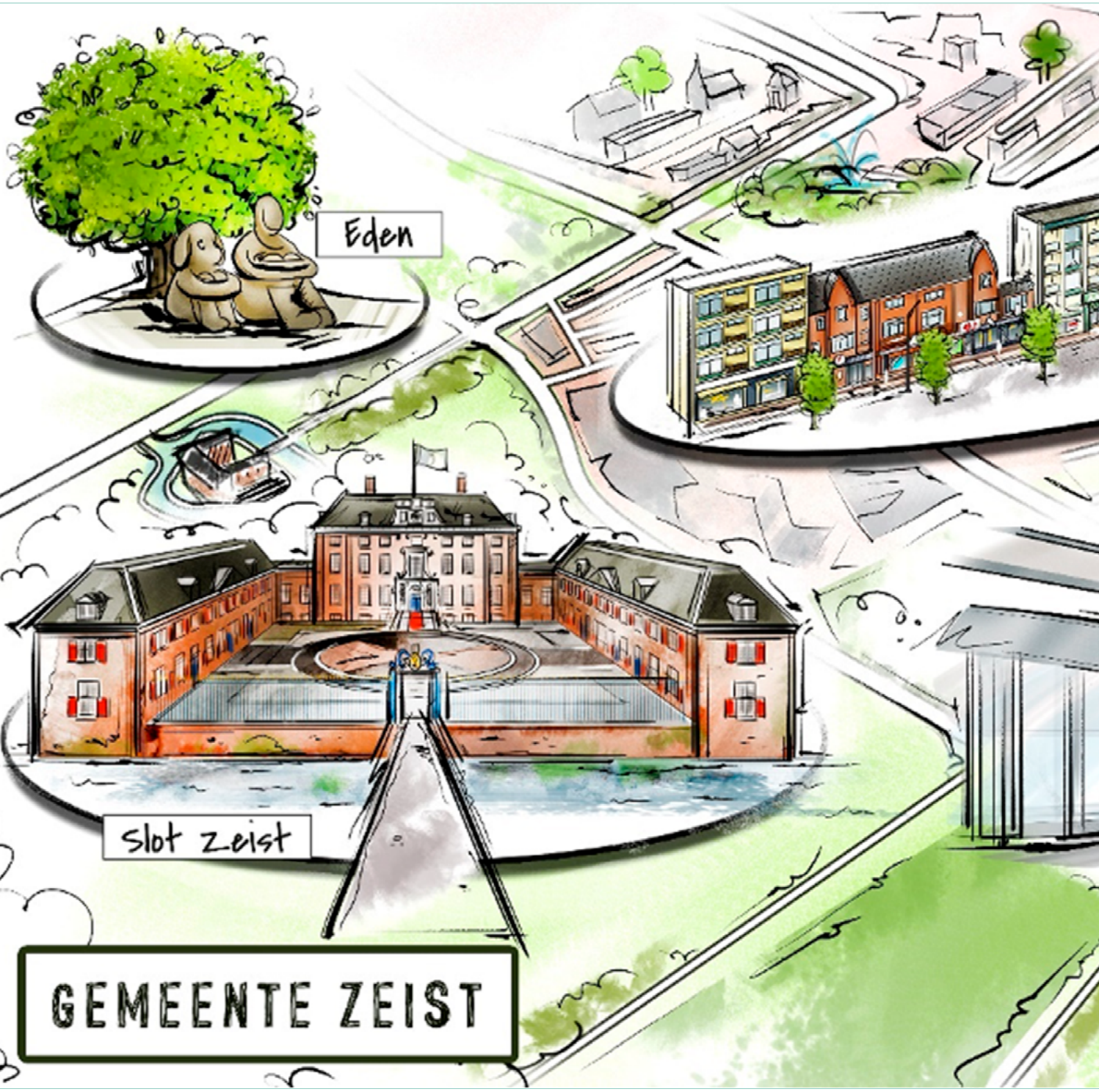


CONCEPT

Actualisatie Retailperspectief centrum Zeist en actieprogramma 2025 – 2029



Gemeente **Zeist**


Eden
Slot Zeist
GEMEENTE ZEIST



Uitnodigend en stijlvol

Het centrum van Zeist is het uitnodigende hart van onze stijlvolle gemeente. Een levendige ontmoetingsplek voor onze inwoners en een sfeervol dagje uit voor bezoekers uit de omgeving.

Het kernwinkelgebied omvat een zeer breed en veelzijdig aanbod van horeca, culturele voorzieningen en winkels; authentieke speciaalzaken en bekende ketens. Je kunt hier naar hartenlust struinen en genieten van een historierijke omgeving.

Vlakbij vind je het iconische Slot Zeist, een echte beziens-waardigheid. En je maakt gemakkelijk een uitstapje naar de Stichtse Lustwarande met haar groene buitenplaatsen en monumentale panden.
Dit landschap is verbonden met verhalen over een roemrijk verleden.

Het centrum van Zeist heeft een verfijnde smaak en een heel eigen, typisch Zeisterse, allure.

Inhoud

- **Voorwoord** 5
- **Aanleiding** 6
- **Proces nieuw Retailperspectief en actieprogramma** 7
- **Fundament Retailperspectief** 7
- **Actualiteiten en feiten centrum van Zeist** 10
  - **Doelgroepen** 10
  - **Cijfers** 11
  - **Trends en ontwikkelingen** 11
- **Het centrum in beweging** 12
  - **Opgaven voor het centrum van Zeist** 13
  1. Kwaliteiten compact centrum 13
  2. Samenwerking 16
  3. Branding en evenementen 17
  4. Uitstraling van het centrum 18
  - **Actieprogramma: acties voor het centrum van Zeist** 19
  - Actie(s) bij opgave 1 – Kwaliteiten compact centrum 19
  - Actie(s) bij opgave 2 – Samenwerking 20
  - Actie(s) bij opgave 3 – Branding en evenementen 22
  - Actie(s) bij opgave 4 – Uitstraling van het centrum 23

Voorwoord



Voor u ligt een vernieuwd Retailperspectief. Dit document biedt een perspectief op hoe wij de ontwikkeling van het centrum de komende jaren voor ons zien en graag samen met u realiseren.

Als het levendige hart van ons mooie dorp heeft het centrum al veel te bieden. Voor inwoners en bezoekers is het een bruisende plek om te winkelen, om te wonen, maar ook om kunst en cultuur te beleven en voor evenementen. Het is een stijlvol hart van onze gemeente, met authentieke speciaalzaken, kwalitatieve horeca, een prachtige groene omgeving en iconisch erfgoed zoals 't Slot dichtbij. Een centrum met een heel eigen Zeisterse allure.

Als gemeente zijn wij ons ervan bewust dat het centrum in de eerste plaats 'gemaakt' wordt door onze ondernemers, vastgoedeigenaren, woningcorporaties, maatschappelijke instellingen en inwoners. Velen werken iedere dag weer aan een prettige beleving voor bezoekers. Het centrum ontwikkelt zich daarmee ook voortdurend. Voor een groot deel laat de gemeente de ontwikkeling van ons centrum dan ook met vertrouwen over aan de kracht van al deze partijen.

