

Visie gebiedsprofielen binnenstad Bergen op Zoom

dtNp



Droogh Trommelen en Partners (DTNP)
Adviseurs voor Ruimte en Strategie
Graafseweg 109
6512 BS Nijmegen

T 024 - 379 20 83
E info@dtnp.nl
W www.dtnp.nl

Opdrachtgever: Gemeente Bergen op Zoom
Contactpersoon: Mevrouw C. de Munck

Projectteam DTNP: De heer R. Eijkelkamp
De heer J. Vlek

Projectnummer: 1716.0516
Datum: 10 oktober 2017

Visie gebiedsprofielen binnenstad Bergen op Zoom

dtnp

Inhoudsopgave

1	**Inleiding**	**1**
1.1	Brede Aanpak Binnenstad	2
1.2	Project gebiedsprofielen	3
1.3	Aanpak: Co-creatie	4
1.4	Leeswijzer	5
2	**Analyse**	**6**
2.1	Autonome trends	7
2.2	Functie en positie	10
2.3	Spreiding functies	12
2.4	Bereikbaarheid	15
2.5	Ruimtelijke kwaliteit	16
2.6	Routing	17
2.7	Conclusies	18
3	**Toekomstvisie**	**19**
3.1	Ruimtelijk-functionele hoofdstructuur	20
3.2	Doelgroepen en bezoekmotieven	24
3.3	Functie en positie deelgebieden	26
3.4	Vervolgtraject	33
Bijlagen		**35**
Bijlage 1	Leden projectgroep	36
Bijlage 2	Proces en bijeenkomsten	36
Bijlage 3	Verslaglegging werkateliers	37
Bijlage 4	Kenmerken binnenstadsbezoekers en-gedrag	40


Het oude huis
Antieke interieurbouwmaterialen
Tel. 0164 - 25 40 18
12
PERONI
NASTRO AZZURRO
11m
TANDPRO HETISCHE-
PRAKTIJ

1 Inleiding

1.1 Brede Aanpak Binnenstad

Bergen op Zoom beschikt over een aantrekkelijke binnenstad met een grote diversiteit aan voorzieningen. Voor inwoners van Bergen op Zoom en omgeving is de binnenstad een belangrijke locatie om te winkelen en te verblijven. De historische entourage en bourgondische sfeer zijn onderscheidende kwaliteiten in de regio en dragen bij aan de aantrekkingskracht van de binnenstad, niet alleen voor inwoners, maar ook voor toeristisch-recreatieve bezoekers.

Net als veel middelgrote steden in het land heeft de binnenstad van Bergen op Zoom echter ook te maken met een forse hoeveelheid leegstaande winkelpanden. De afgelopen jaren is met name het niet-dagelijkse winkelaanbod sterk afgenomen, met als gevolg een snel oplopende leegstand. Inmiddels staan in de hele binnenstad circa 80 panden leeg*, waarvan circa 65 in het kernwinkelgebied en de belangrijkste aanloopstraten.

Brede Aanpak Binnenstad

De leegstand heeft een negatief effect op het imago van Bergen op Zoom en op de aantrekkelijkheid van de binnenstad als economisch, sociaal en cultureel hart van de

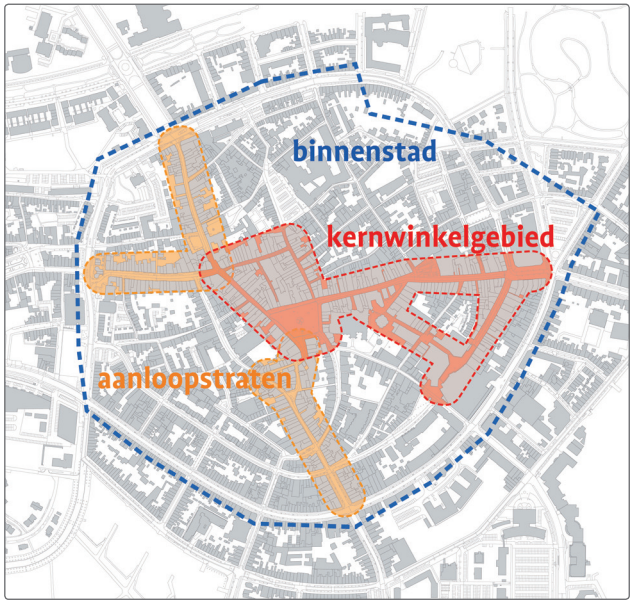
* Locatus, peildatum april 2017, bewerking DTNP



Het centrum van Bergen op Zoom heeft een belangrijke functie in de gemeente ...

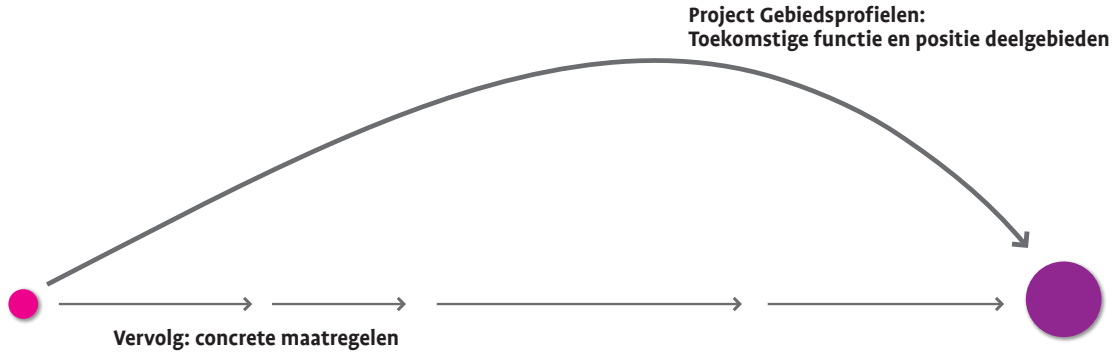


... maar kampt met een forse hoeveelheid leegstand



Afbakening binnenstad, kernwinkelgebied en aanloopstraten

gemeente. Met de ‘Brede Aanpak Binnenstad’ en het ‘Binnenstadslab’ werkt de gemeente dan ook actief aan opwaardering van de binnenstad. De aanpak, op initiatief en in opdracht van de gemeenteraad, bestaat uit negen projecten, variërend van structuurbepalende projecten voor de lange termijn tot projecten die op korte termijn resultaten opleveren (quick wins).



Onderdeel van de aanpak is het project ‘Gebiedsprofielen Binnenstad’, waarin samen met vastgoedeigenaren en ondernemers (co-creatie) richting wordt gegeven aan de toekomstige functie en positie van de deel-gebieden in de binnenstad. DTNP verzorgde de procesleiding en stelde op basis van alle input en bureau-expertise voorliggende rapportage op.

1.2 Project gebiedsprofielen

Doel en vragen

Doel van het project is het opstellen van een realistisch ruimtelijk-functioneel streefbeeld voor de toekomstige ontwikkeling van de binnenstad, waarin voor de verschillende deelgebieden de toekomstige positie, kansrijke functies en benodigde randvoorwaarden worden benoemd. De visie op de gebiedsprofielen speelt enerzijds in op actuele trends en ontwikkelingen en de bezoekmotieven van (toekomstige) bezoekers, en anderzijds op de specifieke kwaliteiten van de Bergse binnenstad en de deelgebieden.
De volgende vragen worden beantwoord:

1. Welke relevante trends en ontwikkelingen doen zich voor in centrumgebieden en bezoekersgedrag?
2. Hoe kan de binnenstad van Bergen op Zoom worden beoordeeld? Welke sterke en zwakke punten kunnen worden benoemd?
3. Welke doelgroepen, bezoekmotieven en aanbod passen bij de haalbare functies van de binnenstad van Bergen op Zoom?
4. Wat is de gewenste functioneel-ruimtelijke structuur van de binnenstad, passend bij kansrijke doelgroepen, bezoekmotieven en kwaliteiten van deelgebieden?
5. Wat is de haalbare en gewenste functie en positie van de verschillende deelgebieden en welke kansrijke functies passen daarbij?
6. Wat zijn de consequenties (randvoorwaarden) voor realisatie van gebiedsprofielen?

Punt aan de horizon

Het project Gebiedsprofielen is een belangrijk onderdeel in de Brede Aanpak Binnenstad en is mede bepalend voor de structurele ontwikkeling van de Bergse binnenstad in de komende jaren. Het biedt voor de binnenstad als geheel en de deelgebieden in het bijzonder een punt aan de horizon, een wenkend toekomstperspectief waar de komende jaren naartoe gewerkt kan worden.

In het vervolgtraject zullen waar nodig de juiste maatregelen en randvoorwaarden gecreëerd moeten worden om de gewenste gebieds-profielen ook te kunnen bereiken. Het project heeft dan ook belangrijke raakvlakken met en consequenties voor aanpalende beleidsthema’s zoals verkeer, parkeren, wonen en openbare ruimte.

1.3 Aanpak: Co-creatie

Bij de ontwikkeling van beleid voor de binnenstad hecht de gemeente grote waarde aan een actieve betrokkenheid van stakeholders (co-creatie). Ondernemers en vastgoedeigenaren hebben immers een groot belang bij en invloed op de aantrekkelijkheid en ontwikkeling van de binnenstad. Deze visie is daarom van, voor en door de directe stakeholders: ondernemers, eigenaren en gemeente.

12 werkateliers

Voor het project Gebiedsprofielen is een intensief proces opgezet waarin ondernemers en eigenaren zijn uitgenodigd om actief mee te denken over de toekomstige ruimtelijk-functionele ontwikkeling van de binnenstad en de deelgebieden. Om hier invulling aan te geven is de binnenstad opgedeeld in zeven deelgebieden, waarbij deelgebieden Lievevrouwestraat en Steenbergsestraat tegelijk zijn uitgenodigd. Per deelgebied zijn voor betrokkenen twee werkateliers georganiseerd. In totaal hebben 12 bijeenkomsten plaatsgevonden, waarin is gediscussieerd over de sterke en zwakke punten, kansen en bedreigingen van de binnenstad en de deelgebieden afzonderlijk. In totaal hebben meer dan 100 stakeholders deelgenomen.







Twaalf bijeenkomsten in het Oude Stadhuis aan de Grote Markt. In totaal meer dan 100 deelnemers.

Projectgroep

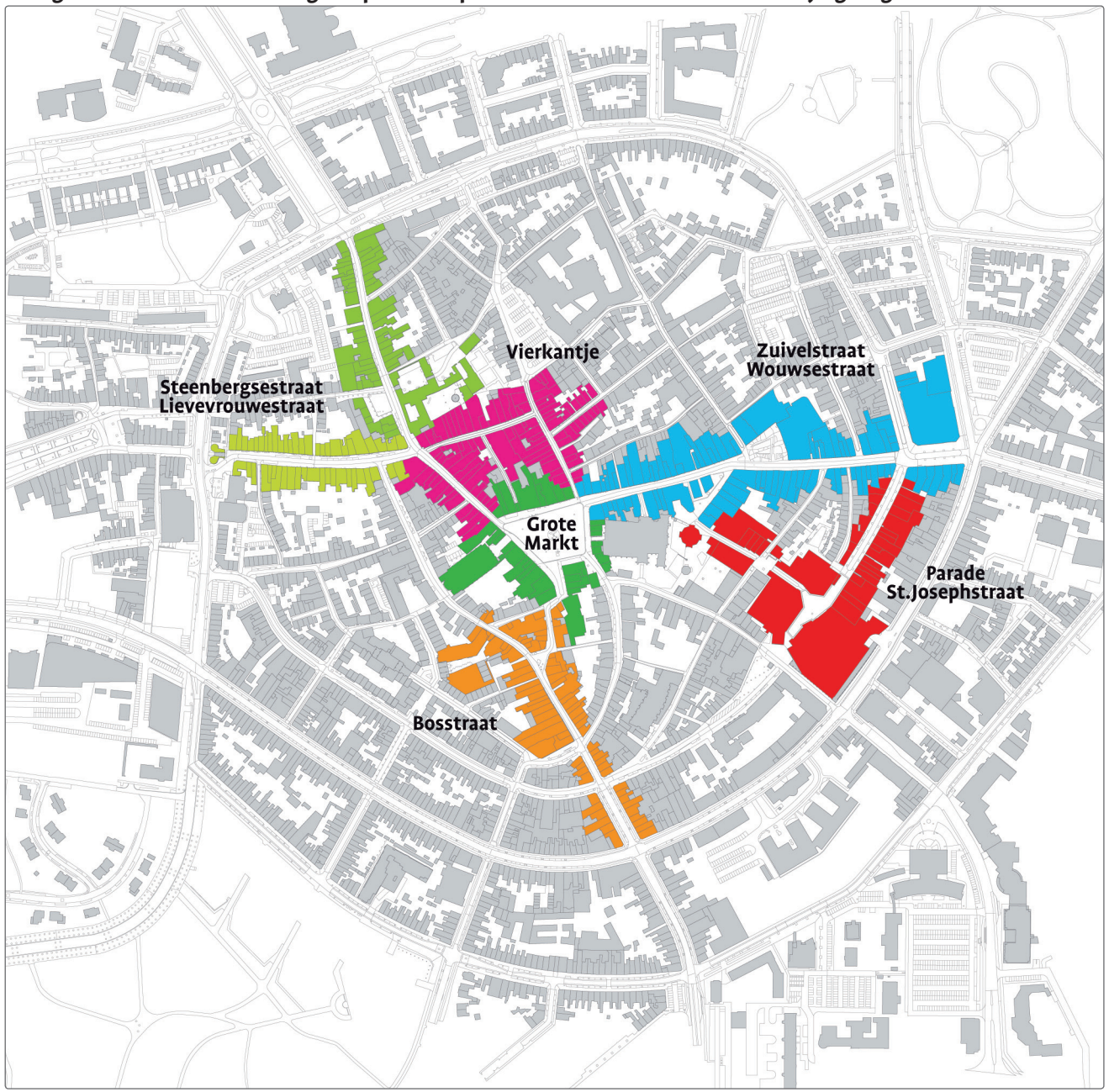
Het proces is begeleid door een projectgroep bestaande uit vertegenwoordigers van de gemeente en marktpartijen (bijlage 1). Daarnaast hebben informele gesprekken en bijeenkomsten plaatsgevonden met andere betrokkenen, zoals beleidsmedewerkers en raadsleden. In bijlage 2 is een volledig overzicht te vinden van het doorgelopen proces en de bijeenkomsten.

1.4 Leeswijzer

Hoofdstuk 2 bevat een analyse van actuele trends en ontwikkelingen en het huidige functioneren van de binnenstad van Bergen op Zoom. De analyse is gebaseerd op feiten en cijfers uit bestaand onderzoek en op de aspecten die tijdens de werkateliers door ondernemers en eigenaren aan de orde zijn gesteld (verslaglegging van de bijeenkomsten in bijlage 3).

Hoofdstuk 3 bevat de visie op de ruimtelijk-functionele ontwikkeling van de binnenstad, de invulling van de gebiedsprofielen en de randvoorwaarden om deze te bereiken. De visie is gebaseerd op de kansen en mogelijkheden die door betrokkenen zijn benoemd en houdt rekening met trends, haalbaarheid, ervaringen elders (best practices) en verwacht lokaal draagvlak.

Deelgebieden binnenstad Bergen op Zoom op basis waarvan de werkateliers zijn georganiseerd





2 Analyse

2.1 Autonome trends

De forse leegstand in de binnenstad van Bergen op Zoom kan voor een deel worden verklaard door een aantal autonome trends in centrumgebieden en bezoekersgedrag die het functioneren van met name middelgrote centra onder druk zet.

