

Programmaplan Vitale Binnenstad Veenendaal

Van Winkelstad naar Binnenstad
DEFINITIEF



titel rapport
**Programmaplan Vitale
Binnenstad Veenendaal**

datum
4 november 2020

projectnummer
P03301

opdrachtgever
Gemeente Veenendaal

BRO
Projectleider
GW
Projectteam
FS, JV, LV, CJ, WB, FW

bron Kافت
BRO

BRO
Bosscheweg 107
5282 WV Boxtel
T +31 (0)411 850 400
E info@bro.nl
www.bro.nl



Inhoudsopgave

1 Inleiding	3
2 Van winkelstad naar binnenstad	4
2.1 Complete binnenstad	7
2.2 Toegankelijke binnenstad	16
2.3 Groene en duurzame binnenstad	18
2.4 Innovatieve binnenstad	21
2.5 Goed georganiseerde binnenstad	22
3 Uitvoerings-programma	24
3.1 Complete binnenstad	25
3.2 Toegankelijke binnenstad	28
3.3 Groene en duurzame binnenstad	28
3.4 Innovatieve binnenstad	29
3.5 Goed georganiseerde binnenstad	30
Bijlage 1 Participatie	32
1.1 Proces en betrokken belanghebbenden	32
1.2 Enquête	32
Bijlage 2 Aanbod	36
Bijlage 3 Kwantitatieve behoefte winkelmeters	41
Bijlage 4 Retail Risk Index	45
Bijlage 5 Voorzienbaarheid	47
Bijlage 6 Begrippenlijst	50

1 Inleiding

Aanleiding

De afgelopen jaren heeft de gemeente Veenendaal met stakeholders gewerkt aan een krachtig centrumgebied met regionale aantrekkingskracht. Gelet op de dynamiek in de retail en veranderend consumentengedrag is het werk echter nog lang niet af. De looptijd van het huidige programma 'Vitale Winkelstad' komt dit jaar (2020) ten einde. De gemeente heeft daarom besloten om door te pakken en in een 2^e fase verder te bouwen aan de versterking van het centrum, onder de noemer 'Vitale Binnenstad'. Dit is gebeurd in een intensief proces samen met stakeholders in de binnenstad, waarvan dit Programmaplan de uitkomst is. De recente coronacrisis bevestigd eens te meer dat het noodzakelijk is om te blijven werken aan een krachtig centrum.

Het **nieuwe Programmaplan 'Vitale Binnenstad'** bestaat uit een geactualiseerde, **integrale visie en een uitvoeringsprogramma**. De visie in het Programmaplan heeft een scope van circa tien jaar. Het uitvoeringsprogramma heeft een doorlooptijd van vier jaar (2021 – 2024). De contouren van de visie en het uitvoeringsprogramma zijn in de collegeopdracht al neergezet aan de hand van 5 speerpunten:

- De complete binnenstad
- De toegankelijke binnenstad
- De groene en duurzame binnenstad
- De innovatieve binnenstad
- De goed georganiseerde binnenstad.

Deze speerpunten zijn in dit Programmaplan zijn uitgewerkt in ambities, (operationele) doelstellingen en projecten. In het nieuwe Programmaplan ligt de focus op het **centrumgebied en Duivenweide** (figuur 2). De aanloopstaten binnen

de centrumring en de woon- en werkgebieden buiten deze zone zijn geen onderdeel van het nieuwe Programmaplan.

Proces

Om tot een nieuw Programmaplan te komen is een intensief proces doorlopen in periode juli tot en met oktober 2020 (zie figuur 1). Centraal stond daarin de bijeenkomsten met de **Externe stuurgroep**, waarin vertegenwoordigers van ondernemers, vastgoedpartijen, horeca, cultuurinstellingen, warenmarkt en gemeente zitting hadden. Om te komen tot een visie en uitvoeringsprogramma is allereerst een uitgangspuntennotitie opgesteld. Daarin is voor elk van de 5 speerpunten een inventarisatie gemaakt van de huidige stand van zaken: welke ontwikkelingen hebben de afgelopen jaren plaatsgevonden en wat zijn relevante trends en (beleids)kaders (in het bijzonder de Omgevingsvisie). In een enquête zijn ook



Figuur 1: Afbakening centrumgebied

individuele winkel- en horecaondernemers, vastgoedeigenaren, warenmarkt, cultuurinstellingen en 14 bewonerscollectieven geconsulteerd. De uitgangspuntennotitie is gebruikt ter input voor strategische sessies met de Externe Stuurgroep. Op basis van de uitkomsten van die gesprekken is vervolgens dit Programmaplan opgesteld. In bijlage 1 een verdere toelichting op het participatieproces.

In november / december ligt het Programmaplan ter besluitvorming bij het College en vervolgens de gemeenteraad.



Figuur 2: Routekaart proces

2 Van winkelstad naar binnenstad

Urgentie

De binnenstad van Veenendaal is het kloppend hart én het visitekaartje van Veenendaal. De afgelopen jaren is hier hard aan gewerkt in het kader van de 'Vitale Winkelstad'. In samenwerking met stakeholders zijn diverse mooie ontwikkelingen tot stand gekomen. **Tegelijkertijd is het werk aan de binnenstad nog lang niet klaar** en staat de binnenstad nog altijd onder druk.

Van oudsher heeft het centrum een sterke regionale positie en tevens een functie als belangrijkste winkelstad in de regio. Het retaillandschap is echter continu aan verandering onderhevig en consumentengedrag is in de afgelopen jaren structureel gewijzigd. Middelgrote centra zoals Veenendaal ondervinden hiervan overduidelijk de meeste hinder. De regionale verzorgingsfunctie en de echte winkelfunctie zijn afgenomen ten koste van de grotere binnensteden en internet. Niet-dagelijkse winkels ondervinden bovendien steeds heviger concurrentie van het internet. Daar nog bovenop komt de coronacrisis, die naar verwachting een verdere verschuiving naar online met zich mee brengt en een toename van bedrijfsbeëindigingen. Retailers heroverwegen hun vestigingslocaties: sluiten winkels of verplaatsen. Leegstand zal toenemen en de huurwaarde van vastgoed zal verder onder druk komen te staan. **Ook het centrum van Veenendaal wordt door deze ontwikkelingen geraakt.**

Om het centrum toekomstbestendig te houden, is daarom een **andere kijk op de binnenstad** noodzakelijk. Namelijk, de **verschuiving van winkelstad naar binnenstad**. Voor wat betreft winkelen neemt de (regionale) verzorgingsfunctie

van de binnenstad af. Waar winkelen voorheen de boventoon voerde wordt deze functie in toenemende mate een gelijkwaardig onderdeel van de complete binnenstad. Bezoekers komen niet langer puur om te winkelen, ze zijn op zoek naar beleving (horeca, cultuur, vermaak), een aantrekkelijke binnenstad waar het goed vertoeven is en waar service en gemak zo optimaal mogelijk zijn (zie ook kader). De coronacrisis brengt in dat licht ook kansen: consumenten gaan minder 'ver van huis' en herontdekken de waarde van 'lokaal kopen'. De binnenstad krijgt hiermee in toenemende mate een functie voor de Veenendalers zelf, en houdt ook een belangrijke functie voor de omliggende regio (o.a. gemeente Utrechtse Heuvelrug en Rhenen). Zeker voor wat betreft horeca, cultuur, (kleinschalige) evenementen en niet te vergeten: als werklocatie.

Visie en ambitie

Kortom: van winkelstad naar binnenstad. Deze nieuwe kijk op het centrumgebied resulteert in de onderstaande **centrale ambitie** voor de binnenstad. Deze centrale ambitie is mede gebaseerd op de ambities uit de **Omgevingsvisie**, ten aanzien van het centrum en specifiek de drie leidende principes van gezondheid, duurzaamheid en veiligheid.

Van winkelstad naar binnenstad: er wordt ingezet op een **complete en comfortabele binnenstad**, die **economisch én sociaal vitaal** is. Een aantrekkelijke en **toegankelijke verblijfsplek** die mensen verbindt, met volop mogelijkheden om te **ontmoeten en te beleven**. Een binnenstad **voor Veenendalers** en voor bewoners en toeristen uit de **omliggende regio**.

Om een economisch én sociaal centrum te blijven en een belangrijke verzorgingsfunctie te houden voor inwoners van Veenendaal en de regio, moet de binnenstad aantrekkelijk

Doelgroepen en bezoekmotieven

Door de BIZ Winkelstad worden momenteel 2 doelgroepen onderscheiden: de **bewoners uit Veenendaal** en **bewoners en toeristen uit de regio** (tot <15 km).

De betekenis van de binnenstad van Veenendaal verschilt naar de herkomst van bezoekers en naar hun levensfase. Met name **(oudere) gezinnen (en hun kinderen) en 55+ers** zijn belangrijke doelgroepen voor Veenendaal. Zowel voor boodschappen doen als voor winkelen. Met name **vanuit de regio is de doelgroep 55+ van belang**, zowel in bezoekerstaantallen als bestedingen. Tegelijkertijd neemt het belang van overige bezoekmotieven sterk toe, zoals **bezoek aan de horeca, diensten, zorg, cultuur en evenementen**. Toerisme is een kans, vanuit de toename van toeristische overnachtingen.

Veenendaal wordt zowel door bewoners als bezoekers positief gewaardeerd en uitgedragen (hoge NPS-score). Met name worden de centrale ligging (alles dichtbij, op 5 tot 10 minuten fietsafstand) en goede bereikbaarheid gewaardeerd (voor auto én fiets), net als de goede parkeer- en stallingsmogelijkheden. Ook het winkel- en horeca-aanbod worden goed gewaardeerd. Het centrum is comfortabel en compleet. (bron: KSO 2018 en Passantenonderzoek Strabo 2019)

De doelgroepenfocus vraagt een verdere gezamenlijke verdieping op marketingmix (o.a. aanbod in functies en kwaliteit, promotie, communicatie) en de nieuwe propositie van 'Vitale Binnenstad' (i.p.v. Winkelstad). De branding van de binnenstad kan versterking gebruiken, waarbij het omarmen van het eigen DNA een sterk uitgangspunt is (de kernwaarden 'comfortabel, verbindend en ondernemend'). Met daarbij de vraag: waar wil Veenendaal in uitblinken?

zijn om te bezoeken. Die aantrekkelijkheid zit voor een belangrijk deel in het aanbod en daarnaast in sfeer en beleving (openbare ruimte, evenementen) en in gemak (in bereikbaarheid, parkeren, services).

Om dit voor elkaar te krijgen is een duidelijke afstemming op doelgroepen én een goede samenwerking belangrijker dan ooit. De centrale ambitie is in het vervolg van dit hoofdstuk uitgewerkt in **vijf speerpunten**:

- **De complete binnenstad**
- **De toegankelijke binnenstad**
- **De groene en duurzame binnenstad**
- **De innovatieve binnenstad**
- **De goed georganiseerde binnenstad.**

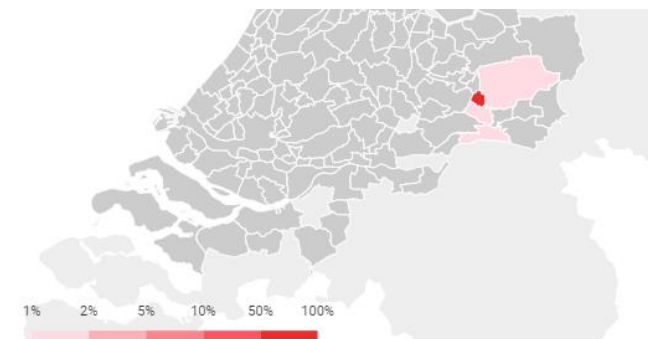
De hoogste prioriteit hebben de speerpunten Complete binnenstad, Toegankelijke binnenstad en Groene en duurzame binnenstad. Voor elk speerpunt is in de hoofdstukken hierna een eigen ambitie geformuleerd. Ook bij de uitwerking van de ambities per speerpunt is de Omgevingsvisie leidend geweest. In het bijzonder zijn de drie leidende principes van gezondheid, duurzaamheid en veiligheid vertaald in de speerpunten 'Groene en duurzame binnenstad' en 'Toegankelijke binnenstad'. Schoon, heel en veilig zijn basisvoorwaarden voor een goed functionerende binnenstad. 'Schoon, heel en veilig' heeft in verschillende speerpunten een plek. De werkgroep Keurmerk Veilig Ondernemen (KVO) heeft een belangrijke rol als het gaat om het schoon, heel en veilig houden van de binnenstad. Op pagina 6 staat een samenvattend beeld van de centrale ambitie en de vijf speerpunten.

Doelgroepen naar herkomst

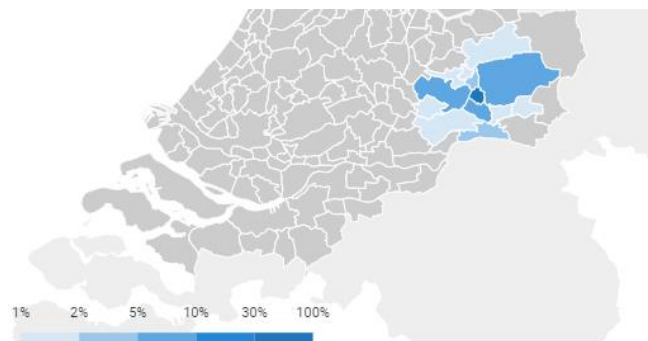
- **Bewoners van het centrum:** primair bezoekmotief is boodschappen doen, bezoek van een specifieke winkel, gebruik van voorzieningen (diensten, zorg, cultuur) en bezoek van horeca. De leefbaarheid van de binnenstad is voor hen een belangrijk thema.
- **Bewoners van andere wijken:** primair bezoekmotief is boodschappen doen, winkelen, gebruik van voorzieningen (diensten, zorg, cultuur) en bezoek van de horeca. Bewoners uit Noordoost zijn relatief sterk op de binnenstad gericht voor hun boodschappen.
- **Inwoners van de regio:** primair bezoekmotief is recreatief winkelen, bezoek van een specifieke winkel, gerelateerd aan werk of om andere redenen (bijv. cultuur, horeca, evenementen).
- **Toeristen:** komen om te winkelen, voor horecabezoek, en ook voor cultuur en evenementen.

Doelgroepen naar levensfase

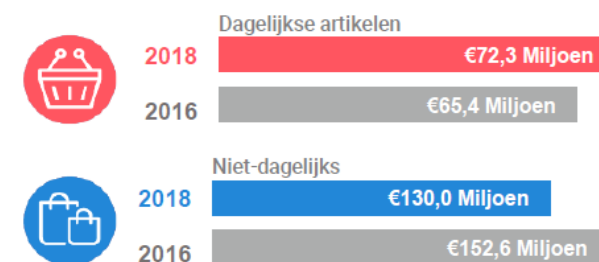
- **Jongeren (15 – 20 jaar):** komen met name naar centrum voor overige voorzieningen (diensten, horeca, zorg cultuur) en deels om te winkelen.
- **Jongvolwassenen / starters (20 – 35 jaar):** komen met name naar centrum voor overige voorzieningen (diensten, horeca, zorg cultuur).
- **Jonge gezinnen (35 – 45 jaar):** bezoekt het centrum naar verhouding vaker om boodschappen te doen en voor overige voorzieningen (diensten, horeca, zorg cultuur).
- **Oudere gezinnen (45 – 55 jaar):** maakt in de volle breedte gebruik van het aanbod in centrum en komt zowel voor boodschappen, winkelen als overige voorzieningen.
- **Jonge ouderen (55 – 75 jaar):** maakt in de volle breedte gebruik van het aanbod in centrum en komt zowel voor boodschappen, winkelen als overige voorzieningen. Naar verhouding belangrijke doelgroep in aantal bezoekers en bestedingen.
- **Senioren (75+ers):** bezoekt het centrum vooral voor boodschappen en overige voorzieningen.



Figuur 1: Herkomst bestedingen dagelijkse artikelen in centrum Veenendaal (KSO, 2018)



Figuur 2: Herkomst bestedingen niet-dagelijkse artikelen in centrum Veenendaal (KSO, 2018)



Figuur 3: Ontwikkeling bestedingen dagelijks en niet-dagelijks in Centrum Veenendaal (KSO, 2018)

Ambitie



Speerpunten



Figuur 4: Visie collage Ambitie & Spoorpunten

2.1 Complete binnenstad

Urgentie

De afgelopen jaren hebben in het centrum diverse ontwikkelingen plaatsgevonden, zoals de ontwikkeling 'Brouwerspoort' met onder meer realisatie van 5.000 m² commerciële ruimte (o.a. uitbreiding en verplaatsing van supermarkt Hoogvliet), realisatie van het cultuurcluster aan het Kees Stipplein, herbestemming van de Pniëlkerk en de bouw van diverse woningen. Tegelijkertijd is in het huidige Programmaplan 'Vitale Winkelstad 2017' al ingezet op het compacter maken van de binnenstad met diverse themagebieden, onder meer door de inzet van een verplaatsingscoach, activerend detailhandelsbeleid en het afmaken van de winkelroute in Brouwerspoort.

Deze inzet is nog niet voldoende gebleken. Het economisch functioneren van niet-dagelijkse (modische) winkels in het centrum van Veenendaal staat nog altijd onder druk. En deze druk zal naar verwachting verder toenemen, in lijn met landelijke trends (zie toelichting in kader hiernaast). De puur recreatieve winkelfunctie van de binnenstad neemt af. En het belang van dagelijks winkelaanbod en de lokale verzorgingsfunctie nemen verhoudingsgewijs juist toe. De omvang van het huidige kernwinkelgebied is niet meer van deze tijd, de leegstand doet afbreuk aan de uitstraling en het functioneren van het centrum en voor het uitgebreide mode en luxe-aanbod is onvoldoende potentie.

Hoewel de groei van het lokale inwonertal en de effecten van corona (meer lokaal / dichtbij huis kopen) wel (tijdelijk) enig tegenwicht bieden, **is een significante afname van het winkelaanbod echter onvermijdelijk**. De al hoge, bestaande leegstand zal de komende periode verder oplopen en niet

meer ingevuld kunnen worden met nieuwe detailhandel. De binnenstad van Veenendaal staat daarmee aan de vooravond van een 'diversiteitssprong', waarvoor een lange termijn oplossing nodig is. **De grootste opgave voor het centrum van Veenendaal is daarom het toewerken naar een complete binnenstad: versterken van het aanbod door het toevoegen van andere functies, tegelijkertijd met het terugdringen van de bestaande en te verwachten leegstand.**

Uit de bijeenkomsten met stakeholders uit de binnenstad en de ontvangen reacties blijkt ook een **breed draagvlak voor de noodzakelijke ontwikkeling van 'winkelstad naar binnenstad'**. Er ligt een duidelijke opgave om **vanuit kansen het aanbod in de binnenstad in diversiteit te versterken, afgestemd op de wensen van de consument, samen met het terugdringen van het teveel aan winkelmeters (leegstand)**. Aanvullend geeft men duidelijk het signaal dat keuzes gemaakt moeten worden en **snelheid in handelen** nodig is. Maar ook dat de wereld niet maakbaar is en dat meer tijd nodig is om tot afgewogen, gedragen en haalbare keuzes te komen. Tegelijkertijd zijn er veel tegenstrijdige meningen en belangen die maken dat er **geen eenduidig beeld is over in welk deel van het centrum deze transformatie naar andere functies te realiseren**.

Economisch functioneren winkels onder druk

- De **leegstand binnen de centrumring bedraagt momenteel ca. 19.800 m² winkelvloeroppervlak**, waarvan bijna 17.000 m² wvo binnen het huidige kernwinkelgebied (*bron: Locatus*¹). Ten opzichte van het totale aanbod is dit twee keer zo hoog als het landelijk gemiddelde.
- Tegelijkertijd zijn **koopkrachtbinding en -toevloeiing** in de niet-dagelijkse sector tussen 2016 en 2018 **afgenomen, net als de gemiddelde bestedingen per m²**. Met name ten gunste van internet. (*bron: Koopstromenonderzoek Randstad 2018*)
- Zelfs indien het lukt om de binding en toevloeiing in de toekomst op een vergelijkbaar niveau als nu te houden, zal er nog altijd sprake zijn van een overaanbod aan modische winkels. **Kortom: het modische aanbod in het centrum is nu én in de toekomst te ruim is om gezond te kunnen functioneren.**
- Zo zijn in Veenendaal al zaken permanent gesloten (o.a. Eigenwijk en Miss Etam) maar er zullen er meer volgen gezien het aanwezige risicoaanbod² en te verwachten bedrijfsfaillissementen en het sluiten van vestigingen. Uit het vertrek van horecaketten LaPlace gaat in dit licht een signaalfunctie uit: Veenendaal wordt niet meer als kansrijk gezien.

Visie en ambitie



De **complete binnenstad draait** om meer dan alleen winkelen. Het centrumgebied wordt **diverser**, met naast winkels, horeca en cultuur, meer ruimte voor **wonen, werken, ontspanning en dienstverlening**. **Verblijven, ontmoeten en beleven** maar ook **service, gemak en comfort** zijn in toenemende mate van belang.

¹ In dit document zijn cijfers van Locatus gebruikt, teneinde ook landelijk te kunnen vergelijken. In Veenendaal worden in de eigen Economische Monitor cijfers verwerkt op grond van waarneming in het veld. Deze cijfers kunnen verschillen.
² Dubbelingen in het aanbod en formules waarvan bekend is dat zij onder druk staan of die één of meerdere doorstarts gemaakt hebben.

