting in twee ongeveer even grote groepen voor- en tegenstanders. Een beperkt aantal fietsparkeerplekken op de Vismarkt in combinatie met meer ruimte in de buurt van de Vismarkt kan wel op instemming rekenen.

Bestrating en logistieke hub

Bestrating die rekening houdt met mensen die minder mobiel zijn kan op een nipte meerderheid rekenen. Voor een onderzoek naar de haalbaarheid van een logistieke hub aan de rand van de vesting is grote steun.

Openbare ruimte, historie en groen

Historisch karakter

Dat het historisch karakter meer moet terugkomen in de inrichting van de Vismarkt is overduidelijk. Een overweldigende meerderheid is het daarmee eens. Op de vraag of er ook (digitale) informatieborden met uitleg over de historie moeten komen reageert men dan weer verdeeld. Veel mensen vinden dat dat leidt verrommeling.

Water en groen

Behoud van de waterpomp en de mogelijkheid om daar drinkwater uit te tappen kan op grote steun rekenen. Dat geldt ook voor behoud van de boom bij de waterpomp. De aanleg van een speelfontein kan op minder enthousiasme rekenen. Daar zijn ongeveer evenveel mensen voor als tegen. Verplaatsbare bakken met groen om de terrassen te markeren en 'groene' parasols (van planten) voor de horeca zijn maatregelen die op steun kunnen rekenen om de Vismarkt te vergroenen.

3.3 Excursie

Op excursie naar Gorinchem zijn verschillende inzichten opgehaald. De groep deelnemers keek vanuit de vijf kernwaarden naar hoe de drie thema's (functies en beleving, mobiliteit en parkeren, openbare ruimte historie en groen) zich manifesteren in Gorinchem en wat zij daaruit wel of niet zouden meenemen naar Heusden en de Vismarkt. Hieronder zijn die inzichten weergegeven waarbij de thema's in elkaar overvloeien.

- Sommige deelnemers waren niet te spreken over een vaste uitbouw van een terras, met vaste afscheidingen. Omdat zowel de stijl niet aansloot bij het historische karakter, als ook omdat deze toepassing niet flexibel is, en dus niet past bij de kernwaarden. De groep was te spreken over de mobiele groene terrasafscheidings die flexibel ingezet kunnen worden. En over het gebruik van parasols en luifels die, als deze zijn ingeklapt, het zicht op de historische gevels mogelijk maakt.
- Over een groot fontein-ornament op een plein gaf de groep verschillende inzichten. Sommige deelnemers gaven aan de fontein niet op de Vismarkt van de toekomst te zien omdat deze groots en niet flexibel is. Andere deelnemers benoemden dat de fontein wel vrije zitgelegenheden bood waar volgens hen behoefte aan is op de Vismarkt van de toekomst.
- Iedereen was het erover eens dat de winkelstraat in Gorinchem wat rommelig en onoverzichtelijk aanvoelt. Door de vele reclameborden aan gevels en op straat en veel verkeer in kleine straatjes. Een toepassing in het straatwerk waar met andere stenen een routing is aangegeven kon rekenen op verdeeldheid. Sommige deelnemers gaven aan dit juist rommelig te vinden, andere deelnemers gaven aan dat dit hen juist helderheid gaf over de routing voor voetgangers van het ene naar het andere winkelgebied.
- Het open straatbeeld van de herinrichting van de Linge Haven kon rekenen op veel enthousiasme. Een gebied dat open en veilig aanvoelt door heldere afscheiding van parkeervakken en duidelijke fietsparkeerplekken waren positief. Ook het open zicht op de historische gevels was erg positief. Een mooi voorbeeld voor de toekomstige Vismarkt!
- Sommige deelnemers zagen kleiner vrachtverkeer door de vesting rijden en gaven aan een soortgelijk idee voor de Vismarkt van de toekomst, of in breder zin voor de hele vesting, wel te zien zitten. Ook het eenrichtingsverkeer benoemden zij als positief. Zowel het kleine vrachtverkeer als het eenrichtingsverkeer gaf hen een veilig gevoel als voetganger.

