

*Rijke geschiedenis,
klaar voor een
dynamische toekomst!*

CENTRUMVISIE

BUNSCHOTEN-SPAKENBURG

2017 - 2023





Inhoudsopgave

1. Woord vooraf 4

2. Centrum-Spakenburg 6

Klaar voor een dynamische toekomst

3. Actieprogramma 12

4. Onderbouwing: 18

Resultaten onderzoeksstappen

4.1 Huidige situatie Spakenburg-centrum 18

4.2 Kwalitatieve gebiedsanalyse 28

4.3 Trends en ontwikkelingen 38

Bijlagenboek

1. Woord vooraf

Voor u ligt de centrumvisie Spakenburg met de titel: Rijke geschiedenis, klaar voor een dynamische toekomst. Deze titel is niet voor niets gekozen.



De dynamiek in centrumgebieden door heel Nederland is groot. Vaak met leegstand en teruglopende bezoekersaantallen tot gevolg. Het centrum van Spakenburg kent eveneens haar nodige uitdagingen, maar heeft tegelijkertijd ook unieke kwaliteiten vanuit haar geschiedenis en het DNA van Spakenburg. Dit maakt dat Spakenburg-centrum zich onderscheidt van andere centrumgebieden. Om goed in te kunnen spelen op de huidige uitdagingen en tegelijkertijd te anticiperen op toekomstige ontwikkelingen is deze centrumvisie opgesteld.

Doel centrumvisie

De centrumvisie Spakenburg dient als 'stip op de horizon' voor de ontwikkeling van het centrum voor de komende 5 jaar met een doorkijk naar een langere periode. Een visie waarin scherpe keuzes zijn gemaakt voor het versterken van het centrumgebied. Een centrumgebied

dat compact is, aantrekkelijk en compleet, maar ook een sterke eigenheid heeft en vervlochten is met de toeristische functie van Spakenburg. Naast de visie bevat het een concreet uitvoeringsprogramma om tot deze 'stip op de horizon' te kunnen komen. Acties voor de korte en langere termijn om het centrum toekomstbestendig te maken. Het dient als inspiratiebron om aan de slag te gaan!

Alleen samen bereiken we ons doel

Een toekomstbestendig centrumgebied kan alleen gerealiseerd worden als gemeente, ondernemers, vastgoedeigenaren en andere belanghebbenden hieraan samen werken. Om dat te bereiken is bij het tot stand komen van deze visie ook samengewerkt met deze partijen. In diverse werkvormen, zoals een gebiedsschouw, interviewrondes, een online consumentenenquête en

interactieve bijeenkomsten (zie o.a. inspiratieschetsen bijlage 3) is gezamenlijk nagedacht over de toekomst van Spakenburg-centrum. Met deze centrumvisie als resultaat.

Centrumvisie

De inspanningen in het centrum van Spakenburg moeten erop gericht zijn om te komen tot een compact centrum dat één geheel vormt. Een centrum dat haar rijke verleden omarmt, maar ook haar andere kwaliteiten profileert. Een eigentijds centrum met eigenheid en karakter. Een centrum dat in eerste instantie gericht is op het faciliteren van de vraag vanuit de kern zelf en daarnaast bezoekers van buitenaf trekt, vooral door haar modisch aanbod en historische kwaliteiten. Een centrum dat gericht is op het faciliteren van de groei van haar eigen ondernemers in het kernwinkeergebied. Hierbij staat voorop dat een compact centrum wordt bewerkstelligd, waar-

bij diverse milieus worden gecreëerd. Bijvoorbeeld een versstraatje, shopmilieu en horecagebied. Dit kan door branches verder te clusteren en de openbare ruimte aan te laten sluiten bij deze diverse milieus. Daarnaast kunnen de randvoorwaarden in het centrum verbeterd worden. Het verbeteren van de routing en de functionele invulling op cruciale delen van het centrumgebied zullen de toekomstbestendigheid van het centrum vergroten. Maar dat is zeker niet genoeg. Een toekomstbestendig centrum kan alleen gerealiseerd worden door gezamenlijke acties van alle partijen. Blijvend moet gewerkt worden aan het behouden en aantrekken van de consument. In de uitvoeringsstrategie en het actieprogramma worden handvatten geboden om uitvoering aan deze centrum-

visie te kunnen geven, handvatten voor nu, maar ook voor de verdere toekomst.

„Een toekomstbestendig centrum kan alleen gerealiseerd worden door gezamenlijke acties van alle partijen.“

Leeswijzer

Actie en samenwerking zijn belangrijke sleutelwoorden in deze centrumvisie. In de opbouw is dan ook bewust gekozen om te starten met een toelichting op de centrumvisie: de stip op de horizon. In hoofdstuk drie komen de uitvoeringsstrategie, acties en maatregelen aan bod. Hoofdstuk vier dient ter onderbouwing van de centrumvisie. Er wordt ingegaan op feiten & cijfers, maar ook kwalitatieve

aspecten van het centrum komen aan bod. Ook worden de trends en ontwikkelingen en de gevolgen daarvan voor Spakenburg besproken. Het hoofdstuk wordt afgesloten met een samenvattende SWOT-analyse.

Kopgroep centrumvisie Bunschoten-Spakenburg

2. Spakenburg-centrum: Klaar voor een dynamische toekomst

Voor een gemeente is een goed functionerend centrum van essentieel belang.



Het centrum is de plek voor de inwoners van Bunschoten-Spakenburg, Eemdijk en Zevenhuizen om te winkelen, elkaar te ontmoeten, voor een horecabezoek of een bezoek aan de weekmarkt. Daarnaast heeft het centrum ook een belangrijke functie voor toerisme en recreatie.

Het centrum van Bunschoten-Spakenburg wordt in eerste instantie gekenmerkt door haar authenticiteit rondom het havengebied. Fraaie historische gebouwen, een unieke botterwerf, een mooie haven en veel lokaal ondernemerschap. Deze kwaliteiten zorgen voor een aantrekkingskracht voor dagjesmensen en toeristen die in de buurt op vakantie zijn. Toch kent het centrum, net zoals veel vergelijkbare centrumgebieden, haar nodige uitdagingen. In 2008 is het centrum uitgebreid in de omgeving van het Oostpoortplein. Dit deel kent een heel andere, strak-moderne uitstraling en heeft zowel landelijk als lokaal (MKB) echte trekkers. Er kan nog sterker worden ingezet op de verbondenheid tussen het 'oude' en het

'nieuwe' deel van het centrum. De dynamiek in retail die zich landelijk heeft ontsponnen, heeft ook zijn effecten op het centrum van Bunschoten-Spakenburg gehad.

De laatste gegevens van het koopstromenonderzoek laten zien dat de binding van de lokale bevolking aan de niet-dagelijkse winkels in het centrum afneemt en er is sprake van leegstand in het centrum. Centrumgebieden moeten hard werken om bezoekers te blijven trekken. Iets kopen kan altijd en overal, online, onderweg, thuis bezorgd of in de periferie. Het betekent dat de functie van het centrum verandert en beleving, persoonlijke service, gemak en vermaak steeds belangrijker worden. Ook voor Spakenburg heeft het veranderend consumentengedrag gevolgen en is er de noodzaak om het centrum nog sterker te profileren. Om in te spelen op huidige uitdagingen en tegelijkertijd te anticiperen op toekomstige ontwikkelingen is een nieuwe centrumvisie opgesteld op basis van de feiten, trends en ontwikkelingen, zoals

beschreven onder 'Onderbouwing' (hoofdstuk 4). Onder de inwoners van Bunschoten-Spakenburg staat het centrum bekend als "het dorp" of Spakenburg-centrum. In deze visie wordt daarom verder gesproken over Spakenburg-centrum.

2.1 De opgave voor Spakenburg

De consument wil het centrum als geheel ervaren en daar ligt een belangrijke opgave voor Spakenburg. Het centrumgebied van Spakenburg moet compact zijn, aantrekkelijk en compleet. Het moet gaan functioneren als een centrumgebied waar de consument terecht kan voor boodschappen doen, winkelen, vermaak en verblijf passend bij de omvang en verzorgingsfunctie van Spakenburg. De juiste mix van functies, op korte afstand van elkaar en op de goede manier met elkaar vervlochten. De randvoorwaarden zoals 'schoon, heel en veilig' en parkeren moeten op orde zijn, want gemak staat voorop. Spakenburg heeft bijzondere kwaliteiten en een sterke

eigenheid, dat is een goede basis voor een toekomstbestendig centrum. Bij toekomstige ontwikkelingen moet eerst gekeken worden naar mogelijkheden in het centrum, bij voorkeur in het kernwinkelgebied, voordat naar mogelijkheden daarbuiten wordt gekeken.

2.2 Doelgroep Spakenburg centrum

Spakenburg centrum heeft drie belangrijke doelgroepen: de inwoners van de gemeente Bunschoten, bezoekers uit de regio en dagrecreanten/toeristen. Alle doelgroepen moeten goed bediend worden in het centrum en vragen (deels) andere kwaliteiten en functies. Voor de inwoners van Bunschoten-Spakenburg heeft het centrum een belangrijke functie voor de dagelijkse boodschappen. Het aanbod in het centrum moet hiervoor compleet zijn.

Daarnaast moet er een basispakket zijn aan niet-dagelijks aanbod en horeca. De regiobezoeker komt voor het onderscheidende winkelaanbod en een bezoek aan de horeca. De dagrecreant/toerist wil graag een dag verblijven en vermaakt worden in het centrum: een bezoek aan de museumhaven,

gebiedsprofielen

Onderscheid maken in functionele deelgebieden in het centrum heeft als doel om het centrum als geheel te versterken, in zowel functionele als ruimtelijke zin. Uitgangspunt is om een compact en helder kernwinkelgebied met daaromheen onderscheidende deelgebieden die via een duidelijke routing met elkaar zijn verbonden. De toekomstbestendigheid van het centrum op de langere termijn staat hierbij centraal. De visie moet inspireren en dienen als 'stip op de horizon'. Ondernemers moeten verleid worden om

„Het centrum van Bunschoten-Spakenburg wordt in eerste instantie gekenmerkt door haar authenticiteit rondom het havengebied.“

te bewegen naar een locatie met toekomstperspectief voor de desbetreffende functie. Niemand zal gedwongen worden om te verplaatsen, maar de visie moet ondernemers en vastgoedeigenaren wel aanzetten tot nadenken over hun eigen locatie in het centrum.

