

Ruimte. Mensen. Toekomst.

Programma Centrum Duiven

Koers en strategie

Definitief

BRO

colofon

projectnaam
Programma Centrum Duiven

datum
8 april 2025

projectnummer
P07137

opdrachtgever
Gemeente Duiven

BRO
projectleider
FSi

projectteam
LvdH, LFa

bron kaft
BRO

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

BRO



Inhoudsopgave

1 Inleiding 4

2 Programma Centrum: Koers en strategie 5
2.1 Positionering 6
2.2 Functionele opgaven 6
2.3 Ruimtelijke opgaven 8
2.4 Overige opgaven 11
2.5 Strategie en uitvoering 12

3 Beleid en onderzoeken 15
3.1 Provinciaal 16
3.2 Regionaal 16
3.3 Gemeentelijk 16
3.4 Plannen en initiatieven 17

4 Trends 18
4.1 Betekenis boodschappen doen 19
4.2 Betekenis recreatief winkelen 20
4.3 Betekenis horeca 20

5 Analyse vraag en aanbod 22
5.1 Demografische cijfers 23
5.2 Aanbod 24
5.3 Ruimtelijke analyse 25
5.4 Koopstromen 25
5.5 Samenvattende SWOT 27

Bijlagen

1 Analyse bezoekersenquête 29

2 Cijfers en benchmark 31

3 Marktruimte en behoefte 37

4 Sessie met vastgoed en ondernemers 38

1 Inleiding

Aanleiding

Voor het centrum van Duiven is een stedenbouwkundige visie opgesteld, ‘Vitaal Centrum Duiven: Een Uitnodigend Dorpshart’. De eerste drie fasen zijn doorlopen. De vierde fase staat op het punt van beginnen. Dit houdt in dat het grasveld in het centrum wordt ingevuld met appartementen en dat er mogelijk enkele commerciële ruimten worden toegevoegd in de plint aan de Pastoriestraat. Daarnaast wordt het overdekte winkelcentrum ‘De Passage’ herontwikkeld. Een deel van de leegstand wordt ingevuld door verplaatsing van Jumbo. Andere ontwikkelingen in het centrum zijn onder meer de verplaatsing van de school en toevoegen van woningen.

Vooralsnog is veel fysiek gewerkt aan het centrum. Een integrale visie ontbreekt. De stedenbouwkundige visie moet worden vertaald naar een algemeen en concreet plan voor het centrum. Belangrijk daarbij zijn vier kernwaarden: sociale waarde, mobiliteit, gastvrijheid en programmering & aanbod. Deze moeten allemaal terugkomen in een integrale visie, die aansluit bij het DNA van Duiven, de lokale identiteit. De integrale visie schetst de koers voor het centrum. Dit moet worden doorvertaald naar een strategie met daarin projecten met concrete doelen die bijdragen aan een toekomstbestendig centrum van Duiven.

Doel- en vraagstelling

Gelet op bovenstaande heeft de gemeente Duiven behoefte aan een integrale centrumvisie. De visie schetst de koers voor de komende jaren en geeft een concrete strategie om invulling te geven aan de koers. Ook moet de visie antwoord geven op de volgende vragen:

- Hoe kunnen inwoners van Duiven, Loo en Groessen meer worden gebonden aan het centrum van Duiven?
- Zijn er kansen om anderen doelgroepen, zoals inwoners van omliggende plaatsen, toeristen en recreanten en bezoekers van Retailpark Duiven, naar het centrum van Duiven te trekken?

Betrekken van belanghebbenden

De nieuwe centrumvisie moet duidelijkheid creëren en overzicht bieden voor gemeente, ondernemers én vastgoedeigenaren. Dit betekent ook dat er voldoende draagvlak moet zijn onder deze belanghebbenden. Dit vraagt om goede participatie van stakeholders. In elke fase van het proces zijn gemeente, ondernemers en vastgoedeigenaren betrokken.

De visie is tot stand gekomen met input van diverse belanghebbenden:

- Ondernemers en eigenaren zijn betrokken in de stuurgroep en door middel van diverse interactieve sessies
- Gemeente en diverse ambtelijke disciplines zijn betrokken in de stuurgroep en door middel van diverse interactieve sessies.
- Bezoekers (ook bewoners) zijn betrokken door middel van een grootschalige enquête, fysiek afgenomen in het centrum van Duiven. Vanuit bewoners is tevens informatie beschikbaar op basis van het recente koopstromenonderzoek Oost-Nederland.

Resultaat

Het resultaat van het onderzoek is drieledig:

- een integrale visie die bestaande toekomstvisies en plannen bundelt in één koersdocument,
- visueel vormgegeven in een functiekaart met doelstellingen,
- vertaald in een strategie met concrete projecten voor de komende jaren.



Gemeente Duiven heeft behoefte aan een integrale centrumvisie…



…met een duidelijke koers en concrete doelen en projecten

2 Programma Centrum: Koers en strategie

Door middel van uitvoerige analyse, de bezoekersenquête en diverse gesprekken met stakeholders hebben we voldoende input verzameld om samen een stip op de horizon te zetten voor het centrum van Duiven. In dit hoofdstuk gaan we eerst in op de positionering van het centrum. Daarna staan we stil bij functionele, ruimtelijke en juridisch/overige opgaven voor de toekomst. Tot slot bespreken we de strategie en uitvoering.



2.1 Positionering

Gemengd profiel met focus op boodschappen en verblijf
Voordat we de opgaven voor het centrum van Duiven bepalen, moeten we een goed beeld hebben van de functie en de positionering van het centrum. De opgaven staan immers niet op zichzelf. Ze hebben als doel om de positionering van het centrum te versterken. Dus wat is nu precies de functie van het centrum? Waar willen we naar toe werken?

Het centrum van Duiven heeft in de basis een *boodschappenfunctie*. Het is een uitstekende plek om boodschappen te doen. Dat is in de toekomst niet anders. De boodschappenfunctie van het centrum is belangrijk voor de consument in Duiven en omgeving, maar ook voor het functioneren van het centrum. Supermarkten gaan daarbij als trekker voorop.

Dit betekent niet dat geen ruimte is voor ander winkelaanbod. De focus ligt weliswaar bij boodschappenaanbod, aanvullend is ook *perspectief voor recreatief* winkelaanbod. Is het centrum een plek om recreatief te winkelen? Nee, recreatief winkelaanbod in het centrum van Duiven wordt meer doelgericht en efficiënt bezocht. Voor die ene nieuwe outfit of dat nieuwe paar schoenen. Perspectief is er als de basis op orde is.

Het centrum is bovendien meer dan alleen winkels. Dit betekent dat ook aandacht is voor *ambachten, horeca, leisure en maatschappelijke functies*. Deze functies zorgen voor een breder bezoekmotief én nodigen consumenten uit om langer te verblijven. Dit is belangrijk, want verblijf is belangrijk. Het centrum van Duiven heeft voldoende perspectief om een *aantrekkelijke verblijfsplek* te zijn. Dit vraagt wel om een stevige impuls: versterking van het horecaplein als hart van het centrum en versterking van de openbare ruimte, zodat ook die uitnodigt om te verblijven.

Het centrum van Duiven is een boodschappencentrum+, met een goede functiediversiteit, waar consumenten uitstekend kunnen verblijven. Daar moeten we met zijn allen aan werken. En dat gaan we doen!

2.2 Functionele opgaven

Functionele mogelijkheden
Op functioneel gebied zijn er verschillende mogelijkheden om het centrum van Duiven te versterken. Het gaat dan om functies en voorzieningen die bijdragen aan de positionering van het centrum. Dit betekent behoud en versterking van de goede boodschappenbasis, kwalitatieve versterking van recreatief winkelaanbod en versterking van de functiediversiteit. Focus ligt ook op een goede verblijfskwaliteit. Uitbreiding van verblijfshoreca en versterking van het Remigiusplein als bruisend hart van het centrum staan centraal.

Een goede dagelijkse winkelbasis vormt het fundament
Het centrum heeft een belangrijke boodschappenfunctie. Een goede dagelijkse winkelbasis vormt het fundament voor het centrum. Er zijn twee grote moderne supermarkten (service en discount). Jumbo is wat verouderd, maar verplaatst en moderniseert. Verdere versterkingsmogelijkheden zijn er op het gebied van (vers)speciaalaanbod. Meer variëteit binnen dit aanbod versterkt de boodschappenbasis van het centrum.

<u>Kansen en opgaven</u>

- Mogelijke aanvullingen zijn bijvoorbeeld een AGF-winkel, koffie/thee of buitenlandse delicatessen. Een combinatie van verschillende verszaken (vershof) of een winkel in combinatie met horeca (blurring) kan exploitatie aantrekkelijker maken.
- Veel consumenten combineren een bezoek aan supermarkten en versspeciaalzaken. Ruimtelijk concentreren van versspeciaalzaken (zoals een vershof) zorgt voor gemak en efficiëntie en kan ook de verbinding vormen tussen deelgebieden.
- Als er sprake is van een horecafunctie, ontstaat ook een verblijfsplek. Dit is ook aantrekkelijk voor de toeristisch-recreatieve bezoeker van het centrum.



Sterk boodschappenaanbod vormt de basis voor het centrum



Focus op versterking Remigiusplein als hart van het centrum

Kwaliteit, zelfstandig ondernemerschap en ontbrekende branches
Het recreatieve niet-dagelijkse winkelaanbod (o.a. kleding, schoenen en huishoudelijke artikelen) in de gemeente Duiven functioneert cijfermatig goed. Op basis daarvan is ook enige ruimte om het aanbod in het centrum uit te breiden. Tegelijkertijd staat juist dit type aanbod onder druk en is voorzichtigheid geboden. Dit betekent niet dat er geen aanbod bij kan komen. De focus ligt echter niet op kwantitatieve uitbreiding. Kwalitatieve versterking van het aanbod, met oog voor de aanwezige doelgroepen in Duiven en omgeving, is het uitgangspunt.

Kansen en opgaven

- Toevoegen van (sub)branches die kwaliteit en variëteit van het aanbod in het centrum versterken. Daarbij kan worden gedacht aan kindermode (inmiddels geopend), modeaccessoires, lingerie, cadeauartikelen en meer onderscheidende dames- en herenmode. Ook verplaatsing van bestaand aanbod is een optie.
- Filiaalbedrijven dragen bij aan de variëteit van het winkelaanbod. Bij landelijke faillissementen trekken filialen zich echter vaak terug uit kleinere centra zoals Duiven. Zelfstandige ondernemers dragen bij aan de onderscheidende kwaliteiten van een centrum. Bovendien zijn ze vaak meer betrokken bij een centrum. Een goede mix tussen filiaalbedrijven en zelfstandig ondernemerschap is het doel.
- Stimuleren van startende ondernemers door tegemoetkoming in huurvoorwaarden (o.a. flexibele huren, instaphuren, korte contracten). Of het inrichten van een ‘Spring-plank-winkel’ of ‘Wisselwinkel’ waar ondernemers een bepaalde tijd hun concept proberen en bij succes doorgroeien naar een vaste plek.

Versterken Remigiusplein als verblijfshart van het centrum
Het horeca-aanbod in het centrum van Duiven is de afgelopen jaren toegenomen. Dag- en avondhoreca, verblijfshoreca, draagt bij aan de verblijfskwaliteit en verblijfsduur in het centrum. Versterking van verblijfshoreca, terrassen en meer ruimte voor evenementen, versterkt de functie van het Remigiusplein als verblijfshart van het centrum.

