



# Retailparagrafen Utrechtse Heuvelrug





**Droogh Trommelen en Partners (DTNP)**

**Adviseurs voor Ruimte en Strategie**

**Graafseweg 109**

**6512 BS Nijmegen**

**T 024 - 379 20 83**

**E [info@dtnp.nl](mailto:info@dtnp.nl)**

**W [www.dtnp.nl](http://www.dtnp.nl)**

**Opdrachtgever: Gemeente Utrechtse Heuvelrug**

**Contactpersoon: Mevrouw F. Boxman**

**Projectteam DTNP: De heer R. Eijkelkamp**

**De heer T. Wissink**

**Projectnummer: 1839.0417**

**Datum: 22 december 2017**

# **Retailparagrafen Utrechtse Heuvelrug**

**·dtnp·**





# Inhoudsopgave

## **1 Context**

Aanleiding	1
Vraag en aanbod	2
Landelijke trends	4
Opgaven Heuvelrug	7
	11

## **Retailparagraaf Driebergen**

Traaij	16
De Sluis	17
Kerkplein	23
	25

## **Retailparagraaf Doorn**

## **Retailparagraaf Maarn-Maarsbergen**

## **Retailparagraaf Leersum**

## **Retailparagraaf Amerongen**







**Context**



## Aanleiding

### Levendige dorpskernen

De gemeente Utrechtse Heuvelrug heeft de Retaildeal getekend. Dit betekent dat de gemeente in samenspraak met betrokkenen acties wil ondernemen die nodig zijn om de veranderingen in de winkelmarkt het hoofd te bieden en centra economisch vitaal te houden.

Eén van de hoofdthema's in het Programma Economische Ontwikkeling is dan ook het behoud en versterking van levendige dorpscentra op commercieel en sociaal gebied. Om hier vanuit gemeente en betrokkenen samen aan te gaan werken is met ondernemers, eigenaren en bewoners een Retailparagraaf per dorp opgesteld.

### Doel

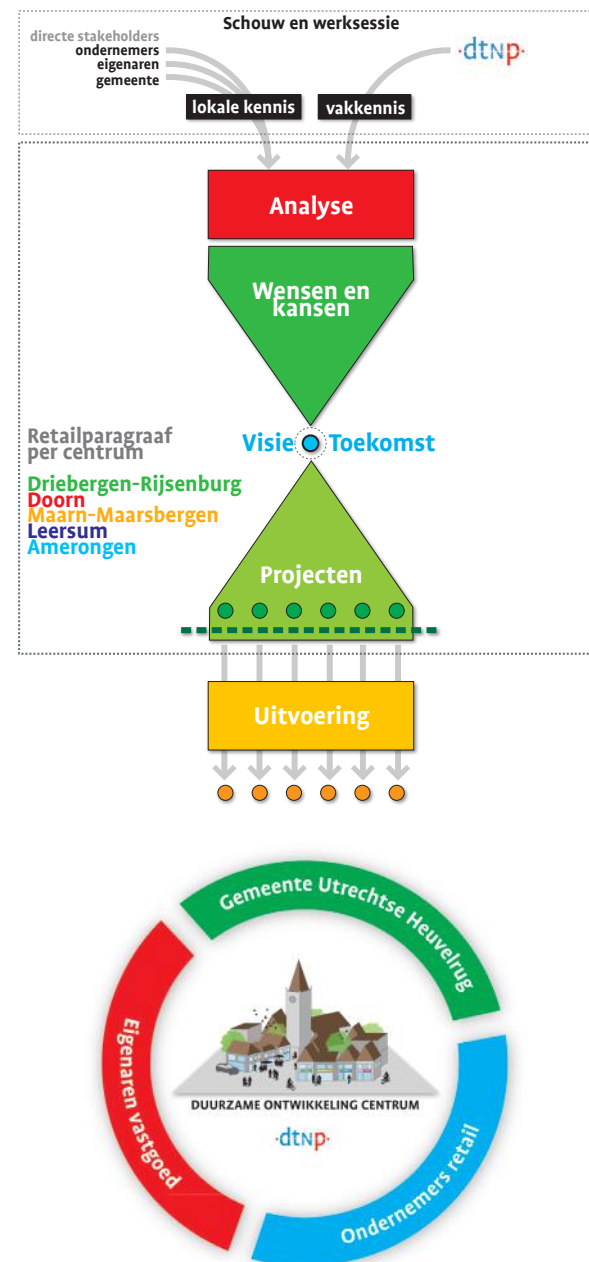
Doel is per centrum tot een toekomstbestendige profilering te komen en de randvoorwaarden daarvoor te benoemen. Dit resulteert in actieprogramma's per centrumgebied, die de economische vitaliteit van de dorpscentra in de gemeente bewaken.

### Vragen

1. Hoe ziet de huidige vraag- en aanbodstructuur van Utrechtse Heuvelrug eruit? Wat zijn relevante ontwikkelingen in vraag en aanbod?
2. Welke landelijke trends en ontwikkelingen doen zich voor in de detailhandel en in het consumentengedrag? Wat zijn de gevolgen voor centra zoals die van Utrechtse Heuvelrug?
3. Wat zijn de sterke en zwakke punten in de huidige functioneel-ruimtelijke structuur van dit centrum? Wat zijn kansen en bedreigingen?
4. Wat is de toekomstig haalbare functie (ambitie) van het betreffende centrum, rekening houdend met vraag 1 t/m 3? Welke doelgroepen en samenstelling van het aanbod passen hierbij?
5. Wat is de gewenste functioneel-ruimtelijke structuur van het centrum? Welke haalbare en gewenste functie hebben de verschillende deelgebieden daarbinnen (visie)?
6. Welke uitvoeringsmaatregelen zijn gewenst en haalbaar? Welke rol hebben verschillende partijen daarbij? Welk actieplan hoort daarbij (projecten)?

### Proces

De organisatie, vorm en inhoudelijke aanvulling van het proces is door een projectgroep begeleid (representatie vanuit gemeente en ondernemers-



Visualisatie proces Retailparagrafen



verenigingen). In de periode juni - september 2017 zijn in Amerongen, Driebergen-Rijsenburg, Maarn, Leersum en Doorn bijeenkomsten met de directe stakeholders georganiseerd. Bij deze denk-mee-sessies is gediscussieerd over de toekomstige functie(s) en doelgroep(en) van het betreffende centrum met het oog op de trends en de omgeving. Op basis van deze discussies zijn diverse projecten benoemd.

De bijeenkomsten hadden de volgende opzet:

- Presentatie over trends, lokale situatie en doelgroepen
- Gezamenlijke schouw door het centrum
- Discussie over kwaliteiten en knel- en verbeterpunten
- Kansen en acties benoemen

**AMERONGEN INSPIREERT**  
Bezoek- en koopgedrag in winkelgebieden gemeente verandert  
Daarom is een van de thema's in het Programma Economische Ontwikkeling 'De levendige dorpskernen op commercieel en sociaal gebied behouden en versterken'. Daarvoor maken we per dorp een Retailparagraaf. Daarin staan de ambities en verbeterpunten met concrete uitvoeringsacties ter versterking van het centrum.  
Dat kan niet zonder u!

**Schrijf mee aan het actieplan voor Leersum**  
Komt u 23 juni ook naar de **Bijeenkomst over Amerongen?**  
Bezoek- en koopgedrag in winkelgebieden verandert  
Daarom is een van de thema's in het Programma Economische Ontwikkeling 'De levendige dorpskernen op commercieel en sociaal gebied behouden en versterken'. Daarvoor maken we per dorp een Retailparagraaf. Daarin staan de ambities en verbeterpunten met concrete uitvoeringsacties ter versterking van het centrum.  
Dat kan niet zonder u!

**Schrijf mee aan het actieplan voor Maarn en Maarsbergen**  
Bezoek- en koopgedrag in winkelgebieden verandert  
Daarom is een van de thema's in het Programma Economische Ontwikkeling 'De levendige dorpskernen op commercieel en sociaal gebied behouden en versterken'. Daarvoor maken we per dorp een Retailparagraaf. Daarin staan de ambities en verbeterpunten met concrete uitvoeringsacties ter versterking van het centrum.  
Dat kan niet zonder u!

**Schrijf mee aan het actieplan voor Driebergen!**  
Bezoek- en koopgedrag in winkelgebieden verandert  
Daarom is een van de thema's in het Programma Economische Ontwikkeling 'De levendige dorpskernen op commercieel en sociaal gebied behouden en versterken'. Daarvoor maken we per dorp een Retailparagraaf. Daarin staan de ambities en verbeterpunten met concrete uitvoeringsacties ter versterking van het centrum.  
Dat kan niet zonder u!

**Schrijf mee aan het actieplan voor Doorn!**  
Bezoek- en koopgedrag in winkelgebieden verandert  
Daarom is een van de thema's in het Programma Economische Ontwikkeling 'De levendige dorpskernen op commercieel en sociaal gebied behouden en versterken'. Daarvoor maken we per dorp een Retailparagraaf. Daarin staan de ambities en verbeterpunten met concrete uitvoeringsacties ter versterking van het centrum.  
Dat kan niet zonder u!

**Praat mee over Sterke punten van de winkelgebieden Kansen voor de toekomst**  
De gemeente organiseert, samen met adviesbureau DTNP en de Leersumse ondernemers een bijeenkomst over het centrum van Leersum.  
Vragen die aan de orde komen:  
• Hoe ontwikkelt de retail zich de komende jaren?  
• Wat kunnen we doen om het winkelgebied levendig te houden?  
• Hoe houden we de winkels krachtig?  
• Hoe gaan we om met de invloed van kopen via internet en de vergrijping?

Voor de bijeenkomsten zijn winkeldonemers en andere retailondernemers uitgenodigd: horeca, cultuur, dienstverlening en ambachten. Ook de eigenaren en betrokken bewoners waren welkom. De rol van en samenhang met niet-commerciële publieksfuncties (o.a. maatschappelijke en zorgfuncties) zijn in deze bijeenkomsten meegenomen. Deze functies zijn van toenemend belang in een krimpende winkelmart. De opbrengsten van deze avonden vormen de basis voor de retailparagrafen.

### Leeswijzer

- Het vervolg van hoofdstuk 1 schetst de gemeentelijke situatie, relevante trends en ontwikkelingen, de daaruitvolgende opgave die er ligt voor de retailgebieden in de gemeente en vervolgens de richtlijnen voor de uitvoering van de retailparagrafen.
- Hoofdstuk 2 tot en met 6 zijn de individuele retailparagrafen per dorp.



Met ondernemers geschouwd in het centrum..



..om daarna kwaliteiten en knelpunten te benoemen..



..en te vertalen in kansen en acties

## Vraag en aanbod

### Rijk, vergrijsd en toeristisch

- De gemeente Utrechtse Heuvelrug heeft circa 49.000 inwoners. Ongeveer 60% daarvan woont in de twee grootste dorpen; Driebergen-Rijsenburg en Doorn.
- De populatie is bovengemiddeld vergrijsd. 24% is nu 65 jaar of ouder, terwijl dat in Nederland 18% is\*. Dit zal in Utrechtse Heuvelrug toenemen tot 26% in 2025\*\*.
- De gemeente heeft een bovengemiddeld welvaartsniveau (circa 20% boven landelijk gemiddelde). Vooral in Driebergen-Rijsenburg, Doorn en Maarn is het gemiddelde inkomen hoog\*.
- De grotere Regio Utrechtse Heuvelrug (incl. Zeist, Soest, Rhenen etc.) is een sterk toeristisch gebied. Na de stad Utrecht is het de belangrijkste regio voor dagtochten in de provincie. Voor verblijfstoerisme is het veruit de belangrijkste regio, met vooral wat betreft kampeerterreinen en recreatiewoningen het grootste aanbod. Van de toeristische overnachtingen in de provincie

op dit soort terreinen vond circa 85% in de Regio Utrechtse Heuvelrug plaats\*\*\*.

### Weinig leegstand in dorpen Heuvelrug

- In de gehele gemeente zijn er circa 250 winkels van samen 40.300 m<sup>2</sup> winkelvloeroppervlak (wvo). Slechts een zeer beperkt deel daarvan is buiten de winkelgebieden gevestigd (circa 2.500 m<sup>2</sup> wvo)\*\*\*\*. Dit is een sterk uitgangspunt.
- Sinds 2011 is het winkelaanbod met circa 25 winkels afgenomen, deze afname zit met name in de niet-dagelijkse winkels. Ook de leegstand is afgenomen, van 4.200 naar circa

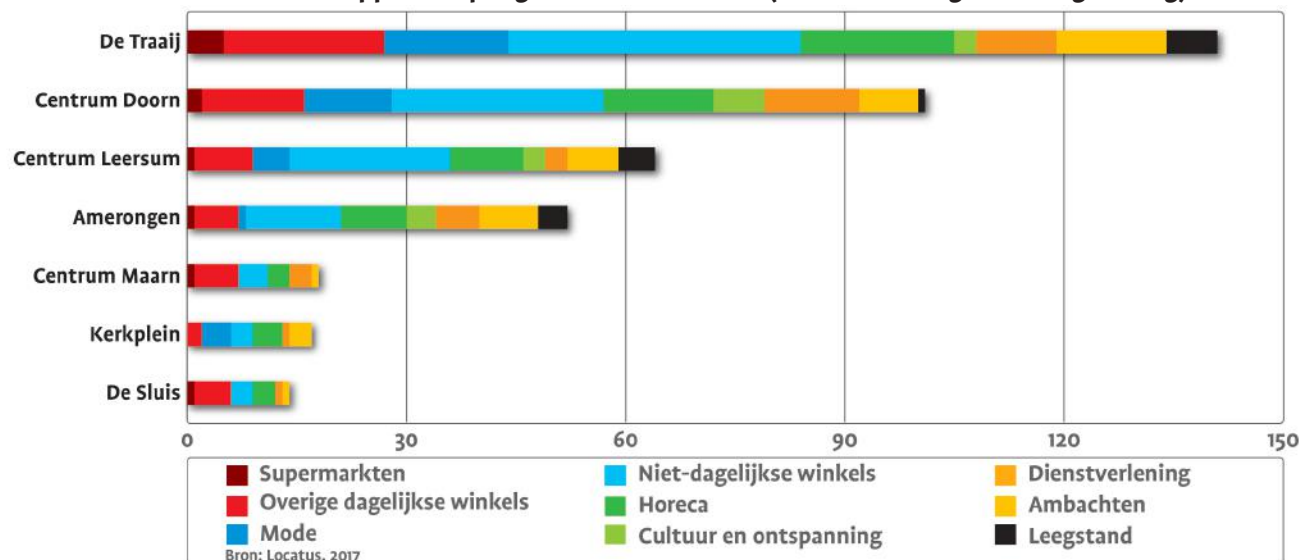
\*\*\* Provincie Utrecht (2016) Monitor Toerisme en Recreatie 2016

\*\*\*\* Locatus (2017) Verkooppuntenbestand. Bewerking DTNP (Amerongen als geheel).

3.000 m<sup>2</sup> wvo, en van circa 30 naar 23 panden. Er moeten dus winkelpanden zijn getransformeerd.

- Driebergen-Rijsenburg heeft als grootste dorp ook het meeste retailaanbod. Dit is verspreid over drie centrumgebieden: de Traaij als hoofdcentrum en aanvullend de centrumgebieden Kerkplein en De Sluis. Doorn en Maarn hebben één centraal centrumgebied. Amerongen heeft een afwijkende ruimtelijke retailstructuur; er is geen duidelijk centrumgebied. Daarom is Amerongen als geheel weergegeven in onderstaande grafiek. In Leersum is de gehele Rijksstraatweg meegenomen (centrumgebied en lint).

Aantal verkooppunten per gebied naar branche (o.b.v. Locatus gebiedsbegrenzing)



\* CBS Statline (2017), Dorpcijfers wijken en buurten 2017

\*\* CBS Statline (2017), Regionale prognose 2017-2040.





Welvarende inwoner en aanwezigheid recreant



Relatief weinig leegstand, wel veel dynamiek



Maarn beter door nieuwe supermarktontwikkeling

- De leegstand in oppervlakte is met circa 7% van het wvo beperkt in vergelijking met veel andere gemeenten. Het gemeentelijk beleid (concentratie) heeft hier aan bijgedragen. Ook de vele zelfstandige ondernemers in de gemeente zijn hierin belangrijk geweest (niet gevoelig voor faillissementen ketens).
- In de omgeving liggen de middelgrote centra Zeist en Veenendaal. De grote binnenstad van Utrecht is in de wijde omgeving de sterkste recreatieve winkelbestemming.
- Elst, Odijk en in mindere mate Wijk bij Duurstede liggen net buiten de gemeente. Vooral Elst en Odijk zijn eerder op de dorpen in de Utrechtse Heuvelrug gericht dan andersom.
- Woudenberg is voor inwoners van o.a. Maarsbergen een aankooplocatie.

#### Betere binding winkelbestedingen lokale inwoner

- In de dagelijkse sector (levensmiddelen, persoonlijke verzorging) is de binding van de bestedingen van inwoners aan het aanbod in de gemeente sinds 2011 toegenomen van 78% naar 86% (afvloeiing naar andere gemeenten 13%, naar internet 1%)\*.