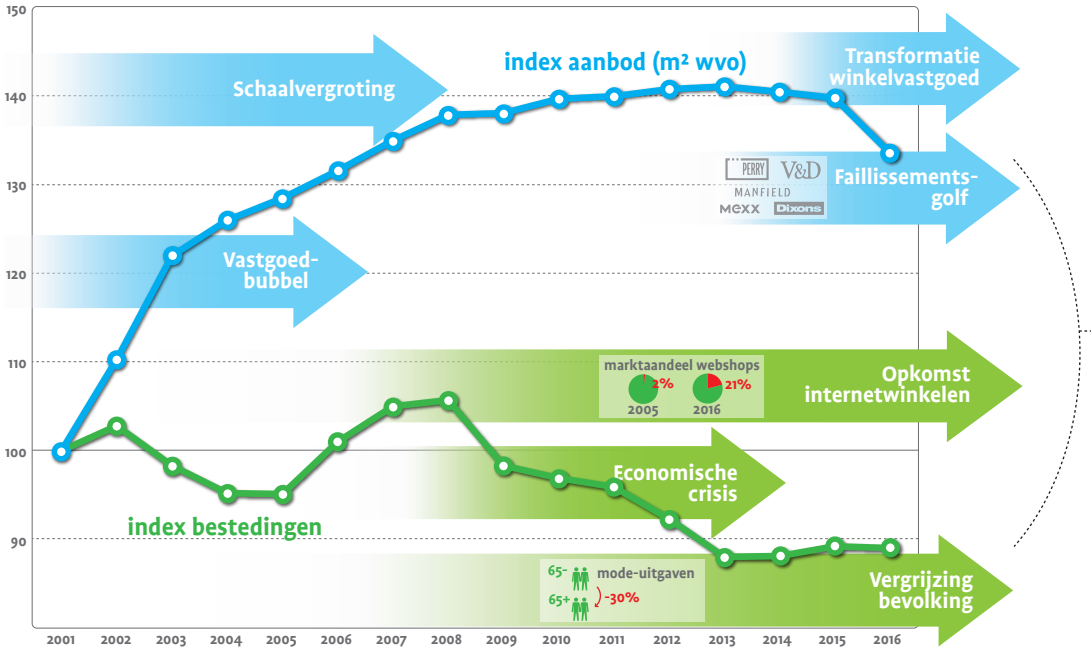
Verhouding vraag en aanbod

Sinds 2008 is de winkelmarkt aan grote wijzigingen onderhevig en structureel gewijzigd van een groei- in een krimpmarkt. Tot een aantal jaar geleden groeide het aanbod in de non-foodsector nog sterk door de vastgoed-bubbel en drang tot schaalvergroting. De bestedingen in fysieke winkels groeiden echter niet in dezelfde mate mee. Sterker nog, sinds 2008 dalen de bestedingen. De economische crisis is daarvoor niet de enige oorzaak. Op de achtergrond spelen maatschappelijke trends die leiden tot een structurele daling van bestedingen. Door de opkomst van internet verschuiven bestedingen steeds meer van fysieke winkels naar webshops (marktaandeel in non-food 20% in 2016). Verder heeft de vergrijzing een drukkend effect op bestedingen. Ouderen (75+) besteden minder aan producten.

Gevolg is dat er een structureel overaanbod is ontstaan. Sinds 2012 zijn al meer dan 50 landelijke winkelketens failliet gegaan. Hoewel een deel daarvan (na een doorstart of over-name) in afgeslankte vorm verder gaat, heeft dit grote gevolgen voor de winkelmarkt, met name in middelgrote centra. In 2015 nam het aanbod in de non-food voor het eerst in de historie af. De leegstand is inmiddels opgelopen tot ruim 3,5 mln m² wvo. Door het stijgende aantal beschikbare winkelpanden laat ook het huurprijsniveau sinds 2010 een dalende trend zien. De leegstand neemt inmiddels niet meer toe, doordat leegstaande winkelpanden worden getransformeerd naar andere functies.

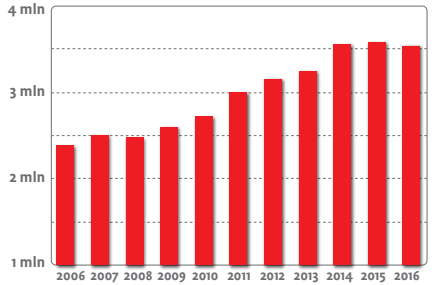
Ondanks de licht oplevende bestedingen sinds 2015 is de verwachting dat het winkelaanbod de komende jaren nog verder zal afnemen, als gevolg van de verdere groei van webshops en de voortgaande vergrijzing van de bevolking.

Ontwikkeling vraag en aanbod non-foodwinkelmarkt



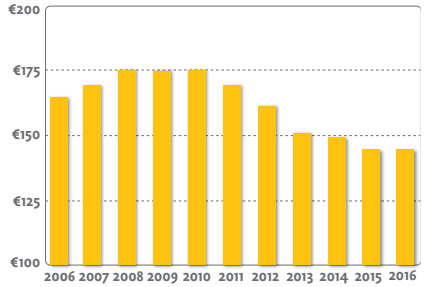
Bron: CBS, detailhandel.info, thuiswinkel.org, I&O en DTNP

Ontwikkeling leegstand (m² wvo)



Bron: Locatus

Ontwikkeling huurprijsniveau



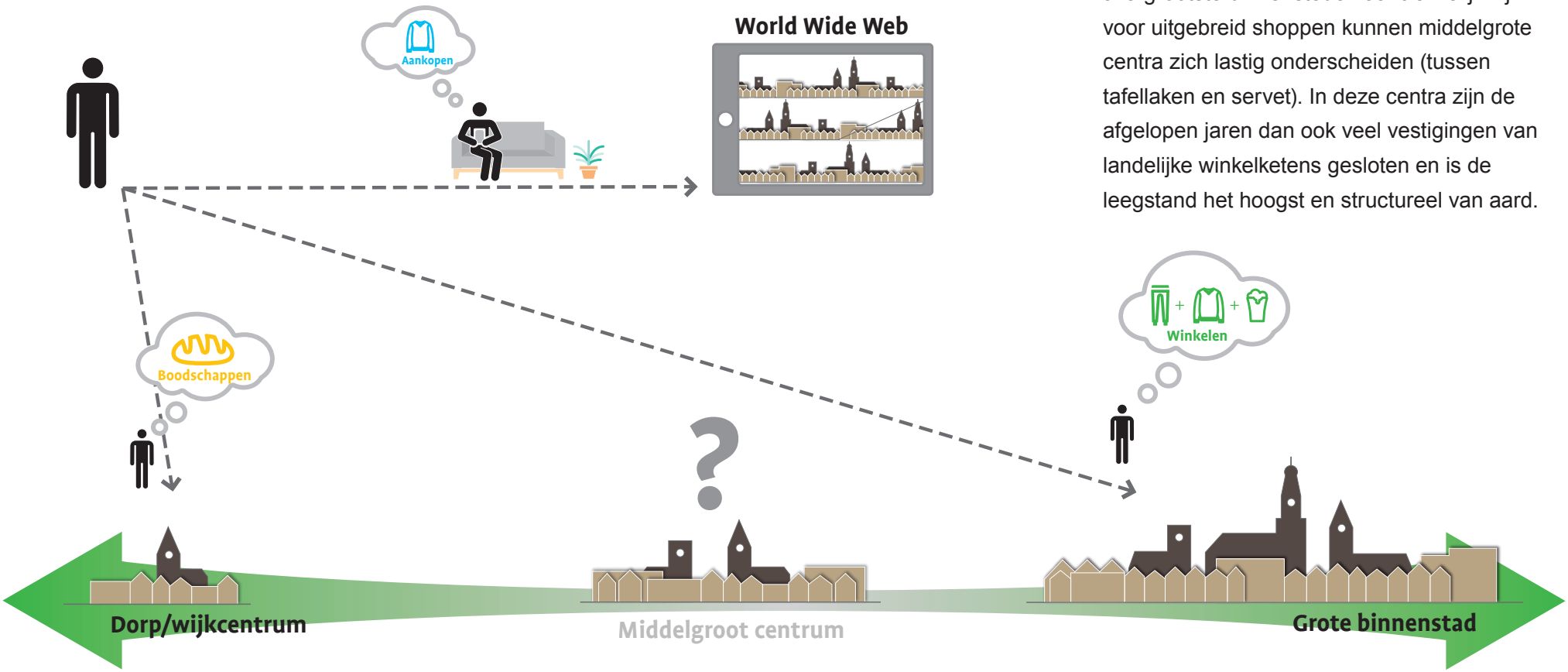
Bron: NVM

Polarisatie winkelstructuur

De opkomst van internetwinkelen leidt tot een structureel ander aankoopgedrag. Het marktaandeel van webshops groeit razendsnel en steeds meer soorten producten worden massaal via internet gekocht, zelfs keuzegevoelige producten zoals schoenen (denk aan sterke groei Zalando). Bezorgen is gratis en gaat steeds sneller (binnen 24 uur).

Dit betekent dat de noodzaak voor het bezoek aan winkelgebieden voor een groot deel is weggevallen. Winkels worden alleen nog bezocht als sprake is van een onderscheidend vermogen ten opzichte van internet. Het gaat dan om het doen van dagelijkse aankopen in de directe woonomgeving (boodschappen) óf om een bezoek aan de grootste binnensteden, waar een unieke verzameling van aanbod en een aantrekkelijke sfeer en beleving te vinden zijn, en waarvoor consumenten bereid zijn een lange reisafstand af te leggen (dagje naar de stad). Overige bezoekmotieven worden grotendeels opgevangen door het internet, thuis op de bank.

Gevolg is dat vooral middelgrote centra kampen met toenemende leegstand. Waar wijk- en dorpscentra vooral aantrekkelijk zijn voor makkelijk en snel boodschappen doen en de allergrootste binnensteden aantrekkelijk zijn voor uitgebreid shoppen kunnen middelgrote centra zich lastig onderscheiden (tussen tafellaken en servet). In deze centra zijn de afgelopen jaren dan ook veel vestigingen van landelijke winkelketens gesloten en is de leegstand het hoogst en structureel van aard.



Functieverbreding

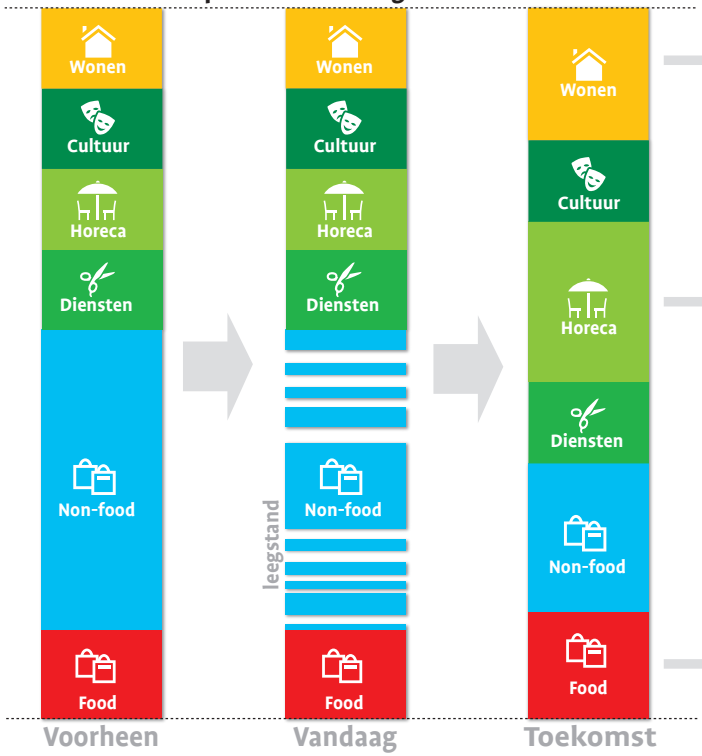
De laatste jaren gaat de afname van winkels in centrumbieden gepaard met een functionele herpositionering. Waar voorheen in veel middelgrote centra de niet-dagelijkse winkelfunctie zwaar dominant was, worden leegstaande panden nu steeds vaker getransformeerd en voor andere doeleinden gebruikt.

Binnen de detailhandel is nog wel een groei zichtbaar in de dagelijkse sector. Er is behoefte aan kwalitatief hoogwaardige en ambachtelijk bereide (vers)producten, waardoor, na jaren van daling, weer een groei zichtbaar is bij gespecialiseerde verszaken.

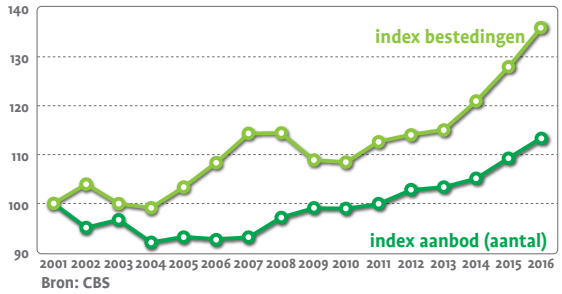
Daarnaast groeit de horeca fors. Sinds 2008 zijn de bestedingen met meer dan 20% gestegen en ook het aanbod groeit gestaag. Dit sluit aan bij de toenemende behoefte aan ontmoeting in en beleving van binnensteden.

Ook is een toename van de woonfunctie zichtbaar. Het aantal woningen in centra groeit door het stimuleren van wonen boven winkels en de transformatie van voormalige winkel- en kantoorpanden tot woningen. Met name voor jongvolwassenen (25-35 jaar) en senioren (65+) is het, in verband met de vele voorzieningen, interessant om in centrumgebieden te wonen.

Functionele opbouw centrumgebieden

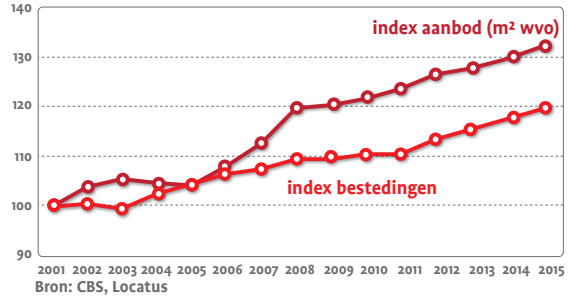


Groeiende horecasector



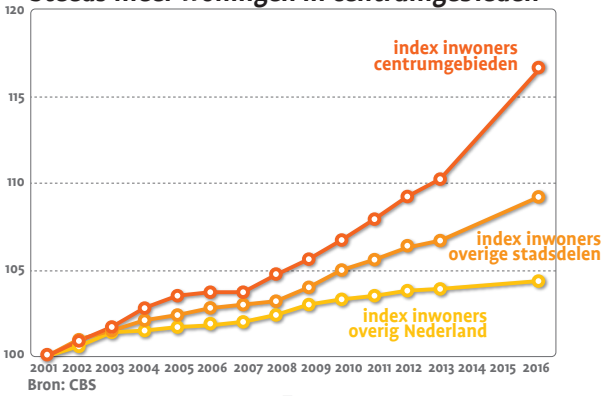
Bron: CBS

Groeiende foodsector



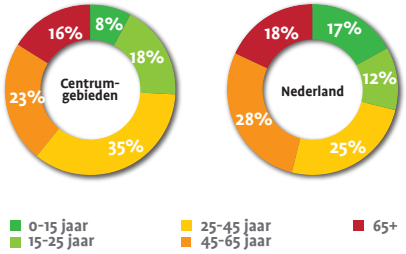
Bron: CBS, Locatus

Steeds meer woningen in centrumgebieden



Bron: CBS

Leeftijd bewoners



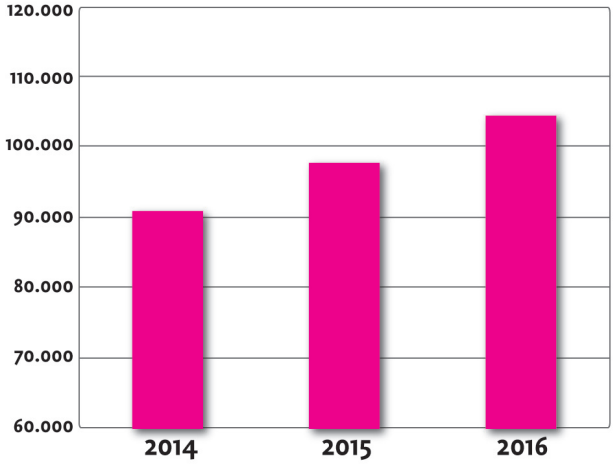
2.2 Functie en positie

Daling bezoekersaantallen

De polarisatie in de winkelstructuur en de kwetsbare positie van middelgrote centra is ook zichtbaar in Bergen op Zoom. De Bergse binnenstad is een middelgroot centrum waar, ondanks een lichte stijging in de laatste jaren, het huidige aantal binnenstadsbezoekers nog steeds lager ligt dan in 2009. De binnenstad ondervindt, net als andere centra, toenemende concurrentie van internet, waar alle producten altijd en overal vaak tegen de laagste prijs beschikbaar zijn. De noodzaak om de binnenstad te bezoeken, neemt af.