Kansen en opgaven

- Stimuleren van dag- en/of avondhoreca (inclusief terras) om de verblijfsfunctie van het Remigiusplein te versterken. Focus ligt op horeca die aanvullend is op de bestaande horeca en/of goed aansluit bij de doelgroepen in Duiven. Zoals een koffiezaak, luxe broodjeszaak, wijnbar of blurring (zoals een koffiebar- en winkel, viszaak met mogelijkheid om ter plekke te eten). Fast service horeca heeft geen meerwaarde voor verblijfskwaliteit.
- De Remigiuskerk is recentelijk in gebruik genomen door een geloofsgemeenschap. Deze plek zou zich kunnen doorontwikkelen tot een ontmoetingsplek met terras aan het plein. Deze eyecatcher voor het centrum zou in de toekomst ook andere functies kunnen herbergen, zoals sport, zorg of kantoor.
- Het Remigiusplein is dé locatie voor evenementen in verschillende vormen en maten. Dit onderstreept de functie van het plein als bruisend hart van het centrum. De omliggende horeca en winkels profiteren bovendien optimaal van de aantrekkende werking van evenementen op het Remigiusplein.
- Het ‘podium’ op het Remigiusplein neemt veel plek in beslag, maar heeft nauwelijks een functie. Herinrichting van het plein en verwijderen van het podium biedt meer ruimte voor (een ruimere opzet van) terrassen en voor evenementen.

Nieuw perspectief voor de Pastoriestraat
Publiekstrekkers hebben een belangrijke functie voor het centrum. Andere winkels en voorzieningen profiteren van de trekkracht. Publiekstrekkers dragen bij aan het perspectief voor omliggende winkels en voorzieningen. De beoogde verplaatsing van Jumbo vraagt om actie in de Pastoriestraat. Een nieuwe trekker op de plek van Jumbo biedt perspectief.

Kansen en opgaven

- Na verplaatsing van Jumbo verliest de Pastoriestraat haar trekker. De passantenstroom neemt af, waardoor ook het perspectief van de straat afneemt. Een nieuwe trekker op de oude locatie van Jumbo biedt nieuw perspectief voor de Pastoriestraat.
- Gedacht kan worden aan verplaatsing van Action. De huidige locatie van Action ligt suboptimaal ten opzichte van het centrum. De trekkersfunctie van Action voor het centrum komt beter tot z’n recht op de Jumbo-locatie. De locatie van Action biedt dan ruimte voor bijvoorbeeld zorg- of sportfuncties.
- Als verplaatsing van Action niet haalbaar is, heeft een andere publieksgerichte functie op de achterblijvende Jumbo-locatie de voorkeur. Een publieksgerichte functie (dienstverlening, maatschappelijk, zorg, leisure, etc.) trekt bezoekers en heeft voor het centrum meer waarde dan het toevoegen van woningen.



Behoud en versterk perspectief voor de Pastoriestraat

Functieverbreding voor meer bezoekdoelen

Het centrum heeft weliswaar primair een functie voor dagelijkse boodschappen, dat betekent niet dat er geen plek is voor andere functies. Een grotere functiediversiteit betekent meer bezoekdoelen en dat betekent meer bezoekers in het centrum. Maatschappelijk functies en leisure functies kunnen bovendien bijdragen aan de verblijfskwaliteit in het centrum. Het centrum als geheel profiteert hier van.

Kansen en opgaven

- Consumenten hebben steeds meer aandacht voor uiterlijk vertoon en zelfzorg. Dit biedt kansen voor ambachten die zich bezighouden met beauty, wellness en lifestyle. Denk aan schoonheidssalons (diverse mogelijkheden) of een cityspa.
- Consumenten hebben steeds meer aandacht voor duurzaamheid en hergebruik van producten. Dit biedt kansen voor reparatie-ambachten zoals schoen-, kleding- en elektroreparatie.
- Mede door vergrijzing neemt de behoefte aan zorg toe. Dit biedt kansen voor zorgvoorzieningen in het centrum, zoals een apotheek, een huisarts, een tandarts, fysiotherapie, etc. Dit kan verplaatsing van bestaand aanbod zijn.
- Maatschappelijke voorzieningen kunnen ook informele plekken zijn waar consumenten elkaar kunnen ontmoeten. Dit versterkt de sociale functie van het centrum. De komst van seniorenwoningen biedt perspectief voor dit soort voorzieningen.
- Cultuur en leisurevoorzieningen versterken de verblijfsfunctie van het centrum. Er zijn kansen voor de toevoeging van leisurevoorzieningen, die passen bij de schaal en uitstraling van het centrum. Daarbij kan worden gedacht aan een kleinschalige (indoor) speelvoorziening voor gezinnen met kinderen, een kleinschalige cityspa, een arcade hal voor jong en oud, een escape room of een VR-experience.

2.3 Ruimtelijke opgaven

Ruimtelijke mogelijkheden

Centrumgebieden transformeren. Van monofunctioneel koopcentrum naar multifunctioneel voorzieningen- en verblijfscentrum. Zo ook het centrum van Duiven. Naast de functionele opgaven (welke voorzieningen versterken het centrum?) zijn ruimtelijke opgaven minstens zo belangrijk (hoe kan de ruimtelijke kwaliteit worden versterkt?). Dit is hard nodig, want de ruimtelijke kwaliteit blijft achter. Ook de bezoeker beoordeelt dit zo. Er zijn diverse kansen om de ruimtelijke kwaliteit en de uitstraling van het centrum te versterken.

Versterken van verblijfskwaliteit, sfeer en uitstraling

Verblijfskwaliteit, sfeer en uitstraling in het centrum van Duiven verdienen veel aandacht. Deze aspecten zijn ondermaats en zo worden ze ook gewaardeerd door bezoekers. Werk aan de winkel dus! Goede verblijfskwaliteit is uitermate belangrijk om verblijf in het centrum te stimuleren. Goede sfeer en uitstraling vergroten de aantrekkelijkheid. Diverse kansen en opgaven kunnen hier aan bijdragen.

Kansen en opgaven

- Herinrichting van het Remigiusplein als verblijfshart van het centrum. Weghalen van het podium biedt meer ruimte voor terrassen (meer terras, ruimere opstelling) en evenementen.
- Visueel aantrekkelijke terrassen dragen bij aan de uitstraling. Dit betekent een nette opstelling en consistent gebruik van materialen (stoelen, tafels, parasols, etc.).
- Bevorder mogelijkheden voor ontmoeting en verblijf in de openbare ruimte. Daarbij kan worden gedacht aan zitmogelijkheden, speelgelegenheid, zandspeeltuin, schaakbord, groen (zie ook verderop) en schaduwplekken.
- Zorg voor een goede ruimtelijke kwaliteit van openbare ruimte en bebouwing. Aandacht gaat vooral uit naar het westzijde van Pastoriestraat, De Elshofpassage en het Remigiusplein,
- Zorg voor aantrekkelijke entrees van het centrum aan de noordkant (Pastoriestraat), Oostkant (Elshofstraat), Zuidkant (Elshofpassage) en westkant (Van Schaijkstraat, ‘t Weike en ‘t Buske).
- Een goede verblijfskwaliteit betekent ook dat consumenten zich welkom voelen. Het is belangrijk dat ondernemers dit te allen tijde uitdragen met gastvrijheid, service en klantvriendelijkheid

Sterk inzetten op vergroening

Vergroening en waterelementen dragen bij aan de verblijfskwaliteit, gaan hittestress tegen en bevorderen de biodiversiteit. Het centrum van Duiven is op veel plekken stenig. Vergroening is dus een belangrijke opgave. Waterelementen zijn een aanvullende kans.



Faciliteer verblijf en ontmoeting in de openbare ruimte (referentiefoto)

Kansen en opgaven

- Sterk inzetten op vergroening van het centrum door op diverse plekken in het centrum groenvoorzieningen te realiseren.
    - Op het Remigiusplein is ruimte voor zowel kleinschalig groen (o.a. bloem- en plantenbakken, groenperken) als grootschalig groen (o.a. bomen). Grootschalig groen zorgt voor schaduw en draagt daarmee bij aan de verblijfskwaliteit in de openbare ruimte.
    - In de straten is ruimte voor kleinschalig groen (o.a. bloem- en plantenbakken, groenperken, bodembedekking, geveltuintjes en verticaal gevelgroen.
    - In de Elshofpassage is ruimte voor kleinschalig groen (o.a. bakken met bloemen, planten of kleine boompjes)
- Waterelementen (zoals spuitertjes of in combinatie met speelvoorziening) op het Remiusplein hebben een speelelement en dragen bij aan verblijfskwaliteit. Ook zorgen ze voor verkoeling op warme dagen en gaan hittestress tegen. Dit kan een optie zijn aanvullend aan de bestaande waterelementen op het plein.

Verbeteren van ruimtelijke samenhang in centrum

Het centrum van Duiven kent een aantal deelgebieden (o.a. Elshofpassage, Pastoriestraat, Remigiusplein en Rijksweg). De samenhang tussen deelgebieden kan worden versterkt. Hierdoor ontstaat meer het gevoel van één centrum, met gebieden die elkaar versterken.

Kansen en opgaven

- Versterken van samenhang tussen Elshofpassage en Pastoriestraat, zodat het centrum optimaal profiteert van bezoekers van Albert Heijn (en op termijn ook Jumbo).
- Afbouwen (op termijn) van publieksfuncties aan de Rijksweg. Deze zijn met de rug naar het centrum gesitueerd en hebben hierdoor minder synergie met de rest van het centrum.
- Zorgen voor een nieuwe trekker voor de Pastoriestraat, om de passentenstroom in deze straat te behouden. Dit kan bijvoorbeeld verplaatsing van Action zijn.

Toepassen van klimaat- en duurzaamheidsmaatregelen

Aandacht hebben voor klimaat en duurzaamheid is steeds belangrijker. Het draagt bij aan een maatschappelijk opgaven, maar heeft ook meerwaarde voor het centrum (o.a. energiebesparing).

Kansen en opgaven

- Onderzoek mogelijkheden voor toepassing van zonnepanelen
- Onderzoek de noodzaak voor toevoegen van extra laadpalen voor auto’s en oplaadplekken voor elektrische fietsen.