Dit Retailperspectief is, naast een perspectief, ook een uitnodiging om hierbij samen te blijven optrekken en gezamenlijk het centrum tot een nóg prettiger plek te maken om te ondernemen, te verblijven en te bezoeken. Tijdens de vele gesprekken die voorafgingen aan dit Retailperspectief, zijn talloze kansen benoemd om het centrum nog uitnodigender te maken: een centrum dat meer dan nu een levendige plek is om te ontmoeten en te verblijven, naast een centrum om te winkelen.

Een belangrijke kans om de verblijfsfunctie in het centrum nog verder te versterken, is het realiseren van een compacter winkelgebied. Want een winkelgebied dat overzichtelijker is, minder uitgestrekt, kent minder leegstand en is beter te belopen voor het publiek. In dit vernieuwde Retailperspectief is daarom een streefbeeld geschetst van het centrum in de toekomst. Het uitgangspunt is dat alle straten in het centrum eigen kwaliteiten hebben die we in de toekomst verder willen ontwikkelen. Daarnaast is beschreven hoe de gemeente graag samen met u toewerkt naar een compacter centrum, want dit is een ontwikkeling die niet vanzelf gaat.

Wij hopen dat dit document daarbij gaat helpen en ook ú een bijdrage wilt leveren aan een uitnodigend centrum. Wij zien graag dat ondernemers zich blijven inspannen om een bezoek aan het centrum iedere dag tot een echte beleving te maken. Wij vragen vastgoedeigenaren om te helpen en de uitstraling van het centrum naar een hoger niveau te tillen, bijvoorbeeld met de aankleding van tijdelijk leegstaande panden. Wij rekenen er ook op dat onze woningcorporaties en projectontwikkelaars ervoor willen blijven zorgen dat het fijn wonen is in het centrum.
Wij voorzien ook, dankzij onze culturele partners, nog meer kunst en cultuur in de buitenruimte en in een vernieuwde De Klinker. Ook nodigen wij inwoners uit om met ons mee te denken over de toekomst van het centrum en de gebiedsvisie voor de Markt en omgeving. Tot slot kijken wij er naar uit om de komende jaren nog meer inwoners en bezoekers van buiten de gemeente in ons centrum te mogen verwelkomen. Als gemeente rekenen wij op u!

Walter van Dijk,
wethouder Economische Zaken

Aanleiding

Of het nu gaat om de **'ontmoetingsplek van Zeist'**, een **'place to be'**, of **'het kloppend hart'**, het zijn beschrijvingen die allemaal de lading dekken voor het centrum van Zeist. Net als dat de samenleving in beweging blijft, is het centrum dat ook. Beweging staat voor ontwikkeling; het centrum ontwikkelt zich voortdurend. Waar naartoe precies, met welke focus: daar is dit geactualiseerde Retailperspectief voor. Hierin staat welke opgaven we de komende jaren voor ons zien en welke acties daarbij horen.
Dit perspectief op de toekomst van het centrum is de opvolger van het Retailperspectief uit 2019.

De kern van het perspectief: we blijven koersvast. We blijven gezamenlijk met ondernemers, vastgoedeigenaren, maatschappelijke organisaties en inwoners werken aan een aantrekkelijk centrum. Een centrum waar groen, historie en cultuur onderdeel van uitmaken. Dit geactualiseerde Retailperspectief betekent vooral een aanscherping van acties op uitvoeringsniveau, door nieuwe kennis en ervaringen die we hebben opgedaan. Denk aan de corona-pandemie en de toename van online winkelen.
Of door nieuw beleid dat zich rondom het centrum ontwikkelt, zoals een marketingstrategie voor het aantrekken van recreanten en toeristen. Ervaring die we hebben opgedaan in de samenwerking met ondernemers en vastgoedeigenaren. En door onderzoek naar bijvoorbeeld de leegstand in het centrum of doelgroepen om op te focussen.

Het vernieuwde perspectief heeft betrekking op de periode 2025-2029, met een herijkingsmoment in 2027. Dan kunnen we tijdig inspelen op ontwikkelingen, signalen en dynamiek in het centrum en het Retailperspectief daarop aanpassen.

Zeist, kunstwerk Eden (Ram Katzir)





Zeist, Het Rond

Proces Actualisatie Retail-perspectief centrum Zeist en actieprogramma 2025 – 2029

De afgelopen twee jaren is gewerkt aan het opstellen van deze actualisatie van het Retailbeleid uit 2019. Er is de tijd genomen om, met hulp van bureau Ginder, te reflecteren op in gang gezette acties de afgelopen 4 jaar en te kijken naar beleid, trends en de ontwikkelingen, die van invloed zijn op het centrum. Daarbij is er aandacht uitgegaan naar de hoofdrolspelers in het centrum. Met een kopgroep uit het centrum, bestaande uit vertegenwoordigers van ondernemers, vastgoedeigenaren, voormalig stichting Hart van Zeist en de gemeente zelf, is meerdere malen gesproken over ideeën en wensen voor het centrum.

Op basis van deze processtappen heeft bureau Ginder een adviesrapport opgeleverd wat als belangrijkste voeding heeft gediend voor het voorliggende Retailperspectief.

De conceptversie van dit Retailperspectief is gepresenteerd aan een groep ondernemers en vastgoedeigenaren uit verschillende winkelstraten van het centrum. Daarnaast is een aparte sessie georganiseerd voor alle ondernemers op de Steynlaan en een sessie voor alle ondernemers op de Voorheuvel-Noord. Deze sessies hebben geleid tot meerdere aanpassingen met als belangrijkste dat de transformatie op de Steynlaan naar wonen natuurlijker mag verlopen dan oorspronkelijk beoogd.

Na vaststelling van dit geactualiseerde beleid gaat de uitvoering van acties van start. Soms zijn dat acties die al in het vat zaten, want de koers voor het centrum blijft veelal hetzelfde als de afgelopen jaren. En soms betreft het acties die vragen om nadrukkelijker samenspel met ondernemers, vastgoedeigenaren, bezoekers en inwoners.

Fundament Retailperspectief

Het Retailperspectief is een exclusieve blik op alléén het winkelgebied in het centrum van Zeist. Het zegt dus niets over detailhandel in andere gebieden of kernen van de gemeente. Voor nieuw te ontwikkelen beleid is het Retailperspectief het uitgangspunt. We noemen daarom het Retailperspectief ook wel het fundament voor het centrum met daarin:

- **wat** het centrum is, inclusief het kernwinkelgebied nu en straks;
- **welke** opgaven we voor ons zien voor de toekomst van het centrum;
- **welke uitstraling** we voor ons zien bij het centrum van Zeist;
- **hoe we kijken** naar de samenwerking en de rol van de gemeente en andere betrokkenen;
- **welke acties** er nodig zijn om dit waar te maken.