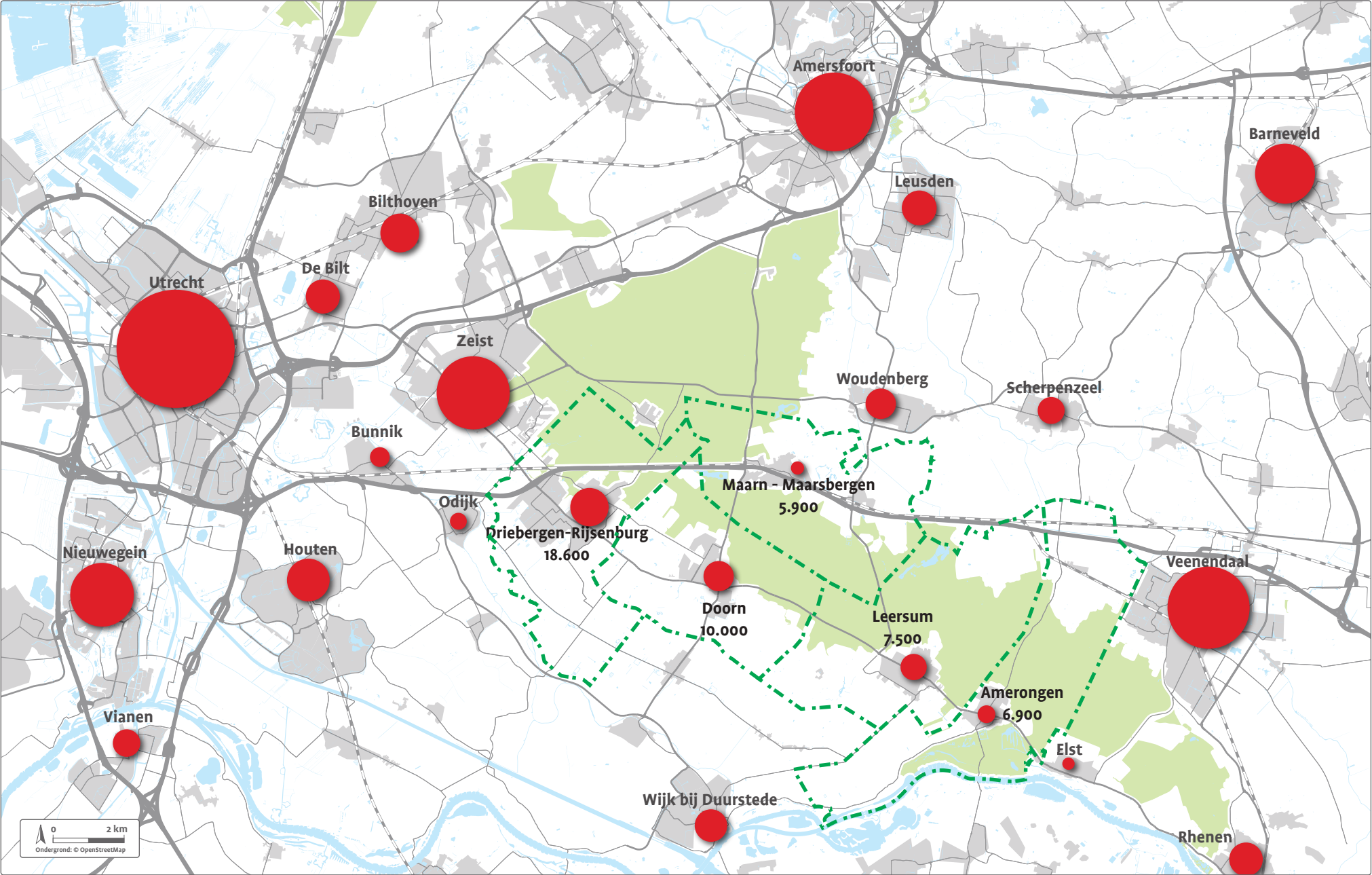
\* I&O en DTNP (2016) Randstad Koopstromenonderzoek 2016. Dit onderzoek toont de ontwikkeling van koopstromen van 2011 naar 2016. Hier wordt in het vervolg van dit rapport naar verwezen als 'het KSO Randstad 2016'.

- In de niet-dagelijkse sector (o.a. mode, speelgoed, huishoudelijke artikelen) is de binding ook toegenomen (van 25% in 2011 naar 31%). De afvloeiing is hier echter erg groot. Dat is niet ongevoel voor een gemeente met enkel dorpscentra, en grotere steden in de nabijheid. Wel opvallend is dat de afvloeiing in niet-dagelijkse bestedingen een ander karakter heeft gekregen; in 2011 ging 12% naar internet-winkels, in 2016 was dat reeds 23%. Dit betekent dat inwoners van Utrechtse Heuvelrug minder kopen in winkelgebieden in de omgeving.
- De bestedingen bij winkels in de gemeente komen in de dagelijkse sector voor 86% en in de niet-dagelijkse sector voor 68% van inwoners uit de gemeente. Het overgrote deel van het winkel-aanbod heeft dus een lokale of gemeentelijke verzorgingsfunctie.
- 10% van de niet-dagelijkse winkelbestedingen komen vanuit toerisme, een andere 10% uit Wijk bij Duurstede (6%), Bunnik en Zeist. De niet-dagelijkse bestedingen van buiten de gemeente worden voor bijna de helft op de Traaij gedaan.

#### Conclusie

Het gaat relatief goed met de centra op de Utrechtse Heuvelrug, ondanks de toename van internet-bestedingen in de detailhandelssector. Een sterkere lokale kooporiëntatie is in lijn met bepaalde landelijke trends (zie paragraaf 1.3).

Hoofdcentra in de gemeente Utrechtse Heuvelrug en omgeving (geschaald naar omvang), en de inwonertallen van de verschillende delen van de gemeente



## Landelijke trends

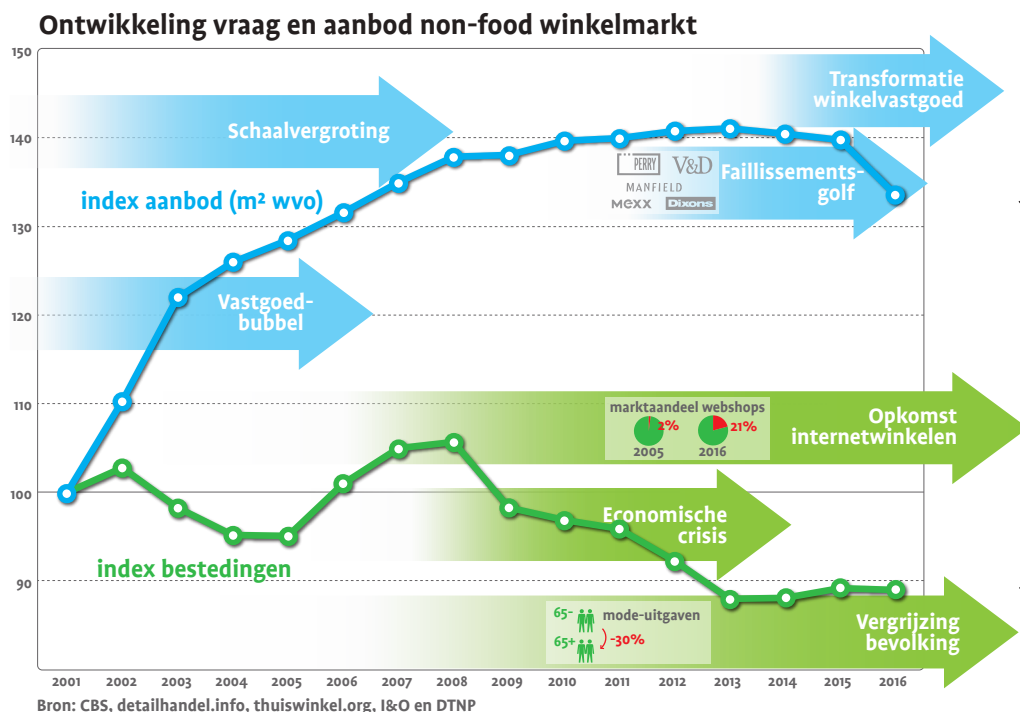
Dat het relatief goed gaat in de dorpen op de Heuvelrug is geen vanzelfsprekendheid in de Nederlandse winkelmarkt. Deze sector is zeer dynamisch en is de afgelopen jaren sterk veranderd, met grote gevolgen voor centrumgebieden. Hier worden deze landelijke trends kort beschreven, in 1.4 wordt uiteengezet welke uitdagingen hier voor de Utrechtse Heuvelrug uit voortkomen.

## Detailhandel onder druk

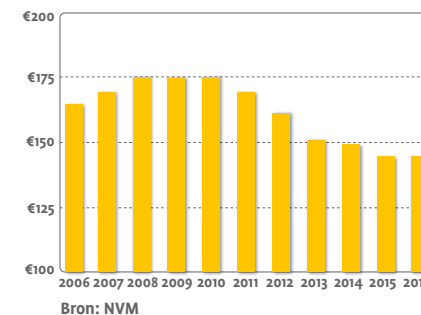
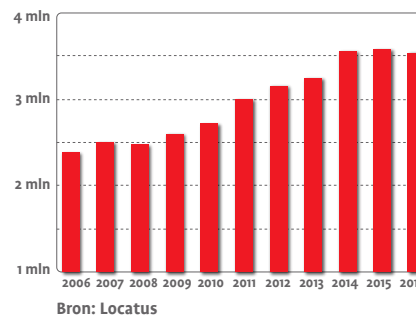
Sinds 2008 is de winkelmarkt structureel gewijzigd van een groei- in een krimpmarkt. Met name in de non-foodsector groeide het aanbod fors als gevolg van de vastgoedbubbel en de drang tot schaalvergroting. De bestedingen groeiden niet in dezelfde mate mee. Sterker nog, sinds 2008 zijn de bestedingen flink gedaald. De economische crisis was daarvoor niet de enige oorzaak. Op de achtergrond spelen maatschappelijke en technologische trends die leiden tot een structurele daling van bestedingen in fysieke winkels. Door de

opkomst van internet verschuiven bestedingen steeds meer naar webshops (marktaandeel inmiddels 21% in de non-food). Daarnaast heeft de vergrijzing een drukkend effect op bestedingen. Ouderen besteden minder aan producten. Gevolg van de ontwikkelingen is dat er een structureel overaanbod is ontstaan. Sinds 2012 zijn al meer dan 50 landelijke winkelketens failliet gegaan. In 2015 nam het aanbod in de non-foodsector voor het eerst in de historie af. De leegstand van winkelpanden is inmiddels opgelopen tot ruim 3,5 mln m<sup>2</sup> vvo. Door het toenemende aantal beschikbare winkelpanden laat ook het huurprijsniveau sinds 2010 een dalende trend zien. De leegstand neemt inmiddels, door transformatie van leegstaande winkelpanden naar andere functies, niet meer exponentieel toe.

Ondanks de oplevende bestedingen is de verwachting dat het winkelaanbod de komende



## Ontwikkeling leegstand (m<sup>2</sup> vvo) → Ontwikkeling huurprijsniveau





jaren nog verder zal afnemen als gevolg van de verdere groei van webshops (de groei in bestedingen vindt vooral hier plaats) en de voortgaande vergrijzing van de bevolking.

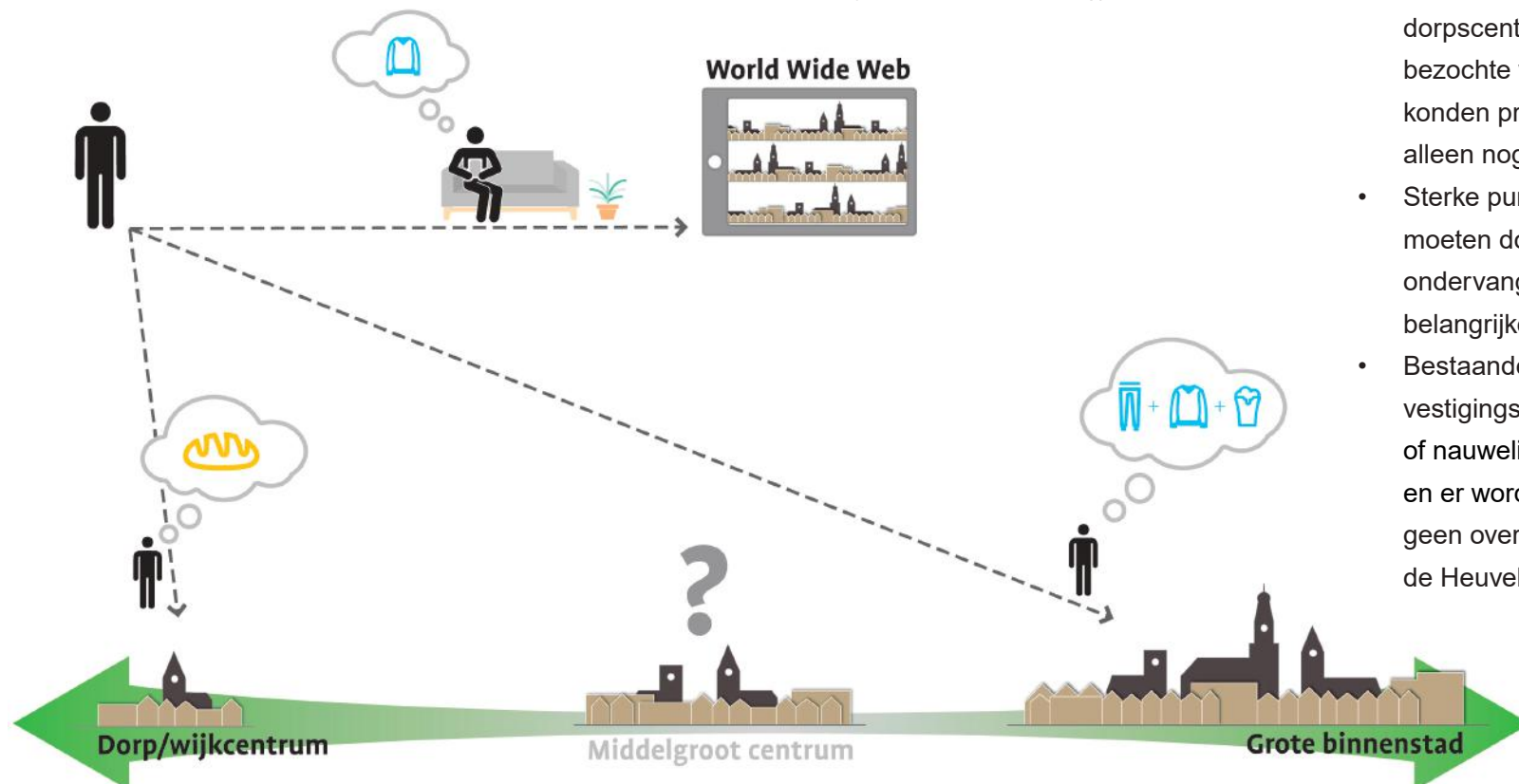
#### **Gevolgen voor dorpscentra**

- Internet leidt tot een structureel ander ruimtelijk aankoopgedrag. Steeds meer producten worden via internet aangeschaft. Dit betekent dat de noodzaak voor een

bezoek aan een winkelgebied deels wegvalt. Met name winkels in de niet-dagelijkse sector worden in toenemende mate pas bezocht als ze een onderscheidend vermogen ten opzichte van internet hebben.

- Fysieke winkellocaties houden meerwaarde als het gaat om het doen van dagelijkse, frequente aankopen (boodschappen) in de directe woon-/leefomgeving of voor een dagje naar de stad (uniek, groot aanbod en aantrekkelijke sfeer en beleving).

- Gevolg van dit gewijzigde consumentengedrag is dat veel centra in Nederland kampen met afnemende bezoekersaantallen en dat vooral het niet-dagelijkse winkelaanbod in alle (behalve de allergrootste) centra sterk onder druk staat.
- Mede door het zwakker functioneren van het niet-dagelijkse aanbod neemt het belang van het dagelijkse winkelaanbod in kleinere centra toe. Boodschappenwinkels, en dan met name supermarkten, waren in kleine dorpscentra altijd al veruit de meest bezochte winkels, waarvan andere winkels konden profiteren. Die trekkersfunctie wordt alleen nog maar groter.
- Sterke punten van online aankopen doen moeten door fysieke centra worden ondervangen om de klant te behouden. Een belangrijke factor daarbij is bezoekgemak.
- Bestaande winkelketens hebben hun vestigingsstrategie gewijzigd: er worden niet of nauwelijks nog nieuwe filialen geopend, en er worden zelfs filialen gesloten. Dat er geen overmaat is aan filialen in de dorpen op de Heuvelrug is een voordeel.



## Optimale inpassing supermarkten

Supermarkten zijn structuurbepalend voor het functioneren van centrum- en winkelgebieden. Een gemiddelde servicesupermarkt van 1.200 m<sup>2</sup> wvo trekt wekelijks vele duizenden bezoekers waar andere, nabijgelegen winkels van kunnen profiteren.

Uit recent onderzoek onder 3.000 respondenten in 20 dorps- en wijkcentra blijkt dat het grootste deel van supermarktbezoekers uit de eigen dorp of wijk komt en de supermarkt meerdere keren per week bezoekt. Circa 44% van de

### Profiel gemiddelde bezoeker



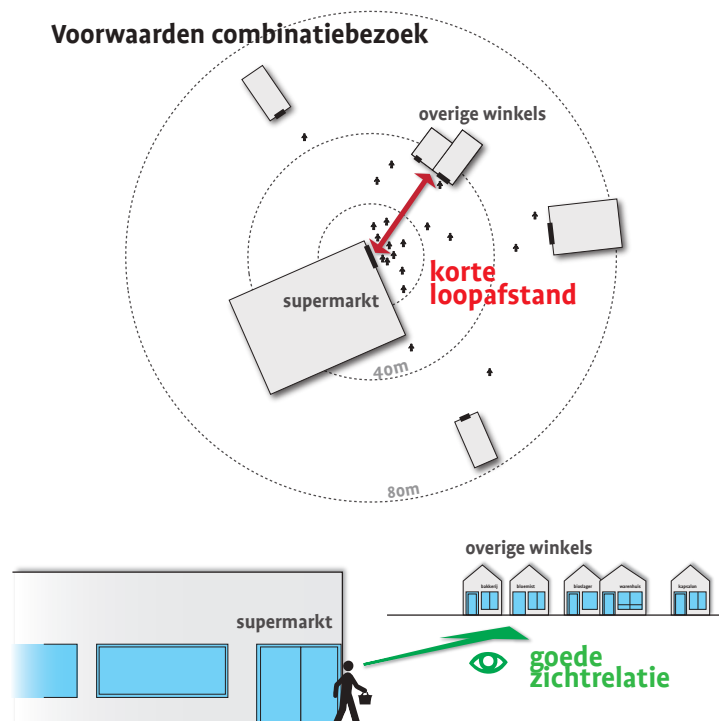
- 3x per week
- € 22,- per bezoek
- 56% met de fiets of te voet
- 75% uit eigen dorp of wijk
- 44% bezoekt ook andere winkels in het centrum

Bron: DTNP (2016), Passantenonderzoek trekkersrol supermarkten

respondenten combineert supermarktbezoek met één of meer voorzieningen in het centrum. Het onderzoek toont tevens aan dat combinatiebezoek toeneemt naarmate meer winkels dichtbij de supermarkt gelegen zijn. Daarnaast blijkt het combinatiebezoek toe te nemen als er meer winkels in het zicht liggen van de ingang van de supermarkt.