Sterk inzetten op vergroening van centrum (referentiefoto)

Behoud goede bereikbaarheid en parkeren, versterk fietsparkeren

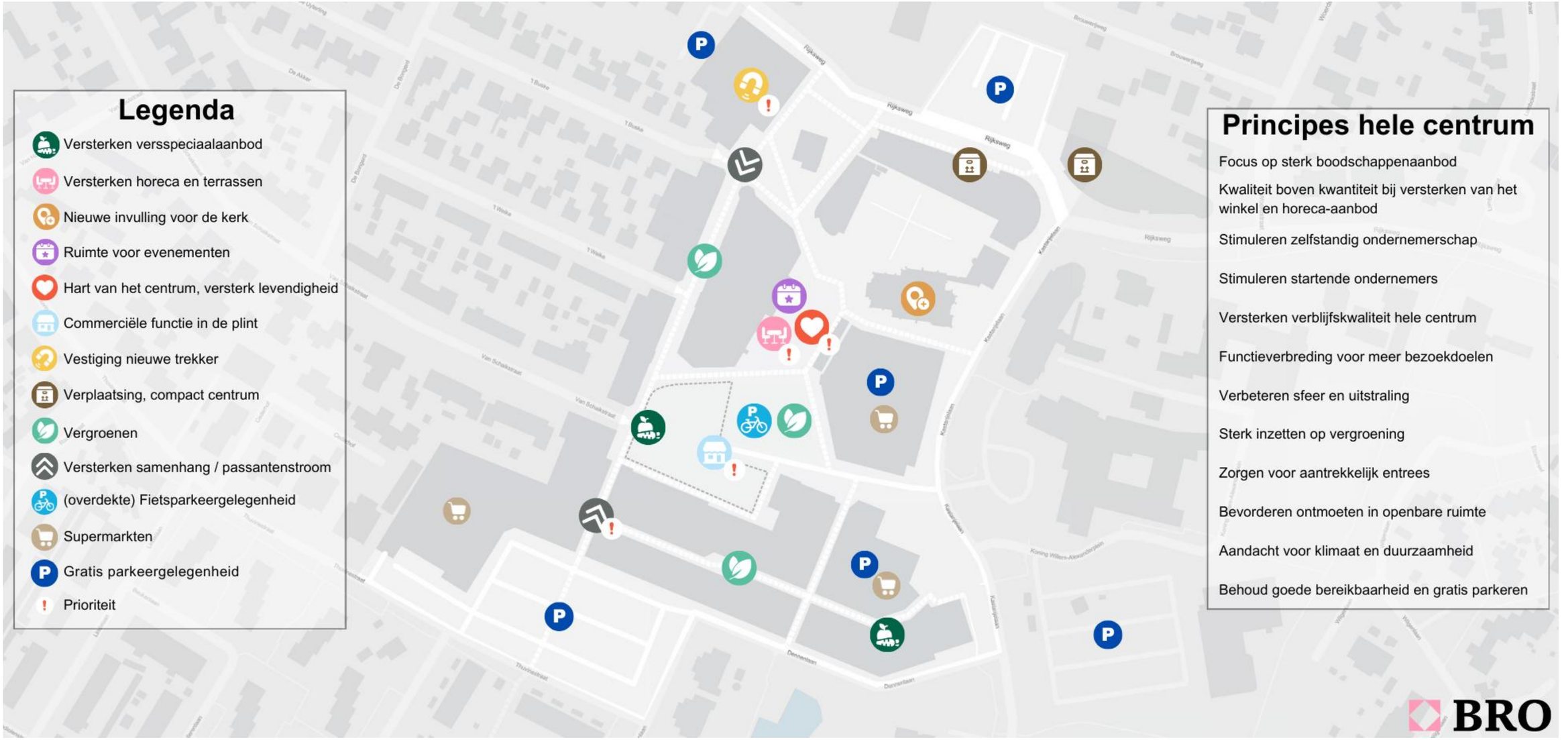
Bereikbaarheid en parkeren zijn twee sterke punten van het centrum van Duiven. Het centrum is goed ontsloten, met aan alle zijden gratis parkeren. Ook voor fietsers is het centrum goed bereikbaar. Mogelijkheden voor fietsparkeren zijn echter beperkt. Ook de bereikbaarheid per openbaar vervoer vraagt aandacht. Faciliteren van fietsers en OV is een belangrijke opgave vanuit het STOMP-principe.

Kansen en opgaven

- Behoud gratis parkeren voor het hele centrum.
- Realiseer goede (overdekte) stallingsmogelijkheden voor fietsen in het centrum. Overdekte stallingsmogelijkheden zijn wenselijk door de toename van elektrische fietsen (diefstalgevoelig)
- Onderzoek mogelijkheden om de bereikbaarheid van het centrum van per openbaar vervoer te verbeteren.



Behoud gratis parkeren in het hele centrum



Figuur 1: Visiekaart Duiven-Centrum

2.4 Overige opgaven

Overige mogelijkheden
Naast de functionele opgaven (welke voorzieningen kunnen het centrum versterken?) en ruimtelijke opgaven (hoe kan de ruimtelijke kwaliteit worden versterkt?), zijn er ook nog overige opgaven. Dit zijn meer ‘zachte’ opgaven, maar niet minder belangrijk voor een goed functionerend en aantrekkelijk centrumgebied. Goed ondernemerschap en goede samenwerking tussen partijen geven vorm aan het centrum. Gemeente, ondernemers en vastgoedpartijen zijn samen verantwoordelijk om het centrum van Duiven te laten floreren.

Goede samenwerking ondernemers en eigenaren onmisbaar
Het centrum van Duiven kent een vaste groep enthousiaste ondernemers en eigenaren. Ondernemers in het centrum zijn verenigd, voor vastgoed wordt daar aan gewerkt. Versterking van de samenwerking is een belangrijk punt. Het centrum van Duiven is gebaat bij een grotere groep enthousiaste en welwillende ondernemers en eigenaren, die samen uitdragen waar het centrum van Duiven voor staat. Een goede samenwerking met Centerpoort-Nieuwgraaf is een aanvullende kans voor het centrum, maar is sterk afhankelijk van ondernemerschap.

Kansen en opgaven

- Versterken van de saamhorigheid onder ondernemers en eigenaren en zorgen voor een grotere groep enthousiaste ondernemers en eigenaren.
- Doorpakken met het verenigen van vastgoedeigenaren
- Gezamenlijk uitwerking geven aan het uitvoeringsprogramma (zie paragraaf 2.5). Hierin zijn kansen en opgaven concreet gemaakt met projecten en activiteiten. Wie is verantwoordelijk? Wat is de planning? En wat zijn de kosten?
- Betere samenwerking met ondernemers op perifere locatie Centerpoort-Nieuwgraaf. Daarbij kan worden gedacht aan reclame maken voor elkaars winkels, kortingscoupons, centrumondernemers die zelf flyeren of reclame maken op Centerpoort-Nieuwgraaf, etc. Hierbij is het wel van belang dat eerst het centrum op orde is.

2.5 Strategie en uitvoering

Van visie naar uitvoering: en nu doorpakken!
De nieuwe visie voor het centrum van Duiven is tot stand gekomen in samenspraak tussen gemeente, ondernemers en vastgoedeigenaren. Bewoners (koopstromenonderzoek) en bezoekers (enquête) hebben input geleverd. Ook het college van B&W is meegenomen. De rol van het college is anders dan voorheen. De nieuwe visie is een 'Programma' onder de Omgevingswet. Programma's worden vastgesteld door het college van B&W. Deze bevoegdheid ligt niet meer bij de gemeenteraad.

Dit betekent niet dat de gemeenteraad er niet meer toe doet. Integendeel, de mening van de raad is nog altijd zeer waardevol. Tijdens een openbare raadssessie heeft de gemeenteraad volop mee kunnen denken en input kunnen leveren. En dat is niet alles. Het programma, met visie én uitvoeringsparagraaf, wordt nogmaals voorgelegd aan de raad. Middels een wensen- en bedenkingen procedure krijgt de raad nog een keer de mogelijkheid om te reageren op de visie. Pas daarna stelt het college van B&W, al dan niet gewijzigd, het programma vast.

Maar dan zijn we er nog niet. Vaststelling is slechts de eerste stap. Uitvoering is stap twee. En die is des te belangrijker. Het centrum van Duiven heeft een impuls nodig. Verschillende acties zijn uitgevoerd of staan op de planning. Nu is het moment om door te pakken. Dit is belangrijk om vertrouwen te wekken en de saamhorigheid in het centrum te versterken. De schop moet in de grond, liever vandaag dan morgen!

Gezamenlijke visie, gezamenlijke verantwoordelijkheid
De nieuwe visie is een gezamenlijk product van centrumpartijen. Een gezamenlijke visie betekent ook gezamenlijke verantwoordelijkheid. Gemeente, ondernemers en vastgoedeigenaren zijn allemaal aan zet. Met personele inzet én met financiële bijdrage. De gezamenlijke aanpak kan worden bekrachtigt met een convenant of intentieverklaring. Dit vormt het startsein om samen de schouders er onder te zetten. Om samen te werken aan een aantrekkelijk en goed functionerend centrum.

Concrete projecten, acties en maatregelen
In de visie zijn diverse functionele, ruimtelijke en overige opgaven uitgewerkt. Deze zijn vertaald naar concrete acties en maatregelen die een plek kunnen of moeten krijgen in de uitvoering van de visie.

Onderstaande tabel geeft een beschrijving en benoemt de betrokken partijen. Indien van toepassing is tevens een inschatting gemaakt van de kosten. Tot slot is aangegeven of projecten, acties en maatregelen op korte (<2 jaar), middellange (2-5 jaar) of lange termijn (>5 jaar) kunnen worden gerealiseerd. Het is belangrijk om de voortgang te blijven monitoren. Geadviseerd wordt om na circa vijf jaar een grondige evaluatie uit te voeren. Welke vorderingen zijn er gemaakt? Welk acties zijn uitgevoerd of juist niet? Is er bijsturing nodig? Een evaluatie helpt hierbij.

Tabel 1a: Projecten, acties en maatregelen

	Omschrijving	Partijen	Kostenindicatie	Termijn
Een goede dagelijkse winkelbasis vormt het fundament				
1. Versterken (vers)speciaalaanbod	- Opstellen van acquisitieplan voor het aantrekken van aanvullend versaanbod (focus op vullen van Elshofpassage en nieuwe commerciële ruimtes Pastoriestraat).	Ondernemers, vastgoed en mogelijk centrummanager (zie ook actie 24)	- Personele inzet	Middellang
2. Actuele kaders voor detailhandel	- Actualiseren detailhandelsbeleid 2012. Het beleid biedt tevens kaders voor blurring en perifere locatie Centerpoort-Nieuwgraaf en geeft advies over hoe om te gaan solitair aanbod en verborgen plancapaciteit.	Gemeente	- € 25.000	Kort / middellang
Kwaliteit, zelfstandig ondernemerschap en ontbrekende branches				
3. Versterken branches	- Opstellen van acquisitieplan voor het aantrekken van aanvullende branches (focus op vullen van Elshofpassage en nieuwe commerciële ruimtes Pastoriestraat).	Ondernemers, vastgoed en mogelijk centrummanager (zie ook actie 24)	- Personele inzet	Middellang
4. Stimuleer startende ondernemers of verplaatsers	- Opstellen van stimuleringsregeling om startende ondernemers of verplaatsing van ondernemers financieel te ondersteunen met verhuis- of verbouwkosten (focus op passage en nieuwe commerciële ruimtes Pastoriestraat). - Tegemoetkoming huur/ flexibele huur/ springplankwinkel.	Gemeente Vastgoed	- € 10.000 (jaarlijks budget circa € 30.000) - Huurbijdrage vastgoed	Middellang Middellang
Functioneel versterken Remigiusplein als verblijfshart van het centrum				
5. Versterken horeca	- Opstellen van acquisitieplan voor het aantrekken van aanvullende horeca op het Remigiusplein.	Ondernemers, vastgoed en mogelijk centrummanager (zie ook actie 24)	- Personele inzet	Kort
6. Verwijderen podium	- Verwijderen van het podium om plek te maken voor een grotere variëteit aan evenementen en ruimere opstelling van terrassen.	Gemeente	- Lopende ontwikkeling	Middel
7. Evenementenkalender centrum	- Jaarlijks opstellen van evenementenkalender voor het centrum van Duiven.	Ondernemers	- Personele inzet	Kort

