

Centrumvisie Scherpenzeel

Samen voor een kloppend hart



Gemeente Scherpenzeel
Afdeling Ruimte & Groen

Datum: 13 september 2016

Projectteam:

- Dhr. W. (Wicher) Hilbink (projectleider)
- Dhr. W. (Wouter) Algra
- Dhr. B. (Bertil) Rebel

T (033) 277 23 24
E centrumvisie@scherpenzeel.nl
W www.scherpenzeel.nl/centrumvisie

Centrumvisie Scherpenzeel

Samen voor een kloppend hart



Inhoudsopgave

1. Context.....	1
1.1 Inleiding	1
Samen voor een kloppend hart	2
Inspirerende en toekomstbestendige visie.....	3
Kader toekomstige centrumontwikkelingen	3
Interactief traject.....	4
Leeswijzer	4
1.2 Toekomstvisie.....	5
Behoud door versterking	5
Samenwerking.....	6
Toekomstbeeld	6
1.3 Feiten en cijfers	7
Winkelvoorzieningen	7
Koopstromenonderzoek	8
1.4 Bestaande situatie	12
Ruim centrumgebied	12
Huidige functioneel-ruimtelijke hoofdstructuur	12
Markt	12
Horeca.....	13

Diensten	13
Leegstand	13
Wonen	18
Beleving	18
Pleinen	18
Bereikbaarheid en ontsluiting	18
Parkeren	19
Groen	19
2. Trends en ontwikkelingen	20
2.1 Ontwikkelingen detailhandel.....	20
Van groei naar verdringing	20
Balans tussen vraag en aanbod is verstoord	20
Schaalvergroting blijft doorzetten	21
Opschaling van de winkelstructuur	21
Vergrijzing bij consumenten en winkeliers.....	22
Marktaandeel internet blijft toenemen	22
Gewijzigde vestigingsstrategie winkelformules	23
Minder behoefte aan fysieke winkels.....	24
Verschillen per winkelgebied.....	24
Kansrijke gebieden: beleving en boodschappen	24
Kwetsbare gebieden: kleinschalig en 'run'	25
Supermarkten cruciaal in boodschappencentra	26

2.2	Ontwikkelingen horeca	27
	Horeca steeds belangrijker in centra.....	27
	Grote dynamiek in de horeca.....	27
	Vernieuwende concepten	28
3.	Visie Scherpenzeel Centrum	29
3.1	Proces	29
3.2	Doelstelling en ambitie	30
3.3	Sterkte-/zwakteanalyse	30
3.4	Gebiedsafbakening.....	31
3.5	Mobiliteit	33
3.6	Voorzieningen	39
3.8	Sfeer en beleving.....	43
4.	Uitvoeringsprogramma.....	49
4.1	Toelichting	49
Bijlagen		
	Bijlage 1: Conclusies uit interactief proces	55
	Bijlage 2: Factsheet KSO Scherpenzeel	57
	Bijlage 3: Input sterkte/zwakte-analyse	59



← Amerongen 11
Renswoude 3

Woudenberg 5
Amersfoort 14 →

← Ede 14
Arnhem 33

Utrecht 27 →

← 80
73 →

1. Context

1.1 Inleiding

In en rondom het centrumgebied van Scherpenzeel spelen diverse vraagstukken. Deels zijn deze bekend, zoals de verkeersdrukte op de Dorpsstraat, leegstand en de parkeerproblematiek. Deels zijn deze ook onbekend. In Scherpenzeel leeft in elk geval het gevoel van urgentie om de spelende vraagstukken aan te pakken. Een brede integrale visie op het centrumgebied is hierbij essentieel. De bestaande visie op het centrum was als onderdeel opgenomen van de voorheen geldende Structuurvisie Scherpenzeel 2001-2010. De visie is niet meer actueel en dient daarom te worden herijkt. In de momenteel geldende structuurvisie is aangegeven dat op korte termijn nadere visievorming voor het centrum gaat plaatsvinden.

Doel van de centrumvisie:

Een voor Scherpenzeel kwalitatief voldoende en passend voorzieningenniveau in het centrumgebied.

De Centrumvisie wordt een brede integrale visie op het Centrumgebied. Breed in de zin van visievorming op het gehele scala aan aspecten die invloed hebben op het functioneren van het centrumgebied op alle vlakken. Integraal in die zin dat de visie niet alleen een ruimtelijke insteek kent, maar ook een economische, sociale en maatschappelijke. De Centrumvisie levert uiteindelijk een gewenst toekomstbeeld op van het centrumgebied van Scherpenzeel. Hierbij is naast de winkelveorzieningen, ook aandacht voor thema's als leefbaarheid, wonen, verkeer en horeca.



Het centrum van Scherpenzeel is divers en biedt voor een relatief kleine kern veel voorzieningen. Het kent een veelzijdig winkelaanbod, met zowel lokale winkels als bekende winkelketens zoals Kruidvat, Blokker, Intertoys en Hema. In Scherpenzeel is momenteel geen sprake van veel leegstand, maar gelet op landelijke ontwikkelingen en trends specifiek in kleine kernen, kan gesteld worden dat indien de gemeente geen beleid ontwikkelt, het aantal leegstaande winkelpanden mogelijk zal toenemen. Daarom is het van belang een visie te ontwikkelen op het centrumgebied en dan niet alleen voor de korte termijn maar ook voor de langere termijn. Deze visie kijkt in elk geval 10 jaar vooruit, met een doorkijk verder in de toekomst. Gelet echter op de grilligheid van de economie en ook bijvoorbeeld technische ontwikkelingen en het veranderend consumentengedrag, is het van belang minstens eens in de tien jaar de centrumvisie te herijken, dan wel te actualiseren.

Bij het ontwikkelen van de visie is het enerzijds van belang de landelijke, regionale en lokale trends en ontwikkelingen te volgen, anderzijds is het ook belangrijk in beeld te hebben wat de kwaliteiten en de verbeterpunten zijn van het Scherpenzeels centrumgebied. In deze visie is uitgebreid onderzoek gedaan naar de sterke en zwakke punten en daarmee ook de kansen en bedreigingen van het centrumgebied.

Samen voor een kloppend hart

Het is een illusie te veronderstellen dat de gemeente Scherpenzeel met deze visie in staat is zelf de doelstelling te behalen en ervoor te zorgen dat het voorzieningenniveau op peil blijft. De gemeente kan dit alleen samen met de verschillende stakeholders bereiken. Met name wordt dan gedacht aan de Scherpenzeelse ondernemers, maar ook de Scherpenzeelse bevolking. In dat



licht zijn deze partijen ook uitgebreid betrokken bij de totstandkoming van de visie. Uiteindelijk zullen we het samen moeten doen.

Van belang is ook dat niet alleen het voorzieningenniveau op peil blijft, maar dat het centrumgebied van Scherpenzeel ook past bij het dorp Scherpenzeel. Dat geldt dan niet alleen voor het winkelaanbod, maar ook voor de uitstraling van het centrumgebied. Kleinschaligheid en dorpse gezelligheid zijn hierbij uitgangspunt.

Inspirerende en toekomstbestendige visie

Voor een duurzame ontwikkeling en kwaliteitsverbetering van het centrum is behoefte aan een visie op de ruimtelijke en functionele structuur. Deze visie biedt een helder beeld van de kwaliteiten en mogelijkheden van het centrumgebied voor de komende 10 jaar. Dit kan ook houvast bieden voor bijvoorbeeld investeringen van partijen op de juiste locaties in een wijzigende markt. Tegelijkertijd biedt de visie voldoende flexibiliteit voor toekomstige ontwikkelingen.

Kader toekomstige centrumontwikkelingen

Deze integrale visie op de functionele en ruimtelijke structuur van het centrum dient als kader waarmee richting wordt gegeven voor de ontwikkeling van (delen van) het centrumgebied. De nieuwe visie vervangt hetgeen over het centrum is gesteld in de voorheen geldende structuurvisie (2001-2010), maar komt op veel onderdelen nog steeds overeen. De voorliggende visie geeft echter een meer diepgaand beeld en behandelt ook



meer onderwerpen die het centrumgebied aangaan. De nadruk ligt op de voor het centrumgebied belangrijke onderdelen: mobiliteit, voorzieningen en sfeer en beleving.

Interactief traject

De visie is tot stand gekomen in een zeer open proces waarin op meerdere momenten alle belanghebbende centumpartijen (ondernemers, bewoners, eigenaren en gemeente) hun inbreng hebben kunnen leveren (bijlage: resultaten interactief proces).

Leeswijzer

De volgende paragraaf is een samenvatting van de voorliggende visie en bevat een beschrijving van de toekomstvisie op het centrumgebied op hoofdlijnen. Vervolgens wordt een overzicht gegeven van de feiten en cijfers van Scherpenzeel en het centrum. Hoofdstuk 2 gaat in op de landelijke trends en ontwikkelingen in de detailhandel, horeca en dienstensector en de betekenis hiervan voor Scherpenzeel-centrum. Hoofdstuk 3 geeft op basis van ambities en opgaven per thema (Mobiliteit, Voorzieningen en Sfeer en beleving) de toekomstvisie op het centrum, en de verschillende onderdelen die hierin van belang zijn. Als hoofdstuk 4 is het uitvoeringsprogramma opgenomen.



1.2 Toekomstvisie

In steeds meer dorpen en kleine steden verdwijnen voorzieningen uit de centrumgebieden. Centrumgebieden veranderen daarmee van winkelgebied naar woongebied en de bevolking is aangewezen op voorzieningencusters in de omgeving. Het centrumgebied wordt daardoor minder een plek waar mensen elkaar kunnen ontmoeten en waar ontspanning gevonden kan worden. Lokale ondernemers krijgen het ook steeds moeilijker om voldoende klanten te bereiken, zonder trekkers in hun omgeving.

Scherpenzeel kiest ervoor om deze ontwikkeling te voorkomen. Het bestaande voorzieningenniveau en ook de maatschappelijke functie die het huidige centrumgebied heeft worden door de inwoners van Scherpenzeel en ook de overige bezoekers van het centrum erg gewaardeerd. Hierom wil de gemeente Scherpenzeel inzetten op behoud van de centrumfunctie.



Behoud door versterking

Een hoogwaardig voorzieningenniveau en een aantrekkelijk centrumgebied worden beschouwd als een grote kwaliteit van Scherpenzeel als woonkern. Juist om die kwaliteit te behouden is het van belang deze te versterken. Focus ligt op verdere benutting en ontwikkeling van de sterke punten van het centrumgebied. Hier zet Scherpenzeel de komende jaren op in.



Samenwerking

Lokale samenwerking is in dit proces essentieel. Doelstellingen kunnen alleen worden bereikt wanneer de gemeente, de ondernemers en ook de inwoners samenwerken. De gemeente start samen met de lokale ondernemers een overlegstructuur waarbij in gezamenlijkheid initiatieven worden verkend en ondernomen, voortgang wordt besproken en voortdurend wordt gewerkt aan verdere ontwikkeling van het centrumgebied. Ook de inwoners worden in het proces betrokken. Samen voor een kloppend hart.

Toekomstbeeld

Doel is een centrumgebied met voldoende voorzieningen (winkels, horeca, diensten etc.) in een aantrekkelijke, veilige en efficiënte setting. Daarnaast is het centrum een prettige, leefbare omgeving om te wonen en te verblijven.

Het centrumgebied is in de toekomstige situatie herkenbaar en kenmerkt zich door een aantrekkelijk en uniform straatbeeld en is een fijne plek om te verblijven. In het winkelgebied is nauwelijks sprake van leegstand doordat winkelgebieden compacter zijn en op verschillende plekken mogelijkheden worden geboden voor het omzetten van winkelpanden naar woningen. Er is voldoende ruimte om te parkeren en de winkels zijn goed bereikbaar. De wegen in het centrumgebied zijn veilig en de verschillende verkeersstromen worden overzichtelijk begeleidt. De gemeente slaat de handen ineen met winkeliers en inwoners om de kwaliteit van het functioneren van het centrumgebied continu op peil te houden en te verbeteren.

Verderop in deze visie wordt dit verder uitgewerkt.



1.3 Feiten en cijfers

De gemeente Scherpenzeel telt per 31 maart 2015 9.515 inwoners. Dit betekent een stijging van 425 inwoners ten opzichte van 1-1-2001. Volgens de Bevolkingsprognose van de provincie Gelderland zet deze stijging zich in versterkte mate door. Het aantal inwoners groeit volgens de prognose naar 10.017 in 2020 en 10.861 in 2030 en blijft ook daarna stijgen.

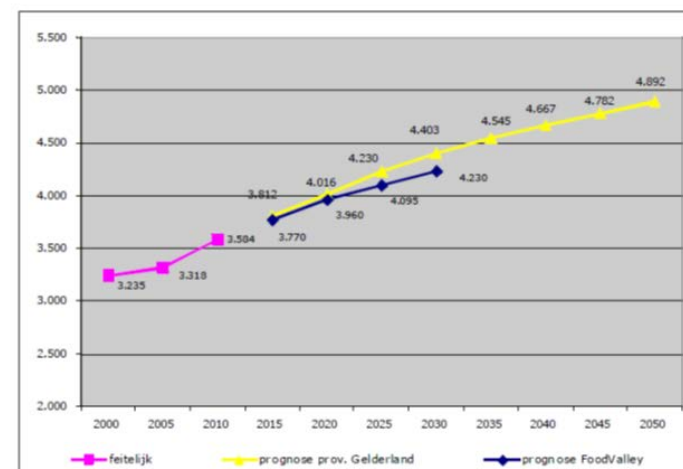
In het kader van de centrumvisie is met name ook het aantal huishoudens van belang. Dit aantal groeit volgens de provinciale prognose van 3.635 huishoudens in 2015 naar 4.016 in 2020 en 4.403 in 2030. Het aantal inwoners is in 2020 met 5,3% gestegen ten opzichte van 2015, het aantal huishoudens met 10,5%. Het aantal huishoudens stijgt harder dan het aantal inwoners door de voortgaande gezinsverdunding die voor een groot deel het gevolg is van de vergrijzing en de daarmee gepaard gaande toename van het aantal eenpersoonshuishoudens.

Zoals in nagenoeg elke gemeente in Nederland is ook in Scherpenzeel sprake van vergrijzing. Scherpenzeel kent een steeds groter aantal 65+ers. Jong en oud blijft echter enigszins in balans vanwege een relatief hoog vruchtbaarheidscijfer. Hierdoor kent Scherpenzeel relatief veel grote gezinnen. Voor het winkelaanbod betekent dit dat een breed scala aan doel- en leeftijdsgroepen bediend dienen te worden.

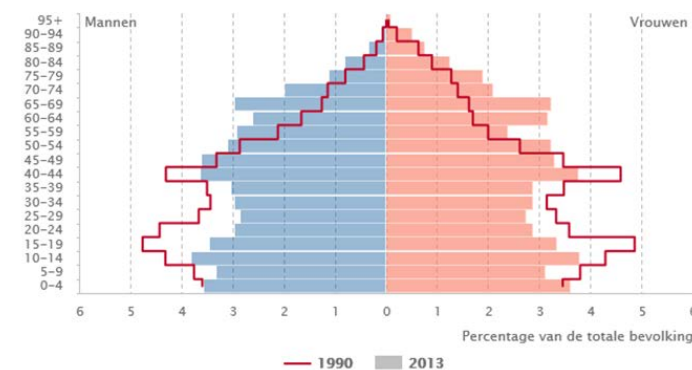
Winkelvoorzieningen

Voor een dorp met een omvang als Scherpenzeel beschikt Scherpenzeel over een tamelijk hoog voorzieningenniveau en een uitgebreid en gevarieerd winkelaanbod.

Huishoudensontwikkeling Scherpenzeel 2000-2050
(bron: CBS, Provincie Gelderland, Comanen)



Bevolkingspiramide Scherpenzeel 1990 en 2013



Bevolkingsgegevens (CBS)

In het centrumgebied bevinden zich twee supermarkten, namelijk een Jumbo en een Aldi. Daarnaast zijn er ook enkele landelijke ketens vertegenwoordigd met een Kruidvat, Hema, Blokker, Big Bazar, Zeeman en Ter Stal. Met name in het westelijke deel van het centrumgebied zijn enkele lokale ambachtelijke bedrijven gevestigd zoals bakkers, slaggers en groentewinkels. Deze ambachtelijke winkels treft men evenwel ook verspreid in het centrumgebied.

In het centrumgebied van Scherpenzeel is de horeca goed vertegenwoordigd. Met 9 bedrijven is het horeca-aanbod voldoende te noemen. Ook is het aanbod gevarieerd. Ook net tegen het centrum aan zijn enkele horecagelegenheden gevestigd zoals de Witte Holevoet en Boschzicht.