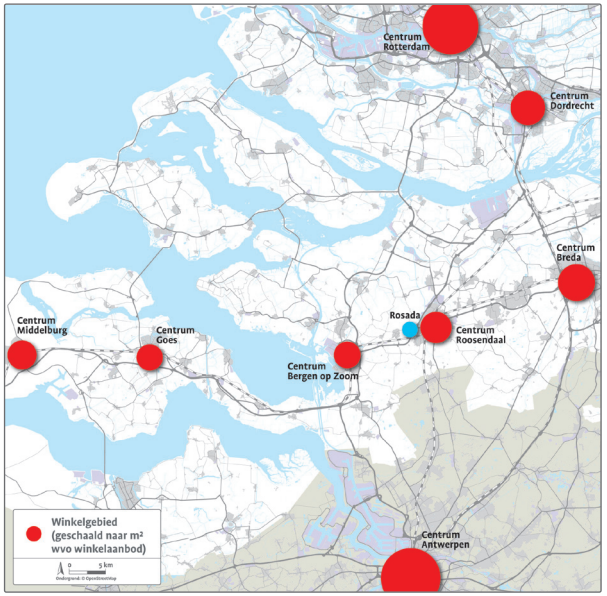
Daarnaast ondervindt de Bergse binnenstad concurrentie van grote centra in de regio die sterk gericht zijn op recreatief bezoek. Vooral de binnensteden van Antwerpen en Rotterdam hebben een enorm aanbod aan winkels, horeca en cultuur in een hoogstedelijke setting, en grote aantrekkingskracht op consumenten in de wijde omtrek. In de binnensteden van Goes, Middelburg en Roosendaal is het winkelaanbod in orde van grootte vergelijkbaar met de binnenstad van Bergen op Zoom. Het outletcentrum in Roosendaal is onlangs uitgebreid en trekt veel consumenten uit de regio voor een dagje (mode)shoppen.

Ontwikkeling aantal weekbezoekers binnenstad Bergen op Zoom



Bron: citytraffic

Regionale winkelstructuur





Polarisatie winkelstructuur zichtbaar in Bergen op Zoom



Binnenstad Antwerpen: grote aantrekkingskracht

Recreatieve winkelfunctie afgenomen

De afname van het aantal bezoekers heeft tot gevolg dat het voorzieningenaanbod in de binnenstad de afgelopen jaren ook is afgenomen. Dit geldt met name voor het winkelaanbod in mode en overig niet-dagelijkse branches. Hierdoor is de recreatieve winkelfunctie van Bergen op Zoom ook afgenomen. In de werkateliers werd dit door ondernemers en eigenaren benadrukt en is gepleit voor het loslaten van de benadering van de Bergse binnenstad als regionale winkelstad.

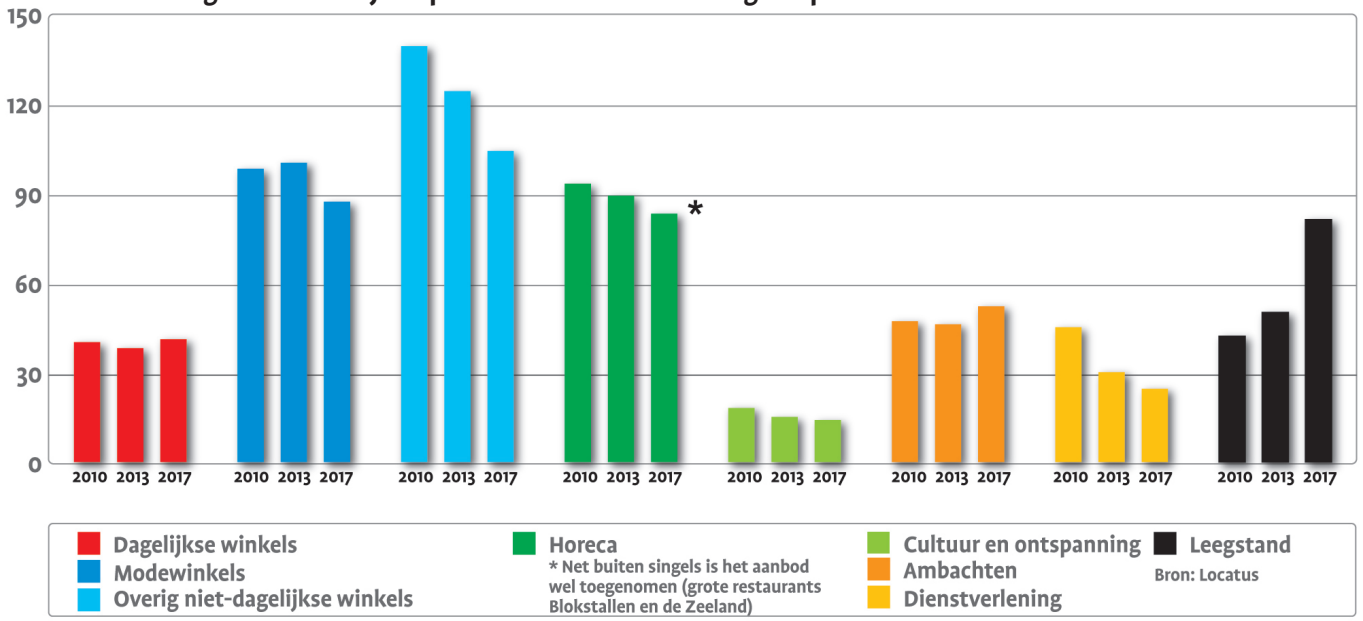
Vooral lokale bezoekers en toeristen

Uit een recente enquête onder bezoekers van de binnenstad komt naar voren dat bijna 2/3 van de binnenstadsbezoekers uit de eigen gemeente komt en de binnenstad wekelijks bezoekt*. Dit komt overeen met wat tijdens de werkateliers door stakeholders is aangegeven. Volgens hen zijn er twee hoofddoelgroepen te onderscheiden:

- Bevolking uit de eigen gemeente en directe omgeving (o.a. Tholen en Steenbergen); zij bezoeken de binnenstad vaak en komen veelal voor een reeks van doelgerichte aankopen (koopdoel) en/of horeca.
- (Dag)toeristen, met name Belgen, en mensen die een weekendje weg zijn en verblijven in de hotels in de binnenstad of omgeving.

* DTNP (2017), Bezoekersenquête binnenstad Bergen op Zoom in het kader van onderzoek middelgrote centra

Ontwikkeling aantal bedrijven per sector binnenstad Bergen op Zoom





Voornamelijk bezoekers uit eigen omgeving...



... en toeristisch-recreatieve bezoekers

2.3 Spreiding functies

Voorzieningenaanbod

Momenteel heeft de binnenstad zo'n 235 winkels, 80 horecazaken, 15 functies in cultuur en ontspanning, 50 ambachtelijke en 25 dienstverlenende bedrijven*. Het winkelaanbod heeft een totaal oppervlak van circa 38.800 m² wvo. Er staan ruim 80 panden leeg met een gezamenlijk oppervlak van ruim 15.000 m² wvo.

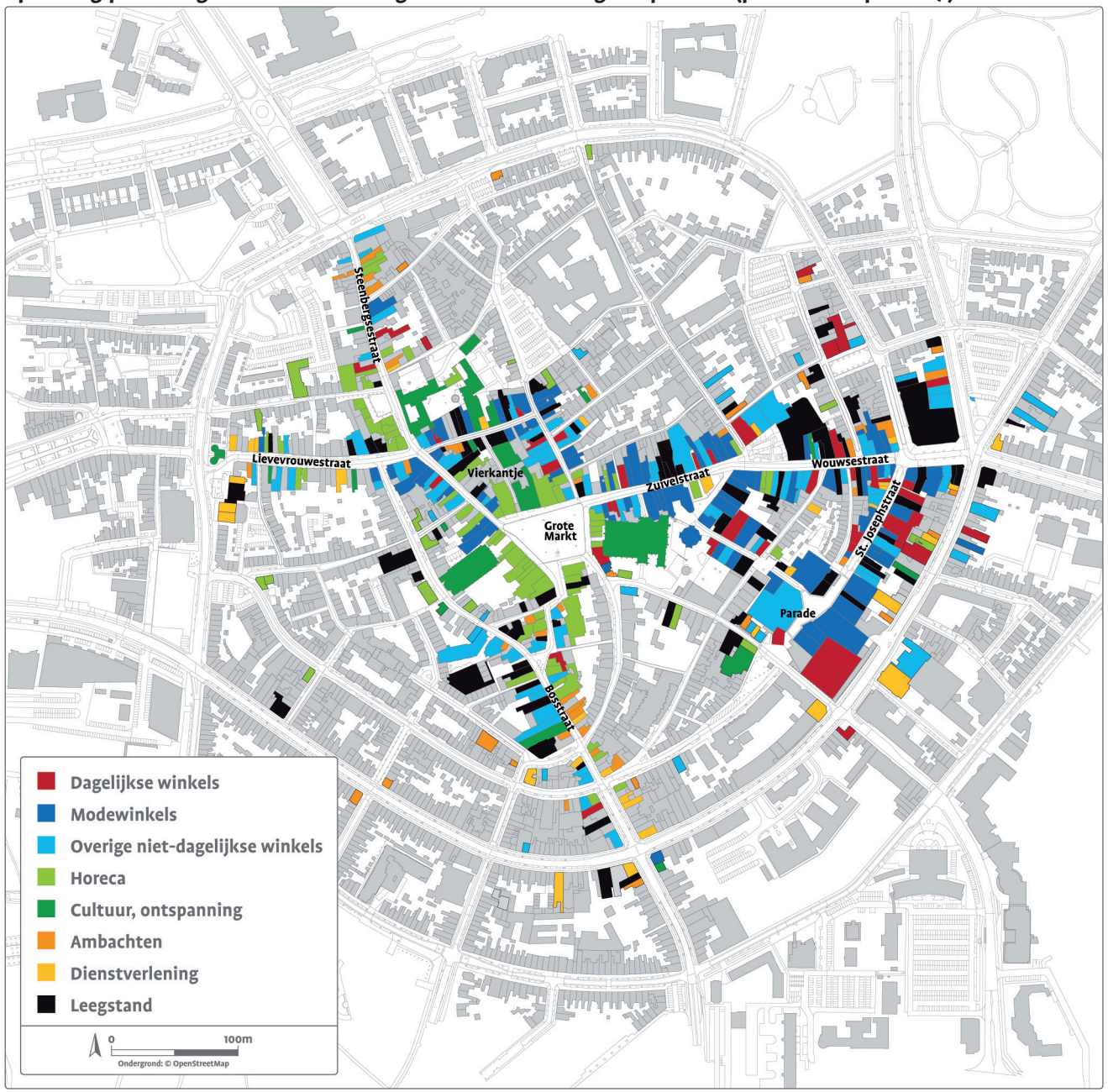
De meeste winkels (28.920 m² wvo) zijn gevestigd in het kernwinkelgebied, bestaande uit de achtstructuur Zuivelstraat, Wouwsestraat, Sint Josephstraat, Parade, Grote Markt en het Vierkantje. In de aanloopstraten Bosstraat, Lievevrouwestraat en Steenbergsestraat zijn naast winkels (3.740 m² wvo) ook veel andere functies aanwezig, zoals diensten, ambachten en woningen. Buiten de winkelacht en de aanloopstraten is nog circa 10.000 m² wvo aan (leeg of gevuld) winkeloppervlak aanwezig. Dat is bijna 20% van het totaal in de binnenstad.

Winkelaanbod binnenstad Bergen op Zoom (wvo)*

	Winkels	Leegstand
Kernwinkelgebied	28.920 m²	10.020 m²
Aanloopstraten	3.740 m²	1.350 m²
Overig binnenstad	6.140 m²	3.990 m²
TOTAAL	38.800 m²	15.360 m²

* Bron: Locatus (april 2017), Verkooppuntenbestand

Spreiding publieksgerichte voorzieningen binnenstad Bergen op Zoom (peildatum april 2017)



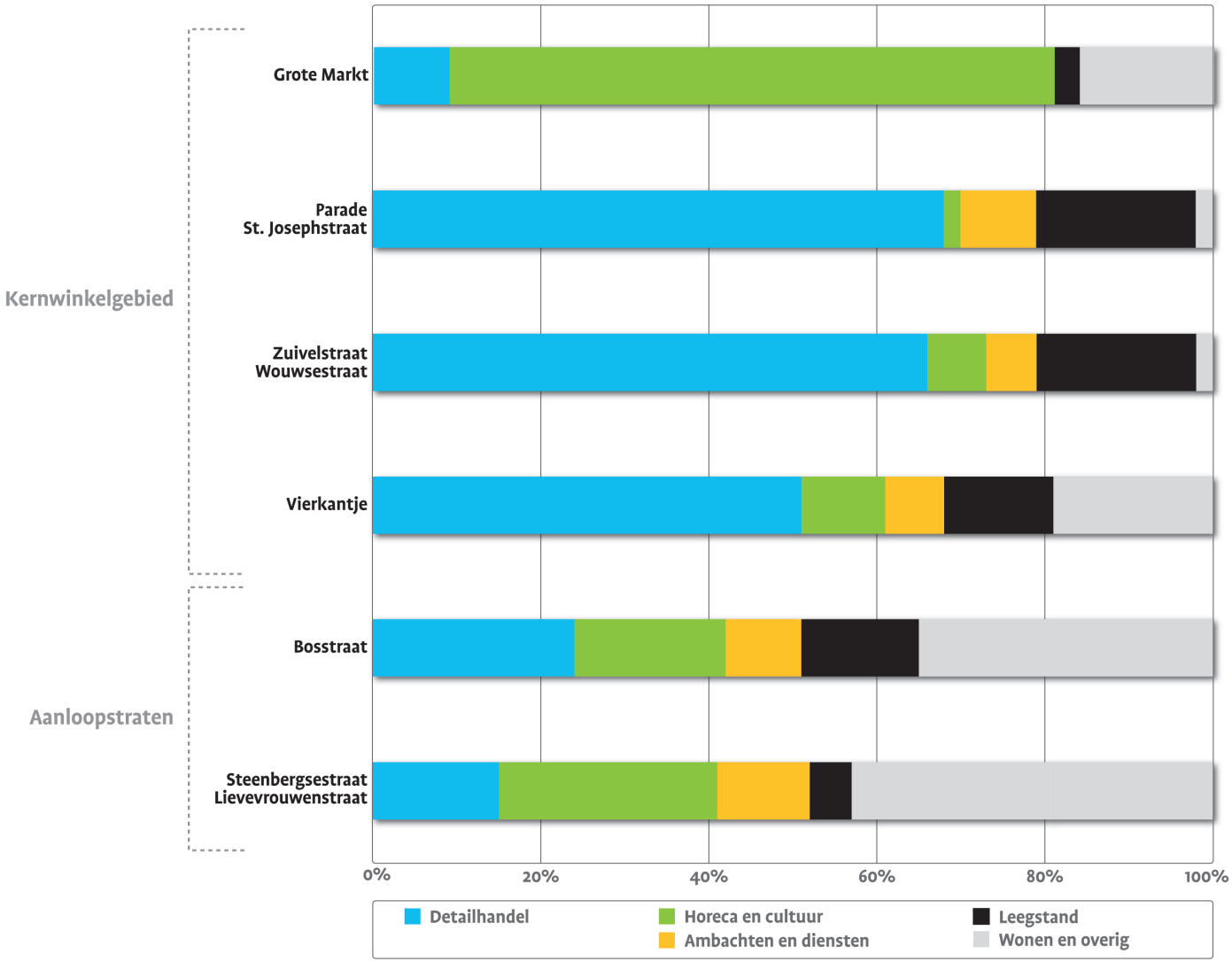
Duidelijke verschillen in functieprofiel per deel

De winkelfunctie is (nog steeds) dominant aanwezig in de hoofdwinkelstraten St. Josephstraat (Parade) en Zuivelstraat-Wouwsestraat. Zeven op de tien voordeuren betreft een winkel. Hier zijn de meeste landelijk bekende (mode-) ketens gevestigd (o.a. Hema, H&M, Blokker en C&A). Zowel in aantal winkels als in winkeloppervlak ligt in deze straten het zwaartepunt van het winkelaanbod in de Bergse binnenstad.

In het Vierkantje (Fortuinstraat-Kortemeestraat-Kremerstraat) is circa de helft van de begane grond een winkel. De winkelpanden zijn wisselend van omvang en veelal monumentaal. Ze worden in grote mate geëxploiteerd door lokale ondernemers. Winkels in diverse branches worden afgewisseld met ambachten, galeries, horeca, maatschappelijke functies en niet-publieksgerichte functies. Het voorzieningenaanbod is gemengd en verrassend.