- Sommige deelnemers waren enthousiast over oplossingen voor het fietsparkeren. Op verschillende plekken in Gorinchem waren heldere witte lijnen in het straatwerk verwerkt. Die lijnen gaven aan waar fietsen kunnen parkeren, wat grotendeels ook zo wordt gedaan door de fietseigenaren. De groep lijkt dit een goede oplossing te vinden voor de Vismarkt van de toekomst, maar is zich ook bewust van de grote hoeveelheid fietsen in Heusden: 'is deze oplossing dan wel geschikt voor zo'n groot aantal?' is de vraag die werd gesteld.
- Opvallend was dat een aantal keer het programmeren of benutten van kunst werd genoemd. Van buitenexposities of kunst in de openbare ruimte tot de programmering van kunstzinnige activiteiten in de vesting. Daarmee werd vooral gedoeld op het toevoegen van kwaliteit, of juist het aantrekken van toeristen die de deelnemers graag zien in de vesting. Een andere opvallendheid was dat de groep nadacht over op welke wijze de uitdagingen van de Vismarkt, zoals het fietsparkeren, een kans kan zijn voor andere delen in de vesting zoals het versterken van de haven, door een schip in te richten voor louter fietsparkeren.

Zo gaf de excursie enerzijds nieuwe concrete input in de vorm van ontwerp oplossingen voor het programma van wensen, anderzijds droeg deze middag bij aan de onderlinge verbondenheid van de groep. Meerdere deelnemers gaven aan de creatieve manier van werken erg prettig te vinden waarbij er ruimte was voor gesprek.

3.4 Input voor Programma van Wensen

De verslagen van de Week van de Vismarkt, de excursie en de uitkomsten van de online vragenlijst zijn als bijlagen bij dit rapport opgenomen. Op basis van al die input is een Programma van Wensen opgesteld dat hierna volgt.



te, cultuurhi
de Vismarkt va
oekomst kan
aondernemer
ne, schiedw, bereikbaar
le uitacht. Handbied
de Vismarkt, by de deur
boudanciers,
ultacten

4 Programma van Wensen

Wij – inwoners en ondernemers van de vesting Heusden – geven met dit Programma van Wensen aan hoe we de Vismarkt van de toekomst voor ons zien. In de Week van de Vismarkt hebben we – voortbouwend op onze eerdere dromen – nagedacht over een concrete invulling van de Vismarkt van de toekomst.

Dit hebben we gedaan op drie thema's, die eerder naar boven zijn gekomen tijdens gesprekken en een online vragenlijst. Het gaat om de thema's 'Functies en beleving', 'Mobiliteit en parkeren' en 'Openbare ruimte, historie en groen'.

De belangrijkste uitkomsten van de thema-avonden zijn getoetst via een vragenlijst. Alle inwoners en ondernemers hebben daardoor mee kunnen doen. Uiteraard waren we het niet over alles eens. Dit 'Programma van Wensen' geeft weer wat de meerderheid van ons vindt, maar ook waar we verschillend over denken. Dat geven we graag mee aan de gemeente Heusden voor het ontwerpen en herinrichten van de Vismarkt.

Dit 'Programma van Wensen' is een toetssteen voor de gemeente om de Vismarkt opnieuw in te richten. Dat betekent niet dat alles dat beschreven is, één op één moet worden uitgevoerd. De hieronder beschreven kernwaarden zijn leidend. Het is belangrijk dat de gevolgen en haalbaarheid van de wensen goed onderzocht worden. We moeten blijven kijken naar wat praktisch werkt.

De kernwaarden van de Vismarkt

De Vismarkt is niet zomaar een plek in Heusden. Het is de centrale ontmoetingsplek van de vesting en dus de plek waar alles samenkomt – mensen, ideeën en belangen. Het staat daarmee symbool voor iets groters. Het is eigenlijk de vesting in het klein. Als we het hier goed met elkaar regelen, heeft dat een positieve uitstraling naar de hele vesting. De herinrichting van de Vismarkt kan daarom een eerste stap zijn om gezamenlijk de vesting van de toekomst verder vorm te geven.