Overige voorzieningen in de vorm van diverse soorten dienstverlening treft men verspreid door het centrumgebied aan. In voldoende mate zijn kappers, opticiens, fotografen etc aanwezig. Uiteraard bevinden zich in het centrumgebied ook enkele kantoren van makelaars, assurantie kantoren etc.

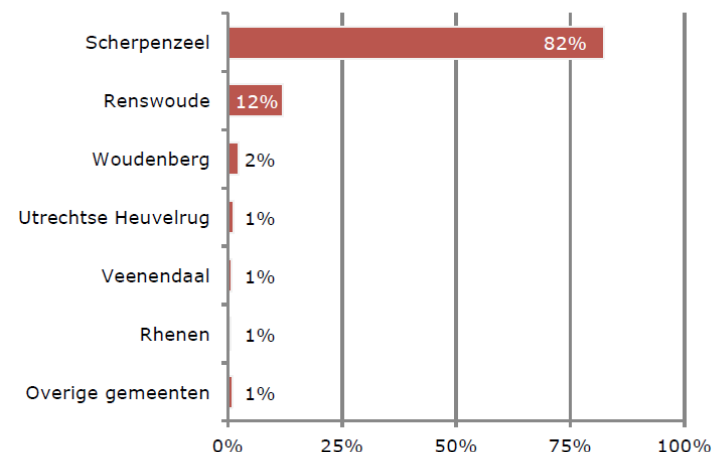
In Scherpenzeel is nog relatief weinig sprake van leegstand. In augustus 2015 waren er drie leegstaande panden. In 2016 stond 400 m² van de in totaal 9.600 m² wvo (winkelvloeroppervlak) in Scherpenzeel leeg.

Koopstromenonderzoek

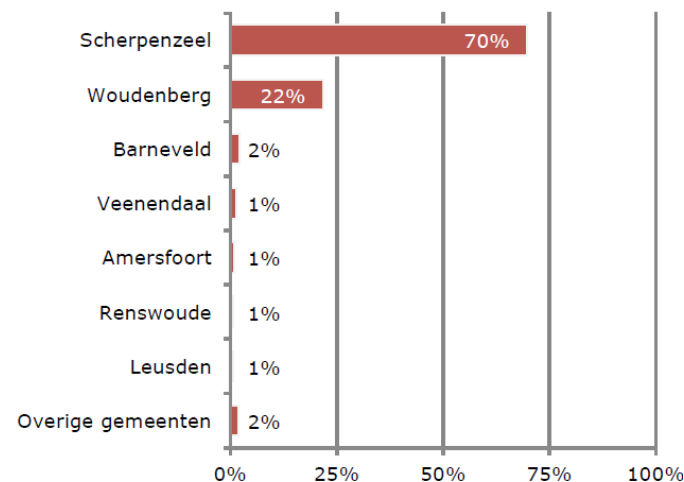
Onlangs is in opdracht van de gemeente door het bureau I&O Research een onderzoek uitgevoerd naar de koopstromen in en om Scherpenzeel. Het onderzoek heeft plaatsgevonden door middel van een telefonische en online enquête onder 323 inwoners van Scherpenzeel. Ook buurgemeenten zijn betrokken in het onderzoek. Het onderzoek heeft onderdeel uitgemaakt van

Dagelijkse sector

Waar komt omzet in Scherpenzeel vandaan?



Waar gaan bestedingen uit Scherpenzeel naar toe?



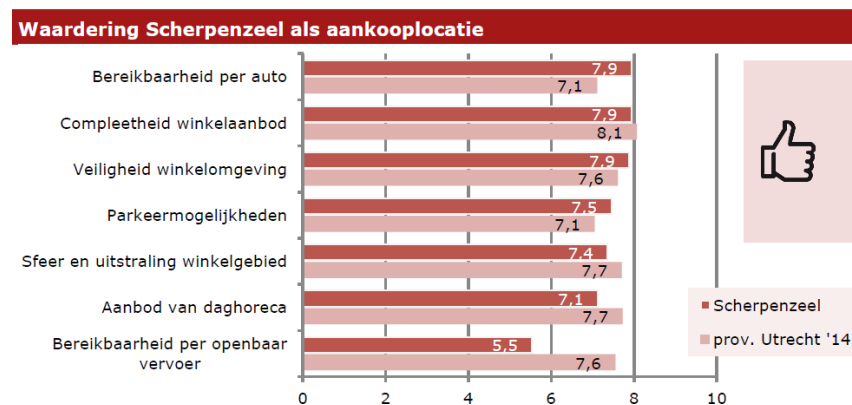
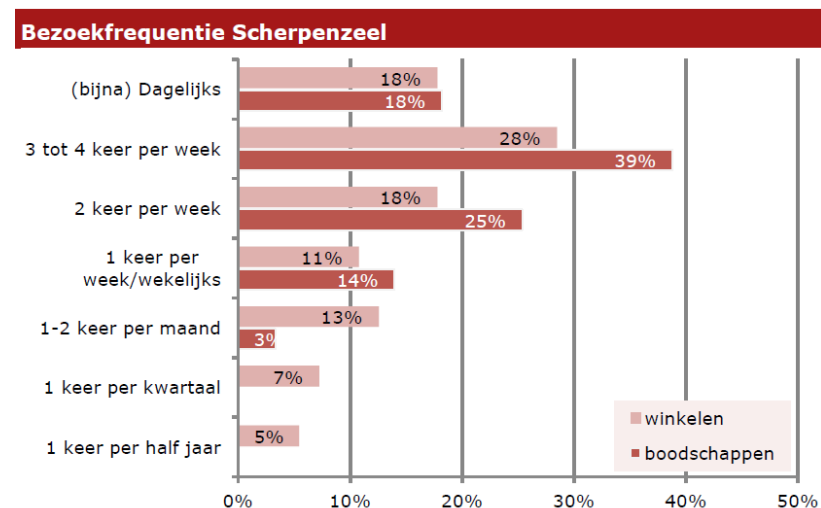
Internet: 1%

een groter koopstromenonderzoek voor de provincie Utrecht. In dat onderzoek zijn de Gelderse randgemeenten ook meegenomen. Vandaar ook dat in de resultaten van het onderzoek de vergelijking wordt gemaakt met de provincie Utrecht.

In het koopstromenonderzoek is antwoord gezocht op veel vragen die relevant zijn voor het centrumgebied van Scherpenzeel. In welke mate doen inwoners van de Scherpenzeel bijvoorbeeld hun aankopen in de eigen gemeente en komen ook bezoekers van buiten de gemeente hier dagelijkse of niet-dagelijkse artikelen kopen? En hoe verhoudt de kooporiëntatie van inwoners zich met gemeenten van vergelijkbare omvang? De resultaten zijn in de vorm van een factsheet als bijlage toegevoegd.

Op basis van het koopstromenonderzoek kan worden geconcludeerd dat veel Scherpenzeelers toch gebruik maken van het centrum van Scherpenzeel. Met name gebeurt dit voor de dagelijkse boodschappen. 82% van de omzet in Scherpenzeel wordt geleverd door Scherpenzeelse consumenten (12% komt uit Renswoude). 70% van de Scherpenzeelse consumenten maken voor producten in de dagelijkse sector gebruik van het Scherpenzeelse centrum. 22% van de Scherpenzeelse consumenten wijkt hiervoor uit naar Woudenberg. Belangrijk is het om in elk geval deze gebruikers van het centrum te blijven binden en wellicht een nieuwe groep consumenten te boeien.

Liefst 96% van de consumenten die meestal boodschappen doen in Scherpenzeel gaat minimaal 1 keer per week hiervoor naar Scherpenzeel. Met uitzondering van de bereikbaarheid per openbaar vervoer wordt Scherpenzeel als aankooplocatie ook op alle overige aspecten met een ruime voldoende gewaardeerd. Op basis van de cijfers en onderzoeksresultaten kan gesteld



worden dat Scherpenzeel met name wordt gezien als een (dagelijkse)
boodschappencentrum en dat het gebied daarvoor positief wordt
gewaardeerd.





1.4 Bestaande situatie

Ruim centrumgebied

Alle publieksgerichte functies in het centrum van Scherpenzeel zijn voornamelijk gevestigd in het gebied tussen Holevoetplein (west), de Markstraat / Beukenlaan (noord) en Oosteinde (oost). Dit is een zeer ruim gebied in relatie tot het aanwezige aanbod, waardoor onderlinge afstanden tussen de verschillende functies vaak groot zijn.

Huidige functioneel-ruimtelijke hoofdstructuur

De meeste centrumfuncties zijn verspreid door het centrum gevestigd. Toch zijn qua spreiding enkele opvallende conclusies te trekken (kaart):

- Met name in het westelijk deel van het centrumgebied zijn ambachtelijke bedrijven geconcentreerd.
- De supermarkten zijn gespreid gesitueerd
- Ten zuiden van de Dorpsstraat van Royaardslaan tot Plein 1940 zijn nauwelijks winkels aanwezig.
- Winkels concentreren zich met name rondom Plein 1940 en de Marktstraat (winkelhart). Hier zijn de meeste winkels gevestigd en is bijna overal sprake van een aaneengesloten winkelfront.
- Diensten als makelaars, kappers, etc komen verspreid voor in het centrumgebied maar lijken zich vooral te bevinden in het oostelijk deel van het centrum

Markt

De weekmarkt ($\pm$ 20 kooplieden) wordt iedere woensdag gehouden op het Plein 1940 en in een deel van de Marktstraat. De weekmarkt wordt goed



bezocht en er zijn doorgaans weinig lege standplaatsen. Verspreid over de week wordt verder door verschillende marktkoopliden een aantal standplaatsen in genomen.

Horeca

De horecabedrijven zijn verspreid over het centrumgebied. Er is een gevarieerd aanbod. Van een concentratie van horecabedrijven is geen sprake. Er lijkt geen behoefte te bestaan aan een horecacluster binnen het centrumgebied.

Diensten

Ook de diensten vindt men verspreid over het centrumgebied, al zijn de meeste dienstverlenende bedrijven te vinden langs de randen. Hier is de bereikbaarheid beter en zijn de huurprijzen net lager dan in het winkelhart.

Leegstand

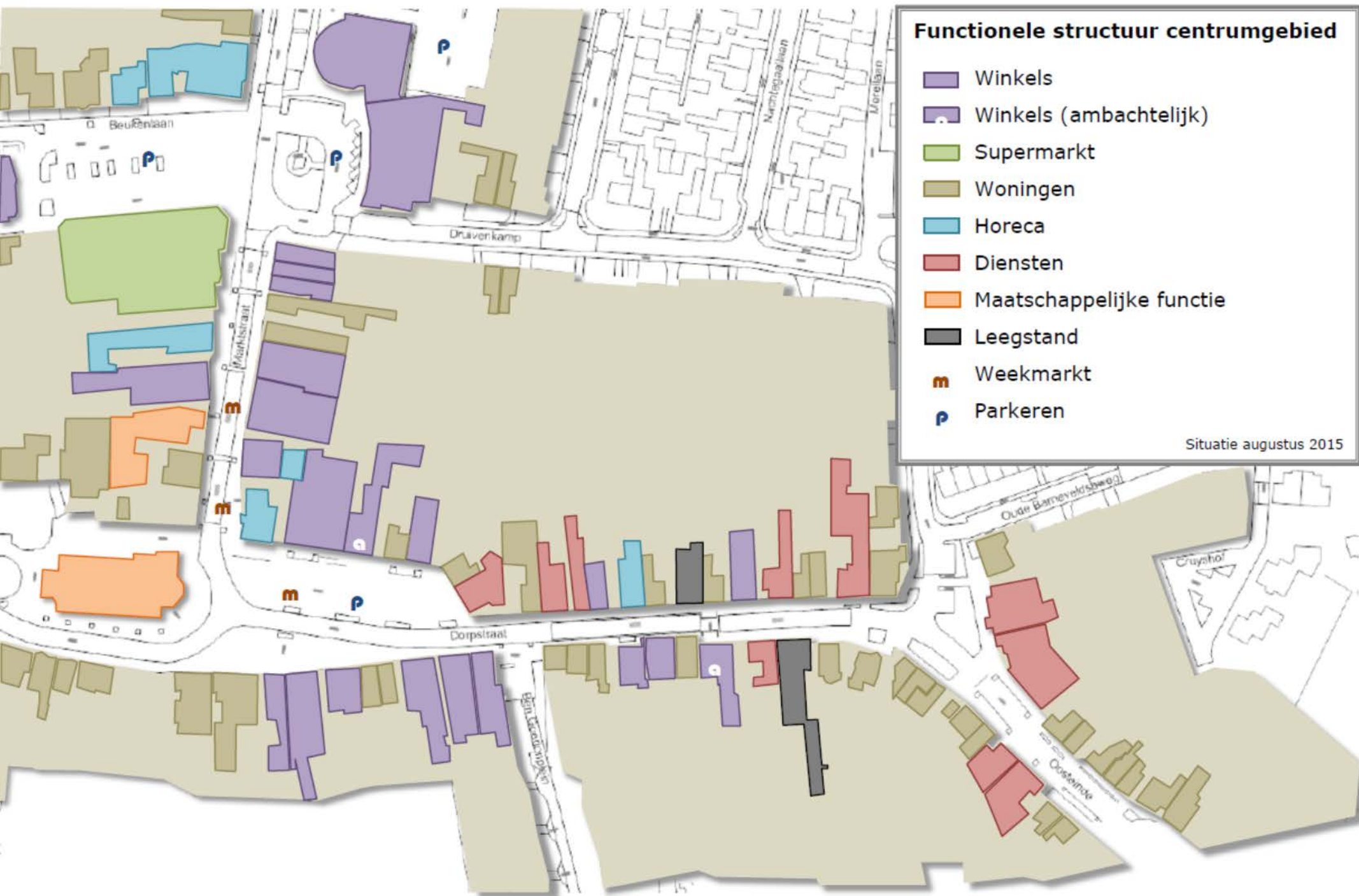
In Scherpenzeel is in relatief beperkte mate sprake van leegstand. Een kleine kern als Scherpenzeel is echter wel kwetsbaar. Voor meer leegstand moet dan ook worden gewaakt. Gelet op trends en ontwikkelingen is een stijging van het aantal leegstaande panden evenwel te verwachten en moeilijk te voorkomen.



gemeente	WVO (incl leegstand)	WVO (excl leegstand)	leegstand	dagelijks	Mode & luxe	Vrije tijd	In/om huis	Detailhandel overig
Scherpenzeel	9.600	9.200	400	2.600	2.600	500	3.000	500

*Locatus 2016



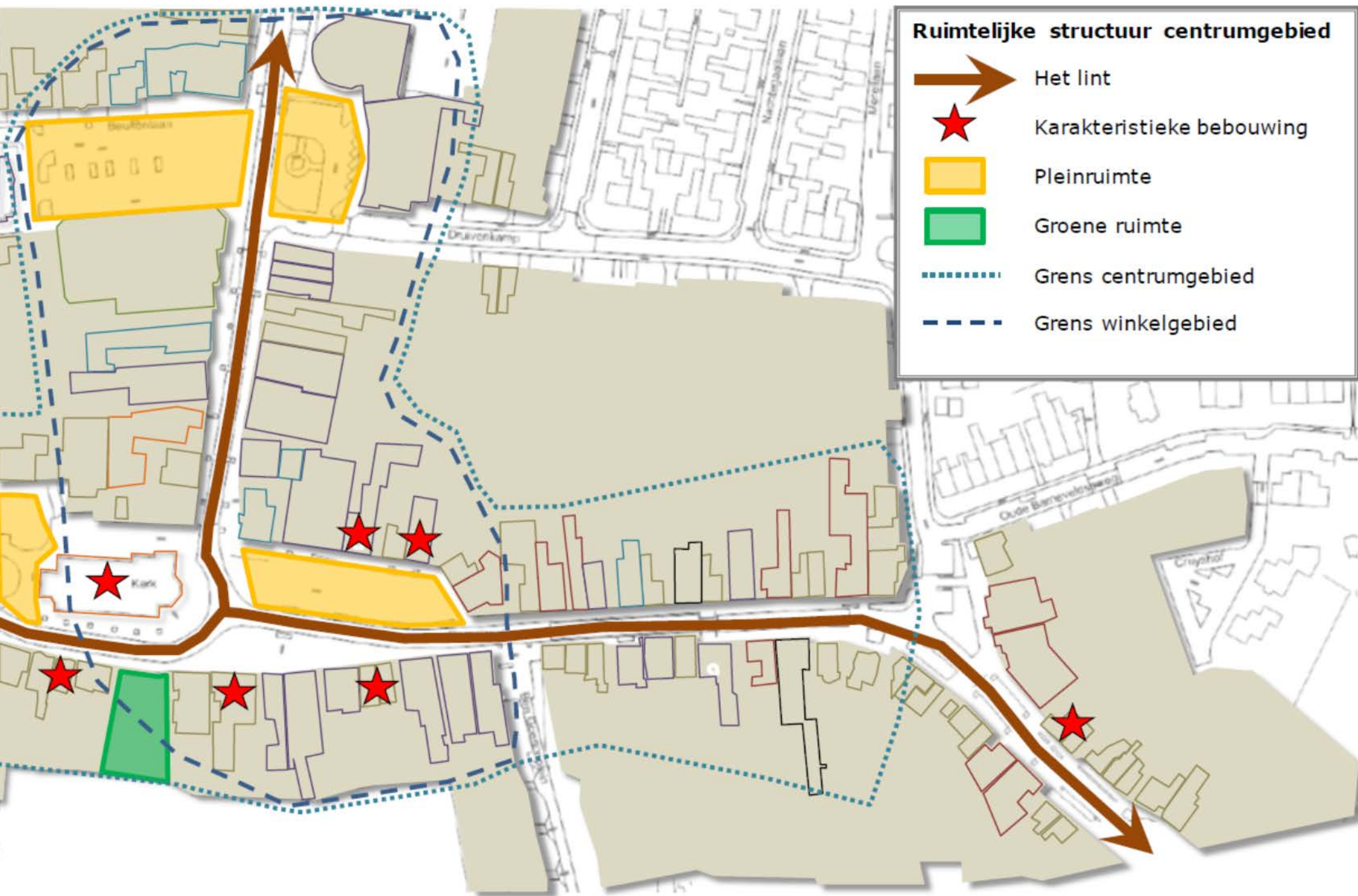


Functionele structuur centrumgebied

- Winkels
- Winkels (ambachtelijk)
- Supermarkt
- Woningen
- Horeca
- Diensten
- Maatschappelijke functie
- Leegstand
- Weekmarkt
- Parkeren

Situatie augustus 2015





Wonen

De woonfunctie is een belangrijke centrumfunctie in het gehele centrumgebied. In delen van het centrum met overwegend publieksfuncties wordt veelal op verdieping boven deze functies gewoond. In alle andere delen domineert de woonfunctie het straatbeeld. In delen van de Dorpsstraat is de winkelfunctie de afgelopen jaren langzaam maar zeker afgenomen en zijn meerdere winkelpanden of panden ten behoeve van dienstverlening van functie gewisseld naar wonen.