De Grote Markt is het centrale horecaplein in de binnenstad. Hier ligt duidelijk het zwaartepunt van de horeca. De horeca is dominant aanwezig in elke pleinwand, en op het plein is het grootste terrassenaanbod te vinden. De meeste horecazaken zijn zowel gericht op dag- als avondgasten (dagrondconcept). Daarnaast is aan de Grote Markt de culturele publiekstrekker Stadsschouwburg De Maagd gevestigd. Het centrale deel van het grote plein staat leeg, behoudens tijdens (grote) evenementen (o.a. Vastenavend), waardoor het plein volgens diverse stakeholders buiten deze evenementen om kaal en saai aandoet.

Huidig functieprofiel deelgebieden binnenstad Bergen op Zoom (in aandeel panden)



De aanloopstraten kennen een zeer gemengd functieprofiel, waarbij geen enkele functie dominant aanwezig is. Het voorzieningen-aanbod in de Bosstraat en Steenbergsestraat bestaat hoofdzakelijk uit lokale ondernemers die specialistische producten en/of diensten aanbieden (o.a. wijnhandel, barbier en reparatie). Ook zijn er meerdere horecazaken (o.a. cluster Beursplein). In deze straten wordt daarnaast op de begane grond gewerkt (kleinschalig kantoor) en gewoond, met name in de delen verder van de winkelacht gelegen. In de Lievevrouwestraat is de woonfunctie dominant, met name in de westelijke helft van de straat. De publieksgerichte functies die er zijn richten zich voornamelijk op de toeristisch-recreatieve bezoeker (o.a. galerie/kunst).

Leegstand in alle delen, vooral in winkelstraten

Het grootste aantal leegstaande panden staat in de deelgebieden Parade-St. Josephstraat en Zuivelstraat-Wouwsestraat, terwijl hier de meeste passanten zijn (A1-milieu). Circa 20% van de panden leeg staat leeg. Verklaring hiervoor is dat in deze gebieden van oudsher de meeste landelijke winkelketens in het middensegment gevestigd zijn en dat is juist de categorie waarin veel winkelbedrijven failliet gaan en/of een sanering plaatsvindt van het aantal vestigingen. Bovendien hebben de panden hier vaak een relatief groot oppervlak en liggen de huren hoger dan in andere deelgebieden waardoor ze minder makkelijk opnieuw verhuurd worden.

Het verdwijnen van V&D leidt tot een groot gat en het wegvallen van een publiekstrekker en ankerpunt in de winkelroute.

Ook in de aanloopstraten staan panden structureel leeg. Wel is het aandeel leegstand iets lager dan in het kernwinkelgebied. De panden zijn kleiner en goedkoper en daardoor makkelijker te verhuren en/of om te bouwen naar andere functies zoals woningen, ambachten of diensten. In deze gebieden is een grotere mate van flexibiliteit doordat panden relatief eenvoudig voor meerdere typen functies geschikt (te maken) zijn.



Grote Markt: centrale horeca- en ontmoetingsplein



Bekende ketens vooral in Parade



Lokale ondernemers in Vierkantje en aanloopstraat


In aanloopstraten wordt gewoond op begane grond

2.4 Bereikbaarheid

Parkeren

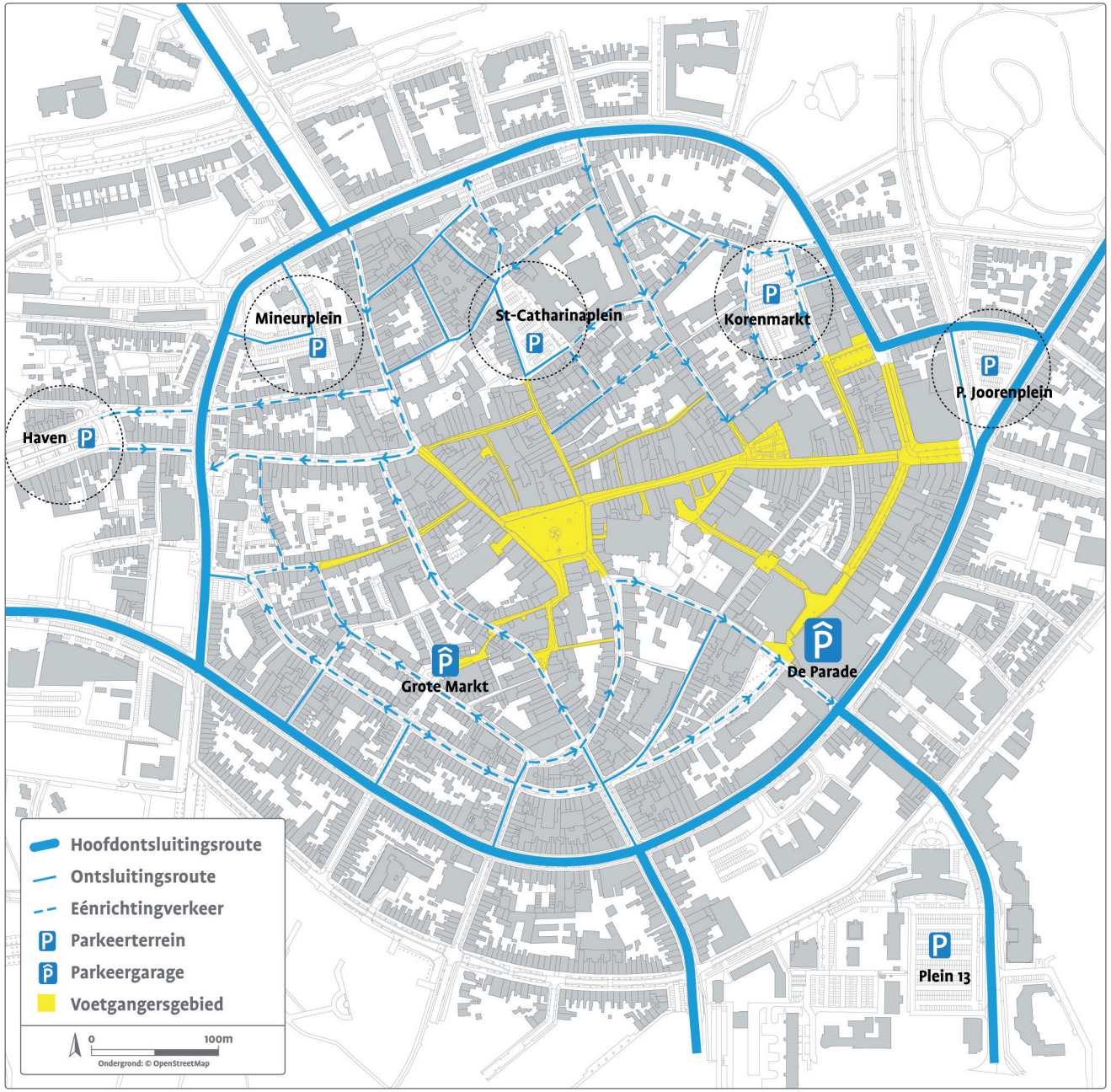
De grote parkeerlocaties liggen verspreid over de binnenstad en zijn via de centrumring goed bereikbaar. De Parade-garage is met circa 400 plaatsen het grootst. In het noorden zijn vijf terreinen met een capaciteit van 80 tot 140 plaatsen. De Parade en het P. Joorenplein worden het meest door bezoekers gebruikt. Garage Grote Markt (circa 150 plaatsen) ligt centraal, maar wordt minder gebruikt/gevonden.

In de binnenstad geldt een uurtarief van € 1,- tot € 1,80, afhankelijk van de locatie. In de straten en op de terreinen geldt vooraf betalen, met in de straten een maximum van 2 uur. Achteraf betalen is mogelijk met een parkeerapp (steeds meer gebruikt, momenteel 35%). In de garages wordt achteraf betaald. Over het parkeren is veel ongenoegen. Volgens veel ondernemers en eigenaren past het regime (o.a. ingewikkelde meter) niet bij de (nieuwe) functie van de binnenstad (overwegend hoogfrequent bezoek) en werkt het vooraf betalen nadelig voor de verblijfsduur.

Voetgangers en fietsen

In de aanloopstraten is autoverkeer toegestaan in één richting. De winkelacht is voetgangersgebied, waar niet gefietst mag worden. Volgens veel betrokkenen is de toegankelijkheid binnen de centrumring per fiets matig en zijn centrale stallingsmogelijkheden beperkt. Aandacht hiervoor is wel gewenst, aangezien twee op de drie lokale bezoekers te voet of te fiets komt (DTNP, 2017).

Ontsluitingsroutes en parkeerlocaties binnenstad Bergen op Zoom



2.5 Ruimtelijke kwaliteit

Historie: belangrijk onderscheidend vermogen

De binnenstad heeft een historisch karakter door de aanwezigheid van meer dan 70 rijks- en 100 gemeentelijke monumenten. De belangrijkste iconen zijn het Oude Stadhuis, Theater De Maagd en de St. Gertrudiskerk aan de Grote Markt, het Markiezenhof aan het begin van de Steenbergsestraat en de Gevangenpoort aan de Lievevrouwestraat. Door de historie heeft de Bergse binnenstad een aantrekkelijke ruimtelijke sfeer en beleving. Dat is van groot belang als onderscheidend vermogen ten opzichte van andere binnensteden (o.a. Roosendaal) en van winkelen op internet.

Oostelijk deel binnenstad minder historisch

De monumenten en aantrekkelijke straatjes liggen vooral in het westelijke deel van de binnenstad. In het oostelijk deel (Sint Josephstraat en omgeving) zijn nauwelijks monumenten aanwezig. De bebouwing stamt overwegend uit panden die in de 20ste eeuw zijn gerealiseerd. Het winkelproject De Parade, dat in 2007 is ontwikkeld, heeft een moderne uitstraling en biedt ruimte aan grote winkelketens (o.a. Media Markt, Jumbo, C&A).

Spreiding monumenten binnenstad Bergen op Zoom



2.6 Routing

Drukste punt

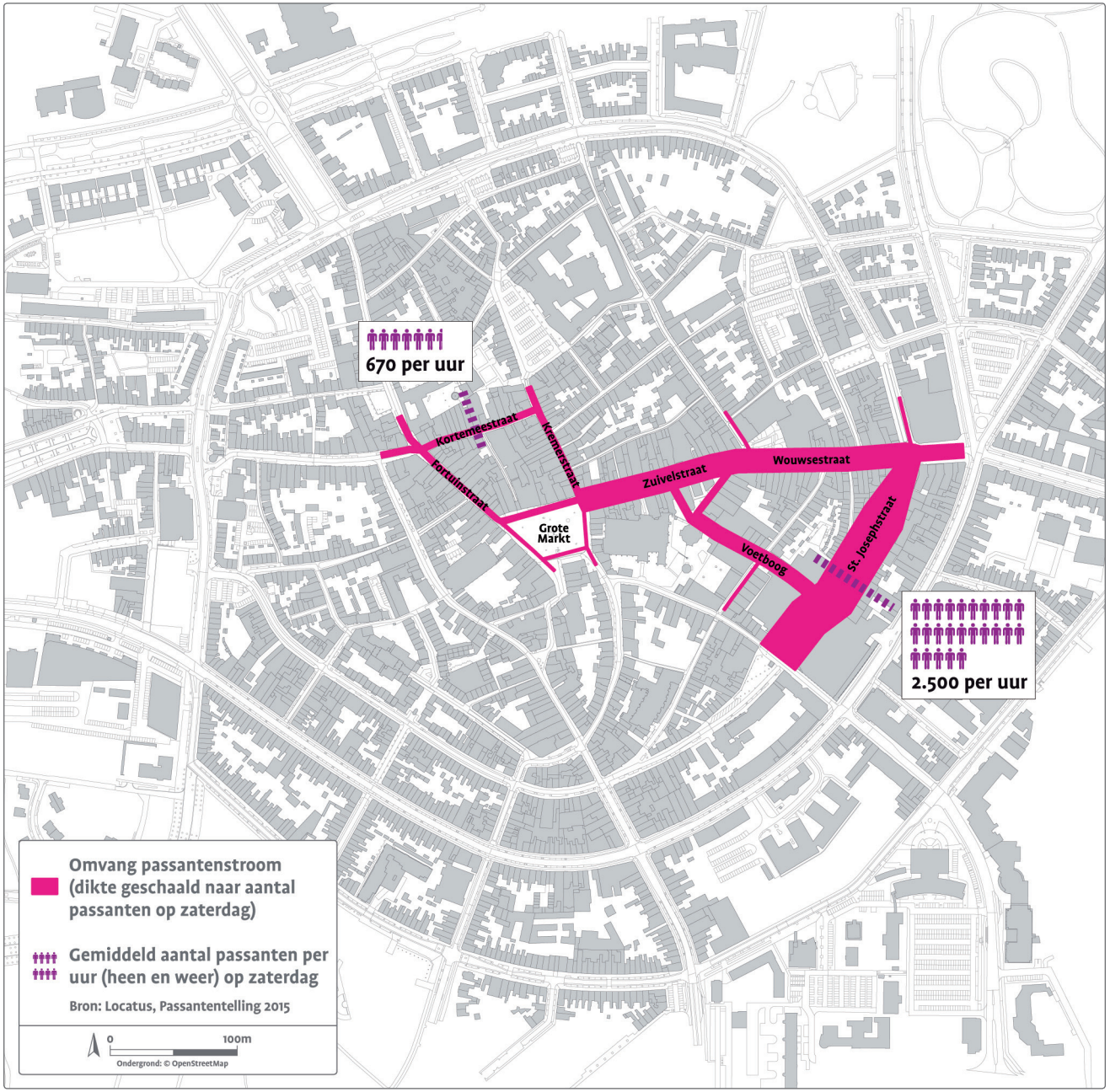
Van de straten in het kernwinkelgebied is de Sint Josephstraat het drukst. Dat kan verklaard worden door de nabijheid van de grootste parkeergarage en de grootste publiekstrekkers (o.a. Hema, Jumbo, Kruidvat, H&M). Deze winkels trekken dagelijks veel bezoekers en zorgen samen voor een grote passantenstroom.

Functioneren winkelacht

In het Vierkantje ligt het aantal passanten een stuk lager (een kwart van het drukste punt). Weliswaar is in dit deel de ruimtelijke kwaliteit hoog, maar het winkelaanbod is beperkt en er zijn geen trekkers waar elke dag grote aantallen bezoekers op afkomen. Ook de doorbloeding van het rondje Sint Josephstraat-Wouwsestraat-Zuivelstraat-Voetboog-Parade is matig. Met name de route via de Voetboog wordt door relatief weinig bezoekers gebruikt. Tijdens de werkateliers is tevens naar voren gekomen dat de structuur van de binnenstad voor bezoekers soms lastig ‘leesbaar’ is.

De winkelacht functioneert maar zeer beperkt als één samenhangend winkelgebied. Uit het bezoekersonderzoek blijkt dat slechts een enkeling de gehele acht loopt (DTNP, 2017).

Druktebeeld op zaterdag binnenstad Bergen op Zoom (momentopname 2015)



2.7 Conclusies

In onderstaande tabel zijn de belangrijkste conclusies uit de werkateliers, over de kenmerken en het huidig functioneren van de binnenstad, per onderdeel beknopt samengevat.

Op basis hiervan kan geconcludeerd worden dat de functie en positie van de binnenstad van Bergen op Zoom de afgelopen jaren is gewijzigd. De recreatieve winkelfunctie (hele dag winkelen zonder koopdoel) is afgenomen. Het lokale, gerichte en frequente bezoek (gericht kopen, efficiënt winkelen al dan niet in combinatie met andere functies) is dominanter geworden.

De binnenstad van Bergen op Zoom bevindt zich in een transitiefase. De dominantie van de winkelfunctie zal naar verwachting teruglopen. Er kan ingezet (blijven) worden op zowel de (lokale) gerichte als de toeristisch-recreatieve bezoekfunctie, waarbij ook het samenspel met andere centrumfuncties voor de aantrekkingskracht zal zorgen. Ieder deelgebied in de binnenstad kan qua functieprofiel nog meer in haar (onderscheidende) kracht worden gezet, zodat de totale aantrekkingskracht het grootst is.