Tabel 1b: Projecten, acties en maatregelen

	Omschrijving	Partijen	Kostenindicatie	Termijn
Nieuw perspectief voor de Pastoriestraat				
8. Trekker Jumbo-locatie	- Verkennende gesprekken met Action over verplaatsing. - Scenariostudie herontwikkeling Jumbo-locatie.	Gemeente, Action, eigenaar Jumbo-locatie Gemeente	- Personele inzet - € 15.000	Kort Kort / middellang
Functieverbreding voor meer bezoekdoelen				
9. Acquisitieplan functieverbreding	- Opstellen van acquisitieplan voor aantrekken van aanvullende functies (focus op zorg, leisure, maatschappelijk). Welke functies / ondernemingen zijn kansrijk om (op termijn) naar het centrum te verplaatsen.	Gemeente, ondernemers, vastgoed en mogelijk centrummanager (zie ook actie 24)	- Personele inzet	Middellang
Versterken van verblijfskwaliteit, sfeer en uitstraling				
10. Ruimtelijke kwaliteit Remigiusplein	- Herinrichting Remigiusplein met aandacht voor de ruimtelijke kwaliteit van het plein. - Tijdelijke aankleding van centrum.	Gemeente	- Lopende ontwikkeling - Kosten uitvoering afhankelijk van diverse keuzes	Kort / middellang
11. Ontmoeting en verblijf in de openbare ruimte	- Opstellen van inrichtingsplan (met focus op straatmeubilair, speelvoorzieningen, etc.). Keuze voor centrum als geheel of voor deelgebied(en). - Tijdelijke aankleding van centrum.	Gemeente	- € 10.000 à 30.000 - Kosten uitvoering afhankelijk van diverse keuzes	Kort / middellang
12. Uitstraling Pastoriestraat	- Maken van ontwerpplan voor de herontwikkeling van het ‘Blokker-blok’.	Vastgoedeigenaar locatie Pastoriestraat	- € 7.500 à 10.000 - Kosten uitvoering afhankelijk van diverse keuzes	Middellang
13. Entrees centrum	- Maken van een ontwerpplan voor de centrumentrees.	Gemeente	- € 10.000 à 15.000 - Kosten uitvoering afhankelijk van diverse keuzes	Middellang
Sterk inzetten op vergroening				
14. Remigiuspein	- Onderdeel van herinrichting Remigiusplein.	Gemeente	- Lopende ontwikkeling	Kort / Middellang
15. Pastoriestraat	- Opstellen van groenplan voor de Pastoriestraat.	Gemeente	- € 10.000 à 15.000 - Kosten uitvoering afhankelijk van diverse keuzes	Kort / Middellang
16. Elshofpassage	- Opstellen van groenplan voor de Elshofpassage.	Vastgoedeigenaar Elshofpassage	- € 10.000 à 15.000 - Kosten uitvoering afhankelijk van diverse keuzes	Kort / Middellang



Verkennende gesprekken met Action en scenariostudie voor Jumbo-locatie



Eerst breed gedragen ontwerpplannen, dan pas de uitvoering

Verbinding zoeken met Centerpoort-Nieuwgraaf/Graafstaete
Centerpoort-Nieuwgraaf is een enorme publiekstrekker. Het bezoekmotief is weliswaar sterk doelgericht, toch kan het centrum proberen om mee te liften op het succes van Centerpoort-Nieuwgraaf/Graafstaete. Belangrijke voorwaarde is dat het centrum op orde is. Vervolgens kan het centrum in de etalage worden gezet. Een gerichte marketingcampagne kan hierbij uitkomst bieden (zie tabel 1c). Voorbeelden van acties en maatregelen zijn gebruik van reclamezuilen, actief flyeren, maar ook zorgen voor optimale bewegwijzering naar het centrum (vindbaarheid).

Subsidiemogelijkheden provincie Gelderland en Rijk
Het programma centrum is tot stand gekomen mede dankzij steun en een financiële bijdrage van de provincie Gelderland (‘SteenGoed Benutten’). Ook voor de uitvoeringsfase wordt een beroep gedaan op steun van de provincie. De kosten voor verschillende acties en maatregelen variëren sterk. De kosten voor diverse maatregelen, zoals uitvoering van inrichtingsplannen, herinrichtingen, aanpak van centrumentrees of toepassen van duurzaamheidsmaatregelen zoals grasbeton lopen hoog op.

De provincie kent tal van subsidiemogelijkheden. ‘SteenGoed Benutten’ is een van de bekendste. In de uitvoering van projecten kan eveneens een beroep worden gedaan op de subsidielijn ‘Steengoed Benutten’ (‘SteenGoed realiseren’). Daarnaast zijn er andere subsidielijnen, waar mogelijk een beroep op kan worden gedaan (bijvoorbeeld rondom het thema duurzaamheid). Het is aan de gemeente om hierover de gesprekken met de provincie op te starten.

Daarnaast zijn er doorgaans subsidiemogelijkheden vanuit het Rijk, bijvoorbeeld de ‘Impulsaanpak Winkelgebieden’. Al meerdere jaren op rij hebben diverse gemeenten gebruik gemaakt van deze subsidielijn. Afgelopen jaar (2024) hebben 13 gemeenten in totaal € 22 miljoen ontvangen om hun winkelgebied aan te pakken. Of er meer rondes komen is nog niet duidelijk. Daarvoor moet eerst nieuw budget beschikbaar worden gesteld door het huidige kabinet.

Tabel 1c: Projecten, acties en maatregelen

	Omschrijving	Trekker	Kostenindicatie	Termijn
Verbeteren van ruimtelijke samenhang in centrum				
17. Op gang brengen carrousel voorzieningen	- Opstellen van acquisitieplan voor het aantrekken van aanvullende functies (zorg, leisure, maatschappelijk). Welke functies / ondernemingen zijn wenselijk en kansrijk om (op termijn) naar het centrum te verplaatsen. - Verkennende gesprekken met Action over verplaatsing. - Scenariostudie herontwikkeling Jumbo-locatie	Gemeente, ondernemers, vastgoed en mogelijk centrummanager (zie ook actie 24) Gemeente, Action en eigenaar Jumbo-locatie Gemeente	- Personele inzet - Personele inzet - € 15.000	Middellang Kort Kort / middellang
18. Compact centrum	- Toepassen van een uitsterfconstructie voor functies aan de Rijksweg (niet actief wegbestemmen). - In combinatie met bovenstaande voorzienbaarheid creeren voor vastgoed dat is gesitueerd aan de Rijksweg.	Gemeente	- Personele inzet	Middellang / lang
Klimaat- en duurzaamheidsmaatregelen				
19. Zonnepanelen	- Locatiestudie voor plaatsing zonnepanelen in centrum.	Vastgoed	- € 10.000	Kort / middellang
20. Parkeerplaatsen	- Grasbeton parkeerplaatsen Thuvinestraat, Liemersplein.	Gemeente	- € 500.000	Middellang / lang
21. Laadmogelijkheden	- Extra laadplekken voor auto’s (behoefte monitoren)	Gemeente	- € 25.000	Kort / middellang
Behoud goede bereikbaarheid en parkeren, versterk fietsparkeren				
22. Fietsparkeren	- Opstellen van fietsparkeerplan voor hele centrum. Rekening houden met elektrische laadplekken voor fietsen.	Gemeente	- € 10.000	Kort
23. Bereikbaarheid	- Uniforme bewegwijzering naar en in het centrum	Gemeente	- € 25.000	Kort / middellang
Goede samenwerking ondernemers en eigenaren				
24. Aanstellen centrum manager	- De centrummanager heeft een belangrijke rol. Hij of zij is eerste aanspreekpunt voor partijen in het centrum, verbindt partijen, inspireert partijen, stimuleert partijen, adviseert partijen en jaagt ontwikkelingen aan.	Gemeente, ondernemers en vastgoed	- Kosten centrummanager afhankelijk van fte	Kort
25. Saamhorigheid ondernemers	- Ondernemers mee laten denken en werken aan de uitwerking van projecten in het centrum. - Vier keer per jaar organiseren van bijeenkomst voor en door ondernemers. Hoe gaat het? Wat en waar hebben ondernemers van geleerd? Hoe ze blijven verbeteren? Wat beter zou kunnen? Waar dromen ze van? - Structureel overleg tussen alle partijen in het centrum.	Centrummanager en ondernemers	- Personele inzet	Kort
26. Verenigen vastgoed	- Betrokkenheid vastgoed organiseren en voortzetten.	Centrummanager, vastgoed	- Personele inzet	Kort
27. Samenwerking gemeente	- Periodiek overleg tussen gemeente, ondernemers en vastgoed over voortgang en ontwikkelingen in centrum	Gemeente, ondernemers en vastgoed	- Personele inzet	Kort
28. Marketingcampagne	- Opstellen van een marketingcampagne, zodra het centrum van Duiven voldoende op orde is.	Gemeente, ondernemers en vastgoed	- Personele inzet - Kosten afhankelijk van omvang en type campagne	Middel / lang

3 Beleid en onderzoeken

Dit hoofdstuk geeft een overzicht van het actuele provinciale, regionale en gemeentelijk beleid en relevante onderzoeken. De hoofdpunten zijn toegelicht.



3.1 Provinciaal

Omgevingsvisie Gaaf Gelderland (2018)

- Bereikbaarheid is van belang voor een verbonden samenleving en een krachtige economie. De samenleving heeft behoefte aan flexibele en efficiënte netwerken die voor iedereen open staan en beschikbaar zijn. Naar verwachting nemen de vervoersstromen in Gelderland richting 2040 met 40% toe.
- De provincie wil bereikbaarheid en ontmoeting voor mensen faciliteren. Ook heeft de provincie aandacht voor het verder stimuleren van de fiets.
- De provincie vindt klimaatverandering en duurzaamheid belangrijk (o.a. verkeer en vervoer op een schonere, gezondere en duurzame manier).
- De Gelderse economie heeft veel behoefte aan voldoende en kundige mensen. Sterke stedelijke netwerken en toegankelijke ontmoetingsplekken zijn van belang om de aantrekkingskracht van de regio te vergroten. Goed ontsloten plekken zoals bruisende binnensteden dragen hier aan bij.
- Kwaliteit van leefomgeving is belangrijk. Dit betekent goed bereikbare voorzieningen, aansprekende evenementen, unieke cultuurhistorie, inspirerende culturele voorzieningen en een mooie natuur.

3.2 Regionaal

Samen maken wij van de Liemers een sterk merk! (2020)

- De Liemers als plek is een verborgen parel die nieuwsgierig maakt. Een plek die men wil ontdekken en waarover men op verjaardagen met trots vertelt.
- De Liemers is een aantrekkelijke, goed bereikbare bestemming voor het hele gezin, voor jong en oud.
- De Liemers is een verborgen parel, met een onverwachte diversiteit in landschap en activiteiten.

Economische visie Liemers (2021)

Een ambitie van de Liemers is het *beter benutten van ontwikkelkansen en economische potentie van de Liemers door het regionaal inzetten en leveren van extra inspanningen op het gebied van onder andere vrijetijdseconomie*.

- In de vrijetijdseconomie wordt tegenwoordig niet meer alleen over recreatie en toerisme gesproken. Funshoppen en beleving spelen binnen de retail spelen ook een belangrijke rol.
- De regio wil haar positie versterken door in te zetten op het aantrekken van Duitse bezoekers. Daarnaast is het een wens om mogelijkheden tot funshoppen te vergroten door het faciliteren van ondernemers die arrangementen aanbieden.
- De grootschalige perifere detailhandel in Duiven draagt bij aan de aantrekkelijkheid van de Liemers. Het heeft een grote aantrekkingskracht voor bezoekers én bestedingen.