Beleving

Scherpenzeel kent vele monumenten en daarmee ook een karakteristiek en ook sfeervol centrumgebied. Beeldbepalende gebouwen treft men verspreid aan door het centrum. Met name rondom het kerkgebouw van de Hervormde Gemeente en het Plein 1940 bevinden zich clusters van karakteristieke en beeldbepalende bebouwing. Ook het pleintje bij het oude gemeentehuis aan de Dorpsstraat is in dit licht waardevol.

Pleinen

Het centrumgebied van Scherpenzeel kent een aantal grotere en kleinere pleinen. De meeste pleinen zijn echter overwegend in gebruik als parkeervoorziening. Het Plein 1940 heeft de voornaamste pleinfunctie.

Bereikbaarheid en ontsluiting

De meeste bezoekers van het centrumgebied van buiten Scherpenzeel komen via de Dreef en de Marktstraat naar het centrum. Met name ook omdat de grootste parkeerconcentratie zich aan de Marktstraat bevindt. Ook



de supermarkt (Jumbo) is daar gesitueerd. Gelet op het feit dat Scherpenzeel een lintdorp is en de voorzieningen aan een lint zijn gevestigd is het centrum over het algemeen vanuit alle richtingen goed bereikbaar.

Parkeren

Het centrumgebied kent een aantal parkeerclusters, waarvan de voorziening aan de Marktstraat bij de supermarkt de grootste is. Ook Plein 1940 biedt een tamelijk groot aantal parkeerplaatsen. Verder bevindt zich in het centrumgebied verspreid een aantal kleinere clusters alsook solitaire parkeerplaatsen. Bij de supermarkt (Aldi) in het westelijk deel van het centrumgebied bevinden zich ook nog een 40-tal parkeerplaatsen. Over het algemeen wordt het aantal parkeervoorziening in en om het centrum in Scherpenzeel als te klein ervaren. In 2016 is het parkeerterrein aan de Marktstraat achter Big Bazar aangekocht en als openbaar parkeerterrein in gebruik genomen. Het terrein telt ca 40 plaatsen.

Groen

Op enkele plaatsen in het centrum zijn groene elementen te vinden. Langs wegen tref je solitaire bomen, maar op enkele plaatsen ook kleine clusteringen van bomen, struiken, bloemen en planten. Als belangrijkste groenelement voor het centrum is het dorpspark van Huize Scherpenzeel aan te merken. Dit park maakt Scherpenzeel uniek door het groene buitengebied direct te verbinden met het centrumgebied. Het gebied is openbaar en wordt gebruikt door zowel bewoners van het centrum als bezoekers, recreanten en toeristen.



2. Trends en ontwikkelingen

2.1 Ontwikkelingen detailhandel

Van groei naar verdringing

Het consumentengedrag wijzigt, mede als gevolg van de opkomst van internet, smartphones en andere technologische innovaties. Dit heeft gevolgen voor het functioneren van fysieke winkels en winkelgebieden. Waar tot voor kort sprake was van een steeds maar groeiend aanbod vindt nu in toenemende mate verdringing plaats.

Behalve wijzigend consumentengedrag zijn er ook andere autonome trends die effecten hebben op de winkelstructuur in Nederland. In dit hoofdstuk worden deze landelijke trends in de detailhandel en de gevolgen daarvan voor de functie en positie van Scherpenzeel-centrum beschreven.

Balans tussen vraag en aanbod is verstoord

Het totale winkelloppervlak in Nederland is tussen 2003 en 2013 met $\pm 16\%$ gegroeid tot circa 28 mln m² wvo, vooral in de periferie. Daarbovenop staat circa 3,2 mln m² wvo leeg ($\pm 10\%$). Doordat de omvang van het winkelaanbod sneller groeide dan de bevolking ($\pm 4\%$) is het aantal m² winkel per inwoner in tien jaar tijd met circa 12% toegenomen. Doordat ook de bestedingen per hoofd van de bevolking in winkels maar beperkt groeide, is de omzet per m² in de afgelopen tien jaar gedaald met ruim 7%. Dit leidt



tot verdringing: kleinere en zwakkere spelers worden verdrongen door grote spelers met meer inkoopkracht, schaalvoordelen en financiële armslag.

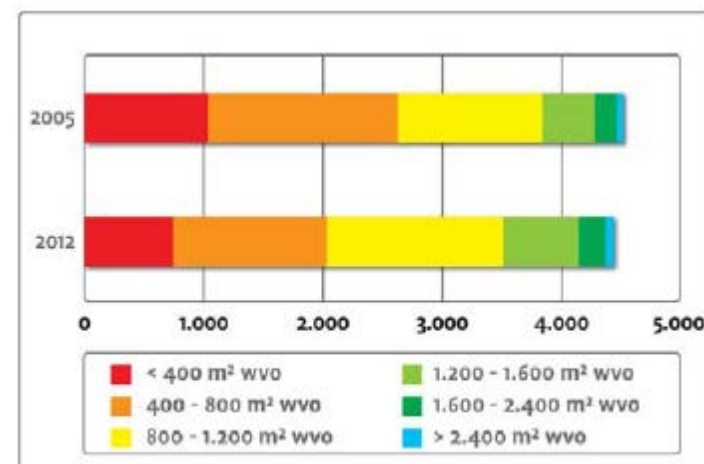
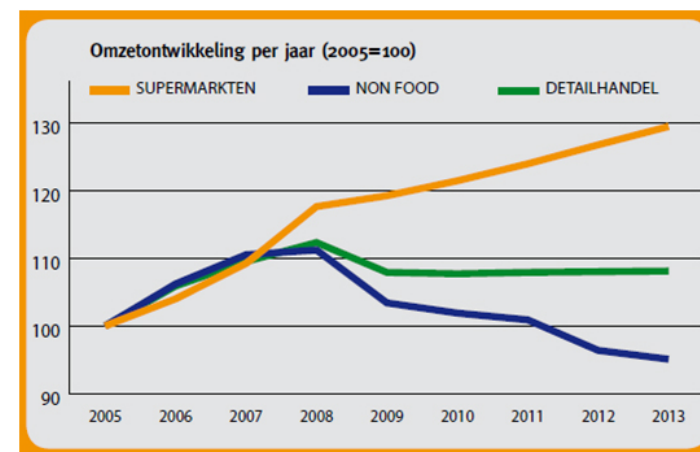
Schaalvergroting blijft doorzetten

Een belangrijke trend in de detailhandel is schaalvergroting, in winkelvloeroppervlak en door filialisering en langere openingstijden. Schaalvergroting is een belangrijke strategie om te overleven in de verdringingsmarkt. De omvang van de gemiddelde winkel groeide tussen 2003 en 2013 van 224 naar 277 m² wvo: nieuwe winkelruimte is gemiddeld groter, en kleine winkels verdwijnen vaker. Het aandeel filiaalbedrijven nam toe van 26% in 2003 tot 37% eind 2013.

Ook in de supermarktbranche is de schaalvergroting duidelijk zichtbaar. Om aan de toenemende wensen van consumenten te kunnen voldoen (ruim assortiment, gemak, comfort en behoefte aan loopruimte) hebben supermarkten een steeds groter oppervlak nodig. Supermarkten worden dan ook gemiddeld steeds groter. Het aantal kleinschalige supermarkten (<800 m² wvo) is de afgelopen jaren fors afgenomen. Het aantal supermarkten met een omvang tussen de 1.200 en 1.600 m² wvo is juist gegroeid. Door de schaalvergroting worden verzorgingsgebieden ook steeds groter en blijven per saldo minder supermarkten over.

Opschaling van de winkelstructuur

In de winkelstructuur als geheel vindt ook schaalvergroting (opschaling) plaats: door het groeiende aanbod is de concurrentie tussen winkelcentra



Schaalvergroting supermarkten

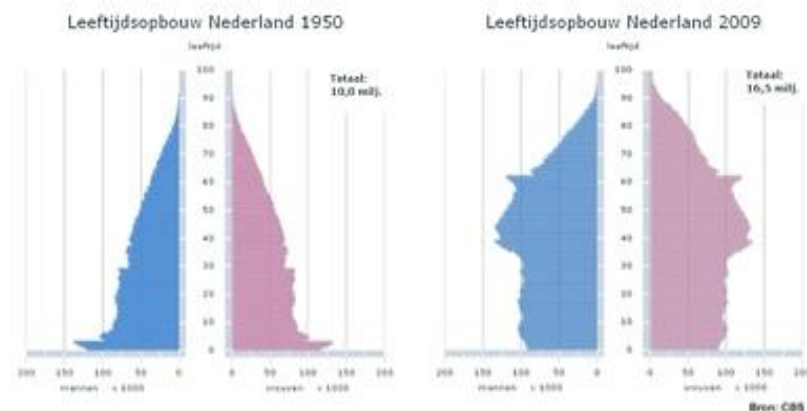
groot. Kleine centra staan onder druk, grotere centra werden de afgelopen jaren groter ten koste van kleinere centra. Deze ontwikkelingen zetten naar verwachting de komende jaren door. Ook in de omgeving van Scherpenzeel is deze ontwikkeling zichtbaar. De potenties voor winkels in de kleinere kernen nemen af.

Vergrijzing bij consumenten en winkeliers

Consumenten besteden minder als gevolg van de economische recessie. Het is nog onduidelijk in hoeverre de recessie aanhoudt. Vergrijzing en ontgroening hebben een nadelig effect op de omzet: ouderen besteden gemiddeld minder in winkels dan personen in de leeftijdsgroepen tussen de 20 en 65 jaar (gezinsvorming, carrière, groter wonen, etc.). Dit heeft vooral gevolgen voor bestedingen in de niet-dagelijkse sector. Het ingezette proces van vergrijzing in de gemeente Scherpenzeel zal de komende jaren langzaam verder gaan. Ook aan de aanbodzijde heeft de vergrijzing grote gevolgen. In 2010 was circa 35% van de zelfstandige mkb-ers al ouder dan 50 jaar. Een groot deel van de zelfstandige winkeliers (babyboomgeneratie) gaat de komende jaren met pensioen. Het aantal ondernemers dat een bedrijf wil of kan overnemen is beperkt door het ongunstige toekomstperspectief. Dit betekent dat veel winkelruimte de komende jaren vrijkomt zonder opvolging of nieuwe invulling.

Marktaandeel internet blijft toenemen

Bestedingen per m² nemen niet alleen af, er vindt ook een verschuiving plaats van bestedingen naar webwinkels. Het marktaandeel van



internetaankopen in de totale detailhandelsbestedingen in Nederland groeide van minder dan 1% in 2002 naar bijna 6% in 2012. In de non-foodsector heeft internet inmiddels een marktaandeel van 11%. Naar verwachting zal het marktaandeel van internet verder toenemen. Hoe groot het marktaandeel van internet wordt, is moeilijk te voorspellen. Beschikbare prognoses lopen sterk uiteen. Dit hangt onder meer af van technologische ontwikkelingen en de mate waarin nieuwe branches erin slagen zich aan te passen aan de online markt. Op basis van prognoses lijkt een marktaandeel van 10 tot 15% in de totale detailhandel in 2020 minimaal realistisch. Effecten van het online winkelen zijn overall reeds merkbaar en ook in bijna alle sectoren, zij het in de ene sector zwaarder dan in de andere. In dorpskernen hebben met name kleding- en boekenwinkels het zwaar te verduren, maar ook reisbureaus en makelaarskantoren. Evenwel is een tendens waar te nemen dat bepaalde internetbedrijven juist weer fysieke winkels openen. Waar mogelijk kan worden ingespeeld op deze ontwikkeling.



Gewijzigde vestigingsstrategie winkelformules

Uit onderzoek blijkt dat winkelformules hun vestigingsstrategie de komende jaren gaan wijzigen. Winkelketens zetten niet langer in op expansie. In toenemende mate focussen zij op een beperkter aantal locaties in grote centra en verzorgingsgebieden. Daar wordt geïnvesteerd in uitbreiding en nieuwe concepten. Op overige locaties wordt nauwelijks nog geïnvesteerd, steeds vaker worden vestigingen gesloten. Ook worden hele winkelformules van de markt verdrongen. Kleinere centra worden steeds kleiner of verdwijnen en grotere centra in grotere kernen worden juist groter.

Minder behoefte aan fysieke winkels

De gevolgen van de ontwikkelingen zijn groot in de winkelmarkt. De groei van internet en demografische ontwikkelingen (o.a. vergrijzing, stagnatie van groei/krimp) leiden tot een afnemende behoefte aan fysieke winkels en baliefuncties. Formules met een groot oppervlak en/of veel vestigingen verdringen kleinschalige spelers. Naar verwachting zal het aantal winkels de komende jaren afnemen, met structurele leegstand tot gevolg. Prognoses lopen uiteen. Het is niet onwaarschijnlijk dat tot 2020 het aantal winkels per saldo met 20% afneemt. Dit betekent sluiting van 1 op de 5 winkels. Dit betekent ook dat een winkelgebied niet alleen aantrekkelijk moet zijn vanwege winkels, maar dat ook andere aspecten als sfeer & beleving, parkeren, bereikbaarheid en specifieke trekkers een belangrijke rol spelen. De uitstraling van de winkels zelf is hierin ook zeer belangrijk.

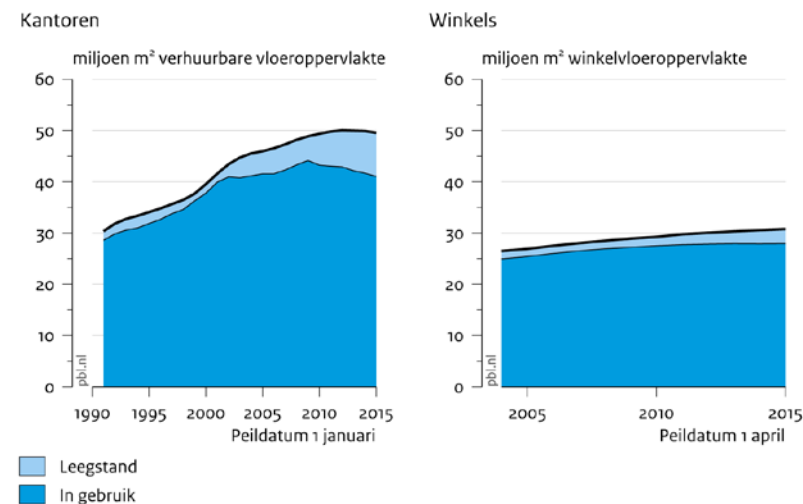
Verschillen per winkelgebied

De ontwikkelingen in de winkelmarkt hebben verschillende gevolgen per type winkelgedrag en type winkelgebied. Per saldo zullen winkels op goede locaties winkels op zwakke locaties verdringen. Dit betekent bedreigingen (toename leegstand) voor het ene (deel van een) winkelgebied, en kansen voor het andere gebied.