Samenvatting conclusies huidig functioneren binnenstad Bergen op Zoom

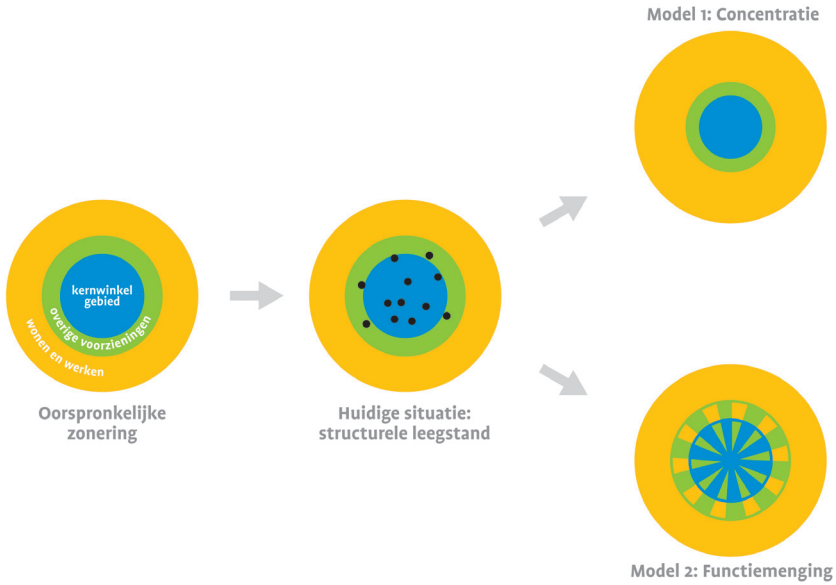
Functie en positie	• De recreatieve winkelfunctie (dagje shoppen) en regionale positie van de binnenstad is de afgelopen jaren afgenomen, gelijk aan de ontwikkeling in andere middelgrote centra. • Het grootste deel van de bezoekers (2/3) komt uit de eigen gemeente en bezoekt de binnenstad wekelijks. • Er zijn veel toeristen in de binnenstad, vooral Belgen en Nederlanders tijdens een weekendje weg. Het aantal toeristische bezoekers neemt toe.
Spreiding functies	• De meeste winkels zijn gevestigd in de winkelacht, de aanloopstraten hebben een diverse functiemix. • De leegstand is het grootst in het A1-winkelgebied. Daar zijn veel landelijke ketens verdwenen en grote panden kunnen minder eenvoudig opnieuw ingevuld worden. • Buiten de winkelacht en de aanloopstraten is op verspreide locaties in de binnenstad ook nog veel winkeloppervlak gevestigd (circa 20% van het totaal).
Bereikbaarheid	• De parkeerlocaties liggen verspreid over de binnenstad en zijn via de centrumring makkelijk te bereiken. • Het huidige parkeerregime (o.a. vooraf betalen en (ingewikkelde) parkeermeter) past niet bij de functie en positie van de binnenstad (zowel hoogfrequent bezoek (gemak) als toeristisch bezoek (flexibele verblijfsduur). • De toegankelijkheid per fiets is matig. In de gehele winkelacht is fietsen verboden en er zijn (te) weinig fietsenstallingen op locaties waar daar behoefte aan is.
Ruimtelijke kwaliteit	• De monumentale bebouwing en het stratenpatroon zijn cruciaal voor het onderscheidend vermogen van de binnenstad. • De monumenten en de onderscheidende ruimtelijke kwaliteit zijn vooral aanwezig in het westelijk deel van de binnenstad.
Routing	• De Sint Josephstraat is het drukste punt door de nabijheid van de grootste parkeergarage en de publiekstrekkers. • De winkelacht, oftewel het kernwinkelgebied, functioneert matig als samenhangend winkelgebied. Weinig mensen bezoeken de hele acht. • De doorbloeding van het rondje Sint Josephstraat-Wouwsestraat-Zuivelstraat-Voetboog-Parade is matig.



3 Toekomstvisie

3.1 Ruimtelijk-functionele hoofdstructuur

De gemeente hecht grote waarde aan een gezonde en vitale binnenstad als sociaal, economisch en cultureel hart van de stad, waar bezoekers graag komen en het ondernemersklimaat goed is. Gelet op de structurele aard van de leegstand, het fundamenteel gewijzigde consumentengedrag en de kwetsbare positie van een middelgroot centrum als Bergen op Zoom, is een algehele herijking van de toekomstige ontwikkeling van de binnenstad en de deelgebieden gewenst.



Het is van groot belang een ontwikkelingsrichting te bepalen die is gebaseerd op de toekomstig kansrijke en gewenste doelgroepen, hun motieven om de binnenstad te bezoeken, de wijze waarop deelgebieden daarop kunnen inspelen en de randvoorwaarden en acties die nodig zijn om dit te bereiken.

Concentratie en functiemenging

Om hiertoe te komen wordt allereerst een keuze gemaakt in de gewenste toekomstige ruimtelijk-functionele hoofdopbouw van de binnenstad. Zoals in het vorige hoofdstuk naar voren is gekomen, moet er rekening mee worden gehouden dat het internet zich als aankoopkanaal sterk zal doorontwikkelen en dat de grote recreatieve binnensteden in de omgeving almaar aantrekkelijker zullen worden. Net als in veel middelgrote steden zal ook in Bergen op Zoom rekening moeten worden gehouden met de kans dat het winkelaanbod de komende jaren nog verder zal gaan afnemen.

In hoofdlijn bestaan er twee strategieën om hiermee om te gaan. De eerste optie is het winkelaanbod dat in de toekomst nog behouden kan blijven zoveel mogelijk te concentreren in een compacter kernwinkelgebied. Aan de randen en in de overige delen van de binnenstad wordt dan ingezet op transformatie van winkelpanden naar andere functies. Tweede optie is inzetten op functiemenging, waardoor de mogelijkheden voor hergebruik van (lege) panden wordt verruimd. In dit model wordt het monofunctionele concept ‘kernwinkelgebied’ verlaten en wordt ingezet op de invulling van leegstaande panden met andere functies dan winkels.

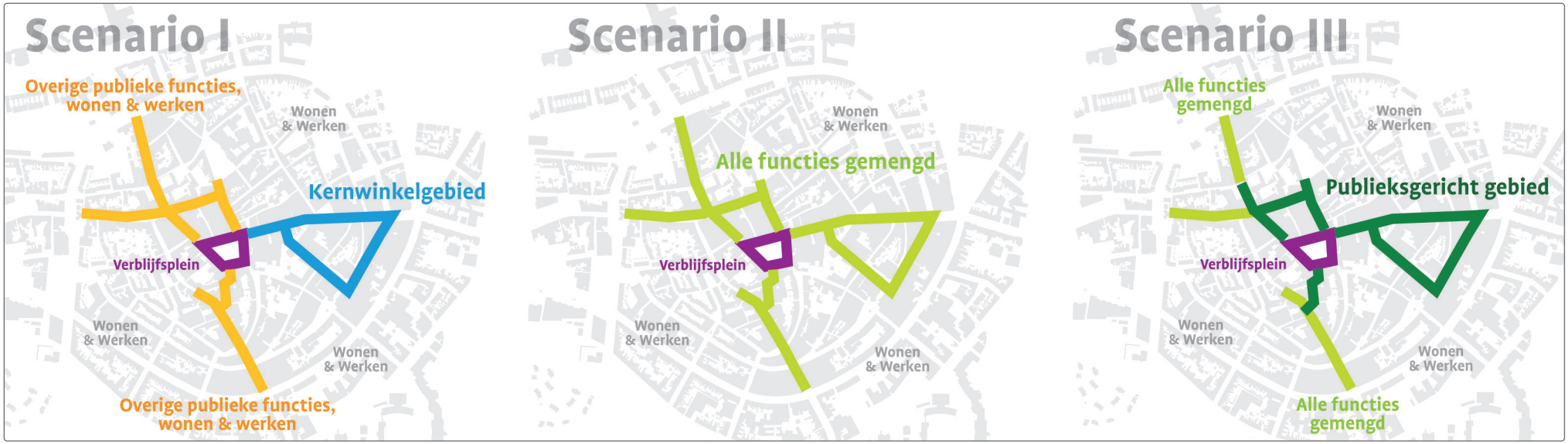
De afgelopen jaren is in veel steden gekozen voor concentratie. Om te bepalen of dat ook voor Bergen op Zoom de strategie met de beste mogelijkheden is, zijn drie scenario’s voor de binnenstad (concentratie of functiemenging) in de ateliers aan de stakeholders voorgelegd.

Scenario I: kleiner kernwinkelgebied
Als in Bergen op Zoom wordt gekozen voor concentratie van het winkelaanbod, dan ligt het voor de hand het rondje Sint Josephstraat-Wouwsestraat-Zuivelstraat-Parade-Voetboog daarvoor aan te wijzen. Hier zijn de meeste winkels, de belangrijkste strekkers, de grootste parkeergarage en de meeste passanten aanwezig. Dit is dan het compacte kernwinkelgebied dat overzichtelijk en beloopbaar is voor consumenten en waarin winkels zoveel mogelijk van elkaars nabijheid profiteren (synergie). In dit scenario wordt in de overige deelgebieden dan ingezet op een ontwikkeling met andere publieksgerichte functies (o.a. diensten, ambachten), en woon- en werkfuncties. Detailhandel wordt waar mogelijk afgebouwd.

Het is een voor de hand liggende keuze om in de huidige krimpmarkt het overblijvende winkelaanbod in een kleiner gebied te clusteren. Het blijkt echter in de praktijk vaak lastig om winkels actief te verplaatsen en concentratie te sturen. Het is een kostbare, tijdrovende en soms onbevredigende operatie (gevoel van koude sanering) doordat betrokken winkeliers niet altijd kunnen of willen meewerken. Een verhuizing brengt immers hoge kosten met zich mee en hoeft niet altijd aan te sluiten bij de vestigingsstrategie. Zo zijn er bijvoorbeeld specialistische winkels die zeer doelgericht worden bezocht en bewust kiezen voor een aanloopstraat (bijv. spellenspeciaalzaak, wijnhandel). Andere winkeliers geven juist de voorkeur aan een representatieve historische omgeving omdat dat het beste past bij hun product en/of het imago dat ze willen uitstralen (brocante, kunstgalerie). Door in te zetten op clustering van winkels in een klein en strak kernwinkelgebied worden de mogelijkheden voor dergelijke winkels met hun eigen vestigingsvoorkeuren beperkt.

Groot nadeel van dit scenario is dat het westelijke deel van de binnenstad geen

Ruimtelijk-functionele ontwikkelingsscenario's binnenstad Bergen op Zoom



onderdeel meer uitmaakt van de kern van de binnenstad. Hier zijn juist de meeste monumenten en beste ruimtelijke kwaliteit, die de Bergse binnenstad haar eigen karakter geven, te vinden. Juist dit deel van de binnenstad heeft onderscheidend vermogen ten opzichte van concurrerende centra en biedt grote kansen voor een aantrekkelijke sfeer en beleving, waar steeds meer behoefte aan is bij consumenten.

Scenario II: alle functies mengen
In het tweede scenario wordt ingezet op maximale functieverbreding door in alle deelgebieden (zowel kernwinkelgebied als aanloopstraten) alle functies toe te staan. Dit biedt optimale flexibiliteit in de herinvulling van panden en de bestrijding van leegstand. Het is dan aan de vastgoedeigenaren om te bepalen welke functie voor hun pand de beste kansen en mogelijkheden biedt.

Hoewel dit een grote mate van flexibiliteit biedt om in te kunnen spelen op de wijzigende (winkel)markt heeft scenario II een groot nadeel. Doordat de ontwikkeling van woningen mogelijk wordt in het huidige kernwinkelgebied bestaat er geen volledig aaneengesloten publieksgericht gebied meer. Dit leidt tot grote vertroebeling van de ruimtelijk-functionele opbouw en tot een afname van de leesbaarheid van de binnenstad voor bezoekers. Winkels kunnen minder van elkaars bezoekers profiteren, waardoor winkelsluitingen zullen toenemen en de totale aantrekkingskracht afneemt (risico op neerwaartse spiraal).

Scenario III: winkelacht = publieksgericht gebied
In het derde scenario wordt ingezet op een combinatie van concentratie en functieverbreding, met behoud van een gebied dat volledig is gericht op publiek en passanten. Het huidige kernwinkelgebied wordt omgezet in een publieksgericht gebied, waar ook andere publieksgerichte functies dan winkels gestimuleerd en gefaciliteerd worden. Woon- en niet-publiektoegankelijke werkfuncties blijven wel uitgesloten, waardoor een transparant en op publiek gericht aaneengesloten front behouden blijft.

In de aanloopstraten wordt wel ingezet op verdere functiemenging. Bestaande winkelpanden behouden de mogelijkheid voor een detailhandelsinvulling. Er wordt niet ingezet op actieve verplaatsing. Omdat een aaneengesloten publieksgericht front hier niet noodzakelijk is, wordt ook ruimte gegeven aan woon- en werkfuncties.

Nadeel van dit scenario is dat het in grote mate afhankelijk is van de invulling van leegstaande panden met andersoortige publieksgerichte functies, waarbij gedacht kan worden aan horeca, maatschappelijke voorzieningen, dienstverlenende bedrijven, ambachten, leisure en baliefuncties, etc., terwijl de totale route niet wordt ingekort.

Voorkeursscenario
Het scenario met het kernwinkelgebied (de acht) als publieksgericht gebied is het voorkeursscenario. Het grote voordeel van dit scenario is dat de kwaliteiten van zowel het westelijke deel (monumenten en ruimtelijke kwaliteit) als het oostelijke deel (trekkracht, passanten) benut worden en onderdeel blijven van het gebied dat is gericht op publiek en bezoekers. Daarnaast kan het loslaten van het monofunctionele en daarmee risicovolle concept ‘kernwinkelgebied’ leiden tot een gevarieerder, interessanter en aantrekkelijker gebied, doordat meer functies mogelijk worden, de diversiteit toeneemt en er functie-synergie ontstaat (bezoeker leescafé gaat ook even binnen bij modezaak, etc.). Dit voorkeursscenario kan bovendien rekenen op veruit het meeste draagvlak bij ondernemers/eigenaren.

Invulling opgave 'minder winkelmeters'

Het voorkeursscenario (kernwinkelgebied = publieksgericht gebied) geeft op verschillende manieren invulling aan het te reduceren overtollige winkelmetrage:

- In het publieksgerichte gebied wordt gepoogd de huidige winkelleegstand in te vullen met winkels elders uit de binnenstad (verplaatsing) en met andersoortige publieksgerichte functies.
- In de aanloopstraten wordt de status quo behouden (niet toe laten nemen van winkelmeters) en houden eigenaren de flexibiliteit (op termijn) een andersoortige functie toe te staan.
- In de overige delen van de binnenstad wordt ingezet op verplaatsing van winkels naar het publieksgerichte gebied en het wegbestemmen van niet benutte plancapaciteit (transformatie). Alleen al de huidige ingevulde winkelmeters en leegstand in deze straten (o.a. Wassenaarstraat en zijstraatjes) betreft circa 10.000 m² winkelvloeroppervlak. Daarnaast wordt ook de detailhandelsmogelijkheid geschrapt op panden die nu een andere functie huisvesten (verborgen capaciteit). Gemeente Bergen op Zoom heeft inmiddels een uitputtende inventarisatie gemaakt*.