Op basis van de uitkomsten kan geconcludeerd worden dat supermarkten een belangrijke trekkersrol hebben voor andere winkels en centrumgebieden. Zij zorgen de hele week voor

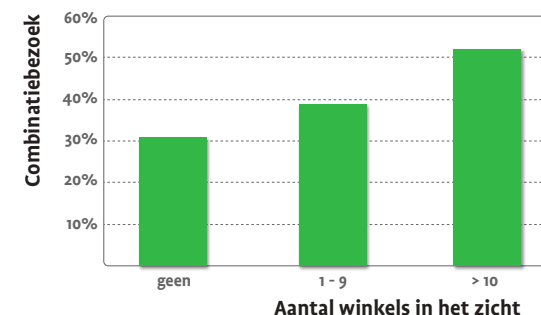
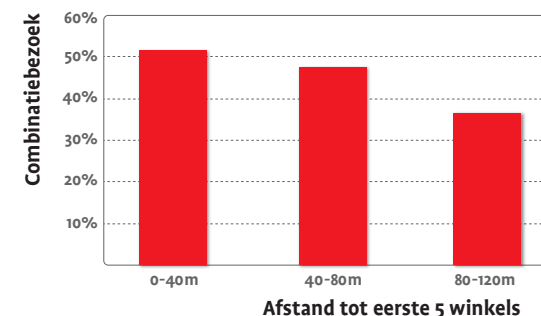
### Voorwaarden combinatiebezoek



grote aantallen passanten waar andere winkels van kunnen profiteren. Een goede ruimtelijke inpassing van supermarkten is daarbij van cruciaal belang. Voor de dorpen in de gemeente Utrechtse Heuvelrug is dit de basis die moet kloppen voor een goed toekomstperspectief.

## Veranderend profiel centrumgebieden

De wijziging in functie en positie van centrumgebieden in Nederland gaat gepaard met een verbreding van de functionele opbouw. Waar de winkelfunctie enkele decennia dominant was, worden leegstaande panden weer steeds vaker



getransformeerd en voor andere doeleinden gebruikt. De differentiatie aan functies in centrumgebieden wordt als gevolg daarvan groter.

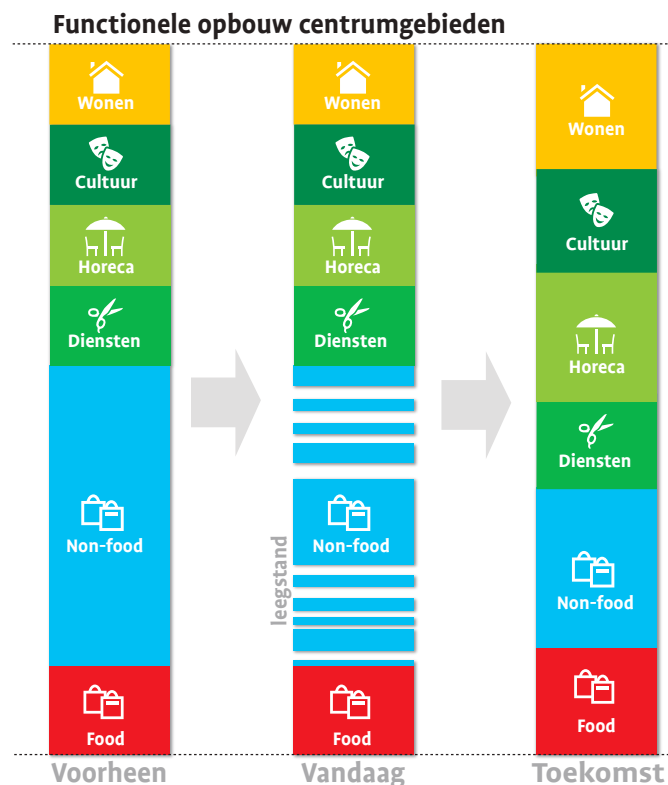
De functieverbreiding is niet alleen een noodzakelijk kwaad om leegstand in te vullen. Het draagt er juist aan bij dat consumenten meer redenen hebben het centrum te bezoeken. Functieverbreiding zorgt voor nieuwe trekkracht en zorgt er voor dat centra relevant blijven voor consumenten. Het centrum wordt de plek waar mensen elkaar tegenkomen in

een drukke wereld. De behoefte om bij deze 'places to be' te zijn, zien we terug in de toename van de vraag naar centrumwonen.

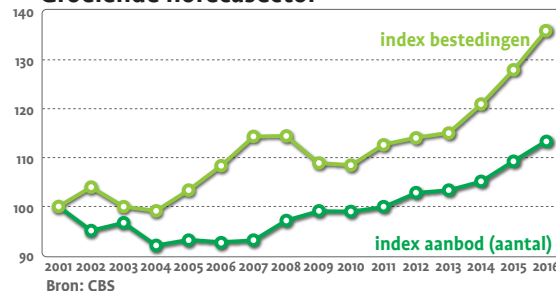
Deze ontmoetingsfunctie heeft een sterke link met de horecafunctie. De horeca is sterk aan het toenemen. Mensen dragen hun levensstijl uit door hun vrijetijdsbestedingen, en horeca is een populaire vrijetijdsbesteding. Daarbij is er meer aandacht voor eten en een grotere behoefte te kunnen eten waar en wanneer men wil (24-uurs-economie). Het traditionele café verdwijnt, terwijl daghoreca oprukt (denk aan lunchrooms en

koffiespecialzaken). In dorpscentra zijn dit logische aanvullingen, ook door combinaties van winkel en horeca, zoals een bakker met lunchroom. De populaire horecaconcepten geven bovendien weinig overlast.

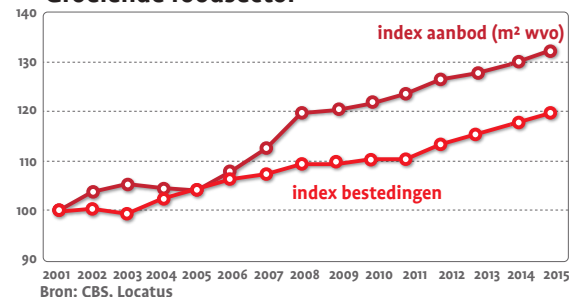
De dagelijkse boodschap, een kappersbezoek, een kopje koffie etc. zijn de momenten waarbij mensen andere dorpsgenoten ontmoeten. De retail kan de spil zijn in het dorpsleven. Vooral voor ouderen is de bereikbaarheid van het lokale centrum hiervoor van belang (onder de mensen zijn).



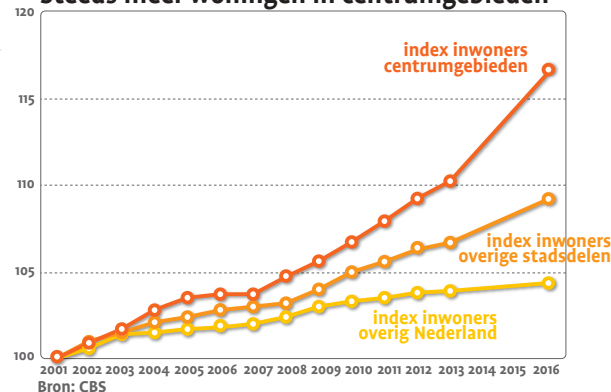
**Groeïende horecasector**



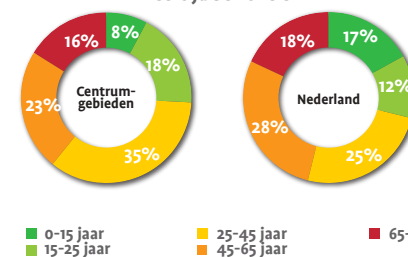
**Groeïende foodsector**



**Steeds meer woningen in centrumgebieden**



**Leeftijd bewoners**





## Opgaven Heuvelrug

De dorpen in de gemeente staan grotendeels voor vergelijkbare uitdagingen door hun overeenkomstige kenmerken:

- het zijn dorpen met voornamelijk lokaal / gemeentelijk verzorgende centrumgebieden;
- ze bevinden zich in dezelfde omgeving (vergelijkbare demografie, omliggende winkelgebieden en recreatief gebied);
- er is de afgelopen jaren consistent beleid gevoerd en is geen wildgroei aan retail buiten centra ontstaan, waardoor gewenste acties zich hoofdzakelijk richten op het optimaliseren van de goede compacte basis.
- De trend van internetaankopen vergroot voor alle centrumgebieden het belang om bezoekgemak, service en ontmoeting te optimaliseren.

De goede lokale basis en het versterken fysieke ontmoeting (onderscheidend vermogen t.o.v. internet) maken voor alle centra het hoofddoel:

- het verblijven in de centrumgebieden verder te veraangename.

In de retailparagrafen worden per centrumgebied de specifieke analyse en visie voor de toekomst beschreven. De daaruit voortkomende projecten worden door gemeente en ondernemers gezamenlijk opgepakt (zie kader op pagina 15).

### 1. Openbare ruimte

- Het comfort in en gebruik van het centrum voor haar bezoekers staat in alle centra centraal. De kwaliteit van de openbare ruimte is daarmee een overkoepelend thema, met als speerpunten:
  1. Schoonhouden (prullenbakken, vegen)
  2. Groenonderhoud (onkruid, boomspiegels)
  3. Inrichtingselementen (bankjes, paaltjes, verlichting, verwijsborden)
  4. Bestrating
- De ondernemers zijn trots op het kwaliteitsaanbod in hun centra. Daar past een kwalitatief hoogstaande uitstraling bij.
- Deels, wanneer de straatinrichting ongewenste situaties veroorzaakt, overlapt dit met het bezoekgemak (opgave 2).
- De gemeente treedt in overleg met ondernemers/BIZ over de specifieke verbeter- en knelpunten per centrum.



Kwaliteit openbare ruimte belangrijk thema



Het dorpscentrum waar ontmoetingen plaatsvinden



Onderhoudsniveau openbare ruimte ondermaats?

## 2. Optimaliseren bezoekgemak



- Voor de centrumgebieden in dorpen zijn alle vormen van vervoer belangrijk; de afstand van woning naar centrum is vaak klein, dus is bezoek te voet en te fiets logisch, maar om de wekelijkse boodschappen te doen, moeten de centra ook met de auto bereikbaar zijn.
- Het 'gemakkelijk even nabij boodschappen doen' is een belangrijke reden lokaal te kopen in plaats van op internet. Optimalisatie van bezoekgemak en -comfort is voor alle centra op de Utrechtse Heuvelrug zeer belangrijk.
- In de zichtbaarheid van en routing naar de parkeervoorzieningen is veel winst te behalen in het bezoekgemak.
- De toegankelijkheid te voet en met hulpmiddelen (o.a. voor ouderen) is een thema waar zowel in en om de winkel als in de openbare ruimte meer rekening mee kan worden gehouden.



Fiets- en autoparkeren belangrijke randvoorwaarden



Horeca-aanbod onderdeel sociale functie centra



Ook maatschappelijke functies hebben trekkracht

## 3. Centrum als spil voor ontmoeting



- Een centrum is meer dan winkels. Publieksgerichte functies als horeca, ambachten (o.a. kapper) en maatschappelijke functies (o.a. bibliotheek) dragen bij aan een aantrekkelijk centrum. Ook voor winkels is een afwisselend dorpscentrum (beleving en ontmoeting) juist een grote onderscheidende kwaliteit ten opzichte van internet.
- Horeca is een belangrijke factor in het stimuleren van de ontmoetingsfunctie in centra. Daghoreca is meer dan 'winkel-ondersteunend'. Met name door het sterke recreatieve karakter van het gebied en de welvaart van de bewoners liggen er kansen.
- In de meeste dorpen op de Utrechtse Heuvelrug is de concentratie van het winkelaanbod en andere functies in de centrumgebieden al relatief sterk. De gemeente werkt met brede centrum-bestemmingen binnen de centra.
- De vergrijzende bevolking creëert een grotere vraag naar service en persoonlijk contact en andere producten (o.a. audicien).
- De weekmarkt en evenementen kunnen hierin een rol spelen door piekmomenten te creëren ('iedereen' in het centrum).



#### 4. Inpassing van publiekstrekkers



- Voor het economisch functioneren van de centra is de aanwezigheid van veel bezoekers een basisvoorwaarde. De ruimtelijke inpassing van publiekstrekkers in het centrum is cruciaal voor hun meerwaarde voor overig aanbod (combinatiebezoek). Trekkers zijn alle functies waar duizenden bezoekers per week op af komen. In de retail in dorpscentra is de supermarkt veruit de grootste trekker.
- Ook andere frequent bezochte winkels, zoals Action, HEMA en Kruidvat, en concentraties van thematische retail, zoals een horecaplein of een versstraat, kunnen in dorpen als subtrekkers functioneren.
- Maatschappelijke functies (gemeentehuis, station etc.) kunnen een belangrijke toevoeging zijn op de trekkracht en de levendigheid van een centrum (meer bezoeken).
- Zoals in 1.3 beschreven is de afstand tussen publiekstrekkers en overig centrum-aanbod en de zichtrelatie met dat aanbod kritiek voor de mate van combinatiebezoek/meerwaarde.



Goede inpassing cruciaal voor combinatiebezoek



Promotie bij vakantieparken in de omgeving



Communicatie over ontwikkelingen

#### 5. Communicatie



Deze opgave richt zich op communicatie en/of samenwerking op drie verschillende niveaus:

1. De ondernemers onderling
  - De lokale ondernemersverenigingen dan wel BIZ informeert, organiseert en representeert in het belang van een verenigd centrum.
  - Afstemming over zaken als openingstijden en laden en lossen.
2. De ondernemers en de klant.
  - Acties om de lokale binding te versterken (verenigingsleven).
  - Gezamenlijke promotie gericht op de (toeristische) bezoeker.
  - Toepassen van nieuwe / extra communicatiemogelijkheden (internet).
3. De ondernemers en de gemeente
  - Maandelijks ondernemersverenigingenoverleg
  - Bewaken afstemming bij ingrepen in of om een centrumgebied en informeren naar opkomende ontwikkelingen zodat de ondernemers weloverwogen investeringen kunnen doen.
  - Afstemming over de rol en potenties voor de retail in het recreatieve profiel van het gebied.
  - Zichtbaarheid van centrumgebieden op communicatiemiddelen (webportal, verwijzing, looproutes, folders etc.).
  - Participatie in initiatieven van de gemeente (melding portal etc.).

## 6. Anticiperen afname niet-dagelijks aanbod



- Het niet-dagelijkse winkelaanbod is in alle kleinere centra geen zekerheid meer. We moeten er rekening mee houden dat er nog meer aanbod zal wegvallen en dat het invullen van leegstand met winkels in de meeste gevallen niet realistisch is.
- Het behouden van het huidige aanbod is een uitdaging. Het meest kwetsbare niet-dagelijkse aanbod heeft een recreatief profiel. Door de aanwezigheid van recreatief bezoek (toerist) is dit in de centra van gemeente Utrechtse Heuvelrug wel iets bestendiger dan in dorpscentra zonder toeristisch profiel.
- De huren in de centrumgebieden zijn gedaald. Voor veel ondernemers is een goede locatie nu betaalbaar. Verplaatsing van winkels naar een meer centrale locatie versterkt de concentratie van bezoekers.
- Eigenaren zijn verantwoordelijk voor herinvulling van leegstaand vastgoed. Waar nodig kan de gemeente als gesprekspartner optreden (mogelijkheden transformatie).



Behouden huidig niet-dagelijks aanbod is ambitie



Welk perspectief voor vastgoedeigenaren?



Waar geen loop is, is het vaak niet vol te houden

## Conclusie opgaven

Het huidige ruimtelijke beleid voor detailhandel van de gemeente en de inzet van lokale ondernemers heeft voor een goede uitgangssituatie gezorgd. Het voortzetten van een consistent ruimtelijk beleid met een focus op compacte centra is van groot belang\*.

Om de centra toekomstbestendig te maken (met name in verhouding tot internet) moeten we aan de slag met ruimtelijk-functionele randvoorwaarden voor de bezoeker uit de omgeving: de openbare ruimte, bezoekgemak, ontmoetingsfunctie en inpassing publiekstrekkingen. Daarvoor is actieve samenwerking en afstemming tussen ondernemers en gemeente essentieel. Gericht op de potentie vanuit de toerist is een betere promotie van de centra gewenst als intergraal onderdeel van het recreatieve bezoek van het gebied.

## Hoe verder?

De uitkomsten van de bijeenkomsten zijn vertaald in projecten en verbeterpunten. De verantwoordelijke partijen gaan hier de komende jaren mee aan de slag en nemen per project ieder hun rol. Het kader 'Aan de slag!' biedt een werkwijze waarmee de uitvoering van deze acties van de grond kan komen.

\* Alleen in Amerongen ontbreekt het aan perspectief om actief clustering na te streven.



# Aan de slag!

## Uitvoering

In dit document zijn de bij ondernemers en eigenaren lokaal opgehaalde behoeften en ideeën opgenomen. Gelet op het snel veranderend consumentengedrag is gekozen de uit dit document volgende projecten als separate lijst te kunnen gebruiken. Bij de samenwerking tussen gemeente en ondernemer is het gewenst de projectenlijst na 2019 te kunnen actualiseren.