Naar een completer centrumgebied

Om een aantrekkelijke en complete binnenstad te blijven is een **versterking van de diversiteit in aanbod nodig, zowel in sectoren als qua evenementen**.

- Er wordt **actief ingezet op toevoeging van andere publieksgerichte functies, werken en wonen**. Het functionele profiel van de binnenstad verschuift van de primaire focus op winkels naar winkels én andere commerciële / publieksgerichte functies. Denk aan:

- **Persoonlijke, ambachtelijke en sociaal-maatschappelijke dienstverlening**
- **Medische dienstverlening en zorgfuncties**
- **Leisure**
- **Kleinschalige (ICT-)kantoren en maakbedrijven**
- **Nieuwe mengconcepten.**

Met accenten in deelgebieden (zie hierna), met ieder een specifieke dominantie in aanbod en eigen sfeer en kleur, afgestemd op de gewenste doelgroepen.

- Ook wordt **meer ruimte geboden aan evenementen, met name initiatieven gericht op ‘sociale meerwaarde’ en verbinding**, één van de kernwaarden van Veenendaal. De Markt en het nieuwe Stadsstrand worden dé nieuwe plekken voor kleinschalige evenementen. Voor evenementen met een grotere ruimtevraag en passend bij de functie van de binnenstad is Duivenweide dé locatie. Voor echte grootschalige evenementen blijft het Evenemententerrein aan de Groeneveldselaan (en in een enkel geval het Stadspark) de juiste plek.

Winkelgebied

Op hoofdlijnen bestaat het winkelgebied uit de **historische Hoofdstraat, de overdekte centra Passage Corridor en Scheepjeshof, en het nieuw gerealiseerde middendeel van Brouwersgracht**. Dit is het gebied waar momenteel al een dominantie in winkelaanbod is (dichtheid en concentra-

tie) en waar de meeste passanten zich bewegen. Met de realisatie van het foodplein en de nieuwe entree van de Passage Corridor, aansluitend op supermarkt Hoogvliet en de afronding van de ontwikkeling Brouwerspoort (middendeel van de Brouwersgracht incl. Stadsstrand) krijgt dit deel van de binnenstad een prominenter winkelfunctie (boodschappenprofiel).

- In dit gebied wordt gestreefd naar een zoveel mogelijk aaneengesloten winkelplint. Nieuwe en verplaatsende winkels landen bij voorkeur in dit gebied. Enige afwisseling met horeca en andere functies blijft wel wenselijk.
- Voor winkelmeters op de verdieping wordt ingezet op een verkleuring naar andere functies.
- Ook aan de uiteinden en de ‘randen’ van het gebied wordt ingezet op functieveranderingen. Zoals naar maatschappelijke en (medische) zorgfuncties (evt. i.c.m. wonen) in een deel van de Scheepjeshof en naar een kantoor-, leisure- of woonfunctie in het zuidelijk deel van de Passage Corridor.
- In het pand Korenbeurs is op termijn een invulling met horeca of leisure/cultuur wenselijk, aansluitend op het profiel van de J.G. Sandbrinkstraat en Kerkewijk, aangezien de huidige invulling en uitstraling niet aansluit op de gewenste verblijfs- en belevingsfunctie van de Markt
- Waar binnen het winkelgebied op termijn het zwaartepunt komt te liggen, is afhankelijk van de kansen voor transformatie naar andere functies. Hierop wordt in de volgende paragraaf (‘Naar minder leegstand en transformatie’) ingegaan. Belangrijk is dat nu geen ‘nieuwe kaart’ van de binnenstad wordt getekend, maar dat gekozen wordt voor groeimodel op basis van een aantal ‘ontwikkelrichtingen’, waarin (afhankelijk van de te benutten kansen in de markt) variaties in het accent van winkelaanbod kunnen ontstaan (zie figuren 9 t/m 11).

Overige gebieden binnen centrumgebied

In de volgende gebieden heeft detailhandel al een meer ondergeschikte rol. Het zijn gebieden met een sterk eigen profiel, dan wel een gemengd profiel met diverse functies. Per gebied is er een andere inzet. Voor de invulling van de plint ligt het accent wel hoofdzakelijk op commerciële (publieksgerichte) functies.

- **Het Thoomesplein heeft een speciale positie als ‘nieuw hart’** van de binnenstad binnen het winkelgebied. De nadruk ligt op het versterken van het gebied als vrijetijds- en belevingscluster met diverse horecavoorzieningen en terrassen (en Downtown als eyecatcher) én het nieuwe Stadsstrand met kinderspeelvoorziening. Hier is ook ruimte voor kleinschalige evenementen.
- **De Markt vormt het historisch ‘hart’** van Veenendaal. Het hoger gelegen deel is momenteel een duidelijk horecaconcentratiegebied. Op het lager gelegen plein wordt gestreefd naar versterking van de verblijfs- en belevingsfunctie, inclusief mogelijkheden voor horeca. Ook is de warenmarkt op de locatie Hoofdstraat / Markt een extra trekker voor de binnenstad op dinsdag en zaterdag, waarbij er sprake is van synergie tussen warenmarkt en centrumvoorzieningen. Concreet moeten er verdere afspraken gemaakt worden over het optimale gebruik van de beperkte ruimte op de Markt: met mogelijkheden voor horeca, evenementen, warenmarkt en meer groen en water. Daarbij zal iedereen moeten inschikken. Door betere afspraken over het gebruik door verschillende functies kan de verblijfsfunctie van de Markt structureel worden versterkt en kan bijvoorbeeld bij kleinschalige evenementen synergie gezocht worden tussen warenmarkt en evenement. Voor de hoger gelegen panden aan de noordzijde van Markt is een verkleuring naar leisure en werken mogelijk.

- Voor de **J.G. Sandbrinkstraat** wordt ingezet op behoud van het sterke eigen profiel als voornaamste horecaconcentratiegebied in het centrum.
- Het **zuidelijk deel van de Brouwersgracht** heeft een gemengd profiel met overwegend dienstverlening en horeca. Een verbreding naar werken is mogelijk, waaronder invulling met kleinschalige (ICT)bedrijvigheid.
- Het **Kees Stipplein** vormt het culturele hart van Veenendaal, met de Cultuurfabriek als grote eyecatcher. Voor het gebied wordt ingezet op behoud en versterking van het culturele / leisure profiel in combinatie met horeca en terrassen, aansluitend op het Thoomesplein.
- Het **noordelijk deel van de Brouwersgracht** heeft een gemengd profiel: met een beperkte winkelfunctie (in aantal voordeuren) en enkele horecazaken (gericht op Thoomesplein). In het gebied wordt ingezet op een verdere verkleuring naar leisure, werken (o.a. kleinschalige ICT-bedrijvigheid, ambachten) en dienstverlening. Eventueel is een bijzondere woonvorm op begane grond mogelijk (bijv. woon-werkwoningen, zorgwoningen).
- De **Hoogstraat (inclusief Zwaaipein)** heeft een gemengd profiel, met winkels gericht op food en een mix van wonen, mode en overig niet-dagelijkse winkels, en daarnaast dienstverlening en horeca. In de plint is een verdere functieverbreding naar bijv. werken (kantoren, maakbedrijven) mogelijk. Op verdieping is er ruimte voor verdere toevoeging van woningen (in combinatie met o.a. gevelverbetering). (zie figuur 7).
- In de **Zandstraat** ligt het accent qua aanbod nu al niet meer op detailhandel, maar op dienstverlening en horeca. Verdere functieverbreding naar werken en ook wonen wordt gestimuleerd (in combinatie met o.a. gevelverbetering).

LEGENDA VISIEKAART BINNENSTAD VEENENDAAL

Detailhandel	Gemengd detailhandel, horeca, leisure, werken en dienstverlening
Horeca	Gemengd detailhandel, maatschappelijk/zorg
Cultuur	Gemengd detailhandel, food, dienstverlening, werken, horeca
Duivenweide	Gemengd dienstverlening, werken en horeca
Transformeren naar wonen	
Bestaande ingrepen	



Deze kaart geeft een beeld van het gewenste toekomstige profiel van de deelgebieden in het centrumgebied. Dit afgezet tegen de bestaande profilering van deelgebieden in het centrum (kaart rechtsboven). De toekomstige ontwikkelrichting van het winkelgebied is weergegeven in de figuren 6 t/m 9 en hangt samen met de transformatieopgave (zie volgende pagina).

Figuur 5: Gewenst functieprofiel van deelgebieden in centrumgebied

- Voor de **Duivenweide (incl. Kerkewijk)** wordt een nieuwe gebiedsvisie vastgesteld, waarin ruimte gecreëerd wordt voor een grootschaligere evenementenlocatie en verdere vergroening. Daarin is ruimte voor één extra horecagelegenheid vanuit theater Lampegiet. Tegelijkertijd wordt de parkeercapaciteit ingeperkt. De Kerkewijk krijgt meer een verblijfskarakter met ook ruimte voor terrassen en een inrichting als kiss & ride zone. Rondom het gebied zijn er mogelijk kansen voor meer woningbouw.
- De **Tuinstraat** heeft primair een functie als expeditiestraat. Publieksgerichte functies zijn hier niet wenselijk. Er wordt ingezet op transformatie van de achterzijden van (diepe onverhuurbare) winkels (met entree aan de Hoofdstraat) en de achterzijde van de Passage Corridor (BCC-blok), in combinatie met toevoeging van woningen (zie figuur 12).

Naar minder leegstand en transformatie

De urgentie en ambitie om delen van het centrum naar niet-winkelfuncties te transformeren is duidelijk. Maar hoe groot is deze opgave en op welke locaties?

Omvang opgave

Van de huidige leegstand is niet de verwachting dat deze opnieuw met winkels kan worden ingevuld. Vanuit de verwachte (versnelling van) trends en ontwikkelingen (verdere verschuiving naar online-aankopen, mede als gevolg van corona, en de daarbij behorende nieuwe vestigingskeuzes van retailers) zal er zelfs nieuwe leegstand bij komen. Uitgaande van de huidige omvang van de leegstand en een indicatieve berekening van wat er in de toekomst aan behoefte aan winkelmeter is (zie kader), volgt een **transformatieopgave van ten**

minste 27.500 m² aan winkelvloeroppervlak (leegstand en winkelmeters) binnen de centrumring.

Locaties

De exacte locaties voor deze opgave zijn niet op voorhand aan te wijzen. In het doorlopen proces met stakeholders is duidelijk geworden dat er **niet één specifieke locatie** is, waar transformatie naar andere functies bij voorbaat zou moeten plaatsvinden. Duidelijk is dat vanuit de bril van de consument (aantrekkelijkheid van het centrum) het aanpakken van de locaties met **zichtbare (structurele) leegstand** de meeste prioriteit heeft. Maar dit zijn niet per definitie de locaties waar transformatie naar andere functies in financiële zin het makkelijkst te realiseren is.

Er is wel is er een grof beeld van potentiële transformatie- en herstructureringslocaties en 'ontwikkelrichtingen' van het winkelgebied (zie figuren 6 t/m 9). Of concreet invulling gegeven kan worden aan transformatie op deze locaties en welke 'ontwikkelrichting' van het (accent in) het winkelgebied uiteindelijk het meest wenselijk en reëel is, is afhankelijk van verschillende factoren. Denk hierbij aan vastgoedwaarde en financiering (haalbare business case), de bereidheid van partijen om tot verkoop, aankoop en herontwikkeling over te gaan, de (on)mogelijkheden rond parkeren (bewoners) en het kunnen realiseren van een prettig woonklimaat of andere vestigingskwaliteiten voor niet-winkelfuncties. En hangt ook samen met waar zich kansen voordoen en waar 'de markt' (retailers en vastgoed) naartoe beweegt in de komende (post)corona-periode.

Om concrete uitspraken te kunnen doen over welke locaties kansrijk zijn voor transformatie naar andere functies, vraagt om een **verdere verkenning van de (financiële) haalbaar-**

Omvang opgave

De **leegstand binnen de centrumring bedraagt momenteel ca. 19.800 m² wvo**. Uit distributieplanologische berekeningen (bijlage 3) gericht op economisch gezond functioneren blijkt een overaanbod van niet-dagelijks (met name modisch) aanbod. Voor de dagelijkse sector is er nog enige uitbreidingsruimte. Hieruit blijkt dat zelfs in het meest gunstige scenario er in 2030 nog altijd sprake zal zijn van een **overaanbod van ruim ca. 7.900 m² wvo**. Dit betekent dat voor **minimaal 27.500 m² winkelvloeroppervlak (wvo)**³ een andere invulling gevonden moeten worden.

Uit de grove verkenning van locaties blijkt dat er **binnen de hele centrumring** winkelmeters en leegstand aan het aanbod onttrokken moeten worden om de gestelde opgave te realiseren: **zowel aan de randen (huidige 'aanloopstraten') als in het hart van de binnenstad (huidige 'kernwinkelgebied')**. Het gaat om (kleinschalige) pandsgewijze transformatie (in aanloopstraten, maar ook bijv. de leegstand in Tricotage en Colorant), winkelmeters op verdieping (bijv. voormalige BCC en V&D) én om grootschaliger ingrepen: bijvoorbeeld in de Corridor (BCC blok, zuidelijke passage), Scheepjeshof, Tuinstraat, Brouwersgracht) en Hoogstraat. **Ook gaat het om het terugdringen van winkelmeters buiten de centrumring:** door verplaatsing van verspreid aanbod naar het centrumgebied en inzet op transformatie naar wonen.

Tabel 1: Overzicht verkenning locaties voor transformatie

Locaties	Omvang (in m ² bvo)
Aanloopstraten	max. 15.000 m ² bvo
Huidig kernwinkelgebied	ca. 15.500 m ² bvo
Scheepjeshof	Te onderzoeken
Corridor	Te onderzoeken
Blok Hoogstraat / Hoofdstraat / Brouwersgracht	Te onderzoeken

³ Let op: het winkelvloeroppervlak is ca. 80-90% van bruto vloeroppervlak. Omgerekend gaat het dus om ca. 30.000 – 35.000 m² bruto vloeroppervlak (bvo).

heid. Dit betekent dat nu geen 'nieuwe kaart' van de binnenstad getekend kan worden. Daarom wordt **gekozen voor een groeimodel** op basis van een proces waarop regie wordt gevoerd.

Ook belangrijk is te realiseren dat dit proces een **opgave is van de lange adem**. Er wordt naar gestreefd om de komende programmaperiode de eerste transformaties naar andere functies te hebben gerealiseerd. En voor andere locaties in een planproces te zitten. Maar ook daarna blijft er werk te doen. De in dit Programmaplan gepresenteerde ontwikkelrichtingen en kaart met potentiële transformatielocaties vormen het handvat voor een stapsgewijs transformatieproces, als opmaat naar de nieuwe kaart van de binnenstad. Daarbij is het aanstellen van de gebiedsregisseur een cruciale eerste stap om snelheid te kunnen maken.

Transformatie naar wonen

Ten aanzien van transformatie naar woningen zijn er een aantal aandachtspunten:

- De combinatie van woningen en publieksgerichte voorzieningen in centrumgebieden brengt een spanningsveld met zich mee. De inpassing van wonen in centrumgebieden vraagt daarom om **creatieve ontwerpoplossingen**, waarbij op microniveau sfeergebieden gecreëerd moeten worden die rustpunten vormen, verblijfskwaliteit uitstralen en een prettige leefomgeving waarborgen. Dat kan op verdieping, maar zeker ook door de vormgeving van entreepartijen voor wonen op de begane grond.
- **Woonkwaliteit** kan geborgd worden door een helder beeld te vormen over het **wenselijke woonprogramma** (doelgroepen, woonvormen, typologieën), de (woon)voorzieningen die daarbij horen, in combinatie met een **beeldkwaliteitsplan**. En toetsing door een aparte commissie 'woon- en beeldkwaliteit'.
- Woningontwikkeling in de binnenstad biedt kansen om tegelijkertijd de **verblijfskwaliteit van de openbare ruimte** te verbeteren en een bijdrage te leveren aan de **vergroenings- en duurzaamheidsopgave**.



Figuur 6: Te onderzoeken mogelijke transformatielocaties

Kaarten 'ontwikkelrichtingen'

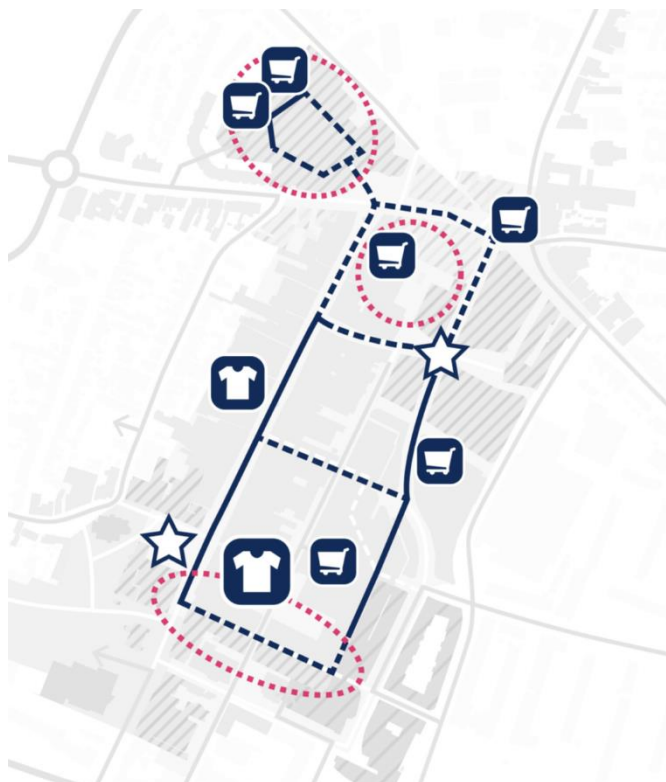
De figuren 7 t/m 9 geven mogelijke 'ontwikkelrichtingen' van het (accent in) het winkelgebied. Omdat dit afhankelijk is van een veelheid aan factoren is dit niet op voorhand aan te geven. Het tekenen van een 'nieuwe kaart' van de binnenstad is daarom nu niet reëel. In plaats daarvan wordt gekozen voor een groeimodel op basis van een proces waarop regie wordt gevoerd.

Te onderzoeken transformatielocaties

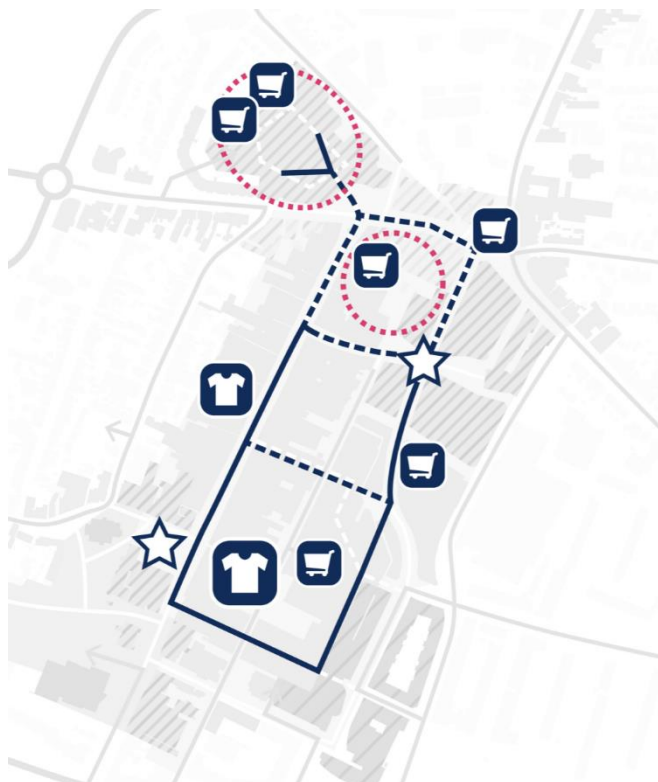
In figuur 6 een overzicht van potentiële transformatie- en herstructureringslocaties die als onderdeel van dit proces onderzocht dienen te worden.

LEGENDA ONTWIKKELRICHTINGEN

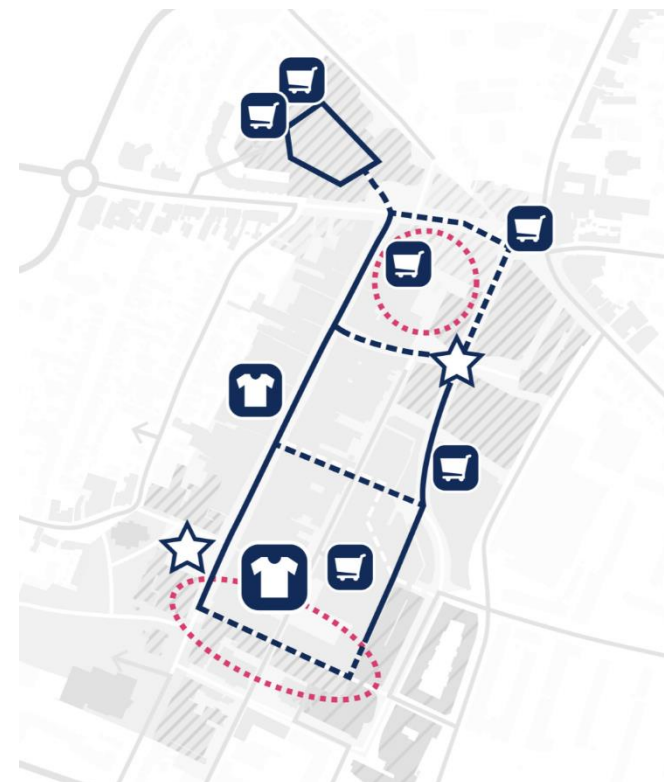
- | | | | |
|---|---------------------------|---|-----------------------------|
|  | Boodschappen |  | Winkelgebied |
|  | Mode |  | Gemengd gebied |
|  | Historische en nieuw hart |  | Potentiele ontwikkellocatie |



Figuur 7: Mogelijke ontwikkelrichting winkelgebied



Figuur 8: Mogelijke ontwikkelrichting winkelgebied



Figuur 9: Mogelijke ontwikkelrichting winkelgebied



Aan de Tuinstraat is er een kans om een kwalitatieve impuls aan de binnenstad te geven, tegelijkertijd met het realiseren van woningen en het terugdringen van winkelmeters. Hier dient er specifiek aandacht te zijn voor de inpassing in relatie tot de functionele expeditiestraat. Door met meerdere percelen samen een transformatie aan te gaan is er voldoende ruimte om een nieuwe (woon)structuur aan de Tuinstraat toe te voegen. Op deze manier kan er een prettig woonklimaat ontstaan, waar ruimte is voor parkeren, groen en spelen, gescheiden van de expeditiestraat.