3.3 Gemeentelijk

Detailhandelsnota Duiven (2012)

De gemeente Duiven heeft uitgangspunten opgesteld voor detailhandel.

- De huidige structuur is het uitgangspunt. De structuur bestond in 2012 uit een aantal concentraties die van elkaar verschilden in type aanbod, omvang en verzorgingsfunctie.
- Complementariteit en onderscheidend vermogen. Winkelgebieden moeten elkaar blijven aanvullen. In de toekomst moeten winkelgebieden blijven beschikken over eigen kenmerken en kwaliteiten.
- Koopgedrag als leidraad voor positionering winkelgebieden. Binnen de detailhandel wordt ingespeeld op koopgedrag van consumenten. Door aan te sluiten bij het koopgedrag kunnen winkelgebieden zich blijven onderscheiden en een eigen identiteit uitdragen. In het centrum van Duiven ligt de nadruk op boodschappen doen in combinatie met efficiënt-recreatief winkelen.
- Ruimtelijke concentratie. Clustering van winkels biedt meerwaarde: gemak, overzicht en keuzemogelijkheid voor de consument.
- Uitbreiding verspreide bewinkeling beperken. In sommige gevallen heeft verspreid winkelaanbod voordelen. Verspreid winkelaanbod hoeft niet te verdwijnen maar uitbreiding moet worden beperkt.
- Benutten van marktruimte op de juiste plek. Marktruimte wordt ingezet op de juiste locaties om de structuur als geheel te versterken.
- Ruimte bieden voor dynamiek. Het is belangrijk open te staan voor veranderingen in de detailhandel op basis van trends.
- Inspelen op veranderende samenstelling bevolking. Door demografische ontwikkelingen neemt het draagvlak in Duiven licht af. Doel is een aantrekkelijk voorzieningenaanbod voor alle doelgroepen.

De detailhandelsstructuur in de gemeente Duiven moet zowel in een lokale als regionale behoefte voorzien. De basis is goed, maar moet verder worden versterkt. De omvang van het centrum blijft achter bij referentiegemeenten. Ook kwalitatief gezien zijn verbeteringen gewenst. Ontwikkeling van het centrum van Duiven vraagt om een betere ruimtelijk-functionele structuur en extra winkelmeters.

Het centrum van Duiven heeft met name een sterke boodschappenfunctie. Ruim twee derde van de bezoekers komt voornamelijk om boodschappen te doen. Deze boodschappenfunctie moet de komende jaren worden versterkt. Het supermarktenaanbod moet waar nodig kunnen uitbreiden en moderniseren. Het centrum van Duiven moet worden versterkt op het gebied van ‘efficiënt-recreatief winkelen’.

Functionele versterking van het centrum richt zich voornamelijk op boodschappen doen, efficiënt recreatief winkelen en horeca. Versterking van het centrum van Duiven betekent verder ook een schoon en veilig centrum en een centrum waar iets te beleven is. Om meer koopkracht te binden moet het verblijfsklimaat en de belevingswaarde omhoog. Belangrijk daarbij zijn voetgangersroutes en de uitstraling van winkels.

Omgevingsvisie Duiven (2022)

- Een richtinggevende waarde van Duiven is dat het er fijn is om te leven. Er is ruimte voor ontmoeten, recreatie, sport en winkelen.
- De ambitie voor het centrum van Duiven is behoud en versterking van de lokale economie en voorzieningen.
- De Liemers wil de aantrekkingskracht van de regio vergroten. Hierdoor weten toeristen Duiven te vinden.

Een visie op het erfgoed van de gemeente Duiven (2017)

Om het cultureel erfgoed in Duiven te behouden wordt ingezet op vier hoofdthema's.

- Behoud en versterking van erfgoed als belangrijke identiteitsdrager van de gemeente.
- Erfgoed als inspiratiebron voor nieuwe ruimtelijke ontwikkelingen.
- Erfgoed promoten en geschikt maken voor commerciële doeleinden. Met name in relatie tot recreatie en toerisme vervult erfgoed een belangrijke rol. Ook voor het promoten van het centrum van Duiven kan het een bijdrage leveren.
- Vergroten van draagvlak voor erfgoed. Stimuleren dat het erfgoed in de gemeente een gedeelde verantwoordelijkheid is van alle inwoners en ondernemers van onze gemeente.

Mobiliteitsvisie Duiven 2040 (2024)

In de mobiliteitsvisie staan drie thema's centraal: verkeersveiligheid, actieve mobiliteit en bereikbaarheid. Met name het thema actieve mobiliteit is relevant voor de centrumvisie. De ambitie voor dit thema is een stijgende trend in het aantal verplaatsingen per fiets en te voet. Hiervoor wordt ingezet op het volgende:

- Stimuleren en faciliteren van fietsen en lopen ten behoeve van een gezonde levensstijl.
- Het STOMP-ontwerpprincipe volgen. Bij de inrichting van de ruimte staat de auto niet langer centraal. Eerst wordt rekening gehouden met voetgangers (**S**tappen), dan fietsers (**T**rappen), dan **O**V, en dan **M**aaS (Mobility as a Service). Als laatste wordt de **P**rivéauto meegenomen in de inrichting van de openbare ruimte. Uitgangspunt binnen dit principe is dat de mens centraal staat binnen gebiedsontwikkelingen.
- Inclusiviteit van het mobiliteitssysteem waarborgen. Speciale aandacht gaat daarbij uit naar toegankelijkheid voor scootmobielen, rollators en rolstoelen. Maar ook de behoefte om voorzieningen te voet of per fiets te bezoeken.

3.4 Plannen en initiatieven

Diverse plannen en initiatieven in de gemeente Duiven hebben invloed op de ruimtelijke structuur en of de demografische samenstelling:

- Remigiusplein: het grasveld op het Remigiusplein wordt deels ingevuld met woningen van Woonzorg Nederland. Het betreft 41 appartementen, waarvan 35 sociale huurappartementen en 6 middenhuur appartementen. De bebouwing voorziet in 4 bouwlagen. Op de begane grond komt een combinatie van woningen en 4 commerciële ruimten. De overige verdiepingen zijn bedoeld voor wonen.
- Elshofpassage: de eigenaar van het overdekte winkelcentrum de Passage (WPRI) wil het winkelcentrum opnieuw ontwikkelen.Belangrijke ontwikkeling is de verplaatsing en uitbreiding van Jumbo. Bovenop de nieuwe Jumbo wordt een parkeerdek gerealiseerd. De oude locatie van Jumbo (Rijksweg) biedt mogelijk ruimte voor appartementen. De wand die grenst aan het Remigiusplein wordt opgeknapt en er wordt een expeditiegang gerealiseerd.
- Openbare ruimte: toevoeging van extra groen met een 'groene loper' tussen de Rijksweg en het Patersbosje. Ook vindt vergroening plaats op het Liemersplein en op de hoek van de Kastanjelaan en de Dennenlaan. Het Remigiusplein wordt anders ingericht. Er wordt nog gekeken naar de optimale inrichting van het plein.
- Verplaatsing IKC Remigius: aan de oostzijde van het Liemersplein komt een nieuwe schoolgebouw voor het IKC Remigius. Het nieuwe pand wordt eind 2024 opgeleverd. De locatie aan het Droopad verdwijnt en maakt plek voor woningbouw. De functie van het Liemersplein als parkeervoorziening en evenemententerrein blijft behouden.
- Woningbouw: om voldoende woningen te bouwen wordt er naast meerdere inbreidingslocaties ook gewerkt aan drie uitbreidingslocaties. De locaties moeten samen plek bieden aan 1.000 woningen.
- Woningbouw: de gemeente Duiven wil een bijdrage leveren aan de woningnood door middel van een flexwoonproject van circa 110 woningen in de sociale en middeldure huur. Uit een locatieonderzoek is de Biezenkampen naar voren gekomen.

4 Trends

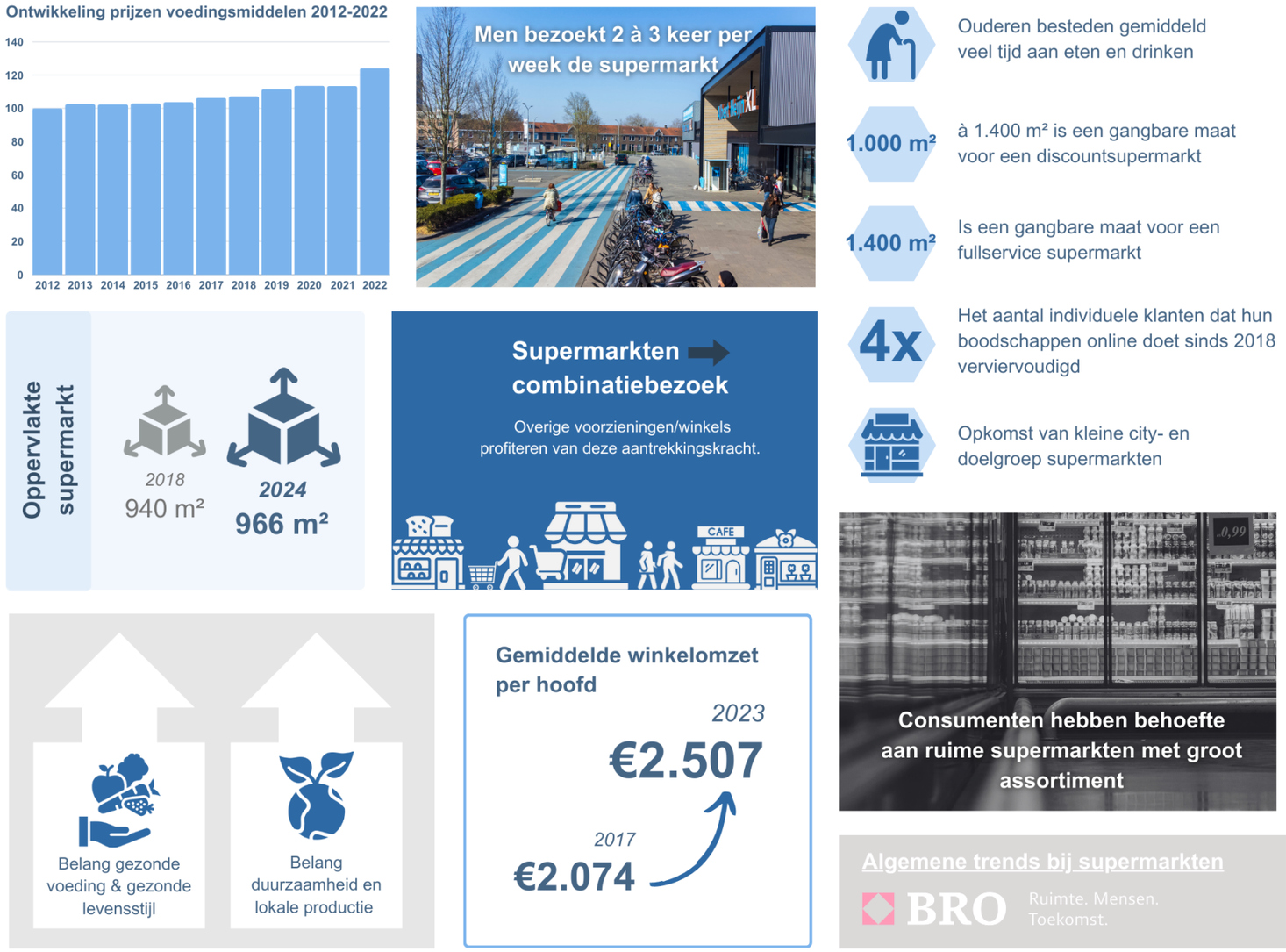
Dit hoofdstuk geeft de belangrijkste trends in de detailhandel, horeca en publieksgerichte dienstverlening. Landelijke trends (infographics) zijn vertaald naar de context van Duiven en betekenis voor het centrum. De scope is tot 2030-2035.