* Gemeente Bergen op Zoom (2017), Plancapaciteit bestemmingsplannen april 2017

	Voordelen		Nadelen	
Scenario I Kleiner kernwinkelgebied	+	Helder kernwinkelgebied: overzichtelijk en beloopbaar voor consument	-	Geen ruimte voor winkels met een afwijkende, specifieke vestigingsvoorkeur
	+	Bundeling van passantenstromen en winkels in een compacte structuur leidt tot optimale synergie tussen winkels (combinatiebezoek)	-	Het westelijke deel met de monumenten en ruimtelijke kwaliteit is geen onderdeel meer van de kern van de binnenstad (o.a. actieve sanering Vierkantje) en de binnenstad verliest haar onderscheidend vermogen
			-	Monofunctionele benadering is kwetsbaar
			-	Om bovenstaande redenen leidt maximale concentratie tot veel weerstand bij ondernemers en eigenaren
Scenario II Alle functies gemengd	+	Optimale flexibiliteit voor pandeigenaren om leegstaande panden een nieuwe invulling te geven	-	Vertroebeling van ruimtelijk-functionele structuur, doordat woon- en werkfuncties mogelijk worden in publieksgericht gebied
	+	Elke martkontwikkeling (groei/krimp) van welke sector dan ook kan (in theorie) worden opgevangen	-	Passantenstromen worden nergens gebundeld en synergie (o.a. combinatiebezoek) neemt af waardoor ook het (winkel)aanbod afneemt (neerwaartse spiraal)
			-	Onzekerheid voor ondernemers (kunnen niet investeren bij onduidelijk vestigingsklimaat)
			-	Zeer passieve houding t.a.v. leegstand (probleem bij marktpartijen gelegd)
			-	Ondernemers en eigenaren (m.n. in huidige kernwinkelgebied) beoordelen het maximale mengscenario als ongewenst
Scenario III Kernwinkelgebied = publieksgericht gebied	+	De kwaliteiten van zowel het westelijk deel (monumenten) als het oostelijk deel (trekkracht) worden benut	-	In grote mate afhankelijk van invulling met andere publieksgerichte functies en bijbehorende randvoorwaarden
	+	Meer flexibiliteit in de mogelijkheden voor herinvulling van leegstaande panden	-	Door behoud van de omvang van het huidige kernwinkelgebied komen niet alle bezoekers automatisch langs alle voorzieningen
	+	Verlaten van het monofunctionele concept kernwinkelgebied leidt tot grotere functionele diversiteit en aantrekkelijkheid	-	Actieve inspanning door alle stakeholders (en monitoring) is vereist: o.a. prioriteit bij binnenstad voor huisvesting (nieuwe) publieksgerichte functies (rol gemeente) en ander verdienmodel (eigenaren en ondernemers)
	+	Breder functieprofiel is minder kwetsbaar (niet afhankelijk van grillen van één sector) en draagt bij aan functiesynergie		
	+	Aanloopstraten behouden hun toegevoegde waarde voor functies die een directe (auto-) bereikbaarheid prefereren		
	+	Breed draagvlak bij eigenaren en ondernemers		

3.2 Doelgroepen en bezoekmotieven

Bij het bepalen van de toekomstige functie en positie van deelgebieden is het van groot belang kansrijke doelgroepen te benoemen en zoveel mogelijk aan te sluiten bij de motieven die zij hebben voor een bezoek aan de Bergse binnenstad. Samen met ondernemers en eigenaren is hier tijdens de werkateliers over gediscussieerd. Geconcludeerd is dat het voor de binnenstad verstandig is om niet langer in te zetten op de positie van regionale winkelstad, maar duidelijk te kiezen voor de 'locals' enerzijds en toeristen anderzijds.

De 'locals'

Met de locals wordt de bevolking bedoeld in de eigen gemeente en directe omgeving (eigen kern, Hoogerheide, Halsteren, Steenbergen, Tholen etc.). In dit gebied zijn jonge gezinnen en senioren oververtegenwoordigd. Hoewel de binnenstad er is voor iedereen, is het verstandig om extra in te zetten op de binding van deze doelgroepen. Zij vertegenwoordigen immers het grootste (bestedings)potentieel. Gezinnen die wat te besteden hebben, zijn een beoogde groeimarkt. In het gemeentelijke beleid wordt namelijk ingezet op het aantrekken van modaal+-gezinnen om Bergen op Zoom te bezoeken en er te gaan wonen en werken.

Het aantal jongvolwassenen (20-30 jaar) in de gemeente Bergen op Zoom is nog relatief beperkt is, maar HAS Hogeschool gaat meerdere opleidingen in Bergen op Zoom huisvesten (toename studenten). Jongvolwassenen voelen zich vaak thuis in een dynamische, stedelijke omgeving en kunnen een grote bijdrage leveren aan de levendigheid in de binnenstad, als bezoeker en/of ondernemer.

Voor het echte recreatieve bezoek (dagje naar de stad) is ook de lokale bevolking steeds sterker gericht op de grootste binnensteden (o.a. Antwerpen, Rotterdam, Breda). Om de lokale doelgroepen in de toekomst aan de binnenstad te kunnen blijven binden, is het van

Belangrijke doelgroepen				Dominante bezoekmotieven	
				Functioneel	Recreatief
Locals	Gezinnen	Senioren	Jong-volwassenen	Doelgerichte en frequente benodigdheden	Ontmoeten, cultuur en verblijven
Toeristen	Duitsers in Zeeland	Weekendjes weg	Belgen		Beleven, cultuur en verblijven

belang om sterk in te zetten op een combinatie van het functionele bezoek en de lokale ontmoetings- en verblijfsfunctie; de Bergse binnenstad als gemakkelijk en eveneens aangenaam alternatief op de grote binnenstad. Ondanks de opkomst van internet blijft er ook in de toekomst behoefte aan het doen van (een reeks van) frequente aankopen in de eigen woonomgeving (‘ik heb een aantal zaken nodig en wil die nu hebben’). Het onderscheidend vermogen ten opzichte van andere doelgerichte centra in de directe omgeving (o.a. De Zeeland), is dat er veel aanbod is en dit bezoekmotief in de binnenstad gecombineerd kan worden met een recreatief verblijf in een aantrekkelijke omgeving, met een sterke Bergse identiteit (‘even op het terras lunchen met vrienden’). Juist de combinatie van het ‘functionele’ met het ‘aangename en eigene’ biedt kansen om de lokale bevolking aan de binnenstad te blijven binden. Het faciliteren van de bezoekmotieven ‘gericht kopen‘ en ‘efficiënt/vergelijkend winkelen’ biedt perspectief voor behoud van een divers modisch en overig winkelaanbod. Dit vraagt om bezoekgemak en-comfort.

Toeristen

Tweede belangrijke hoofddoelgroep zijn de toeristen. Onderscheid kan gemaakt worden in Belgische toeristen die graag in Nederland een binnenstad bezoeken, bezoekers die een weekendje weg zijn (stedentrips is een groeimarkt) en toeristen die in Zeeland op vakantie zijn, waaronder Duitsers. Zij gaan voor een binnenstadsbezoek nu vaak naar Middelburg of Goes. Bergen op Zoom weten ze echter inmiddels ook vaker te vinden, blijkt uit onderzoek van NHTV*. Bergen op Zoom kan voor nog meer Zeeuwse verblijfstoeristen een interessant alternatief zijn. Omdat Bergen op Zoom wat verder ligt, is de aanwezigheid van onderscheidende toeristische trekkracht/publiekstrekkers nodig om dit potentieel nog beter te benutten.

Toeristen hebben primair een recreatief bezoekmotief om een binnenstad te bezoeken. De unieke ruimtelijke sfeer, beleving en levendigheid van de historische binnenstad staat daarbij centraal. Daarnaast zijn ze gericht op een bezoek aan culturele voorzieningen (o.a. museum, theater), verrassende winkels en aantrekkelijke horeca. Het Markiezenhof, centraal in het monumentale gebied, kan meer benut worden als start- en verdeelpunt voor toeristische bezoekers (toeristische poort). De VVV is er inmiddels geopend.

* BN De Stem (augustus 2017), krantenartikelen ‘Duitsers en Belgen dol op Breda en Bergen op Zoom’, en ‘In Bergen op Zoom is altijd iets te beleven’

De nog deels onbenutte potentie in toeristisch bezoek wordt door ondernemers en eigenaren onderschreven. Citymarketing is hier al enkele jaren actief mee aan de slag gegaan. Verdere marketingacties om de bekendheid van Bergen op Zoom onder toeristen te vergroten worden uitgewerkt en in gang gezet (bijv. bord langs de snelweg; onderdeel Brede Aanpak Binnenstad). De ingezette hotelontwikkeling in het Katrientje (bij Catharinaplein) zou hier een impuls kunnen betekenen.



Inspelen op gezinnen en ouderen uit de directe regio



Benutten toeristisch potentieel

3.3 Functie en positie deelgebieden

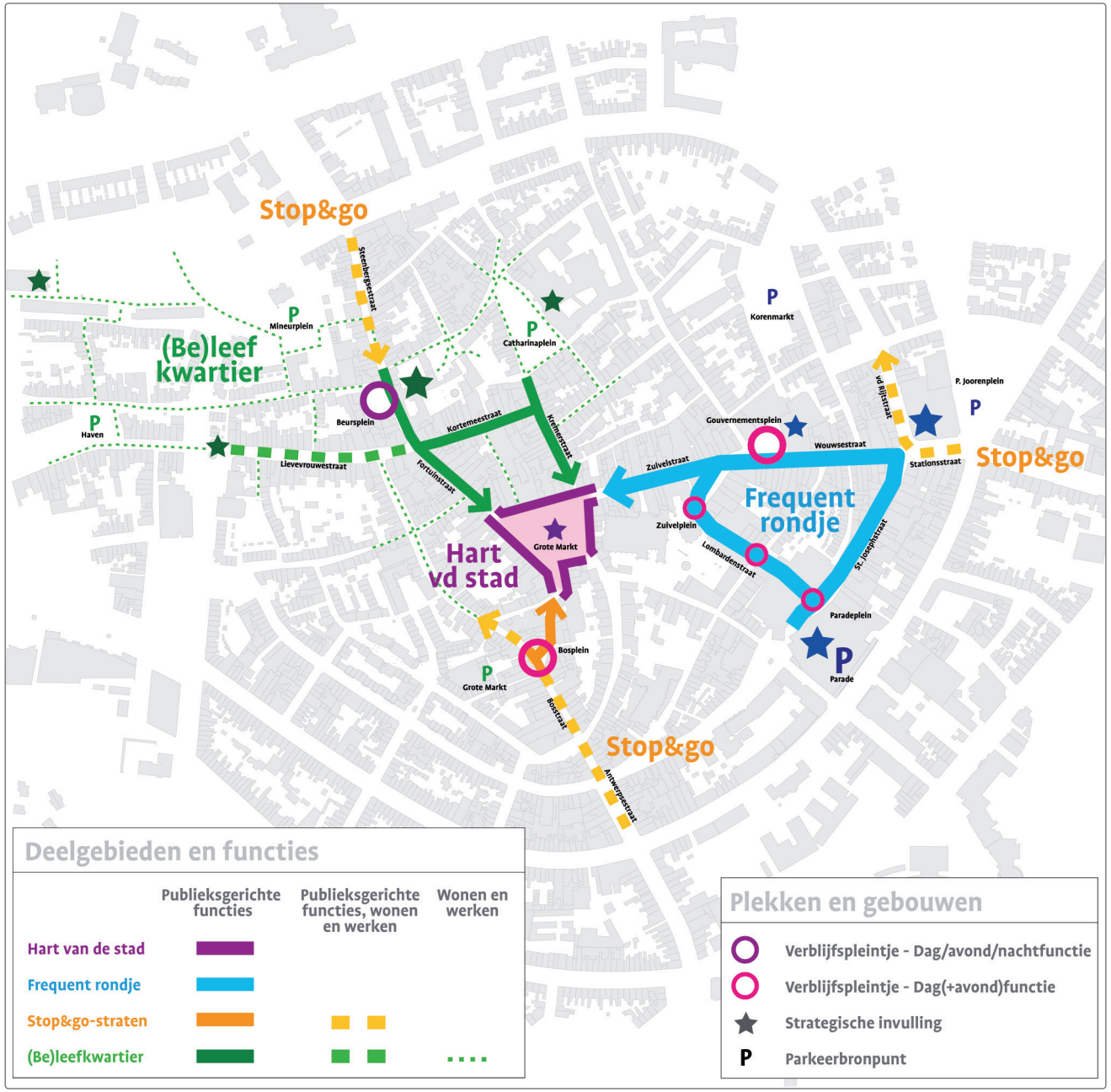
Met de kansrijke doelgroepen, bijbehorende bezoekmotieven en specifieke kwaliteiten per deelgebied is het voorkeursscenario (kernwinkelgebied = publieksgericht gebied, aanloopstraten = gemengd) vertaald naar een visie op de binnenstad waarin elk deelgebied zich kan ontwikkelen vanuit haar eigen onderscheidende kwaliteiten.

Frequent rondje

Het gebied bestaande uit de Parade, Sint Josephstraat, Wouwsestraat, Zuivelstraat en Voetboog richt zich in de toekomst primair op de aanschaf van de wekelijkse benodigdheden en (efficiënt) winkelen, voornamelijk door bezoekers uit de eigen gemeente en omgeving (locals). Belangrijke doelgroepen zijn (jonge) gezinnen en senioren.

Het frequente rondje is het lokale voorzieningenhart dat interessant is voor vestiging van de landelijk bekende ketens en andere bedrijven die zich richten op het frequente bezoek. Naast de blijvende nadruk op mode en overige winkels gaat het hier om publieksgerichte functies die in de breedste zin aansluiten bij de wekelijkse behoeften van

Visie gebiedsprofielen binnenstad Bergen op Zoom



locals (denk aan baliefuncties, dienstverlening, sportvoorzieningen, maatschappelijke functies). Door in te zetten op versterking van het rondje als primaire routing ontstaat een compacte structuur waar in de toekomst het bezoekgemak centraal staat.

Om de ronde structuur beter te laten functioneren, is op een aantal locaties een impuls nodig. Mede gelet op de groei van horeca en de kansrijke combinatie van het functionele met het recreatieve bezoekgedrag zijn in het rondje enkele verblijfspleintjes gewenst die kunnen dienen als steppingstones. Per pleintje zijn er enkele horecazaken met een terras die tenminste overdag geopend zijn (synergie met winkelpubliek) en is er plek voor verblijfs- en beleefelementen (bijv. tafeltennistafel). Daarnaast is invulling van het Gouvernementsgebouw en de begane grond van de voormalige V&D* met een sterke (publiekstrekkende) functie cruciaal om het rondje te versterken. Dat hoeft geen winkel te zijn, maar kan ook een andersoortige functie zijn die aansluit bij het frequente bezoekmotief van eigen bewoners. Een moderne bibliotheek of indoor speelattractie trekt al gauw duizenden bezoekers per week.

Belangrijke voorwaarde is verder dat de bereikbaarheid per fiets en auto optimaal is en er zo min mogelijk drempels worden opgeworpen om als local het frequente rondje te bezoeken. Het is gewenst het parkeerregime optimaal te laten aansluiten bij het frequente bezoekmotief (gemak/dichtbij). Dit kan o.a. door app-parkeren te promoten en de fiets als gast toe te laten in de Wouwsestraat, zie paragraaf 3.4.

(Be)leefkwartier

Het gebied Vierkantje, zuidelijk deel Steenbergsestraat, Beursplein en Lievevrouwestraat vormt in de toekomst het verrassende beleef- en dwaalmilieu dat primair is gericht op het recreatieve bezoek in een sfeervolle monumentale omgeving, met Markiezenhof en Gevangenpoort als iconen. Belangrijke doelgroepen zijn toeristen (Belgen, Duitsers in Zeeland, weekendjes weg) en jongvolwassenen (zowel als bezoeker als als ondernemer).

Dit is het geschikte milieu voor jonge, vernieuwende en specialistische zelfstandig ondernemers en verrassende concepten die zich thuis voelen in een dynamische, stedelijke omgeving. Naast winkelconcepten kan het gaan om een bonte mix van ambachtelijke bedrijvigheid, culturele en leisurefuncties en kleinschalige nieuwe combinatieconcepten (start-up-ruimtes of ZZP-café). In de Lievevrouwestraat is ook ruimte voor woon- en werkfuncties. De belevingskwaliteit van deze fraaie straat kan nog verder worden vergroot (iets te zien, even zitten) zonder dat de winkelfunctie toeneemt. Het Beursplein is in dit deelgebied het verblijfspleintje, zowel overdag als in de (late) avond.

In het beleefkwartier staat de ruimtelijke kwaliteit en de beleving ervan centraal. De monumenten en het stratenpatroon bieden daarvoor een uitstekende basis. Daarnaast is het gewenst de openbare ruimte te vergroenen (door bijvoorbeeld gevelgroen) en te verlevendigen door (tijdelijke) kunstuitingen toe te voegen (bijvoorbeeld muurschilderingen, videomapping, beelden).

Verder is het van belang dat de (historische) verhalen van het gebied/Bergen op Zoom goed tot uiting komen en de structuur ruimte laat voor experiment en (ver)dwaalmogelijkheden. Juist het ontdekken en verrast worden is het onderscheidende vermogen. In dat verband is het gewenst ook de omliggende historische straten in dit gebied en het gehele Havenkwartier te betrekken, ook al worden daar geen

* De verdiepingen kunnen een niet-publieksgerichte functie krijgen, waardoor het aantal leegstaande winkelmeters drastisch wordt verminderd. Een invulling van de begane grond met veel kleine en middelgrote (winkel)units (100 à 600 m²) heeft geen meerwaarde, gelet op de leegstand.

nieuwe publieksgerichte functies gestimuleerd (o.a. Moeregrebstraat, Hofstraat, Engelsestraat).