Deze locatie Tuinstraat leent zich bij uitstek voor een stedenbouwkundige ontwerpprijsvraag.

Figuur 10: Impressie Tuinstraat

Randvoorwaarden transformatie

In dit stadium is nog geen 'nieuwe kaart' van de binnenstad gegeven, waardoor meerdere ontwikkelingsrichtingen mogelijk zijn (zie figuur 7 t/m 9). Om toch duidelijk regie te kunnen voeren met betrekking tot toekomstige transformaties, die ook daadwerkelijk bijdragen aan het toekomstige centrum, zijn enkele randvoorwaarden geformuleerd die te allen tijden geborgd dienen te zijn.

- Behoud van **voldoende winkelmeters (kritische massa)** die aansluit bij de verzorgingsfunctie van Veenendaal. Uitgaande van het meest gunstige scenario blijft er (binnen de centrumring) indicatief ruimte voor een **totaalaanbod van ca. 50.000 m² vwo aan winkels**.
- Behoud van de **juiste branchemix**, c.q. voldoende **diversiteit en segmentering binnen het (winkel)aanbod**. Dit aansluitend op het gewenste functieprofiel van deelgebieden (zie figuur 5).
- Er dient sprake te zijn van een heldere routing, waarbij sprake is van een zoveel **mogelijk aaneengesloten winkelfront** en waarbij rekening wordt gehouden met **bronzpunten** voor centrumbezoek (zowel voor auto- als fietsbezoekers).

Actiever terug in winkelmeters buiten centrumgebied

In de afgelopen jaren is in de binnenstad een verplaatsings/transformatiecoach aan de slag geweest, met als doel om winkels van buiten het centrumgebied te verplaatsen naar een plek daarbinnen. Deze inzet heeft geleid tot enkele verplaatsingen en voornamelijk de transformatie van ca. 5.000 m² aan winkelmeters. Een zeer mooi resultaat, maar gezien de voorliggende opgave nog niet voldoende. Een nog actievere sturing is gewenst door het actief terugdringen van winkelmeters buiten het centrumgebied door inperken van juridisch-planologische mogelijkheden voor detailhandel. Dit

door middel van het creëren van 'voorzienbaarheid' (zie ook bijlage Voorzienbaarheid). Daarvoor is een scherpe afbakening van gebieden nodig, waarover wordt uitgesproken dat er (op termijn) juridische detailhandelsmogelijkheden worden wegbestemd.

Ten aanzien van het creëren van voorzienbaarheid ligt de focus op het terugdringen van detailhandelsmogelijkheden **buiten het centrumgebied**:

- **Op locaties binnen de centrumring, maar buiten het 'centrumgebied'** worden op termijn juridische detailhandelsmogelijkheden wegbestemd. Voor sommige locaties wordt dit nader beschouwd in relatie tot de volledige detailhandelsstructuur. Het wegbestemmen wordt in de volgende bestemmingsplanherziening⁴ doorgevoerd. De wijze waarop dit juridisch vorm krijgt, wordt in het detailhandelsbeleid in bredere context beschouwd.
- **Op verspreide locaties buiten de centrumring**: De afweging ten aanzien van het behouden dan wel wegbestemmen van overige verspreide detailhandelslocaties buiten de centrumring wordt meegenomen in het detailhandelsbeleid.
- Voor locaties **binnen het centrumgebied** is het uitgangspunt dat het terugdringen van juridische detailhandelsmogelijkheden gebeurt tegelijkertijd met het positief creëren van transformatiemogelijkheden. Dit is maatwerk.

Doelstellingen

Visie en ambitie vertalen naar de volgende doelstellingen:

- Inzetten op een **compact en stevig winkelgebied**. De gebieden daaromheen hebben een sterk eigen profiel, dan wel een gemengd profiel met een combinatie van functies. Per **deelgebied** wordt actief ingezet op **transformatie** naar



een invulling met de genoemde **kansrijke functies**, in combinatie met het (op termijn) verwijderen van de detailhandelsmogelijkheden.

- Er wordt nadrukkelijk ruimte geboden aan initiatieven voor transformatie. Daarvoor faciliteert de gemeente **een centraal aanspreekpunt** waar ondernemers en vastgoedeigenaren terecht kunnen met plannen en vragen.
- Om toe te werken naar de complete binnenstad en het aanbod daarop af te stemmen vraagt om een verdere **verdieping van de wensen van doelgroepen**, ten aanzien van onderscheidend aanbod (in functies en activiteiten) en in marketing en communicatie. Hoewel het winkelaanbod in kwantitatieve zin sterk afneemt blijft er ruimte voor verantwoorde toevoeging van **onderscheidende winkels** die **kwaliteit** toevoegen aan het winkelgebied.
- Er wordt een gerichte acquisitie ingezet om **publieksfuncties** (naast winkels/horeca met name leisure, maatschappelijke en semi-overheidsfuncties) en **(ICT) werkfuncties** naar de binnenstad te halen.
- Er wordt meer ruimte geboden aan vrije tijds/leisure-voorzieningen, activiteiten en evenementen en andere initiatieven die verlevendiging en belevenis bieden in het winkelgebied. Hiertoe wordt **een (gecoördineerd) evenementenprogramma opgesteld** dat aansluit op de kernwaarden van Veenendaal en gericht is op een beperkter aantal evenementen maar met een grotere impact en uitstraling.
- **Verblijven en ontmoeten staan centraal** in de openbare ruimte in en rond het winkelgebied. Dit krijgt vorm door de pleinen en knooppunten in te richten als groene verblijfsplek.
- Om de **verblijfs- en beleevingsfunctie van de Markt te versterken** worden er verdere afspraken gemaakt over het optimale gebruik van de Markt door verschillende functies (horeca, evenementen, warenmarkt en meer groen en water).

⁴ Waar over bestemmingsplan(herziening) gesproken wordt, wordt ook bedoeld Omgevingsplan(herziening).



Binnen het bouwblok gelegen tussen het Hoogstraat, Brouwersgracht en het noordelijk deel van de Hoofdstraat en het bouwblok aan de noordzijde van de Hoogstraat zijn er kansen voor transformatie, waarbij tegelijkertijd winkelmeters verminderd kunnen worden en een omvangrijker woonprogramma gerealiseerd kan worden.

Tevens zijn er kansen voor 'robuuste' vergroening, ook in combinatie met fietsparkeren.

Figuur 11: Impressie Hoogstraat

2.2 Toegankelijke binnenstad

Urgentie

Een toegankelijke en goed bereikbare binnenstad is een groot goed voor bezoekers, bewoners én ondernemers in het centrum. Auto en fiets delen echter de openbare ruimte met voetgangers, evenementen, de warenmarkt, groen, terrassen en logistiek. Al deze zaken dragen op een eigen manier bij aan het economische functioneren het centrum, maar tegelijkertijd zorgt dubbelgebruik voor frictie.

Het is van belang om alle gebruikers en functies een plek te bieden, waarbij eventuele conflictsituaties worden geminimaliseerd. Dit betekent dat keuzes noodzakelijk zijn hoe de beperkte openbare ruimte zo goed mogelijk kan worden gebruikt voor alle functies. **Het uitgangspunt is een toegankelijke binnenstad waar bewoners en bezoekers graag verblijven en elkaar kunnen ontmoeten. Dit vraagt om specifieke keuzes ten aanzien van fietsers, auto's en distributieverkeer.**

Visie en ambitie



De **toegankelijke binnenstad** biedt alle (verkeers)gebruikers en functies een plek, waarbij conflictsituaties worden geminimaliseerd.

Binnen het centrumgebied heeft **langzaam verkeer** (in het bijzonder de voetganger) en de **verblijfsfunctie prioriteit**. Bereikbaarheid van het centrum **voor auto's** blijft een groot goed.

Bovenstaande ambitie komt mede voort uit de drie leidende principes (gezondheid, duurzaamheid en veiligheid) en de uitgangspunten voor het centrum uit de Omgevingsvisie.

In algemene zin wordt bij inrichtingsprojecten in de openbare ruimte meer ruimte gegeven aan voetgangers en fietsers (langzaam verkeer), in het bijzonder ook mindervaliden. Dit betekent dat het **winkelgebied fietsluw is. Dat houdt in dat het geen 'doorgaande fietsroute' is, maar dat de fiets te gast is en het mogelijk blijft om nabij winkels te parkeren**. De Hoofdstraat blijft dus toegankelijk voor fietsers, maar dit wordt in tijd en ruimte beperkt. **De Hoofdstraat krijgt hiertoe in de komende jaren een upgrade in inrichting**, met afwisselend plekken voor verblijf, groen en fietsparkeerzones. Een volledige herinrichting van de straat is pas verder in de toekomst aan de orde (zie ook hoofdstuk Groene en duurzame binnenstad).

Aan de randen van de binnenstad worden **extra fietsstallingsplekken** gerealiseerd, zowel in de buitenlucht (ingepast in groen) als overdekt / bewaakt (o.a. bij Brouwerspoort, in de Hoofdstraat (nabij Van Kreelpoort) op kop Hoofdstraat/Scheepjeshofplein). Daarnaast gelden er venstertijden voor fietsers. Fiets toegankelijkheid wordt beperkt op piekmomenten (zaterdagen, marktdagen, koopavonden en koopzondagen). Tegelijkertijd wordt de **totale fietsbereikbaarheid van het centrum opnieuw bekeken**. De Wolweg krijgt een belangrijker positie als doorgaande noord-zuidroute voor fietsers. Met het oog op fietsbereikbaarheid van het centrum is het ook van belang dat er aan de centrumring het laatste deel vrijliggend fietspad wordt gerealiseerd.

Uiteraard is **behoud van een goede autobereikbaarheid en voldoende parkeercapaciteit** van belang, zeker om ook de regionale bezoeker te blijven bedienen. De ruime parkeercapaciteit in veelal overdekte garages is nu één van de kwaliteiten van de binnenstad, terwijl de **hoogte van het parkeertarief** door veel stakeholders als negatief wordt ervaren (met name bij kort verblijf). Tegelijkertijd kan er een optimalisatie-

slag in parkeercapaciteit nodig zijn om andere gewenste ontwikkelingen (bijv. realisatie van een evenemententerrein op Duivenweide en woningbouwontwikkelingen) te kunnen realiseren. Daarnaast is door de afzijdige ligging van de treinstations de bereikbaarheid per openbaar vervoer suboptimaal. **Een betere (OV-)verbinding is wenselijk, zeker met het intercitystation de Klomp**. Dit is niet zozeer relevant voor Veenendaal als winkelstad, maar des te meer om de binnenstad aantrekkelijk te maken als woon- en werkgebied. Met het oog op het voorgaande wordt ingezet op **innovatieve systemen ten aanzien van parkeren ('smart parking') en deelmobiliteit**, gericht op het verbeteren van de klantreis van bezoekers en het binden van doelgroepen.

Om overlast tegen te gaan wordt daarnaast **stedelijke distributie verduurzaamd en in tijd en ruimte beperkt**. De venstertijden voor distributie (voornamelijk pakketbezorgers) worden verder ingeperkt. Daarnaast wordt onderzocht of het interessant is om in te zetten op één of meerdere centrale overslaglocaties aan de rand van de stad, in combinatie met vervoer door elektrische voertuigen en fietskoeriers. Bevoorradiging kan tevens efficiënter worden gemaakt door de route van leveranciers te optimaliseren.

Doelstellingen

Visie en ambitie vertalen naar de volgende doelstellingen:

- De **Hoofdstraat krijgt een upgrade in in-richting** naar een groene verblijfsstraat waar de fiets te gast is. Aansluitend daarop wordt de totale fietsbereikbaarheid van centrum opnieuw beken.
- Bij het **toevoegen van stallingscapaciteit** wordt rekening gehouden met de sterke opkomst van de **elektrische fiets** (o.a. bewaakte stallingen en evt. laadpunten).
- Ten behoeve van een goede autobereikbaarheid onderzoeken van mogelijkheden voor een **systeem van 'slim parkeren'** (i.c.m. tariefdifferentiatie).
- Ten behoeve van bezoekers van de binnenstad en nieuwe bewoners (nieuwe woningontwikkelingen) onderzoeken van de **implementatie van deelmobiliteit** (i.c.m. stallingslocaties / mobiliteitshubs en kiss & ride plekken).
- **Verduurzamen van stedelijke distributie** door inperken van venstertijden en onderzoeken van de mogelijkheden voor afhaalpunten en centrale overslaglocaties i.c.m. elektrisch vervoer / fietskoeriers. Ten behoeve van efficiëntere bevoorrading worden gedeelde leveranciers in kaart gebracht.
- Om deze doelstellingen te bereiken wordt de **samenwerking tussen de gemeente, ondernemers en logistieke dienstverleners** verbeterd. ICT-bedrijven in Veenendaal worden betrokken om mee te denken over technische innovaties.



Figuur 12: Referentie 'mobiliteitshub / mobiliteitswinkel'



Figuur 15: Referentie 'mobiliteitshub' QPark



Figuur 13: Duurzame stadsdistributie



Figuur 14: Referentie voor upgrade Hoofdstraat

2.3 Groene en duurzame binnenstad

Urgentie

In de huidige tijd van klimaatverandering neemt aandacht voor groen, duurzaamheid en klimaat in algemene zin toe. Hittestress in binnensteden is een toenemend probleem, duurzame omgang met energiebronnen is een dagelijks topic en biodiversiteit krijgt steeds meer aandacht. **Het is daarom dan ook een gemeentelijke ambitie om nadrukkelijk(er) aan de slag te gaan met groen, duurzaamheid en klimaat. Anderzijds dragen meer groen en water bij aan een aantrekkelijk verblijfsklimaat en beleving van een binnenstad.** Met name groen- en water(elementen) zijn sfeerverhogend en dragen bovendien bij aan het tegengaan van hittestress. Bovendien hechten bewoners en bezoekers steeds meer waarde duurzaamheid, klimaat en gezondheid (schone lucht). Men is bij een bezoek aan een binnenstad in toenemende mate op zoek naar een totaalbeleving. **Ook het toenemende belang van de sociale (huiskamer)functie en woonfunctie van middelgrote centra zoals Veenendaal, maakt het des te relevanter om in te zetten op versterking van de (groen)beleving en het verblijfsklimaat.**

Ook in de binnenstad van Veenendaal wordt het belang van groen en duurzaamheid door stakeholders breed onderschreven. Het raakt aan beleving, verblijfskwaliteit, gezondheid en wonen. **Aangezien op veel plekken sprake is van een (zeer) stenige uitstraling, is de vergroeningsopgave in het centrum aanzienlijk.**

In het huidige Programmaplan 'Vitale Winkelstad 2017-2020' wordt al aandacht besteed aan 'groen' en in beperkte mate ook aan 'duurzaamheid'. Het streven is om de verblijfskwaliteit in het winkelgebied te vergroten door onder meer groen-

en waterelementen toe te voegen. Hiervoor is in 2019 de 'Kansenkaart Groen en Beleving' opgesteld⁵. Een deel van de genoemde kansen zijn of worden gerealiseerd (o.a. groenbakken op Scheepjeshofplein en Zwaaiplein). Het budget is echter ontoereikend om alle kansen te benutten. Tegelijkertijd is er ook sprake van een spanningsveld met andere functies (zoals evenementen, terrassen, warenmarkt en fietsparkeren), de ondergronds beschikbare ruimte en calamiteitenroutes. **Keuzes zijn nodig ten aanzien van de inzet op duurzaamheid en vergroening met het oog op impact en beleving.**

Visie en ambitie



De groene en duurzame binnenstad speelt in op (de gevolgen van) klimaatverandering en voegt verblijfskwaliteit en beleving toe aan de binnenstad. Dit betekent meer ruimte voor levend en beleefbaar groen en water, én minder en ander energieverbruik.

Bovenstaande ambitie komt mede voort uit de drie leidende principes (gezondheid, duurzaamheid en veiligheid) en de uitgangspunten voor het centrum uit de Omgevingsvisie.

Groenelementen in de binnenstad worden naar een hoger niveau getild. Dit betekent in de praktijk **meer groen en anders groen**. Zowel in de openbare ruimte als om, op en aan gebouwen (in de winkelstraten, langs de gevels, in de gracht, op de pleinen en op daken). Bij implementatie van groen wordt zo veel mogelijk ingezet op 'robuust' groen, zodat de openbare ruimte overduidelijk een groener karakter krijgt.

Vergroening van de binnenstad is gericht op **beleving, klimaatadaptatie** en het **tegengaan van hittestress**. Ook **waterelementen krijgen hiertoe een prominentere rol in het centrum**. Water heeft een grote aantrekkingskracht in de openbare ruimte (zien, horen en voelen). Water draagt niet alleen bij aan het tegengaan van hittestress, maar het heeft ook een speels karakter en draagt daarmee bij aan beleving. Vanuit het oogpunt van beleving hebben succesvolle waterelementen een **interactief karakter** (aanraken, doorheen lopen, pootjebaden, etc.). Daarbij kan worden gedacht aan fontein, waternevel en 'bedriegertjes', waarmee kinderen (en volwassenen) zich lang mee kunnen vermaken (verblijf en ontmoeting).

- **De prioriteit voor vergroening ligt nadrukkelijk bij de pleinen (met name Markt) en de Hoofdstraat.** Op deze focuslocaties heeft groen niet alleen functie bij het tegengaan van hittestress, maar is het des te meer relevant omdat het bijdraagt aan de aantrekkelijkheid van de openbare ruimte, beleving en verblijfskwaliteit. In de komende jaren krijgen de **Markt en de Hoofdstraat een upgrade** en worden ook het **Scheepjeshofplein / Hoogstraat en het Kees Stipplein** verder vergroend (zie kader op volgende pagina). In de verdere toekomst is een omvangrijke herinrichting van pleinen en straatdelen wenselijk, onder andere om in grotere mate ruimte te creëren voor groen en water.
- Voor **Duivenweide en Kerkewijk** wordt in 2021 een aparte gebiedsvisie en faseringsplan opgesteld, dat ook mede gericht is op vergroening. Door de **groenstructuren vanuit Duivenweide door te trekken** naar Kerkewijk en Hoofdstraat/Markt, krijgt de zuidelijk entree van de binnenstad een impuls qua uitstraling en verblijfskwaliteit en wordt het groene lint in het centrum versterkt. Aan de Kerkewijk is ook meer ruimte voor voetgangers

⁵ Gemeente Veenendaal (2019), Kansenkaart Groen en Beleving. Voor het Centrumgebied van Veenendaal

Markt

Upgrade is gekoppeld aan de versterking van de verblijfs- en belevingsfunctie van de Markt. In het bijzonder wordt hier ingezet op verticaal gevelgroen (hoekpanden aan plein) en water(speel)elementen (bijv. in de vorm van bedriegertjes).

Upgrade Hoofdstraat

De Hoofdstraat krijgt een upgrade met afwisselend plekken voor verblijf, groen en fietsparkeerzones. Hiervoor wordt een plan gemaakt. In de verdere toekomst is een volledige herinrichting wenselijk, onder andere om in grotere mate ruimte te creëren voor groen en water. De upgrade wordt ook bekeken in relatie tot de totale fietsbereikbaarheid van het centrum. Onderzocht wordt in hoeverre eventuele ingrepen in bijv. het inrichtingsprofiel van de Wolweg (noord-zuid fietsroute) nodig zijn.

Scheepjeshofplein / kop Hoofdstraat

Verdere vergroening van het Scheepjeshofplein is gewenst, in combinatie met de inpassing van (extra) fietsparkeerplekken. Ter hoogte van het Scheepjeshofplein is een verbetering van de oversteekbaarheid naar de Hoofdstraat gewenst.

Hoogstraat / Zandstraat / noordelijk deel Brouwersgracht

In de Hoogstraat, Zandstraat en het noordelijk deel van de Brouwersgracht is het vanuit de stenigheid van de omgeving en het functieprofiel van deze straten wenselijk om het straatbeeld verder te vergroenen, onder meer in de vorm van gevelborders.