2.3 Functionele



De volgende deelgebieden worden onderscheiden:

Centrumgebied:

Het afgebakend deel van Spakenburg met een grote verscheidenheid aan centrumfuncties (naast een woonfunctie), waaronder detailhandel, horeca, vermaak/cultuur en dienstverlening. Het centrumgebied bestaat uit een kernwinkelgebied (KWG), aanloopstraten, broedplaats en gebieden met vooral een woonfunctie.

Kernwinkelgebied:

Een aaneengesloten gebied in het centrumgebied, met een hoge concentratie aan detailhandels- en horecazaken en commerciële dienstverlening (detailhandelsfunctie domineert, bij voorkeur dubbelzijdig, winkels in branches mode&luxue en vrije tijd, horeca winkelondersteunend). Dit deel van het centrum heeft de hoogste passantenintensiteit (bezoekersaantallen) en het hoogste huurniveau.

Aanloopstraten:

Straten in het centrumgebied die direct aanhaken op het kernwinkelgebied (B- en C-milieu), maar waar de winkel- en horecafunctie niet dominant is. Er is sprake van een mengmilieu. Zakelijke dienstverlening ambacht, cultuur en andere commerciële functies hebben een plek op de begane grond. De winkels en horeca in de aanloopstraat worden vooral doelgericht bezocht en zijn doorgaans kleinschalig en met veel MKB. De straten liggen vaak nabij een bronpunt van verkeer of zijn zelf autotoegankelijk. De aanloopstraten vervullen een belangrijke functie tussen het kernwinkelgebied en de bronpunten en parkeervoorzieningen.

Broedplaats:

Delen van het centrum waar naast commerciële functies, ook de woonfunctie aanwezig is op de begane grond. Dit deel van het centrum fungeert als plaats voor starters/ambachten en dienstverlening. De

huurprijs ligt ook lager dan in andere delen van het centrum, waardoor er ruimte is voor experimenteren en het ontstaan van nieuw ondernemerschap.

In figuur 2.3.1 (pag.11) is de visie weergegeven, waarin ook de diverse functionele deelgebieden (centrum, kernwinkelgebied, aanloopstraten en broedplaatsen) zijn afgebakend. Tevens zijn er clusters van branches en ontwikkelopgaven weergegeven.

Een toelichting op de visie:

Het centrum van Spakenburg heeft twee functies: een lokaal en regionaal verzorgende functie en een recreatieve/toeristische functie. De functies voor de regiobezoeker en de dagrecreant/toerist zijn met name geclusterd aan de noordzijde van het centrum. Aan de zuidzijde zijn meer de dagelijkse en hoogfrequente niet-dagelijkse winkels gevestigd. Deze hebben met name een functie voor de inwoners van Bunschoten-Spakenburg. Op het snijvlak van deze twee gebieden ligt het winkelhart van Spakenburg 'het shopmilieu'. Hier komen beide functies en de doelgroepen samen om te winkelen, te verblijven en te ontmoeten. De plek heeft een belangrijke schakelfunctie in het centrum.

Bronpunten en trekkers

Bronpunten in het centrum zijn grotere parkeerterreinen en winkels die als publiekstrekker functioneren voor het centrum. Het zijn vaak de plekken waar een consument zijn bezoek aan het centrum start. Voor Spakenburg-centrum functioneren de Jumbo en de Aldi in combinatie met de parkeergarage en de Lidl in combinatie met het parkeerterrein Visrokersplein en het parkeerterrein Schansplein als bronpunten/trekkers voor het centrum. Voor het optimaal

functioneren van deze bronpunten moet de vindbaarheid en de verbinding met de rest van het centrum uitstekend zijn. De opgave voor Spakenburg is om dit verder te verbeteren door middel van een goede bewegwijzering naar met name de parkeergarage, een opwaardering van de openbare ruimte en een functionele opwaardering van de verbindingroutes vanaf de bronpunten naar de rest van het centrum.

Dagelijks

De aankoop van dagelijkse boodschappen is de belangrijkste bezoeken aan het centrum. Het dagelijks aanbod (levensmiddelen en persoonlijke verzorging) in het centrum van Spakenburg is verspreid. Er is in de huidige structuur geen duidelijk cluster aan te wijzen waar het dagelijks aanbod zich concentreert, waardoor het doen van de dagelijkse boodschappen en combinatiebezoek (bezoek aan supermarkt in combinatie met een bezoek aan een versspecialzaak of drogisterij) in het centrum lastig is. Er zijn twee locaties in het centrum waar de dagelijkse functie verder kan worden versterkt, waardoor dit combinatiebezoek wel kan worden gestimuleerd. De eerste plek is de omgeving van de Lidl-vestiging. Hier ligt tevens een ontwikkelopgave om de supermarktfunctie te versterken. Daarnaast kunnen versspecialisten hier geclusterd worden (versstraat). Zij kunnen dan profiteren van de trekkracht van de supermarkt, maar ook van de andere versspecialisten. Een tweede mogelijkheid is de omgeving van Jumbo. Daar zijn al enkele dagelijkse winkels gevestigd, waardoor deze functie in de toekomst verder versterkt kan worden.

Shopmilieu

De winkels voor het recreatief winkelen (het segment van mode&luxue en vrije tijd) zijn geclusterd in het rondje Spuiplein, Blokkenmakerssteeg, Zeilmakersplein en Sluisweg, met een uitloper richting De Ziel. Er liggen belangrijke opgaven in de functionele invulling van de Sluisweg om de winkelfunctie te versterken en de commerciële invulling van enkele panden die nu of op termijn beschikbaar zijn/komen. Dit biedt kansen om het shopmilieu in dit deel van het centrum verder te versterken en de zichtlijnen en verbinding met het Spuiplein te verbeteren.

Horeca

Rond de Museumhaven en op het Spuiplein is de horeca geconcentreerd. Dit is het gebied om te verblijven en neer te strijken op een terras. Ook in de huidige structuur is de horeca hier veelal gevestigd. De horecafunctie is hier de afgelopen jaren sterk gegroeid. Het Spuiplein heeft in de huidige situatie een goede mix van functies. Het is van belang om een goede balans tussen horeca en winkels op het plein te behouden. Er moet worden voorkomen dat de horeca de detailhandel teveel verdringt. Het advies is daarom om initiatieven voor verdere uitbreiding van horeca (eten & drinken) te laten beoordelen door een adviescommissie. Deze commissie ziet toe op de balans op het plein en beoordeelt in hoeverre er sprake is van een aanvulling op het bestaande aanbod. Verder is in het centrumgebied beperkte uitbreiding van winkelondersteunende horeca mogelijk ter versterking van de centrumsfeer. Ook hierover kan de adviescommissie horeca adviseren.



Tot slot ontstaan door de trend van 'blurring' megformules waarin horeca ondergeschikt aan de detailhandelsfunctie een plek kan krijgen in een winkel.

Aanloopstraten/ mengmilieus

De omgeving Spuistraat/Kerkstraat en Oude Schans/Museumhaven zijn aangewezen als aanloopstraten/mengmilieus. Deze straten zijn belangrijke routes richting het centrum, zowel vanuit de kern zelf als per boot vanaf het randmeer of vanuit De Eemhof. Deze straten hebben een commerciële functie. Naast enkele horeca en doelgerichte winkels (in/om huis en stop&go) zijn hier nadrukkelijk ook andere commerciële functies gevestigd zoals diensten, ambacht en cultuur et cetera.

**Figuur 2.3.1 (pag. 11)
Alleen hier een retail functie faciliteren op het moment dat de rest van het centrum goed op gang is en het initiatief qua omvang niet elders past in het centrum en het een versterkende functie heeft voor het centrum als geheel. Dit dient*

door onderzoek te worden aangetoond door de initiatiefnemer.

Broedmilieu/ambacht

De Vissersteeg is gemarkeerd als broedmilieu. Voor leegstaande of vrijkomende winkelpanden kan worden bekeken of de functiemogelijkheden kunnen worden uitgebreid met een woonfunctie. Voor winkelfuncties is deze locatie niet geheel optimaal. Het ontbreekt aan trekkracht en de Vissersteeg is onvoldoende onderdeel van de routing door het centrum. De steeg is echter door haar ligging en lagere huren wel uitermate geschikt als broedplaats/ startersmilieu, waar naast commerciële functies de woonfunctie aanwezig kan zijn. Bijvoorbeeld in woon/werkconcepten of ZZP-werkplekken.

Parkeren

Parkeerterreinen op korte afstand tot of in het kernwinkelgebied moeten bestemd worden voor kort parkeren (blauwe zone). Voordeel van kort parkeren is dat er meer doorstroming komt in de parkeerruimte. Voor een langer bezoek kan er geparkeerd worden op de terreinen aan de randen van het centrum. De consument is voor een langer bezoek ook bereid om een langere afstand af te leggen.

Figuur 2.3.1
Visie Spakenburg-centrum



- ★ Bronpunt/ trekker
- afbakening KWG
- afbakening centrumgebied
- voorzijde commerciële functie
- lokale functie
- toeristische-recreatieve functie

3. Actieprogramma

Het centrum is dé plek voor inwoners om elkaar te ontmoeten en tevens een belangrijke plek voor werkgelegenheid. Het blijvend werken aan je centrum, zeker in lastige tijden, is cruciaal.



Te vaak belanden visie-documenten ergens in een lade of komen plannen niet of slechts gedeeltelijk tot uitvoering. Om dit te voorkomen is in de totstandkoming van dit visiedocument op diverse wijzen gewerkt aan draagvlak en bevat het document een concrete uitvoeringsstrategie en actieprogramma. In dit hoofdstuk komt de uitvoering aan bod. Wat kunnen de ondernemers, eigenaren en de gemeente de komende periode van elkaar verwachten, op welke wijze wordt er samengewerkt en welke acties en maatregelen worden doorgevoerd?

Uitvoeringsstrategie

Met het opstellen van het visiedocument is het centrum van Spakenburg er nog niet. Het echte werk begint nu! En alle partijen zijn daarvoor nodig. Centraal staat de opgave om

„Centraal staat de opgave om tot een toekomstbestendig centrum te komen: een centrum dat compact is, aantrekkelijk en compleet, maar ook een sterke eigenheid heeft.“

tot een toekomstbestendig centrum te komen: een centrum dat compact is, aantrekkelijk en compleet, maar ook een sterke eigenheid heeft. De visie dient als stip op de horizon. In de ruimtelijke structuur

zijn (richtinggevende) keuzes gemaakt, maar de visie is geen blauwdruk, wel een 'levend document'. De visie moet richting geven, inspirerend werken en tegelijk realistisch zijn. Het moet ruimte bieden aan nieuwe ontwikkelingen en kansen.