Kansrijke gebieden: beleving en boodschappen

Grote hoofdcentra (binnensteden) hebben een sterke uitgangspositie door het grote aanbod. Zij kunnen zich met sfeer en beleving blijven

Voorraad en leegstand van kantoren en winkels



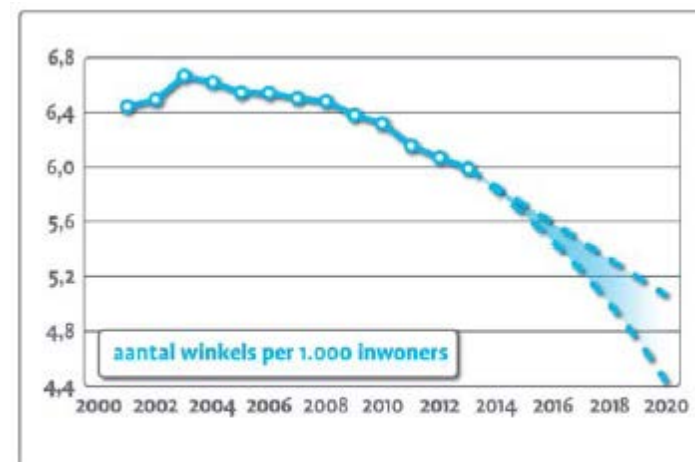
Bron: Bak; Locatus; bewerking PBL

www.pbl.nl

onderscheiden van internet, doordat dit soort centra zich niet alleen richten op 'kopen' als bezoekenmotief, maar ook op het verblijven. 'Een dagje naar de stad' en je daar vermaken is een belangrijker motief voor de consument dan het kopen van producten. Ook boodschappencentra blijven naar verwachting kansrijk, mits het aanbod compleet is en keuze biedt in de nabijheid van de consument (gemak). De Nederlandse consument blijft naar verwachting voor de dagelijkse boodschappen nog sterk georiënteerd op fysieke winkels. Consumenten willen hun eigen versproducten kunnen uitzoeken. Bovendien kost het weinig moeite voor de gemiddelde consument om in fysieke winkels de dagelijkse boodschappen te doen, omdat de toegankelijkheid tot boodschappenwinkels in Nederland heel goed is (de meeste mensen wonen binnen een straal van één kilometer van een supermarkt). De boodschappenfunctie kan steeds belangrijker worden voor Scherpenzeel-centrum. Ook hier is echter sprake van een bedreiging in de vorm van de uitbreidende online mogelijkheden van supermarktwinkelen.

Kwetsbare gebieden: kleinschalig en 'run'

Kwetsbaar zijn centra die zich specifiek richten op prijs en 'run' (grootschalige locaties in de periferie). Deze functie is door internet overgenomen (meest makkelijke en goedkope aankooplocatie). Ook kwetsbaar zijn centra die te klein zijn (buurt- en kleine dorpscentra) en/of centra met weinig onderscheidend vermogen (middelgrote centrumgebieden). Uit recent onderzoek van DTNP blijkt dat veel landelijke winkelformules niet meer investeren (vestigen, uitbreiden) in dit type centra. Op termijn zullen hier formules gaan verdwijnen. Van sluiting van de grote landelijke formules is in Scherpenzeel geen sprake. Scherpenzeel is echter wel klein om als regionaal recreatief winkelgebied te functioneren.

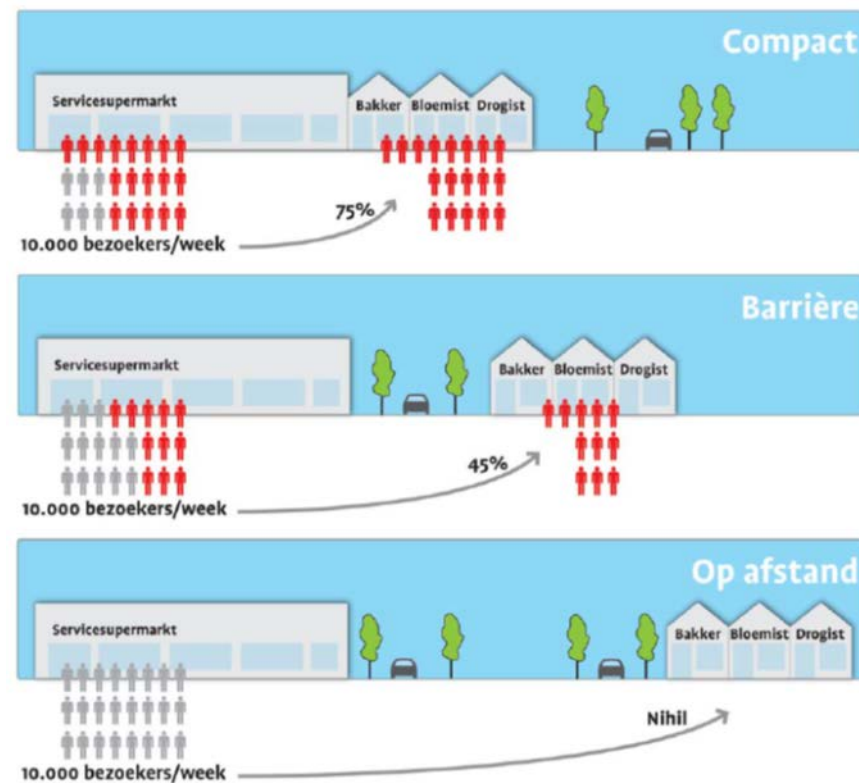


Behoefte aan fysieke winkels neemt af

Scherpenzeel zal er goed aan doen in te spelen op meer kansrijke doelgroepen en bezoekmotieven. Op het moment dat er week- en jaarrond voldoende passanten in het winkelgebied van Scherpenzeel lopen, zijn er ook kansen voor meer recreatief winkelaanbod. Aandacht kan hierbij worden besteed aan het binden van trekkers. Specifieke winkels die consumenten vanuit de regio naar Scherpenzeel lokken vanwege hun unieke assortiment of winkelconcept.

Supermarkten cruciaal in boodschappencentra

Supermarkten zijn de basis bij het hedendaagse boodschappen doen. Het marktaandeel van supermarkten in levensmiddelen ligt rond de 80% en neemt nog steeds langzaam toe. Supermarkten zijn daarmee een grote concurrent voor versspecialzaken. Supermarkten dragen als belangrijkste publiekstrekkers in boodschappencentra anderzijds juist zeer positief bij aan de overlevingskansen van specialzaken. Indien ruimtelijk goed ingepast, brengt een supermarkt een grote passantenstromen op gang en daarmee extra kansen (combinatiebezoek) voor nabijgelegen specialzaken. Ook overige winkels kunnen dan profiteren van de supermarktbezoekers in het centrum. Een goed ingepaste en bereikbare supermarkt is een harde basisvoorwaarde voor de aantrekkingskracht van het winkelgebied.



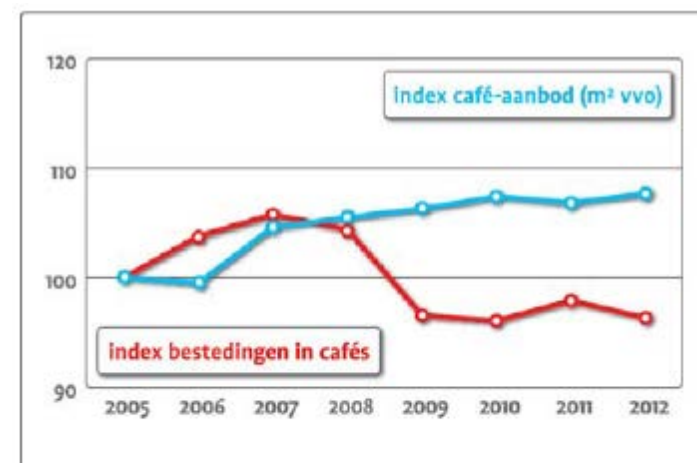
2.2 Ontwikkelingen horeca

Horeca steeds belangrijker in centra

Horecagelegenheden hebben een steeds belangrijkere functie in centrumgebieden. Zij zorgen voor sfeer, en worden gebruikt als ontmoetings- en werkplek. Vooral in grote centra zien we dat vrijkomende winkelpanden worden ingevuld met horeca (zoals lunchrooms, koffiebars, loungecafés en ijssalons). Dit type centra (met sfeer en beleving) zijn ook de meest kansrijke locaties voor horeca (dagje/avondje uit). Clustering en aantrekkelijkheid van de directe omgeving zijn normaal gesproken voorwaarden voor het in stand houden van een divers horeca-aanbod. Ook in kleinere dorps- en stadscentra, zoals Scherpenzeel, kan horeca een prominente functie vervullen. Met een toenemend aantal dag- en verblijfstoeristen in de regio worden de potenties voor (bestaande) horeca vergroot.

Grote dynamiek in de horeca

In de horecasector is sprake van een grote dynamiek. In Nederland gaan per maand circa 30 horecagelegenheden failliet. Echter, per saldo is het aantal starters en beëindigingen ongeveer gelijk. De afgelopen 7 jaar is het aantal horecabedrijven dan ook redelijk stabiel gebleven, ondanks de economische recessie. Het horeca-aanbod in grote centra wordt groter. Wel heeft de conjunctuur van de economie duidelijk invloed op de omzet in de horeca. Het is immers een 'luxe-product' waarop bij economische tegenwind door



Bestedingen in cafés staan onder druk



Bestedingen in restaurants nemen weer toe

consumenten wordt bezuinigd. Met name in de traditionele cafés staan de bestedingen onder druk en gaan bedrijven failliet.

In de restaurant- en fastservicesector neemt landelijk het aantal bedrijven de laatste jaren weer toe, ondanks de huidige economische laagconjunctuur. Bij toenemende toeristische potenties zijn ook in Scherpenzeel kansen voor daghoreca en restaurants.

Vernieuwende concepten

Sectoroverschrijdende concepten zijn vaak succesvol en het denken in concepten en formules heeft een grote vlucht genomen. Een geslaagd voorbeeld is de introductie van het concept grandcafé. Een dergelijk bedrijf past zich gedurende de dag aan het publiek aan (zowel dag- als avondhoreca). Ook juist specialistische horecaconcepten in een thema, zoals een espresso- of wijnbar of een biologisch restaurant zijn kansrijk. Zeer specialistische concepten zoeken vaak grotere stadscentra met een groot verzorgingsgebied op om een voldoende klantenpotentieel te kunnen bereiken (specifieke doelgroep), al zou ook Scherpenzeel interessant kunnen zijn voor een specialistische regionale trekker gelet op relatieve lage huurprijzen, goede bereikbaarheid en parkeren.



3. Visie Scherpenzeel Centrum

3.1 Proces

Scherpenzeelse burgers en ondernemers hebben een grote rol gekregen bij het vormen van een visie op het centrumgebied. Deze stakeholders zijn de gebruikers van het centrumgebied en zijn daarom erg belangrijk bij het bepalen van de koers. Samen met burgers en ondernemers is het centrumgebied onder de loep genomen en is bekeken wat bestaande kwaliteiten zijn en wat verbeterpunten zijn. Vervolgens is samen gekeken wat concreet gedaan kan worden en hoe. Daarin zijn conclusies getrokken binnen de thema's mobiliteit, voorzieningen en sfeer en beleving. Deze conclusies vormen de uitgangspunten voor de voorliggende centrumvisie.

Dit interactieve traject is gestart met een werkbijeenkomst. Tijdens deze bijeenkomst is het proces afgetrapt en is met vele belangstellenden gebrainstormd over de sterke en zwakke punten van het centrumgebied. Hierna zijn in een select gezelschap bestaande uit ondernemers, burgers en overige deskundigen in een aantal werksessies de genoemde thema's verder uitgewerkt, wat uiteindelijk heeft geleid tot conclusies per thema, alsook in meerdere quick-wins. Tijdens dit traject zijn verder nog twee centrumschouwen georganiseerd, waarbij met belangstellenden het centrumgebied is bezocht en meteen ook verbeterpunten concreet zijn beschouwd.

Het resultaat van dit gehele proces, in de vorm van conclusies en uitgangspunten, is als bijlage bijgevoegd.



3.2 Doelstelling en ambitie

Het centrumgebied van Scherpenzeel – van de kruising Stationsweg/ Hovenierslaan in het westen tot de kruising Oosteinde/Doornboomspark in het oosten en de vestiging van Big Bazar in het noorden – bestaat uit twee kernwinkelgebieden: rondom de Aldi/Burgers en rondom het Plein 1940-1945/Marktstraat.

Het winkelcentrum van Scherpenzeel laat zich het beste omschrijven als een kwalitatief centrum voor het doen van de dagelijkse boodschappen waarbij een goede mix aanwezig is tussen lokale winkels en landelijke ketens. Het is van belang om deze mix ook de komende jaren te behouden.

Doelstelling is een voor Scherpenzeel kwalitatief voldoende en passend voorzieningenniveau in het centrumgebied. Waar mogelijk scheppen we voorwaarden voor een centrumgebied dat past bij het dorp Scherpenzeel en voldoende sfeer en beleving kent om het kloppend hart te zijn en te blijven voor Scherpenzeel en haar bevolking.

3.3 Sterkte- / zwakteanalyse

Om te bezien waar de mogelijkheden liggen om het centrumgebied aantrekkelijker te maken, is het belangrijk te bepalen wat men in de huidige situatie mist en waar men behoefte aan heeft, maar ook wat men nu reeds als aantrekkelijk aan het centrumgebied ervaart.

In het interactieve traject met winkeliers/ondernemers en inwoners/gebruikers van het centrum is nadrukkelijk de vraag aan de orde gekomen wat men nu waardeert aan het centrum, wat de kwaliteiten zijn, en wat de verbeterpunten zijn. Deze sterkten en zwakten zijn per thema



(mobiliteit, voorzieningen en beleving) in beeld gebracht. De resultaten van die inventarisatie zijn in de bijlagen opgenomen. Concluderend heeft de analyse tot de volgende resultaten geleid:

Mobiliteit		Voorzieningen		Beleving	
kwaliteit	verbeterpunt	kwaliteit	verbeterpunt	kwaliteit	verbeterpunt
Gratis parkeren	Dorpsstr onveilig voor fietsers/wandelaars	Goede horecavoorzieningen	Winkels ver uit elkaar	Knusheid en gezelligheid	Meer groen
Minder vrachtverkeer door rondweg De Dreef	Te weinig parkeergelegenheden	Gevarieerd winkelaanbod	Geen pleinvoorziening	Fijn wonen	Ontbreken ontmoetingsplek
Rolstoelvriendelijk	Hard rijden op Dorpsstraat	Twee supermarkten	Weinig evenementen	Veiligheid	Geen duidelijk en herkenbaar winkelhart
Bereikbaarheid	Te weinig (veilige) laad- en losplekken	Weekmarkt	Geen duidelijk winkelhart	Nieuwe verlichting	Onverzorgde braakliggende gronden
Dorpsstraat is doorgaande weg	Onveilige oversteekplaatsen	Weinig leegstand	Voorkomen van toename leegstand	Aanwezigheid dorpspark	

3.4 Gebiedsafbakening

De centrumvisie voorziet niet in een strakke gebiedsafbakening voor wat betreft het centrumgebied. Een afbakening dient een zeker doel te dienen. Scherpenzeel is een lintdorp en kent daarmee ook, eigenlijk per definitie, een zeer langgerekt voorzieningengebied. Van waar je het dorp in komt tot waar je er weer uit gaat. Langs dit hele lint zijn voorzieningen gevestigd, van

bedrijven tot winkels tot horeca. Ook het 'echte' centrumgebied is een groot gebied. Om dit toch enigszins af te bakenen is ervoor gekozen een grens te trekken daar waar nog sprake is van de aanwezigheid van enigszins geclusterde winkel- en/of centrumvoorzieningen. Op de afbeelding op pagina 12/13 is het centrumgebied onder deze onderbouwing aangegeven. Het is evenwel zo dat ook buiten dit centrumgebied winkels en overige centrumvoorzieningen gevestigd zijn. Het feit dat het centrumgebied afgebakend is betekent niet dat winkels buiten dit gebied ongewenst zijn of dat beleid erop gericht zal zijn winkels in deze gebieden te weren. Concentratie van horeca, winkels en andere voorzieningen maken een centrum aantrekkelijk. Een afbakening van het gebied is belangrijk om zo binnen dit gebied de concentratie van voorzieningen zowel in kwantitatieve als in kwalitatieve zin te verhogen.