Thoomesplein/Kees Stipplein

De inrichting en vergroening van het Thoomesplein wordt meegenomen in de afronding van de ontwikkeling Brouwerspoort. Er wordt ingezet op het vergroening en ontstening van de openbare ruimte ten behoeve van verblijfskwaliteit. En ook op beleving passend bij het culturele karakter van het gebied. Conform de Kansenkaart wordt daarbij gedacht aan een of meerdere (interactieve) kunstuitingen.

en langzaam verkeer (autotoegang tot aan inrit parkeergarage theater), in combinatie met inrichting als kiss & ride zone.

Ten aanzien van vergroening en ingrepen in de openbare ruimte gelden de volgende uitgangspunten:

- De **keuze voor type, omvang en kwaliteit van groen** hangt samen met de differentiatie in karakter van straten/gebieden (gericht op winkelen, verblijven, horeca/leisure, dienstverlening/werken, evenementen, etc.) en de huidige uitstraling (mate van stenigheid). Uitgangspunt is dat de inrichting in de toekomst minder uniform is dan nu het geval. Ook is van belang dat bij de keuze voor groen een zorgvuldige afweging gemaakt wordt met het oog op zichtlijnen naar bijv. winkels en de bruikbaarheid van een locatie voor de diverse functies / activiteiten die er zijn beslag moeten krijgen.
- Op enkele plekken in het centrum worden groenelementen **gecombineerd met speelvoorzieningen**.
- Er wordt ingezet op het **vergroenen van (grote) dakoppervlakken in combinatie met het realiseren van zonnepanelen**. Dit draagt zowel bij aan het verminderen van hittestress als het vergroten van de waterbergingscapaciteit. Bij het realiseren van nieuwe woningen in de binnenstad wordt specifiek ook ingezet op het **realiseren van daktuinen**.
- Bij de herinrichting van de openbare ruimte worden **oplossingen voor (ondergrondse) waterberging** nadrukkelijk meegenomen (waar mogelijk ook in combinatie met groen- en speelvoorzieningen).
- Voor de focuslocaties wordt ingezet op **zichtbare digitale toepassingen** (bijv. in kunstwerken, gevelverlichting, slimme prullenbakken, etc.). De bestaande kansenkaart geeft concrete ideeën, zoals toepassing van lichtgeleiding, speciale verlichting van architectuur en projecties / animaties in de openbare ruimte.



Figuur 16: Referentie vergroening binnenstad



Figuur 17: Referentie vergroening binnenstad

- Ook in de overdekte winkelcentra is het wenselijk om in te zetten op vergroening en ruimte voor waterberging (zowel aan binnen- en buitenzijde, als ook op daken) ten behoeve van een prettiger verblijfsklimaat en klimaatadaptatie.

Ten aanzien van duurzaamheid wordt ingezet op **CO2-reductie en vermindering van energieverbruik**. Dit onderwerp is vastgelegd in het gemeentelijk Programma Energie Neutraal Veenendaal 2035 en kan worden vertaald naar het centrum. Daarbij wordt gedacht aan aspecten ten aanzien

(collectieve) verbetering van isolatie en energielabels van panden, sluiting van winkeldeuren en maar ook grootschalige (collectieve) inzet van zonnepanelen (op grote dakoppervlakken). Tegelijkertijd is er ten aanzien van implementatie en meerwaarde van duurzaamheid nog veel onbekend, zeker bij ondernemers. **Meer kennis en bewustwording zijn cruciaal** om hierin op grotere schaal succes in te behalen.

Visie en ambitie vertalen naar de volgende doelstellingen:



- De **vergroeningsopgave** van de binnenstad wordt gekoppeld aan de versterking van de verblijfskwaliteit en beleving (combinatie van groen, water en speelvoorzieningen) en de al aanwezige groenstructuren buiten de binnenstad. **Daardoor hebben de pleinen (Markt, Scheepjeshofplein, Thoomesplein/Kees Stipplein), de Hoofdstraat en het gebied Duivenweide/Kerkewijk prioriteit.**



- Er wordt onderzocht welke locaties in het centrum geschikt zijn (of kunnen worden gemaakt) voor de **toepassing van waterelementen**. De prioriteit gaat uit naar de pleinen (met verblijfsfunctie) evenals de Hoofdstraat (bij upgrade).



- **De mogelijkheden voor (collectief) gevelgroen en groene daken worden onderzocht** (mogelijke locaties en type ingrepen, bijv. verticaal tegen panden, gevelborders of combinaties met zonnepanelen). Dit samen met het onderzoeken van mogelijkheden om **collectieve verduurzamingsmaatregelen en energievoorziening** te stimuleren. Hieraan wordt een **financiële stimuleringsregeling** gekoppeld voor bewoners, ondernemers vastgoedeigenaren.



- **Kennis en bewustwording** ten aanzien van **duurzaamheid** worden vergroot onder ondernemers, vastgoedeigenaren en bewoners. Bijvoorbeeld door het **organiseren van 'stadscafés'** over dit onderwerp. Hiervoor kan gebruik gemaakt worden van inwoners en/of ondernemers die hierover professionele kennis hebben dan wel voorop lopen op dit terrein (duurzaamheidskoplopers).

2.4 Innovatieve binnenstad

Urgentie

De opkomst van online heeft de fysieke winkelmarkt en veel centra onder druk gezet. Hoewel de vraag naar fysieke winkels zal blijven bestaan, neemt de druk naar verwachting toe door een verdere groei van onlineverkoop. Toch liggen er juist kansen voor **nieuw ondernemerschap en nieuwe verdienmodellen op het snijvlak van online en fysiek winkelen** en digitale innovatie vanuit het oogpunt van **(klant)beleving, koopgemak en het serviceniveau**. Multichannel ondernemers presteren ook bovengemiddeld, ook in de coronacrisis en ook lokaal: juist door de combinatie van service en koopgemak voor de consument. De coronacrisis maakt ook meer dan voorheen duidelijk dat **collectieve (en lokale) online bereikbaarheid en communicatie** onontbeerlijk is.

Tegelijkertijd zijn vele gemeenten in het land al aan de slag om hun **(binnen)stad 'smart' te maken**, waarbij data(monitoring) wordt gebruikt om de stad **duurzamer en slimmer** te maken, maar ook om de consument meer gemak en service te bieden en de binnenstad toegankelijker, aantrekkelijker en relevanter te maken (o.a. spaarsystemen, smart parking en mobiel betalen). Ook wordt digitale innovatie en –monitoring ingezet ten behoeve van klantloyaliteit en klantinzicht. Daarmee wordt **waarde toegevoegd aan de klantreis** en worden consumenten aangetrokken.

Om op dit terrein van (digitale) innovatie bij te blijven, moeten **zowel collectief in de binnenstad als door individuele ondernemers stappen worden gezet**. Tegelijkertijd blijkt dat het thema digitale innovatie slechts in beperkte mate op de agenda staat van stakeholders. **Dit betekent dat er ook een opgave ligt om kennis te delen en bewustzijn te creëren**. Daarnaast is er vanuit de gemeente de wens om de ambities

van de stad op het gebied van ICT-bedrijvigheid en –profilering meer zichtbaar te maken in het centrum.

Visie en ambitie



De **innovatieve binnenstad** maakt het centrum van Veenendaal klaar voor de toekomst. Er wordt nadrukkelijk ingezet op **digitalisering van de binnenstad** met als doel een binnenstad die slimmer en duurzamer is en aantrekkelijker voor bezoekers. Voorop staat het **optimaliseren van de klantreis**: het bieden van meer service, gemak, beleving.

Om als binnenstad klaar te zijn voor het winkelen van de toekomst moeten stappen worden gezet. Door in te zetten op digitale (technologische) innovatie in het centrum van Veenendaal (online en offline) kunnen meerdere vliegen in een klap worden geslagen. **Duurzaamheid en aantrekkelijkheid van het centrum worden vergroot, evenals service en gemak voor de consument**. Zeker met het oog op de jongere generatie is innovatie op dit vlak van groot belang. Bovendien kan digitale innovatie een bijdrage leveren aan het zichtbaar maken van de ICT-profilering van Veenendaal in de binnenstad.

- In de **openbare ruimte worden technologische innovaties geïmplementeerd** (zoals slimme prullenbakken en innovatieve gevelverlichting), die nadrukkelijk bijdragen aan beleving en bezoekersgemak, maar tegelijkertijd de stad ook slimmer en duurzamer maken.
- Daarnaast wordt onderzocht in hoeverre er een **collectieve ruimte rond digitale innovatie en 'gadgets' / gaming / virtual reality** ingericht kan worden: een 'digitale speeltuin' gericht op (verbinding van) jong en oud.

Innovatie is uiteraard meer dan digitalisering. Dit komt in de andere speerpunten van het Programmaplan ook terug. Denk bijvoorbeeld aan vernieuwing van het aanbod of het bieden van unieke voorzieningen. Bijvoorbeeld in de vorm van nieuwe concepten, die meerdere functies met elkaar verweven (winkels, horeca, dienstverlening, werken, etc.). In ieder geval wordt nadrukkelijk ingezet op het aantrekken van **kleinschalige ICT-bedrijven** naar de binnenstad. Ook wordt er ingezet op **innovatie op het gebied van stadsdistributie en duurzaamheid**. Waar mogelijk worden daarbij cross overs gemaakt met projecten ten aanzien van 'smart mobility' (reguleren verkeersstromen / distributieverkeer) en de ambities rond verduurzaming en smart grids (bijv. collectieve zonnepanelen t.b.v. elektriciteitsvoorzieningen centrum).

Doelstellingen

Visie en ambitie vertalen naar de volgende doelstellingen:

- Er wordt een plan uitgewerkt om **innovatie in de binnenstad als geheel** zichtbaar te maken. Bij de herinrichting/upgrade van openbare ruimte worden nadrukkelijk **technologisch innovaties** geïmplementeerd gericht op beleving.
- Om zicht te krijgen op de gewenste innovaties in de binnenstad wordt in samenwerking met lokale ICT-bedrijven een **instrument voor monitoring verwerking van big data** ingeregeld.
- Het thema (digitale) innovatie wordt onderdeel van de **collectieve marketing(strategie)** van de binnenstad. Inclusief verbeteren van de digitale zichtbaarheid van de binnenstad.
- **Vergroten van kennis en bewustwording** over de kansen op het gebied van ondernemerschap en **innovatie** worden vergroot. Hierbij inzetten van een groep van **jonge innovatieve ondernemers (koplopersgroep)**.

2.5 Goed georganiseerde binnenstad

Urgentie

In algemene zin geldt dat de opgaven in binnensteden steeds complexer worden. Zo ook in Veenendaal. Met name de uitdagingen rond de transformatie-opgave in de binnenstad zijn groot. Daarmee neemt **de noodzaak van professionele samenwerking verder toe**: zowel collectief/integraal als sectoraal (ondernemers en vastgoed). Om de steeds grotere diversiteit aan belangen in het centrum te dienen, verschuift de focus van 'de gouden driehoek' (gemeente, ondernemers en vastgoed) naar 'de gouden cirkel' (inclusief bewoners, kunst, cultuur en maatschappelijke instellingen, etc.) Meer verschillende belangen maakt de samenwerking niet makkelijker, maar samenwerking en organisatie zorgt er wel voor dat deze discussies in centra sneller met de juiste partijen gevoerd kunnen worden. Om dit zo optimaal mogelijk te doen zijn partijen gebaat bij collectieve aansturing en krachtig leiderschap. De coronacrisis maakt het belang van samenwerking eens te meer duidelijk. **Samenwerking is belangrijker dan ooit om binnensteden goed te kunnen laten functioneren en kansen te benutten.**

Veenendaal kent veel stakeholders die bijdragen aan het functioneren van de binnenstad. Elke stakeholder is op een eigen manier verantwoordelijk voor een economisch en sociaal vitaal centrum. Naast dit gezamenlijke doel heeft elke stakeholder ook eigen belangen. Bij veel en diverse stakeholders is de noodzaak voor goede samenwerking en organisatie (van belangen) cruciaal, zowel vanuit de overheid als marktpartijen. In de basis is de binnenstad van Veenendaal al goed georganiseerd met o.a. de BIZ Winkelstad, waarin zowel ondernemers als vastgoedeigenaren vertegenwoordigd zijn, 3 ondernemersverenigingen, een vastgoedverenigingen en enkele grotere individuele vastgoedpartijen, en de

Stuurgroep Vitale Binnenstad. **Met het oog op o.a. de voorliggende transformatieopgave is het van groot belang om deze samenwerking in stand te houden en verder te professionaliseren.** Enerzijds om regie te kunnen voeren en tot gezamenlijke keuzes te komen en anderzijds om de slagkracht te vergroten en de juiste partijen bij de verschillende thema's te kunnen betrekken. Dit geldt nog meer als wordt ingezet op functieverbreding in het aanbod van de binnenstad, waardoor de diversiteit van stakeholders (en belangen) alleen maar groter wordt.

Visie en ambitie



De goed georganiseerde binnenstad wordt centraal aangestuurd en heeft een krachtige uitvoeringsorganisatie. Gezamenlijk zijn alle betrokken partijen verantwoordelijk voor een economisch en sociaal vitaal centrum. Naar gelang draagkracht hebben partijen hun eigen verantwoordelijkheden in de uitvoering.

Uitgangspunt is een organisatiestructuur waarin sprake is van **gezamenlijke aansturing vanuit de 'gouden cirkel'**. De gemeente biedt binnen dit speelveld de (beleids)kaders en heeft enerzijds een meer adviserende en anderzijds een meer faciliterende rol. Marktpartijen hebben nadrukkelijker een rol in het (mee)bepalen van de agenda en de uitvoering. Voor uitvoering wordt gestreefd naar het integreren en **versterken van de professionele uitvoeringsorganisatie**. De capaciteit voor de uitvoering is namelijk beperkt. Dit kan door op onderdelen externe uitvoeringskracht in te schakelen en/of door het toevoegen van / samenwerken met bestaande uitvoeringskracht, zoals bijvoorbeeld op het gebied van eve-

nementen, cultuur, marketing en promotie en acquisitie. In ieder geval is het gecoördineerd binnenhalen en organiseren van activiteiten en evenementen met de juiste slagkracht en uitstraling een speerpunt.

Daarnaast spelen de volgende vraagstukken:

- **Evaluatie en vernieuwing van de BIZ in 2022:** inregelen van de BIZ in relatie tot de afbakening van het 'winkelgebied' en van het totale centrumgebied.
- **Nieuwe rol van ambtelijke inzet** (van verschillende afdelingen) ter ondersteuning van de BIZ. De inzet kan mogelijk worden afgebouwd als de organisatie van de BIZ verder wordt versterkt/geprofessionaliseerd.
- **Optimalisatie van inzet van subsidiebudgetten**, verdeeld over diverse afdelingen, om ontwikkelingen in de binnenstad te stimuleren.
- **Organisatie van marketing- en promotieactiviteiten** in het winkelgebied en in het totale centrumgebied.

Doelstellingen

Visie en ambitie vertalen naar de volgende doelstellingen:

- **Gemeente biedt kaders én faciliteert** marktpartijen. Doel is een optimaal investeringsklimaat voor ondernemers en vastgoedpartijen om verplaatsing en/of transformatie op gang te krijgen, én aantrekkelijke nieuwe concepten en evenementen te realiseren.
- **Professionaliseren** van de **organisatiestructuur** van Winkelstad, mede in relatie tot een compacter winkelgebied en verdere functieverbreiding. Winkelstad wordt uitgebreid met stakeholders uit de '**Gouden Cirkel**' (cultuursector, woningcorporaties en bewonersvertegenwoordiging). Daarnaast professionaliseren van de (ondersteuning in) uitvoering.
- **Professionaliseren** van de **marketing en promotie** van de binnenstad, mede in het licht van een compacter winkelgebied. Zowel in regie als uitvoering. Daarbij actiever inzetten op het gecoördineerd bin-nenhalen en organiseren van evenementen met gro-tere impact en uitstraling.
- De **BIZ** wordt in **2022 vernieuwd**, in combinatie met een evaluatie in 2021. Gezien de complexiteit is **pro-fessionele begeleiding** gewenst.

3 Uitvoeringsprogramma

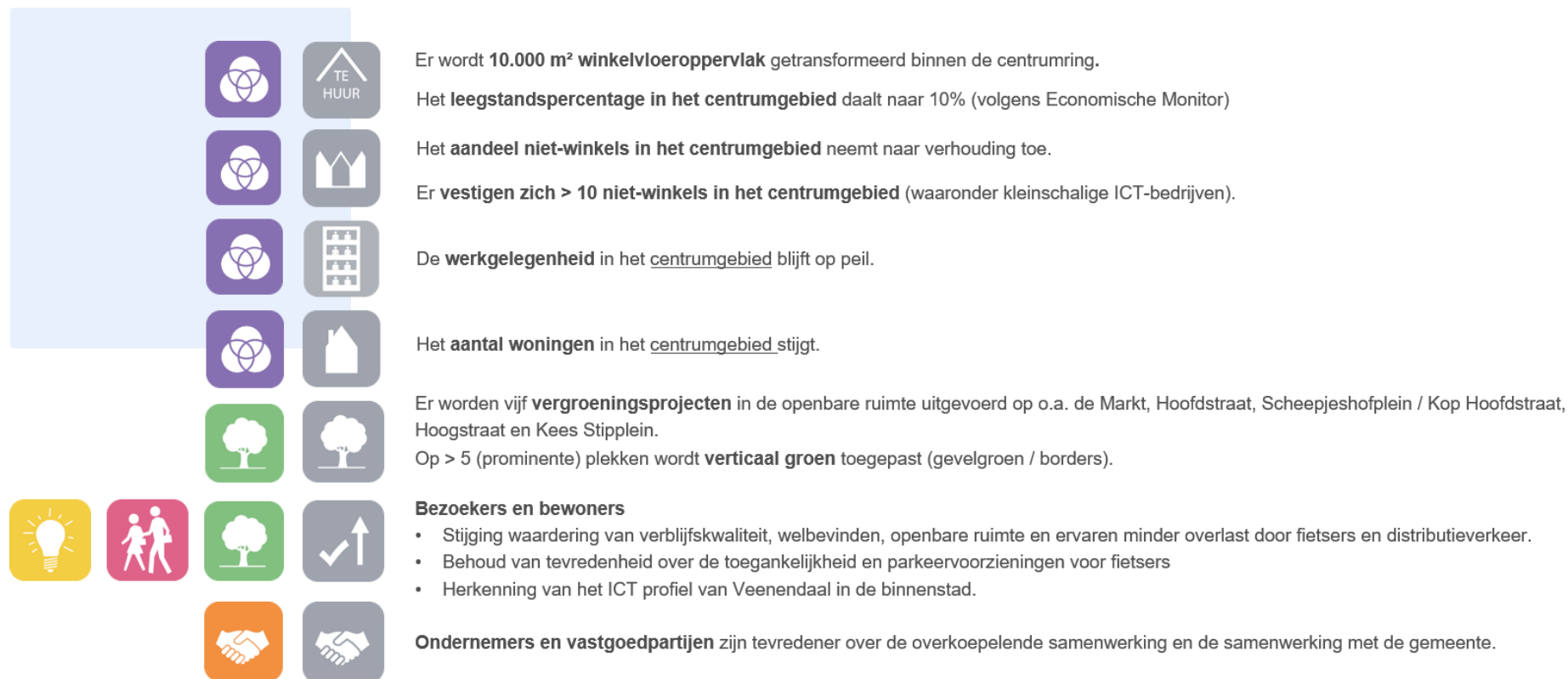
Operationele doelstellingen

In dit uitvoeringsprogramma zijn de vijf speerpunten, bijbehorende ambities en doelstellingen vertaald naar operationele doelstellingen en projecten voor de komende 4 jaar. De hoogste prioriteit hebben de speerpunten Complete binnenstad, Toegankelijke binnenstad en Groene en duurzame binnenstad. Van belang is te realiseren dat de visie en ambities uit het voorgaande hoofdstuk verder rijken dan deze programmaperiode. Met name de transformatieopgave is een

opgave van de langere termijn. Maar ook ten aanzien van groen, duurzaamheid en toegankelijkheid zijn er ambities die niet in deze periode te realiseren zijn. Deze opgaven vragen niet alleen meer tijd, maar ook meer investeringen dan de huidige beschikbare middelen binnen het programma. Voor deze onderdelen zullen dus aanvullende investeringsvoorstellen volgen.

Aan de hand van de hieronder geschetste operationele doelstellingen wordt de komende vier jaar de effectiviteit van het programmaplan gemeten, c.q. de mate waarin ambities en doelstellingen ook daadwerkelijk effect hebben. Hierbij gaat

het dus om de eerste veranderingen die in gang gezet zijn in de ontwikkeling 'van winkelstad naar binnenstad' uitgaande van bestaande beschikbare middelen. De operationele doelen zijn geënt op het aanbod en de functiemix in de binnenstad, de openbare ruimte, de waardering van de binnenstad door bezoekers en bewoners en de tevredenheid rond samenwerking. Omwille hiervan wordt een monitoringsinstrument ingezet en wordt ieder geval periodiek onderzoek uitgevoerd onder bezoekers én onder ondernemers en vastgoedpartijen.