Pandeigenaren, ondernemers, gemeente en bewoners, iedereen is nodig om de visie tot uitvoering te brengen.

De uitvoeringsstrategie is gericht op het gedurende lange tijd faciliteren van kansrijke initiatieven die een aanvulling vormen op het bestaande aanbod en tegelijkertijd ongewenste ontwikkelingen ontmoedigen. Regie is daarbij essentieel. Uiteraard

is het zaak om niet alleen maar in te zetten op veranderingen die veel tijd vragen. De aanpak zal bestaan uit een mix van korte- en (middel)lange termijn maatregelen.

Convenant

Om de samenwerking tussen ondernemers, eigenaren en de gemeente te optimaliseren en het vertrouwen in de aanpak te geven, wordt een convenant opgesteld. Hierin onderschrijven alle betrokken partijen de inhoud van deze visie. Afsproken wordt om de uitvoering gezamenlijk ter hand te nemen.

Aanjaagteam en klankbordgroep

Uit het convenant volgt een aanjaagteam dat aan de slag gaat met het uitvoeringsprogramma en bijhorende middelen en instrumentarium. Dit is een klein team van actieve ondernemers, vastgoedeigenaren, centrummanager en ambtenaren dat gezamenlijk verantwoordelijk is voor het aanjagen van de diverse acties in het actieplan.

Voor het werven van leden van het aanjaagteam wordt een kort functieprofiel opgesteld met eigenschappen en competenties. Een brede klankbordgroep van winkeliers, horecaondernemers, eigenaren en bewoners fungeert op de achtergrond, maar heeft ook een nadrukkelijke ondersteunende rol voor het aanjaagteam in de realisatie van de acties en maatregelen uit het actieprogramma. Tevens vervult zij een belangrijke functie naar de eigen achterban. Het initiatief ligt bij ondernemers en de eigenaren. De gemeente faciliteert deze actieve opstelling en ondersteunt het door inzet van haar netwerk, uitvoering van gemeentelijke taken en inzet van beschikbaar instrumentarium.

De rol van de overheid is door de jaren heen veranderd naar een meer faciliterende rol. De financiële middelen voor grote investeringen zijn geringer geworden, maar het volledig overlaten van het initiatief aan

de markt leidt vaak tot stilstand en een groeiende afstand tussen publieke en private partijen.



Actieprogramma

In onderstaande tabellen staan acties opgesomd die bijdragen aan de opgave voor Spakenburg-centrum. Per actie is een trekker aangewezen.

Tabel 3.1 Actieprogramma 1e fase

Actie/maatregel	Toelichting	Trekker
Convenant en aanjaagteam	Onderteken een convenant met alle betrokken partijen als startpunt en bekrachtiging van de visie (inhoud en uitvoering). Dit dient als formeel besluit om concreet vervolg te geven aan het traject en gezamenlijk op te trekken in de uitvoering ervan. Formeer daarnaast een aanjaagteam dat aan de slag kan hiermee.	Gemeente
Pandenbank	Stel een pandenbank (digitale lijst) op van de beschikbare panden in het centrum.	Aanjaagteam
Periodiek overleg vastgoedeigenaren	Intensiveer de contacten met vastgoedeigenaren door middel van een periodiek overleg op bestuurlijk niveau. Vastgoedeigenaren spelen een belangrijke rol in het realiseren van de toekomstvisie.	Gemeente
Kort parkeren stimuleren en verlengen openingstijden garage	Verbeter de mogelijkheden voor kort parkeren in de parkeergarage op zaterdag en op de parkeerterreinen direct grenzend aan het kernwinkelgebied. Verleng daarnaast de openingstijden van de garage om ze beter aan te laten sluiten bij de openingstijden van de avondhoreca en bij evenementen.	Gemeente
Beeldkwaliteitsplan actualiseren	Actualiseer het huidige beeldkwaliteitsplan (indien nodig) om het aan te laten sluiten bij het gewenste beeld in het centrum. Pas het plan vervolgens ook toe bij aanvragen voor nieuwe ontwikkelingen of verbouwingen.	Gemeente
Onderzoek dagrecreanten/toeristen	Doe een onderzoek naar de bezoekmotieven, leefstijlen en wensen van de regiobezoekers, dagrecreanten en toeristen in Spakenburg, zodat de marketing strategie daarop afgestemd kan worden.	Bestuur Stichting Dynamisch Spakenburg

Tabel 3.2 Actieprogramma 2e fase

Actie/maatregel	Toelichting	Trekker
Verbeteren bewegwijzering	Verbeter de bewegwijzering naar het centrum, bepaalde parkeervoorzieningen en het toeristisch aanbod om daarmee de vindbaarheid van bepaalde centrumdelen te vergroten en te verknopen met het toeristisch aanbod.	Gemeente
Verbeteren bereikbaarheid	Verbeter de bereikbaarheid van de omgeving Oostpoortplein / De Ziel door de mogelijkheden te onderzoeken om een doorsteek voor voetgangers en fietsers te maken ter hoogte van de Noorderkerk.	Aanjaagteam
Oplossen leegstand	Zoek actief contact met vastgoedeigenaren van leegstaande panden op cruciale plekken in het kernwinkelgebied. Activeer netwerk voor goede functionele invulling passend binnen de visie.	Aanjaagteam
Verrommeling aanpakken	Verbeter de uitstraling van de omgeving kruising Sluisweg / De Ziel door het verwijderen of herplaatsen van diverse elementen in de openbare ruimte.	Gemeente
Accentueren routing	Accentueer op speelse/ludieke wijze de belangrijkste looproutes door het centrum om de vindbaarheid van de centrumdelen te vergroten.	Aanjaagteam
Marketing & promotie Bunschoten-Spakenburg	Ga werken aan een goed marketinginstrument afgestemd op de uitkomsten van het onderzoek onder dagjesmensen en toeristen. Draag het positieve beeld en de bijzondere en onderscheidende kwaliteiten, niet alleen de historische, aan recreanten en toeristen in de omgeving uit, waardoor de centrumfunctie meer vervlochten kan worden met de toeristische functie. Trek hierin samen op met de toeristische aanbieders in de omgeving en pas je eventing, communicatie en promotieacties hierop aan.	Bestuur stichting dynamisch Spakenburg
Onlineproof centrum	Zorg voor de online zichtbaarheid van het centrum. Ontwikkel bijvoorbeeld een website en maak gebruik van social media afgestemd op marketingstrategie.	Bestuur stichting dynamisch Spakenburg
Beleving Spuiplein	Ontwikkel een activiteitenprogramma om de belevingswaarde van het Spuiplein te vergroten. Bijvoorbeeld activiteiten voor kinderen.	Aanjaagteam
Onderzoek naar fiets/voetgangersfunctie Spuiplein	Onderzoek de mogelijkheden om de combinatie fiets- en voetgangersfunctie op het Spuiplein veiliger te maken.	Gemeente
Oplossen tekort aan fietsenstallingen	Vergroot het aantal fietsenstallingen op daartoe geschikte locaties nabij het kernwinkelgebied	Gemeente



Tabel 3.3 Actieprogramma
3e fase

Actie/maatregel	Toelichting	Trekker
Herinrichting openbare ruimte	Stel een plan op voor het realiseren van een kwaliteitsimpuls openbare ruimte voor de verbinding routes tussen de bronpunten en het kernwinkelgebied. Daarnaast voor aanpassingen in de openbare ruimte omgeving Oostpoortplein / De Ziel ter vergroting van de sfeer, beleving en toegankelijkheid. Bijvoorbeeld door verlaging plein, toevoeging straatmeubilair, groen of waterelementen. Verbeter de toegankelijkheid van de parkeergelegenheid Broerswetering. Tevens optimaliseren van inrichting Spuiplein, verwijderen overbodige elementen en pleinfunctie verder versterken. Tot slot: verbeter de zichtlijnen voor een sterkere verbinding tussen de diverse centrumdelen.	Gemeente
Autotoegankelijkheid	Onderzoek de effecten van afsluiting van de Sluisweg en Het Spui/Oude Schans (omgeving Museumhaven) voor autoverkeer tijdens de zomerperiode ten behoeve van het verblijfsklimaat. Mogelijkheden voor Shared Space, waardoor de autotoegankelijkheid tijdens de winterperiode wel overeind blijft (dan is de verblijfsfunctie ook verminderd).	Gemeente
Wijkeconomie	Verken de mogelijkheden voor inpassing van wijkeconomie in aanloopgebieden en verkenning voor toepassing ambulante handel (sterk in het DNA van Bunschoten-Spakenburg) op een permanente locatie in het kernwinkelgebied.	Aanjaagteam
Opstelling markt	Onderzoek doen naar optimale opstelling van de zaterdagmarkt. Een opstelling waardoor het centrum als geheel op zaterdagen maximaal profiteert van de bezoekersstromen in het centrum. Afstemming tussen belangen markt en horeca gewenst.	Gemeente / Aanjaagteam
Kwaliteitsimpuls terrassen en stimuleren winterterras	Stimuleer een gezamenlijke kwaliteitsimpuls van de terrassen van de horeca aan het Spuiplein ter verhoging van het verblijfsklimaat. Stimuleer winterterrassen om ook verblijf tijdens voor- en naseizoen te bevorderen.	Gemeente / Aanjaagteam
Aanpak Visserssteeg	Het 'van kleur laten verschieten' van kwetsbare gebieden buiten het kernwinkelgebied, waarbij extra functies mogelijk worden. In samenwerking met vastgoedeigenaren en ondernemers in de Visserssteeg, waarbij de extra woonfunctie ook ruimtelijk wordt ondersteund.	Gemeente / Aanjaagteam
Adviescommissie Horeca	Richt een adviescommissie Horeca op dat een zwaarwegend advies kan geven over het wel of niet faciliteren van nieuwe initiatieven voor horeca aan het Spuiplein en in andere delen van het centrumgebied. De adviescommissie kan ook een aanjagende functie hebben op het moment dat een uitbreiding van horeca op een specifieke locatie gewenst is.	Gemeente / aanjaagteam / Stichting Dynamisch Spakenburg