### Projectenlijst en verbeter- en knelpuntenlijst

Concreet uitvoerbare projecten staan op een dynamische projectenlijst per dorp:

- Als projecten uitgevoerd zijn of (deels) niet haalbaar zijn gebleken kunnen ze de agenda verlaten (met toelichting waarom).
- Nieuwe projecten kunnen worden toegevoegd.

Daarnaast een verbeter- en knelpuntenlijst per dorp met de samen uit te werken (complexe) opgaven die betrekking hebben op de kwaliteitsimpuls in de openbare ruimte.

### Vorm uitvoering

Lokaal wordt per project bekeken welke vorm het beste is voor het begeleiden van de uitvoering;

middels een werkgroep of met alleen procesafspraken, veelal vanuit bestaande organisatie- of overlegstructuur. Belangrijk is dat de ondernemers in de centra de interne organisatie vertrouwen geven. Alleen door representatie met zeggenschap kan efficiënt worden gewerkt.

Vanuit de gemeente wordt gekeken welke projecten er vanuit andere (aangrenzende) beleidsvelden lopen, om zo efficiënt mogelijk met tijd en middelen om te gaan en de interne afstemming vanaf het begin te verzekeren.

## Monitoring

De gemeente Utrechtse Heuvelrug pakt bij de monitoring de faciliterende rol (o.a. ambtelijke capaciteit, communicatie en overlegruimten).

### Bespreking voortgang per centrumgebied

Hierbij wordt de reguliere overlegstructuur van winkeliers-vereniging of BIZ benut. De projectenlijst wordt langsgelopen en knelpunten bij de uitvoering en nieuwe ontwikkelingen worden ten minste jaarlijks met elkaar gedeeld. Daarnaast kan het gewenst zijn om voor enkele projecten vaker bijeen te komen, bijvoorbeeld in werkgroepvorm.

Per winkelgebied worden tussen gemeente, eigenaren en ondernemers nieuwe werkafspraken gemaakt over de te leveren inspanningen, inclusief prioritering en budgettering van projecten. Hierbij kunnen projecten bijvoorbeeld worden bijgesteld als ze in deze vorm niet haalbaar blijken.

### Plenaire monitoring retailparagrafen

Met vertegenwoordigers vanuit alle winkelgebieden worden de ontwikkelingen in de totale retailstructuur van de gemeente besproken. Deze bespreking wordt elk half jaar ingepast in het ondernemersverenigingenoverleg. Vaste agendapunten zijn:

- tevredenheid werkwijze Retailparagrafen;
- delen van best practices;
- actuele ontwikkelingen in de winkelmarkt;
- signaleren van dwarsverbanden en zo nodig opzetten van centrumoverschrijdende werkvormen of procesafspraken;
- prioritering en (structurele) financiering van (centrumoverschrijdende) projecten;
- lokale ontwikkelingen buiten gewenste structuur (o.a. reductie detailhandelsmogelijkheden in bestemmingsplannen).

Over 2 jaar wordt deze aanpak geëvalueerd, o.a. in het kader van de omgevingsvisie.





## Retailparagraaf Driebergen



## Traaij

### Kenmerken

- De Traaij ligt redelijk centraal in het woongebied van Driebergen-Rijsenburg (18.500 inwoners). De ligging aan de Hoofdweg zorgt voor zichtbaarheid, ook voor mensen van buiten het directe verzorgingsgebied.
- Met circa 14.450 m<sup>2</sup> winkelvloeroppervlak (wvo) en circa 85 winkels is de Traaij het grootste winkelgebied van de gemeente. Dit aanbod ligt bijna helemaal aan één straat, met het zwaartepunt van het aanbod tussen de twee Albert Heijns; een zeer lineaire structuur. Er is sinds 2011 een kleine afname geweest in het aantal niet-dagelijkse winkels, echter in oppervlak is dit aanbod juist iets gegroeid.
- Uit het KSO Randstad 2016 blijkt dat er sinds 2011 sprake is van een toename in zowel dagelijkse- als niet-dagelijkse bestedingen. Hieruit komt ook naar voren dat 88% van de dagelijkse bestedingen in de Traaij uit de gemeente Utrechtse Heuvelrug komt, voor niet-dagelijkse bestedingen is dit 70%. In deze sector komt 30% van de bestedingen dus o.a. uit de directe omgeving van de gemeente (o.a. Zeist, Odijk etc..).



Er is potentie voor horeca/verblijfsgebieden



Even snel een aankoop doen, het kan op de Traaij



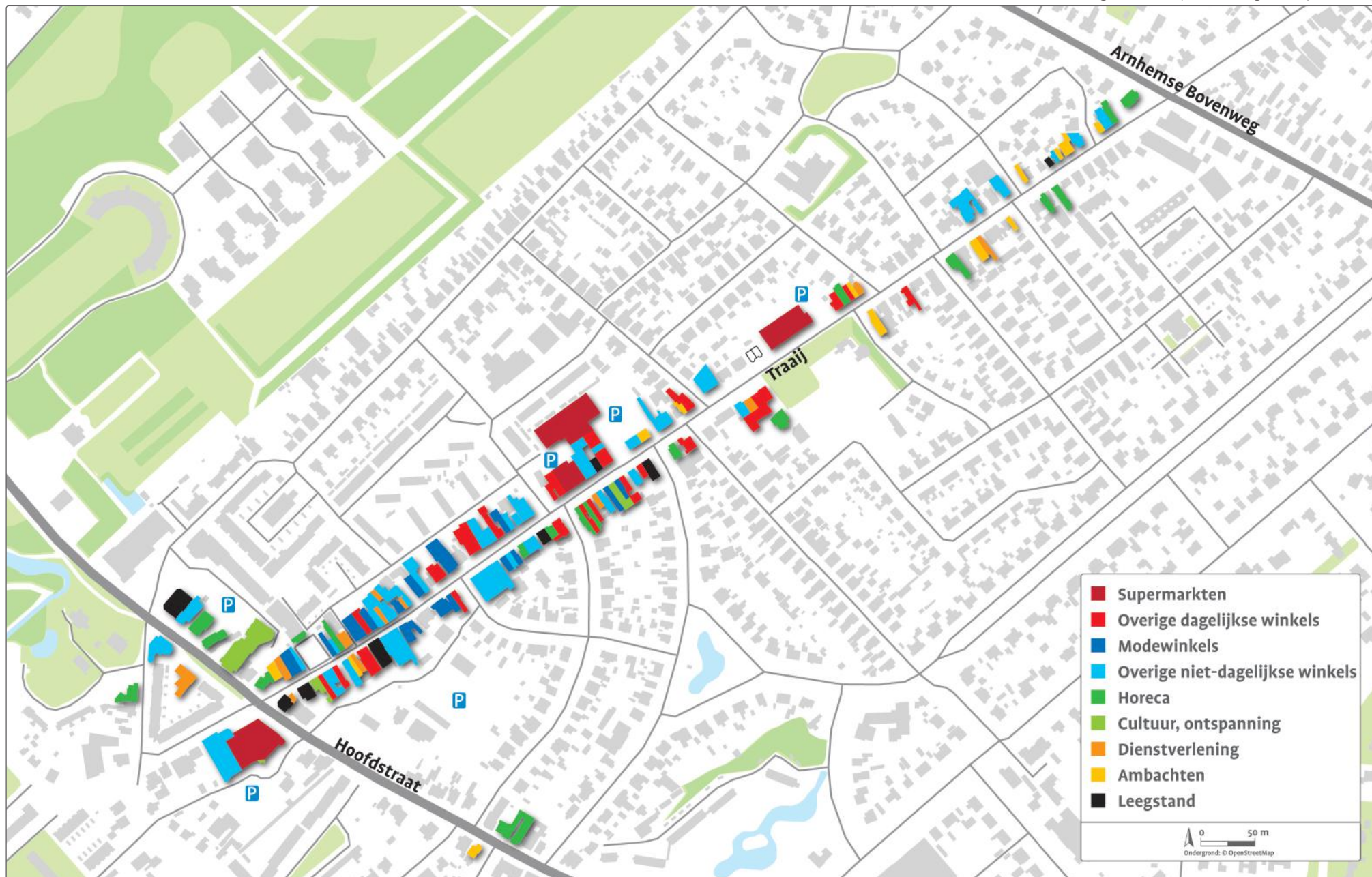
Overgang naar 'voetgangersgebied'

- De leegstand is met circa 1.000 m<sup>2</sup> wvo beperkt en sinds 2011 niet toegenomen. Drie van de zeven lege panden staan langdurig leeg. De leegstaande panden staan prominent in het zicht.

### Kwaliteiten en kansen

- Het aanbod op de Traaij is door de simpele opzet relatief goed vindbaar.
- Voor frequente aankopen kun je in de Traaij prima terecht: er is een compleet boodschappenaanbod met service- en discountsupermarkten, een biologische supermarkt, ruime keuze in verszaken (incl. kaas, vis, chocolaterie), twee drogisten en een apotheek. Complementair aan dit boodschappen-aanbod zijn er formules voor frequente benodigdheden, in de vorm van Hema, Action en Blokker, evenals enkele bloemisten.
- In het niet-dagelijkse winkelaanbod is er een goede basis. Winkels in de branches die je mag verwachten zijn er te vinden en soms in meervoud. Daarnaast is er een plus aan bijzonder aanbod (wol-/naaiwinkels, boeken-, schilder- en muziekwinkels, kwaliteitsmode, woonwinkels etc..).
- In de verszaken en het niet-dagelijkse 'plus'-aanbod zit veel van het zelfstandig ondernemerschap, dat het centrum qua winkels leuk en verrassend maakt.
- De kleinschaligheid en verscheidenheid in bebouwing zorgt dat de Traaij (ondanks het





aanzienlijke aanbod) een dorps, authentiek karakter behoudt dat goed aansluit bij dit zelfstandig ondernemerschap.

- Het aantal opticiens valt op en sluit aan bij de oudere en verouderende bevolking.
- De ambachten (ook vaak lokale zelfstandigen) kunnen hier nog sterker aanwezig zijn (kappers, salons etc..).
- Door het gratis parkeren is Driebergen een aantrekkelijk alternatief voor mensen in de omgeving, die anders op centra met betaald parkeren, zoals Zeist of Utrecht, of op minder complete of minder leuke centra zijn aangewezen.
- Er zijn potentiële doelgroepen die nog niet optimaal aan het centrum worden gebonden, zoals IVA-studenten, verblijfstoeristen en dagrecreanten op de Heuvelrug, de vele ouderen in verzorgingsvoorzieningen en mensen die slecht ter been zijn.
- De ondernemers geven aan een gezond ondernemersklimaat te ervaren, maar ook dat het niveau van samenwerking nog een stap beter kan.
- De autobereikbaarheid in de Traaij gaat van tweerichtings- naar eenrichtingsverkeer en dan naar autovrij. Deze fasering van de autobereikbaarheid en parkeercapaciteit voor de deur creëert verschillende vestigingsmilieus,

waardoor ondernemers aan de Traaij een bij hen passende locatie kunnen vinden.

- Horeca is een groeimarkt, populaire horeca-concepten, zoals koffiezaken en (bakker-) lunchrooms, zijn nog relatief weinig aanwezig. Voorbeelden zijn Lieveeling en Boekhandelscafé Jacques Baas. Dit type voorziening past bij de belevingswaarde van de Traaij en het welvaartsniveau van de bewoners.
- Een aantal locaties kan met o.a. inrichtingselementen en de aanwezigheid van horeca een sterkere verblijfs- en ontmoetingsprofilering krijgen. De Traaij ter hoogte van de Laan van Blommerweert toont hier bijvoorbeeld al enige tekenen van.

### **Zwakke punten en bedreigingen**

- Het straatbeeld wordt negatief beïnvloed door een overvloed aan voorwerpen op straat. Met name de losse reclame-uitingen en andersoortige uitstallingen en fietsen die voor winkels worden geparkeerd, worden als problematisch benoemd.
- Fietsen is toegestaan in het 'voetgangersgebied'. Vanwege de lineaire aard van de Traaij zullen de fietsers die ergens aan de Traaij moeten zijn door een aanzienlijk deel van de straat fietsen. Er is hierdoor een spanningsveld tussen een prettig



**Uitstallingen en reclame-uitingen op stoep**



**Fietsen toegestaan in 'voetgangersgebied'**



winkelbezoek als voetganger en de toegankelijkheid van de fietser (belangrijk voor het frequente bezoek). Ook gemotoriseerde tweewielers rijden door het 'voetgangersgebied'.

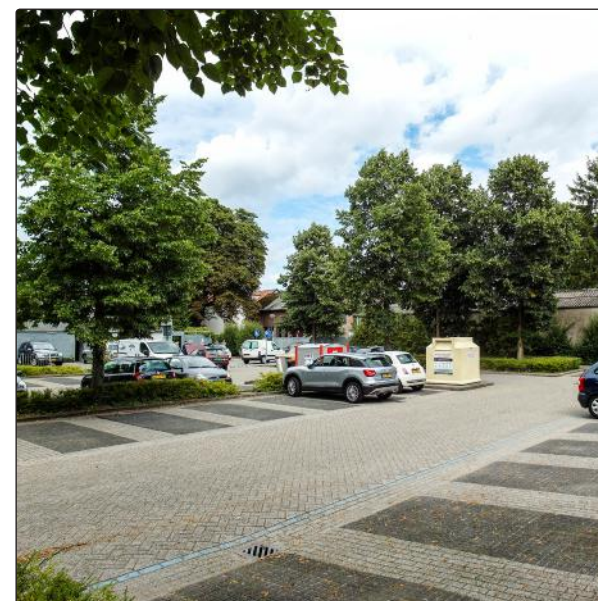
- Fietsparkeren is lastig aan de lange Traaij; een of twee centrale fietsparkeerplaatsen is niet reëel. Er is fietsparkeercapaciteit nodig op meerdere locaties, dicht bij de winkels. Dit kan veel overlast wegnemen en de fiets als aantrekkelijke bezoeksform promoten (duurzaam, minder belasting parkeer-terreinen).
- Bovenstaande punten maken, samen met bepaalde straalementen (lantaarnpalen midden op de stoep, goot in het midden van de straat) en de bestrating zelf, het centrum minder toegankelijk voor mensen die slecht ter been zijn of een visuele beperking hebben.
- De drie meest benoemde verbeterpunten uit het KSO Randstad 2016 gingen ook over het fietsparkeren, de stoepen en het voetgangersgebied.
- De enige pleinruimte (bij De Lei) wordt niet als hét horecagebied/verblijfsgebied ervaren.
- Aldi, Lidl, de zuidelijke Albert Heijn en Action (trekkers) zijn niet optimaal aangesloten op het overige aanbod. Met name het bronpunt AH, Action en Bristol ten zuiden van de Hoofdstraat heeft niet voldoende aansluiting

met de Traaij. Mede door de maximale parkeerduur van 1,5 uur wordt de oversteek naar de Traaij maar beperkt gemaakt.

- De Aldi is klein en door de blinde wand aan de Traaij van beperkte waarde voor de winkelstraat, terwijl een discountsupermarkt juist een belangrijke trekker kan zijn.
- Door de langgerekte aard van de Traaij en de ligging in een woongebied is het centrum niet met enkele grote parkeergebieden te ontsluiten. Er is al met al best een aanzienlijke parkeercapaciteit, met zowel blauwe zone als langparkeren, maar deze is versnipperd (bij supermarkten, Appelgaard, De Lei, langsparkeren aan de Traaij, Laan van Blommerweert etc.). Met name auto-bezoekers van buiten veroorzaken zoekverkeer.
- Parkeerplein Appelgaard wordt specifiek als ondergebruikt benoemd. De slechte zichtrelatie tussen het parkeerterrein en de Traaij is daarbij een punt van aandacht.
- De weekmarkt vormt in de huidige opzet een knelpunt in de bereikbaarheid. Doordat de weekmarkt in omvang is afgenomen, is deze mogelijk in het voetgangersgebied in te passen (bij plein De Lei). De weekmarkt heeft een trekkersfunctie die daar goed kan worden gebruikt, zonder overgrote belasting



**Meer fietsparkeercapaciteit nodig**



**Parkeergebied Appelgaard ondergebruikt**



op de bereikbaarheid (grote parkeer-terreinen nabij).

- Sommige panden zijn aan onderhoud toe, waaronder een aantal leegstaande panden.
- De ruimte voor de inpassing van terrassen op de Traaij is op veel plekken beperkt (i.v.m. doorloopbaarheid en parkeren). De uitdaging is om met een efficiënte indeling/ inrichting terrasruimte te creëren en parkeercapaciteit te behouden.

### Visie op toekomst

De Traaij is dé volwaardige winkelstraat-ervaring in de gemeente. Hier ligt de beste kans voor een gezellig drukke centrumstraat, met behoud van het typerende zelfstandige aanbod (deels) in een voetgangersgebied.

Het faciliteren van de frequente koper uit Driebergen-Rijsenburg en directe omgeving heeft prioriteit, omdat dit de belangrijkste bezoekers-stroom is (basis voor traffic). Behalve voor die frequente bezoeker is de Traaij de leuke winkelstraat als alternatief voor bezoekers uit de omgeving (gratis parkeren), en het prettige verblijfs- en ontmoetingsgebied voor bewoners en recreanten.

Er is nu geen duidelijk startpunt voor een centrumbezoek. De zuidelijke entree aan de

Hoofdstraat kan aantrekkelijker. Daarnaast heeft het Appelgaard-gebied potentie als startpunt. Dit parkeerbronpunt met goede (zicht)relatie met de Traaij, centraal tussen HEMA en Kruidvat, zal de winkelstraat versterken. De aanwezigheid van een goed ingepaste trekker op deze locatie is een mogelijkheid.