Figuur 18: Overzicht van operationele doelstellingen naar speerpunt



3.1 Complete binnenstad

De complete binnenstad (1): versterken diversiteit in aanbod en programmering

Toewerken naar een complete binnenstad betekent dat ingezet wordt op het vergroten van de diversiteit in functie-aanbod, passend bij de doelgroepen waarop gefocust wordt. En, ook activiteiten en evenementen die aansluiten op de doelgroepen, passend bij het DNA van Veenendaal en beleving en sociale meerwaarde bieden. **Prioriteit voor de complete binnenstad heeft daarom het uitvoeren van het acquisitieplan en daarnaast het uitwerken van een evenementenprogrammering.**

1. Uitvoering acquisitieplan

Een actieve (collectieve) acquisitie is nodig om passende nieuwe invullingen naar het centrum te krijgen. In 2019 is een acquisitieplan opgesteld gericht op het versterken van de binnenstad: gericht op het versterken van het aanbod per deelgebied naar eigen profiel. Omdat we dit Programmaplan scherper keuzes maken ten aanzien van transformatie, verkleuring, functiediversiteit en doelgroepen, is het nu zaak dit acquisitieplan aan te scherpen en er uitvoering aan te geven. Bijvoorbeeld door inzetten van een acquisitiemanager (leisure, winkels, horeca, diensten, werkfuncties). En door acquisitietaken onder te brengen bij ICT Campus (ICT-bedrijven) en gemeente (semi-overheid en maatschappelijke functies). In de acquisitie wordt een driedeling gemaakt in:

- Het aantrekken van nieuwe functies en formules die nog niet in Veenendaal gevestigd zijn, vanuit een 'wishlist'.
- Het verplaatsen van functies naar het centrumgebied, die nu elders verspreid in Veenendaal gevestigd zijn.
- Aantrekken van startend ondernemerschap.

Daarnaast heeft de gemeente op dit punt een belangrijke rol om (zowel beleidsmatig als in financieringsvoorwaarden) te sturen dat functies die in het centrum passen (zoals zorg, kantoren en semi-gemeentelijke functies), daar ook (kunnen) landen, en niet op verspreide locaties of bedrijventerreinen.

2. Uitdiepen van doelgroepen

Het aanscherpen van het acquisitieplan houdt verband met de nieuwe doelgroepenfocus: Veenendalers en bewoners en toeristen uit de regio (tot <15 km), met daarin focus op (oudere) gezinnen (en hun kinderen) en 55+ers. Om gericht bezoekers aan te trekken wordt een gezamenlijke verdieping gemaakt op doelgroepen, marketingmix (o.a. aanbod in functies en kwaliteit, promotie, communicatie) en de nieuwe propositie en branding van 'Vitale Binnenstad' (i.p.v. Winkelstad). De kernwaarden 'comfortabel, verbindend en ondernemend' zijn het uitgangspunt. Met daarbij de vraag: waar wil Veenendaal in uitblinken? Trekker hiervan is Stichting BIZ Winkelstad.

3. Uitwerken van een evenementenprogramma

Doel is om de binnenstad als plek van beleving en ontspanning te versterken. Activiteiten en evenementen bieden bij voorkeur een duidelijke sociale meerwaarde, sluiten aan op de Veenendaalse kernwaarden en worden georganiseerd op de juiste plekken. Dit project wordt door de Stichting BIZ Winkelstad samen met de gemeente opgepakt, in samenhang met de nieuwe (typering van) evenementenlocaties en het nieuw op te stellen evenementenbeleid. Hierbij wordt ook nagedacht over een aanjaagfunctie en uitvoeringsorganisatie. Voor het binnenhalen van passende evenementen is namelijk meer slagkracht nodig in de uitvoering, bijvoorbeeld in de vorm van een eventmanager. Wellicht is ook een koppelen mogelijk met de branding van Veenendaal onder 'Veenendaal doet'.

4. Afspraken over gebruik Markt

Om op de Markt meer ruimte te creëren voor de verblijfs- en belevingsfunctie, worden er verdere afspraken gemaakt worden over het optimale gebruik van de beperkte ruimte op de Markt: met mogelijkheden voor horeca, evenementen, warenmarkt en meer groen en water. Daarbij zal iedereen moeten inschikken. Dit in samenspraak met de warenmarkt en Winkelstad. Onderdeel van de opgave is ook de parkeerlocatie van bestelwagens van marktkoopliden.

Financiering

De kosten voor de uitvoering van het acquisitieplan worden gefinancierd vanuit bestaande gelden gerelateerd aan de afdeling Economie. Aanvullend kan worden onderzocht of dit kan worden aangevuld vanuit budget van ICT Campus Veenendaal. De projecten rondom doelgroepen en evenementenprogrammering worden gefinancierd vanuit de Stichting BIZ Winkelstad. Ten behoeve van de uitvoering wordt 'de verdubbelaar' ingezet, die wordt voortgezet vanuit het structurele jaarlijkse Programmabudget, en wordt dit aangevuld met budget vanuit het Evenementenbeleid.

Betrokken partijen

Gemeente, Stichting BIZ Winkelstad, culturele instellingen, Stichting Warenmarkten Veenendaal, RBT Heuvelrug, ICT Campus.

De complete binnenstad (2): transformatie

Het daadwerkelijk realiseren van de transformatieopgave van leegstand en winkelmeters (als onderdeel van het toewerken naar een compacte en complete binnenstad) vraagt om een vijftal acties. Duidelijk is dat dit een proces van de lange adem is. Om dit proces op de rails te krijgen en daarin snelheid te houden, heeft het **aanstellen van onafhankelijk gebiedsregisseur de hoogste prioriteit**. Deze gebiedsregisseur moet over een ruime ervaring beschikken inzake de herontwikkeling van binnensteden en functionele transformatieprocessen en moet als onafhankelijk deskundige voldoende draagvlak genieten bij de actoren in het gebied. Kennis van de (retail-)beleggingsmarkt in combinatie met vastgoedontwikkeling is belangrijke bagage. Vanuit senioriteit en overtuigingskracht moet worden geacteerd en zullen de diverse deelbelangen moeten worden onderkend om sleutelpartijen te binden aan de transformatieopgave en snelheid in het proces te krijgen. Ook hoge prioriteit heeft het **nog actiever terugdringen van bestaande detailhandel buiten het centrumgebied** (en verspreid), zowel door verlenging van de inzet van de transformatiecoach als door het terugdringen van plancapaciteit (zie volgende pagina).

1. Inzetten van een onafhankelijk gebiedsregisseur om partijen samen te brengen, draagvlak voor de opgave te vergroten, deelgebiedsplannen voor transformatie te onderzoeken, en realisatie ervan aan te jagen. Dit op basis van de kaart met mogelijke transformatielocaties en rekening houdend met genoemde randvoorwaarden voor transformatie (zie pag. 14). De gebiedsregisseur heeft de volgende taken:

- Verkennen van kansrijke locaties voor transformatie. Dit op basis van gesprekken met individuele pandeigenaren, woningcorporaties en eventueel professionele projectontwikkelaars. In figuur 8 is een overzicht opgenomen van (minimaal) te onderzoeken potentiële locaties voor transformatie.

- Verkennen van kansrijke locaties voor wonen (vanuit een gewenst woonprogramma).
- Verkennen van kansrijke locaties voor herverkaveling waarbij eigendommen geclusterd worden t.b.v. het kansrijk maken van (her-)ontwikkelingsopgaven.
- Voor kansrijke locaties uitwerken van deelgebiedsplannen of gebiedsvisies (samen met betrokken vastgoedpartijen en gemeente).
- Uitwerken van specifieke en concrete business cases voor kansrijke transformatielocaties in samenwerking met betrokken eigenaren teneinde vroegtijdig commitment aan de opgave te krijgen en de haalbaarheid in beeld te brengen.
- Over de stappen en de resultaten van de gebiedsregisseur zal regelmatig naar alle ondernemers en eigenaren gecommuniceerd moeten worden.

2. Verlengen van inzet transformatiecoach

Vanuit het voorgaande Programmaplan is in de afgelopen jaren een verplaatsings- en transformatiecoach aan de slag geweest. Dit heeft geleid tot een transformatie van ca. 5.000 m² aan winkelmeters en verplaatsing van enkele zaken naar het centrum. Omdat de ambitie is om nu nog actiever in te zetten op het terugdringen van winkelmeters buiten het centrumgebied en verspreid, wordt de inzet van deze coach verlengd. De focus van de transformatiecoach is groter dan alleen het gebied binnen de centrumring, ook daarbuiten is verspreide detailhandel waarvan het wenselijk is dat die verplaatst naar het centrum. Vooruitlopend hierop is op 2 oktober 2020 de (verlengde) Stimuleringsregeling Verplaatsing en Transformatie detailhandel Veenendaal vastgesteld, waarop ondernemers en vastgoedeigenaren aanspraak kunnen maken ter ondersteuning van benodigde investeringen is.

3. Inzet van Ontwikkelfonds Bedrijfsverplaatsing

Ten behoeve van benodigde voorinvesteringen en te verwachten onrendabele toppen, wordt momenteel een ontwikkelfonds opgezet. Deze regeling heeft een bredere focus dan de binnenstad. Onderzocht wordt ook in hoeverre hiervoor (aanvullende) gelden vanuit de Provincie en Rijk beschikbaar zijn. Indien nodig zullen voor grootschaliger transformatieprojecten (bijvoorbeeld op gebiedsniveau) aanvullende project- en financieringsvoorstellen aan de

gemeenteraad worden voorgelegd.

4. Aanstellen van een centraal gemeentelijk aanspreekpunt waar ondernemers en vastgoedeigenaren terecht kunnen met initiatieven en vragen rondom transformatie, en die voor welkome initiatieven eventuele drempels zoveel mogelijk wegneemt. Afstemming tussen gebiedsregisseur, transformatiecoach en centraal gemeentelijk aanspreekpunt is essentieel.

5. Aanpak van illegale detailhandel (op bedrijventerrein en verspreid). Voor 2021 en 2022 wordt voorgesteld om binnen het handhavingsbeleid prioriteit te geven aan de aanpak van illegaal gebruik van panden voor detailhandel. Voorafgaand wordt in een inventarisatie uitgevoerd naar de omvang van dit probleem.

Financiering

Voor het project 'transformatie' wordt eenmalig financiering vrijgemaakt uit de reserves van het Programmabudget. Uitgangspunt voor de aanstelling van de onafhankelijk gebiedsregisseur is een gezamenlijke financiering door gemeente en de stakeholders vertegenwoordigd in de Stichting BIZ Winkelstad.

Betrokken partijen

Gemeente, Stichting BIZ Winkelstad en vastgoedeigenaren.

Om concrete uitspraken te kunnen doen over welke locaties kansrijk zijn voor transformatie naar andere functies, vraagt om een **verdere verkenning van de (financiële) haalbaarheid**. Dit betekent dat nu geen 'nieuwe kaart' van de binnenstad getekend kan worden. Daarom wordt **gekozen voor een groeimodel** op basis van een proces waarop regie wordt gevoerd. **Die regie is cruciaal: door een stevige, onafhankelijke gebiedsregisseur met vastgoedkennis**, die de mogelijkheden voor functieverandering verkent in samenwerking met vastgoedeigenaren en gemeente. Dit vraagt een

actieve en constructieve houding van alle stakeholders. Het realiseren van om het even welk scenario is complex en vraagt wilskracht, samenwerking en investeringskracht vanuit alle betrokken partijen (vastgoedeigenaren, ondernemers en gemeente). Partijen moeten worden samengebracht, gezamenlijk moeten ontwikkelopgaven en bijbehorend programma van eisen geformuleerd worden en drempels voor welkome initiatieven moeten worden weggenomen (in procedures en eventueel door financiële ondersteuning). De gemeente staat in dit proces open voor alle initiatieven uit de markt die een significante bijdrage kunnen leveren aan een complete binnenstad met minder winkelmeters. Een eenzijdige focus op een bepaalde richting belemmert in het opmerken en pakken van kansen die zich voor kunnen doen.

De complete binnenstad (3): terugdringen plancapaciteit

Tegelijkertijd met het terugdringen van winkelmeters is het van belang om de vestigingsmogelijkheden (juridische detailhandelsmogelijkheden) in te perken. Dit noemen we het terugdringen van plancapaciteit. De eerste stap hierin is het zogenaamd creëren van 'voorzienbaarheid', waarna (op termijn) juridische detailhandelsmogelijkheden weggenomen kunnen worden. De termijn hiervoor en de exacte wijze waarop dit gebeurt wordt uitgewerkt in het nieuwe detailhandelsbeleid.

Uitgangspunt is het actief terugdringen van bestaande detailhandel en detailhandelsbestemmingen buiten het centrumgebied, maar binnen de centrumring (Zandstraat, Achterkerkstraat, Prins Bernardlaan, Verlaat). Het gaat om de straatdelen die momenteel (in het Programmaplan 2017-2020) al buiten het 'kernwinkelgebied' vallen en als 'aanloopstraat' zijn aangemerkt. De wijze waarop wordt vastgelegd in het nieuwe detailhandelsbeleid.

In de bijlagen is een verdere toelichting op het begrip 'voorzienbaarheid' opgenomen en kaarten die de exacte locaties waarvoor het terugdringen van plancapaciteit aan de orde is.

Financiering

De kosten van onderzoek dat gepaard gaat met het creëren van voorzienbaarheid zijn onderdeel van het budget voor bestaande gelden gerelateerd aan de afdeling Economie (detailhandelsbeleid) en Ruimtelijke Ordening (bestemmingsplannen).

Betrokken partijen

Gemeente en Stichting BIZ Winkelstad



3.2 Toegankelijke binnenstad

1. Realiseren extra overdekte stallingslocaties

Realiseren van één of twee extra overdekte stallingslocaties voor (elektrische) fietsen en scooters. Deze locaties zijn eventueel ook in te zetten als hub voor deelmobiliteit. Zoekgebieden zijn o.a. bij Brouwerspoort, in de Hoofdstraat (nabij Van Kreelpoort) op kop Hoofdstraat/Scheepshofplein). Trekker van dit project is de gemeente.

2. Opzetten 'smart parking' parkeerarrangementen

Om het bezoek aan de binnenstad per auto aantrekkelijker en laagdrempeliger te maken (voor boodschappen en bezoekers uit de regio), onderzoeken gemeente en Winkelstad de mogelijkheden voor **collectieve tariefdifferentiatie**. Dit uitgaande van de Veenendaal-pas (achteraf & gepast betalen) en gekoppeld aan een loyaliteitssysteem en bijv. aan het druktebeeld in het centrum en/of het moment in de week (bijv. onderscheid doordeweeks en weekend met het oog op ander bezoekmotief). Uitgangspunt is zoveel mogelijk aanhaken op bestaande systemen en marktinitiatieven. Gemeente en Winkelstad onderzoeken dit samen met de parkeerpartners in de stad en geven dit in gezamenlijkheid vorm. Voorwaarde voor slagen is dat alle partijen mee doen. Ook wordt ICT-kennis binnen Veenendaal ingezet.

3. Onderzoeken nieuwe & duurzame mobiliteit

Om zowel de bereikbaarheid als de verblijfskwaliteit van de binnenstad duurzaam te verbeteren, wordt het volgende onderzocht:

- **Deelmobiliteit:** Ten behoeve van bezoekers van de binnenstad en nieuwe bewoners (nieuwe woningontwikkelingen) onderzoeken op welke wijze een systeem van (elektrische) deelmobiliteit (fiets, scooter, auto, taxi) geïmplementeerd kan worden. Dit in combinatie stallingslocaties ('mobiliteitshubs') en kiss & ride plekken aan de randen van de binnenstad.
- **Distributieverkeer:** Verkennen van mogelijkheden om verkeer ten behoeve van pakketbezorging in te perken en te verduurzamen. Bijv. door aanscherping van de venstertijden, pakketafhaalpunten / overslag

aan rand van centrum en inzetten op fietspakketbezorging. Ten behoeve van efficiëntere bevoorrading worden gedeelde leveranciers in kaart gebracht.

- **Centraliseren distributie buiten centrum:** Ontwikkelingen volgen en inhaken als concepten interessant blijken op de schaal van een middelgrote plaats als Veenendaal.

Financiering

Deze projecten worden gefinancierd uit het structurele jaarlijkse Programmabudget, voornamelijk het budget gericht op 'parkeren / mobiliteit'. Eventueel aangevuld met budget van ICT Campus Veenendaal en de Stichting BIZ Winkelstad.

Betrokken partijen

Gemeente, Stichting BIZ Winkelstad, parkeerpartners, vastgoedeigenaren, ondernemers, logistieke dienstverleners, ICT Campus, lokale ICT bedrijven.

De projecten die raken aan mobiliteit en innovatie worden opgepakt vanuit een **gezamenlijk team** bestaande uit gemeente, (innovatieve) ondernemers, vastgoedeigenaren en logistieke dienstverleners, waarbij lokale ICT-bedrijven worden betrokken.



3.3 Groene en duurzame binnenstad

Met het oog op vergroening en verduurzaming van de binnenstad heeft het prioriteit om een aantal gebieden in **openbare ruimte een upgrade** te geven én wordt een **stimuleringsregeling voor vergroening** in het leven geroepen.

1. Upgrade openbare ruimte

Vanuit de ambities en doelstellingen ten aanzien van verblijfskwaliteit, beleving, vergroening, water, duurzaamheid en toegankelijkheid zijn een aantal ingrepen in de openbare ruimte wenselijk. Een aantal locaties zijn hiertoe als focuslocatie aangemerkt en worden (deels) naar voren gehaald in de uitvoering.

- In deze programmatermijn wordt een plan gemaakt voor de upgrade van Markt en Hoofdstraat.
- Ook wordt een plan gemaakt voor vergroeningsingrepen op het Scheepshofplein / Hoogstraat en het Kees Stipplein.
- Voor de Duivenweide wordt in een apart traject een plan gemaakt.

2. Stimuleringsregeling Vergroening

- Er wordt een **stimuleringsregeling voor vergroening** in de binnenstad ingesteld, voor bewoners, ondernemers vastgoedeigenaren (daken en gevels), **evt. in combinatie met een regeling voor verduurzaming** (zonnepanelen, isolatie, alternatieve verwarming en mobiliteitssystemen).
- **Organiseren van stadscafé 's:** In het verlengde van de stimuleringsregeling Vergroening wordt door gemeente (afdeling Duurzaamheid) een plan opgesteld voor kennisdeling en bewustwording rond duurzaamheid en vergroening onder ondernemers, vastgoedeigenaren en bewoners binnenstad. Bijvoorbeeld in de vorm van 'stadscafés'. Hiervoor gebruik maken van inwoners en/of ondernemers die hierover professionele kennis hebben dan wel voorop lopen op dit terrein (duurzaamheidskoplopers).

3. Onderzoeken vergroening & verduurzaming

Om de binnenstad verder te vergroenen en verduurzamen, ook met het oog op verblijfskwaliteit, wordt door de gemeente het volgende onderzocht:

- **Mogelijke locaties en type ingrepen voor vergroening van gevels en daken** (bijv. verticaal tegen panden, gevelborders of combinaties met zonnepanelen). Op plekken waar vergroening grote impact heeft (op visuele beleving en verblijfsklimaat) zal onderzocht worden wat nodig is voor realisatie, dit in samenspraak met de betreffende pandeigenaren.
- **Mogelijkheden tot collectieve verduurzamingsmaatregelen** gericht op CO2-reductie en vermindering van energieverbruik. Onder meer zonnepanelen op grote dakvlakken en sluiten van winkeldeuren. Trekkers van dit project zijn gemeente en Stichting Winkelstad.
- **Mogelijkheden voor verduurzaming van stadsreiniging** bijvoorbeeld door auto's op groene stroom of elektrische bladblazers (minder stank en lawaai).

Financiering

Voor deze projecten wordt eenmalige financiering vrijgemaakt uit de reserves van het Programmabudget, eventueel aangevuld met budget vanuit meerjarig onderhoud en budget vanuit het gemeentelijke Duurzaamheidsprogramma. Voor grotere fysieke ingrepen worden aparte financieel voorstel ingediend, waaronder voor de herinrichting van de Duivenweide (apart traject).

Betrokken partijen

Gemeente, vastgoedeigenaren, Stichting BIZ Winkelstad.



3.4 Innovatieve binnenstad

Digitale innovatie gericht op het optimaliseren van de klant-reis heeft prioriteit. Het verbeteren van de **online toegankelijkheid van de binnenstad** en digitale zichtbaarheid heeft daarmee prioriteit. Dit naast het eerder genoemde project gericht op **'smart parking' / parkeerarrangementen**.

1. Digitale monitoring & innovatieve toepassingen

Er wordt een **instrument voor monitoring en verwerking van big data** verkend en ingeregeld, ten behoeve van benodigde innovatie in onder meer openbare ruimte c.q. de binnenstad (bijv. inzicht geven in druktebeelden). Hiervoor wordt allereerst een **samenwerking met lokale ICT-bedrijven opgestart** die kennis hebben van monitoring en big data verwerking. Bij herinrichting van de openbare ruimte van eerder genoemde focuslocaties wordt vervolgens ingezet op **innovatieve digitale toepassingen** en het zichtbaar maken daarvan (bijv. in kunstwerken, gevelverlichting, slimme prullenbakken, etc.). Hiervoor wordt een plan opgesteld door gemeente en Stichting Winkelstad, samen met ICT Campus en de aangehaakte lokale ICT bedrijven.

2. Verbeteren van digitale zichtbaarheid binnenstad

Er wordt een **collectieve digitale marketing(strategie)** opgesteld door Stichting Winkelstad. Uitwerking houdt verband met het bijbehorende organisatievraagstuk ten aanzien van marketing en promotie. Doel is enerzijds verbeteren van de **online toegankelijkheid van de binnenstad (klantreis)** en anderzijds tonen van het (digitaal) innovatieve gezicht van Veenendaal. Er wordt aangesloten op lopende projecten.