Tabel 3.4 Actieprogramma
4e fase

Actie/maatregel	Toelichting	Trekker
Bestemmingsplan	Actualiseer het bestemmingsplan waarin de visie wordt bestendigd. Buiten kernwinkelgebied in bestemmingsplan ruimte bieden aan functiemenging. Wonen op begane grond wordt in transformatiegebieden ook mogelijk gemaakt. Op termijn herbesteden van detailhandel- en horecabestemmingen buiten kernwinkelgebied waar dat aan de orde is (bijvoorbeeld door verplaatsing). Beperk nieuwe detailhandel buiten het centrum en handhaaf waar geen detailhandel is toegestaan.	Gemeente
Shopmilieu versterken	Benader actief en stimuleer shopwinkels (mode&kleding en vrije tijd) van buiten het kernwinkelgebied of buiten het centrum om zich te vestigen binnen het shopmilieu, om daarmee het recreatief winkelen te versterken.	Aanjaagteam
Ontwikkelen belangrijke locaties Sluisweg	Stel een projectplan op voor de ontwikkeling van belangrijke locaties aan de Sluisweg die leegstaan of op termijn vrijkomen. Deze sleutellocaties kunnen gezien hun ligging midden in het kernwinkelgebied een belangrijke toekomstige schakel vormen tussen het Spuiplein en Oostpoortplein. De invulling van de begane grond met een passende commerciële functie is hiervoor noodzakelijk. Mogelijk zijn aanpassingen in de huidige architectuur van deze sleutellocaties nodig om deze schakelfunctie goed te kunnen vervullen.	Gemeente / Aanjaagteam
Aanpak Sluisweg	Stel een totaalplan op voor de aanpak van de Sluisweg, waarin naast de functionele invulling ook de inrichting van de openbare ruimte en de verkeersfunctie worden meegenomen. De Sluisweg is een belangrijke schakel tussen beide centrumdelen en het creëren van een goede routing door het kernwinkelgebied.	Gemeente / Aanjaagteam
Onderzoek mogelijkheden uitbreiding supermarkten	Onderzoek de mogelijkheden voor uitbreiding van de bestaande supermarkten op huidige locatie met behoud van voldoende parkeervoorzieningen. Een goede inpassing in het centrum is nodig, waardoor beide functies elkaar kunnen versterken. Mogelijkheden voor het realiseren van een dagelijks cluster (versstraat) in de nabijheid moeten in deze verkenning worden meegenomen.	Gemeente / Aanjaagteam

4. Onderbouwing: resultaten onderzoeksstappen

In dit hoofdstuk beschrijven we de huidige economische-functionele situatie in Spakenburg-centrum, de trends en ontwikkelingen, de distributieplanologische (DPO-)berekeningen en haalbare metrages en ruimtelijke-economische structuur. We eindigen met een beknopte SWOT-analyse (sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen) en enkele conclusies. Deze analyse dient als onderbouwing van de visie

4.1 Huidige situatie Spakenburg-centrum

De gemeente Bunschoten telt circa 20.850 inwoners (bron: CBS). Het centrum van Spakenburg bestaat uit 127 verkooppunten, waarvan 69 winkels (detailhandel), 27 leisure (horeca, vermaak en cultuur) 19 dienstverleners en 12 leegstaande panden (bron: Locatus. Peildatum februari 2016). Deze cijfers laten zien dat een centrumgebied meer is dan alleen winkels. Sinds begin 2016 zijn hierin verschillende mutaties opgetreden. Dat is een continu proces. Voor de cijfers in deze rapportage wordt februari 2016 als peildatum genomen. Tabel 4.1.1 geeft inzicht in het detailhandelsaanbod in het centrum, zowel in aantallen verkooppunten als in vierkante meters winkelvloeroppervlak. Hieruit blijkt dat het centrum van Spakenburg primair een belangrijke functie heeft voor de dagelijkse boodschappen. De supermarkten zijn essentiële trekkers voor het centrum. In

het centrum zijn een Aldi, Jumbo, en Lidl gevestigd. Daarnaast zijn er diverse versspecialzaken gevestigd: bakkers, een slager, groentewinkel, viswinkels, delicatessenzaak, vlaaiwinkel en zoetwaren. Daarnaast is er het nodige niet-dagelijkse aanbod.

Bijna een derde van het aantal vierkante meters in het centrum betreft de branche mode & luxe. Opvallend is het hoge aandeel zelfstandige ondernemers in deze branche en het relatief hoogwaardige aanbod. Het aanbod in het midden- en lage segment is relatief beperkt.



Veel hoogwaardig aanbod



Met een gemiddelde winkelomvang van 98m² wvo zijn de winkels in Spakenburg centrum aan de kleine kant. In vergelijkbare centrum-gebieden zijn de winkels gemiddeld 116 m² wvo (Locatus 2016). Dat kan verklaard worden door het historische deel van het centrum waar de panden relatief klein zijn. De filialiseringsgraad is met 50,1% van de detailhandelsmeters in vergelijking met 53,5% in soortgelijke centra enigszins laag. In verkooppunten ligt het percentage ketens/filialen in het Spakenburgse centrum op 24% in vergelijking met 28,7%. Trekkers in het centrum zijn supermarkten Aldi, Lidl, Jumbo en grootwinkelbedrijf HEMA. Daarnaast zijn er diverse sterke MKB-bedrijven met regionale trekkracht. De weekmarkt op zaterdag is daarnaast ook een zeer belangrijke trekker voor het centrum.



Trekkers in het centrum zijn de supermarkten, hoogwaardige MKB en de weekmarkt

Tabel 4.1.1 Aanbod detailhandel Spakenburg-centrum

	Aantal winkels	Aantal m ² WVO
Dagelijks	20	4.466
Mode & Luxe	30	3.689
Vrije Tijd	6	708
In/Om Huis	12	2.143
Detailhandel overig	1	289
Totaal	69	11.295

Benchmark

Om het winkelaanbod in Spakenburg centrum te vergelijken met het winkelaanbod in plaatsen van gelijke omvang is een benchmark uitgevoerd. Voor de benchmark zijn de volgende selectiecriteria gebruikt:

- **Ongeveer gelijk aantal inwoners;**
- **Korte afstand tot kern met groter winkelaanbod;**
- **Toeristische functie.**

Tabel 4.1.2 Benchmark

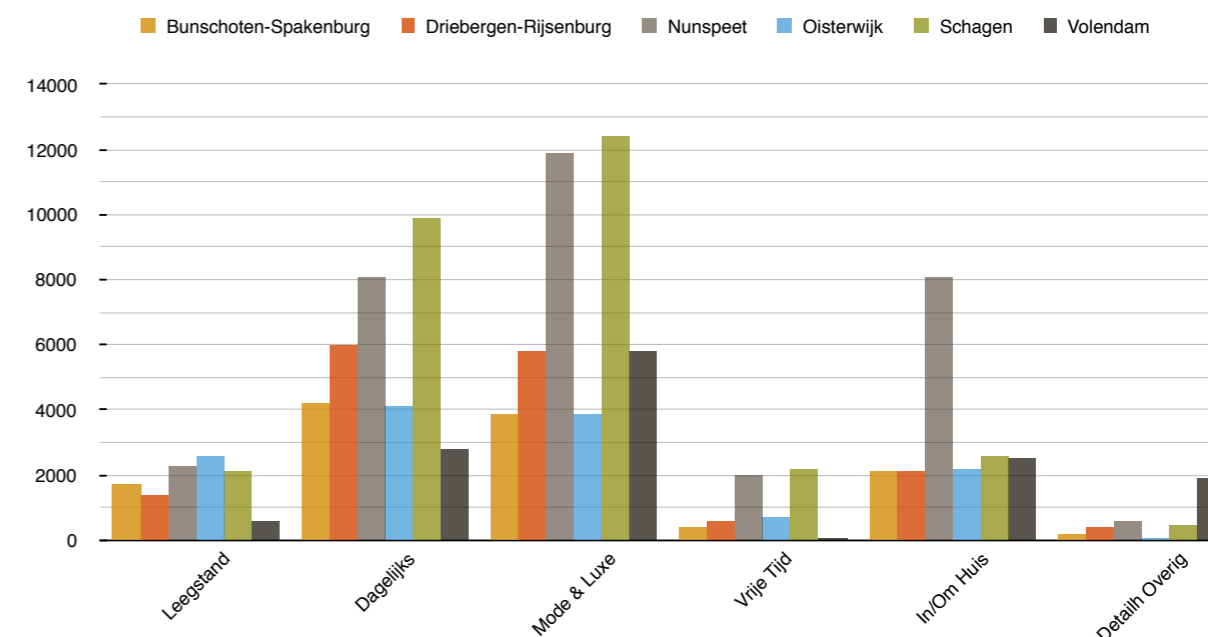
Plaatsen in de benchmark	Aantal inwoners	Plaats in de buurt
Bunschoten-Spakenburg	20.850	Amersfoort
Driebergen-Rijsenbrug	18.500	Zeist
Nunspeet	19.500	Harderwijk
Oisterwijk	20.000	Tilburg
Schagen	18.500	Alkmaar
Volendam	21.500	Purmerend

Tabel 4.1.3 Winkelaanbod Spakenburg-centrum

Gemeente	Aantal VKP in centrum	Aantal m2 WVO centrum
Bunschoten-Spakenburg	127	12.656
Driebergen-Rijsenburg	146	15.907
Nunspeet	207	34.231
Oisterwijk	187	19.483
Schagen	224	31.759
Volendam	179	14.063