Belangrijke randvoorwaarde is dat er een goede balans bestaat tussen verblijf (wandelen, terras) en verkeer (fietsen, auto te gast). Daar-naast is het gewenst dat het parkeerregime op de nabijgelegen parkeerterreinen (Haven, Mineurplein en/of Catharinaplein) en garage Grote Markt aansluit bij een flexibele en langere verblijfsduur. Toeristen worden verwezen naar dit deel van de binnenstad.

Stop&go-straten

De Bosstraat, het noordelijke deel van de Steenbergsestraat en de Stationsstraat - vd Rijtstraat zijn vanaf de centrumring direct toegankelijk en in de toekomst primair gericht op de snelle, incidentele en doelgerichte bezoeken van met name consumenten uit de eigen gemeente en omgeving. Het Bospleintje biedt kansen om zich nadrukkelijker te profileren als verblijfspleintje in dit deel van de binnenstad.

Deze stop&go-straten zijn bij uitstek geschikt voor een uiteenlopend aanbod, bestaande uit specialistische winkels en bedrijvigheid, afgewisseld met maatschappelijke functies (o.a. zorg), woon- en werkfuncties. Een onderbroken publieksgericht front is hier geen probleem, omdat de straten primair gericht zijn op doelgerichte bezoeken.

De directe bereikbaarheid is hier het onderscheidend vermogen ten opzichte van andere deelgebieden. Belangrijke voorwaarden om het gewenste gebiedsprofiel te bereiken, is de toegankelijkheid per auto en fiets en zo optimaal mogelijke parkeer- en stallingsmogelijkheden gericht op een snel bezoek (zo dichtbij mogelijk, passend regime). Dit kan op diverse manieren*, o.a.:

- Langsparkeren in de straat indien daar voldoende ruimte aanwezig is;
- Voldoende parkeercapaciteit in de directe nabijheid en omgeving van de straat;
- Verspreid kleine fietsenstallingen in de straat.

Hart van de stad

De Grote Markt is net als nu het centrale plein van de stad waar ontmoeten en verblijven centraal staan. Het plein speelt een belangrijke rol in alle bezoekmotieven (zowel tijdens het wekelijkse rondje als tijdens het recreatieve bezoek) en is gericht op alle doelgroepen. Het aanbod bestaat uit horeca, terrassen en de grote culturele functies (o.a. theater) en biedt ruimte aan evenementen, bijeenkomsten en conferenties.

* De praktische invulling en haalbaarheid per straatdeel wordt op korte termijn uitgewerkt.

Naast de invulling van panden is ook een aantrekkelijke invulling van de pleinruimte belangrijk, zodat er altijd wat te doen is. Naast de bekende grote evenementen (o.a. Vastenavend, beachvolleybal etc.) zou het plein ook vaker gebruikt kunnen worden voor kleinere activiteiten zoals straattheater, kunst of schoolprojecten. Daarbij is het gewenst de betrokkenheid van de bevolking in de eigen gemeente zo groot mogelijk te maken (bijvoorbeeld door alle basisscholen in de gemeente te betrekken bij een schoolproject op het plein). Hierdoor ontstaat een extra motief om de binnenstad te bezoeken.

In meerdere werkateliers is door ondernemers en eigenaren tevens geopperd de weekmarkt naar de Grote Markt te verplaatsen. Het middendeel van het plein is naar verwachting groot genoeg. De markt kan als publiekstrekker op deze locatie een dubbel-/koppelfunctie vervullen tussen het frequente rondje en het beleefkwartier.

Daarnaast kan de centrale functie van De Grote Markt versterkt worden door een centrale fietsenstalling met servicepunt op/bij het plein te realiseren, waardoor het plein als natuurlijk startpunt kan gaan functioneren voor binnenstadsbezoek.

Frequent rondje

Gebiedskenmerken

Voorzieningenhart
Wekelijkse benodigdheden
Bekende ketens
Bezoekgemak

Belangrijke doelgroepen

Gezinnen en senioren

Deelgebieden

	Publieksgericht	Wonen/werken
Wouwse- en Zuivelstraat	x	.
St. Josephstraat	x	.
Voetboog-Lombardenstraat	x	.

Passende publieksgerichte functies

Modeketen
Fitnesscentrum
Kapsalon
Supermarkt
Multimedia-advies
Electronica
Opticien
Bloemen en planten
Drogisterij
Klantcontactcentrum
Kinderkleding
Versspeciaalzaak
Warenhuis
Vishandel
Damesmodezaak
Lunchroom
Sport en outdoor
Kringloopwinkel
Indoor attracties
Speelhal
Reisbureau
Servicepunt Zonneplan
Hoorstudio
Innovatie-showroom
Broodjeszaak
Dagbesteding
Schoenmaker
Biologische supermarkt
Bibliotheek
Schoenenwinkel
IJssalon
Stomerij
Schoenenwinkel

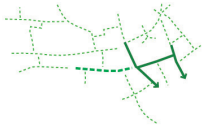
Randvoorwaarden

Passende trekker in oude V&D en Gouvernementsgebouw
Aantrekkelijke verblijfs/speelpleintjes als steppingstones
Parkeerregime gericht op frequent bezoek en gemak
Optimale bereikbaarheid en parkeren fietsers



(Be)leefkwartier

Gebiedskenmerken



Verrassend dwaalmilieu
Recreatief bezoek
Nieuwe concepten
Sfeer en beleving

Belangrijke doelgroepen

Toeristen en jongvolwassenen

Deelgebieden

	Publieksgericht	Wonen/werken
Vierkantje	x	.
Steenbergsestraat-Zuid	x	.
Lievevrouwestaat	x	x
Overige straten	.	x

Passende publieksgerichte functies

Stadsbrouwerij
Meubelmaker
Museum
Boetiek
Conceptstore
Koffiebranderij
Restaurant
Wijnbar
Ontwerpstudio
Ambachtelijke bakkerij
Stadshotel
Bed&breakfast
ZZP-café
Vispedicure
Barbiersalon
Fietsatelier
Interieuradvies
Antiek
Escaperoom
Spellenspeciaalzaak
Design bar
Naaiatelier
Brocante
Cocktailbar
Vintage kleding
Klein theater
Platenzaak
Tweedehands boeken
Wielersportwinkel
Expeditiebureau
Bistrobar
Kunstgalerie
Museumwinkel
Filmhuis

Randvoorwaarden

Vergroenen en verlevendigen van de openbare ruimte
(Ver)dwaalmogelijkheden en ruimte voor experiment
Vertellen van de (historische) verhalen
Balans tussen verblijf en verkeer (fiets, auto)
Regime p-terreinen gericht op flexibel en lang(er) verblijf



Stop&go-straten

Gebiedskenmerken

Gemengde stadsstraten
Gerichte aankopen/bezoek
Specialistische bedrijven
Directe bereikbaarheid

Belangrijke doelgroepen

Bewoners eigen gemeente en omgeving

Deelgebieden

	Publieksgericht	Wonen/werken
Steenbergsestraat-Noord	x	x
Bosstraat	x	x
Stationsstraat-vdRijtstraat	x	x

Passende publieksgerichte functies

Yogapraktijk
Fotostudio
Printshop
Wijnhandel
Tandarts
Dagbesteding
Kinderopvang
Sushi-afhaal
Taleninstituut
Dierenarts
Café
Zonnestudio
Textieldrukkerij
Apotheek
Consultatiebureau
Penshop
Lijstenmakerij
Bezorgservice
Assurantiekantoor
Cursuscentrum
Huisartsenpraktijk
Restaurant
Hotel
3D-printing
Makelaarskantoor
Uitzendbureau
Cafetaria
Pizzeria
Muziekschool

Randvoorwaarden

Directe toegankelijkheid per auto en fiets
Optimale parkeermogelijkheden
Optimale fietsstallingsmogelijkheden
Flexibiliteit in het gebruik van panden



Hart van de stad

Gebiedskenmerken

Centraal stadsplein
Ontmoeten en verblijven
Cultuur, horeca en terrassen
Bergse iconen

Belangrijke doelgroepen

Iedereen

Deelgebieden	Publieksgericht	Wonen/werken
Grote Markt	x	·

Passende publieksgerichte functies

Brasserie
Grand café
Hotel
Speciaalbierencafé
Restaurant
Museum
Danscafé
Conferentiezaal
Loungebar
Theater
Kerk
Bistro
Vergaderruimte
Wereldkeuken
Muziekcafé

Passende invullingen plein

Volleytoernooi
Popconcert
Warenmarkt
Straattheater
Project basisscholen
Demonstraties
Presentatie innovatie
Tijdelijk kunstproject
Streetart-competitie
Body workout
Muziekoptreden

Randvoorwaarden

Aantrekkelijk verblijfsklimaat
Creeëen van grote maatschappelijke binding
Flexibel gebruik van de pleinruimte
Centrale fietsenstalling op/bij plein



3.4 Vervolg

Uitvoering: Brede Aanpak
De voorliggende visie biedt een richting en een streefbeeld voor de gewenste functionele ontwikkeling van de verschillende deelgebieden. De visie is daarmee een kader voor alle stakeholders om bij het formuleren van acties en beleid en bij het doen van investeringen in de voorgestelde ontwikkelingsrichting te handelen.

Bij de keuzes voor de deelgebieden is rekening gehouden met de al lopende ontwikkelingen die in gang zijn gezet in het kader van de Brede Aanpak Binnenstad (en het Binnenstadslab). Zo wordt er een pand in de binnenstad geopend waar startende ondernemers en nieuwe concepten zich kunnen ontwikkelen (broedplaats). Indien succesvol kunnen zij zich vervolgens vestigen in een regulier winkelpand in het bijpassende deelgebied (stimuleringsbeleid).

Deze visie vormt, samen met de andere projecten zoals ‘storytelling’ en ‘customer journey’ (o.a. prettige beleving looproutes vanaf station en De Kaai), een belangrijk onderdeel (bouwsteen) voor de integrale aanpak van het totale centrumgebied.

Ondernemers en vastgoedeigenaren
(Aanstaande) ondernemers kunnen op basis van deze gebiedsprofielenvisie een goede inschatting maken van het voor hen meest geschikte vestigingsmilieu. Vanuit het Binnenstadslab kunnen (nieuwe) ondernemers hierbij geadviseerd en ondersteund worden (broedplaats en contact-/informatiepunt).

Ook voor eigenaren is duidelijk welke typen huurders kansrijk zijn voor het betreffende deelgebied. Door een gezamenlijk en realistisch beeld hierover kunnen vraag en aanbod elkaar mogelijk makkelijker vinden.

Consequenties en vertaling naar acties
De gebiedsprofielenvisie geeft inzicht in het gewenste functieprofiel en de ruimtelijke randvoorwaarden per deelgebied. Het is gewenst dat toekomstige ontwikkelingen en beleid hierop worden afgestemd. Voor de onderwerpen waarop de gemeente (direct) invloed kan hebben, worden keuzes/randvoorwaarden uitgewerkt en concrete acties ondernomen. Voor de ruimtelijke programmering, verkeers- en parkeeraspecten en openbare ruimte zijn de volgende gewenste acties, die bij voorkeur op korte termijn per beleidsthema nader worden uitgewerkt en opgepakt, geformuleerd:

Ruimtelijke programmering / Bestemmingsplan
- Verder verruimen van de centrumbestemming in het publieksgerichte gebieden (o.a. toevoegen ‘leisure’ en enkele (dag-) horecazaken op de verblijfspleintjes).
- Waar mogelijk direct wegbestemmen van onbenutte planologische detailhandelscapaciteit in overige delen van de binnenstad. Voorts in bestemmingsplannen een redelijke termijn opnemen waarna de gebruiksmogelijkheid detailhandel vervalt indien binnen deze termijn hier geen gebruik van is gemaakt (overgangsbepaling). De voorzienbaarheid hiervoor is gecreëerd in de vastgestelde detailhandelsstructuurvisie.
- Met ondernemers buiten de deelgebieden in gesprek gaan over verplaatsing naar een passend deelgebied.
- Met eigenaren buiten de deelgebieden meedenken over mogelijkheden voor transformatie naar een andere niet-publieksgerichte functie.
- Capaciteit in de gemeentelijke programmering van het woonprogramma reserveren ten behoeve van herinvulling en transformatie van voormalig commercieel (winkel)vastgoed. (Meer wonen verlevendigt de binnenstad en betekent meer consumenten zeer nabij voorzieningen.)

- Publieksgerichte voorzieningen met een bovenwijkse functie (nieuw of bestaand met vastgoed-/verplaatsingsbehoefte) met voorrang toewijzen aan het bijpassende deelgebied.

Verkeers- en parkeerbeleid

- (Toeristische) autobezoekers van buiten de gemeente verwijzen naar de parkeerlocaties aan de westzijde.
- Parkeergarage Grote Markt vernieuwen, met aandacht voor de vindbaarheid (verwijzing) en voetgangersaansluiting op Bosstraat/Bospleintje.
- In of direct bij de stop&go-straten krijgen parkeerplaatsen een stop&go-aanduiding met bijbehorende korte parkeerduur-regulering, (indicatie 30 minuten).
- Opties en wenselijkheid stop&go-invulling Van de Rijtstraat nader onderzoeken.
- Op alle parkeerterreinen stimuleren van achteraf betaald parkeren per app (promotie en informatievoorziening ter plaatse).
- In delen van het publieksgerichte gebied het gebruik van de fiets toestaan (bijv. pilot fietsen ook tijdens winkeltijden in de Wouwsestraat toestaan).
- Centrale fietsenstalling met servicepunt op/ bij de Grote Markt realiseren.

Openbare ruimte

- Samen met ondernemers en eigenaren per deelgebied acties nemen om de beleving van de openbare ruimte te verbeteren (o.a. gevelgroen, inrichting verblijfspleintjes).
- Met ondernemers op de Grote Markt uitwerken van ideeën ter aankleding en beleving (activiteiten) van de centrale pleinruimte.
- In samenhang met projecten storytelling en customer journey looproutes naar en door de binnenstad veraangenamen.

Monitoring

Gelet op de grote dynamiek in de (winkel)markt en de afhankelijkheid van diverse factoren wordt benadrukt dat monitoring gewenst is. Door jaarlijks (en tussentijds) de ontwikkelingen te spiegelen aan het streefbeeld ontstaat inzicht in:

- welke zaken in lijn met de gebiedsprofielenvisie zijn gerealiseerd;
- op welke vlakken nog (meer) inspanning vereist is;
- op welke onderdelen de gebiedsprofielen herijkt dienen te worden.

De coördinatie van de monitoring kan binnen de structuur van de Brede Aanpak worden uitgevoerd.



Detailhandelsmeters op termijn wegbestemmen



Bibliotheek behouden voor binnenstad (V&D pand?)