3. Versterken ondernemerskracht

Vanuit gemeente en Winkelstad opstellen van een plan voor het verbinden van ondernemers en bewustwording over kansen op het gebied van **ondernemerschap en innovatie** (aansluitend op de Veenendaalse kernwaarden verbindend en ondernemend). Onderzocht wordt hoe **innovatieve, jonge Veenendaalse ondernemers** hierin een rol kunnen hebben. Dit kan het startpunt zijn van een breder activeringstraject. Bij dit project is het van belang om trekkkrachten duurzaam te verbinden aan de stad (zowel extern als vanuit gemeente).

Financiering

Deze projecten worden gefinancierd uit het structurele jaarlijkse Programmabudget, eventueel aangevuld met budget vanuit bestaand economisch beleid (ICT profilering)

Betrokken partijen

Gemeente, Stichting BIZ Winkelstad, ICT Campus, lokale ICT bedrijven.



3.5 Goed georganiseerde binnenstad

1. Professionaliseren van de overkoepelende organisatiestructuur van de binnenstad

in programma, samenwerking, financiering en uitvoeringskracht. Van 'Winkelstad-management' naar binnenstadsmanagement, bijvoorbeeld door het opzetten van een 'Bureau Binnenstad'. Daarbij de cultuursector (cultuurdriehoek), de overkoepelende bewonersvertegenwoordiging (VvE City) en woningcorporaties aanhaken. Hiervoor wordt een gezamenlijk plan gemaakt, geïnitieerd vanuit Winkelstad en gemeente, waarin rollen en verantwoordelijkheden opnieuw worden gedefinieerd, evenals het integreren en versterken van de uitvoeringsorganisatie

2. Professionaliseren van marketing en promotie van de binnenstad (aansturing & uitvoeringskracht). Dit als onderdeel van de professionalisering van de binnenstad en voortbouwend op de basis van de citybranding #ditis-veenendaal. En mede in relatie tot een compacter winkelgebied versus functieverbreiding in de overige deelgebieden in het centrumgebied. Hiervoor wordt een gezamenlijk plan gemaakt door de huidige werkgroep rond #ditis-veenendaal, geïnitieerd vanuit gemeente

3. Evaluatie en vernieuwing van de BIZ Winkelstad in 2021 (ondernemers en eigenaren). Hierbij moet aandacht zijn voor het tijdig opstarten van het proces in 2021 en het verkrijgen van draagvlak bij de achterban. Dit in relatie tot de gevolgen van keuzes in deze visie in onderscheid winkelgebied en centrumgebied en ook in relatie tot de koopzondagregeling. Voorafgaand kan een evaluatieonderzoek plaatsvinden dat inzicht geeft op dingen die goed gaan of in de verlengde BIZ moeten worden gewijzigd (bijv. BIZ-gebied, tarifiering, koppeling koopzondagregeling, etc.). Hierbij wordt gebruik gemaakt van professionele ondersteuning.

Financiering

Projecten rondom het professionaliseren van de organisatiestructuur van de binnenstad (incl. marketing en promotie) worden gezamenlijk gefinancierd vanuit de betrokken partijen. Hoofdzakelijk zijn dat Stichting BIZ Winkelstad en gemeente. En ten aanzien van marketing en promotie ook het gezamenlijke bedrijfsleven (o.a. Bedrijvenkring Ondernemend Veenendaal).

Gemeentelijke financiering komt enerzijds uit het structurele jaarlijkse Programmabudget en anderzijds uit overige (versnipperde) budgetten ten behoeve van bestaand economisch beleid en marketing. Op het thema marketing en promotie kan vanuit het Programmabudget ook de jaarlijkse 'verdubbelaar' ingezet worden. Onderzocht wordt of eventueel (als uitkomst van het plan) het aparte gemeentelijke budget voor centrummanagement opgehoogd kan worden ten behoeve van het versterken van de uitvoeringskracht van de binnenstadsorganisatie.

Betrokken partijen

Gemeente, Stichting BIZ Winkelstad, BOV (Bedrijvenkring Ondernemend Veenendaal), werkgroep #ditisveenendaal

Bijlage 1

Participatie

Bijlage 1 Participatie

1.1 Proces en betrokken belanghebbenden

Om te komen tot een visie en uitvoeringsprogramma is allereerst een uitgangspuntennotitie opgesteld. Daarvoor is voor de vijf speerpunten een inventarisatie gemaakt van de huidige stand van zaken. Hoe staat Veenendaal er voor? Welke ontwikkelingen hebben de afgelopen jaren plaatsgevonden? Wat zijn relevante trends en ontwikkelingen? Wat zijn de relevante vigerende (beleids)kaders? Naast een desk research is input verkregen uit:

- **Enquête** onder individuele winkel- en horecaondernemers, vastgoedeigenaren, warenmarkt, cultuurinstellingen en 14 bewonerscollectieven (zie samenvatting resultaten in paragraaf 1.2);
- Gesprekken met de **Externe Stuurgroep** (plus enkele deelsessies in kleiner comité)
- Gesprekken met het **Programmateam** (meerdere deelsessies in kleinere groepen);
- Gesprekken met **wethouders** (Dylan Lochtenberg & Engbert Strooboscher);
- Een bijeenkomst met **gemeenteraad**.

Externe Stuurgroep

- **Gemeente:** Dylan Lochtenberg (wethouder)
- **Gemeente:** Aarnoud Aarnoudse (programmamanager)
- **Gemeente:** Sonja Scholten (centrumcoördinator)
- **Gemeente:** Jeroen Feskens (ambtelijk opdrachtgever)
- **Gemeente:** Annelies Brekelmans
- **Stichting BIZ Winkelstad:** Kees Buur
- **Vereniging Eigenaren Winkelpanden Veenendaal**
- **Centrum:** Barbara van Schuppen & Thea Deelen
- **ARC (eigenaar Passage Corridor):** Arie Den Hartog & David Vos

- **Punt Beheer (eigenaar Scheepjeshof):** Ralf Punt
- **AM (eigenaar Tricotage):** Jan Ruitenbergh
- **Ingenious Vastgoed (ontwikkelaar Stadsstrand):** Johan van den Essenburg;
- **Winkeliersvereniging Centrum:** Rijk van Manen
- **Winkeliersvereniging Scheepjeshof:** André de Koning
- **Winkeliersvereniging Passage Corridor:** Bart van den Bosch
- **Horeca:** Danny Hardeman
- **Vertegenwoordiging warenmarkt:** Aart Aalbers (promotiemanager)
- **Vertegenwoordiging 'cultuurdriehoek':** Patrick Marcus (Theater Lampegiet)

Programmateam (plus)

- Aarnoud Aarnoudse (programmamanager)
- Sonja Scholten (centrumcoördinator)
- Fenna Aarts
- Nadia Aliyat
- Eva Luna Bakker
- Annelies Brekelmans
- Gert Drost
- Henk ter Elst
- Henny Jansen
- Joost Kaijen
- Jan van Manen
- Herman van Rijnbach
- Annelies van Rooijen
- Anouk Steinvooite
- Peter Visser
- Gerwin Veltman

1.2 Enquête

Om zo veel mogelijk informatie op te halen is bij de start van het proces een digitale enquête uitgezet onder ondernemers, vastgoedeigenaren, instellingen en bewonerscollectieven in de binnenstad. De vragen gingen onder andere in op het (toekomstig) functioneren van het centrum, speerpunten, prioriteiten, knel- en aandachtspunten. Tussen 22 juli en 23 augustus heeft de enquête opengestaan via de online enquête-tool Maptionnaire.

Respons

De enquête is 92 maal ingevuld, met een goede diversiteit van stakeholders:



Ondernemers

Onder de respondenten ligt het zwaartepunt bij de branches 'Kleding en Mode' en 'Schoenen en Lederwaren':

- Circa 53% van de ondernemers is ouder dan 50 jaar. Hiervan geeft 50% aan dat er geen opvolging / continuïteit is voor de zaak. Nog eens 20% geeft aan dat opvolging / continuïteit onzeker is.
- De meeste ondernemers waren positief (50%) over hun omzet voor de coronacrisis, nog eens 35% was neutraal.

- Voor de meeste ondernemers geldt dat de omzet de afgelopen 3 jaar is gestegen (50%), bij 20% is de omzet gelijk gebleven. Voor 28% geldt dat de omzet gedaald is en bij 3% is sterk gedaald. Ondernemers bij wie de omzet is gedaald zijn vooral ondernemers in de branches 'Kleding en Mode' en 'Schoenen en Lederwaren'.
- Ondanks de coronacrisis zijn de meeste ondernemers positief (43%) of neutraal (37%) over het toekomstperspectief van hun onderneming.
- Driekwart van de ondernemers geeft aan dat meer dan 60% van hun klanten uit Veenendaal komt. Een derde geeft zelfs aan dat meer dan 75% van hun klanten uit Veenendaal afkomstig is.
- Een beperkt aantal ondernemers heeft omzet uit een webshop. Bij (slechts) 4 ondernemers is meer dan 25% van de omzet afkomstig van een webshop.

Vastgoedeigenaren

Ten aanzien van het toekomstperspectief van vastgoed zijn de meningen verdeeld. Circa 38% is positief, 29% is positief, maar 29% is ook negatief:

- Vastgoedpartijen zijn neutraal tot negatief.
- Ondernemers met eigen vastgoed zijn meer verdeeld: positief dan wel negatief.

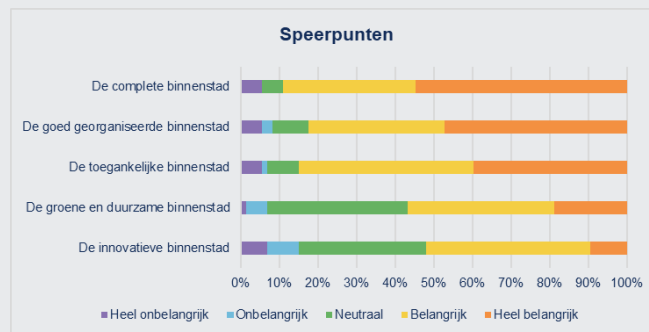
Beoordeling centrumaspecten

Over de gehele linie genomen wordt het centrum goed gewaardeerd.

- In positieve zin vallen op: parkeermogelijkheden voor auto's, horeca-aanbod, winkelaanbod, het woonklimaat en de veiligheid in het centrum.
- Parkeertarieven worden het slechts gewaardeerd, gevolgd door stallingsmogelijkheden voor fietsers.

Belang van de 5 speerpunten

Respondenten is gevraagd de vijf speerpunten van het nieuwe Programmaplan te rangschikken. De meeste prioriteit gaat uit naar de complete binnenstad en de goed georganiseerde binnenstad, gevolgd door toegankelijkheid.



De complete binnenstad

- Respondenten geven nadrukkelijk aan dat de Zandstraat en Kerkewijk niet meer bij het **toekomstige kernwinkelgebied** horen. Ook (een deel van) winkelcentrum Scheepjeshof en de J.G. Sandbrinkstraat worden meermaals genoemd. Daarna volgen Hoogstraat, Brouwersgracht, Markt en (een deel van) de Passage Corridor.
- Met betrekking tot **functieverbreding** geven respondenten met name horeca en vrijetijdsvoorzieningen (leisure) belangrijk te vinden, gevolgd door culturele voorzieningen, wonen, zorg en dienstverlening. De toevoeging van werkfuncties/kantoren wordt minder van belang geacht.
- Als andere toevoegingen aan de binnenstad worden genoemd: parken, fontein, standbeelden, een evenementenplek op Duivenweide en distributie van goederen via een centrale plek buiten centrum.

Groen en duurzaamheid

- Ten aanzien van groen en duurzaamheid vinden respondenten met name groen- en waterelementen (heel) belangrijk en in mindere mate ook duurzame logistiek en energiebesparing. Over waterberging is men neutraal.
- Als andere aandachtspunten noemt men vuilafvoer / schoonmaak, onderhoud van groen en passend groen, minder koeriers in het centrum, en toevoegen van kleur in het centrum.
- Ruim 50% van de respondenten is bereid om zelf te investeren in groen, duurzaamheid en klimaatbestendigheid. Redenen hiervoor zijn onder meer: een voorbeeldfunctie en het belang van aanleg zonnepanelen en energiebesparing. Reden om niet te investeren zijn o.a. andere prioriteiten, leeftijd, de eigen financiële situatie of dat men dit een taak van de overheid vindt.

Fietsverkeer en fietsparkeren

Maatregelen om fietsverkeer en –parkeren in goede banen te leiden moeten met name worden gezocht in betere handhaving (27%) en uitbreiding van stallingscapaciteit aan de randen van het centrum (23%). Venstertijden voor fietsers zijn het minst populair (12%). Andere zaken die worden genoemd zijn bewaakte fietsenstallingen, beperken van snelheid in het centrum en het omleiden van de fietsrouting.

Autobereikbaarheid en parkeren

De autobereikbaarheid van het centrum, evenals de parkeermogelijkheden voor auto's worden goed tot zeer goed beoordeeld. Ten aanzien van parkeren wordt meermaals aangegeven dat het uurtarief te hoog is. Respondenten noemen oplossingen zoals: gratis parkeren op bepaalde plekken, flexibele tarieven (meer betalen als het druk is), eerste uren goedkoper parkeren en goed kijken naar de prijzen in omliggende / vergelijkbare gemeenten.

Goed georganiseerde binnenstad

- De samenwerking met (andere) partijen in de binnenstad wordt overwegend neutraal tot goed beoordeeld. De samenwerking met de gemeente scoort het beste.
- Over de samenwerking met de warenmarkt, cultu-rele/maatschappelijke instellingen, bewonerscollectieven en vastgoedverenigingen geeft meer dan 20% aan het niet te weten / geen mening te hebben. Dit kan een indicatie zijn dat de samenwerking tussen verschillende partijen beperkt is (en mogelijk ook niet relevant).
- Ten aanzien van het verbeteren / optimaliseren van de samenwerking worden de volgende zaken benoemd:
 - Alles staat of valt met de bereidheid tot samenwerking.
 - Verbeteren onderlinge communicatie.
 - Uitbreiden BIZ Veenendaal (o.a. integratie warenmarkt).
 - Centrale figuren aanstellen zoals een binnenstad manager en een evenementenmanager.
 - Verbeteren van digitaal platform.

De innovatieve binnenstad

Volgens respondenten kunnen de volgende zaken bijdragen aan het profiel van ICT-stad Veenendaal:

- In aanbod / ruimte: betaalbare ruimten voor kleine (innovatieve) ondernemingen en/of startups, ruimte voor nieuwe concepten (zoals onbemande winkel Appeltje-Eitje) en een servicepunt voor bewoners (vragen over pc, laptops, tablet, etc.).
- Profilering via billboards en online markering.
- Integratie technologie / ICT-innovatie ten behoeve van sfeer en beleving (aankleding en lichtshows).
- ICT-opleiding in de binnenstad.
- Koppeling winkels met webwinkels (omnichanneling).

Respondenten geven ten aanzien van dit punt verder mee dit over te laten aan professionals. En duidelijkheid te hebben over doel en middel. Wat willen we precies bereiken met ICT-stad en wat zijn dan de juiste middelen om in te zetten? Respondenten zijn zeer verdeeld over het al dan niet zelf investeren in digitale innovatie. Sommige partijen zijn hier overigens al (in beperkte mate) mee bezig.

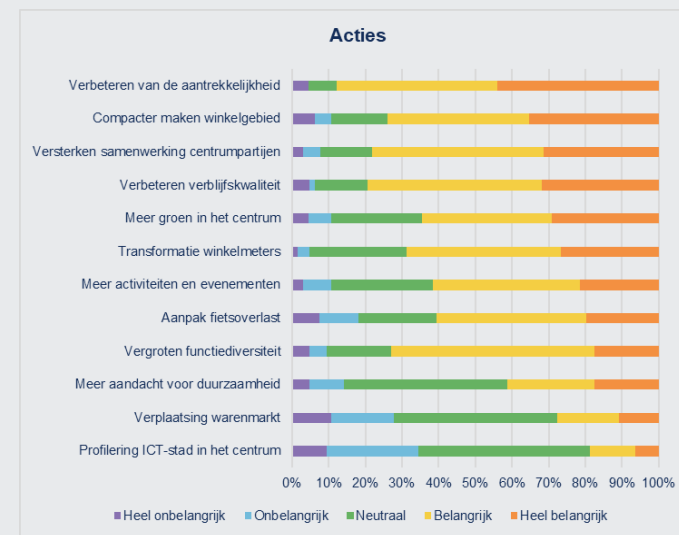
Sterke locaties en verbeterlocaties

- Volgens respondenten hebben het middengedeelte van de Hoofdstraat, de omgeving Thoomesplein, de Markt en de J.G. Sandbrinkstraat de meeste kwaliteit.
- Aandachtsplekken in het centrum komen minder duidelijk naar voren. Desondanks worden de volgende locaties vaker genoemd:
 - De Markt, zuidelijk deel van de Hoofdstraat, Kerke-wijk en Duivenweide;
 - Noordelijk deel van het centrum (Zandstraat, Scheepjeshofplein, Hoogstraat, Zwaaipein);
 - Tricotage (leegstand).

Belang concrete acties

Ten aanzien van verschillende concrete acties geven respondenten het volgende aan:

- Belangrijk tot zeer belangrijk:** compacter centrum, verbeteren aantrekkelijkheid, versterken samenwerking, verbeteren verblijfskwaliteit, meer groen in het centrum en transformatie winkelmeters.
- Belangrijk:** meer activiteiten en evenementen, aanpak fietsoverlast en vergroten functiediversiteit.
- Neutraal:** meer aandacht voor duurzaamheid en verplaatsing warenmarkt.
- Onbelangrijk tot neutraal:** profilering ICT-stad in het centrum.



Aanvullingen door respondenten

Onderstaande zaken willen respondenten nog meegeven:

- De politiek moet een duidelijk standpunt innemen ten aanzien van het kernwinkelgebied.
- Bij transformatie moet goed worden gekeken naar de kwalitatieve meerwaarde voor centrum. De laatste jaren is vooral gekeken naar kwantiteit (als voorbeeld wordt genoemd dat er veel middelmatige horeconconcepten zijn bijgekomen).
- Aandacht voor entreegebieden: vanaf de parkeerplekken moeten bezoekers direct een aantrekkelijk centrum inlopen.
- Minder evenementen houden op het Stadsstrand en juist meer verdelen door het centrum.
- Grote landelijk ketens weren en voorrang geven aan unieke concepten.
- Vooraf inzetten op sfeer, beleving en kleinschalige evenementen.

Bijlage 2

Aanbod

Bijlage 2 Aanbod

Voorzieningenaanbod

Detailhandel

- Het winkelaanbod in het centrum van Veenendaal heeft een omvang van ruim 58.500 m² winkelvloeroppervlak (wvo) verdeeld over 206 winkels, waarvan een vijfde dagelijks aanbod: 10.350 m² dagelijks winkelaanbod (45 winkels) versus 48.150 m² niet-dagelijks aanbod (161 winkels)⁶. **Dit aanbod is relatief ruim** gezien het inwonertal en is te verklaren door de van oudsher regionale verzorgingsfunctie. Het totale winkelaanbod is **sinds 2015 met ca. 9.200 m² wvo (39 winkels) afgenomen**.
- Het centrum beschikt over een **sterk dagelijks winkelaanbod**. De basis wordt gevormd door vier supermarkten, zowel service als discount, die elk een moderne omvang hebben (>1.000 m² wvo). Uit indicatieve distributieplanologische berekeningen (bijlage 1) blijkt dat het aanbod redelijk in balans is met de behoefte. Winkels worden hierdoor in staat gesteld om gezond te functioneren. Met de groei van het aantal inwoners in Veenendaal en de meer lokale verzorgingsfunctie van het centrum, is het **toekomstperspectief van dagelijks winkelaanbod in het centrum zeer goed**. Dit biedt ruimte om het dagelijks aanbod in het centrum te versterken (moderniseren / meer diversiteit). Te meer aangezien het belang van dagelijkse winkels (c.q. moderne supermarkten) in centra zoals Veenendaal sterk toeneemt.
- Het niet-dagelijks aanbod is divers en wordt vooralsnog hoog gewaardeerd door bezoekers⁷. Tegelijkertijd is het aanbod zeer ruim voor een middelgroot centrum, met name het modische aanbod. **Wel is dit aanbod sinds 2015 met ca. 3.500 m² wvo (22 winkels) afgenomen**.

