

1 INLEIDING

Voor veel mensen gaat de kwaliteit van het beeld in eerste instantie over het onderhouden en opgeruimd zijn van de omgeving. In tweede instantie blijkt oriëntatie en sfeer van wezenlijk belang. Het gaat dan over imago, uitstraling, herkenbaarheid en verblijfskwaliteit.

Wat maakt Wijchen Wijchen? Ofwel waarmee onderscheidt het centrum van Wijchen zich van andere centra en winkelgebieden in de ruime omgeving? Het beeldkwaliteitplan doet een gestructureerde poging om, in aanvulling op de herinrichting van de openbare ruimte, grip te krijgen op de 'couleur locale' van Wijchen voor haar inwoners, ondernemers, winkeliers, bewoners en passanten. Voorop staat dat het centrum een multifunctioneel gebied is en een solide basis vormt voor het voorzieningenniveau (incl. horeca), een breed winkelaanbod, een hoogwaardige leefomgeving voor bewoners en werknemers en plek om aangenaam te verpozen voor consumenten en bezoekers.

De diversiteit aan functies zorgt voor een levendig straatbeeld en is een belangrijke karakteristiek voor het centrumgebied van Wijchen. Ook in de architectuur en verschijningsvorm van bebouwing vormt de diversiteit een belangrijke karakteristiek. Wijchen centrum kent een bonte collectie aan bouwwerken uit uiteenlopende tijdsperiodes. De historische imagodragers zoals de Markt, het Wijchens meer, het kasteel en het Sterrenbos, de kerk, het laantje en het afwisselend pallet aan architectuur vormen de basis-kwaliteit voor karakter van het centrum.

Het doel van beeldkwaliteitplan is het introduceren van visuele rust en versterken van het karakter ten behoeve van:

- de herkenbaarheid van het kernwinkelgebied;
- een goede presentatie van winkeliers en ondernemers;
- en de verbetering van de verblijfskwaliteit en beleving.

Leeswijzer

Om dit doel gestalte te geven bevat het plan een waardering op hoofdlijnen (H2) en richtlijnen voor de beeldkwaliteit op 3 niveaus (H3). Het eerste niveau betreft richtlijnen ten aanzien van de stedenbouwkundige opbouw van de gevelwanden (H4). Hierin worden suggesties gedaan voor de (her)ontwikkeling van panden om de gevelwanden, die kenmerkend zijn voor het centrumgebied, meer samenhang te geven. Het tweede niveau betreft richtlijnen op het niveau van de architectuur van individuele gevels (H5). Het primaire doel hierbij is om de winkelfunctie in balans brengen met de architectuur van het gehele pand als bouwsteen voor het onderscheidende karakter van het centrumgebied. De samenhang in de gevel tussen de indeling van de ondervloering en etages speelt hierin een centrale rol. Het derde en laatste niveau betreft de regulatie ten aanzien van de reclame-uitingen (H6) in het straat- en gevelbeeld. Door met gedragen spelregels de gevelaankleding te reguleren kan een goede attentiewaarde voor individuele winkeliers en ondernemers worden gerealiseerd, zonder dat de reclame in het beeld de boventoon gaat voeren en daarmee de beeldkwaliteit negatief beïnvloed. Tenslotte doet het beeldkwaliteitplan een suggestie voor de fasering en juridische verankering van de verschillende richtlijnen (H6.3). In de bijlagen (H7) vindt u verslagen van de verschillende ondernemersavonden.



• Antonius Abt-kerk
• Villa Sterrebosch - Kasteellaan 4-6