Toekennen stop&go-plaatsen: maatwerk per straat


SECONDBUY
MERKKLEDING met een tweede leven
SECONDBUY
ANDY'S

Bijlagen

Bijlage 1 Leden projectgroep

De totstandkoming van de Visie Gebiedsprofielen binnenstad Bergen op Zoom is begeleid door een projectgroep bestaande uit vertegenwoordigers van marktpartijen en de gemeente Bergen op Zoom:

De heer L. Videler	Voorzitter ondernemersvereniging Sterck
De heer M. Rikken	Centrummanager ondernemersvereniging Sterck
De heer L. van de Ven	Ondernemersvereniging Grote Markt
De heer J. Weyts	Vereniging Binnenstad (eenmaal vervangen door Mevrouw M. Hagendijk)
De heer M. van 't Hof	Duoburgerlid gemeenteraad
De heer P. van der Velden	Portefeuillehouder Binnenstad
De heer R. Stomp	Projectleider Binnenstad gemeente
Mevrouw C. de Munck	Adviseur Binnenstad gemeente
De heer M. Kok	Adviseur Binnenstad gemeente
De heer G. Jorritsma	Adviseur Binnenstad gemeente
De heer K. Stoffer	Adviseur Ruimtelijke Ordening gemeente
De heer N. Weijgers	Stedenbouwkundige gemeente
De heer G. Geijsel	Adviseur Verkeer gemeente
De heer R. Flipsen	Adviseur Wonen gemeente

Bijlage 2 Proces en bijeenkomsten

De Visie Gebiedsprofielen binnenstad Bergen op Zoom is tot stand gekomen via een intensief co-creatieproces waarin diverse stakeholders betrokken zijn. De volgende stappen zijn doorlopen:

14 februari	Startoverleg projectgroep
7 maart	Overleg beleidsmedewerkers gemeente
29 maart	Informatiebijeenkomst vastgoedeigenaren
12 april	Eerste werkatelier Zuivelstraat-Wouwsestraat
12 april	Eerste werkatelier Parade-Sint Josephstraat
13 april	Informele bijeenkomst gemeenteraad
18 april	Eerste werkatelier Bosstraat
18 april	Eerste werkatelier Grote Markt
19 april	Eerste werkatelier Vierkantje
19 april	Eerste werkatelier Steenbergsestraat-Lievevrouwestaat
8 mei	Overleg Van Spronsen (horeca-onderzoek)
18 mei	Discussiebijeenkomst projectgroep
23 mei	Tweede werkatelier Zuivelstraat-Wouwsestraat
23 mei	Tweede werkatelier Parade-Sint Josephstraat
29 mei	Tweede werkatelier Bosstraat
29 mei	Tweede werkatelier Grote Markt
31 mei	Tweede werkatelier Vierkantje
31 mei	Tweede werkatelier Steenbergsestraat-Lievevrouwestraat
27 juni	C-Discussie college van B&W
27 juni	Overleg Van Spronsen (horeca-onderzoek)
6 juli	Informele bijeenkomst gemeenteraad
21 augustus	Overleg beleidsmedewerkers gemeente
31 augustus	Conceptbespreking projectgroep
19 september	Informatiebijeenkomst gemeenteraad
27 september	Plenaire bijeenkomst stakeholders

Bijlage 3 Verslaglegging werkateliers

Samenvatting eerste ronde werkateliers

De binnenstad is opgedeeld in zes deelgebieden en per deelgebied worden twee werkateliers gehouden. In de eerste werkateliers is voor de binnenstad en de deelgebieden gediscussieerd over sterke en zwakke punten, kansen en bedreigingen, onderscheidend vermogen, doelgroepen, bezoekmotieven en kansrijke functies. Deze notitie bevat de belangrijkste uitkomsten van de eerste reeks deelgebieden. Het is een beknopte samenvatting van de hoofdonderwerpen die meerdere malen aan de orde zijn geweest.

Huidige positie en doelgroepen

- Betrokkenen herkennen zich over het algemeen in de constatering dat de regiofunctie van de binnenstad behoorlijk is afgenomen. De meeste bezoekers komen uit Bergen op Zoom zelf en dorpen in de directe omgeving (o.a. Tholen).
- Geconstateerd wordt dat de binnenstad steeds meer wordt bezocht voor gerichte aankopen en boodschappen. Er is steeds minder sprake van recreatief winkelen.
- Wel wordt opgemerkt dat er best veel toeristen zijn. Belgen winkelen graag in Nederland (langer/vaker sale). Daarnaast zijn er binnenlandse toeristen die in een van de hotels verblijven voor een ‘weekendje weg’. Belangrijke concurrent is Roosendaal, omdat daar de winkels wel op zondag open zijn (binnenstad en Rosada).

Belangrijke aandachtspunten

- Zowel de parkeercapaciteit als het tarief en regime (vooraf betalen bij een ‘lastige’ meter) zijn vaak genoemd als niet gastvrij. Mede ook omdat bij De Zeeland wel gratis parkeren is. Het parkeerbeleid in de binnenstad sluit volgens aanwezigen niet aan bij het gerichte bezoekmotief van de consument.
- Wisselende openingstijden wordt door deelnemers als zwak punt genoemd. Ondernemers gaan niet gelijk open, waardoor de consument niet weet waar die aan toe is en/of wegblijft op o.a. koopzondagen (Roosendaal op zondag wel open).
- De routing in de binnenstad is als knelpunt gesignaleerd. Bezoekers ‘begrijpen’ het centrumgebied niet meer. Het is te groot en de routes zijn niet logisch/duidelijk. Een compactere en overzichtelijkere routing is gewenst.
- Betrokkenen geven aan dat de hoge huurprijzen een van de oorzaken is van leegstand. Dit geldt vooral voor het A1-winkelmilieu. Het huurprijs-niveau zou door eigenaren omlaag moeten worden gebracht om nieuwe invulling eerder mogelijk te maken.
- De monumentale uitstraling van de binnenstad is een sterk onderscheidend punt. Alleen er is volgens betrokkenen te weinig dynamiek en sfeer. De Markt is leeg en er zijn te weinig activiteiten die de binnenstad verlevendigen (bv. evenementen, speelvoorzieningen voor kinderen). Grote evenementen zijn er maar enkele malen per jaar en dragen maar beperkt bij tot extra omzet.
- De onderlinge samenwerking kan worden verbeterd. Samenwerking tussen eigenaren en ondernemers kan de invulling en het functioneren van de straten verbeteren. Inactieve eigenaren zouden volgens deelnemers aangesproken moeten worden als ze panden leeg laten staan en niet onderhouden.

Kansen

- De monumentale omgeving wordt gezien als een belangrijke (onderscheidende) kwaliteit, met name in het westelijk deel van de

binnenstad, en kan meer worden benut. Dit biedt kansen voor een verrassend, afwisselend dwaalmilieu (negenstraatjes-achtig).
- Bergen op Zoom kan volgens de deelnemers profiteren van de groei in het binnenlands toerisme. De binnenstad is interessant genoeg (te maken) voor een Nederlandse dagtoerist of voor een weekendje weg.
- Daarnaast is er groot onbenut potentieel in de doelgroep Duitsers die op vakantie zijn in Zeeland. Die zijn nu vooral gericht op Middelbrug en Goes, maar ook Bergen op Zoom kan voor hen interessant zijn als alternatief.
- De doelgroep jongvolwassenen (25 – 35 jaar) zou meer aangesproken kunnen worden, zowel als ondernemer als als bezoeker. Deze doelgroep is niet bovenmatig aanwezig (geen studentenstad) maar wel belangrijk voor de dynamiek en levendigheid in de binnenstad.
- Er is toenemende behoefte aan horeca. Dit biedt kansen om bepaalde plekken/pleintjes in de binnenstad meer verblijfsfunctie te geven en aantrekkelijker te maken (o.a. Gouvernementsplein, Bosplein, plein Parade).

Functies en locaties
- Over het algemeen wordt positief gereageerd op de gedachte van functiemenging. Dus niet alleen richten op detailhandel maar op een breder scala aan publieksgerichte voorzieningen. De vraag is wel wat dat dan precies voor functies zijn en of het voldoende is om de leegstand mee te vullen.
- Over de concentratiegedachte wordt wisselend gedacht. Afgezien van het feit dat winkels niet zomaar zijn te verplaatsen, vinden veel betrokkenen in met name de aanloopstraten dat concentratie niet de oplossing is. De ene winkel geeft de voorkeur aan een aanloopstraat, de andere winkel zit liever in het A1-milieu. Deze keuzemogelijkheid zou volgens hen moeten blijven bestaan.
- Of het toestaan van wonen op de begane grond gewenst is, hangt af van het deelgebied. In rustige deelgebieden wordt wonen op begane grond minder als probleem gezien en zelfs als oplossing voor leegstaand vastgoed, in andere deelgebieden leidt het volgens betrokkenen tot een ‘gatenkaas’, wat nadelig is voor winkels die het van de passantenstroom moeten hebben.
- Aan de randen van de binnenstad liggen veel winkels en voorzieningen die interessant zouden kunnen zijn om te vestigen in een van de deelgebieden en leegstaand vastgoed te vullen.

Samenvatting tweede ronde werkateliers

In de tweede ronde van werkateliers zijn de uitkomsten van de eerste atelierronde teruggekoppeld en is van gedachten gewisseld over nut en noodzaak van het ruimtelijk concentreren van de detailhandel. Vervolgens hebben de deelnemers in kleine groepjes het gewenste functieprofiel kunnen aangeven voor hun deelgebied en voor de overige deelgebieden door functiestickers op een plattegrond van de binnenstad te plakken. Dit verslag is een beknopte samenvatting van de voorlopige conclusies.

Aanvullingen en reacties op de terugkoppeling eerste werkatelier
- Betrokkenen herkennen zich in het verslag en de terugkoppeling die wordt gepresenteerd.
- Meerdere deelnemers geven aan dat een gebiedsprofielenvisie niet helpt als er niet ook op korte termijn acties worden ondernomen op het gebied van parkeren, bewegwijzering en het schoonhouden van winkelstraten. Met name het huidige parkeerbeleid is een belemmering voor binnenstadsbezoekers. DTNP en gemeente geven aan dat er met een functieprofielenvisie een kader is waarin ook ruimtelijke randvoor-waarden per deelgebied worden benoemd. Op basis hiervan kunnen vervolgens concrete gerichte maatregelen worden genomen. Daarnaast

wordt gewerkt aan de genoemde punten binnen andere projecten uit de Brede Aanpak Binnenstad.

- Er wordt door enkele deelnemers een nuance geplaatst bij de afnemende regiofunctie. De regiofunctie is inderdaad beperkt en moet zeker niet overschat worden. Maar de regiofunctie was ook al niet groot. Inwoners van de gemeente en omliggende kernen hebben er alleen wel meerdere alternatieven bij gekregen (o.a. De Zeeland en internet die zich richten op gemak, en de grote binnensteden die aan aantrekkingskracht winnen).

Discussie scenario's concentreren versus mengen

- De deelnemers kregen een drietal scenario's voorgesteld waarin de detailhandel in bepaalde mate wordt geconcentreerd in een compact gebied of dat er in de winkelstraten juist meer wordt ingezet op het toevoegen van andere functies om leegstand mee te vullen.
- Verregaande concentratie, oftewel een compacter kernwinkelgebied (scenario 1), wordt door de meeste betrokkenen als niet wenselijk en/of niet reëel (of zelfs een utopie) geacht, omdat bepaalde winkelondernemers bewust niet in de loop, maar in de aanloopstraat gevestigd zijn (daar betere vestigingskwaliteiten, o.a. ander bereikbaarheidsprofiel en ruimtelijke kwaliteit), omdat het niet logisch is dat een aanloopstraat of een deel van het huidige winkelgebied wordt opgeofferd voor het probleem in de hoofdwinkelstraat, omdat de verplaatsingsbereidheid bij veel ondernemers beperkt is en omdat winkels afgewisseld met andere publieksgerichte functies meer kwaliteit bieden dan een monofunctioneel kernwinkelgebied (diversiteit is een kwaliteit).
- Scenario waarin maximaal mogelijkheid voor functiemenging wordt geboden (scenario 2) leidt tot veel weerstand, met name in het 'achtje' (huidige kernwinkelgebied). Met niet-publieksgerichte functies, zoals wonen, tussen de andere publieksfuncties leidt dit tot een gatenkaas voor de consument (hinderlijk bij het doen van combinatiebezoeken). Voor (winkel)ondernemers die het moeten hebben van veel passanten voor de deur is dit daarom een probleem, terwijl dit voor de aanloopstraten veel minder geldt (worden zeer doelgericht of vanuit recreatief motief bezocht).
- Het scenario waarin het kernwinkelgebied een vergelijkbare omvang behoudt, maar er ook meer andere publieksgerichte functies gestimuleerd worden (scenario 3), doet daarom het meeste recht aan hetgeen in de ateliers is opgehaald en is door de flexibiliteit juist toekomstgericht. Wonen en andere niet-publieksgerichte functies op de begane grond blijven uitgesloten in het achtje, en de aanloopstraten behouden het huidige gemengde profiel.

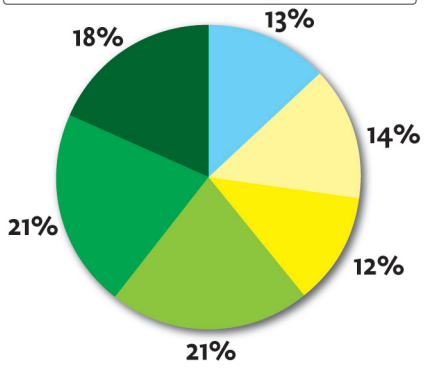
Gewenste functies per deelgebied

- Groepsgewijs hebben deelnemers van de werkateliers met stickers op plattegronden kunnen aangeven welke functies het beste aansluiten per straat of deelgebied. Deelnemers konden kiezen uit zeer uiteenlopende voorgedrukte functies en desgewenst nieuwe functies bedenken of functies meer dan 1 keer plakken (blanco stickers en pen). Aan het einde van de bijeenkomst werden de uitkomsten plenair toegelicht/besproken.
- Er werd actief meegedaan. De meeste groepjes focusten zich in eerste instantie op de gewenste functies voor het eigen deelgebied, maar vaak hadden ze ook voor andere delen van de binnenstad ideeën voor kansrijke functies. Zeer veel verschillende functies en ideeën zijn de revue gepasseerd, waarbij de heren van DTNP als toehoorder van alle terugkoppelingen bepaalde suggesties meerdere keren voorbij hoorden komen.

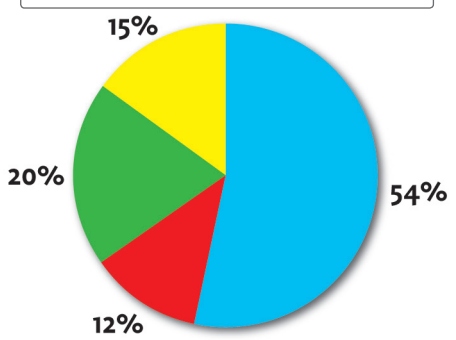
Bijlage 4
Kenmerken binnenstadsbezoekers en -gedrag Bergen op Zoom, onderzoek DTNP en Radboud Universiteit Nijmegen, april 2017 (N = 240)

Op een donderdag en een zaterdag in april 2017 zijn door studenten bij de uitgangen van het kernwinkelgebied van Bergen op Zoom in totaal 240 enquêtes afgenomen onder bezoekers die de binnenstad verlieten. Respondenten zijn bevraagd op hun feitelijke bezoekgedrag. De uitkomsten geven een goede indicatie van het huidige profiel van bezoekers in het kernwinkelgebied (buiten vakantie-perioden). De steekproef (aantal respondenten) is te klein om statistisch betrouwbare uitspraken te doen.

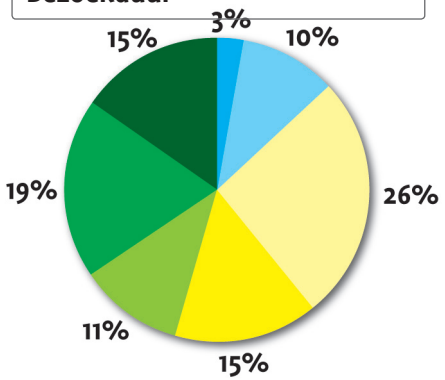
Bezoekfrequentie



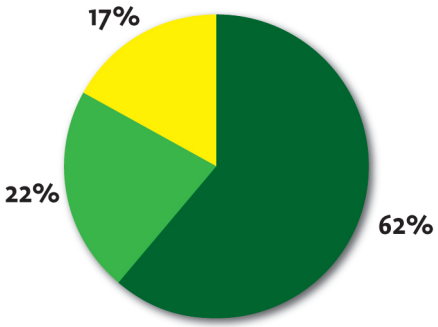
Bezoekmotief



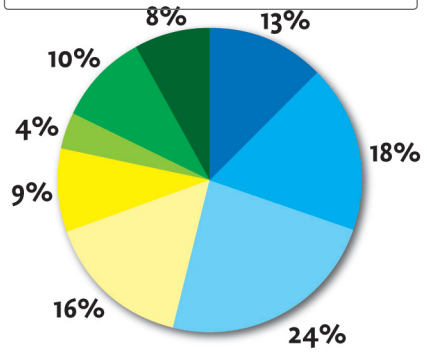
Bezoekduur



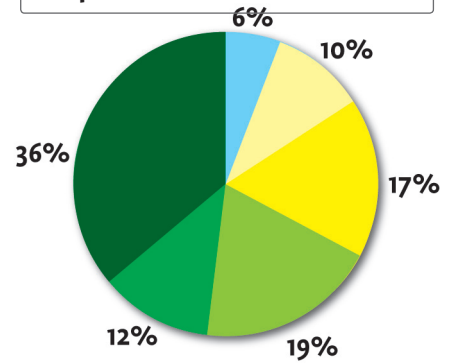
Herkomst bezoekers



Bestedingen



Loopafstanden



Vervoermiddel