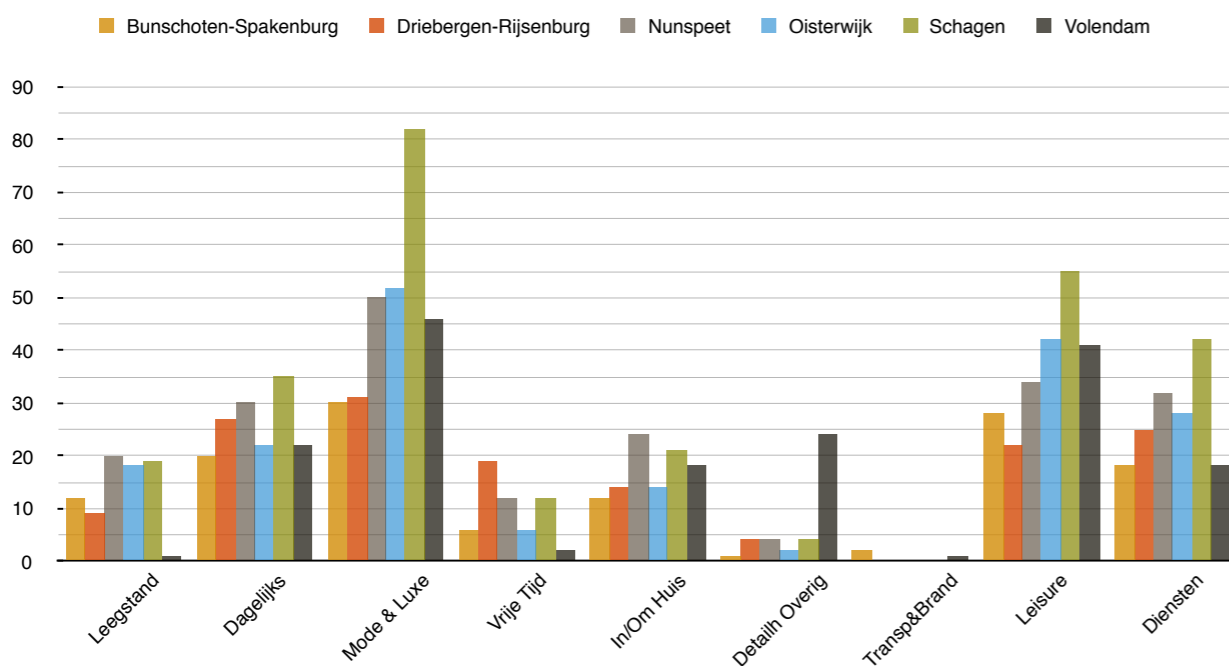
Bron: Locatus februari 2016

Tabel 4.1.5 Aanbod m2 WVO (GROEP)



Bron: Locatus februari 2016

Tabel 4.1.4 Aanbod verkooppunten



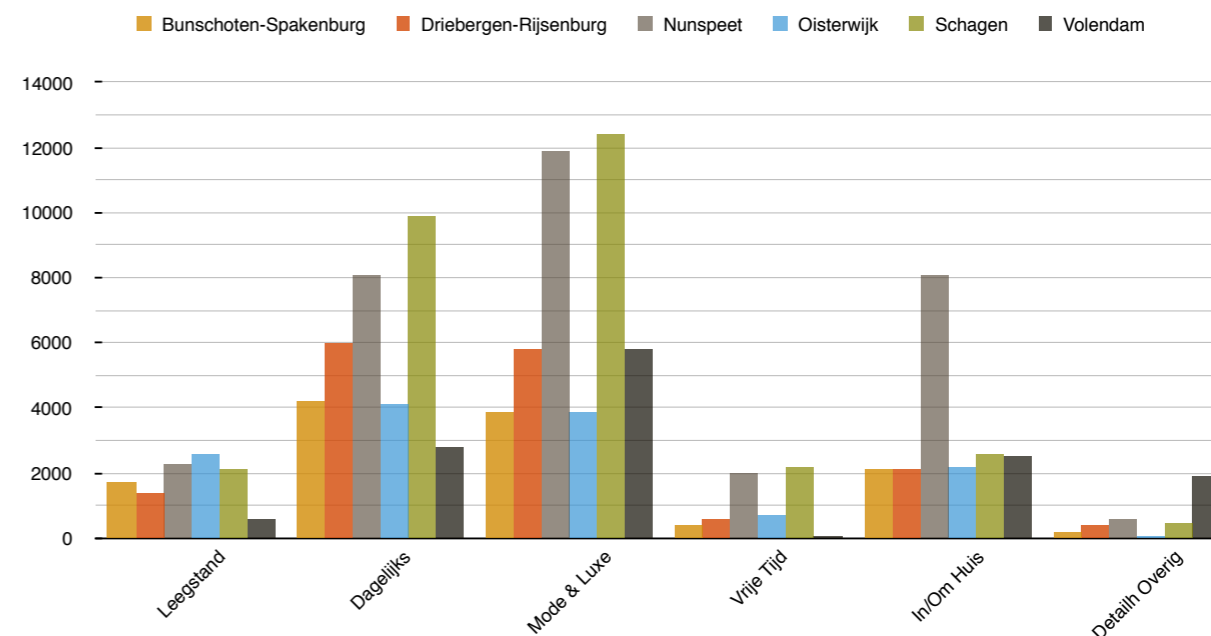
In tabel 4.1.3 is voor de plaatsen in de benchmark een vergelijking gemaakt in het aanbod in het centrum. Opvallend in deze benchmark is het relatief lage aantal verkooppunten en vierkante meters

winkelvloeroppervlak in het centrum. Spakenburg scoort op beide punten het laagst van alle centrumgebieden in de benchmark.

In figuur 4.1.4 is het aantal

verkooppunten in de centrumgebieden vergeleken. In alle branches is het aanbod in Spakenburg in aantal verkooppunten relatief klein. Dat geldt in sterkere mate voor dagelijkse winkels en mode&luxue. Ook

Tabel 4.1.6 Aanbod m2 WVO (BRANCHE)



het aantal dienstverleners en leisure voorzieningen in het centrum is relatief laag.

Figuur 4.1.5 is een weergave naar vierkante meters winkelvloeroppervlak. Er zijn relatief

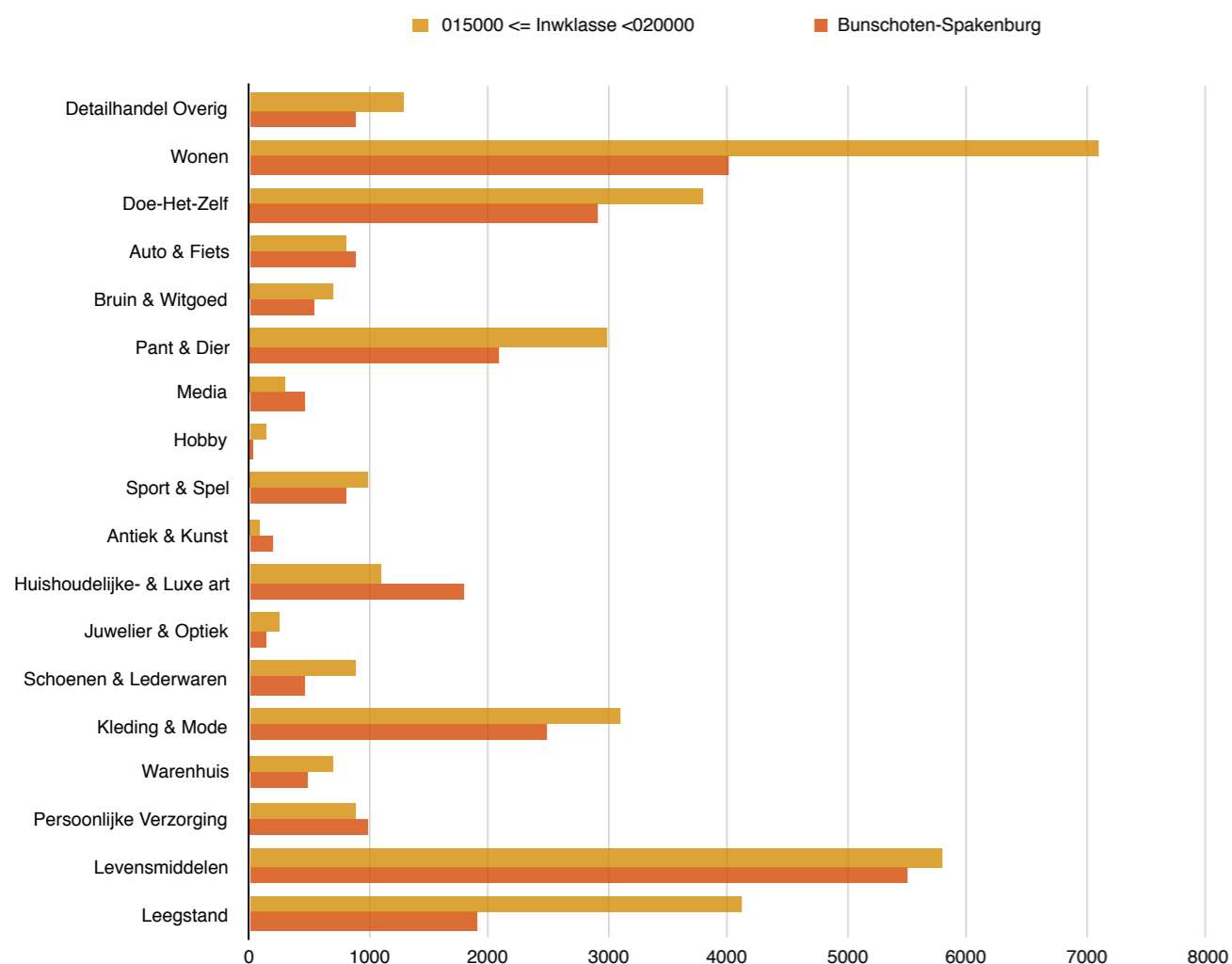
weinig vierkante meters dagelijks, mode&luxue en vrije tijd in Bunschoten-Spakenburg.

In figuur 4.1.6 is dit nader uitgesplitst naar hoofdbranches. Hieruit blijkt dat met name het

aanbod in detailhandel meters in de hoofdbranches levensmiddelen, kleding&mode en huishoudelijke & luxe artikelen achter blijft in vergelijking met centrumgebieden in de benchmark.



Figuur 4.1.7 Aanbod m2 WVO (KERN)



Voor een goede vergelijking is het belangrijk om niet alleen naar het aanbod in het centrumgebied te kijken, maar ook het aanbod in de wijkwinkelcentra en

verspreid in de kern mee te nemen. Deze vergelijking op kernniveau is weergegeven in figuur 4.1.7. Het verschil in aanbod detailhandelsmeters tussen de

Spakenburg en kernen met 15.000 – 20.000 inwoners is dan minder sterk. Dat betekent dat er naast het aanbod in het centrum van Spakenburg ook een behoorlijk

groot aanbod winkelvierkante meters buiten het centrum gevestigd zijn. In totaal gaat het om circa 13.300 m2 wvo, waarvan 7.600 in de branche

in/om huis. Opvallend is het aanbod huishoudelijke en luxe artikelen. In het centrum was dit ondervertegenwoordigd, terwijl dit op kernni-

veau juist oververtegenwoordigd is. De Action aan de Almarestraat valt hier onder andere onder.