Het maken van dit Retailperspectief is slechts één proces en één beleidsstuk met een specifieke focus. Er zijn op het moment ook andere beleidsprocessen in ontwikkeling die samenhangen met het centrum van Zeist, of die centrumoverstijgend zijn. Zie hiervoor het overzicht op de volgende pagina. Al deze beleidsontwikkelingen dragen bij aan een aantrekkelijk centrum van Zeist.

Het centrum van Zeist

Beleid in ontwikkeling

Zeist. De open slotstad.

Het citymarketingconcept voor het genereren van (meer) kwaliteitstoerisme/-recreanten en mogelijke klanten voor ondernemers in het centrum. Met oog voor regionale aantrekkingskracht.

Actualisatie Economisch Kompas

Koers voor de economie van héél de gemeente Zeist met focus op de 4 sectoren ICT, Health, Duurzaam en Vrijetijd.

Horecabeleid

Er komt nieuw horecabeleid voor de gemeente Zeist. Wat vinden we belangrijk en hoe gaan we hier mee om?

2e Zeister Omgevings-visie

De opvolger van de 1e variant. Met als belangrijkste verschil: keuzes voor hoe en vooral wáár we waarden, ambities en opgaven voor de fysieke leefomgeving in de gemeente Zeist een plek geven (wonen, werken, gezond leven, verduurzamen, mobiliteit etc.)

Geactualiseerd Retailperspectief

Een geactualiseerd Retailperspectief met daarin het streefbeeld voor de toekomst van het centrum om samen naartoe te werken.

Evenementenbeleid

In het centrum van Zeist worden geregeld evenementen georganiseerd. Om hier meer volgens één lijn te werken in wat wel en niet gewenst is in het centrum, en vooral wáár, wordt er nieuw evenementenbeleid ontwikkeld.

Een (ver)nieuw(de) De Klinker' én Gebiedsvisie de Markt e.o.

Een (nieuw) gebouw voor álle activiteiten van KunstenHuis Idea bij elkaar. Misschien in combinatie met andere sociale functies die van meerwaarde zijn voor het centrum van Zeist.
De komende jaren blijkt hoe dit gebouw zich ontwikkelt, met welke functies en wat dit betekent voor de ruimte eromheen. Denk aan de Markt en de Voorheuvel.

Omgevingsplan en beeldkwaliteitsplan

Voor heel de gemeente Zeist komt er een omgevingsplan: regels voor de fysieke leefomgeving, nu bekend als bestemmingsplannen. Dit plan omvat ook het centrum van Zeist. Ook komt er voor het centrum een beeldkwaliteitsplan. Hierin staan onder meer regels voor de uitstraling van panden, zoals de maximale bouwhoogte.

Bestaand beleid

Propositie van Zeist 2020

Toekomstkoers voor Zeist voor diverse thema's, met ontwikkelkansen en onderzoeksrichtingen om naartoe te werken. Ontwikkelrichting 3: Het centrum als kloppend hart van Zeist, een verblijfsgebied i.p.v. alleen een winkelgebied.

Parkeerbeleid per 1-3-2024

Nieuw beleid over parkeren om de bereikbaarheid en verkeers-veiligheid in de gemeente Zeist te verbeteren. Minder zoekverkeer, minder auto's op straat en meer in parkeergarages, en meer ruimte voor fietsparkeren.

EZO: Eerste Zeister Omgevingsvisie 2023

Visie op de fysieke leefomgeving in de gemeente Zeist op vele thema's met de belangrijkste waarden voor de gemeente en buurten op een rij. Een gespreksinstrument voor het passend inrichten van onze openbare ruimte. Ook het centrum van Zeist, als één van de buurten, komt hierin terug.

Coalitieakkoord 2022 - 2026

Akkoord met ambities van de vier coalitie-partijen. Met onder andere de wens voor een levendige economie in de gemeente Zeist en een aantrekkelijk centrum met een balans tussen horeca en winkels. Onder andere acties als ontwikkeling van het kernwinkelgebied rond de Slotlaan, transformaties naar woningen buiten het kernwinkelgebied en de actualisatie van het Retailperspectief.

Actualiteiten en feiten centrum van Zeist

Om de continue beweging in het centrum van Zeist, de opgaven die we zien en de bijbehorende acties in perspectief te kunnen plaatsen, is het van belang om op de hoogte te zijn van enkele actualiteiten. Mede vanuit deze actualiteit zijn de opgaven en acties ontstaan zoals beschreven in dit geactualiseerde Retailperspectief of zijn acties uit het vorige Retailperspectief aangescherpt.

Doelgroepen

Het centrum van Zeist is voor iedereen. We nodigen alle inwoners uit de gemeente Zeist en bezoekers uit om te genieten van wat het winkelgebied aan detailhandel, horeca en cultuurhistorie te bieden heeft. Toch zal de betekenis van het centrum voor verschillende doelgroepen verschillen.

Waar de ene persoon graag winkelt in een historisch centrum, zal de ander een voorkeur hebben voor een overdekte shoppingmall. Zo zijn er ook verschillen in het type horeca dat groepen mensen aantrekkelijk vinden en beleven doelgroepen culturele voorzieningen elk op hun eigen wijze. Vanuit profilering en marketing is het interessant om te weten: welke doelgroepen zijn aantrekkelijk voor het centrum?

Bureau Ginder heeft onderzocht welke doelgroepen in de gemeente Zeist het meeste voorkomen. Er is gebruik gemaakt van de leefstijldoelgroepen uit de BSR-methodiek van MarketResponse. Voor het centrum van Zeist gaat het om de 'inzichtzoeker' en de 'stijlzoeker':

De inzichtzoeker is...

- Bedachtzaam
- Rationeel
- Introvert
- Leergierig
- Op zoek naar zelfontplooiing
- Serieus



De stijlzoeker is...

- Gedreven
- Doelgericht
- Ambitieus
- Zelfverzekerd
- Ondernemend
- Sportief



Zeist, V&D-pand

Cijfers

Hoe staat het centrum van Zeist ervoor? Cijfers van Locatus (2023) en het Randstad Koopstromenonderzoek (2021) geven de volgende inzichten:

- In het centrum van Zeist zijn op peildatum (februari 2023) **427 winkels en 86 horecazake**n gevestigd. De winkels zijn samen goed voor 70.462 m^2 wvo (winkelverkoop-vloeroppervlakte): 9132 m^2 voor dagelijkse boodschappen (supermarkten, verszaken, drogisten) en 61.330 m^2 voor recreatieve boodschappen (kleding, vrije tijd) en doelgericht winkelaanbod (bouwmarkten).
- Voor de dagelijkse boodschappen komt **93% van de omzet van bezoekers uit de gemeente Zeis**t zelf. Voor recreatieve boodschappen (kleding, schoenen, accessoires) is dat 68%. De 32% van buiten Zeist is in deze sector voor het overgrote deel afkomstig uit de direct omliggende gemeenten.
- De omzet aan dagelijkse boodschappen ligt in het centrum van Zeist met **35% onder het landelijk gemiddelde** van de omzet per m^2 wvo. Voor de recreatieve boodschappen geldt dat de omzet 24% boven het landelijk gemiddelde ligt. Overigens geldt voor beide sectoren dat de landelijke omzet sinds 2016 daalt.
- In het centrum van Zeist is het aanbod van de dagelijkse sector de afgelopen tien jaar gestegen, mede door de **komst van Jumbo en Hoogvliet** aan de centrumrand. Het aanbod aan recreatieve detailhandel is sterk gedaald, onder meer door het verdwijnen van V&D.
- De actuele **leegstandcijfers** in het centrum van Zeist worden momenteel sterk gekleurd door het leegstaande pand van V&D (5379 m^2 wvo). In de nabije toekomst worden hier woningen ontwikkeld, waarmee veel vacante wvo vervalt. Daarmee komt de leegstand in het Zeister centrum uit rond het landelijke gemiddelde van 6%.