De overzichtelijke lineaire structuur blijft behouden. De nadruk voor het winkelaanbod ligt bij het zuidelijk deel: Hoofdstraat tot en met Oranjelaan (concentratie van passanten en van winkels). Aan de noordkant is een toename van detailhandel niet gewenst (huidige mix gericht bezochte voorzieningen en wonen).

Op de Traaij is een toename van daghoreca wenselijk, in navolging van 'Koek & Ei' en 'Bij Frouke'. Een grotere nadruk op verblijven past zowel bij de doelgroep (welvarende inwoners en recreanten) als bij het profiel (voetgangersgebied en relatief groot recreatief winkelaanbod).

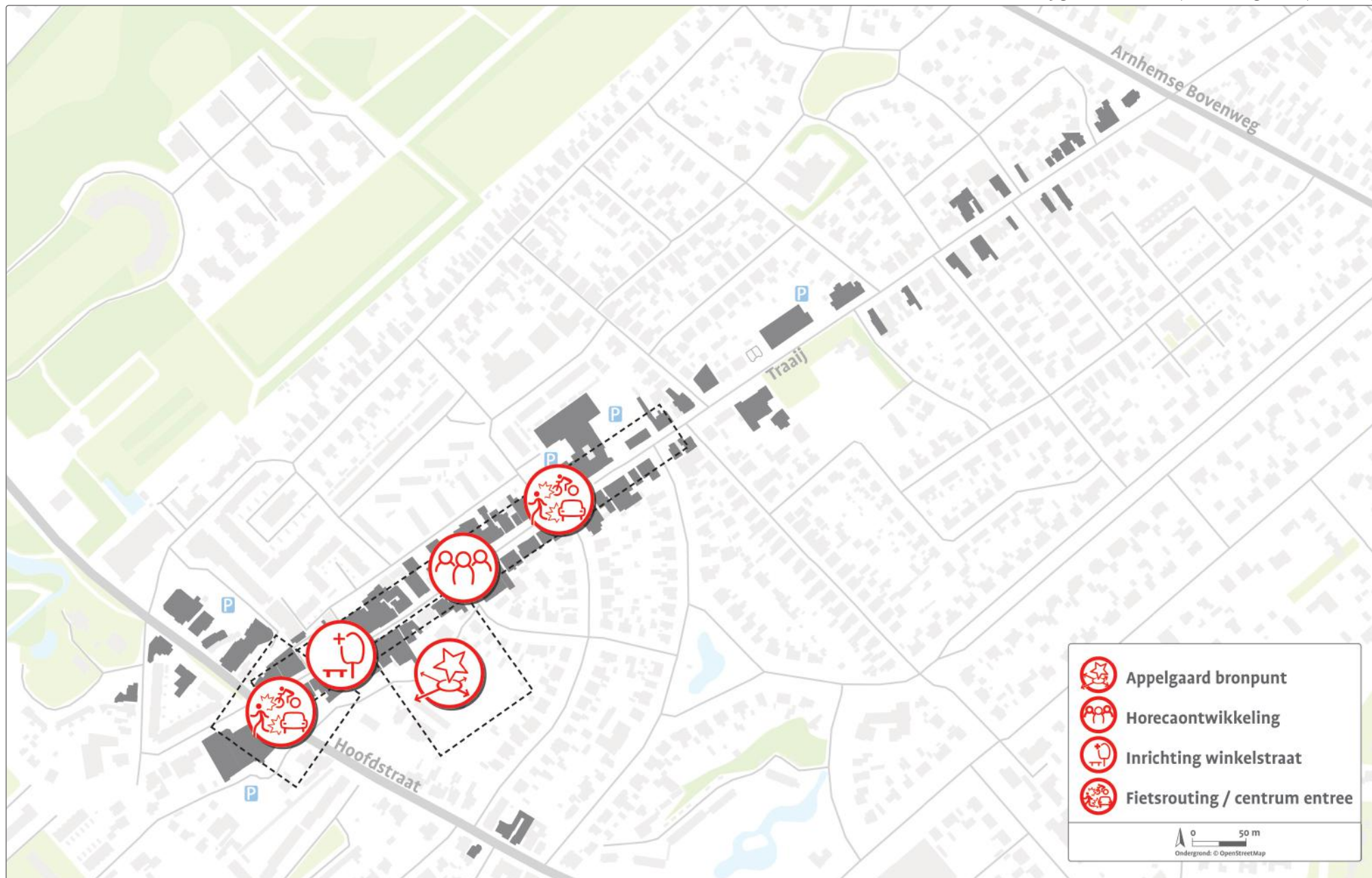
In de toekomst wordt de gefaseerde autobereikbaarheid behouden. Dit creëert een goed vestigingsklimaat voor verschillende typen winkels. Door slimmere straatinrichting en fietsrouting (parkeren) kan het bezoekgemak voor voetgangers van deze gebieden worden verhoogd en daarmee het combinatiebezoek tussen deze gebieden worden verbeterd.



Beste kans voor gezellig drukke centrumstraat



Toename daghoreca wenselijk





## De Sluis

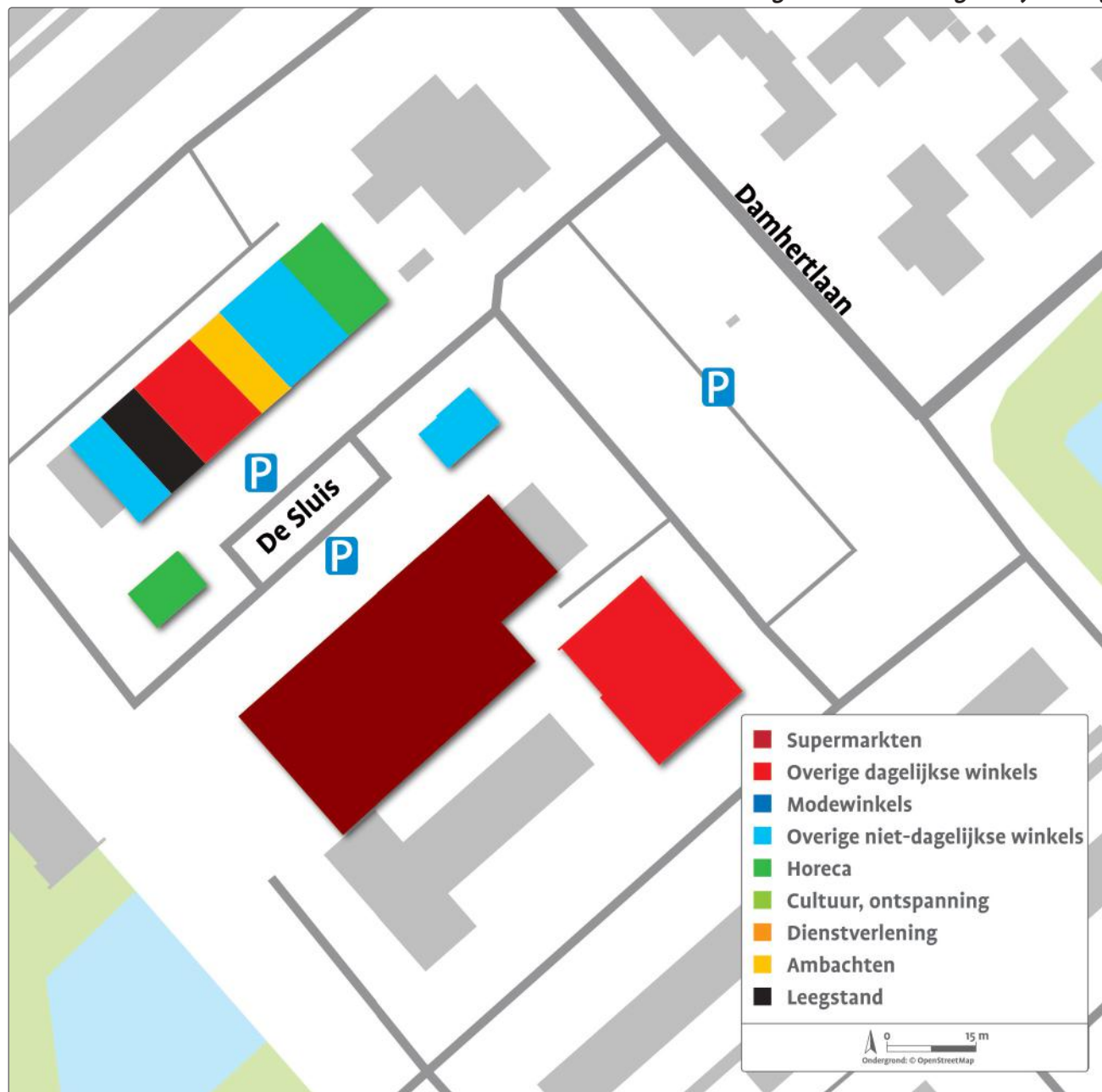
### Kenmerken

- Winkelgebied De Sluis ligt in het westelijk deel van Driebergen-Rijsenburg. In de omliggende buurten wonen circa 7.000 mensen, waarvan een deel ook erg dicht bij de Traaij woont. Dit zijn de wat minder welvarende woongebieden van Driebergen-Rijsenburg (meer rond het landelijk gemiddelde).
- De Sluis is een boodschappencentrum met een sterke ruimtelijke structuur; een supermarkt met er tegenover een aanvullende winkelstrip en daartussen parkeergelegenheid. Boven de winkels zijn woningen.
- De winkels in De Sluis zijn samen circa 1.500 m<sup>2</sup> winkelvloeroppervlak (wvo) groot. Bijna tweederde deel daarvan is de supermarkt.

### Kwaliteiten en kansen

- Een aankooplocatie voor een compleet boodschappenaanbod met groot bezoekgemak is kansrijk. Met een supermarkt, groenteman, bakker, kapper, Chinees restaurant en parkeren voor de deur is hiervoor de basis aanwezig.
- Het winkelcentrum is compact en de winkels hebben een zeer goede zichtrelatie tot elkaar.
- De winkels gebruiken vergelijkbare reclame-uitingen; er is een gezamenlijke uitstraling.

### Branchering De Sluis Driebergen-Rijsenburg





- Er is sprake van een mogelijke supermarktontwikkeling, een moderne supermarkt is een sterke trekker.

### Zwakke punten en bedreigingen

- Het gaat niet goed bij enkele ondernemers. De slager is recent gestopt.
- In de huidige situatie is de doorgang tussen supermarkt en dierenzaak erg donker. Hier met een boodschappenkarretje naar het langparkeerterrein lopen is niet gemakkelijk.
- Het centrum heeft een verouderde uitstraling, met name vanaf de noordentree.

### Visie op toekomst

De Sluis is een klein, ondersteunend buurtcentrum in de winkelstructuur van Driebergen-Rijsenburg. Het is een voorziening en ontmoetingsplek voor de omliggende buurten. Dit betekent dat de omvang van de supermarkt moet aansluiten bij de omvang van het verzorgingsgebied (niet de grootste van het dorp). De functie voor De Sluis is de omwonende inwoners voorzien van een gemakkelijke boodschappenlocatie. De grootste prioriteit ligt bij het bezoekgemak en de inpassing van de supermarkt. Hiermee kan een basis aan aanvullend aanbod blijven bestaan (verszaken, bloemist, kapper en fastservice-horeca). Daarbij is een verzorgde, uniforme uitstraling gewenst.



De Sluis sterk in bezoekgemak



Toegankelijkheid met winkelkarretje niet goed



Uniforme reclame-uitingen



Verouderde uitstraling entree centrum

## Kerkplein

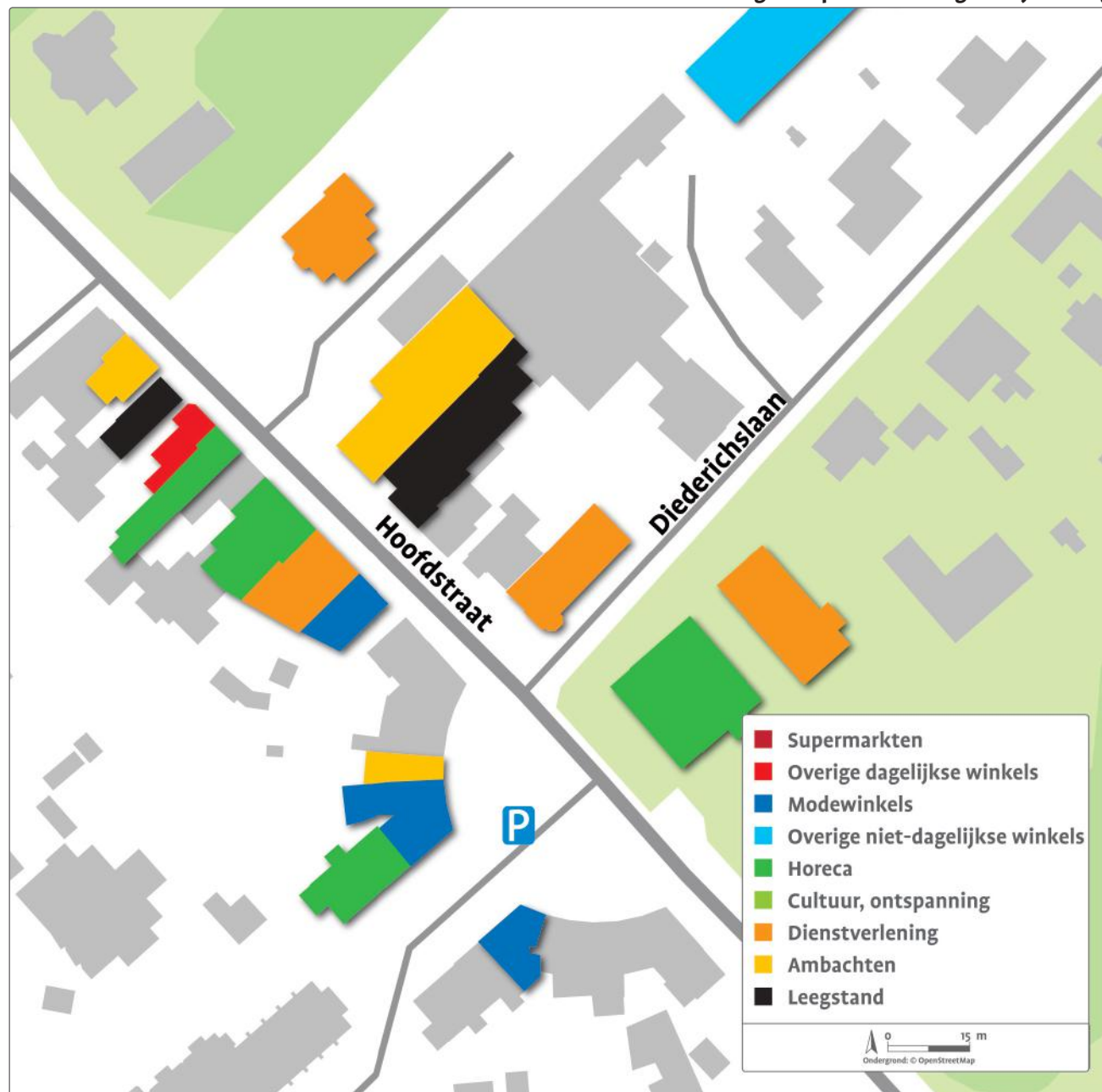
### Kenmerken

- Het Kerkplein (inclusief deel Hoofdstraat) ligt aan de N225 net voorbij Park Seminarie vanaf de Traaij. Het gebied ligt om de Sint-Petrus'-Bandenkerk en is van een erg hoge ruimtelijke kwaliteit. Inwoners van Driebergen-Rijsenburg zien het gebied als parel van het dorp.
- Het Kerkplein is door enkele kwalitatieve modezaken nabij de kerk een klein maar opvallend gebied. In naastgelegen panden aan de Hoofdstraat is er aanbod dat hier niet bij aansluit. Een deel van het kenmerkende vastgoed wordt gebruikt voor wonen.
- De parkeerruimte is beperkt, er geldt een blauwe zone. In de Diederichslaan wordt ook door bezoekers geparkeerd.
- De winkels aan het Kerkplein zijn samen circa 800 m<sup>2</sup> winkelvloeroppervlak (wvo) groot.

### Kwaliteiten en kansen

- Het Kerkplein heeft door de ruimtelijke kwaliteit en het daarbij aansluitende aanbod een eigen trekkracht voor de gerichte koper van hoogwaardige mode. Hierdoor concurreert het minder dan bijvoorbeeld de Traaij met winkelaanbod in de omgeving.

### Branchering Kerkplein Driebergen-Rijsenburg





- Het Kerkplein is compact, er is een gezamenlijke uitstraling en de voorzieningen hebben een goede zichtrelatie tot elkaar. Hierbij is er goede samenwerking tussen de ondernemers.
- Het Kerkplein is een prachtige entree van de Heuvelrug voor het groeiende aantal inwoners rond Utrecht.

#### **Zwakke punten en bedreigingen**

- Het bezoekcomfort (gladheid keien en grindbak) is een aandachtspunt.
- Er is aanbod weggevallen en er heeft transformatie naar wonen plaatsgevonden (aantrekkelijke woonlocatie). Hierdoor is er minder sprake van een gezamenlijke uitstraling.
- Er is enige leegstand aan de noordzijde van de Hoofdstraat, waar ook het minder aantrekkelijke vastgoed aanwezig is.
- Het bestaansrecht van het Kerkplein als winkelgebied zit in een klein aantal ondernemers rond de kerk die niet zomaar te vervangen zijn (kwetsbaar).



Kerkplein als entree tot kwaliteitsaanbod Heuvelrug



Hier en daar minder gezamenlijke uitstraling

#### **Visie op toekomst**

Het Kerkplein is de entree van de Utrechtse Heuvelrug en deel van de identiteit van haar inwoners. De uitstraling van het Kerkplein versterkt het profiel van het hele gebied en moet dan ook worden bewaakt. De invulling van het monumentale vastgoed moet hier bij passen en de ruimtelijke kwaliteit niet negatief beïnvloeden. De huidige mix van hoogwaardige mode, kwaliteitshoreca, kleinschalige kantoren/ diensten, wonen en ambachten is uitgangspunt.