Samen hebben we nagedacht over de kernwaarden van de Vismarkt van de toekomst. We vinden allereerst dat de Vismarkt een gezellige, gastvrije en groene plek moet zijn. Om dat voor elkaar te krijgen houden we allemaal rekening met vijf kernwaarden:

1. Flexibiliteit
2. Veiligheid
3. Toegankelijkheid
4. Openheid
5. Kwaliteit

De eerder genoemde thema's hebben grote impact op de Vismarkt. De kernwaarden om er een gezellige, gastvrije en groene plek van te maken zijn daarom uitgewerkt binnen deze drie thema's.

Functies en beleving

Wij vinden de Vismarkt het podium van de vesting. Een plek waar je geniet van activiteiten en gezelschap tegen een uniek historisch decor!

De horeca heeft een belangrijke functie op de Vismarkt. Zonder horeca(ondernemers) is er geen gezellige en gastvrije plek. Maar de tijdelijke verruiming van de terrassen heeft gezorgd voor een rommelige uitstraling en onduidelijkheid. De veiligheid, openheid en kwaliteit van de Vismarkt kwamen in het geding. Echter blijkt dat een kleine meerderheid van ons vindt dat het best wat groter mag, dan zoals het nu (na de intocht van Sinterklaas) staat. Sowieso vinden veel mensen dat terrassen tijdelijk groter kunnen worden bij evenementen. In de winter is het rustiger en zijn de terrassen kleiner dan in de zomer. We zetten samen in op een flexibele inrichting. Daar helpen we onze horecaondernemers graag bij!

De Vismarkt is een gastvrije en toegankelijke plek, ook als je niet op een terras zit. Daarom willen we meer (zo nodig te verplaatsen) bankjes (met historische uitstaling) op de Vismarkt om gezellig bij te praten met elkaar.

De weekmarkt willen we behouden op de Vismarkt, dat lukt alléén als we 'interessant' blijven voor ondernemers (marktkooplui). We juichen de komst van meer kleinschalige evenementen toe. Deze moeten wel passen bij het karakter van de Vismarkt en we roepen de evenementenorganisatoren op om elkaar te versterken.

Mobiliteit en parkeren

Wij vinden de Vismarkt het podium van de vesting. Een plek waar je veilig kan verblijven!

De Vismarkt wordt wat ons betreft een autoluwe plek. Daarmee waarborgen we de flexibiliteit, veiligheid, openheid en kwaliteit van de plek te vergroten. Niet helemaal autovrij, want hulpdiensten en vuilniswagens moeten er nog wel kunnen komen. Op venstertijden, is de Vismarkt voor auto- en vrachtverkeer bereikbaar. Denk dan aan leveranciers die de horeca en winkels bevoorraden vanaf de Vismarkt. Zwaar vrachtverkeer willen we zoveel als mogelijk weren van de Vismarkt (en de vesting). We willen onderzoeken of een logistieke hub haalbaar is voor de vesting. De Vismarkt kan afgesloten worden voor verkeer door het plaatsen van paaltjes. Toegankelijkheid is belangrijk. Mensen met een beperking moeten vlakbij de Vismarkt kunnen parkeren. Een grote meerderheid vindt dat er geen ruimte is voor parkeerplaatsen op de Vismarkt in de zomer. We zijn verdeeld of er in de winter wel ruimte moet zijn voor een beperkt aantal parkeerplaatsen op de Vismarkt.

Toeristen en bezoekers uit de regio komen graag op de fiets naar de vesting. Dat is duurzaam en verlaagt de parkeerdruk, maar het stallen van het aantal (elektrische) fietsen is in de zomer een groeiend probleem. Bezoekers moeten in de buurt van de Vismarkt een fiets kunnen stallen. Dat gaat volgens ons het beste in een (bewaakte) fietsenstalling met oplaadmogelijkheden en duidelijke bewegwijzering. Op de Vismarkt is er beperkte ruimte om fietsen te stallen, gedragsbeïnvloeding werkt dan het beste met markering en voorbeeldgedrag. We willen dat de gemeente ook handhaaft op het stallen van fietsen.

De Vismarkt is een toegankelijk en open plein voor iedereen. Er is voldoende ruimte om de historie te beleven, een praatje te maken en te genieten zonder dat je bang bent voor een botsing met verkeersdeelnemers. De kinderkopjes horen bij de vesting maar in de bestrating houden we rekening met inwoners die minder mobiel zijn of met een kinderwagen rondlopen.