Trends en ontwikkelingen

Bureau Ginder heeft de belangrijkste trends en ontwikkelingen voor het centrum van Zeist op een rij gezet. Een aantal trends is in een stroomversnelling gekomen door de coronapandemie.

- **Concurrentie met online winkelaanbod**, wat maakt dat fysieke winkels een digitale etalage en/of webshop nodig hebben om te kunnen concurreren met online aanbieders.
- Centra krijgen meer een functie als **verblijfsgebied** en plek om te recreëren (place to be), anders dan een locatie voor boodschappen (place to buy). Dat betekent dat er meer oog nodig is voor uitstraling, sfeer, gastvrijheid en gezelligheid.
- **De kunst van 'blurring'**; het combineren van branches in één. Denk aan de horecafaciliteit in boekhandel Kramer en Van Doorn. Blurring versterkt de klantbeleving en laat klanten langer blijven in winkels en winkelgebieden.
- De aanwezigheid van **supermarkten** in centra is structuurbepalend voor andere functies en voorzieningen daar omheen en trekt bezoekers. Als natuurlijke ontmoetingsplekken zijn supermarkten van belang voor de sociale kant van het leven en daarmee passend in of rondom de kern van een winkelgebied.
- Er is in de samenleving, bij de bezoeker, meer aandacht voor het **maatschappelijk verantwoord ondernemen**. Ook is er meer oog voor inclusie en authenticiteit.
- **Technologie** inzetten voor het vergemakkelijken en vereenvoudigen van het winkelen voor de bezoeker. Denk aan het contactloos kunnen pinnen of een QR-code die verwijst naar meer informatie.
- Een ontwikkeling die minder direct gerelateerd is aan gebieden met detailhandel, maar wel nog steeds van invloed is op het centrum van Zeist, is de **regionale woonopgave**. Veel mensen zoeken al te lang naar een passende woning.

Het centrum in beweging

Welke beweging zien we voor ons? Waar ontwikkelt het centrum zich naartoe? Met andere woorden: wat is het perspectief op het centrum? Dit beleid heet niet voor niets Retail 'perspectief'. We trekken grotendeels de ingezette lijn door van de afgelopen jaren.

Denk aan de investering in samenwerking met ondernemers en in het aantrekkelijk en vooral groen inrichten van het winkelgebied, met de Slotlaan als belangrijkste 'ader' voor het kernwinkelgebied.

In totaal onderscheiden we 4 opgaven voor de komende jaren die er samen voor zorgen dat het gezicht van het centrum behouden blijft en de regionale aantrekkingskracht versterkt:

Opgaven



1 Kwaliteiten compact centrum

Het winkelgebied compacter maken en de kwaliteit van de verschillende straten in en rondom het kernwinkelgebied duidelijk neerzetten.



2 Samenwerking

Blijvend met elkaar de juiste samenwerkingspartners vinden per gelegenheid en van daaruit opgaven realiseren.

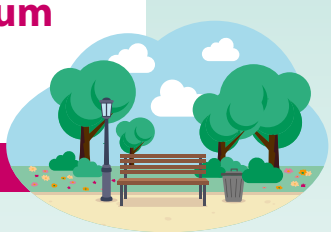
3 Branding en evenementen

De kwaliteiten van het centrum van Zeist onder de aandacht brengen bij toeristisch-recreatieve bezoekers, als onderdeel van het citymarketing-platform 'Zeist. De open slotstad.'



4 Uitstraling van het centrum

Samenwerken aan een verzorgde, groene en uitnodigende uitstraling van het centrum.



Deze 4 opgaven sluiten aan op bestaand beleid en bieden voldoende ruimte voor beleid dat nog wordt ontwikkeld. In dit Retailperspectief maken we ook gelijk de koppeling met wat we gaan doen om deze opgaven samen te realiseren. Welke acties gaan we ondernemen en bij wie ligt dat precies?

Een thema als parkeergemak vormt geen aparte opgave meer, zoals dat in het Retailperspectief uit 2019 het geval was. Dat is niet omdat we het belang ervan onderschatten, maar omdat de gemeenteraad in 2024 de Parkeerbeleids-nota heeft vastgesteld en dit Retailperspectief die nota als beleid overneemt.

Opgaven voor het centrum van Zeist

In samenspel tussen gemeente, ondernemers, eigenaren, partners en inwoners werken we de komende 4 jaar aan de volgende 4 opgaven:

1. Kwaliteiten compact centrum

Het winkelgebied compacter maken en de kwaliteit van de verschillende straten in en rondom het kernwinkelgebied duidelijk neerzetten.

Zoals in 2015 al in de centrumvisie is verwoord: de ambitie is te komen tot een 'compact' centrum van Zeist en het winkelaanbod om te buigen van 'verstrooiing' naar 'concentratie'. Destijds werd het Emmaplein als 'hart' gezien, inmiddels is dat toch de levensader en historische gezichtsas die we in het centrum allemaal kennen als 'de Slotlaan'. Het Retailperspectief uit 2019 spreekt ook over compactisering, vooral vanuit de optiek om leegstand tegen te gaan. Door te concentreren ontstaat schaarste van vestigingsplekken waarmee leegstand vermindert.

Deze compactisering heeft redelijk goed uitgewerkt de afgelopen jaren. De leegstand is aan het dalen. Ook het V&D pand, dat nu nog zorgt voor een vertekend beeld in de leegstandscijfers, krijgt binnen afzienbare tijd een nieuwe invulling. Bovendien zijn met name in de Steynlaan inmiddels meerdere panden getransformeerd van winkel naar wonen. Het winkelgebied is echter nog steeds aan de grote kant.

We hanteren voor het 'kernwinkelgebied' nog steeds de definitie zoals uit de centrumvisie 2015:

Definitie kernwinkelgebied
Een aaneengesloten centrumgebied, met een hoge concentratie van handels- en horecazaken en commerciële dienstverlening. Binnen het kernwinkelgebied streeft de stad / het dorp naar de optimale uitbouw van deze activiteiten. Belangrijk is dat het kernwinkelgebied compact van opzet wordt. Het gebied kent een concentratie van winkels, liefst aan weerszijden van de straat. In dit gebied is winkelen het hoofddoel. Niet om doelgericht een boodschap te doen, maar om te slenteren en te ontmoeten.
Het gebied is ingericht als levendig verblijfsgebied met voldoende rustpunten (horeca en plantsoenen) en een kwalitatief hoogwaardige openbare ruimte. Als het kernwinkelgebied te groot wordt, zal de routing onduidelijker zijn en niet alle plekken in het kernwinkelgebied voldoende bezocht worden door het winkelende publiek.