Leegstand

Met 12 leegstaande panden en 1.361 vierkante meter wvo ligt het leegstandspercentage op 9,4% van het aantal panden en 7,4% van het winkelvloeroppervlak. De leegstand in Spakenburg ligt daarmee onder het gemiddelde van de leegstand in soortgelijke centrumgebieden. Daar staat gemiddeld 10,6% van de panden en 9,5% van het winkelvloeroppervlak leeg (Locatus, februari 2016).

Een nadere analyse laat zien dat de meeste leegstaande panden in het centrum minder dan één jaar achtereenvolgens leeg staan. Deze vallen onder aanvangs/frictieleegstand. Slechts twee panden staan één tot drie jaar achtereenvolgens leeg. Van structurele leegstand in het centrum is in de huidige situatie geen sprake. Dit type leegstand heeft de meeste impact op de uitstraling en beleving in het centrum. In ruimtelijk opzicht is er sprake van een concentratie rondom de Visserssteeg met enkele leegstaande panden (Locatus, peildatum: februari 2016).

Sinds het uitkomen van de laatste cijfers zijn er de nodige ontwikkelingen (nieuwe vestigingen) geweest in het centrum.

Tabel 4.1.8 Leegstand Spakenburg-Centrum

Bron: Locatus februari 2016

	Aantal verkooppunten	m2 wvo
Aanvang/frictie (max. 1 jaar leeg)	10	1.170
Langdurig (1 – 3 jaar leeg)	2	191
Structureel (langer dan 3 jaar leeg)	0	0
Totaal	12	1.361

Figuur 4.1.9 Branchekaart Spakenburg-Centrum



Deze branchekaart is indicatief

- | | | |
|---|--|--|
| Leisure / Horeca / Kerk/ Musea/ Bibliotheek | Leegstand | Dienstverlening |
| Mode & Luxe | Dagelijks | In / om het huis |
| | | Vrije tijd |



•**De supermarkten** zijn gevestigd in de omgeving van het Oostpoortplein (Aldi en Jumbo) en aan de Broerswetering (Lidl). De versspecialisten zijn niet geclusterd gevestigd en veelal op afstand van de supermarkten, waardoor zij niet kunnen profiteren van de trekkracht van de supermarkt.

•**Het aanbod voor recreatief winkelen (branches Mode&Luxe en Vrije Tijd)** is eveneens versnipperd. Toch zijn er twee punten in het centrum waar enigszins sprake van een concentratie is: rondom het Spuiplein en omgeving en rondom het Oostpoortplein/De Ziel. Er is geen sprake van een aaneengesloten 'shopgebied'. Beide delen zijn onvoldoende met elkaar verbonden.

•**Het horeca-aanbod** is geclusterd rondom het Spuiplein en in de omgeving van de Museumhaven. Vooral aan het Spuiplein is het horeca-aanbod sterk uitgebreid met de komst van o.a. Spui76 en grand café 033. Daarnaast is ook Museum Spakenburg gevestigd nabij de Museumhaven.

•**Leegstand** is zichtbaar in verschillende delen van het centrum. In de Visserssteeg betreft dit enkele panden.

•**Dienstverleners en de branche in/om Huis** zijn met name gevestigd aan de Visserssteeg en aan de Spuistraat. Beide gebieden worden gekenmerkt door een mengmilieu waarin commerciële functies de overhand hebben.

Concurrentie

Het centrumgebied concurreert in de eerste plaats met de winkelgebieden in de eigen gemeente. Voor het boodschappen doen zijn dat de Albert Heijn aan de Tuinfluiter en de Albert Heijn aan de Anthon van der Horstlaan. Beide supermarkten hebben niet de omvang van een moderne fullservice supermarkt (ondergrens 1.200 m² WVO). Het aanvullend aanbod rondom deze supermarkten is beperkt. Daarnaast is er sprake van zeer beperkte bewinkeling in de omgeving van het gemeentehuis en langs de historische hoofdstraat van Bunschoten (omgeving Molenaarstraat en Dorpsstraat). Aan

de Almarestraat is de Action gelegen en is er ook sprake van bewinkeling (niet-dagelijks) op industrieterrein De Zuidwenk. Voor het boodschappen doen zijn ook de winkelwijken centra aan de rand van Amersfoort concurrentie voor het centrum van Spakenburg. Bijvoorbeeld wijkwinkelcentrum Emiclaer of winkelcentrum Vathorst. Voor het recreatief winkelen, verblijf en vermaak is de binnenstad van Amersfoort de belangrijkste concurrent op relatief korte afstand. De historische binnenstad van Amersfoort kenmerkt zich door een compleet en gevarieerd aanbod aan niet dagelijkse voorzieningen. Het beschikt over diverse modische trekkers en heeft een groot aantal bekende ketens en filialen en regionale trekkracht. Spakenburg onderscheidt zich van Amersfoort door haar aanbod modisch MKB, maar is in haar schaal grootte niet vergelijkbaar met Amersfoort. Door haar ligging aan het water is de verdere concurrentie op korte afstand beperkt. Een klein deel van de niet-dagelijkse omzet vloeit af naar Nijkerk en Baarn.

4.2 Kwalitatieve gebiedsanalyse

Naast de kwantitatieve gegevens over de ontwikkelingen van Spakenburg-centrum is er een gezamenlijke gebiedsschouw uitgevoerd om de kwalitatieve aspecten van het centrum te beoordelen. Onderstaand enkele waarnemingen uit deze schouw.

Bereikbaarheid en parkeren

Het centrumgebied ligt aan de noordzijde van de vroegere kern Spakenburg rondom het historische havengebied. Vanaf de afslag aan de A1 ben je in circa 10 autominuten in het centrum. De route naar het centrum vanaf de snelweg voelt niet als een natuurlijke route. Je wordt als bezoeker om het centrum heen geleid via de Oostelijke Randweg. Het centrum ligt daardoor enigszins verscholen en heeft een wat naar binnen gekeerd karakter, met soms de achterkant naar buiten zoals bij de Oostsingel. Je wordt als bezoeker van buitenaf niet automatisch naar het centrum getrokken. Vanaf de diverse woonwijken in Bunschoten-Spakenburg is het centrum goed bereikbaar. Via de centrale as door de kern (Molenstraat-Dorpsstraat) wordt je richting het centrum geleid. Het aanbod in het midden en lage segment is relatief beperkt. Kortom de bereikbaarheid is met name voor de toeristisch-recreatieve functie van Spakenburg een aandachtspunt. Voor het parkeren heeft de consument diverse opties op maaiveldniveau rondom het centrum, zoals het Schansplein,

het Visrokersplein, het Peter Dorleijnplein en sportpark De Westmaat. Verder is er het nodige straatparkeren (bijvoorbeeld langs de Kerkstraat/Spuistraat). Aan de Broerswetering is een kleine verlaagde parkeervoorziening. Deze verlaging zorgt echter wel voor een verminderde toegankelijkheid. Tot slot heeft de consument beschikking over de parkeergarage Oostpoort. Qua spreiding zijn de diverse parkeergelegenheden goed verdeeld over het centrum. De loopafstanden van de parkeergelegenheden tot het centrum zijn kort. De consument kan op korte afstand parkeren en via een van de vele steegjes die het centrum rijk is, midden in het centrum uitkomen. Aandachtspunten zijn echter wel de vindbaarheid en capaciteit (voor de consument) van met name de parkeergarage. De ingang van de parkeergarage is lastig vindbaar, zeker voor bezoekers die niet bekend zijn in Bunschoten-Spakenburg. De bewegwijzering en routing naar de garage kan verbeterd worden. De parkeergarage biedt naast parkeren voor bezoekers van het centrum (blauwe zone), ook bewonersparkeren. Het aantal plekken voor kort parkeren is hierdoor beperkt. Zeker op zaterdag is er sprake van een parkeerdruk. De parkeergarage heeft ook een belangrijke functie voor de Jumbo en Aldi supermarkt die op korte afstand gelegen zijn. Ook door diverse centrumondernemers wordt het parkeren op zaterdag in de garage als niet optimaal aangeduid.



De loopafstanden van de parkeergelegenheden tot het centrum zijn kort



Broerswetering





„De ligging van de Museumhaven in het centrum is bijzonder waardevol. Aandachtspunt is de combinatie met de verkeersfunctie, die invloed heeft op het verblijfsklimaat rond het havengebied.“

Voor een bezoek op de fiets is de bereikbaarheid van het centrum goed. Opvallend is wel dat er maar beperkt voorzieningen zijn voor het stallen van de fietsen. Er zijn weinig fietsenrekken geplaatst in de openbare ruimte. Aandachtspunt is tevens de combinatie van het fietsen en wandelen op met name het Spuiplein.

Behalve deze routes over ‘land’ is er ook de route over ‘water’. Veel toeristen die van de Eemhof komen, betreden via de Havenstraat het centrumgebied. Ze worden zo direct in aanraking gebracht met het historische deel rondom de Museumhaven. Het lijkt er echter op dat ze delen van het overige centrumgebied missen, omdat dit voor hen niet overzichtelijk genoeg is (zie ook verderop bij “routing door het centrum”).

Kwaliteit ondernemerschap

Bij een bezoek aan het centrum van Spakenburg word je als bezoeker aangenaam verrast door

het hoogwaardige aanbod en de hoeveelheid MKB ondernemerschap. Vooral op modisch gebied kenmerkt Spakenburg zich door mooie winkels met onderscheidend aanbod. Opvallend is het vernieuwende aanbod en concepten. Dit type aanbod vind je veelal in plaatsen van grotere omvang. De ontvangst in het centrum is bijzonder vriendelijk en gastvrij. In diverse winkels en horecagelegenheden kom je als klant snel in gesprek met de ondernemer of het personeel. Klantvriendelijkheid lijkt hier hoog in het vaandel te staan.

Beleving en openbare ruimte

De Museumhaven en de historische gebouwen rondom geven het centrum van Spakenburg sfeer. De ligging van de Museumhaven in het centrum is bijzonder waardevol. Aandachtspunt is de combinatie met de verkeersfunctie, die invloed heeft op het verblijfsklimaat rond het havengebied.