## Retailparagraaf Doorn



## Kenmerken

- Met circa 10.000 inwoners is Doorn het tweede dorp van de gemeente. Dit gebied heeft het hoogste welvaartsniveau van de gemeente (vergelijkbaar met Maarn en Driebergen-Rijsenburg).
- Het centrum van Doorn heeft circa 56 winkels, met samen 9.300 m<sup>2</sup> winkel-vloeroppervlak (wvo). 16 van deze winkels zijn dagelijkse winkels, met samen 3.500 m<sup>2</sup> wvo. De supermarkten (circa 1.400 en 950 m<sup>2</sup> wvo) zijn de grootste winkels.
- Er zijn 15 horecagelegenheden in het centrum, waaronder een aantal grote zaken, dan wel zaken met grote terrassen.
- Een aantal kappers, een schoonheidssalon en fitnessvoorzieningen vullen de persoonlijke verzorgingsfunctie van het centrum aan.
- De leegstand is beperkt en buiten het zwaartepunt van het centrum gelegen. Het hoofd-centrumgebied is de Amersfoortseweg tot en met Plein 1932, de Kampweg tot de kerk (Kampdwarsweg) en de Thorheimpassage met Albert Heijn.
- Het centrum van Doorn ligt aan de kruising van de N225 en N227 en daarmee centraal in de verkeersstructuur van het gebied.
- Dicht bij Doorn zijn veel recreatieve bezoekdoelen: Huis Doorn en omliggende

## Branchering Doorn-centrum





congrescentra, vakantieparken, fietsgebieden, Kaapse Bossen etc.

- Het centrum van Doorn heeft zich goed ontwikkeld. Dit blijkt o.a. uit de beperkte leegstand, de bestedingen die sinds 2011 zijn toegenomen (KSO Randstad 2016) en uit het feit dat de meeste ondernemers aangeven dat hun bedrijven goed functioneren.
- Het centrum als geheel haalt gemiddeld 70 tot 80% van de omzet uit de gemeente. Hierbij wordt onder andere Maarn genoemd. Van buiten de gemeente is Wijk bij Duurstede het meest genoemd.
- Er zijn enkele woonzorgvoorzieningen in Doorn, met ten oosten van het centrum het grootschalige Zonnehuis.
- Bij de supermarkten, langs de Kampweg en bij het kerkplein is kortparkeercapaciteit (blauwe zone). Bij het gemeentehuis en de Van Bennekomweg is langparkeercapaciteit.

### **Kwaliteiten en kansen**

- Het centrum van Doorn is compact. Vanaf de supermarkten ligt het hele centrum binnen circa 300 meter loopafstand.
- Deze concentratie is de afgelopen jaren toegenomen. Met name door verplaatsing van winkels van de westelijke kant van de Kampweg naar het oosten. Ook het wegvallen van ondernemingen die meer aan de randen waren gevestigd heeft bijgedragen aan een duidelijk zwaartepunt.
- Het aanbod in het centrum is divers; boodschappenwinkels, luxe aanbod, kappers en horeca hebben allemaal een duidelijke aanwezigheid. Het boodschappenaanbod is niet overheersend.
- Met name het sterke horeca-aanbod valt op en is een onderscheidende kracht. Het horeca-aanbod is recent sterk toegenomen. De concentratie op Plein 1923 is het enige echte 'horecaplein' in de gemeente. Ook aan de Dorpsstraat, tegenover de Maartenskerk, is een horeca-concentratie. Met deze zichtbare horeca-concentraties heeft Doorn het meest uitnodigende en nadrukkelijk aanwezige horeca-aanbod van de centra in de gemeente.
- Tussen de supermarkten ligt de Thorheimpassage, dit is een sterke

concentratie aan winkels die passen bij de dagelijkse boodschappenfunctie.

- De ligging aan de kruising van de N225 en N227, evenals de aanwezigheid van enkele bovenlokaal verzorgende functies, zoals het gemeentehuis en twee banken brengen mensen van buiten Doorn naar het centrumgebied. Tijdens de lunch zijn bijvoorbeeld ambtenaren en studenten in het centrum te vinden.
- Huis Doorn, een van de grootste recreatieve trekkers van de Utrechtse Heuvelrug, ligt op korte afstand van het centrum. Vanaf de parkeerplaats aan de Langbroekerweg (P-zone max. 5 uur) is het midden van het centrum nog geen 5 minuten lopen.
- De ondernemers benoemen een goede verstandhouding onderling. Nieuw bestuur van de VOCD geeft nieuwe energie en via bijvoorbeeld de nieuwsbrief blijft men van elkaars activiteiten op de hoogte. Een kans is om samen met de gemeente en het Regionaal Bureau Toerisme Heuvelrug & Vallei de evenementen die worden georganiseerd beter te communiceren.
- Ondernemers en bewoners ervaren een onderlinge gunfactor. Dit is bijvoorbeeld terug te zien in sponsoring van het actieve verenigingsleven in het dorp. Individuele ondernemers hebben al eerder actief op

deze lokale oriëntatie ingespeeld met tijdelijke acties (verzamelkaarten lokale voetbalteam etc.). Mogelijk ligt hier een meer structurele kans.

- Het onbetaald parkeren is een kwaliteit. De aanwezigheid van enkele langparkeeropties op korte afstand (van Bennekomweg en gemeentehuis) wordt als erg belangrijk benoemd. Om de langparkeerplaatsen voor centrumbezoekers beschikbaar te houden is voldoende langparkeren in de omgeving wenselijk, bijvoorbeeld voor fietsers die met de auto+fietsdrager komen.
- Het recreatieve bezoek aan het gebied is rond Doorn in ruime mate aanwezig. Deze doelgroep kan echter beter worden aangesproken. Verblijfsaccommodaties, grote trekkers (Huis Doorn) en de conferentiecentra verwijzen nu weinig naar Doorn-centrum als bezoekdoel.
- De Traaij is een groter centrum op korte afstand, met een enigszins vergelijkbaar winkelaanbod. Doorn onderscheidt zich met name door het verblijfsprofiel, met Plein 1923 als middelpunt.
- Op zondag is het druk bij de horeca en zijn de supermarkten en enkele overige boodschappenwinkels open (mag van 12 tot 18:00 uur). Veel van het recreatieve winkelaanbod (mode) is dan dicht. Door

gezamenlijke afspraken over openingstijden in het weekend te maken, kan beter gebruik worden gemaakt van het recreatieve potentieel.

- De horecaontwikkeling heeft kunnen plaatsvinden door ruime centrum-bestemmingen en daardoor relatief gemakkelijke vergunningverlening. Dit is echter nog niet voor iedereen duidelijk.

### **Zwakke punten en bedreigingen**

- Al zijn de loopafstanden niet groot, het wordt de wandelaar niet makkelijk gemaakt in het centrumgebied. Er is geen eenduidige looprouting door het centrum. Een aaneengesloten verbinding van vlakke stoepen die voetgangers over de gewenste routing stuurt is gewenst ('IKEA-routing').
- De Kampweg is de centrumstraat die in aanbodprofiel het meest uitnodigt tot wandelbezoek. Het gebied heeft geen eigen trekker, zoals een supermarkt of horeca-plein, en is daarmee afhankelijk van (lopend) combinatiebezoek. Echter, in het oostelijke zwaartepunt van de Kampweg is de openbare ruimte onoverzichtelijk. Door de diversiteit aan soorten bestrating ontstaat een onrustig beeld (ingewikkeld lijnenspel). Een meer eenduidige indeling van de openbare ruimte met een heldere looproute zal bezoekers meer uitnodigen.

- De zichtrelatie van de Kampweg naar het Kerkplein is slecht. Het aanbod aan het Kerkplein zit verscholen achter de kerk en de bussen die daar vaak geparkeerd staan.
- De ronde bankjes zijn oud en groen, hierdoor worden deze ook niet optimaal gebruikt.
- De grootste openbare ruimte waar geen autoparkeerplekken zijn is voor de ING-bank op Plein 1923. Dit gebied wordt nu echter suboptimaal gebruikt. Dit is een logische plek om als fietser af te stappen en even rond te kijken. De huidige indeling is beperkt faciliterend voor fietsbezoekers (bank is goed, maar weinig fietsparkeren en bijvoorbeeld geen waterpunt). Het fietsparkeren in het centrum is verder versnipperd en staat vaak in de weg, hier kan dat op een centrale, uitnodigende plek worden geconcentreerd.
- Fietsen over de Amersfoortseweg is een vervelende ervaring. Er is veel groot verkeer en geen ruimte om uit te wijken.
- Bij de passage staan aan weerszijde paaltjes. Aan de kant van de Amersfoortseweg staan paaltjes met kettingen, met als doel fietsende bezoekers af te laten stappen. Dit is onveilig voor slechtzienden en ziet er niet uitnodigend uit. Het doel om fietsers te laten afstappen kan met een





Smalle doorgang zonder stoep naar Kampweg



Plein 1923: enige 'horecaplein' in de gemeente

aantrekkelijkere en minder risicovolle vormgeving worden bereikt.

- De Kruidvat en Marskramer hebben weinig zichtrelatie met de andere boodschappenwinkels.
- Binnendoor via de Albert Heijn naar de Kampweg lopen (of andersom) is onprettig. De stoepen zijn smal en houden op. De verbinding is bij de Kampweg erg smal en onoverzichtelijk (heg). Daarbij is het geen aantrekkelijk gebied vanaf de supermarkt gezien, 's avonds wordt dit nog versterkt door de beperkte verlichting.
- Vanaf het Zonnehuis behoeft de loop-toegankelijkheid van het centrum aandacht.
- Het onderhoud van de openbare ruimte wordt door ondernemers als ondermaats ervaren. Onkruid voor de deur van de onderneming wordt hierbij als verantwoordelijkheid van de ondernemer gezien. Naast onkruid gaat het om de bestrating rond bomen, en om paaltjes, volle afvalbakken en verstopte putten door bladval. Hierbij wordt opgemerkt dat het onderhoud niet is afgestemd op de lokale behoefte. Ook bij de respondenten van het KSO Randstad 2016 is de uitstraling veel als verbeterpunt genoemd.
- Tegenover de Jumbo zijn er enkele ondergrondse containers en parkeerplaatsen, omringd met paaltjes. Dit is nu een onaantrekkelijke plek in het straatbeeld, op een zeer centrale en beeldbepalende locatie in het centrum.
- Vanaf de Amersfoortseweg is de zichtbaarheid van het retailaanbod in de Thorheimpassage en de Kampweg matig.
- Langs de Amersfoortseweg is er op verschillende locaties weinig ruimte om de fiets nabij te plaatsen (o.a. ijssalon, tegenover plein 1923).
- Er hangen verwijsborden naar allerlei recreatieve bestemmingen, waaronder restaurants die niet meer bestaan (Uniek), maar niet naar het centrum.
- Autobezoekers worden niet naar de juiste parkeerplaatsen gewezen. De Van Bennekomweg wordt niet aangegeven en de parkeergarage onder het gemeentehuis staat meestal vol. De parkeercapaciteit van de Jumbo is het meest zichtbaar, terwijl daar de lokale bevolking juist wil staan. De sturing van de verschillende bezoekers kan beter. De respondenten van het KSO Randstad 2016 geven aan dat meer parkeercapaciteit gewenst is.
- De functie en ruimtelijke positionering van de markt is niet meer optimaal (Kampweg is ten tijde van de markt afgesloten). Een centralere positie met minder praktische beperkingen is gewenst.

## Visie op toekomst

Het centrum versterkt zijn functie als dorpshart met een aantrekkelijke functiemix voor bewoner en toerist.

De huidige ruimtelijke opzet van het aanbod in het centrum is sterk en in hoofdlijnen toekomstbestendig; een basis van frequent bezochte winkels rond de supermarkten en drie sterke aanvullingen op korte afstand er omheen:

1. het diverse aanbod aan de Kampweg en het Kerkplein
2. het horecaplein op Plein 1923,
3. het horeca-aanbod aan de Dorpsstraat als gezicht van het centrum.

De ruimtelijke relatie tussen deze gebieden is niet optimaal. Met name de verbinding van het Kerkplein en de Kampweg met de rest van het centrum is nu matig. Een grote uitdaging voor Doorn-centrum ligt in het soepeltjes opvangen en ontvangen van de verschillende doelgroepen en vormen van vervoer. Het centrum is een klein gebied (kwaliteit) met veel doorgaand verkeer (kwaliteit én knelpunt).

Door een duidelijke infrastructuur voor de voetganger te creëren kan beter gebruik worden gemaakt van de compacte opzet van het centrum:

- Een overzichtelijke en uitnodigende routing benadrukt de nabijheid van andere voorzieningen(gebieden) en het gemakkelijke combinatiebezoek. Dit betekent aaneengesloten stoepen en oversteekpunten over de Amersfoortseweg.
- Een betere verbinding te voet leidt tot minder verkeersbewegingen.

Er is een onderzoek gehouden naar het functioneren van de blauwe zones in de gemeente. Bij een heroverweging van de parkeerstructuur is het belangrijk dat de verschillende parkeerplaatsen voor fietsers en autobezoekers meer hun gewenste doelgroep aantrekken.

- Plein 1923: voor recreatieve fietsers en horeca-bezoekers te fiets. Aangeven als 'afstapplek'.
- Supermarkten en de passage: fietsparkeren voor de frequente aankoop.
- Autoparkeren bij de supermarkt: voor de boodschappenbezoeker.
- Van Bennekomweg en gemeentehuis (langparkeren): voor recreatieve autobezoekers en mensen die in het centrum werken.
- Overige nabijgelegen parkeerplaatsen: voor de frequente benodigdheden en de gerichte aankoop; "even snel".



Voetgangersrouting matig in compact centrum



Plein 1923: 'Afstapplaats' voor fietsers



Door deze intensieve verkeersvraag ligt er een risico voor de uitstraling van het centrum. Dit centrum kan juist in beleving en ontmoetingsfunctie onderscheidend zijn (hiervoor zijn al veel elementen aanwezig) en moet dus ook geen verkeersplein worden. Door voor kwaliteit te kiezen in inrichtingselementen en groenvoorzieningen (en het onderhoud daarvan) kan de bezoekerservaring in zijn algemeen worden opgewaardeerd.

## Lokale opgaven Doorn-centrum







## Retailparagraaf Maarn-Maarsbergen



## Kenmerken

- Het centrum ligt in het dorp Maarn (circa 4.300 inwoners). Het naastgelegen Maarsbergen is met circa 800 inwoners het belangrijkste dorp in de directe omgeving. In Maarsbergen is een woningontwikkeling in de planning.
- De inwoners van Maarn hebben een hoog gemiddeld inkomen. De vergrijzing in Maarn ligt met 27% 65+’ers ver boven het Nederlands gemiddelde (18%).
- Het centrum bestaat uit 11 winkels, met samen 1.900 m<sup>2</sup> winkelvloeroppervlak (wvo). Ruim de helft van het wvo (1.000 m<sup>2</sup> wvo) is de Plus-supermarkt.
- Maarn en Maarsbergen liggen aan grote infrastructuur (A12 en het spoor).
- Volgens het KSO Randstad 2016 komt 87% van de dagelijkse bestedingen in het centrum uit de gemeente Utrechtse Heuvelrug. Ondernemers benoemen o.a. bezoekers uit Doorn en Woudenberg. Andersom zijn dit echter ook locaties waar inwoners van Maarn en Maarsbergen aankopen doen. Met name voor Maarsbergen is ook Woudenberg aantrekkelijk.

## Kwaliteiten en kansen

- Het centrum heeft met een moderne supermarkt, verschillende verszaken, een drogist, kapper en een bloemist al een relatief

sterk lokaalverzorgend aanbod. Aanvullingen in de vorm van een boekenwinkel, opticien annex audicien, cadeauwinkel, horeca-gelegenheden en de iets verderop gelegen slijterij bieden samen een verrassend en compleet aanbod in verhouding tot het draagvlak. Dit, de uitkomsten van het koopstromenonderzoek en de afwezigheid van leegstand duidt op een economisch vitaal centrum.

- Het opbloeien van het centrum is een recent fenomeen; voor de herontwikkeling van de Plus stond het centrum er beduidend slechter voor. Ondernemers en inwoners zijn trots op de revitalisering van het centrum; het centrum leeft weer.
- Het centrum van Maarn is een dorpscentrum aan dé doorgaande dorpsstraat (Tuindorppweg). Door de concentratie aan de kruising met de Raadhuislaan is het een compact en overzichtelijk winkelgebied.
- De aanwezigheid van het station in het centrumgebied is een zeer onderscheidend kenmerk. Het station brengt mensen uit verschillende dorpen in de omgeving naar het centrumgebied. In de 24-uurs-economie is een stationslocatie een zeer aantrekkelijke aankoop- en horeca-locatie. (Gezamenlijke) openingstijden die daarbij

aansluiten zijn hier een thema (gedachte-experiment Maarn-centrum als ‘Hoog Catharijne in het klein’).

- De aanwezigheid van een station biedt ook kansen om als bronpunt voor recreatief dagbezoek aan de Heuvelrug te functioneren (doelgroep Utrecht). Maarn kan een belangrijke functie vervullen in de toeristische ambities van de gemeente en regio. Concreet zou een functie zoals fietsverhuur daar bij passen.
- Er is een grote hoeveelheid verblijfstoeristen in het gebied (o.a. ten noorden van het dorp). Vooral in de zomer is deze aanwezigheid te merken (dip door afwezige inwoners wordt daardoor opgevangen). Deze doelgroep heeft het centrum van Maarn echter mogelijk uit het oog verloren (was lange tijd niet aantrekkelijk) en kan worden verleid het weer te ontdekken.
- Het 5 Mei-plein werkt als gezellig verblijfs- en ontmoetingsplein, waarbij de vis-standplaats positief wordt gewaardeerd.
- Multifunctioneel centrum de 2 Marken wordt uitgebreid; ook hier komen mensen vanuit een breder verzorgingsgebied op af. Deze bezoekers kunnen vanaf het station/Maarn-zuid meer door het centrum worden geleid.