Zeist, Steynlaan



We blijven de komende jaren dus samen werken aan een compact kernwinkelgebied. Een gebied dat goed toegankelijk is met een verzorgde, groene en uitnodigende uitstraling. Het centrum is een verblijfsplaats. Winkelen is niet meer het enige doel, want het kan ook gaan om elkaar 'ontmoeten met een kop koffie'.

Voor deze opgave helpt het om een scherp beeld te hebben van de straten die tezamen het centrum van Zeist vormen en onderling verschillen in kwaliteit: waar is er wat te vinden?

Kwaliteiten per gebied – Streefbeeld

Iedere straat in het centrum van Zeist is van meerwaarde. De optelsom van deze straten maakt samen het centrum. Wel kent iedere straat eigen kwaliteiten. De komende jaren stellen we ons voor dat de volgende indeling van kwaliteiten per straat wordt ontwikkeld.
Dit is het streefbeeld van hoe het centrum zich kan vormen, rekening houdend met de opgedane ervaring, wensen en ontwikkelingen in de markt tot nu toe. Dit streefbeeld draagt bij aan een compact kernwinkelgebied, de koers die we verder doorzetten.

Gebied	Kernkwaliteit	Toelichting kwaliteit
Kernwinkelgebied: ▪ Slotlaan (excl. Slotlaan Zuid/Donkerelaan)	Kern A	Dé winkelstraat van het centrum van Zeist. De nadruk ligt hier overduidelijk op het winkelen, met winkels in zowel midden als hoog-segment, passend bij de allure van Zeist. Een versterking van het winkelaanbod is hier ook gewenst, alleen geen uitbreiding van nieuw winkelaanbod in m^2. Transformatie naar wonen in de plint is uitgesloten.
Kernwinkelgebied: ▪ Emmaplein ▪ Meester de Klerkstraat ▪ 1e Hogeweg Noord ▪ Voorheuvel Zuid	Kern B	Een gebied met winkels, (afhaal)horeca en diensten. In vergelijking met Kern A kent Kern B minder aanbod in de modebranche. Transformatie naar wonen in de plint is uitgesloten.
Aanloopstraten: ▪ Klassiek 't Rond ▪ Slotlaan Zuid (Donkerelaan) ▪ 1e Hogeweg Zuid ▪ Montaubanstraat ▪ Voorheuvel Noord ▪ Korte Steynlaan	Mix	Straten met een grote mix van functies en verscheidenheid. Ook wel een 'aanloopstraat' genoemd. Hier kan veel! Er is niet één overduidelijke functie. Een winkel, een supermarkt, maatschappelijke dienstverlening, wonen en horeca (een bistro, lunchroom, snackbar, ijssalon, koffiebar of bakkerij). Transformeren naar wonen is een optie. Er wordt per initiatief bekeken wat passend is.
▪ Steynlaan	Wonen	De Steynlaan is dé straat om te transformeren naar woonstraat. Dit proces wordt vanuit de gemeente gestimuleerd, maar niet afgedwongen.



Zeist, Voorheuvel Noord

Consequenties streefbeeld

Met dit streefbeeld verandert de komende jaren een aantal zaken. Uitgangspunt is dat iedere zittende ondernemer welkom is en blijft.

Voor Zone Mix geldt dat we een combinatie van functies stimuleren, maar dat de verhouding per straat kan verschillen. Dat betekent dus ook dat we per pand bekijken of een gewenste functiewijziging passend is. Bovendien speelt voor de Voorheuvel-Noord mee dat het toekomstscenario voor De Klinker en de Markt nog onduidelijk zijn. Om te voorkomen dat we op korte termijn nieuw vastgelegde regels weer moeten aanpassen, wachten we voor deze straat de ontwikkelingen op genoemde projecten af. Als de uitkomsten helder zijn, nemen we de resultaten mee in de herijking van dit Retailperspectief in 2027.

Voor Zone Wonen (Steynlaan) geldt dat we bestaande bestemmingen als detailhandel en horeca willen handhaven, ook in het nieuwe omgevingsplan. Tegelijkertijd willen we het eenvoudiger maken om de begane grond van panden te transformeren naar een woonfunctie door een zogenaamde afwijkingsmogelijkheid op te nemen. De huidige bestemming van de panden blijft dus bestaan, ook bij overdracht of verkoop van panden, tenzij de (nieuwe) eigenaar een woonfunctie op de begane grond beoogt. In dat laatste geval werkt de gemeente mee aan een definitieve functiewijziging naar wonen. Hiervoor wordt een transformatiesubsidie beschikbaar gesteld.
Het streefbeeld is dus dat de Steynlaan in de komende jaren verder transformeert tot woonstraat, maar we laten het initiatief en tempo primair over aan de markt.

De juridische verankering van het streefbeeld vindt plaats in het omgevingsplan voor het centrum van Zeist. Het voornemen is om hier in 2025 in te voorzien via een zogeheten ontwikkelgerichte wijziging van het omgevingsplan. Door de regels van het omgevingsplan aan te laten sluiten op de inhoud van dit Retailperspectief is de gemeente consistent in haar beleid- en regelgeving en is het voor aanvragers van een vergunning duidelijk wat waar wel en niet mag.

2. Samenwerking

Blijvend met elkaar de juiste samenwerkingspartners vinden per gelegenheid en van daaruit opgaven realiseren.

De aantrekkelijkheid van het centrum wordt mede bepaald door de onderlinge connecties. En dan gaat het minder om 'gemeente en de ander' en des te meer om de onderlinge connectie tussen ondernemers en vastgoedeigenaren. En zeker ook de woningcorporatie Woongroen, KunstenHuis Idea en andere maatschappelijke partners. Hoe meer partijen dezelfde taal spreken, hoe meer er bereikt kan worden in het centrum. Zo komen we samen verder als het gaat om de gewenste uitstraling van het kernwinkelgebied.
Het is dus echt aan de partijen onderling om handen en voeten te geven aan dit Retailperspectief. We streven met elkaar naar passende samenwerkingsvormen en deze hoeven niet formeel te zijn zoals een stichting of anderszins. Als de samenwerking maar past bij de gelegenheid die zich voordoet.

Zeist, Voorheuvel Zuid





Zeist, Slotlaan

3. Branding en evenementen

De kwaliteiten van het centrum van Zeist onder de aandacht brengen bij toeristisch-recreatieve bezoekers, als onderdeel van het citymarketingplatform 'Zeist. De open slotstad.'