4.1 Betekenis boodschappen doen

Figuur 2 toont belangrijke trends voor de dagelijkse sector, eveneens relevant voor het centrum van Duiven. Voor het centrum van Duiven is vanuit de trends het volgende relevant met betrekking tot het boodschappenaanbod.

- De bevolking in de gemeente Duiven neemt de komende jaren toe. Dit zorgt voor meer draagvlak voor voorzieningen. De kwantitatieve behoefte aan boodschappenvoorzieningen neemt hierdoor toe.
- De supermarkten in het centrum van Duiven (Albert Heijn, Jumbo, Lidl) hebben allemaal een moderne maatvoering (>1.250 m² wvo). Full service supermarkt Jumbo is het kleinst, maar met de beoogde herontwikkeling neemt de omvang van Jumbo stevig toe. De supermarkten zijn goed bereikbaar en beschikken allen over ruime parkeercapaciteit. Dit geldt ook voor Jumbo op de beoogde nieuwe locatie. De supermarkten voldoen hiermee aan de belangrijke randvoorwaarden voor een toekomstbestendige supermarkt. Gemak en efficiëntie wordt voor de consument steeds belangrijker. Als dit niet op orde is, kiest de consument voor een alternatieve supermarkt of doet men boodschappen via het internet.
- Geconcludeerd wordt dat er, na de beoogde verplaatsing en uitbreiding van Jumbo, in het centrum van Duiven geen directe opgave ligt om het supermarktaanbod te versterken. De supermarkten hebben een toekomstbestendige maatvoering en het aanbod is gevarieerd (twee full-service supermarkten en één discount supermarkt). Op termijn ontstaan mogelijk wel uitbreidingsbehoeften.
- Versterking van het (vers)speciaalaanbod is wel denkbaar. De analyse toont dat het (vers)speciaalaanbod relatief bescheiden is en dat verschillende (vers)speciaalzaken ontbreken.
- Pakketbezorging neemt toe. Dit zorgt voor logistieke uitdagingen in centrumgebieden, maar biedt ook perspectief voor centrale pakketpunten in centra.



Figuur 2: Belangrijke trends en ontwikkelingen dagelijkse sector



Figuur 3: Belangrijke trends en ontwikkelingen recreatief winkelen

4.2 Betekenis recreatief winkelen

Figuur 3 toont de algemene trends voor recreatief winkelen, eveneens relevant zijn voor het centrum van Duiven. Voor het centrum van Duiven is vanuit de trends het volgende relevant met betrekking tot recreatief winkelen.

- De functiemix (aanbod publieksfuncties) in het centrum van Duiven is de afgelopen jaren veranderd. Het recreatieve aanbod is afgenomen, terwijl vooral het horeca-aanbod en aanbod voor ontspanning is toegenomen.
- Deze ontwikkeling biedt een gunstige uitgangspositie. Een branchering die (te) sterk gericht is op recreatief winkelen, is beperkt toekomstbestendig. Dit type aanbod neemt al jaren gestaag af en staat ook in de toekomst onder druk. Dit heeft te maken met het feit dat dit type aanbod stevig concurreert met het internet en grotere en/of aantrekkelijkere centra in de regio (zoals het centrum van Arnhem).
- Uitbreiding en versterking van het recreatieve winkelaanbod is niet per definitie uitgesloten. Daarbij geldt wel: kwaliteit boven kwantiteit.

4.3 Betekenis horeca

Figuur 4 geeft de belangrijkste landelijke trends en ontwikkelingen voor de horeca, eveneens relevant zijn voor het centrum van Duiven. Voor het centrum van Duiven is vanuit de trends het volgende relevant met betrekking tot horeca.

- De bestedingen in de horeca zijn de afgelopen jaren fors gestegen. Dit heeft ook gezorgd voor een toename van het aanbod in het centrum van Duiven. Landelijk is de laatste jaren met name het aantal fastservicezaken toegenomen (o.a. ijssalons, lunchrooms & fastfoodzaken). Deze trend zet zich naar verwachting ook in de toekomst voort.
- Als gevolg van corona is het omzetniveau in 2020 en 2021 sterk teruggelopen. Voor veel ondernemers heeft dit enorme consequenties gehad, en de gevolgen daarvan zijn nog merkbaar (o.a. in de opge-

bouwde schuldenlast). Bovendien is er mede door personeelsverloop in de coronaperiode een personeelstekort ontstaan. Hierdoor kan de maximale capaciteit niet altijd benut worden. Dit remt de omzet. Daarnaast stijgen de kosten aanzienlijk door de toename van grondstof- en energieprijzen. De winstgevendheid en bedrijfsvoering staat in veel gevallen onder druk.

- Snelle hap versus uitgebreid uit eten: net als bij de detailhandel verdwijnt ook het middensegment in de horeca steeds meer. Er is een zekere behoefte aan fastfood en/of fastservice horeca. Dit is vooral gericht op snel, gemakkelijk, efficiënt en goedkoop eten. Tegelijkertijd neemt ook ‘slowfood’ en ‘casual dining’ toe. Dit richt zich meer op kwaliteit binnen relatief kort tijdsbestek. Deze vormen van horeca zijn geschikt en kansrijk voor het centrum van Duiven. De focus ligt daarbij op het toevoegen van variëteit (en niet meer van hetzelfde).
- Blurring betekent het mengen van activiteiten of functies onder één dak of binnen één concept, zoals detailhandel en horeca. Denk aan een proeverij in een supermarkt, een wijntje in de kledingwinkel of het verkopen van het meubilair in een horecazaak. Verwacht wordt dat deze trend verder zal doorzetten en dat de harde knip tussen detailhandel en (dag)horeca steeds kleiner wordt. Daar waar sprake is van alcohol dient op basis van de Alcoholwet wel sprake te zijn van een harde knip.
- De behoefte aan horeca blijft onverminderd groot. Het bestaansrecht van centrumgebieden op buurt- en wijkniveau wordt juist gevormd door de foodbeleving, waar de horeca een belangrijke rol in speelt. Supermarkten of foodmarkten vervullen ook steeds meer een rol in deze trend, waardoor ook de supermarkt een horecafunctie krijgt en traditionele horeca, zoals cafés en restaurants, minder zichtbaar worden. We zitten echter op een punt dat het consumentenvertrouwen begint te dalen, dat zal invloed hebben op de consumentenbestedingen, dus ook de omzet in de horeca.



Figuur 4: Belangrijke trends en ontwikkelingen horeca

5 Analyse vraag en aanbod

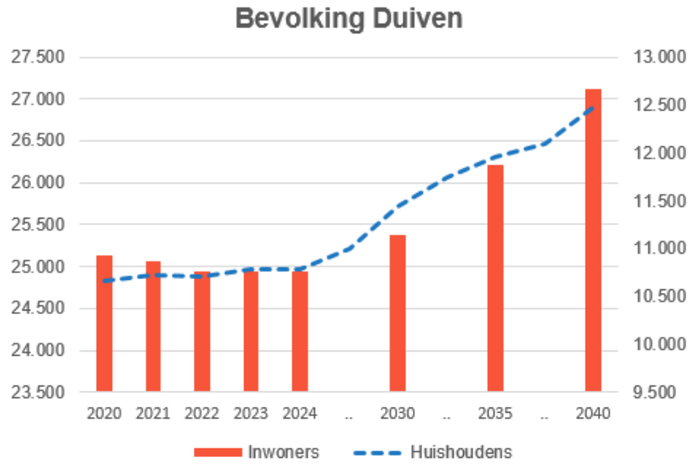
Dit hoofdstuk staat stil bij de huidige situatie en de belangrijkste ontwikkelingen ten aanzien van het aantal inwoners, doelgroepen in de gemeente Duiven, het aanbod aan functies en overige aspecten.



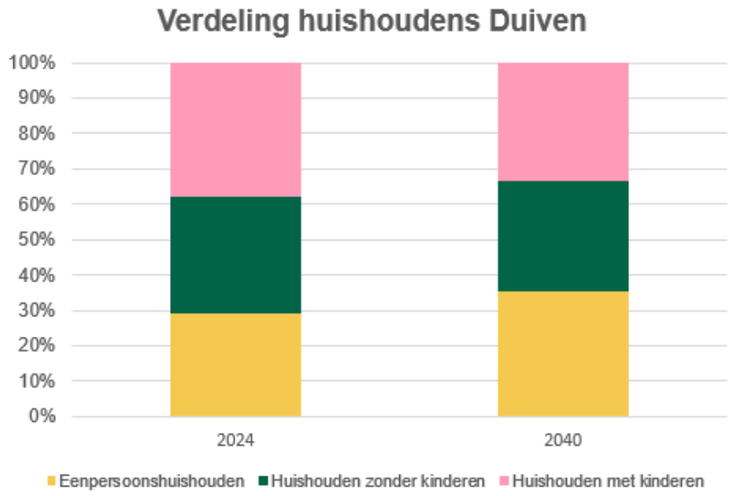
5.1 Demografische cijfers

Bevolkings- en huishoudensgroei

- Gemeente Duiven telt in 2024 bijna 25.000 inwoners. In 2020 waren dit er ruim 25.000. De afgelopen 5 jaar is de bevolkingsomvang redelijk stabiel gebleven (figuur 5).
- Verdeeld naar leeftijdsklassen ziet de bevolking er als volgt uit:
  - 14,3% is jonger dan 14 jaar
  - 11,9% is tussen 15 en 24 jaar
  - 20,4% is tussen 25 en 44 jaar
  - 32,1% is tussen 45 en 64 jaar
  - 21,2% is ouder dan 65 jaar
- Naar verwachting telt Duiven in 2035 circa 26.250 inwoners. Richting 2040 neemt het inwonertal naar verwachting verder toe tot ruim 27.000. Daarbij wordt vooral een toename verwachting van 0-14 jarigen, 25-44 jarigen en 65-plussers. Dit betekent een toename van (jonge) gezinnen en senioren.
- Vergeleken met Gelderland en Nederland telt Duiven relatief veel inwoners tussen de 45 en 64 jaar. Dit verklaart de stevige toename van 65-plussers de komende jaren.
- Duiven telt in 2024 bijna 10.800 huishoudens. De gemiddelde huishoudensgrootte is 2,3. Verdeeld naar type huishouden zijn er circa 30% eenpersoonshuishoudens en 30% huishoudens zonder kinderen en circa 40% huishoudens met kinderen. Figuur 6 toont dat het aandeel eenpersoonshuishoudens de komende jaren stevig toeneemt. Dit heeft deels te maken met de verwachte vergrijzing.[1]
- Het gemiddeld inkomen in Duiven is circa €30.300 per inwoner per jaar. Dit ligt ongeveer 2% lager dan het landelijk gemiddeld inkomen (€30.800).