Openbare ruimte, historie en groen

Wij vinden de Vismarkt het podium van de vesting. Een plek waar je de historie beleeft!

Het historische karakter is wat de Vismarkt een bijzondere plek maakt. De inrichting van de Vismarkt moet recht doen aan het historische karakter en is van hoge kwaliteit. Eenduidigheid in de uitstraling kan bijdragen aan dit karakter. De Vismarkt is een 'open' plein, zoals het ooit was. Dat betekent dat de gevels van de historische panden te bewonderen zijn. De Vismarkt is ook een 'groen' plein want in de zomer is er geen (natuurlijke) verkoeling. De gemeente onderzoekt samen met de horecaondernemers of er 'groene' parasols (van planten) kunnen komen op de terrassen. De terrassen worden afgebakend met verrijdbaar 'groen'. Hiermee behouden we de optie om ruimte te bieden bij evenementen en is er meer eenheid in uitstraling.

We zijn verdeeld over hoe we de historie beleefbaar kunnen maken. Want we willen verrommeling van de Vismarkt tegengaan en het moet passen in het historisch karakter.

De waterpomp, die er al in 1930 stond, willen we behouden. Hier kun je zelfs drinkwater uit tappen. Ook de boom ernaast blijft behouden. We zijn verdeeld of er ruimte is voor een speelfontein op de Vismarkt. Als deze er komt, dan staat die aan op bepaalde tijdstippen en in de winter niet.

Experimenteren met een nieuwe inrichting en programmering

Vooruitlopend op de herinrichting adviseren we om alvast te experimenteren met verschillende ideeën uit dit programma. Als inwoners en ondernemers kunnen wij daar zelf een bijdrage aan leveren door mee te denken over de vraag hoe dat eruit zou kunnen zien en door met elkaar te kijken wat we zelf kunnen doen. Zo zorgen we ervoor dat de definitieve inrichting straks echt wordt gedragen door de vesting. We denken na over een vorm om de betrokkenheid levend te houden.

Samenvatting Programma van Wensen

Wij vinden de Vismarkt het podium van de vesting. Een plek waar je geniet van activiteiten en gezelschap tegen een uniek historisch decor, veilig verblijft en de historie beleeft. Een groene, gastvrije en gezellige plek!

Kernwaarden van de Vismarkt

De vijf kernwaarden die leidend zijn bij beslissingen die we nemen over de Vismarkt:

1. Flexibiliteit
2. Veiligheid
3. Toegankelijkheid
4. Openheid
5. Kwaliteit

Functies en beleving

- Zonder horeca(ondernemers) is er geen gezellige en gastvrije plek;
- Een kleine meerderheid van ons vindt dat de terrassen best wat groter mogen, dan zoals het nu (na de intocht van Sinterklaas) staat;
- Terrassen zijn in de winter kleiner dan in de zomer;
- Terrassen kunnen tijdelijk groter worden bij evenementen;
- Er komen meer openbare bankjes op de Vismarkt;
- Er blijft ruimte voor de weekmarkt;
- Er komen meer kleinschalige evenementen (passend bij het karakter) op de Vismarkt.

Mobiliteit en parkeren

- De Vismarkt wordt een autoluwe plek, bereikbaar op venstertijden;
- We plaatsen paaltjes om de Vismarkt af te kunnen sluiten voor auto- en vrachtverkeer. Hulpdiensten kunnen altijd op de Vismarkt komen.
- Horeca en winkels aan de Vismarkt worden bevoorraad vanaf de Vismarkt;
- In de zomerstand zijn er geen parkeerplaatsen op de Vismarkt, alleen een gehandicaptenparkeerplaats vlakbij de Vismarkt;
- In de winterstand zijn we verdeeld of er enkele parkeerplaatsen op de Vismarkt moeten zijn;

- We zoeken een duurzame oplossing om een fietsenstalling te creëren in de vesting;
- We beïnvloeden gedrag van bezoekers om fietsen te parkeren op en buiten de Vismarkt met bewegwijzering, markering en handhaving;
- We leggen bestrating aan voor inwoners en bezoekers die minder mobiel zijn of met een kinderwagen rondlopen;
- We onderzoeken of een logistieke hub haalbaar is voor de vesting.