Het centrum is het visitekaartje voor héél de gemeente Zeist. Een visitekaartje om de unieke kenmerken en kwaliteiten die Zeist zowel cultureel als recreatief biedt uit te dragen en daarmee meer recreanten en toeristen te verleiden om Zeist te bezoeken én terug te blijven komen. Hier is inmiddels een citymarketingplatform voor ontwikkeld onder de naam: 'Zeist. De open slotstad.'

Het centrum van Zeist is één van de locaties bij uitstek waar bezoekers de bijzondere kwaliteiten van Zeist kunnen ervaren. Wat we op het citymarketingplatform 'Zeist. De open slotstad.' beloven, wordt in het centrum een concrete ervaring. Er zijn kansen om die beleving nog verder te versterken, door samen met ondernemers, vastgoedeigenaren en culturele organisaties te bouwen aan een concreet belevingsaanbod. Een dergelijk aanbod kan uiteenlopende vormen hebben: denk aan kunst in de openbare ruimte, het zichtbaarder maken van de cultuur-historie van Zeist, thematische routes en evenementen.

Aanknopingspunt hiervoor zijn de voorkeuren, wensen en behoeften van de doelgroepen 'stijlzoeker en inzichtzoeker'. Deze twee doelgroepen zijn genoemd als de typische leefstijlen van mensen die de gemeente Zeist aantrekt. Bij de ontwikkeling van een belevingsaanbod, is het belangrijk dat dit voldoende blijft aansluiten bij het perspectief van de inwoners van gemeente Zeist.

De invulling van het aanbod en communicatie hierover buiten de gemeente (o.a. op het citymarketingplatform) vraagt de komende jaren nadere uitwerking.
Wat ook gaat helpen om de citymarketing kracht bij te zetten en de aantrekkelijkheid van het centrum te vergroten, is de organisatie van evenementen op vaste locaties ín het centrum. Op dit moment wordt er gewerkt aan nieuw evenementenbeleid. Van belang is dat de evenementen in het centrum bijdragen aan het gezicht van het centrum: karakteristiek, authentiek en met allure.

4. Uitstraling van het centrum

Samen werken aan een verzorgde, groene en uitnodigende uitstraling van het centrum.

We willen het hele centrum er verzorgd, groen en uitnodigend uit laten zien. We zien een zogenaamde opbouw qua uitstraling naarmate je dichter bij het kernwinkelgebied komt (Kern A en B).

Een belangrijk aandachtspunt betreft de uitstraling van panden die leegstaan. Tegelijkertijd is het aankleden van een leegstaand pand een streven dat niet 'van ons' is als gemeente. Het is immers niet ons vastgoed. Dus als er een pand leegstaat, is het in eerste instantie aan de vastgoedeigenaar om daar iets mee te doen.

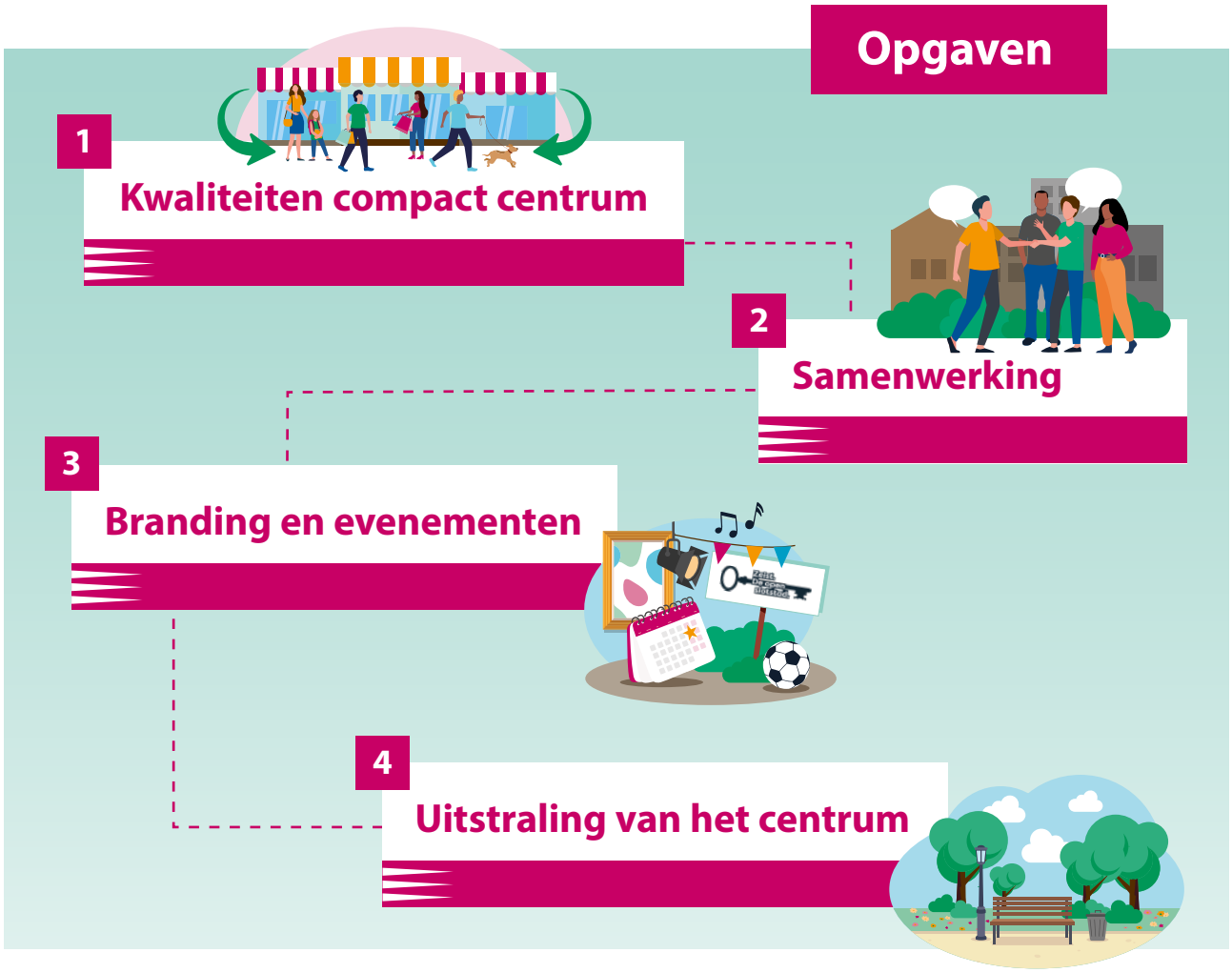
Andere onderwerpen die bijdragen aan de uitstraling van het centrum zijn de wijze van afvalverwerking van ondernemers, de beschikbaarheid en uitstraling van openbare toiletten, de bewegwijzering en bijzondere culturele elementen op de Slotlaan.

Zeist, Slotlaan



Actieprogramma: acties voor het centrum van Zeist

Bij de 4 opgaven horen concrete acties voor de komende jaren. Deels worden deze straks bedacht in het samenspel met andere partijen, deels zijn er al ideeën uitgewerkt. Hieronder een overzicht.