Tabel 2 Aanbod Veenendaal in m² winkelvloeroppervlak, (bron: Locatus, peildatum juli 2020)

	Dagelijkse detailhandel	Niet-dagelijkse detailhandel	Totaal detailhandel	Overig (horeca, dienstverlening, leisure)	Totaal aanbod	Leegstand	Totaal incl. leegstand
Kernwinkelgebied	9.639	44.710	54.349	15.134	69.483	16.962	86.445
Overig binnen centrumring	904	2.626	3.530	1.630	5.160	2.900	8.060
Totaal binnen centrumring	10.543	47.336	57.879	16.764	74.643	19.862	94.505
Overige winkelgebieden	13.387	45.326	58.713	3.545	62.258	1.857	64.115
Overig verspreid	2.802	32.709	35.511	12.672	48.183	595	48.778
Totaal Veenendaal	26.732	125.371	152.103	32.981	185.084	22.314	207.398

- Ten aanzien van branchering valt het volgende op:
 - Voor de Mode & Luxe branche is erg ruim. Ruim 80% hiervan betreft modische winkels, voornamelijk in het lagere en middensegment en in beperkte mate in het hogere middensegment.
 - Er zijn diverse winkels met huishoudelijke artikelen waaronder twee grote Actions (trekkers), HEMA, Blokker, Xenos en Big Bazar en diverse juwelier- en optiekzaken.
 - Het aantal vrijetijdswinkels is redelijk bescheiden en bestaat onder meer uit enkele sport- boeken- en speelgoedwinkels, evenals winkels met kantoorartikelen en een fotospeciaalzaak.
 - De branche 'In en om Huis' is redelijk uitgebreid en bestaat voornamelijk uit woonwinkels en winkels met bruin- en witgoed. Opvallend zijn vier grote woonwinkels (>900 m² wvo): JYSK, Van Woerden Wonen, Seats and Sofas en Tapijtcentrum Nederland. Beide laatstgenoemde liggen echter buiten het kernwinkelgebied.
 - Ruim de helft van de niet-dagelijkse winkels betreft landelijke of regionale formules. Winkels zoals

Speksnijder, Action en H&M zijn (sub)trekker voor het centrum. Daarnaast zijn er ook diverse formules die onder druk staan, zoals Intertoys, Zeeman, Xenos, Big Bazar, Blokker en recentelijk ook HEMA. Wat opvalt is dat het centrum nog diverse formules heeft in het middensegment zijn, die in vergelijkbare centra zijn verdwenen (o.a. H&M, Zara, OPEN32).

Toekomstperspectief

Uit indicatieve distributieplanologische berekeningen (bijlage 3) blijkt dat het 'Mode en Luxe' aanbod in het centrum in de huidige situatie én in de toekomst te ruim is om gezond te kunnen functioneren. Tegelijkertijd is er in de dagelijkse sector nog enige uitbreidingsruimte. **In totaal is er in het meest gunstige scenario sprake van een overaanbod van circa 7.900 m² wvo aan winkelvloeroppervlak in 2030.** Daarbij is rekening gehouden met een **afnemend perspectief voor modisch aanbod** gezien de afname van de regionale verzorgingsfunctie en toename van online verkopen. Hierbij kunnen de groei van het lokale inwonertal en de effecten van corona (meer lokaal / dichtbij huis kopen) wel (tijdelijk) enig te-

⁶ Locatus retailverkenner, geraadpleegd op 20-07-2020

⁷ i&o Research (2019), Koopstromenonderzoek Randstad 2018; Strabo (2019), Passantenonderzoek kernwinkelgebied Veenendaal.

genwicht bieden. Daarnaast zijn er in het winkelaanbod **relatief veel dubbelingen in het aanbod** (formules die 2x aanwezig zijn), waarbij het zeer reëel is dat zij in de komende jaren 1 van deze vestigingen zullen sluiten (ca. 2.540 - 3.350 m² wvo). Ook is er **ca. 4.950 – 7.500 m² wvo aan aanbod met 'risicoformules'**: formules waarvan bekend is dat zij onder druk staan of hebben gestaan (bijv. diverse doorstarts). **Al met al lijkt een significante verdere afname van het niet-dagelijkse (met name modische) aanbod hierdoor onvermijdelijk.** Rekening houdend met het meest gunstige scenario bestaat in de toekomstige situatie (binnen de centrumring) indicatief ruimte voor een **totaalaanbod van circa 50.000 m² wvo detailhandel.**

Horeca

Het horeca aanbod in het centrum wordt sterk gewaardeerd. Het centrum beschikt over een divers horeca-aanbod, bestaande uit 65 horecavoorzieningen met een totale omvang van circa 8.130 m² wvo. De afgelopen jaren is het horeca-aanbod in het centrum toegenomen, in lijn met landelijke trends.

Toekomstperspectief

In de huidige corona-situatie heeft de horeca het moeilijk. Vooralsnog heeft dit nog beperkt geleid tot sluitingen: is er één zaak failliet gegaan en LaPlace heeft zijn deuren gesloten. Als gevolg van de corona-crisis is het **perspectief van horeca echter afgenomen** en zijn verdere bedrijfsbeëindigingen / faillissementen te verwachten.

Dienstverlening

Het centrum telt volgens Locatus 61 dienstverleners, met name ambachtelijke dienstverlening en in mindere mate financiële en particuliere dienstverlening. Het aanbod komt na genoeg overeen met het aanbod in benchmark centra. In de

noordwesthoek van het centrum zijn reeds diverse gezondheidsfuncties gevestigd. Mede door het internet neemt het aantal (traditionele) financiële en particuliere af, **voor ambachtelijk dienstverlening blijft wel perspectief.** Ook neemt de vraag naar **persoonlijke dienstverlening toe (o.a. zorg, gezondheid, sport).**

- Binnen de consumentgerichte dienstverlening is een verschuiving waar te nemen naar online, waardoor het aandeel aan (traditionele) 'financiële en particuliere' dienstverlening (zoals makelaars, reis- en uitzendbureaus, banken, financieel intermediairs, etc.) afneemt.
- Daartegenover staat een toename van het aandeel aan 'persoonlijke' dienstverlening (gericht op persoonlijke verzorging, gezondheid, sport en zorg). Dit onder invloed van een toenemende focus op gezond eten en leven. In algemene zin neemt de behoefte aan zorg- en gezondheidsvoorzieningen ook toe (o.a. groeiend aantal ouderen, overheveling van taken van tweedelijns- naar eerstelijnszorg, groeiend behoefte aan specialismen en verschuiving van focus van behandeling naar preventie). Daarbij is er niet zozeer sprake van een toename van het aanbod, maar wel van een trend van clustering in 'gezondheidscentra', schaalvergroting en specialisatie.
- Ook voor ambachtelijke dienstverlening is doorgaans veel perspectief, doordat deze diensten veelal niet vervangbaar zijn door het internet.
- Vanuit de trend van blurring is er een steeds minder duidelijk onderscheid tussen winkels, horeca en ook dienstverlening. Denk aan bijv. aan de combinatie van wassalon of fietswinkel/fietsreparatie met een koffie/lunchzaak. De verwachting is dat dergelijke nieuwe concepten in de toekomst steeds vaker gaan voorkomen.

Cultuur en leisure

Het cultuur en leisure-aanbod in het centrum komt redelijk overeen met het aanbod in benchmark centra. Tegelijkertijd

is het aanbod redelijk bescheiden, zeker met het oog op de gewenste versterking van de beleavings- en verblijfsfunctie.

- Binnen het centrum vormt het Kees Stipplein duidelijk een cultuurcluster, met de Cultuurfabriek als grote eye-catcher (o.a. bibliotheek, museum, leescafé en horeca) maar ook de muziekschool en het filmhuis.
- Voor ontspanning zijn er verschillende mogelijkheden, maar diverse voorzieningen hebben een mindere gunstige locatie. Tevens is er **geen goede evenementenlocatie** (voorheen Stadsstrand). De Markt is slechts kleinere evenementen geschikt, maar voor dit wringt met andere functies (warenmarkt).

Werken

In het centrum zijn beperkt kantoren en zakelijke dienstverlening aanwezig. Op een aantal plekken zijn flexwerkplekken (zoals Downtown en Cultuurfabriek). Met het oog op functieverbreding en het creëren van draagvlak voor voorzieningen, is het **toevoegen van kantoren (en banen)** een meerwaarde voor het centrum. Vanuit innovatie in de maakindustrie en opkomst van zogenaamde 'nieuwe ambachtelijkheid' ontstaat er ook een ruimtevraag voor nieuwe werk-concepten. Er ontstaat ook een dunnere scheidslijn tussen 'zakelijke' en consumentgerichte dienstverlening. Het businessmodel van ondernemers is minder gericht op één doelgroep en één afzetkanaal, maar zowel op consumenten als bedrijven en zowel op verkoop via 'de balie' (fysiek) als online. Daarnaast zijn er steeds meer concepten die combinaties met (flex)werkplekconcepten en vergaderruimten maken.

Wonen

In veel centra neemt de woonfunctie toe, zo ook in Veenendaal. In Brouwerspoort en Zuidpoort zijn in de afgelopen jaren veel woningen toegevoegd. Toename van centrumbewoners draagt bij aan de levendigheid in het centrum en het

zorgt ook voor meer draagvlak voor allerlei voorzieningen. Toename van de woonfunctie vraagt ook om extra maatschappelijke voorzieningen, zoals kinderopvang (jonge gezinnen) of zorgvoorzieningen (ouderen).

Leegstand

- De **leegstand binnen de centrumring bedraagt momenteel ruim 19.800 m² wvo**, verdeeld over 87 panden. Daarvan ligt bijna 17.000 m² wvo binnen het huidige kernwinkelgebied (bron: Locatus⁸). Volgens de meest recente Economische monitor van de Gemeente Veenendaal (april 2020) is er zelfs ca. 19.800 m² leegstand in het kernwinkelgebied. Dit is procentueel (20%) niet **alleen twee keer zo hoog als landelijk** (8%) en provinciaal (8,4%), maar ook meer dan in benchmarkcentra (18%).
- Sinds 2015 is de leegstand in het centrum van Veenendaal toegenomen met ruim 8.000 m² wvo en 33 panden⁹. Ten aanzien van de leegstand gelden nadrukkelijk twee nuances.
 - Hoewel overal in het centrum leegstand is, ligt het zwaartepunt van de zichtbare leegstand in de Passage Corridor en aan de Brouwersgracht. Tevens zijn er enkele locaties in het centrum waar de leegstand is geclusterd, zoals de begane grond van Trikotage en de westzijde van de Brouwersgracht ten noorden van het Thoomesplein. In de Hoofdstaat is de leegstand naar verhouding beperkt.
 - Daarnaast is er op enkele plekken sprake van leegstand op de verdieping (met name Corridor) of leegstand die buiten (de routing van) het kernwinkelgebied valt. Voorbeeld zijn het voormalige pand V&D (verdieping), voormalige pand Hoogvliet (buiten

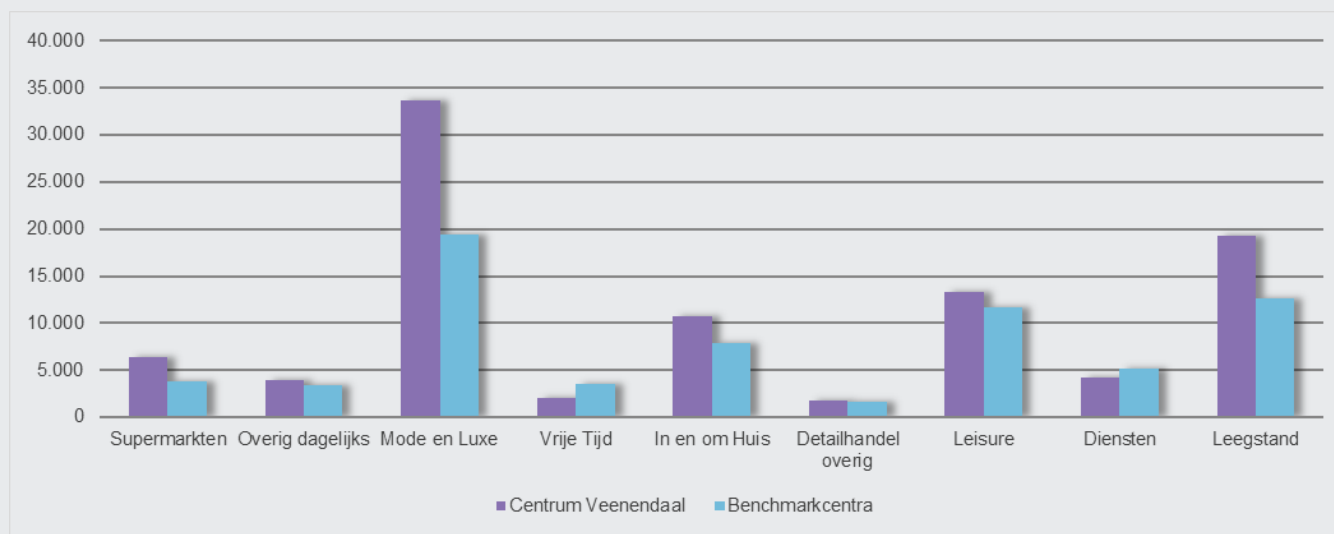
kernwinkelgebied), diverse panden in de Tuinstraat (buiten de routing)

- Dit draagt eraan bij dat diverse leegstaande panden in het centrum minder worden ervaren, waardoor de impact voor de ruimtelijke uitstraling en beleving in de binnenstad beperkt is.

Benchmarkanalyse

Figuur 21 vergelijkt voorzieningen en leegstand in het centrum van Veenendaal met tien andere centra, allemaal hoofdwinkelgebieden in kernen met een vergelijkbaar inwonertal en verzorgingsgebied (bovenlokaal tot regionaal)¹⁰. Wat met name opvalt is de branche 'Mode & Luxe' die in omvang bijna 15.000 m² wvo groter is.

Ook de leegstand is met circa 7.000 m² wvo beduidend hoger. De benchmark toont dat het dagelijks aanbod in het centrum van Veenendaal relatief uitgebreid is. Het sterke supermarktaanbod komt duidelijk naar voren uit de analyse. Het aanbod 'Vrije Tijd' is relatief bescheiden ten opzichte van de benchmarkcentra. Nadere analyse toont dat het 'Vrije Tijd' aanbod in andere centra diverser is (o.a. muziekwinkels en software-/gamewinkels). Leisure en dienstverlening zijn redelijk in balans.



Figuur 19: Benchmark voorzieningen en leegstand Veenendaal-Centrum (bron: Locatus)

⁸ In dit document zijn cijfers van Locatus gebruikt, teneinde ook landelijk te kunnen vergelijken. In Veenendaal worden in de eigen Economische Monitor cijfers verwerkt op grond van waarneming in het veld. Deze cijfers kunnen verschillen.
⁹ Leegstandanalyse op basis van meest recente cijfers Locatus, peildatum juli 2020
¹⁰ Benchmarkcentra: Bergen op Zoom, Hengelo, Nieuwegein, Gouda, Almelo, Hoorn, Assen, Zeist, Roosendaal, Lelystad.

Coronacrisis

De coronacrisis heeft stevige gevolgen voor de economie. Diverse sectoren worden hard geraakt. Vooralsnog weet niemand wat de exacte lange termijn effecten zullen zijn, dit is mede afhankelijk van de duur van de uitbraak, de maatregelen, beschikbaarheid van een vaccin en de duur van de economische recessie. Diverse autonome trends in centrumgebieden worden naar verwachting versterkt:

- Ondernemers zetten online in als alternatief verkoopkanaal en consumenten kopen meer online. Zowel aanbod als vragen oriënteren zich meer online, waardoor online winkelen verder toeneemt.
- Winkels hebben te maken met teruglopende inkomsten en oplopende kosten. Een toename van faillissementen / bedrijfsbeëindigingen in de detailhandel en horeca zijn naar verwachting onvermijdelijk. Omvang en schaal daarvan zal volledig afhangen van de wijze waarop het virus en maatschappelijke maatregelen en onrust zich in de (nabije) toekomst ontwikkelen.
- Teruglopende inkomsten en oplopende kosten dragen er aan bij dat filiaalbedrijven kritisch kijken naar hun vastgoedportefeuille en hun vestigingslocaties heroverwegen. Naar verwachting heeft dit vooral gevolgen voor middelgrote centra en dorpscentra.
- Ondanks de negatieve gevolgen kan de crisis ook positieve opgaven versnellen. Inzetten op compacte centra en transformatie van randgebieden is relevanter dan ooit. De solidariteit en maatschappelijke betrokkenheid leidt mogelijk tot meer draagvlak voor professionele samenwerking in centrumgebieden.

Bijlage 3

Kwantitatieve behoefte winkelmeters

Bijlage 3 Kwantitatieve behoefte winkelmeters

Om een indicatie te geven ten aanzien van de kwantitatieve behoefte aan **dagelijks aanbod en niet-dagelijks aanbod** zijn distributieplanologische berekeningen gemaakt voor de huidige en de toekomstige situatie. Er is daarbij gekozen voor een berekening van het functioneren van de branche 'Mode & Luxe' en niet voor een overkoepelende berekening voor de niet-dagelijkse sector als geheel, omdat voor het centrumgebied met name de branche Mode & Luxe van belang is (vormt 70% van het niet-dagelijkse aanbod). Gezien de grote diversiteit aan (sub)branches binnen de niet-dagelijkse sector, die enorm van elkaar afwijken als het gaat om vloerproductiviteit, binding en toevloeiing, geeft een berekening voor de gehele niet-dagelijkse sector ook geen accurate uitkomst.

Consumentendraagvlak

De gemeente Veenendaal is gelegen in de provincie Utrecht. In het oosten grenst Veenendaal aan de gemeente Ede. De gemeente bestaat uitsluitend uit de gelijknamige kern Veenendaal en telt circa 66.500 inwoners¹¹. Volgens prognoses van ABF research neemt het inwonertal de komende jaren toe tot circa 73.800 inwoners in 2030¹². Het gemiddeld inkomen in de gemeente Veenendaal bedraagt circa € 24.100 per inwoner per jaar. Daarmee ligt het inkomen iets beneden het landelijk gemiddelde van circa € 26.000 per inwoner per jaar¹³.

Tabel 3 Indicatief economisch functioneren dagelijks aanbod Veenendaal-Centrum

Dagelijkse sector	2020	2030
Aantal inwoners primair verzorgingsgebied	66.500	73.800
Bestedingen per hoofd (€)	2.526	2.526
Bestedingspotentieel primaire verzorgingsgebied (in mln. €)	168	186,4
Koopkrachtbinding primair verzorgingsgebied (%)	40%	40%
Gebonden bestedingen primair verzorgingsgebied (in mln. €)	67,2	74,6
Koopkrachttoevloeiing als aandeel van de omzet (%)	10%	10%
Koopkrachttoevloeiing absoluut (in mln. €)	7,5	8,3
Totale besteding (in mln. €)	74,7	82,9
Winkelvloeroppervlak (m ² wvo)	10.350	10.350
Omzet per m ² wvo (€)	7.225	8.025
Vergelijkbaar vijfjaarsgemiddelde (€)	7.564	7.564
Verschil omzet met vijfjaarsgemiddelde (%)	-4%	6%
Distributieve uitbreidingsruimte (m ² wvo)	geen	ca. 600

Dagelijkse sector

In 2018 is in Veenendaal koopstromenonderzoek uitgevoerd als onderdeel van het KSO Randstad 2018¹⁴. Aan de hand van dit onderzoek zijn cijfers bepaald ten aanzien van koopkrachtbinding en -toevloeiing, ook specifiek voor het centrum als aankooplocatie. Voor de dagelijkse sector in het centrum blijkt in 2018 een koopkrachtbinding van 36%. Rekening houdend met onder meer de verplaatsing en uitbreiding van Hoogvliet wordt in de huidige situatie een binding van circa 40% reëel geacht. Met andere woorden, circa 40% van de inwoners van Veenendaal is voor dagelijkse boodschappen naar verwachting georiënteerd op het centrum.

De koopkrachttoevloeiing is circa 10%. Met andere woorden, circa 10% van de bestedingen aan dagelijkse producten in het centrum komt van buiten de gemeente (met name Ede, Rhenen en Neder-Betuwe). In beperkte mate is ook sprake van toeristische bestedingen en tevens worden er bestedingen gedaan door personen die in Veenendaal werkzaam zijn, maar elders wonen (boodschap tijdens of na het werk). Voor de toekomstige situatie wordt aangenomen dat de binding en toevloeiing in het centrum nagenoeg gelijk zullen blijven. Behoud van de fijnmazige dagelijkse aanbodstructuur in Veenendaal vormt daarbij het uitgangspunt.

¹¹ Gemeente Veenendaal (2020), Veenendaal in Cijfers.

¹² ABF Research, Primos bevolkingsprognose Veenendaal. Geraadpleegd op 5 augustus 2020

¹³ CBS Statline Kerncijfers wijken en buurten 2018

¹⁴ i&o Research (2019), Koopstromenonderzoek Randstad 2018

Economisch functioneren en marktruimte dagelijks

In de huidige situatie functioneert het dagelijkse aanbod in het centrum iets beneden het landelijk vijfjaargemiddelde. Het verschil is echter zeer beperkt en naar verwachting zijn winkels in staat om gezond te kunnen functioneren. Door een stevige toename van het inwonertal ontstaat er uitbreidingsruimte in de dagelijkse sector, ook in het centrum. Belangrijke voorwaarden zijn ten minste een significante toename van het inwonertal in en nabij het centrum en behoud van de grootste en sterkste supermarkten in het centrum.

Mode & Luxe-branchen

Op basis van het koopstromenonderzoek is tevens de koopkrachtbinding en -toevoeiing voor de gehele niet-dagelijkse sector in het centrum bepaald. De binding vanuit de eigen gemeente is circa 36%, de toevoeiing bedraagt circa 48%.

Om een indicatie te geven ten aanzien van de binding en toevoeiing voor de branche 'Mode en Luxe' is een zorgvuldige inschatting gemaakt op basis van kennis en ervaring. De koopstroomcijfers voor de hele Randstad en de gemeente zijn daarbij als uitgangspunt genomen.