Scherpenzeel kiest ervoor winkeliers/ondernemers te stimuleren zich binnen het centrumgebied te vestigen. Dit kan bijvoorbeeld door gunstige voorwaarden te scheppen in bestemmingsplannen, maar ook door de openbare ruimte voor ondernemers binnen het centrumgebied nog aantrekkelijker te maken. Om ontwikkelingen als leegstand te voorkomen zet Scherpenzeel - indien nodig - dergelijke maatregelen in. Het gaat dan om stimuleringsbeleid en niet om ontmoedigingsbeleid. We zetten nadrukkelijk niet in op ontmoediging buiten de grenzen van het centrumgebied.

Om een toename van leegstand te voorkomen is het belangrijk dat ook een winkelgebied wordt afgebakend. Dit is een gebied waarvoor het, met het oog op het voortbestaan van ons centrumgebied, van essentieel belang is dat leegstand wordt voorkomen. Hier bevinden zich de voor de aantrekkingskracht van Scherpenzeel meest belangrijke winkelvoorzieningen



en dit is het deel van het centrum dat de meeste bezoekers trekt. Omdat leegstandsontwikkelingen een domino-effect kunnen sorteren met vertrek van vele voorzieningen als gevolg, is het van belang dat binnen dit (hoofd) winkelgebied of winkelhart de gebouwen gevuld blijven. En dan bij voorkeur gevuld met functies die hier het beste passen. Dit staat overigens een ander soort of type winkels of voorzieningen niet per definitie in de weg. Ook internetbedrijven die een fysieke etalage wensen, kunnen zich hier vestigen. Scherpenzeel is goed bereikbaar en de huren zijn naar verhouding minder hoog dan in grotere kernen.

Het afgebakende winkelgebied is weergegeven op de afbeelding op pagina's 14 en 15. Het winkelgebied betreft de Marktstraat vanaf de Grote kerk tot aan de Beukenlaan, plus Plein 1940. Om gevestigde winkels daar te houden en het gebied aantrekkelijk te maken (of te houden) kan specifiek beleid worden ontwikkeld voor dit gebied. Dat beleid kan dan net even iets verder gaan dan het maatregelenpakket dat nodig is om het centrumgebied aantrekkelijk te houden. Hierbij kan worden gedacht aan ontmoetingsplekken, sfeerbepalende voorzieningen en maatregelen, zoals groenelementen, verlichting, bestrating en straatmeubilair, evenementen, etc, die ervoor moeten zorgen dat winkelend publiek gelokt wordt en ook vastgehouden. Samen met de ondernemers wordt dit nader uitgewerkt.

3.5 Mobiliteit

Mobiliteit is een belangrijk thema. Zeker in deze tijden waarin tijd schaars is en men dusdanig mobiel is dat uitwijkmogelijkheden altijd voorhanden zijn. Indien het centrum- of winkelgebied niet goed bereikbaar is of wanneer men niet altijd snel kan parkeren, dan kan een potentiële bezoeker even zo



gemakkelijk een ander winkelgebied kiezen. En eenmaal gekozen betekent bij een prettige ervaring vaak voor langere tijd gekozen.

Voor Scherpenzeel is dit thema ook nog eens extra belangrijk omdat Scherpenzeel als lintdorp te maken heeft met de mogelijkheid van doorgaand verkeer. Een 'knip' in de Dorpsstraat is ooit overwogen maar door een meerderheid van belanghebbenden als onwenselijk aangemerkt. Daarom is sprake van een doorgaande route en worden de verschillende verkeersstromen gecombineerd met winkelvoorzieningen. Veiligheid is hierbij wel erg belangrijk. Doelstelling bij dit thema is dan ook het zorgen voor een in alle opzichten veilig centrumgebied.

Voor wat betreft dit thema streeft Scherpenzeel de volgende ambities na. De volgorde is willekeurig en houdt geen prioritering in.

De openbare ruimte (bestrating, straatmeubilair, etc.) in het winkelgebied moet uniform zijn. Nu is sprake van een gemêleerd geheel aan bestratingsvormen. Doelstelling is een uniform beeld. In de praktijk betekent dit dat bij een vervangingsopgave de bestratingssoort wordt aangesloten op de reeds definitief aangebrachte bestrating. In dit geval is de bestrating zoals deze onlangs is aangelegd bij de Hervormde Kerk en Plein 1940 uitgangspunt voor het centrumgebied.

Ook de verlichting wordt uniform gemaakt. Voor straatmeubilair en overige straataankleding en –voorzieningen wordt nog een standaard gekozen. Uniformiteit leidt ook tot herkenbaarheid van het centrumgebied en is daarmee erg belangrijk.



Het aantal parkeerplaatsen in en om het centrumgebied moet worden uitgebreid. In dat kader is medio 2016 het terrein aan de Marktstraat, achter Big Bazar, reeds aangekocht. Op het terrein zijn ca 40 parkeerplaatsen aanwezig. Bekeken wordt in hoeverre dit effect heeft op de behoefte aan nieuwe parkeerplaatsen.

Hoewel wellicht een verdere uitbreiding van het aantal parkeerplaatsen niet dringend aan de orde is, is het wel van belang in beeld te hebben waar in en om het centrum mogelijkheden zouden kunnen liggen voor een uitbreiding van het aantal parkeerplaatsen. Een onderzoek moet dat inzicht bieden. Mogelijkheden om braakliggende terreinen – al is het maar tijdelijk – om te zetten naar parkeerterreinen worden hierin ook meegenomen.

Het is belangrijk over voldoende parkeerplaatsen te beschikken. Het komt vaak voor, zeker op piekmomenten (donderdag t/m zaterdag), dat met name rondom de supermarkten sprake is van een tekort aan parkeerplaatsen. Elke mogelijkheid of kans om het aantal parkeerplaatsen uit te breiden wordt zorgvuldig in beeld gebracht.

Ook met het oog op bepaalde ontwikkelingen in het centrumgebied, zoals evenementen en omzettingen van winkelpanden naar woonpanden (niet in het winkelgebied), is een uitbreiding van de parkeermogelijkheden gewenst. In dit licht wordt een mogelijk parkeerfonds overwogen om zo nieuwe ontwikkelingen die extra druk leggen op de parkeersituatie in het centrumgebied mee te laten betalen aan de oplossing. Hierbij is het van belang, gelet op de schaarse ruimte, dat als voorwaarde wordt gesteld dat uitsluitend projecten in aanmerking komen, die concreet bijdragen aan de realisatie van de doelstellingen uit deze centrumvisie. Met de aankoop van



terrein achter Big Bazar is daar een voorschot opgenomen. Deze extra parkeerruimte is aangekocht om ook mogelijkheden te bieden in het centrumgebied aan ontwikkelingen die wat betreft parkeerbehoefte op slot zitten. Middels een parkeerfonds kan deze gemeentelijke voorfinanciering deels worden terugverdiend. Er wordt niet gekozen voor betaald parkeren.

De parkeerdruk kan ook worden verlicht door de blauwe zone de hele week te laten gelden. Met aankoop van het Big Bazar parkeerterrein lijken er voldoende mogelijkheden te zijn gecreëerd voor langparkeerders (bewoners en winkelpersoneel) in dit deel van het centrumgebied. Men heeft geen moeite met de Blauwe zone, al is de algemene opvatting wel dat het vaak onduidelijk is wanneer en waar het van toepassing is. Om deze reden wordt de mogelijkheid onderzocht voor invoering van de Blauwe zone voor de hele week. Voorwaarde is in elk geval daarbij dat er betere informatievoorziening plaatsvindt door het plaatsen van meer en duidelijkere bebording. Omdat een Blauwe zone vaak voor bewoners van het centrum een ongemak betekent, moet daarvoor een oplossing worden geboden. Een ontheffing is hierbij denkbaar, maar beter nog is een parkeervoorziening op korte afstand van de woning, zoals het parkeerterrein achter Big Bazar. Een dergelijke parkeervoorziening is in elk geval voor langparkeerders/bewoners van het centrum of personeel van winkels uitgesloten van de Blauwe zone. Concreet is hierbij ook van belang dat een oplossing wordt gevonden voor de situatie waarbij de weekmarkt de ingang naar een parkeergarage onder een appartementengebouw blokkeert. Een verplaatsing van (dit deel van) de markt lost deze situatie op, zodat de parkeerdruk ter plaatse wordt verlaagd.

Er moeten meer en ruimere laad- en losplekken worden aangewezen. Hier en der ontstaan regelmatig onveilige situaties aan met name de Dorpsstraat



door laad- en lossituaties op plekken waar dit niet gewenst is. Omdat niet overal geschikte plekken aanwezig zijn dienen er meer plekken daarvoor te worden aangewezen. Dit met het oog op de veiligheid, maar ook vanwege de doorstroming op de Dorpsstraat. Met name dienen oplossingen te worden gevonden voor het laden en lossen aan de Dorpsstraat ter hoogte van de Aldi/het postkantoor, alsook ter hoogte van de bocht bij de Glashorst.

Er wordt veel te hard gereden in het centrum van Scherpenzeel en dat leidt tot onveilige situaties. Aanpassingen aan de weg en de openbare ruimte kunnen ervoor zorgen dat de snelheid van het verkeer wordt beperkt en het minder aantrekkelijk wordt voor doorgaand verkeer, maar daarbij mag de doorstroming niet onnodig worden beperkt en dient er ook rekening te worden gehouden met het openbaar vervoer in Scherpenzeel. Scherpenzeel onderzoekt op welke manieren ervoor gezorgd kan worden dat regelmatige snelheidsoverschrijdingen en onveilige situaties in het centrumgebied worden voorkomen. Dit kan gebeuren door maatregelen te treffen aan en langs de weg, maar ook door consequente en regelmatige handhavingsacties op naleving van de regels.

De openbare ruimte moet zo worden ingericht dat de auto te gast is en dat er een veilige situatie ontstaat voor fietser en voetganger. De auto is in principe ondergeschikt aan het langzaam verkeer. Dit mag dan weer niet de doorstroming (denk aan bussen en hulpdiensten) te zeer belemmeren. Op een aantal plekken in het centrum van Scherpenzeel komen de verschillende verkeersstromen op een onveilige manier samen. Dit gebeurt met name op plekken waar verschillende wegen elkaar kruisen of op plekken waar de weg smaller wordt. Vooral de delen van de Dorpsstraat ter hoogte van de Hervormde kerk en het (kruis)punt voor de Aldi zijn plekken die aanpassing



behoeven en waar maatregelen dienen te worden getroffen teneinde de veiligheid en daarmee ook de leefbaarheid te vergroten. Verkeerskundig moet de situatie op die locaties uiteraard goed in beeld worden gebracht, waarna bekeken gaat worden welke concepten bestaan waarmee een situatie kan worden gecreëerd waarbij de verschillende verkeersstromen elkaar niet hinderen. Uitgangspunt daarbij is dat het belang van het langzaam verkeer voor gaat op het gemotoriseerd verkeer. De auto is te gast. Een concept als bijvoorbeeld shared space zou in een bepaalde variant mogelijk best denkbaar zijn op de genoemde locaties. Als concrete opgave dienen deze vraagstukken binnen niet al te lange termijn te worden opgepakt.

De muurtjes op verschillende plekken langs de Dorpsstraat moeten verwijderd worden. Dit standpunt wordt breed gedragen binnen de Scherpenzeelse gemeenschap. Wel worden voorzieningen getroffen die het fietsers beletten om het voetgangersgedeelte van de winkelstraten te berijden. Op diverse plekken langs de Dorpsstraat met name bevinden zich obstakels (in de vorm van moortjes, paaltjes, perkjes etc.) die ervoor zorgen dat enerzijds de rijbaan gevaarlijk smal wordt en anderzijds fietsers worden verleid om over het trottoir hun weg te vervolgen. Hierdoor ontstaan gevaarlijke situaties voor voetgangers. Met name aan de Dorpsstraat ter hoogte van de Vijverlaan is dit het geval, maar ook op meerdere andere locaties. Bekeken wordt welke alternatieven bestaan voor deze obstakels, die tot doel hebben de snelheid op de Dorpsstraat te beperken. In een onderzoek wordt dit samen met mogelijk vernieuwde wegprofielen opgepakt.

Naast de hoofdogaven, is eveneens gekeken naar zogeheten quick-wins. Soms kunnen relatieve geringe maatregelen een groot effect sorteren. De



volgende quick-wins zijn inmiddels opgepakt of worden binnen zeer korte termijn opgepakt:

- Markt verschuiven zodat parkeergarage onder de appartementen aan de Marktstraat via de Marktstraat bereikbaar is
- Borden plaatsen om landbouwverkeer te weren uit het centrumgebied
- Bocht Glashorst: mogelijkheid bekijken van laden en lossen in combinatie met parkeren
- Rammelstrook Marktstraat verwijderen

3.6 Voorzieningen

Het thema voorzieningen is een erg belangrijke maar ook een lastige. Vaak is het de markt/de economie die hierin bepaalt en valt er als gemeente niet op elk vlak te sturen. De gemeente kan aanpassingen doen aan de openbare ruimte en in vaak beperkte mate planologisch bijdragen, maar voor een groot deel zijn ook de winkeliers en overige ondernemers aan zet. De samenwerking tussen gemeente en ondernemers is hierin vooral erg belangrijk. Het is belangrijk voor zowel de gemeente als de winkeliers - er is namelijk een gezamenlijk belang - dat hierin samen wordt opgetrokken. In een continu proces moet worden bekeken wie wat waarin kan betekenen om het doel te bereiken, namelijk: een kloppend centrumgebied. Door nauw samen te werken en goed te communiceren kunnen tijdig signalen worden opgepikt en kan er daadkrachtig actie worden opgenomen. Het instellen van een structureel periodiek gezamenlijk overleg over het centrumgebied is dan ook een van de voornaamste actiepunten.

Winkelleegstand, vooral in de kernwinkelgebieden, moet zoveel als mogelijk worden voorkomen. Dit is een opgave waar de gemeente moeilijk de regie



over kan voeren. In het kader echter van preventief is beter dan reactief, kan een gemeente wel de nodige maatregelen treffen om leegstand zoveel mogelijk in te perken. In bestemmingsplannen kunnen bijvoorbeeld flexibiliteitsbepalingen worden opgenomen zodat leegstand minder snel voorkomt. Ook kan men ruimtelijke mogelijkheden bieden voor bijvoorbeeld een tijdelijk alternatief gebruik of de omzetting van winkelpanden naar woonpanden op locaties in en om het centrum waar dit wenselijk is. Niet in het winkelgebied, maar in het overige centrumgebied is een omzetting onder voorwaarden denkbaar. Hierbij wordt wel overwogen dat een omzetting naar een woonfunctie veelal een definitief karakter heeft. Bij bestemmingsplanactualisaties worden gebieden aangemerkt waarbij een omzetting van winkel naar wonen nadrukkelijk niet is toegestaan. In de overige gebieden wordt de mogelijkheid wel geboden en worden heldere voorwaarden opgenomen om te voorkomen dat teveel winkels uit het straatbeeld (uit het karakteristieke functionele lint) verdwijnen.

De aantrekkelijkheid van (het centrum van) Scherpenzeel moet worden versterkt door middel van een kwalitatief winkelbestand dat aansluit bij de sfeer en de compleetheid van Scherpenzeel als boodschappencentrum voor dagelijks gemak. Hierbij geldt dat sprake is van een beperkte regierol voor de gemeente. De gemeente neemt hierin evenwel een nadrukkelijke rol door de aantrekkelijkheid van het winkelgebied te vergroten door te zorgen voor een sfeervolle aantrekkelijke openbare ruimte en bijvoorbeeld voldoende parkeervoorzieningen. Hiernaast wordt ook van de winkeliers/ondernemers verwacht dat een bijdrage wordt geleverd aan de vergroting van de aantrekkingskracht van het centrumgebied.



Scherpenzeel streeft een gezonde mix na tussen lokale detailhandel en landelijke winkelketens. Om niet alleen voldoende voorzieningen te behouden, maar ook ervoor te zorgen dat deze voorzieningen passen bij de gemeente Scherpenzeel, is het van belang dat er een goede verhouding bestaat tussen lokale bedrijven en landelijke ketens. Landelijke ketens zijn nodig om een vast publiek te trekken en lokale bedrijven zijn nodig voor de lokale economie, de herkenbaarheid als winkelkern en het vasthouden van je bestaande lokale klanten. In Scherpenzeel zijn lokale winkeliers ook belangrijk voor de bewaking van het dorpse karakter van het centrumgebied.