De inrichting van de openbare ruimte van het Spuiplein versterkt de sfeer en beleving niet optimaal. De omgeving van het Spuiplein is qua inrichting enigszins gedateerd en op plekken rommelig. Diverse elementen in de openbare ruimte voegen weinig toe. Het plein ligt beschut en is qua omvang prettig en passend bij de schaal van Spakenburg. Het Spuiplein heeft ook een belangrijke terrasfunctie. De terrassen dragen bij aan de gezelligheid en verblijfsfunctie van het centrum. Deze functie kan nog verder geoptimaliseerd worden door een kwaliteitsimpuls te geven. Op zaterdag staat de terrasfunctie sterk onder druk doordat het plein dan ingevuld is met de weekmarkt. Deze zaterdagmarkt is tegelijkertijd echter ook een belangrijke trekker voor het centrum met regionale aantrekkingskracht.

Via de Sluisweg kom je in het zuidelijk deel van het centrum. Dat deel heeft een hele andere uitstraling en inrichting. De

verbinding tussen beide centrumdelen ontbreekt. Er is geen sprake van goede zichtlijnen en ook in functioneel opzicht komt de Sluisweg onvoldoende als verbinding tot zijn recht. De inrichting van de openbare ruimte is rommelig met name in de omgeving van de apotheek. Diverse elementen in de openbare ruimte doen afbreuk aan de belevingswaarde van dit deel van het centrum. De belevingswaarde van de omgeving het Oostpoortplein/De Ziel is gering. Het plein is modern ingericht, maar er zijn weinig belevingselementen. Het mist intimiteit en sfeer. Ook functioneel zijn er de nodige aandachtspunten. Het hoogteverschil zorgt voor een verminderde toegankelijkheid van het plein, bijvoorbeeld bij gebruik van een winkelwagentje. De pleinfunctie komt in de huidige inrichting onvoldoende tot zijn recht. Het oogt saai en leeg.



Sluisweg



Oostpoortplein



Rommelige indruk Sluisweg / entree De Ziel

De Visserssteeg

Aandachtspunt aan de Broerswetering is de toegankelijkheid van de parkeervoorziening en het zicht op de achtergelegen winkels/voorzieningen door het groen en de grote afstand vanaf de rijweg.

Routing door het centrum

De bezoekersstromen in Spakenburg lopen via twee assen door het centrum. De eerste as is Spuistraat/Spuiplein/Oude Schans en de tweede De Ziel. De Blokkenmakerssteeg is een verbindingsroute, dat ook aan beide kanten gevuld is met winkels/voorzieningen. De Sluisweg is een alternatief, maar wel een minder drukke winkelroute door de sterke aanwezigheid van het autoverkeer en onvoldoende aantrekkelijke functionele invulling. Naast de Blokkenmakerssteeg is het centrum van Spakenburg nog vele steegjes rijker. Deze steeg-

jes hebben zowel voordelen als nadelen. Steegjes zijn sfeervol en passen goed bij het karakter van Spakenburg. Bovendien ben je via een van de steegjes al snel vanaf de parkeerplek midden in het centrum, maar tegelijkertijd kan je als consument ook snel 'ontsnappen'. Het biedt de mogelijkheid om snel delen van het centrum over te slaan. Daarnaast is er sprake van veel achterkantsituaties, opslag en vuilnis, waardoor het niet erg aantrekkelijk is als wandelroute.

De routing van de consument kan verder versterkt worden, waardoor de consument meer door het centrum wordt geleid. In de Visserssteeg zijn tot slot ook diverse commerciële functies gevestigd. Het ontbreekt echter aan een bronpunt in dit deel van het centrum, waardoor de passantenstromen hier geringer zijn.

4.2.1 Spakenburg-centrum door de consumentenbril

In mei / juni 2016 is een online enquête gehouden onder inwoners / consumenten. Alle resultaten zijn opgenomen in bijlage 4.

Enkele belangrijke resultaten:

85%

In totaal hebben 562 respondenten deelgenomen aan de enquête. Dit is een prima re-

sultaat. Ruim 80% van de respondenten is vrouw. De helft van de respondenten is tussen de 20-39 jaar en een derde is tussen de 40-59 jaar. De meeste respondenten zijn afkomstig uit de kern Bunschoten-Spakenburg zelf (85%).

33%

De belangrijke bezoekenredenen voor het Spakenburgse centrum is de aankoop van dagelijkse boodschappen. Voor 33% van de respondenten is dit de eerste bezoekenreden en voor 18% de tweede bezoekenreden. Andere vaak genoemde eerste bezoekenredenen zijn: geen doel/passierend/ik woon hier en combinatie: winkels-horeca-dienstverlening.

15%

Opvallend is dat als tweede bezoekenredenen gezelligheid door veel respondenten wordt benoemd (15%).

64%

De meeste respondenten bezoeken het centrum een paar keer per week (64%). Een op de vijf respondenten komt zelfs dagelijks.

55%

De bezoekfrequentie is het afgelopen jaar gelijk gebleven

(55%). Het af- of toenemen van de bezoekfrequentie blijkt vooral samen te hangen met veranderingen in de persoonlijke situatie van respondenten (verhuizen/werksituatie et cetera) en in veel mindere mate met het aanbod in het centrum.

43%

De fiets is het meest gebruikte vervoersmiddel voor een bezoek

aan het centrum. Circa 43% kwam tijdens hun laatste bezoek aan het centrum op de fiets. Ongeveer een derde van de bezoekers kwam met de auto.

6,7

De respondenten hebben diverse aspecten van het centrum

beoordeeld met een rapportcijfer. Opvallend is dat Spakenburg over het algemeen hoge cijfers scoort. Het hoogst wordt de bereikbaarheid op de fiets beoordeeld. De parkeergelegenheid voor auto's en de sfeer omgeving De Ziel worden het laagst beoordeeld, een 6,7.

De meeste respondenten is van mening dat het aanbod voor dagelijkse boodschappen in Spakenburg-centrum vrij compleet is. Meest genoemde gemiste voorzieningen voor boodschappen zijn: een poelier (13x), Bakkerij Bart (10x) en biologisch aanbod (9x).

Om te winkelen in het centrum missen de respondenten met name kledingwinkels/ketens. Opvallend daarbij is dat respondenten ook aangeven 'betaalbare' winkels te missen. Ook bij het noemen van specifieke ketens komen met name winkels in het midden- en laagsegment naar voren. Een aantal van de winkelketens die vaak genoemd wordt, past niet bij de schaal en omvang van een centrumgebied als dat van Bunschoten-Spakenburg.

Het aanbod aan voorzieningen om vrije tijd door te brengen in het centrum, de verblijfs-elementen, is in de ogen van de meeste respondenten compleet. Het vaakst worden fastfood-(9x) en internationale restaurants (7x) genoemd als gemiste voorzieningen.

"Opvallend is dat Spakenburg over het algemeen hoge cijfers scoort."



Uit de resultaten kan geconcludeerd worden dat het Spakenburgse centrum voor de inwoners van Bunschoten-Spakenburg een belangrijke boodschappenfunctie heeft. Het centrum wordt goed beoordeeld en het aanbod is vrij compleet. Aandachtspunten vanuit de lokale functie van het centrum zijn: sfeer omgeving de Ziel, parkeergelegenheid op zaterdag, aanpak leegstand en toevoeging van modisch aanbod in het midden- en lagere segment om aanbod voor lokale functie compleet te maken.

Tabel 4.2.2 Rapportcijfers enquête Spakenburg-centrum

Onderwerp	Gemiddeld cijfer
Bereikbaarheid per auto	7,8
Bereikbaarheid op de fiets	9,4
Parkeergelegenheid auto	6,7
Stallingsmogelijkheden fiets	7,5
Sfeer omgeving Oostpoortplein	6,7
Sfeer omgeving Spuiplein	8,1
Kwaliteit horeca	8,1
Aanbod zaterdagse weekmarkt	7,9
Aanbod en kwaliteit modewinkels	7,2
Kwaliteit dagelijkse winkels	8,1
Netheid centrum	7,8

Distributie Planologisch Onderzoek (DPO)

Om voor de toekomst te bepalen of er ontwikkelingsmogelijkheden zijn voor de detailhandelsbranches is er een distributieplanologisch analyse uitgevoerd. In een DPO-analyse wordt een berekening gemaakt van de marktruimte naar branches. Deze

marktruimte wordt vervolgens afgezet tegen het reeds aanwezige winkelaanbod, waardoor inzichtelijk wordt of er sprake is van een evenwicht tussen vraag en aanbod. Om het distributieplanologisch onderzoek uit te voeren zijn actuele basisgegevens nodig over het draagvlak van de winkelvoorzieningen en de koopstromen.

In de gemeente Bunschoten, het primaire verzorgingsgebied van

het centrum, wonen ca. 20.850 inwoners (20.826 inwoners per 1 april 2016, bron: gemeente Bunschoten en 20.850 inwoners per 1 april 2016, bron: CBS). De gemeente verwacht dat de bevolking nog beperkt zal groeien tot ca. 21.700 inwoners in 2026 (Bron: gemeente Bunschoten). Het besteedbaar inkomen per hoofd van de bevolking bedraagt in euro's per jaar € 24.400,-. Dit is 4% hoger dan het landelijk

gemiddelde € 23.500,- (Bron: CBS)

Wat betreft de koopstromen zijn er twee bronnen: Het Koopstromenonderzoek Provincie Utrecht 2014/2015 door I&O Research en de Koopstromenmonitor Bunschoten van de Rabobank gebaseerd op gegevens over pintransacties over het hele jaar 2014. Iets oudere gegevens zijn te halen uit het Koopstromenonderzoek Randstad 2011 en de Koopstromenmonitor Bunschoten van de Rabobank uit 2009.

De uitkomsten uit het Koopstromenonderzoek van de Provincie Utrecht en die van de Rabobank verschillen nogal wat van elkaar. In bijlage 5 zijn de belangrijkste verschillen toegelicht en is een nadere toelichting gegeven op de keuze voor de uitgangspunten van deze DPO-analyse.