In gemeenten met een vergelijkbaar inwonertal is de binding voor de branche 'Mode en Luxe' circa 35%. In veel gemeenten is deze branche doorgaans echter (veel) geringer in omvang. Gelet op de enorme omvang en diversiteit in de gemeente Veenendaal (ruime keuze, mogelijkheid tot vergelijkend winkelen) wordt de binding van circa 65% reëel geacht. Circa 95% van het aanbod binnen de branche 'Mode en Luxe' in de gemeente Veenendaal is gevestigd in het centrum. Dit betekent dat de oriëntatie voor 'Mode en Luxe' aankopen binnen de gemeente overwegend gericht zal zijn op het centrum. Naar verwachting is een binding van 60% haalbaar. Met andere woorden, circa 60% van de inwoners van

Tabel 4 Indicatief economisch functioneren 'Mode & Luxe' aanbod Veenendaal-Centrum

Mode en Luxe	2020	2030 (min)	2030 (max)
Aantal inwoners primair verzorgingsgebied	66.500	73.800	73.800
Bestedingen per hoofd (€)	757	757	757
Bestedingspotentieel primaire verzorgingsgebied (in mln. €)	50,3	55,9	55,9
Koopkrachtbinding primair verzorgingsgebied (%)	60%	50 à 55%	60%
Gebonden bestedingen primair verzorgingsgebied (in mln. €)	30,2	27,9 à 30,7	33,5
Koopkrachttoevoeiing als aandeel van de omzet (%)	50%	40%	47,5%
Koopkrachttoevoeiing absoluut (in mln. €)	30,2	18,6 à 20,5	30,3
Totale besteding (in mln. €)	60,4	46,6 à 51,2	63,8
Winkelvloeroppervlak (m² wvo)	33.604	33.604	33.604
Omzet per m² wvo (€)	1.800	1.400 à 1.525	1.900
Vergelijkbaar vijfjaarsgemiddelde (€)	2.546	2.546	2.546
Verschuif omzet met vijfjaarsgemiddelde (%)	-29%	-40 à -45%	-25%
Distributieve uitbreidingsruimte (m² wvo)	- 10.000	-13.500 à – 15.000	-8.500

Veenendaal is voor 'Mode en Luxe' aankopen primair gericht op het centrum van Veenendaal.

Vanwege het ruime aanbod heeft het centrum van Veenendaal in enige mate ook een bovenlokale tot beperkt regionale functie. Uit het KSO blijkt dat het centrum een functie heeft voor direct aangrenzende gemeenten Ede, Rhenen en Utrechtse Heuvelrug. In beperkte mate is er tevens toevoeiing uit Neder-Betuwe, Renkum, Wageningen, Buren, Wijk bij Duurstede, Renswoude, Barneveld, Scherpenzeel en Woudenberg. Een toevoeiing van circa 50% wordt in de huidige situatie reëel geacht. Met andere woorden, circa 50% van de bestedingen binnen de branche 'Mode en Luxe' in het centrum van Veenendaal is afkomstig van buiten de gemeente.

Rekening houdend met veranderend consumentengedrag en de algemene ontwikkeling in middelgrote centra wordt aangenomen dat de koopkrachtbinding en -toevoeiing de komende jaren zullen afnemen. Voor 2030 wordt een binding van 50 à 55% en een toevoeiing van hooguit 40% haalbaar geacht.

Economisch functioneren en marktruimte Mode & Luxe

In de huidige situatie functioneert de 'Mode & Luxe' branche in het centrum van Veenendaal significant beneden het landelijk gemiddelde. Dit is echter niet vreemd gelet op het zeer uitgebreide aanbod mode en luxewinkels in combinatie met het afnemend perspectief voor dit type zaken. Vanuit de bril van 'gezond economisch functioneren' is er daarmee sprake van een overaanbod van ca. 10.000 m² wvo. Voor de toekomst moet rekening gehouden worden met een overaanbod van 8.500 – 15.000 m² wvo:

- Indien het lukt om de binding en toevloeiing (in absolute zin) op een vergelijkbaar niveau als nu te houden, blijft het overaanbod beperkt tot ca. 8.500 m² wvo (als gevolg van compensatie door toename inwonertal).
- De verwachting is echter dat koopkrachtbinding en -toevloeiing in de toekomst verder afnemen. In dat geval moet voor 2030 voor het centrum van Veenendaal indicatief rekening worden gehouden met een overaanbod van ca. 13.500 à 15.000 m² wvo 'Mode & Luxe' aanbod.

Bijlage 4

Retail Risk Index

Bijlage 4 Retail Risk Index

De Retail Risk Index maakt aan de hand van pand-, straat-, branche- en marktindex een risicoprofiel van panden in het centrum van Veenendaal. Het risico wordt aangegeven op een schaal van 5, variërend van zeer beperkt risico tot zeer hoog risico. In nevenstaande tabel is per risico indicator het aantal panden gegeven. Op basis van de vier indicatoren samen (zie kader) wordt een Retail Risk Index voor het centrum gegeven.

De totale index geeft een gemiddeld tot negatief beeld voor het centrum van Veenendaal. De totale RRI correspondeert sterk met de branche index. Supermarkten zijn de grote winnaars, evenals enkel specifieke branches zoals optiek- en gehoorzaken, parfumerieën, winkels met huishoudelijk artikelen, linteriezaken en cultuur en ontspanning. In het centrum zijn **geen locaties die er nadrukkelijk uitspringen**, enkele uitzonderingen daargelaten, zoals het noordoostelijk deel van de Hoofdstraat (redelijk positief beeld), Passage Corridor en Brouwersgracht (relatief hoog risico). **In algemene verdeelt het risico zich over het gehele centrum.**

Een verklaring hiervoor is dat het centrum in de huidige situatie (veel) te groot is en doordat geen duidelijke keuzes worden gemaakt ten aanzien van (inkrimping van) het winkelgebied en deelgebieden. Hier spreidt het risico zich als een olievlek over een groot gebied.

Pandindex

De pandindex heeft betrekking op de prestaties van een specifiek winkelpand (o.a. leegstand, duur van invulling, mutaties door de jaren heen). De meeste panden in het centrum vallen binnen de categorie 'beperkt risico'. Deze panden zijn verdeeld over het hele centrumgebied. In positieve zin valt op dat een groot deel van de panden in de hoofdstraat een beperkt pandrisico heeft. Veel panden in het centrum vallen echter ook binnen de categorie 'zeer hoog risico'. Locaties die in negatieve zin opvallen zijn de Hoofdstraat (32), Passage (27), Scheepjeshof (16), Corridor (13) en Brouwersgracht (11).

Straatindex

De straatindex houdt rekening met ontwikkeling van de invulling van winkelpanden in de straat rondom het pand. Deze index geeft een zorgwekkend beeld aangezien het gros van voorzieningen in de categorie 'hoog risico' en 'zeer hoog risico' vallen. Tegelijkertijd geeft dit een vertekend beeld, doordat nadrukkelijk wordt gekeken naar de directe omgeving van voorzieningen. Aangezien bijna overal in het centrum leegstand voorkomen, scoort het overgrote deel van het centrum slecht op deze index.

Branche-index

De branche-index houdt rekening met het percentage ondernemers in de betreffende branche dat het afgelopen jaar in een soortgelijk winkelgebied is gestopt. Deze index laat een gemiddeld beeld zien. Alle supermarkten scoren goed, evenals winkels zoals H&M, Zara, C&A en specifieke branches zoals winkels met huishoudelijke artikelen, optiekwinkels, gehoorwinkels, parfumerieën, slijters, linteriezaken en cultuurvoorzieningen. De categorieën 'hoog risico' en 'zeer hoog risico' betreffen kleding- en schoenenwinkels (ca. 40%) en in mindere mate horeca (ca. 16%, overwegend lunchrooms en fastfood) en ambachten (16%, grotendeels kappers en schoonheidssalons).

Marktindex

De marktindex heeft betrekking op de verhouding tussen het aanbod (wvo, concurrerende winkels) en de vraag (passanten, consumenten, koopkracht) naar de betreffende branche, in de omgeving van het winkelpand. Deze index schetst een redelijk positief beeld.

Tabel 5 Analyse panden Retail Risk Index Veenendaal-Centrum

Risico	Ze er h o o g	H o o g	Risico	B e p e r k t	Ze e r b e p e r k t
Pandindex	140	42	38	172	0
Straatindex	210	117	28	17	20
Branche index	28	85	105	58	29
Marktindex	14	51	84	88	67
RRI Centrum	84	86	141	79	2



Bijlage 5

Voorzienbaarheid

Bijlage 5 Voorzienbaarheid

Terugdringen planologische mogelijkheden & creëren van ‘voorzienbaarheid: hoe werkt dat?’

Gemeentelijk detailhandelsbeleid richt zich veelal op het aantrekkelijker maken van winkelgebieden en het ruimtelijk inzetten op het concentreren van winkels in één gebied. Het belangrijkste instrument om te sturen op het concentreren van winkels, is het gemeentelijk bestemmingsplan. Hiermee wordt immers bepaald waar welk gebruik (zoals detailhandel) toegestaan wordt. Door de mogelijkheden om detailhandel buiten het aangewezen winkelgebied te beperken, wordt er gestuurd op de concentratie van winkels.

Op het moment dat er in het bestemmingsplan juridisch-planologisch mogelijkheden ingeperkt worden, kan dit tot **planschade** leiden. Planschade is het financiële nadeel dat een vastgoedeigenaar heeft door het verschil tussen de nieuwe (onvoorziene) planologische situatie en de bestaande/oude situatie in het bestemmingsplan (artikel 6.1 Wet ruimtelijke ordening). De gemeente moet onder voorwaarden aan degene die schade lijdt een planschadevergoeding geven. Het is echter niet zo, dat men ervan uit kan gaan dat de bestaande planologische rechten altijd gehandhaafd zullen blijven als men er geen gebruik van maakt. Op het moment dat het planologische besluit waardoor de planschade geleden wordt, tijdig voorzienbaar is door de vastgoedeigenaar en hij er alsnog geen gebruik van maakt, is de gemeente niet meer verplicht om de planschade te vergoeden.

Dit wordt ook wel **passieve risicoaanvaarding** genoemd: als een belanghebbende van de bouw- en/of gebruiksmogelijkheden die hij volgens een bestemmingsplan heeft, geen of niet tijdig gebruik maakt, terwijl hij weet of kan weten dat er voornemens zijn die mogelijkheden te beperken. Bij passieve risicoaanvaarding draait het dus om de vraag of de belanghebbende verwijtbaar stilgezeten heeft.

De vraag wanneer er sprake is van **voorzienbaarheid** is in de rechtspraak nader uitgewerkt. De Afdeling bestuursrecht-spraak van de Raad van State (hierna: Afdeling) heeft in dit verband herhaaldelijk overwogen dat sprake moet zijn van een voldoende concreet, begrijpelijk en ter openbare kennis gebracht stuk waaruit een beleidsvoornemen tot een voor de belanghebbende nadelige wijziging van het planologisch regime kan worden afgeleid. Met andere woorden; het moet voor een vastgoedeigenaar duidelijk zijn dat de planologische situatie voor zijn perceel mogelijk in nadelige zin zou kunnen wijzigen. Dit kan door een beleidsstuk zijn, maar het kan ook een bestemmingsplan betreffen dat in procedure wordt gebracht.

Daarnaast moet men redelijkerwijs de gelegenheid krijgen om alsnog gebruik te maken van de betreffende planologische mogelijkheid. In de jurisprudentie is uitgemaakt dat tussen de peildatum van de voorzienbaarheid en het planologische besluit daarvan een zodanig redelijke termijn behoort te zijn dat belanghebbende de gelegenheid heeft gehad om een concrete poging te ondernemen om de betreffende bouw- of gebruiksmogelijkheid alsnog te realiseren. Een termijn van 1,5 jaar wordt doorgaans acceptabel gevonden, maar dit is ook afhankelijk van de omstandigheden van het geval (ABRS 16 april 2003 en ABRS 24 september 2008). Het indienen van een principe-aanvraag met schetsplan is

waarschijnlijk onvoldoende om te worden aangemerkt als concrete poging. Er moet daadwerkelijk een aanvraag om omgevingsvergunning ingediend worden (ABRS 14 april 2010).

Een andere situatie waarin het niet mogelijk is om planschade te vorderen, is als er sprake is van **voordeelsverrekening**. Als een belanghebbende als gevolg van een planologische mutatie niet alleen een planologische nadeel ondervindt maar ook een planologische voordeel ondervindt dan moeten deze voor- en nadelen onder voorwaarden met elkaar gecompenseerd worden (artikel 6.1.3.4, tweede lid, van het Bro en ABRS 13 augustus 2014). Dit hoeft niet per se in hetzelfde planologische besluit geregeld te zijn (ABRS 24 december 2003). Een voorbeeld hiervan is als iemand een detailhandelsbestemming op zijn perceel krijgt, maar hiervoor een woonbestemming terugkrijgt.

Mogelijke locaties voor voorzienbaarheid

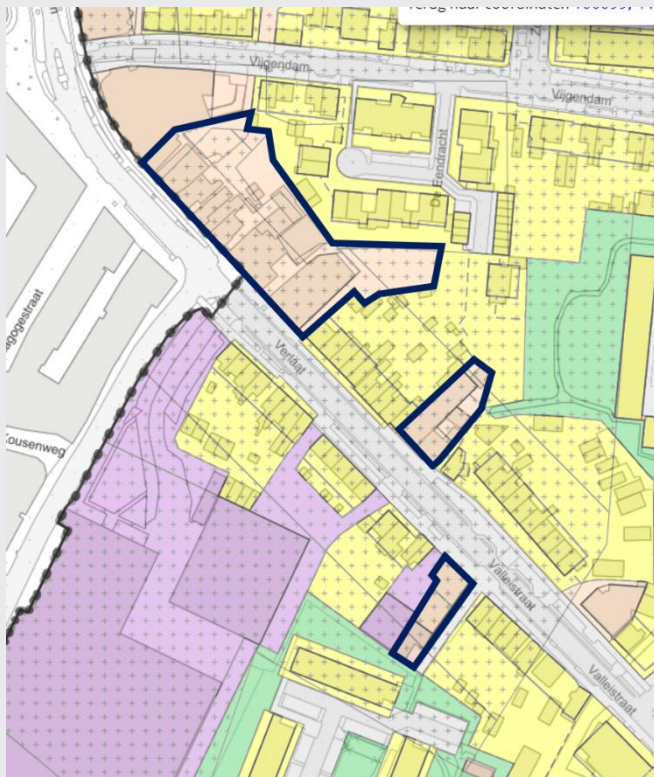
Op de volgende pagina een overzicht van locaties waar op termijn juridische detailhandelsmogelijkheden worden wegbestemd. Het gaat om locaties **binnen de centrumring, die géén centrumgebied zijn**. De wijze waarop dit juridisch vorm krijgt, wordt in het detailhandelsbeleid in bredere context beschouwd. Het wegbestemmen wordt in de volgende bestemmingsplanherziening¹⁵ doorgevoerd.

¹⁵ Waar over bestemmingsplan(herziening) gesproken wordt, wordt ook bedoeld Omgevingsplan(herziening).

Binnen de centrumring, geen centrumgebied

Deze locaties zijn in de vastgestelde Detailhandelsstructuur Veenendaal (2013) ook al niet meer als onderdeel van het kernwinkelgebied opgenomen. In het voorgaande Programmaplan is voor deze aanloopstraten al de ambitie uitgesproken om winkelmeters hier terug te dringen en is daar uitvoering aan gegeven door het inzetten van een transformatiecoach.

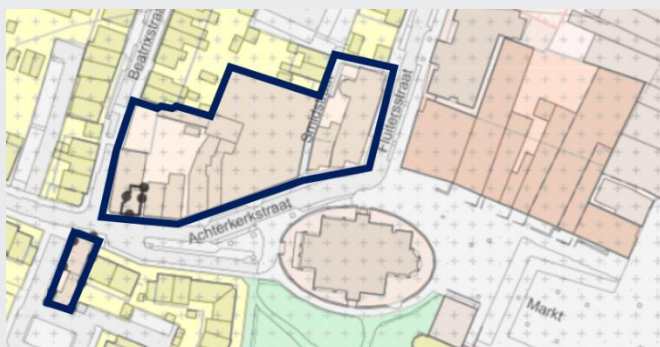
- **Achterkerkstraat en Zandstraat:** In het nieuwe detailhandelsbeleid zal verder uitgewerkt worden op welke termijn en op welke wijze de juridische detailhandelsmogelijkheden wegbestemd zullen worden bij de volgende bestemmingsplanherziening (dan wel Omgevingsplanherziening).
- **Prins Bernardlaan en Verlaat / Valleistraat:** De Prins Bernardlaan en Verlaat hebben een aparte positie omdat dit een oud lint is waar nog bewinkeling aanwezig is. Hoewel dit momenteel nog een functie heeft, is het wel de ambitie om de gevestigde detailhandel op termijn te verplaatsen naar het centrumgebied. In het nieuwe detailhandelsbeleid (of op een later moment) zal voor deze straat op pandniveau een uitsterfconstructie op maat opgesteld worden.



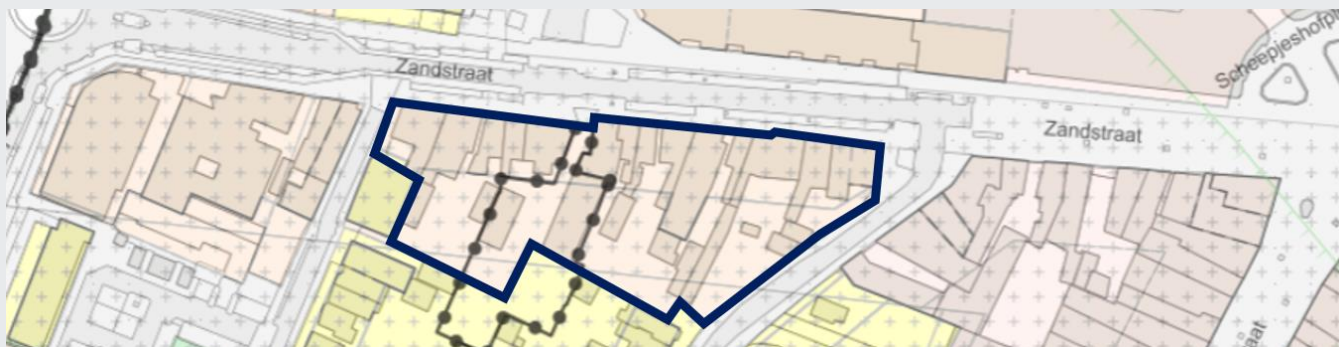
Figuur 20: Verlaat / Valleistraat



Figuur 21: Prins Bernardlaan



Figuur 22: Achterkerkstraat



Figuur 23: Zandstraat

Bijlage 6

Begrippenlijst

Bijlage 6 Begrippenlijst

BVO/WVO

- *Bruto vloeroppervlak*: Het bruto vloeroppervlak is de oppervlakte van een ruimte of groep van ruimten, gemeten op vloerniveau langs de buitenomtrek van de opgaande scheidingsconstructies, die de desbetreffende ruimte of groep van ruimten omhullen. Meten vindt plaats op basis van NEN 2580
- *Winkelverkoop vloeroppervlak*: alleen de voor het publiek toegankelijke ruimten (dus exclusief magazijn, kantoor, etalage, etc.)

Dagelijkse sector

Voedings- en genotmiddelen (vgm) en artikelen op het gebied van persoonlijke verzorging. In de praktijk gaat het hierbij om supermarktaanbod, aanbod in vgm-speciaalzaken, drogisterij- en parfumeriezaken.

Niet-dagelijkse sector

Winkels die artikelen verkopen met een doorgaans lagere koopfrequentie dan dagelijkse artikelen. In de praktijk gaat hierbij om winkels in huishoudelijke artikelen, kleding, mode, schoenen, sport, rijwielen, bruin- en witgoed, rijwielen, doe-het-zelf, wonen, tuinartikelen en dierenartikelen.

Koopkrachtbinding

Mate waarin inwoners van een bepaald gebied hun bestedingen verrichten bij winkels die in dat gebied gevestigd zijn.

Koopkrachtafvloeiing

Mate waarin inwoners van een bepaald gebied hun detailhandelsbestedingen plaatsen bij gevestigde winkels buiten dat gebied.

Koopkrachttoevloeiing

Mate waarin inwoners van buiten een bepaald gebied detailhandelsbestedingen plaatsen bij winkels die in dat gebied gevestigd zijn (aandeel omzet van buiten).

Leegstand (op basis van Locatus)

Locatus registreert een pand als leegstand indien het redelijkerwijs de verwachting is dat in het (leegstaande) pand een verkooppunt in de detailhandel, horeca of consumentgerichte dienstverlening zal terugkomen. Het betreft dus leegstand van verkooppunten en niet leegstand van uitsluitend winkels.

Plancapaciteit

Met plancapaciteit wordt 'harde' plancapaciteit bedoeld: de directe vestigingsmogelijkheden voor detailhandel die zijn vastgelegd in een juridisch bindend planologisch kader, zoals vastgestelde bestemmingsplannen, uitwerkingsplannen, gebieden zonder bestemmingsplan (witte vlekken) en verleende (kruimel) omgevingsvergunningen.

Vloerproductiviteit

Gemiddelde omzet in gevestigde winkels per m² winkelvloeroppervlak (wvo).

www.bro.nl | info@bro.nl

Hoofdvestiging Boxtel

Boscheweg 107
5282 WV Boxtel
T +31 (0)411 850 400

Vestiging Amsterdam

Rijnspoorplein 38
1018 TX Amsterdam
T +31 (0)20 506 19 99

Vestiging Tegelen

Industriestraat 94
5931 PK Tegelen
T +31 (0)77 373 06 01