Er wordt ingezet op een uitbreiding van voorzieningen op het gebied van horeca, groen en zitplaatsen. Dit vergroot de aantrekkelijkheid van het centrum om er (als inwoner of als toerist) langer te verblijven. Veel gehoorde klacht over het huidige centrum is dat men er te weinig openbare ontmoetingsplekken of rustplaatsen treft. Bezoekers van het centrumgebied vinden het zeer belangrijk dat er voldoende mogelijkheden zijn om in het centrum te verblijven. Hier dient meer aandacht aan te worden besteed. Met name is het in het winkelhart van groot belang plaatsen te creëren waar men elkaar kan ontmoeten of waar men even tot rust kan komen.

Scherpenzeel koestert haar supermarkten in het centrum als trekkers en als kruisbestuiving voor winkels in de nabijheid ervan. Zoals eerder beschreven zijn supermarkten voor kleine kernen als Scherpenzeel van essentieel belang. Voor supermarkten is het met name belangrijk dat sprake is van een goede bereikbaarheid, genoeg parkeervoorzieningen en voldoende winkeloppervlak. Op deze vlakken kan de gemeente indien noodzakelijk een rol betekenen.



Voor het beleid ten aanzien van het centrumgebied geldt dat de focus niet alleen ligt op de winkelvoorzieningen, maar dat ook oog gehouden wordt voor andere ontwikkelingen. Ontwikkelingen die kunnen bijdragen aan de levendigheid van het centrum in het algemeen en het winkelhart in het bijzonder. Flexibiliteit op dit punt is erg belangrijk. De gemeente dient er bijvoorbeeld voor te zorgen dat het bestemmingsplan voldoende flexibiliteit kent om optimaal in te kunnen spelen op ontwikkelingen indien de situatie daarom vraagt. Kennis van de markt en oog voor trends en ontwikkelingen zijn hierin ook onmisbaar. Vanuit dit oogpunt is ook de nauwe samenwerking en banden met de winkeliers essentieel.

Scherpenzeel houdt nadrukkelijk oog voor de herkenbaarheid en continuïteit van het winkelcentrum, zodat er – ook al vanwege de lintbebouwing – een duidelijke herkenbare lijn in het (winkel)centrum blijft. Zoals eerder aangegeven dient dit te gebeuren door het aanbrengen van uniformiteit in bestrating en straatmeubilair, maar bijvoorbeeld ook door bebording en mogelijk beplanting.

Samen met de winkeliers/ondernemers gevestigd in het centrumgebied worden de mogelijkheden onderzocht voor het realiseren van een BIZ (een Bedrijven Investeringszone) waaruit voorzieningen, activiteiten en promotie kunnen worden bekostigd. Een gemeente kan de doelstellingen niet zelfstandig behalen. Ook de ondernemers zullen hun steentje bij moeten dragen. Ook zij zijn namelijk een direct belanghebbende. Omdat niet alle ondernemers altijd bereid lijken een even groot aandeel te nemen in de kosten van bepaalde acties, evenementen en maatregelen is het mogelijk een BIZ in het leven te roepen. Indien een meerderheid van de winkeliers een dergelijk initiatief steunt, dan wordt structureel een bijdrage gevraagd



van alle winkelbedrijven uit het centrum. Deze bijdrage dienen zij verplicht af te dragen. Vervolgens worden vanuit dat BIZ-fonds diverse zaken bekostigd die bijdragen aan de aantrekkelijkheid van het centrumgebied van Scherpenzeel. De winkeliers bepalen zelf waaraan het geld wordt uitgegeven. Op deze manier betaalt iedereen die profiteert mee en zijn er geen free riders meer. De gemeente neemt het initiatief om samen met de winkeliers de mogelijkheden van een BIZ te verkennen.

De gemeente wil ondernemers enthousiasmeren om hun gevels en etalages passend te laten zijn aan de gewenste kwaliteit en uitstraling van het centrum en het kernwinkelgebied. Nette etalages en gevels dragen onmiskenbaar bij aan de aantrekkelijkheid van een winkelgebied.

De gemeente laat het zeker ook niet na om zaken die nú al bijdragen aan de sfeer en beleving en het voorzieningenniveau van het centrum en als 'no regret-maatregelen' kunnen worden uitgevoerd, op te pakken. Waar mogelijk pakt de gemeente zaken onmiddellijk op, maar veel ontwikkelingen zullen ook in fasen moeten worden uitgevoerd.

3.8 Sfeer en beleving

In deze tijd, gelet op alle trends en ontwikkelingen, is het erg moeilijk om als kleine kern voldoende bezoekers te trekken en ook vast te houden. Een vaste stroom bezoekers is minimaal voorwaarde voor het behoud van voorzieningen. Loopt het aantal bezoekers terug, dan loopt uiteindelijk ook het (winkel)voorzieningenniveau terug. Om als kleine kern te overleven moet je iets bijzonders bieden. Een bezoek aan het centrum moet een fijne ervaring zijn. Zo fijn, dat de bezoeker er regelmatig terug komt.



Scherpenzeel beschikt zeker over de basiskwaliteiten om op dat vlak uit te blinken. Karakteristieke bebouwing en sfeervolle straten, een uniek landgoed dat strekt tot in het hart van de kern, kwalitatieve horeca en een best behoorlijk gevarieerd winkelaanbod. Het gaat er nu om deze kernkwaliteiten op een juiste manier in te zetten. Het neerzetten van een bij de kwaliteiten passende sfeer en uitstraling is hierbij onontbeerlijk.

Het centrumgebied moet een sfeervol en kwalitatief boodschappencentrum zijn om te verblijven en terug te komen. Dit betekent dat enerzijds de functionaliteit van het centrum moet kloppen, dus een passend winkelaanbod en voorzieningenniveau, en anderzijds betekent dit dat het gebied dusdanig aantrekkelijk moet zijn voor de bezoeker dat men terug komt. Er moet een goede verhouding ontstaan tussen functionaliteit en sfeer en beleving.

De verschillende delen van het centrum moeten met elkaar verbonden zijn en blijven. Het is niet zo dat het gehele centrumgebied een geheel moet zijn, maar er zal toch enige mate van samenhang moeten bestaan. De bezoeker beseft dat hij of zij zich in het centrumgebied bevindt en wordt uitgenodigd dit gebied te verkennen en bezoekt daarmee het gehele centrumgebied en al haar winkelvoorzieningen. Het centrum van Scherpenzeel moet meer een winkelbeleving bieden dan nu het geval is. Hierom is uniformiteit van openbare ruimte en uitstraling van belang, looproutes en oversteekplaatsen en bewegwijzering en bebording. Met name is dit een uitdaging in de delen tussen de clusters van winkelvoorzieningen die overwegend bestaan uit woningen. Specifiek geldt dit voor de strook tussen het deel van het centrum rondom de Aldi en Plein 1940. Hier bevinden zich slechts enkele solitaire winkels. Ambitie is om dit tussengebied een zodanige uitstraling mee te geven dat een bezoeker uitgenodigd wordt de



'oversteek' te maken. Mogelijk zou hier ook planologisch ruimte kunnen worden gemaakt voor herstructurering of herontwikkelingsproject teneinde die samenhang en verbinding te realiseren. Bijvoorbeeld door een extra centrumkwaliteit toe te voegen aan het gebied tussen Aldi en Burgemeester Royaardslaan.

De uitstraling van de openbare ruimte in het centrumgebied moet uniform zijn. Dit is ook reeds eerder gesteld en herkenbaarheid is onmiskenbaar van belang voor een goede uitstraling van het centrumgebied. Wellicht dat hier voor een verbijzondering qua uitstraling kan worden gezorgd voor wat betreft de uitstraling van het winkelgebied (het winkelhart). Maar in het gehele centrumgebied moet sprake zijn van een uniforme uitstraling, en dan gaat het over verschillende aspecten: bestrating, verlichting, bebording, groenelementen, straatmeubilair etc.

Zorgen voor een duidelijke markering van het begin en eind van het centrumgebied. Voor een optimale beleving van het centrum is het belangrijk dat de bezoeker beseft dat het zich in een centrumgebied bevindt. Dit is ook van belang voor de ondernemers die gevestigd zijn aan de rand van het centrumgebied. De karakteristieke verspreiding van de winkelfuncties als gevolg van de specifieke lintvorm van het centrumgebied wordt door vele bezoekers ook juist gewaardeerd. Om dit te handhaven is het belangrijk dat ook de winkels langs de randen bezocht worden. Hierbij wordt ook gedacht aan bewegwijzering voor een voorgestelde looproute langs winkels en bezienswaardigheden in Scherpenzeel.

Het dorpspark meer onderdeel laten uitmaken van het centrumgebied door de specifieke kwaliteiten en de aantrekkende werking ervan te benutten.



Daarnaast kan er een kruisbestuiving plaatsvinden door bezoekers van het centrumgebied te stimuleren om het dorpspark te bezoeken. Het park kan opgewaardeerd worden (uitvoering in ontwikkeling zijnde Masterplan voor dorpspark, maar ook vernieuwen verlichting door gemeente dat heeft plaatsgevonden). De voorgestelde looproute langs winkels en bezienswaardigheden kan ook langs/door het dorpspark voeren. Met Landgoed Scherpenzeel wordt overleg gevoerd over het geven van een (meer) nadrukkelijke rol aan het dorpspark t.b.v. het centrumgebied.

Er moeten meer activiteiten naar het centrumgebied worden gehaald. In overleg met de ondernemers dient te worden bekeken hoe meer activiteiten en evenementen (rommelmarkten, braderieën, culinaire events, optredens artiesten etc.) in het centrum zijn te organiseren. Om het centrum in stand te houden is het vooral belangrijk de eigen bevolking naar het centrum te trekken. Hieraan kunnen activiteiten en evenementen in het centrum een belangrijke bijdrage leveren. Ook lokale acties van de winkeliers (bonnen of spaaracties bijvoorbeeld) kunnen deze verbondenheid binnen de Scherpenzeelse gemeenschap versterken.

Zorg voor meer groen en rustpunten. In het centrumgebied en in het bijzonder in het winkelgebied moeten meer rustpunten worden aangebracht. Ook zorgen meer groenelementen voor een fijne beleving van het centrum. Dit zou gecombineerd kunnen worden. Er bestaat een behoefte binnen Scherpenzeel aan ontmoetingsplekken. Ook kunnen bijvoorbeeld bankjes worden geplaatst op verschillende plekken, zoals ook op de hoek van de Vijverlaan en de Dorpsstraat (voor de Aldi).



De uitstraling van de winkelpanden en de ruimtelijke kwaliteit in het centrumgebied in het algemeen moet beter worden afgestemd op de omgeving. De verschillende karakteristieke gebouwen in het centrumgebied worden door bezoekers hoog gewaardeerd. Het is belangrijk dit te beschermen. Op diverse plekken zijn deze aanzichten in de loop der tijd verdwenen. Dit moet voorkomen worden. Om dit doel te bereiken is een beeldkwaliteitsplan voor het centrumgebied van Scherpenzeel bijvoorbeeld een goed instrument.

Ook moet het bebouwingsbeeld binnen Scherpenzeel worden afgestemd op de omgeving en aangepast worden aan het dorpse karakter van Scherpenzeel. Hierom is het ook belangrijk dat er geen sprake is van de ontwikkeling van hoogbouw in Scherpenzeel. In principe moet er in Scherpenzeel ruimte zijn voor maximaal twee bouwlagen met een kap. Hier moet aan vastgehouden worden en slechts in gevallen waarin een meerwaarde kan worden gerealiseerd door af te wijken van deze regel kan een verhoging of toevoeging van een extra bouwlaag worden toegestaan. Deze onderwerpen worden vastgelegd in het bestemmingsplan. Daarnaast wordt een beeldkwaliteitsplan voor het centrum voorbereid en/of wordt een nadrukkelijke stedenbouwkundige visie meegenomen in de herijking/actualisatie van het welstandsbeleid.

Quick wins

- Terughoudend zijn met het verlenen van toestemming voor het plaatsen van driehoeksborden.
- Gemeente, ondernemers en bewoners trekken gezamenlijk op als het gaat om het aanbrengen van versieringen, zoals bijvoorbeeld bij de keuze van de feestverlichting voor 2016.



- Laat ondernemers/winkeliers gezamenlijk een activiteitenkalender samenstellen.
- Onderzoek de mogelijkheden voor een digitaal kombord met aankondiging van activiteiten en blauwe zone;



4. Uitvoeringsprogramma

4.1 Toelichting

In dit hoofdstuk is het uitvoeringsprogramma opgenomen. Per thema staan hierin de maatregelen die de komende jaren uitgevoerd dienen te worden om de doelstellingen van de centrumvisie te realiseren.

Het zijn maatregelen die fysiek ook op korte termijn kunnen worden uitgevoerd, maar ook maatregelen die meer zien op het uitvoeren van onderzoeken om op die manier tot concrete uitvoeringsprojecten te komen.

Het belang van de te nemen maatregelen is groot. Hierom is het ook essentieel dat de maatregelen voortvarend worden opgepakt. Voor zover mogelijk is hierom niet alleen per maatregel een prioritering aangegeven per maatregel maar is daar ook een tijdspad en daarmee dus een volgorde aan gekoppeld. Omdat de uitkomsten van enkele belangrijke uit te voeren onderzoeken niet op voorhand zijn te overzien is hier sprake van een tijdspad waarnaar wordt gestreefd. Mogelijk dient op onderdelen te worden geschoven in de beoogde planning. Het ziet er als volgt uit:

Prioriteit	Tijdspad
Hoog	2017-2018
Midden	2019-2020
Laag	2021-2022

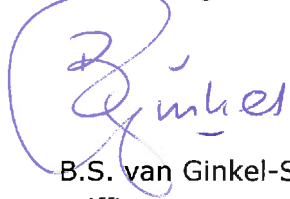


Nr	Actiepunt / opgave	Prioriteit	Rol gemeente	Trekker	Gesprekspartner	Toelichting
Thema: Mobiliteit						
1	Inrichtings- en uitvoeringsplan openbare ruimte opstellen	Hoog	Trekker	Gemeente	Ondernemers en burgers	Aandacht voor: uniformering, rustplekken, sfeerbepalende voorzieningen en maatregelen, zoals groenelementen, verlichting, bestrating en straatmeubilair, etc.
2	Inventarisatie mogelijkheden voor uitbreiding van het aantal parkeerplaatsen	Hoog	Trekker	Gemeente	Ondernemers en marktpartijen	Bekijken welke gronden in aanmerking zouden kunnen komen voor ontwikkeling ten behoeve van parkeren (terreinen maar ook solitaire parkeerplaatsen). Ook worden mogelijkheden bekeken van herinrichting bestaande parkeerterrein om zo het potentieel uit te nutten. Van braakliggende gronden kan worden bepaald of deze in aanmerking zouden kunnen komen voor in elk geval tijdelijke parkeerplaatsen in het geval permanente parkeervoorzieningen niet haalbaar zijn. In dit onderzoek wordt ook bekeken welk effect de toegevoegde parkeerplaatsen op het parkeerterrein achter Big Bazar op de parkeerbehoefte in het centrum.
3	Invoeren parkeerbonds	Hoog	Trekker	Gemeente	-	Om leegstand te voorkomen en het centrum een extra impuls te geven is het soms wenselijk ontwikkelingen toe te staan waarbij niet volledig kan worden voorzien in de parkeerbehoefte op eigen terrein. Dan kan er een fondsbijdrage worden gevraagd per parkeerplaats die tekort wordt gekomen. Vanuit dit fonds wordt de aanleg van nieuwe parkeervoorzieningen betaald of voorgefinancierde voorzieningen zoals het recentelijk aangekochte Big Bazar parkeerterrein gefinancierd. Voorwaarde is dat het moet gaan om ontwikkelingen die bijdragen aan het doel van de centrumvisie.
4	Onderzoek naar verruiming Blauwe zone	Midden	Trekker	Gemeente	Winkeliers en burgers/bewoners	Inzet is een oplossing voor bewoners van het centrum en personeel van winkels (langparkeerders). Ook wordt bekeken of het gebied waar de Blauwe zone van toepassing is verkleind kan worden.
5	Weekmarkt (deels) verplaatsen	Hoog	Trekker	Gemeente	Marktkooplieden	Blokkade voor ingang van de parkeergarage opheffen; opgepakt in verlengde van nieuw standplaatsenbeleid.
6	Laden en lossen verbeteren	Midden	Trekker	Gemeente	Winkeliers	Plekken toevoegen, mits gebruik veilig, geen belemmering doorstroming en behoud parkeerplaatsen
7	Opstellen inrichtingsplan veiligheid Dorpsstraat	Hoog	Trekker	Gemeente	-	Aandacht hierbij voor snelheidsbeperking, maar vooral ook voor veilige samenkomst van verschillende verkeersstromen en fiets- en bromverkeer over de trottoirs. Locatie: de Dorpsstraat van de Hervormde kerk tot aan de bocht bij de Glashorst.
8	Uitvoeren handhavingsacties naleving verkeersregels	Hoog	Volger	Politie	Politie en gemeente	Acties uitvoeren (ook op onconventionele tijden) en verslag uitbrengen van de resultaten.