Distributieplanologische berekening

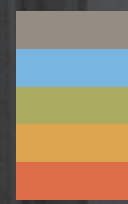
In tabel 4.2.3 zijn alle uitgangspunten, zoals in bijlage 5 uitgelegd, in cijfers aangeduid. Er is een doorkijk gemaakt voor een

periode van 10 jaar (dit is de gebruikelijk investeringstermijn). Hoewel de bestedingen (vooral bij supermarkten) over een lange termijn een stijgende tendens laten zien, is uitgegaan van de nominale situatie t.o.v. 2016. Dit is ook ingegeven door ervaringen uit veel branches tijdens de recessie en het slechts langzame herstel in 2015 en 2016. Bovendien is internet een onzekere factor in de berekeningen. Eventuele meeromzet als gevolg van hogere bestedingsbedragen is buiten beschouwing gelaten en wordt als extra investeringsruimte gezien voor ondernemers en eigenaren.

Voor de situatie in 2026 wordt een ambitie uitgesproken t.a.v. de koopkrachtbinding en -toevloeiing. Hierbij is eventuele toevloeiing vanwege recreatie en toerisme verdisconteerd. Wij houden rekening met een toevloeiing in de dagelijkse sector door bestedingen door toeristen en recreanten van maximaal 2% en in de niet-dagelijkse sector van maximaal 2 - 5% afhankelijk van de subbranche. De ambitie

voor wat betreft de toekomstige binding en toevloeiing zijn mede gebaseerd op het Koopstromenonderzoek Oost-Nederland 2015 waar cijfers beschikbaar zijn over ca. 30 kernen van vergelijkbare grootte als Bunschoten-Spakenburg (vallend in de klasse 10.000 - 20.000 inwoners en in de klasse 20.000 - 50.000 inwoners).

Er is wat betreft de percentages toevloeiing geen verhoging doorgevoerd. Dat heeft te maken met de sterke concurrentie in de directe omgeving (vooral Amersfoort en ook Nijkerk) en de onzekere toekomst in vooral de niet dagelijkse sector (door veranderend koopgedrag en online bestedingen). Toch is er op basis van deze berekening wel enige extra omzet berekend door toevloeiing. Dat heeft te maken met de beperkte procentuele groei van de binding in de dagelijkse sector en de absolute groei van de bevolking in Bunschoten-Spakenburg. Een gelijkblijvend percentage aan toevloeiing levert zo in absolute zin toch enige extra omzet.



Tabel 4.2.3 Distributieplanologische berekening* huidige en toekomstige marktruimte

Bunschoten-Spakenburg	2016	2026
Aantal inwoners	20.850	21.700
Dagelijks bestedingen per hoofd landelijk	2.430	2.430
Niet-dagelijkse bestedingen per hoofd landelijk	2.300	2.300
% inkomen per hoofd t.o.v. landelijk	+3%	+3%
Koopkrachtbinding dagelijks	80%	86%
Koopkrachttoevloeiing dagelijks (inclusief toerisme)	10%	10%
Koopkrachtbinding niet-dagelijks	55%	55%
Koopkrachttoevloeiing niet-dagelijks (inclusief toerisme)	20%	20%
Vloerproductiviteit dagelijks (-5% t.o.v. landelijk)	€ 6.840	€ 6.840
Vloerproductiviteit niet-dagelijks (-5% t.o.v. landelijk)	€ 1.900	€ 1.900
Lokaal gebonden bestedingen dagelijks	€ 40,8	€ 45,6
Bestedingen dagelijks door toevloeiing (inclusief toerisme)	€ 4,5	€ 5,2
Lokaal gebonden bestedingen niet-dagelijks	€ 26,8	€ 27,9
Bestedingen niet-dagelijks door toevloeiing (inclusief toerisme)	€ 6,7	€ 6,9
Huidige m2 wvo dagelijks	6.511	6.511
Mogelijk (berekend) m2 wvo dagelijks	123	910
Huidige m2 wvo niet-dagelijks	17.363	17.363
Mogelijk (berekend) m2 wvo niet-dagelijks	249	967
Uitbreidingsruimte totaal m2	372	1.877

*Alle financiële getallen zijn excl. BTW, totale bestedingen in miljoenen €

Conclusie DPO-analyse

De conclusie luidt dat er voor Bunschoten-Spakenburg beperkte uitbreidingsruimte is voor de komende 10 jaar. In totaal is ca. 1.850 – 1.900 m² wvo beschikbaar. Deze uitbreidingsruimte dient bij

voorkeur te worden gebruikt om ondernemers een groei-proces te laten doormaken of om enkele leemtes in het aanbod aan te vullen. Hierbij dient voorop te staan dat een compact centrum dient te worden bewerkstelligd. Dat betekent dat de berekende ruimte vooral in dat kader

moet worden ingezet (in het centrumgebied en meer specifiek: het kernwinkelgebied). Er is ingezoomd op de sub-branchen mode&luxue. Ook hier is in de komende 10 jaar enige uitbreidingsruimte beschikbaar. Het betreft ca. 200 m² wvo (van het totaal van 967 m² wvo niet-dagelijks).



In totaal is tot 2026 ca. 1.850 – 1.900 m² wvo beschikbaar voor toekomstige ontwikkelingen



4.3 Trends en ontwikkelingen

In het bijlagenboek zijn diverse trends en ontwikkelingen in de detailhandel en in centrumgebieden opgenomen die van invloed zijn op (de ontwikkelingen in) Spakenburg-centrum door het veranderd koopgedrag van de consument.

Deze trends en ontwikkelingen laten zien dat het belangrijk is voor Spakenburg-centrum om zich te onderscheiden van concurrerende centra en van de online retail. Andere functies dan detailhandel hebben een steeds nadrukkelijker rol in het centrum. Deze functies (cultuur, leisure et cetera) moeten meer met elkaar vervlochten worden, waardoor je als consument een totaalbeleving in het centrum krijgt. Het marktaandeel van supermarkten neemt nog steeds toe. Het behouden van deze functie in het centrum van Spakenburg is, ook bij schaalvergroting, daarom belangrijk. Zeker

voor de lokale functie van het centrum. De consument houdt op deze manier direct contact met het centrum. Versspecialisten weten in mindere mate te profiteren van de aantrekkende economie. Het clusteren van deze functie nabij een supermarkt kan ervoor zorgen dat de versspecialisten in de toekomst meer kunnen profiteren van de trekkracht van de supermarkt.

Modisch

Op modisch gebied heeft Spakenburg een sterk MKB

en de meer luxe producten. Daarin kan zij zich ook in de toekomst verder onderscheiden. Het verruimen van de winkeltijden (zondagsopstelling) in concurrerende winkelgebieden in combinatie met de afgenomen winkeltrouw heeft ook naar de toekomst verdere afvloeiing van omzet uit Bunschoten-Spakenburg tot gevolg. Voor de detailhandel in Spakenburg betekent dit dat er nog harder moet worden gewerkt om de consument te binden op de andere dagen. Beleving en 'value for money' op de zaterdag is essentieel om in de toekomst de consument naar Spakenburg te trekken, zeker de consument van buitenaf. Ook de onlinebestendigheid van het centrum en de individuele ondernemers daarbinnen, moeten verder verstevigd worden. Consumenten oriënteren zich veel online en als centrum moet je de consument via meerdere kanalen kunnen bedienen (omni-channel).

"Andere functies dan detailhandel hebben een steeds nadrukkelijker rol in het centrum. Deze functies moeten meer met elkaar vervlochten worden, waardoor je als consument een totaalbeleving in het centrum krijgt."

Het centrum heeft daardoor weinig last gehad van het wegvallen van landelijke ketens. Het centrum richt zich in haar modisch aanbod nadrukkelijk op het MKB

4.3.1 SWOT-analyse Spakenburg-centrum



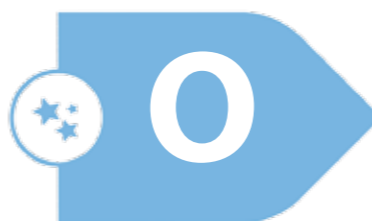
STERKTES (strengths)

- Vrij compleet aanbod aan dagelijkse & niet-dagelijkse winkels;
- Ondernemersgeest en klantvriendelijkheid;
- Sterk modisch aanbod;
- Blauwe zone parkeren en parkeergelegenheden op korte afstand van het centrum;
- Evenwichtige verdeling parkeerterreinen;
- Zaterdagmarkt;
- MKB sterk vertegenwoordigd;
- Ook andere voorzieningen: museum en bibliotheek in centrum, waardevolle toevoeging;
- Leegstand beperkt en veelal aanvangsleegstand;
- Historische kwaliteiten en unieke positionering van Museumhaven in het centrum;
- Uitstekende bereikbaarheid per fiets;
- BIZ opgericht in centrum.



ZWAKTES (weaknesses)

- Centrum onvoldoende compact, winkels liggen te verspreid en branches onvoldoende geclusterd;
- Meerdere centrumdelen, onvoldoende verbinding;
- Zichtlijnen tussen Museumhaven en Spuiplein niet optimaal;
- Parkeren op zaterdag en inrichting openbare ruimte in het centrum niet optimaal;
- Verkeersfunctie in sommige delen ten koste van verblijfsklimaat;
- Routing niet optimaal: consument niet geleid door centrum;
- Aanbod midden- en lagere segment enigszins beperkt;
- Tekort aan goede fietsenstallingen (op daartoe geschikte locaties).



KANSEN (opportunities)

- (Recent) getoonde investeringsbereidheid bij een aantal ondernemers en eigenaren;
- Uitbreidingsruimte ter versterking van bestaand ondernemerschap;
- Open opstelling direct belanghebbenden, waardoor probleempunten kunnen worden besproken;
- Vergroten binding voor dagelijkse boodschappen;
- Meer synergie tussen erfgoed, recreatie en toerisme;
- Toename belang van beleving.



BEDREIGINGEN (Threats)

- Amersfoort op korte afstand (heel sterke winkelstad);
- Kans dat horeca de detailhandel in delen van het centrum teveel verdringt waardoor combinatie van beide redenen voor centrumbezoek minder evenwichtig wordt;
- Veranderd koopgedrag en verschuiving naar online aankopen;
- Samenwerking (structureel) tussen ondernemers en vastgoed vanuit samen gedeelde visie moet worden geïntensiveerd.



**SEINPOST ADVIESBUREAU BV
IN CO-CREATIE MET KOPGROEP CENTRUM-SPAKENBURG EN
GEMEENTE BUNSCHOTEN**



Seinpost

ADVIESBUREAU BV