Openbare ruimte, historie en groen

- De inrichting van de Vismarkt doet recht aan het historische karakter, is van hoge kwaliteit en heeft een eenduidige uitstraling;
- We zijn verdeeld over hoe we de historie beleefbaar kunnen maken. Want we willen verrommeling van de Vismarkt tegengaan en het moet passen in het historisch karakter;
- De waterpomp blijft behouden. Hier kun je drinkwater uit tappen;
- De boom bij de waterpomp blijft behouden;
- We niet zeker of er een speelfontein moet komen. Als die komt staat die aan op bepaalde tijden, niet in de winter.
- We plaatsen verplaatsbaar groen in bakken om terrassen te markeren;
- De gemeente onderzoekt met de horecaondernemers of er groene' parasols (van planten) kunnen komen op de terrassen.

5 Advies voor het vervolg

Met veel plezier hebben we het afgelopen half jaar het participatieproces ontworpen en begeleid in opdracht van de gemeente Heusden. We geven onderstaand advies mee voor het vervolg.

Programma van Wensen als basis voor Programma van Eisen

Op basis van de uitkomsten van de Week van de Vismarkt, excursie en online vragenlijst is een gedragen Programma van Wensen geformuleerd dat duidelijke uitspraken doet over de inrichting van de Vismarkt van de toekomst. We adviseren dit Programma van Wensen over te nemen als hoofdstuk in het Programma van Eisen. Op de paar punten waarover geen overeenstemming is in de vesting, zal de gemeente knopen moeten doorhakken.

Participatief ontwerpproces

Naast het concrete Programma van Wensen is er ook een ander resultaat geboekt: het participatieproces heeft geleid tot meer verbinding in de vesting, zowel tussen inwoners onderling als tussen inwoners en gemeente. Dit is de uitkomst van één jaar participatie rondom de Vismarkt van de Toekomst.

We adviseren om hierop door te bouwen in de volgende fase: van Programma van Wensen en Eisen naar een voorlopig ontwerp. Door ruimte te maken voor een participatief ontwerpproces en het voorlopig ontwerp op een, bij dit participatieproces creatieve wijze, te toetsen bij de vesting.

In het ontwerpproces komen immers weer nieuwe vragen en dilemma's naar boven. De betrokkenheid en ervaringskennis in de vesting is groot en daar kan het ontwerp alleen maar beter van worden.

Experimenteren met ideeën

Er is grote steun om alvast te gaan experimenteren met enkele ideeën uit het Programma van Wensen. We adviseren om samen met het Heusdens Overleg te bekijken welke ideeën zich daarvoor lenen en die experimenten ook nadrukkelijk te gebruiken om waardevolle inzichten te verzamelen voor het ontwerpproces. Zo wordt het ontwerpproces gevoed door concrete ervaringen uit de praktijk en kan de vesting al iets ervaren van de Vismarkt van de toekomst.

Creatieve zorgvuldigheid

We zijn enthousiast over de aanpak van het participatieproces. Er wordt vanuit grote zorgvuldigheid een helder en uitnodigend proces vormgegeven, met ruimte voor creativiteit en ervaringskennis. Deze aanpak lijkt succes te hebben. Ons advies is om deze aanpak beknopt uit te schrijven en de werkbare elementen te benoemen samen met betrokkenen zodat er ook op andere plekken binnen de gemeente van, mee en over geleerd kan worden.

Maatschap voor Communicatie

Arthur van Schendelstraat 650,
3511 MJ Utrecht

Tel: 030 271 04 27
info@mvc.nl
mvc.nl

KvK 30261512
btw NL8092.54.931.B.01
Bank NL37RABO0147234913

Stichting Ruimtekoers

Akkerwindestraat 1-512,
6832 CR Arnhem

Tel: 06-49947864
bureau@ruimtekoers.nl
ruimtekoers.nl

Kvk 61068306
Btw NL845191982B01
Bank: NL46RABO0186725973