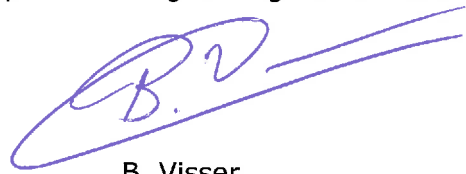
9	Vervanging hinderlijke obstakels Dorpsstraat	Midden	Trekker	Gemeente	Burgers	Inrichtingsplan voor vervanging van (een deel van) de bestaande obstakels langs de Dorpsstraat. Alternatieven inventariseren en locaties in beeld brengen waar de bestaande obstakels als zeer hinderlijk en onveilig worden ervaren.
10	Borden weren zwaar verkeer	Midden	Trekker	Gemeente	-	Waar nodig extra borden plaatsen om landbouwverkeer, maar ook vrachtverkeer zoveel mogelijk te weren uit het centrumgebied.
11	Fietsenrekken vervangen	Hoog	Trekker	Gemeente	Winkeliers	Huidige zijn onbruikbaar, fietsen staan er naast
12	Aanbrengen oversteekplaatsen	Midden	Trekker	Gemeente	Burgers en winkeliers	Meer en betere zebrapaden aanleggen op oversteekplaatsen waar dit met oog op looproute door het centrum het meest logisch is. Dit vormt een onderdeel binnen onderzoek als genoemd onder 1 en 2.
13	Rammelstrook verwijderen	Hoog	Trekker	Gemeente	-	Klinkerstrook in Marktstraat verwijderen
Thema: Voorzieningen						
14	Overleg met winkeliers/ ondernemers/stakeholders invoeren	Hoog	Trekker	Gemeente	ONS, winkeliers	Een structureel periodiek overleg met de ondernemers/ winkeliers/bewoners/gebruikers in en van het centrumgebied wordt ingepland. Onderwerpen van gesprek: het voorzieningenniveau, ontwikkelingen, activiteiten/evenementen, inrichting openbare ruimte, behoud mix lokale winkels en ketens, BIZ, aandacht voor etalages etc.
15	Flexibiliteit opnemen in bestemmingsplannen	Hoog	Trekker	Gemeente	-	Om te kunnen sturen op leegstand, maar ook om in te kunnen spelen op nieuwe concepten of ontwikkelingen.
16	Aantrekkelijker maken van het centrumgebied.	Hoog	Trekker	Gemeente	Ondernemers en winkeliers	Zie actiepunten 1, 2 en 3. Hierbij ook nadrukkelijk aandacht voor de rol van de ondernemers/winkeliers. Gaat om esthetische verbeteringen.
17	Ontmoetings- en rustplekken creëren	Hoog	Trekker	Gemeente	Burgers en winkeliers	Ontmoetingsplekken en rustplaatsen in en om het winkelgebied. onderdeel van plan onder 1 en 2.
18	Borden centrum- en winkelgebied plaatsen	Midden	Trekker	Gemeente	-	Met het oog op de herkenbaarheid van het centrum- /winkelgebied.
19	Invoeren BIZ	Midden	Trekker/volger	Gemeente	Winkeliers/ONS	Gezamenlijk in gesprek over het draagvlak voor een BIZ Informatie opvragen in Woudenberg waar dit onlangs is opgestart. Onderdeel ook dit van actiepunt 15.
Thema: Sfeer & beleving						
20	Onderzoek ontwikkellocaties	Laag	Trekker/volger	Gemeente	Marktpartijen/ONS	Onderzoek naar mogelijkheden van herinrichting terrein tussen Royaardslaan en Aldi/Weijdelaaier om samenhang tot stand te brengen tussen winkelgebied Marktstraat en gebied rondom Aldi met veel ambachtelijke winkels (de Vershoek). Planologisch basis mogelijk, maar marktpartijen zullen hierop moeten in springen. Mogelijk ook meerdere locaties bekijken voor herontwikkeling.

21	Uniformering in sfeer en uitstraling aanbrengen	Midden	Trekker	Gemeente	Burgers en winkeliers	Verbijzondering aanbrengen voor wat betreft het winkelhart. Onderdeel van actiepunten 1 en 2
22	Looproutes creëren en uitzetten	Midden	Trekker/volger	Gemeente	VVV, winkeliers, landgoed	I.c.m. bebording centrumgebied ook mogelijk bewegwijzering voor een looproute aanbrengen waarbij winkel en karakteristieke dorpsbeelden/gebouwen worden gecombineerd.
23	Activiteitenkalender opstellen	Midden	Volger	ONS	Gemeente en ONS/winkeliers	Stel samen met de ondernemers een activiteitenkalender op voor het centrum. Hierbij kunnen ook burgers en verenigingen worden betrokken.
24	Opstellen beeldkwaliteitsplan of stedenbouwkundige visie voor specifiek het centrumgebied	Hoog	Trekker	Gemeente	Winkeliers/Gelders Genootschap	Een dergelijk plan moet het kader of het raamwerk zijn voor de inrichtingsplannen voor onder meer de openbare ruimte, maar ook voor (ver) bouwplannen van derden. Dit om in een zo vroeg mogelijk stadium te kunnen streven naar uniformiteit (bijvoorbeeld t.a.v. gevels). Een eenduidige visie op de uitstraling en beleving van het centrumgebied is hierin erg belangrijk. Ook bouwhoogten krijgen hierin een plek.
25	Terughoudend omgaan driehoeksborden	Midden	Trekker	Gemeente	-	Terughoudend zijn met het verlenen van toestemming voor het plaatsen van driehoeksborden, wegens beschadiging aan de verlichting. Voor dergelijke marketingacties geldt ook dat bij overdaad lokale activiteiten of evenementen voorrang krijgen.
26	Aanplant kroonbomen i.c.m. rustplaatsen	Midden	Trekker	Gemeente	Burgers	Plaats kroonbomen op markante locaties met daarbij bankjes. Kroonbomen versterken de gezelligheid en de knusheid van Scherpenzeel. Gekozen wordt dan voor een lichte bladkleur om het niet te donker te maken.
27	Aanbrengen versiering gezamenlijk oppakken	Hoog	Volger	ONS	Ondernemers en gemeente	Gemeente en ondernemers trekken gezamenlijk op als het gaat om het aanbrengen van versieringen.
28	Plaatsen digitaal kombord	Hoog	Trekker	Gemeente	Verenigingen	Onderzoek de mogelijkheden voor een digitaal kombord met aankondiging van activiteiten en blauwe zone

Aldus vastgesteld in de openbare vergadering van de raad van 15 december 2016.



B.S. van Ginkel-Schuur
griffier



B. Visser
voorzitter

Bijlagen

1. Conclusies uit interactief proces
2. Factsheet koopstromenonderzoek
3. Input sterkte/zwakte-analyse centrumgebied



Bijlage 1:

Conclusies uit interactief proces

Conclusies Centrumvisie Scherpenzeel

Algemeen

Het centrumgebied van Scherpenzeel – van de kruising Stationsweg/Holevoetlaan in het westen tot de kruising Oosteinde/Doornboomspark in het oosten en de vestiging van Big Bazar in het noorden – bestaat uit twee kernwinkelgebieden: rondom de Aldi/Burgers en rondom het Plein 1940-1945/Marktstraat.

Het winkelcentrum van Scherpenzeel laat zich het beste omschrijven als een kwalitatief centrum voor het doen van de dagelijkse boodschappen waarbij een goede mix aanwezig is tussen lokale winkels en landelijke ketens. Het is van belang om deze mix ook de komende jaren te behouden.

Beleving

1. Het centrumgebied is een sfeervol en kwalitatief boodschappencentrum om te verblijven en terug te komen.
2. De verschillende delen van het centrum (zoals Marktstraat, Oosteinde en Dorpsstraat) moeten met elkaar verbonden zijn en blijven.
3. De uitstraling van de openbare ruimte in het centrumgebied moet uniform zijn.
4. Zorg voor een duidelijke markering van het begin en eind van het centrumgebied.
5. Er moeten meer activiteiten naar het centrumgebied worden gehaald.
6. Voorkom vernielingen in het openbaar gebied (en handhaaf de openbare orde en veiligheid).
7. Zorg voor een duidelijke looproute in het centrumgebied.
8. Zorg voor meer groen en rustpunten (zoals bankjes en een herinrichting van het kruispunt op de hoek van de Parklaan, Willaerlaan en Dorpsstraat (eventueel uit te voeren als rotonde)).
9. De uitstraling van de winkelpanden is afgestemd op de omgeving.

Quick wins

- Terughoudend zijn met het verlenen van toestemming voor het plaatsen van drie-hoeksborden.
- Gemeente en ondernemers trekken gezamenlijk op als het gaat om het aanbrengen van versieringen.
- Plaats kroonbomen op markante locaties met daarbij bankjes.
- Laat ondernemers/winkeliers gezamenlijk een activiteitenkalender samenstellen.
- Onderzoek de mogelijkheden voor een digitaal kombord met aankondiging van activiteiten en blauwe zone;

Voorzieningen

1. Probeer winkelleegstand, vooral in de kernwinkelgebieden, zoveel als mogelijk te voorkomen.
2. Versterk de aantrekkelijkheid van (het centrum van) Scherpenzeel door middel van een kwalitatief winkelbestand dat aansluit bij de sfeer en de compleetheid van Scherpenzeel als boodschappencentrum voor dagelijks gemak.

3. Houd oog voor een gezonde mix tussen lokale detailhandel en landelijke winkelketens.
4. Streef naar uitbreiding van voorzieningen op het gebied van horeca, groen en zitplaatsen; dat verhoogt de aantrekkelijkheid van het centrum om er (als inwoners of als toerist) langer te verblijven.
5. Koester supermarkten in het centrum als trekkers en als kruisbestuiving voor winkels in de nabijheid ervan.
6. Hou een open mind voor andere ontwikkelingen dan alleen winkelvoorzieningen; dit kan bijdragen aan de levendigheid van het centrum in het algemeen en de kernwinkelgebieden in het bijzonder.
7. Heb en houd oog voor de herkenbaarheid en continuïteit van het winkelcentrum zodat er – ook al vanwege de lintbebouwing – een duidelijke herkenbare lijn in het (winkel)centrum blijft.
8. Schroom niet om ontwikkelingen in fasen uit te voeren, maar laat zeker niet na om zaken die nú al bijdragen aan de sfeer en beleving van het centrum en als 'no regret-maatregelen' kunnen worden uitgevoerd, op te pakken.
9. Onderzoek de mogelijkheden voor het realiseren van een BIZ (een Bedrijven Investeringszone) of een vorm van reclamebelasting waaruit voorzieningen, activiteiten en promotie kunnen worden bekostigd.
10. Enthousiasmeer ondernemers om hun gevels en etalages passend te laten zijn aan de gewenste kwaliteit en uitstraling van het centrum en de kernwinkelgebieden.

Mobiliteit

1. De openbare ruimte (bestrating, straatmeubilair, etc.) in het winkelgebied moet uniform zijn.
2. Het aantal parkeerplaatsen in en om het centrumgebied moet worden uitgebreid.
3. De blauwe zone mag de hele week gelden indien er voldoende parkeervoorzieningen worden gecreëerd voor langparkeerders (voor bewoners en personeel van het centrumgebied).
4. Zorg voor duidelijke bebording, zowel over blauwe zone als de markering van het centrumgebied.
5. Er moeten meer en ruimere laad- en losplekken worden aangewezen.
6. De openbare ruimte moet zo worden ingericht dat de snelheid van verkeer wordt beperkt en het minder aantrekkelijk wordt voor doorgaand verkeer.
7. De openbare ruimte moet zo worden ingericht dat de auto te gast is en dat er een veilige situatie ontstaat voor fietser en voetganger. De auto is ondergeschikt aan het langzaam verkeer.
8. Verwijder de muurtjes, maar zorg voor voorzieningen die het fietsers beletten om het voetgangersgedeelte van de winkelstraten te berijden.
9. Onderzoek de mogelijkheid om de markt iets op te schuiven, zodat het mogelijk blijft de parkeergarage in de Marktstraat te bereiken.

Quick-wins:

- Borden plaatsen om landbouwverkeer te weren in het dorp
- Fietsrekken vervangen voor meer deugdelijke rekken
- Zorg voor meer en betere zebrapaden
- Bocht Glashorst: laden en lossen/parkeren
- Rammelstrook Marktstraat verwijderen
- Oplossing vinden voor fietsers op trottoirs

Bijlage 2:

Factsheet KSO Scherpenzeel

Koopstromenonderzoek Gemeente Scherpenzeel Factsheet

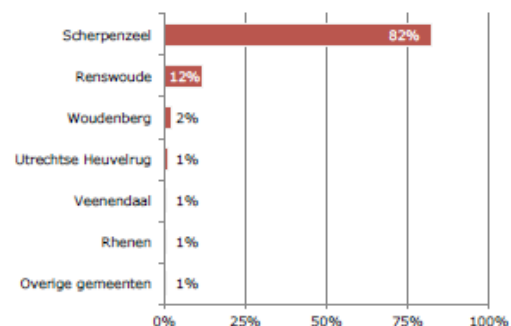


In welke mate doen inwoners van de Scherpenzeel hun aankopen in de eigen gemeente en komen ook bezoekers van buiten de gemeente hier dagelijkse of niet-dagelijkse artikelen kopen? En hoe verhoudt de kooporiëntatie van inwoners zich met gemeenten van vergelijkbare omvang? U vindt de antwoorden in deze factsheet, waarin ook gegevens zijn opgenomen over de kooporiëntatie online en het winkelen/boodschappen doen op. De factsheet is het resultaat van het Koopstromenonderzoek dat I&O Research heeft uitgevoerd in opdracht van de gemeente Scherpenzeel. De data zijn verrijkt met die van het Koopstromenonderzoek Provincie Utrecht 2014/2015 (waarbij ook Gelderse randgemeenten zijn meegenomen in het onderzoek), waardoor een totaalbeeld ontstaat van de oriëntatie op Scherpenzeel door eigen inwoners én consumenten van buiten de gemeente. Het onderzoek is uitgevoerd door middel van een telefonische en online enquête onder 323 inwoners van Scherpenzeel. Aan het koopstromenonderzoek voor de Provincie Utrecht hebben ruim 8.000 consumenten in 26 Utrechtse gemeenten en de 1^e ring van randgemeenten meegewerkt.

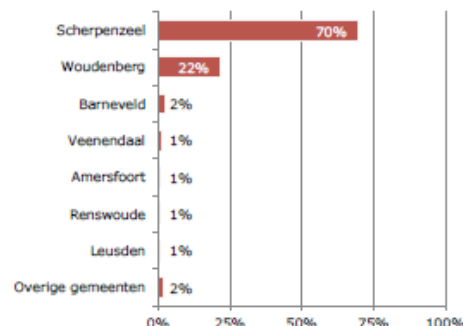
Bijna driekwart (70 procent) van de inwoners van Scherpenzeel doet de dagelijkse boodschappen in de eigen gemeente. Voor niet-dagelijkse artikelen blijft 32 procent in Scherpenzeel. Scherpenzeel trekt omzet aan uit met name Renswoude, Woudenberg en Neder-Betuwe. Circa 4 op de 10 inwoners van Scherpenzeel bezoekt weleens winkels op koopzondag en 86 procent doet weleens aankopen via internet.

Dagelijkse sector

Waar komt omzet in Scherpenzeel vandaan?



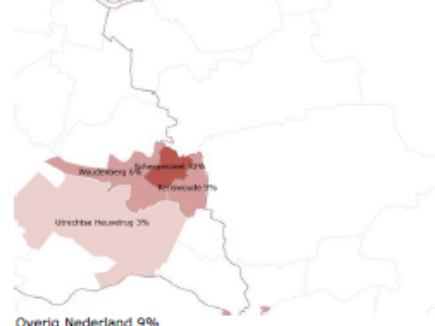
Waar gaan bestedingen uit Scherpenzeel naar toe?



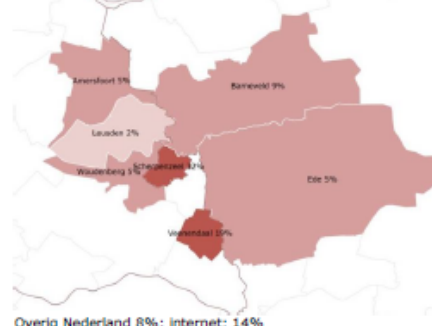
Internet: 1%

Niet-dagelijkse sector

Waar komt omzet in Scherpenzeel vandaan?