## Zwakke punten en bedreigingen

Vanuit de aanwezigen klinkt de oproep het gebied duidelijk de status 'centrumgebied' te geven en vanuit dat perspectief te handelen als gemeente. Een centrumgebied vraagt om specifieke afwegingen evenals samenwerking met de partijen die er hun geld verdienen (bijvoorbeeld bij ingrepen in de openbare ruimte). De volgende problemen zijn benoemd:

- Forensen laten hun auto's van 's ochtends vroeg tot 's avonds in de blauwe zone staan. Handhaving gebeurt te weinig. Parkeren voor de deur is bij het boodschappen doen een onderscheidende kwaliteit in het bezoekgemak. Bij een aantal ondernemingen is dit nu niet altijd mogelijk. De gemeente onderneemt actie en voert parkeertellingen uit in de blauwe zone om aard en omvang van het probleem vast te stellen en een aanpak voor te stellen.
- Fietsparkeren bij het station leidt tot overlast (stoepen staan vol).
- Voetgangers moeten duidelijke plekken hebben waar ze veilig over kunnen steken van de ene voorziening naar de andere. Van cadeauwinkel Joli veilig naar de Plus lopen bijvoorbeeld is momenteel onnodig ingewikkeld. De compacte opzet en het aanvullende aanbod van het centrum is goed voor combinatiebezoek zolang er voor

voetgangers geen barrières worden opgeworpen.

- Het moet voor doorgaand autoverkeer duidelijker worden dat men een verblijfs- en fietsvriendelijk gebied met een gelijkwaardig kruispunt inrijdt.
- In een dorp als Maarn wil je als ouder je kind om een boodschap kunnen sturen. Aanwezigen signaleren dat dit nu niet gebeurt, omdat het kruispunt als onveilig wordt gezien. Als voorbeeld worden de terrasschermen (condens) en reclameuitingen bij cafetaria Big Bread genoemd, die het zicht op fietsers vanaf de Raadhuislaan ontnemen.
- In de winter is het kruispunt dusdanig glad dat er ongelukken gebeuren. Aanwezigen doen een oproep dit snel aan te pakken.
- Voor een relatief vergrijsd dorp is de loopbereikbaarheid voor ouderen slecht. Het ontbreken van stoepen buiten het centrum is een stedenbouwkundig kenmerk van Maarn. Hierdoor beginnen de stoepen uit het niets. De bestaande stoepen niet rollatorvriendelijk (bijvoorbeeld voor bezoekers uit Trompstaete).
- Het vinden van de juiste route naar het centrum via het noorden van het dorp is niet intuïtief.
- Op veel plekken is haaks parkeren mogelijk. Echter, bij de huisarts (waar die behoefte er ook is) kan dit niet.



Mindere bereikbaarheid centrum te voet voor ouderen



Kruispunt barrière combinatiebezoek

- Respondenten van het KSO Randstad 2016 benoemen het ontbreken van een winkel voor huishoudelijke artikelen (Blokker, HEMA, Action). Vestiging van dit type winkel in Maarn is echter niet reëel.
- Ook wordt door respondenten van het KSO gevraagd naar een uitbreiding van het horeca-aanbod, waarbij enkele keren specifiek een 'koffietentje' wordt genoemd. Deze functie (op zichzelf of bij bestaand concept in) past wel binnen de doelgroepen (ouder, welvarend, forens, recreant) en de ontmoetingsfunctie van een klein dorps-centrum. In verschillende bedrijven is al een koffiepoint te vinden (Bakker, Big Bread, Boekenzaak).

### Visie op toekomst

Maarn heeft een overzichtelijk en compleet centrum voor de lokale benodigdheden. Voor Maarn gelden vier uitdagingen:

1. Bezoekgemak en veiligheid voetgangers en fietsers;
2. Kwetsbaar niet-dagelijks aanbod behouden.
3. Meer meerwaarde dan overlast van forens;
4. Functie als bronpunt recreant;

Door de ligging van het aanbod in vier gebieden (opgedeeld door kruispunt) is combinatiebezoek niet zo vanzelfsprekend als de compacte opzet



Ondernemers communiceren al naar de stationbezoeker



Horeca als ontmoetingsfunctie

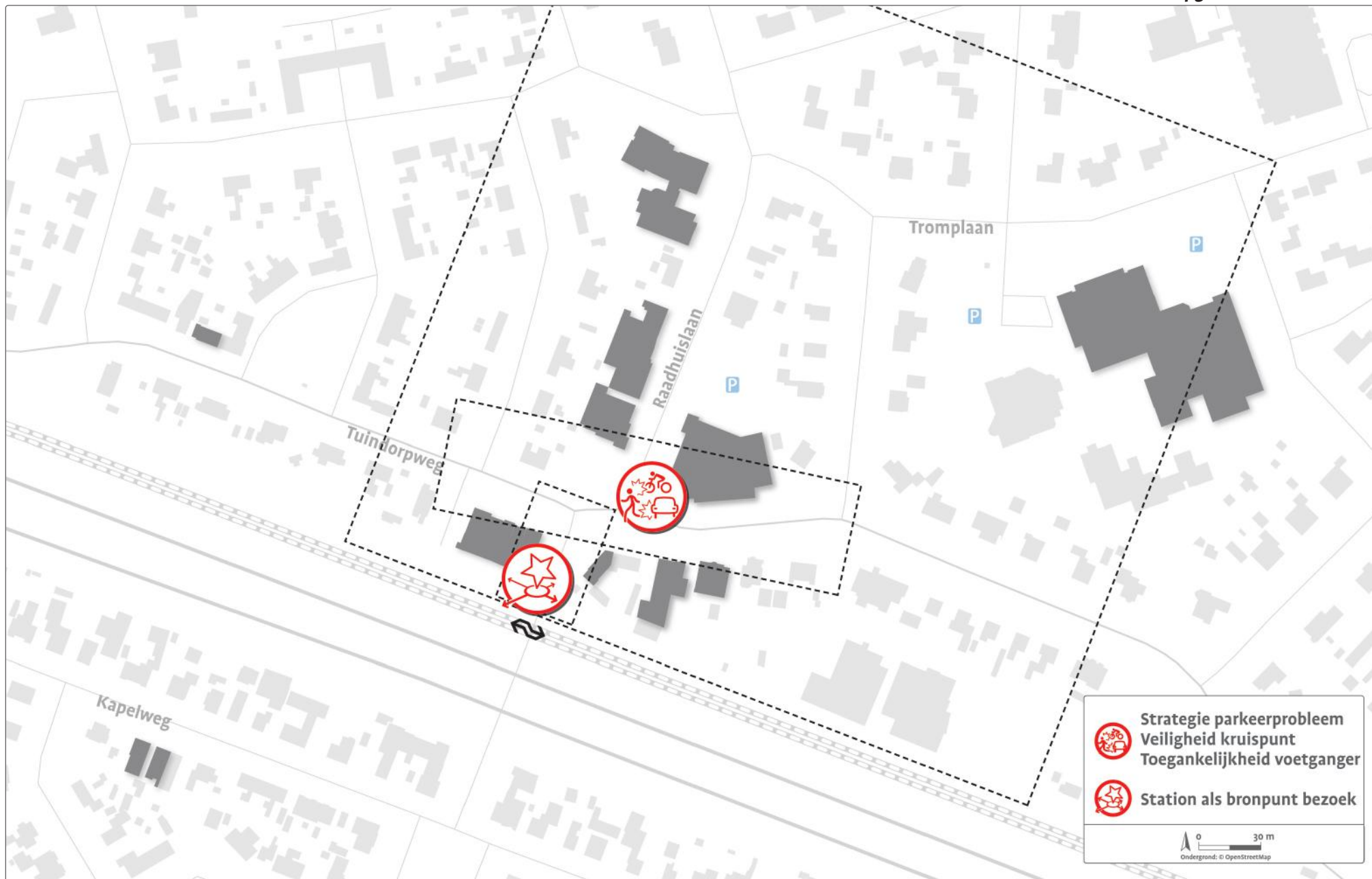
en korte afstanden doen vermoeden. Logische looprouting in (oversteekplaatsen) en naar het centrum en een veilig gevoel voor fietser en voetganger zijn prioriteit om de lokale binding voor boodschappen te versterken. Zonder deze verbetering is nog onvoldoende sprake van een comfortabel centrumgebied.

Ondernemers in Maarn onderscheiden zich door hun product af te stemmen op hun doelgroepen. Met dergelijk ondernemerschap kan relatief kwetsbaar niet-dagelijks aanbod mogelijk toch behouden/verbreed worden. Doelgroepen waar naar verwachting (extra) omzetspotentieel behaald kan worden zijn:

- ouderen (audicien en koffietentje);
- forensen (openingstijden, bloem/cadeau, snelle hap) ;
- recreanten (arrangementen, fietsverhuur).

Het gebied is in eerste instantie een centrumgebied. Een grote potentie om de economische vitaliteit te garanderen, schuilt in het faciliteren van zowel de lokale centrumbezoeker als de stationsbezoeker (forens en recreant). Verkeerskundig ligt hier een grote uitdaging waarvoor geen kant en klaar antwoord voorhanden is.









## Retailparagraaf Leersum



## Kenmerken

- Leersum en directe omgeving telt ongeveer 7.450 inwoners. In het dorp Leersum (6.420 inwoners) is circa 26% 65+'er (Nederlands gemiddelde 18%).
- De retail in Leersum is vooral langs de doorgaande weg, de Rijksstraatweg (N225), gevestigd. Het winkelaanbod bestaat uit 37 winkels van samen 7.100 m<sup>2</sup> winkelvloeroppervlak (wvo).
- De retail is verspreid over de gehele breedte van het dorp, van restaurant Darthuizen tot Eethuis Touché (circa 1,5 kilometer).
- Aan de Rijksstraatweg ligt een planmatig boodschappencentrum met wonen boven winkels; de 'Honingraat'. De blauwe zone geldt voor de Honingraat en omliggend gebied.
- Veel van het retailaanbod buiten de blauwe zone is solitair gevestigd (geen of weinig retail direct eromheen) en heeft parkeergelegenheid voor de deur. Hier staan een aantal panden leeg.
- Het boodschappenaanbod trekt met name mensen uit Leersum en Amerongen. 94% van de bestedingen in de dagelijkse sector komt volgens het KSO Randstad 2016 uit de gemeente. De supermarkt noemt ook de verblijfstoerist als relevante doelgroep, evenals mensen uit Elst en Wijk bij Duurstede. Verschillende niet-dagelijkse, langdurig in Leersum gevestigde winkels zeggen ook een

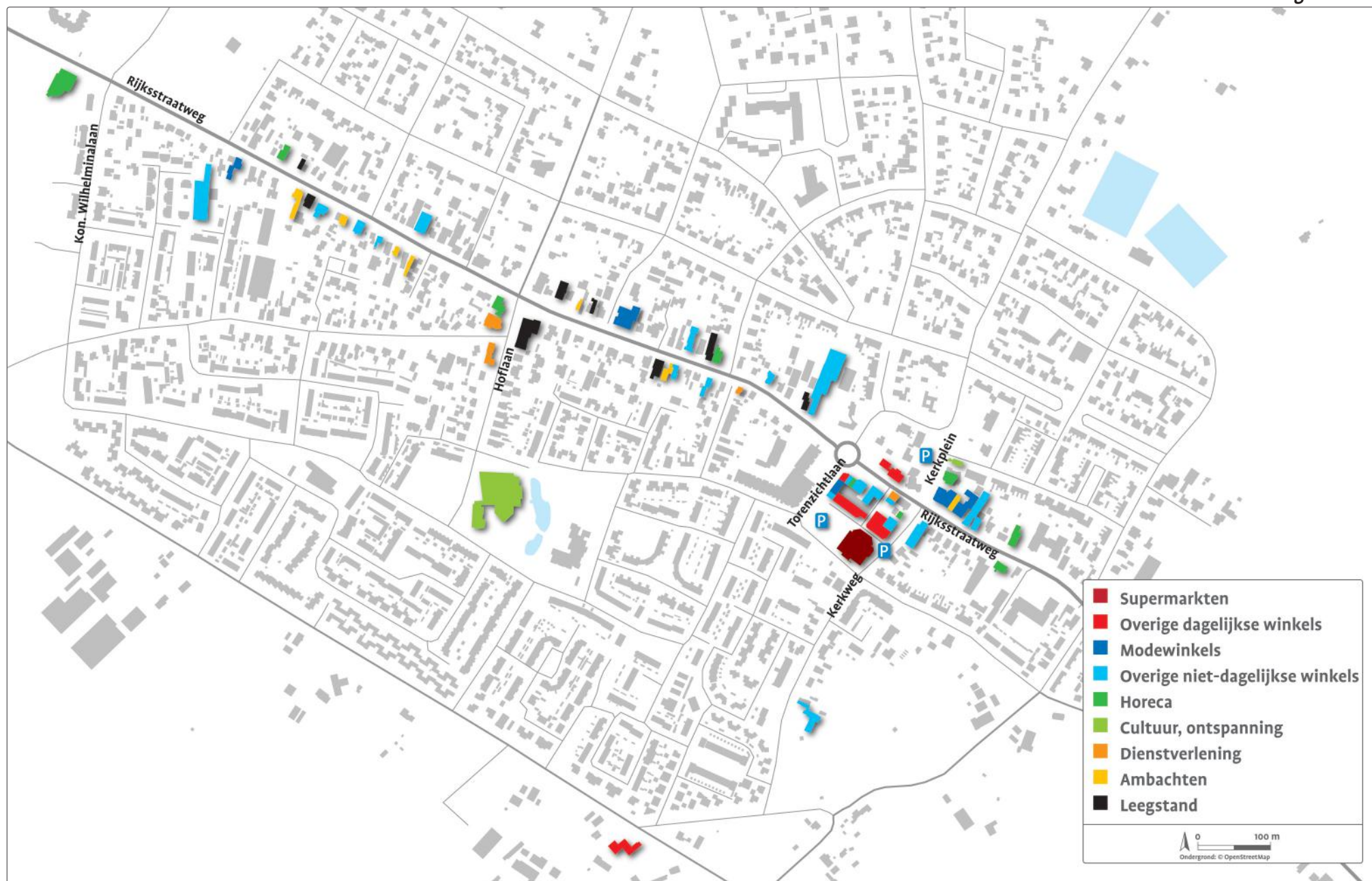
regionale klantenkring uit o.a. Wijk bij Duurstede te hebben. De (dag)recreant is o.a. voor grotere modezaken als Niessen en Steenwijk een plus.

- Amerongen en Leersum hebben enige wisselwerking in klanten (o.a. bakker Amerongen).
- Onder andere vakantiepark Ginkelduin, het Leersumseveld, Kasteel Broekhuizen, het bosbad en de fietsroutes (b.v. Let de Stigterpad) zorgen voor de aanwezigheid van recreanten in de omgeving van Leersum.

## Kwaliteiten en kansen

- De ligging langs de Rijksstraatweg zorgt voor veel extra toevoer van potentiële klanten. De winkels aan de weg worden daardoor door veel ogen gezien. De kerk en omliggende panden (o.a. King William) hebben een aantrekkelijke uitstraling.
- Het boodschappenaanbod is compleet (versspeciaal, supermarkt, twee drogisten, apotheek, slijter, HEMA) en ligt binnen een compact gebied waarbinnen combinatiebezoek te voet aantrekkelijk is. Hier is geen leegstand en het gebied wordt over het algemeen als schoon en netjes beoordeeld.
- Dit boodschappengebied voldoet aan de eisen voor bezoekgemak per auto en fiets.

- Er is bij de gehele retail voldoende en gratis autoparkeergelegenheid. Hierdoor komen bijvoorbeeld ook mensen uit Overberg in Leersum (Veenendaal betaald parkeren).
- Elst en Amerongen zijn goed verbonden met Leersum en hebben een veel minder compleet retailaanbod. Leersum heeft daardoor met name voor Amerongen een belangrijke boodschappenfunctie (voor Elst is Rhenen ook een nabije optie).
- Er zijn een aantal goede, grote horecagelegenheden in Leersum, die een positief effect hebben op de uitstraling van de Rijksstraatweg.
- Er is in het dorp een zeer gevarieerd winkelaanbod voor de omvang van het draagvlak, met enkele opvallende kwaliteitszaken (o.a. Steenwijk, King William, Niessen). De aanwezigheid van zowel een vestigingsklimaat voor doelgericht bezochte winkels aan de Rijksstraatweg als het compacte centrumgebied Honingraat faciliteert dit.
- Aanwezigen benoemen een sterke lokale saamhorigheid. Vanuit de lokale bevolking is er een gunfactor richting de lokale retailondernemer. Vanuit de ondernemers is er tijd voor persoonlijk contact, onder andere voor ouderen.







Compleet boodschappenaanbod



Leegstaande verpauperde panden

- Het Bloemencorso is een veelbezocht evenement, waardoor mensen met Leersum in aanraking komen. Ook de kerstmarkt is een goed gewaardeerd evenement.
- Ondernemers zijn in een BIZ georganiseerd, waardoor middelen beschikbaar zijn.
- Sinds kort zijn meer winkels open op zondag.
- Voor de kerstmarkt is een 5-jarige vergunning afgegeven, dit soort meedenkende vergunningverlening zien retailers graag meer.

#### Zwakke punten en bedreigingen

- Er zijn een aantal leegstaande panden in een staat van verpaupering (benoemd als 'spookpanden'). Dit heeft een negatieve invloed op de uitstraling van de Rijksstraatweg.
- De eigen stoep onderhouden ondernemers zelf, maar in overige gebieden is er o.a. overmatig onkruid. Ondernemers willen een structurele onderhoudsaanpak.
- Voor laden en lossen is in de Honingraat beperkt ruimte. Er is geen in-/uitrijmogelijkheid, wat voor opstoppen zorgt.
- De spreiding van winkels over de Rijksstraatweg is groot. Complete concentratie rond de Honingraat door

verplaatsing is niet realistisch en voor doelgericht bezochte winkels en horeca ook niet wenselijk (b.v. parketwinkel). Wel is compactisering een concept waar heil in wordt gezien ('heeft ons gered'). Mochten retailactiviteiten willen verplaatsen naar het gebied rond de kerk en Honingraat dan zou dat goed zijn.