Actie(s) bij opgave 1 – Kwaliteiten compact centrum

Het winkelgebied compacter maken en de kwaliteit van de verschillende straten in en rondom het kernwinkelgebied duidelijk neerzetten.

De kwaliteit van de straten in en rondom het kernwinkelgebied staan hieronder nogmaals onder elkaar beschreven, dit keer ook met de nodige actie(s) erbij om deze kwaliteit komende jaren ook te bereiken. Zoals aangegeven is dit beeld van kwaliteiten een wensbeeld. Het is nu nog niet altijd volledig het geval. Om het doel te bereiken is er passende stimulans nodig richting vastgoedeigenaren en ondernemers om de stap te maken naar de gewenste kwaliteit. Om de transformatie van winkel- en horecafuncties naar woonfuncties te stimuleren, stelt de gemeente een transformatiesubsidie beschikbaar en de bijbehorende ondersteuning vanuit het ondernemersplein.

Gebied	Kernkwaliteit	Actie(s)
Kernwinkelgebied: ▪ Slotlaan (excl. Slotlaan Zuid/Donkerelaan)	Kern A	▪ Geen medewerking verlenen aan toevoegen nieuwe winkelruimte. ▪ Geen medewerking verlenen aan wonen in de plint. ▪ Toevoeging lichte horeca aan het einde van de Slotlaan (Noord) blijven stimuleren in combinatie met winkels en dienstverlening.
Kernwinkelgebied: ▪ Emmaplein ▪ Meester de Klerkstraat ▪ 1e Hogeweg Noord ▪ Voorheuvel Zuid	Kern B	▪ Geen medewerking verlenen aan toevoegen nieuwe winkelruimte. ▪ Geen medewerking verlenen aan wonen in de plint.
Aanloopstraten: ▪ Klassiek 't Rond ▪ Slotlaan Zuid (Donkerelaan) ▪ 1e Hogeweg Zuid ▪ Montaubanstraat ▪ Voorheuvel Noord ▪ Korte Steynlaan	Mix	▪ Geen medewerking verlenen aan toevoegen nieuwe winkelruimte. ▪ Transformeren van retail- en horecazaken naar woningen is mogelijk, maar niet altijd. De gemeente kijkt per initiatief naar het karakter van het pand, de beoogde nieuwe invulling en de exacte locatie. Met dat laatste bedoelen we dat een transformatie op Donkerelaan vanzelfsprekender lijkt dan een transformatie op Voorheuvel-Noord, zeker zolang de plannen voor De Klinker nog onduidelijk zijn. ▪ Het is passend om non-food winkels te stimuleren om te verplaatsen naar het kernwinkelgebied. ▪ Stimuleren van meer verbinding op Slotlaan Zuid met Slot Zeist.
▪ Steynlaan	Wonen	▪ Stimuleren van transformeren van retail- en horecazaken naar woningen, zodra deze zaken stoppen. of verplaatsen naar een andere straat met een passende kwaliteit.

Actie(s) bij opgave 2 – Samenwerking

Blijvend met elkaar de juiste samenwerkingspartners vinden per gelegenheid en van daaruit opgaven realiseren.

De aantrekkelijkheid van het centrum van Zeist wordt voor een groot deel bepaald door ondernemers, vastgoed-eigenaren en maatschappelijke organisaties, zoals een woningcorporatie of culturele organisatie of stichting. Als zij samen uitdragen waar we voor staan, krijgt het centrum de uitstraling die het verdient voor haar bezoekers. Voor een groot deel laten we de ontwikkelingen van het centrum dan ook over aan marktpartijen zoals de ondernemersvereniging van het centrum. Tegelijkertijd willen we de samenwerking tussen ondernemers en vastgoedpartijen onderling helpen te verstevigen.

Als gemeente voelen we ons ook verantwoordelijk voor het wel en wee van de ondernemer, de uitstraling van het gebied, tevredenheid van bezoekers en eigenaren van vastgoed. Het is vooral een gemeentelijke verantwoordelijkheid om samen met betrokken partijen het toekomstbeeld te creëren waar het centrum fysiek en sociaal naartoe beweegt. Beleid en regelgeving helpen daarbij. En zo ook dit Retailperspectief met acties.

Ook bieden we als gemeente persoonlijke hulp en stimulans waar nodig. Dit bieden we de komende jaren in twee rollen aan die nu ook al bekend zijn: de centrummanager als schakel naar/tussen ondernemers en de accounthouder(s) van het ondernemersplein als ingang richting de gemeentelijke organisatie. Zij kunnen allebei de helpende hand bieden bij vragen, behoeften en signalen. Of dat nu een luisterend oor betreft, het toelichten van beleid, een onderzoek naar reclamebelasting (zie opgave 4) of begeleiding bij een subsidiemogelijkheid.

Het ondernemersplein en de centrummanager blijven zich ook de komende jaren inzetten om op zoek te gaan naar passende samenwerkingen per opgave en actie, met een duur woord ‘gelegenheidsformaties’ genoemd.

Zeist, weekmarkt



Actie(s) bij opgave 3 – Branding en evenementen

De kwaliteiten van het centrum van Zeist onder de aandacht brengen bij toeristisch-recreatieve bezoekers, als onderdeel van het citymarketingplatform 'Zeist. De open slotstad.'

Om de kwaliteiten van het centrum bij nog meer toeristen en recreanten onder de aandacht te brengen, helpt het als dit in nauwe samenwerking gebeurt met ondernemers en vastgoedeigenaren. Het is wenselijk om samen te zoeken naar mogelijkheden voor alle partijen om daar aan bij te dragen. Meer toeristen betekent onder aan de streep ook meer bezoekers en klanten voor het centrum en dus meer omzet. Het Retailperspectief focust daarbij op dezelfde twee doelgroepen als waar het citymarketingplatform 'Zeist. De open slotstad.' zich op richt: de inzicht- en stijlzoeker.

Dit is een mooi vertrekpunt voor gesprek: hoe draag jij als ondernemer bij aan het verleiden van deze twee doelgroepen om naar jouw winkel of horecagelegenheid te komen?

Om bezoekers – jong en oud – een aangenaam verblijf te bieden in het winkelgebied moeten wij ook nadenken over het organiseren van passende evenementen in het centrum, als onderdeel van een breder belevingsaanbod. Dit maakt onderdeel uit van het op te stellen evenementenbeleid en is ook een mooi onderwerp om over door te praten met ondernemers die willen bijdragen aan de organisatie van een evenement. Het opstellen van het evenementenbeleid (in 2025) is een apart beleidstraject, waarbij het Retailperspectief als beleidskader geldt.

Vlaggen van 'Zeist. De open slotstad.'



Actie(s) bij opgave 4 – Uitstraling van het centrum

Samen werken aan een verzorgde, groene en uitnodigende uitstraling van het centrum.

Overal een verzorgde, groene uitstraling en aangeklede panden. Met meer groen, bankjes, culturele elementen, mogelijk extra openbare toiletten of passende achtergrondmuziek en goede bewegwijzering om bezoekers te stimuleren het totale winkelgebied te verkennen.