Figuur 5: Bevolkingsomvang Duiven 2020-2040



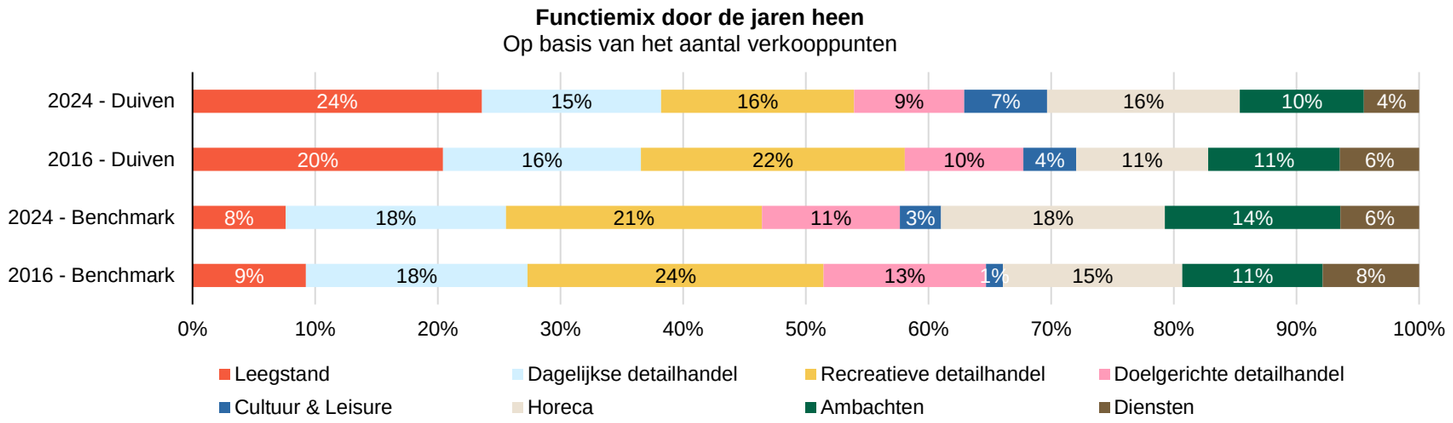
Figuur 6: Huishoudens Duiven 2024-2040

[1] Statistisch zakboek (2023), Gelderland in Cijfers

5.2 Aanbod

Bijlage 2 toont een cijfermatige analyse van het aanbod in het centrum van Duiven en de benchmarkcentra. Hieronder staan de belangrijkste conclusies.

- De grafiek hiernaast toont (de ontwikkeling van) de functiemix in het centrum van Duiven en in de benchmarkcentra. De functiemix geeft de samenstelling van het aanbod weer.
- De **leegstand** in het centrum van Duiven is sinds 2016 toegenomen. Het centrum van Duiven telt veel panden die structureel leegstaat. Deze panden, namelijk 17 van de 21 leegstaande panden, zijn voornamelijk gelegen in Passage de Elshof en staan leeg met een reden. Deze leegstand vervalt met de herontwikkeling van de Elshof. Als de leegstand in het winkelcentrum de Elshof wordt meegerekend is de leegstand op basis van het aantal verkooppunten (23,6%) en het aantal meters (15,6%) hoger dan het gemiddelde in benchmarkgemeenten (respectievelijk 7,6% en 9,0%). Als rekening wordt gehouden met de plannen voor Passage de Elshof en de verplaatsing van de Jumbo, is de leegstand op basis van het aantal verkooppunten (15,6%) en het aantal meters (13,9%). Minder dan de bestaande situatie, maar nog steeds hoger dan het gemiddelde van de benchmarkgemeenten (én ruim boven landelijk gemiddelde).
- Het **dagelijks** aanbod in het centrum van Duiven is redelijk stabiel. Het aantal dagelijkse winkels is iets lager dan in de benchmarkgemeenten. Benchmarkcentra beschikken gemiddeld over iets meer (vers)speciaalaanbod. Wat overduidelijk ontbreekt is AGF-aanbod. De omvang van het aanbod, uitgedrukt in m² wvo, is in Duiven groter dan in benchmarkgemeenten. Dit heeft vooral te maken met de aanwezigheid van drie grote moderne supermarkten, Albert Heijn (1.640 m² wvo), Jumbo (1.260 m² wvo) en Lidl (1.434 m² wvo).
- Het **recreatieve** aanbod (mode, sport, speelgoed, media etc.) in het centrum van Duiven is afgenomen. Dit is ook zichtbaar in de benchmarkcentra en komt overeen met landelijke ontwikkelingen. Vergeleken met de benchmarkcentra is het aanbod in het centrum van Duiven echter redelijk beperkt. Veel benchmarkcentra beschikken onder meer over boek- en kantoorwinkels, kindermode, modeaccessoires, lingerie, cadeauartikelen en meer dames- en herenmode.
- Het **doelgerichte aanbod** is in de benchmarkcentra procentueel gezien sterke afgenomen dan in het centrum van Duiven. Het centrum van Duiven heeft echter minder doelgericht aanbod dan de benchmarkcentra. Het centrum heeft geen doe- het-zelf zaak en geen winkel gericht op wonen.
- Het aanbod **cultuur en ontspanning** in het centrum van Duiven is toegenomen en is relatief sterk aanwezig vergeleken met de benchmarkcentra. Het centrum van Duiven heeft 6 voorzieningen in deze categorie. Grote meerwaarde voor het centrum is de bibliotheek, die ook een belangrijke sociale en maatschappelijke functie heeft. Verder is het aanbod in kwalitatieve zin redelijk eenzijdig (fitness en zonnebankstudio).
- Het **horeca-aanbod** in het centrum van Duiven is toegenomen. Met name het aantal fastservicezaken (o.a. ijssalon, lunchrooms en fastfood) is gestegen. Het aantal bezorg- en afhaaldiensten in het centrum is groot, terwijl er relatief weinig restaurants zijn. Deze laatste categorie horeca is juist wel de groep die in hoge mate bijdraagt aan de verblijfskwaliteit en verblijfsduur in een centrum.
- Het aantal **ambachten** (kappers, schoonheidssalons, kledingreparatie, etc.) in het centrum van Duiven is beperkt vergeleken met de benchmarkcentra. In kwalitatieve zin is ook de matig. Het betreft met name kappers. Verder is er een schoonheidssalon, kledingreparatie en een dierentrimsalon. In benchmarkgemeenten zijn bijvoorbeeld ook diverse reparatiediensten (o.a. schoen- en sleutelmakers en elektro reparatie) of tattooshops gevestigd.
- Vergeleken met de benchmarkcentra zin in Duiven relatief veel winkels onderdeel van een formule. In totaal betreft 35% van de verkooppunten in Duiven een filiaal, vergeleken met 28% in de benchmarkcentra. Het is belangrijk om een goede mix tussen filialen en zelfstandig ondernemers te hebben. Tegelijkertijd dragen vooral zelfstandige ondernemers bij aan de onderscheidende kwaliteiten van een centrum.



Weekmarkt

Op dinsdagochtend vindt de 'weekmarkt' plaats op het parkeerterrein bij de Albert Heijn. De 'weekmarkt' is in omvang enorm afgenomen en bestaat inmiddels nog maar uit drie kramen ('kleding', 'vis' en 'kaas, eieren en zuivel'). De aanwezige branches vormen een aanvulling op het reguliere winkelaanbod in het centrum van Duiven. Tegelijkertijd blijkt uit de bezoekersenquêtes (zie bijlage 1) dat de markt relatief weinig wordt bezocht. Redenen zijn onder meer de geringe omvang en een afnemend assortiment. Inmiddels is besloten om de weekmarkt op te heffen.

5.3 Ruimtelijke analyse

Samenhang deelgebieden

Het centrum van Duiven is ruimtelijk op te delen in verschillende deelgebieden. Deze delen hebben allen eigen ruimtelijke kenmerken. Voor het functioneren van het centrum is het belangrijk dat deze delen goed op elkaar aansluiten, zodat bezoekers 'automatisch' alle delen van het centrum bezoeken. Verbinding en samenhang zijn hiervoor belangrijke aspecten. In de huidige situatie zijn verbinding en samenhang matig. .

- Zuiden van de Elshof passage: dit deel van het centrum is met name gericht op dagelijkse detailhandel. De Albert Heijn is de grootste trekker en in het verlengde daarvan zijn enkele kleine winkels gelegen. Dit deel van het centrum is verbonden met de rest van het centrum via de doorgang in de Passage.
- Elshof passage: het oostelijk deel van de passage staat grotendeels (doelbewust leeg). Hier is sprake van herontwikkeling, waarbij onder meer Jumbo verplaatst naar de passage. De uitstraling van de passage is weinig bijzonder en primair functioneel ingestoken.
- De Pastoriestraat: deze straat kenmerkt zich deels door nieuwbouw, maar bestaat ook nog deels uit oude bebouwing met matige uitstraling. De ruimtelijke samenhang beide delen ontbreekt. Jumbo fungeert momenteel als belangrijke publiekstrekker voor de Pastoriestraat. Door de verplaatsing van de Jumbo is het zeer aannemelijk dat het aantal passanten in de Pastoriestraat afneemt. Te meer omdat het zwaartepunt nadrukkelijk aan de zuidkant van het centrum komt te liggen. Dit is nadelig voor andere winkels en voorzieningen in de straat. Dit is niet (of minder) het geval indien zich een andere trekker vestigt op de achterblijvende locatie van Jumbo.
- Het horecaplein: dit plein is het hart van het centrum. Beleving, vermaakt en ontmoeting staan hier centraal. Deze functies komen echter niet optimaal tot hun recht. Functioneel gezien is het horeca-aanbod is beperkt en recent afgenomen. Ook als potentiele locatie voor (kleinschalige) evenementen wordt het plein onvoldoende gebruikt. Ruimtelijk gezien nodigt het plein onvoldoende uit tot verblijf en ontmoeting. De ontwikkeling van het zorgwooncomplex heeft invloed op de uitstraling van het plein. Ruimtelijk gezien wordt het plein intiemer, maar tegelijkertijd is er nog voldoende ruimte en zijn er tal van mogelijkheden om het plein aantrekkelijker te maken.
- De Rijksweg: aan de Rijksweg zijn enkele winkels en voorzieningen gelegen. De voorzieningen liggen enigszins afzijdig van het centrum (met de rug er naar toe), waardoor de ruimtelijk-fysieke relatie met de rest van het centrum niet optimaal is. De grootste publiekstrekker is Action, gelegen aan de overzijde van de Rijksweg. De rest van het centrum zou meer kunnen profiteren van de trekkracht van Action als Action op een ander locatie zou liggen. Een locatie met een betere ruimtelijk-fysieke relatie met de rest van het centrum.

Ruimtelijke kwaliteit en verblijfskwaliteit

- Ruimtelijke kwaliteit en verblijfskwaliteit hebben met elkaar te maken. Ruimtelijke kwaliteit gaat over de vraag of de (openbare) ruimte goed functioneert en of men hier prettig kan verblijven. Elementen die invloed hebben op de ruimtelijke kwaliteit zijn onder andere aanwezigheid van rust- en ontmoetingsmogelijkheden (zoals bankjes), netheid, sfeer en beleving en veiligheid.
- Doordat het centrum van Duiven ruimtelijk gezien weinig samenhang kent is de ruimtelijke kwaliteit niet eenduidig te bepalen. Wel geldt voor het grootste deel van het centrum dat het schoon is en dat er weinig zwerfafval is.
- De mogelijkheden om te verblijven in de openbare ruimte is echter beperkt. Het centrum heeft weinig zitgelegenheden. Ook is er weinig groen aanwezig, met uitzondering van het tijdelijke grasveld bij het horecaplein.