- De BIZ vertegenwoordigt de gehele retail rond de Rijksstraatweg. Het is lastig om acties te ondernemen die de verschillende vestigingsmilieus evenredig positief beïnvloeden. Logische BIZ-acties, gericht op de openbare ruimte, zijn bij kerk en Honingraat beter toepasbaar (meer openbare ruimte) dan langs de Rijksstraatweg, waar de provinciale zeggenschap acties die voor iedereen bevorderlijk zijn, bemoeilijkt.
- Er is geen passende daghoreca in de Honingraat. Een kopje koffie of lunch is niet voorhanden. Het Kerkplein heeft kenmerken van 'het horecaplein', maar functioneert niet als zodanig (meer als parkeerterrein). Een bakker/lunchroom in de Honingraat of aantrekkelijke daghoreca aan het Kerkplein zijn kansrijke concepten.
- Er is overlast in de Honingraat doordat fietsers en scooteraars niet altijd afstappen.
- Het centrum kan zich meer richten op de oudere inwoner (bevolkingsontwikkeling).



Bepaald aanbod kan prima solitair functioneren..



.. maar concentratie voor meeste aanbod wenselijk.

De oversteek van De Schermerij naar het boodschappencentrum (Torenzichtlaan) heeft hoogteverschillen naar de winkel-deuren (o.a. Zeeman, Vivant). Het is belangrijk dat de bestrating hier de rollator goed faciliteert.

- Leersum wordt niet als aantrekkelijk centrum gepromoot. De vindbaarheid op internet is bijvoorbeeld slecht. Om de doelgroep recreanten (zoals op Park Ginkelduin) beter aan te spreken is deze vindbaarheid belangrijk.
- Er wordt aangegeven dat vuilnisbakken regelmatig te laat geleege worden.
- Bij de aanpak van gladheid kan meer gezamenlijk worden opgetreden.
- Er is geen festival-/activiteitenlocatie die naar tevredenheid functioneert. Ondernemers zeggen dat ze meer zouden organiseren als dat wel zo was.

### Visie op toekomst

Het centrum is het boodschappencentrum en dorpshart van Leersum, met een aantrekkelijke uitstraling vanaf de Rijksstraatweg.

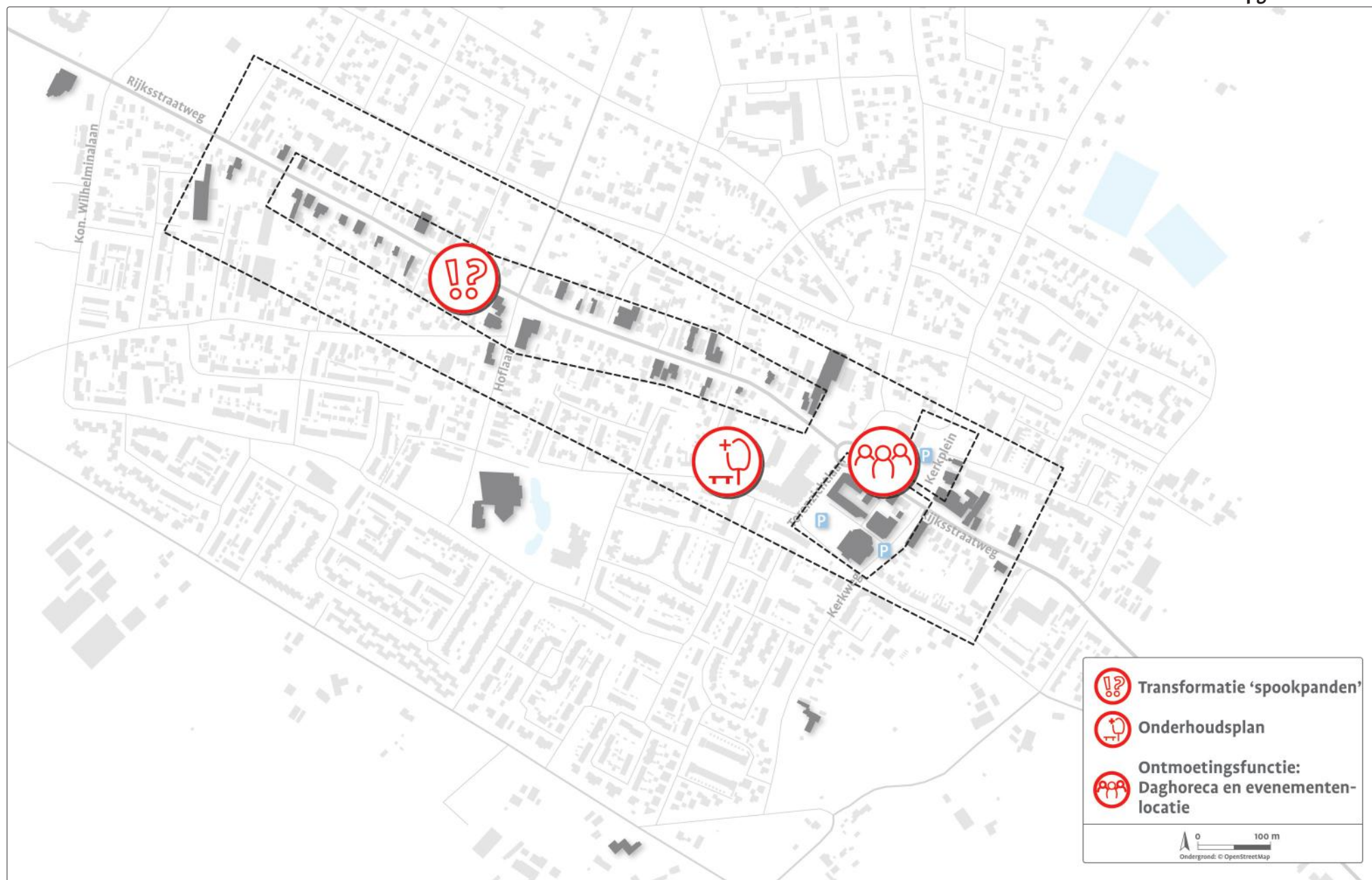
Het gevuld houden van het vastgoed rond de kerk en Honingraat biedt het beste perspectief voor het gehele voorzieningenniveau en heeft daarmee prioriteit. De huidige complementaire structuur

Rijksstraatweg-Honingraat biedt aan de bestaande retailondernemers een goed vestigingsklimaat. Extra detailhandel (meest kwetsbare sector) aan de rest van de Rijksstraatweg (buiten Torenzichtlaan-Beukenhof) is niet gewenst. Om de eenheid en herkenbaarheid van de Rijksstraatweg als voorzieningenlint te vergroten, is gezamenlijke signing gewenst (contact Provincie). Ook een aantrekkelijkere uitstraling van de gehele weg draagt bij aan een betere beleving (entrees Leersum, transformatie leegstand).

De functie van de Honingraat en Kerkplein als dorpshart kan verder versterkt worden met een daghorecavoorziening, zoals een lunchroom, maar ook met ambachten met een persoonlijke uitstraling, zoals een kapper of een schoonheidsspecialist.

De functie van het Kerkplein is de grootste ruimtelijke uitwerkingsvraag. Naast de parkeerfunctie kan dit plein mogelijk beter benut worden als startpunt voor recreatief bezoek, en/of is het plein beter geschikt te maken als (grotere) evenementenlocatie.









## Retailparagraaf Amerongen



## Branchering Amerongen

- Amerongen telt circa 5.090 inwoners. In het gebied tussen Elst, Leersum, Wijk bij Duurstede en Veenendaal wonen, met o.a. Overberg erbij, circa 6.900 mensen.
- Het retailaanbod is verspreid over twee gebieden; het 'historische centrum' ten zuiden van de N225 rond de Overstraat, en ten noorden van de N225 de Koenestraat, de noordelijke ontsluitingsweg met o.a. de supermarkt. Beide gebieden hebben naast publieke voorzieningen een belangrijke woonfunctie.
- In totaal zijn er circa 21 winkels, met samen circa 2.740 m<sup>2</sup> winkelvloeroppervlak (wvo).\*
- De belangrijkste toeristische trekker in de directe omgeving, Kasteel Amerongen, ligt aan het dorp vast en op relatief kleine afstand van de Overstraat, die zelf qua historie teruggaat tot de Romeinse tijd: Via Regia.
- De twee gebieden hebben een verschillend profiel. De Koenestraat is relatief goed (auto-) bereikbaar en is door de aanwezigheid van de supermarkt (veruit de grootste winkel in Amerongen) voornamelijk een boodschappenlocatie. De Overstraat en omgeving is kleinschaliger en minder overzichtelijk en heeft alle kenmerken van een dwaalmilieu.



\* Locatus (2017) peildatum 20-09-2016.

Het aanbod daar is, met dagelijkse winkels als bakker en slager, maar met ook een schoenenwinkel, horeca, ambachten etc., gevarieerd. Deze functies zijn verspreid over het gebied en hebben geen gezamenlijke uitstraling (grote verschillen in kwaliteit panden, aankleding etc.).

- De leegstand in Amerongen bevindt zich met name in het Overstraat-gebied, met een concentratie in het westen bij de kruising met de Rijnstraat en Molenstraat. Hier zijn recent de fietsenspeciaalzaak en meubelzaak gesloten.
- De bezoekers van het kasteel, dé recreatieve trekker, zijn ouderen en gezinnen ('het ANWB- publiek').

#### Kwaliteiten en kansen

- De bakker en slager zijn samen een aantrekkelijk vers-aankooppunt voor de lokale inwoner. Ook uit Leersum komen er mensen voor naar Amerongen. De specialistische verzaken in een authentieke setting passen in de trend van 'aandacht voor eten'.
- De winkels zijn op fietsafstand van alle inwoners van het dorp.
- Ondernemers onderscheiden zich met service (halen/brengen kapper, schoenmaker in schoenwinkel).

- Verschillende ondernemers passen een vorm van shop-in-shop-concept toe, een passende vorm wanneer er niet genoeg draagvlak is voor een complete winkel (kapper met bijou, Kleton met pick-up-point).
- Ook mensen uit Elst komen bij de supermarkt in Amerongen (dichterbij dan Rhenen).
- De supermarkt is een belangrijke voorziening voor het dorp. Met circa 5.000 inwoners en een sterk boodschappen-aanbod in Leersum is één moderne supermarkt ook passend. Door de combinatie met de andere verzaken in het dorp kan de inwoner van Amerongen voor de basis in het eigen dorp terecht. Een groenteboer wordt gemist, de wens voor een standplaats is besproken. Het standplaatsenbeleid laat een extra standplaats echter niet toe.
- Voornamelijk in het hoogseizoen is er, door de recreatieve bezoeker, een duidelijke plus in omzet bij de lokale retail.
- Het 'oude dorp' heeft een zeer hoge ruimtelijk-historische kwaliteit en is zeer geschikt als dwaalgebied. Deze kwaliteit wordt voornamelijk vermarkt bij het kasteel, en door enkele horeca- en overnachtings-gelegenheden (met name Buitenlust).



Bakker en slager aantrekkelijk versaanbod



Recreatieve bezoeker zorgt voor meer omzet



Hiermee heeft het gebied recreatieve aantrekkingskracht (b.v. rally-evenementen etc.). Het kasteel zelf (excl. landgoed) schat haar trekkracht op circa 80.000 bezoekers per jaar. De ligging van het kasteel zo dicht bij de Overstraat, de Andrieskerk en het tabaksmuseum is een kans om de potentie van het gebied als geheel te exploiteren.

- Het omliggende gebied (Amerongse Bovenpolder, Amerongse Bos, Overberg en verdere Utrechtse Heuvelrug) is interessant voor fietsers en wandelaars. Vanaf het toeristische overstappunt (TOP) worden deze bezoekers van buiten echter nog niet optimaal door Amerongen geleid.
- Er zijn een aantal locaties waar productie en verkoop plaatsvinden. Dit soort ambachten passen erg goed in het dwaalmilieu rond de Overstraat (voorbeeld edelsmid/vormgever Skulp). Mogelijk ligt in versterking van dat profiel toekomst-perspectief voor de Overstraat.
- Bij het tabaksmuseum worden een nieuwe congreslocatie en enkele slaapplekken voor Buitenlust ontwikkeld. Dit is een van de weinige plekken in het oude dorp met enige verblijfsruimte en het is dus een kans om hier een terras bij te exploiteren.
- De Margaretha Turnorlaan is verreweg het grootste onbebouwde gebied in het oude

dorp, met een zeer centrale ligging tussen Andrieskerk, Overstraat en kasteel. Het gebied heeft de functie als belangrijkste parkeerbronnepunt voor het hele oude dorp. Deze parkeercapaciteit is cruciaal voor het functioneren van de bestaande retail.

### Zwakke punten en bedreigingen

- Er wordt vanaf de N225 alleen verwezen naar het kasteel. Veel bezoekers weten niet van de retail in de rest van het oude dorp.
- De verbinding tussen de grotere trekkers (supermarkt, kasteel) en de rest van de retail is nu minimaal. De N225 is hier deels debet aan.
- Een strategie van concentratie van aanbod rond de supermarkt en het optimaliseren van combinatiebezoek met die supermarkt wordt hier niet als haalbaar of wenselijk beoordeeld (vraagt te grote investeringen van ondernemers om te verplaatsen, meer dagelijks aanbod niet reëel).
- Er komen veel fietsers vanaf de Bergweg met hoge snelheid het dorp in. De combinatie met winkelbezoekend autoverkeer en ander bestemmingsverkeer is gevaarlijk. Ter hoogte van Allemanswaard met hét Fietscafé 'de Proloog' kan hiervoor worden gewaarschuwd.
- De veiligheid en overzichtelijkheid van parkeren aan de Koenestraat (en de parkeerplaats bij de supermarkt) is ook het



Leegstand negatieve uitstraling op oude dorp



Verkeersveiligheid thema bij Koenestraat

meest genoemde aandachtspunt door respondenten van het KSO Randstad 2016.

- Voor de toekomst van het aanbod aan de Koenestraat is de autobereikbaarheid en parkeercapaciteit (auto en fiets) voor de deur essentieel. Deze winkels kunnen niet concurreren met Leersum wat betreft de compleetheid van het boodschappenaanbod, dus moet het bezoekgemak optimaal zijn. In de Overstraat is dat niet mogelijk, in de Koenestraat wel.
- Er is geen duidelijk perspectief voor vastgoedeigenaren in de Overstraat en omgeving wanneer hun pand leeg komt te staan. Er is behoefte aan een duidelijke keuze: heeft het gebied realistische recreatieve potenties en zijn er partijen die daar mee aan de slag willen, of moeten eigenaren panden op den duur transformeren naar wonen om verloedering tegen te gaan?
- Er zijn belemmeringen (o.a. dorpsgezicht) voor ontwikkelingen in het oude dorp. Om transformatie te faciliteren moet mogelijk maatwerk worden toegepast.
- Het oude dorp is niet geschikt voor veel en hoogfrequent autoverkeer. Het verkeer vanaf het pontje Eck en Wiel is al overlastgevend. Er is een spanningsveld tussen wonen en autobezzoek.



Spanningsveld wonen en autoverkeer Overstraat



Potentie gebied oude dorp realiseren

## Visie op toekomst

Het overeind houden van een basisvoorzieningenaanbod voor de eigen kern is uitgangspunt voor deze visie. Gelet op de huidige verspreide structuur, de beperkte verplaatsingsbereidheid bij bestaande ondernemers en het beperkte lokale draagvlak is de realisatie van een compact centrumgebied naar verwachting niet haalbaar. De Koenestraat, van rotonde tot en met multifunctioneel centrum Allemanswaard, is het vestigingsklimaat voor lokale voorzieningen. Dit is het gebied dat snel en veilig moet kunnen worden bezocht. Behoud van een volwaardige supermarkt, inclusief voldoende parkeergelegenheid, binnen deze zone is uitgangspunt om de structuur niet verder uit elkaar te trekken.

Het oude dorp is het vestigingsklimaat voor de ondernemer met een authentieke speciaalzaak, die zelfstandig bezoekers weet te trekken. Optimalisatie van vindbaarheid van deze verspreide ondernemingen in het dwaalmilieu is gewenst.

Het oude dorp heeft potentie om als gebied een grotere recreatieve trekkracht te creëren. Enkele ondernemers in het oude dorp spelen goed op deze kansen in. Echter, deze potentie is al veelvuldig geconstateerd maar er is als geheel nog niet genoeg van gekomen. Meerdere



pandeigenaren zitten ondertussen met vastgoed waar geen retail-invulling meer voor te vinden is. Om de kwaliteit van het gebied en de panden te beschermen is het belangrijk dat er investeringen worden gedaan om leegstaand vastgoed te transformeren.

Het is gewenst dat recreatieve partijen in de oude kern op korte termijn een realistische visie voor exploitatie van het oude dorp proberen te formuleren. Welke publieksgerichte economische voorzieningen zijn kansrijk (bijv. ambachten/vakwerk, horeca)? Voor welk (deel) gebied zien zij potentie, waaronder de positionering van de Overstraat? Bij voldoende vertrouwen in een thematische commerciële exploitatie van het historische centrum kan een investeringstraject door dezelfde lokale ondernemers en eigenaren worden uitgestippeld.

Bij onvoldoende vertrouwen in een economische exploitatie ligt herinvulling van leegstaande/leegkomende winkelpanden met niet-publieksgerichte functies, zoals wonen, voor de hand. Mogelijk kan dan nog steeds het verleden zichtbaarder worden, maar dan meer aan de hand van foto's/etalageverfraaiing (richtlijnen beeldkwaliteit, aanpassingen openbare ruimte).