Waar gaan bestedingen uit Scherpenzeel naar toe?



Kerngegevens economisch functioneren

	Dagelijkse artikelen	Niet-dagelijkse artikelen	Totaal		Dagelijkse artikelen	Niet-dagelijkse artikelen	Totaal
Koopkrachtbinding in % en €	70% 17,6 mln	32% 7,4 mln	52% 24,9 mln	Afvoering naar andere gemeenten in % en €	29% 7,4 mln	53% 12,1 mln	41% 19,5 mln
Toevoeging in % en €	19% 3,8 mln	28% 2,9 mln	21% 6,7 mln	Afvoering naar internet in % en €	1% 0,2 mln	14% 3,3 mln	7% 3,5 mln
Omzet in €	21,3 mln	10,3 mln	31,6 mln				

Binding (koopkrachtbinding): De mate waarin de bevolking in de eigen woonplaats koopt. Wordt in dit onderzoek als de totale bestedingen die inwoners in de eigen woonplaats of gemeente doen of als percentage van het bestedingspotentieel.

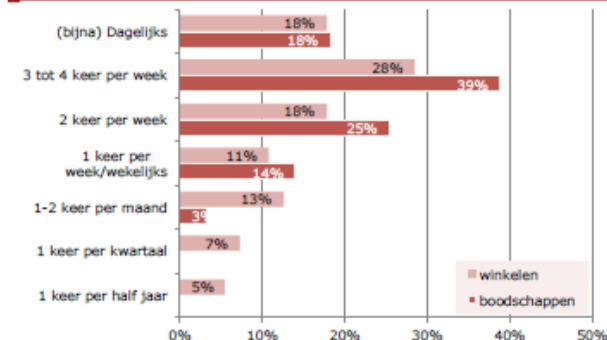
Toevoeging (koopkrachtoevoeging): De mate waarin een aankoopplaats koopstromen aantrekt vanuit een andere plaats. Wordt in dit onderzoek uitgedrukt als percentage van het totale draagvlak en uitgesplitst naar herkomst.

Afvoering (koopkrachtafvoering): De mate waarin de bevolking buiten de eigen woonplaats koopt. Wordt in dit onderzoek uitgedrukt als de totale bestedingen die inwoners buiten hun eigen woonplaats of gemeente doen of als percentage van het totale bestedingspotentieel.

Kooporiëntatie en bestedingen aanvullende aankoopkanalen

Hoeveel procent van de inwoners:	Aankoop-/bezoekpercentage		Gemiddelde besteding	
	Scherpenzeel	prov. Utrecht ('14)	Scherpenzeel	prov. Utrecht ('14)
bezoekt koopzondag	39%	69%	€ 106	€ 90
bezoekt een supermarkt op zondag	27%	67%	€ 40	€ 35
doet aankopen via internet	86%	84%	€ 90	€ 111
koopt via internet, winkelt daardoor minder in fysieke winkels	44%	46%	-	-

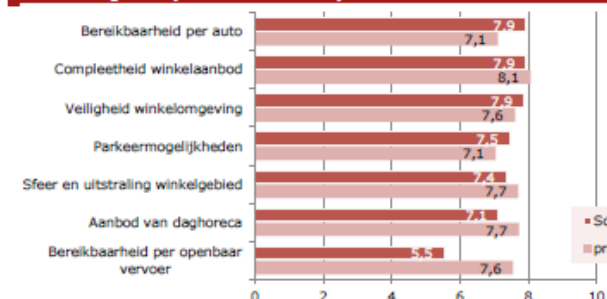
Bezoekfrequentie Scherpenzeel



96%

Van de consumenten die meestal boodschappen doen in Scherpenzeel gaat minimaal 1 keer per week hiervoor naar Scherpenzeel.

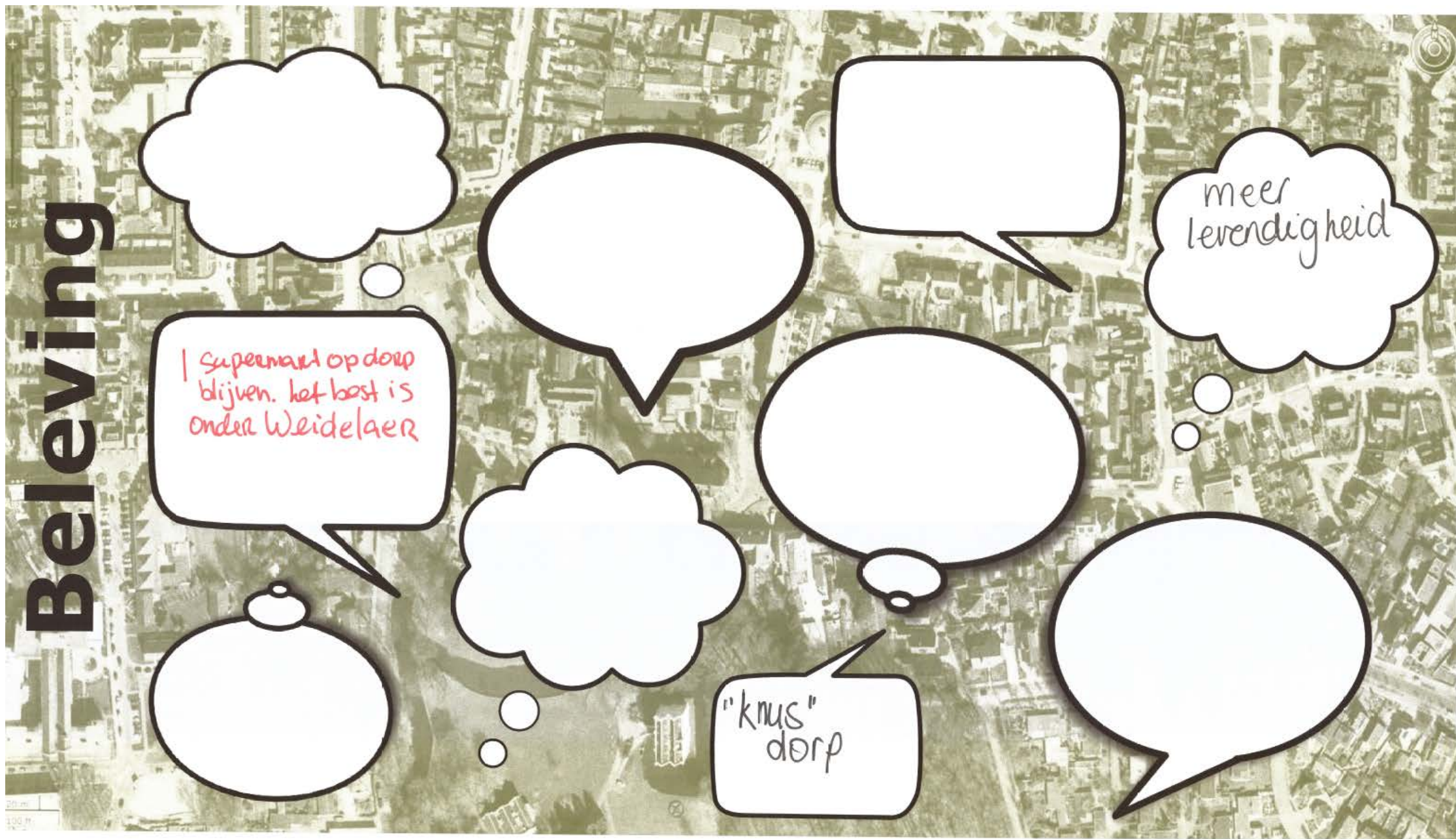
Waardering Scherpenzeel als aankooplocatie



Met uitzondering van de bereikbaarheid per openbaar vervoer wordt Scherpenzeel als aankooplocatie op alle overige aspecten met een ruime voldoende gewaardeerd.

Bijlage 3:

Input sterkte/zwakte-analyse



Beleving

| Supermarkt op dorp
blijven. het best is
onder Weidelaer

meer
levendigheid

"knus"
dorp

Beleving

Mooie dorpsplein
Goede vesting winkels

Laat het Plein
een ontmoetingsplein
worden: ruimte voor
voelgang, activiteiten
en minder auto's

HARD RIJDER
DOOR DORP
● AANPAKKEN
●

Veilig wonen
Geweldig leuk wonen

~~Meer~~ Mooie lantaarnpalen-
wanneer rest van
het dorp?

MAAK EEN
WINKELMERK VAN
DELEN DORP
(ACTIE WINKELIERS)
Bij VERSHOEK
● IN WESTEN

er zijn meer
fietsers en voelgang
dan auto's. ●
en fietsers worden op de
sloep gedwongen af
maken tussen geforceerde
auto's door!

Beleving

geen Echt-
winkel Rart.

Kermis
op Plein 1940

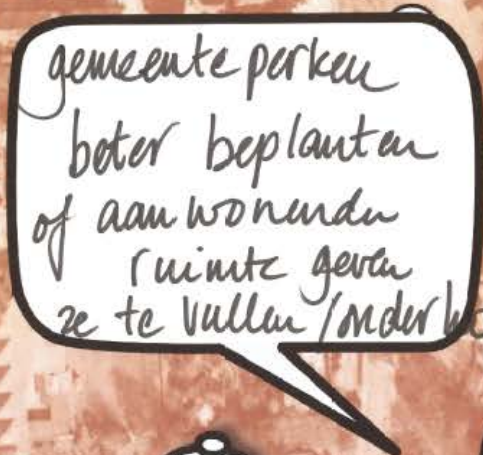
Clusteren
v.d. weekmarkt
(Sfeer)

Braakliggende
grond = onverzorgd.

IN de kernen
geen flat vorming
meer 2 hoog met kap

Waarschuwings
Bord voor parkeercontrole

Beleving



Beleving

Slechte verlichting

Meer promotie

meer activiteiten in het dorp

Mooi Plein, mooie kerk
maar...
het herst vd. auto's
10 leuke terrasjes
-standjes etc

Duidelijke dorpsplattegrond →
winkelgebied goed aanduiden.

Bibliotheek
uit centrum

GROTE
KROONBOMEN
missen

Gemeentehuis is
buiten centrum =
verarming voor
centrum

Op vrijdag nacht
is het altijd rommel
en raring in het Centrum
bij Aldi
Lehe dorp

RECHT PARKEREN
→ Ruimte wijk.
→ MUURTJES
BETER EÉN KANT
DORPSTER SCHUIN +
MUREN WEG

Mobiliteit

Rondweg! Schilt aandacht-
verkeer in het dorp

De oplossing in het
Wegst v h Dorp zorgt er voor
dat de snelheid lager wordt van
de auto's

Max snelheid Scootmob.
instellen

toerisme nog een
gemiste kans, meer
benutten ●

- Parkeren tijdens markt, ruimte is er
wel, maar wordt afgezet

Rol stoel vriendelijk
en Scootmobiel vriendelijk
fijn zebra's bij plein

lopend door
dorp goed
gereguleerd

stopverbod bij
Readshop voor de
deur. ● ■

Gratis parkeren
= positief ● ● ■ ■

Mobiliteit

GOED BE REIKBAAR
CENTRUM NC

Centrum route niet afsluiten
overtollige muurtjes afbreken,
dan ontstaat meer ruimte voor
parkeerplaatsen

Gaen het is al 20
See:

Meer zebra's
BLAUW 20 DE WEG
MEER GROEN
of
STRAATHEDUKLID

geen dat dorpsstraat nog open is
neem via aan lunteren, straat afgesloten
en leegstand = verdubbeld.
Dorp moet open blijven + toegankelijk.

Eenrichting verkeers
+
parkeerplaatsen schuin op de
weg.

Fietsen op de
weg
(rijden nu in de goot)

Hou parkeren ook
in de toekomst gratis

BETERE controle
(Frequentie) op snelheid
overtreders

Bij marktdag:
aangeven bij Dreef + rotonde
Brechdek: marktstraat is afgesloten.
Dit voorkomt opstoppingen enz. bij
Jumbo

Mobiliteit

door de straat
wordt wandel/
fiets straat

HEK PLAATSEN
WAAR DAE KAN
SCHEIDING
FIETSWAARDE / AFG

lijn
bussen
uit het dorp -
opstap punten buiten
het dorp
blauw

meer / betere
parkeergelegenheid
in het centrum

te weinig parkeergelegen-
heid rond Aldi, Dier, Honderd
omgeving Dorpsstraat (snelheid / fietsen)
↳ fietsen
gevaarlijk
door geul

rammel stroken
weg uit Marktstraat
Drinkingh of Marktstraat
voor reeds huisvesting maken
het zo als andere zijden van Marktstr.

snelheid auto's
met camera / flitsen
Handhaving
Veel gevaarlijke
overstee punten
voor fietsers

HARDRIJDERS
15 km-zone

Sluipverkeer uit
Centrum actiever
worden. Eventueel
eenrichtingsverkeer.

muurtjes weg →
daarvoor parkeervakken
blauwe zone heel
de week
haal die 2 achterlijke paallijn
op het pad bij van
RAAIJ weg.

Mobiliteit

Vracht wagons
- laaden losplekken -
regelen.

Fietzers op de
stoep.
veel vinden het gewaarsijde
op de weg!

Naar 30 maar
15 km per uur.
NIET afsluiten

Muurfjes/paaltes
bij parkeerplekken
weg - meer parkeer-
ruimte maken

Blauwe zone
voor bakkestaanders
niet duidelijk
de hele week

parkeerplekken
bij Aldi
schuin ipv recht

Meer Zebrastraten

Mobiliteit

auto's, fietsers / voetgangers
 gaan Leuvel door elkaar
 - geen ruimte voor fietsers
 - geen ruimte voor voetgangers
 - Slechte parkeer voor fietsers.

Waarom geen
 Parkeer mogelijkheid
 achter "Rabobank"
 meer?

onhandige
 fietsstandaards te
 hoog.
 Markt naar Vijzelstraat

Bed graag
 zonder vroege politiek

Auto's in dorpsstraat
 > 30 km per uur
 Control 0,0
 Blauwe zone - heel de week

Marktjes uit het dorp
 Onveilig 'kruispunt'
 dorpsstraat - druivenkamp
 Marktstraat / Voorposten

Zebrapad
 bij druivenkamp/
 dorpsstraat?
 Graag!

Laden + Lossen
 bij de Slushorst
 Fietsers langs de
 gevels, levensgevaarlijk

druivenkamp is
 sluiproute op woensdag
 v.m. markt.

PARKEREN
 MEER PLEK

LAAG EN LOSSEN
 VRIJ WACHERS

Voorzieningen

Om winkeliers te behouden:
bij vragen biedt aan wat Kan, niet
wat niet mag → dus meedenken.

Goede &
gezellige Horeca
WINKELS

Voorzieningen

Aaaa winkelbestand.
Actieve ondernemers
Gezelligheid!

Twee Supermarkten
Top behouden!

Stoer randen dank als afschutting
Voor het trottoir -
Gevoel minder brommers en fietsen
op de stoep meer veiligheid voor
bewoners en voetgangers

NW Straatverl.
relatief weinig leegstand!
Ondernemers + winkeliers
samen versterken elkaar!

Horeca is goed
gevarieerd in ons
dorp!

Zwembad is top!

Voorzieningen



Voorzieningen

PARKEREN
BOAS
(KOMEN NIET
VOOR BIJ DE
SPHINT!)

WEGEN TE SMAL.
BUSSEN/VRACHT.
AUTO'S MOEIT
MET PASSEREN.

vergunningen
sneller en
makkelijker
verlenen.

Blauwe Zone
beter te bezet!

waterafvoer tussen
drenpels

Popsterklike Woningbouw

LEEGSTAD
WOONEN VAN MANEN?

WW in Centrum
(nu ver weg en nooit open)

Wat kan ik doen
met logerende
kleinkinderen?

fietsen op de
straat !! ze rijden
altijd op de stoep!
(sorry bij verkeer)

Blauwe Zone:
Beter afschaffen

Parkerplaatsen
"Kilnerpoel" realiseren

afbraak voor het dorp
al meer dan 10 jaar hoe is dit
mogelijk? !!

Voorzieningen



- Slechte verlichting / herstverlichting
- aankleding zomer (bloemen etc.)
- gemeente looft voor meegedacht wordt met de winkeliers.

men groen

PARK LEENT ZICH VOOR MEER EVENEMENTEN

■ STEER, VER-
LICHTING

Geen auto's op plein 1940
meer horeca, terras, hiosh etc

Beter straatverlichting
lichtin begin Marktstraat.

parkeer garage op de wijk

Concertlocatie niet op 1 plaats; houd trekkers op beide kanten van doop → dan blijft er traffic tussen de winkels en daardoor gezelligheid en levensvatbaarheid voor winkeliers

Green huis aan rand

betera fiets voorzieningen