- Wij zoeken ook de samenwerking op met de ondernemersvereniging. Denk bijvoorbeeld aan de wijze van afvalinzameling. We zouden graag zien dat centrumondernemers deze afvalverwerking gezamenlijk organiseren.

- Op dit moment dragen ondernemers financieel bij aan de uitstraling van het centrum door reclamebelasting te betalen. Het is tijd om dit middel te herijken en te onderzoeken of de naam nog wel past bij het doel. Wellicht zijn ook aanpassingen nodig in de tarifering of de besteding van de opbrengst.

- We bekijken ook een mogelijke bijdrage van vastgoedeigenaren aan de uitstraling van het centrum. Daarbij zetten we als hulpmiddel een voorlopige voortzetting van het gevelfonds in. Vastgoedeigenaren kunnen een beroep doen op dit fonds voor een bijdrage aan het opknappen van de gevel. Daarnaast willen we een leegstaand pand graag aangekleed hebben. We gaan daarover actief in gesprek met de vastgoedeigenaar.

- Er komt een aparte financiële regeling beschikbaar ter stimulering van een tijdelijke invulling. Deze kan bijvoorbeeld worden gebruikt om een etalage tijdelijk te vullen met reclame van een andere ondernemer of maatschappelijke organisatie. Of om de ramen te versieren met een passende raamsticker.

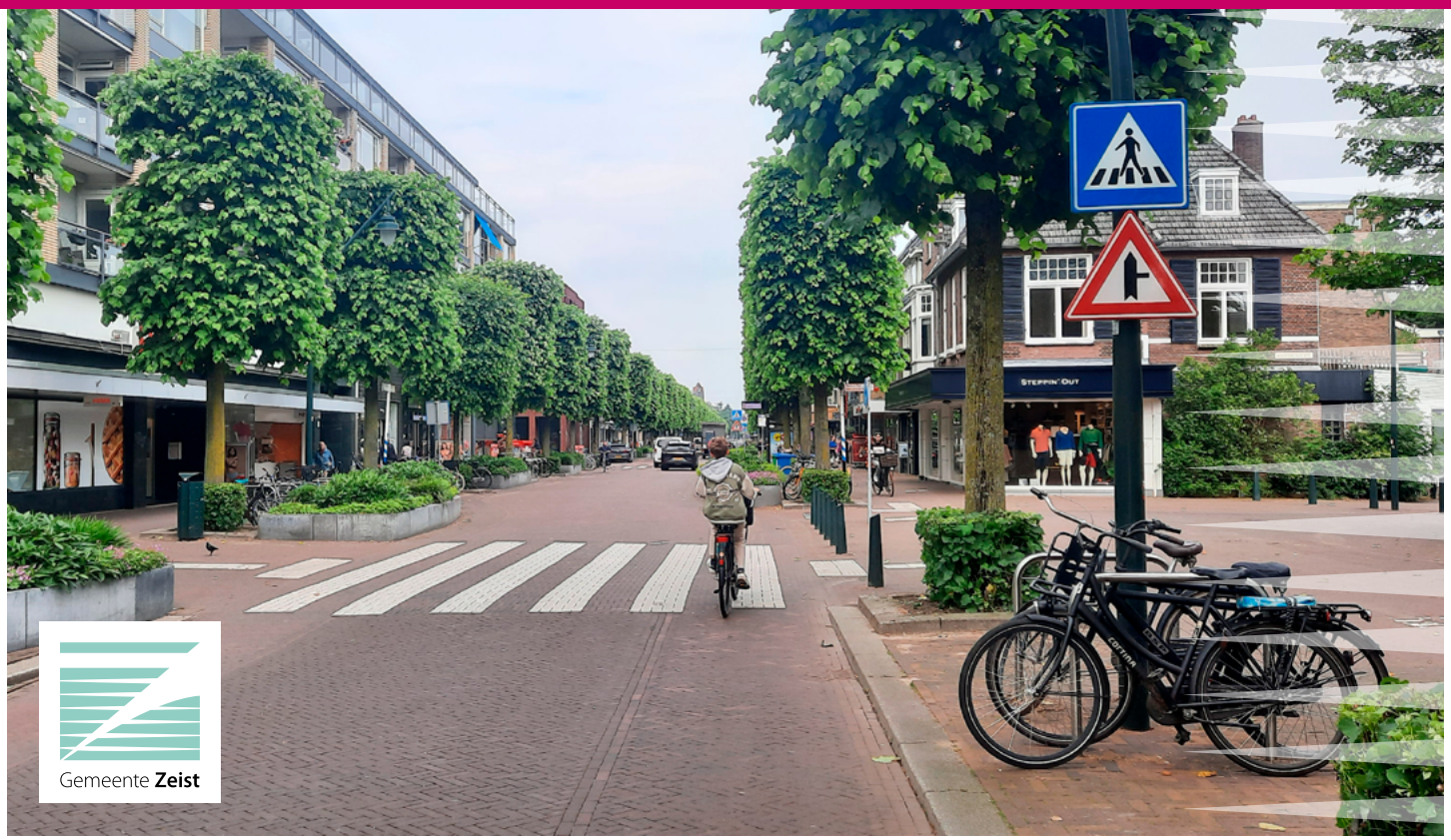
- Het centrum is ook een buurt waar inwoners wonen die niet alleen 'bezoeker' zijn. Het gaat in de uitstraling dus ook om: worden mensen uitgenodigd om elkaar te ontmoeten en om in beweging te komen? Vanuit ons gezondheidsbeleid en het streven naar 'samen gezond in Zeist' is het zinvol om ook met deze ogen te kijken naar het centrum: draagt het in uitstraling en fysieke voorzieningen bij aan een gezonde buurt?
  Denk bijvoorbeeld aan verschillende kunstzinnige uitingen in de openbare ruimte en het stimuleren van maatschappelijk verantwoord ondernemen.

- We dragen zorg voor het aanleveren van de benodigde input samen met ondernemers, vastgoedeigenaren en inwoners voor het op te stellen beeldkwaliteitsplan voor het kernwinkelgebied. Dit beschermt de uitstraling van een straat, de ruimtelijke kwaliteit en zorgt voor eenheid in het aangezicht. Wat is beeldbepalend en dus de referentie voor veranderingen?
  Denk aan de transformatie naar wonen en de maximale bouwhoogte die daarbij geldt en de wijze van parkeren voor auto's van nieuwe bewoners. Het zijn zaken waar op dit moment in de praktijk tegenaan gelopen wordt. Er ontbreekt een duidelijke lijn in wat beeldbepalend is voor een straat en daar brengt een beeldkwaliteitsplan helderheid en houvast in. Het opstellen van een beeldkwaliteitsplan kent zijn eigen traject en staat los van de uitvoering van dit Retailperspectief.



Actualisatie Retailperspectief centrum Zeist en actieprogramma 2025 – 2029

© Gemeente Zeist, oktober 2024



Gemeente **Zeist**