Parkeergelegenheid

- Fietsparkeren is matig. Het centrum van Duiven heeft geen overdekte parkeermogelijkheid, terwijl overdekt fietsparken steeds wenselijker is door de toename van elektrische fietsen (veiligheid). Fietsenstallingen zijn bovendien vooral aan de randen van het centrum, terwijl veel fietsbezoekers geneigd zijn om de fiets mee te nemen bij verplaatsing door het centrum.
- Rondom het centrum van Duiven zijn meerdere parkeerplaatsen waar men gratis mag parkeren (blauwe zone). Hierdoor is het centrum zeer aantrekkelijk om met de auto te bezoeken.

5.4 Koopstromen

Aan de hand van actuele koopstroomgegevens (Koopstromenonderzoek Oost-Nederland 2023) is distributieplanologisch onderzoek uitgevoerd (zie bijlage 3). Daarbij is primair gekeken naar de dagelijkse sector, mede gelet op de sterke boodschappenfunctie van het centrum. Aanvullend is ook naar de recreatieve niet-dagelijkse sector gekeken.

Dagelijks aanbod

- De koopkrachtbinding binnen de dagelijkse sector in de gemeente Duiven heeft een binding van circa 90% (exclusief online). Met andere woorden, circa 90% van de bestedingen in dagelijkse winkel door inwoners van de gemeente Duiven blijven binnen de eigen gemeente. Het aantrekkelijke supermarktaanbod, met moderne supermarkten, draagt hier in hoge mate aan bij.

- Het centrum van Duiven heeft een belangrijk marktaandeel binnen de dagelijkse bestedingen. Circa 70% van de dagelijkse bestedingen binnen de gemeente komt terecht in het centrum.
- De fysieke afvloeiing, circa 10%, gaat met name naar de gemeenten Zevenaar (2%), Westervoort (2%) en Arnhem (3%).
- De koopkrachttoevloeiing bedraagt circa 20%. Met andere woorden, circa 20% van de bestedingen die terecht komen bij dagelijkse winkels in de gemeente Duiven, is afkomstig van buiten Duiven.
- Opvallend is de relatief grote toevloeiing van uit de gemeente Zevenaar (14%). Hoewel ook Zevenaar over grote moderne supermarkten beschikt (in het centrum) vloeien er relatief veel bestedingen af naar Duiven. De goede bereikbaarheid van het centrum van Duiven, met ruime gratis parkeergelegenheid draagt hier naar verwachting aan bij. In tegenstelling tot het centrum van Duiven, heeft het centrum van Zevenaar een betaald parkeerregime.

Recreatief niet-dagelijks aanbod

- De koopkrachtbinding binnen de recreatieve niet-dagelijkse sector in de gemeente Duiven heeft een binding van circa 35% (exclusief online). De beperkte binding is te verklaren doordat ook sprake is van een relatief bescheiden recreatief niet-dagelijks aanbod.
- De fysieke afvloeiing, circa 65%, gaat met name naar de gemeente Arnhem (33%), maar ook naar de gemeente Zevenaar (15%).
- Het centrum van Duiven heeft binnen de gemeente bovendien een relatief klein marktaandeel van circa 28%. Woonboulevard Nieuwgraaf heeft een marktaandeel van circa 55%, mede te verklaren door de aanwezigheid van de zeer grootschalige Intersport.
- De toevloeiing bedraagt circa 65% en is afkomstig uit een relatief grote regio. Ook dit heeft met name te maken met het aanbod op Woonboulevard Nieuwgraaf. Ter indicatie, de toevloeiing naar de Woonboulevard bedraagt circa 86% en naar het centrum 25%. De toevloeiing naar het centrum komt ook hoofdzakelijk uit de gemeenten Westervoort (7%) en Zevenaar (7%).

Economisch functioneren

- Op basis van distributieplanologische onderzoek (zie bijlage 3) blijkt dat het dagelijks winkelaanbod en het recreatief niet-dagelijks winkelaanbod in de gemeente Duiven goed functioneert. Dit biedt cijfermatig ruimte om het aanbod op gemeenteniveau, maar ook zeker in het centrum, te verruimen en te versterken.
- Dit geldt zeker voor de dagelijkse sector in het centrum. Uitbreiding en versterking van het dagelijks winkelaanbod draagt bij en versterkt de primaire functie van het centrum: de boodschappenfunctie. Belangrijke versterking voor het centrum moet worden gezocht in uitbreiding en meer variatie van het (vers)speciaalaanbod.
- De cijfermatige uitbreidingsruimte voor de recreatieve niet-dagelijkse sector verdient nuance.
    - Dit aanbod is in Duiven relatief bescheiden, de variëteit is beperkt. Dit blijkt ook uit het koopstromenonderzoek en de bezoeker enquête.
    - De cijfermatige uitbreidingruimte kan worden ingezet om het aanbod te versterken en de variëteit te vergroten.
    - Tegelijkertijd is het huidige aanbod in staat om relatief hoge omzetten te realiseren. Het totale bestedingspotentieel wordt immers verdeeld over een beperkt aantal winkels. Meer aanbod kan ook resulteren in minder omzet per winkel (het zijn corresponderende vaten).
    - Toevoegen van aanbod vraagt dus altijd om een afweging tussen uitbreiding en versterking van het aanbod (en het centrum) enerzijds en het functioneren van bestaande winkels anderzijds.
    - Belangrijk in deze context is dat de focus niet zo zeer moet liggen op kwantitatieve uitbreiding van het aanbod, maar op kwalitatieve versterking van het aanbod (én het centrum).

Functie en waardering centrum

- Het koopstromenonderzoek toont dat het centrum van Duiven primair een functie heeft voor dagelijkse boodschappen. De omzet in



Centrum heeft primair een functie voor dagelijkse boodschappen



De openbare ruimte, sfeer en uitstraling van het centrum scoren matig

het centrum bedraagt bijna €72 miljoen. Ruim 82% betreft omzet van dagelijkse winkels (ca. €59 mln.). De recreatieve winkelfunctie is relatief bescheiden (ca. 12% van de omzet, ca. € 8,3 mln.).

- De dagelijkse sector heeft vooral een functie voor inwoners van de eigen gemeente (ca. 80%), maar ook voor inwoners van de gemeente Zevenaar. Circa 20% is afkomstig uit andere gemeenten, met name uit Zevenaar (17%). De recreatieve niet-dagelijkse sector heeft een bescheiden bovenlokale functie, met name voor inwoners uit Zevenaar, Westervoort, Montferland en Rheden.
- Het centrum wordt in het koopstromenonderzoek beoordeeld met een 6,7. Dit is een stuk lager dan benchmarkcentra (7,7). Sterke punten zijn de bereikbaarheid per fiets (8,3) en per auto (7,9) en parkeren voor auto's (7,7).
- Het centrum scoort met name matig op faciliteiten zoals openbare toiletten, wifi, afhaalpunten en zitgelegenheden (5,1), bereikbaarheid per OV (5,2) en. sfeer en uitstraling (5,9).
- Bovendien scoren ook de aanwezigheid van groen (6,1) en winkelaanbod (6,3) 'slechts' een magere voldoende.

5.5 Samenvattende SWOT

Figuur 7 toont een overzicht van de belangrijkste sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen op basis van de analyseresultaten tot nu toe. De SWOT biedt aanknopingspunten voor discussie tijdens de geplande sessies met stakeholders en het uitwerken van de centrumvisie.



Figuur 7: SWOT-analyse

Bijlagen



BRO

1 Analyse bezoekersenquête

Ten behoeve van de centrumvisie is er een grootschalige enquête gehouden onder de bezoekers van het centrum in Duiven. Tussen eind januari en eind februari 2024 zijn in bezoekers in het centrum van Duiven bevraagd. In totaal hebben 323 respondenten deelgenomen. Alle respondenten hebben de enquête afgerond.

Algemene resultaten

- Circa 56% van de respondenten is vrouw, circa 44% is man.
- Ruim de helft van de respondenten is ouder dan 46 jaar (54%). De groep 46 t/m 65 jaar was het meest vertegenwoordigd (32%). Dit correspondeert met de leeftijdsverdeling in de gemeente Duiven.

Boodschappen doen belangrijkste bezoekmotief

Figuur 8 toont de belangrijkste bezoekmotieven voor het centrum. Respondenten konden maximaal drie antwoorden geven.

- Circa 41% van de respondenten bezoekt het centrum van Duiven om boodschappen te doen. Circa 17% van deze groep combineerde het bezoek aan de supermarkt met een bezoek aan niet-dagelijkse winkels of horeca.
- Dit correspondeert met de bezoekfrequentie. Circa 80% van de respondenten bezoekt het centrum van duiven 1 keer per week of meer. Circa 20% van de bezoekers bezoekt het centrum van duiven 2 keer per maand of minder.
- Circa 13% van de bezoekers komt om recreatief te winkel. Circa 11% komt voor doelgericht winkelen of het bezoeken van horecazaken.

Bezoekers verblijven relatief kort in het centrum

- De meeste respondenten verblijven relatief kort in het centrum. Circa 44% van de bezoekers verblijft tussen 0 en 30 minuten, circa 37% blijft 30 minuten tot 1 uur in het centrum. Dat betekent dat maar 18% van de bezoekers langer dan een uur verblijft.

Deze resultaten corresponderen met het meest voorkomende bezoekmotief: boodschappen doen.

- Respondenten is gevraagd naar aspecten die de verblijfsduur zouden kunnen verlengen. Daarbij worden genoemd: een divers aanbod, aanbod dat beter is afgestemd op de doelgroep, minder leegstand, meer horeca en meer gezelligheid/aantrekkelijkheid.

Auto meest gebruikte vervoersmiddel

- Bezoekers komen voornamelijk met de auto (47%). Ook de fiets (29%) en te voet (23%) worden vaak genoemd als vervoersmiddel voor een bezoek aan het centrum.
- Bezoekers beoordelen de bereikbaarheid en parkeermogelijkheden goed, zie tabel 1.

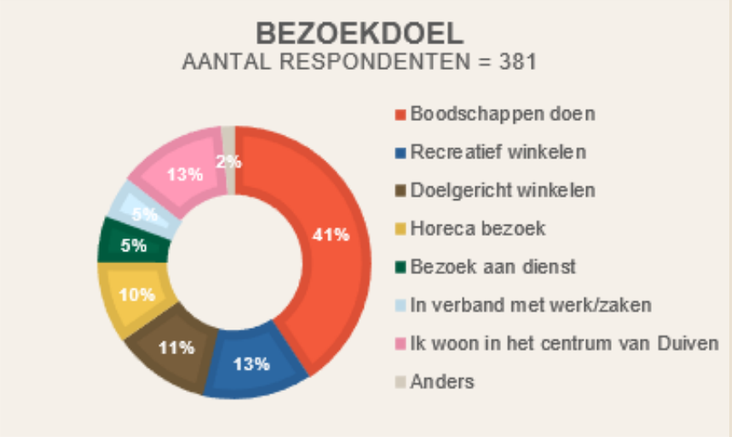
Tevredenheid over het centrum van Duiven

Tabel 2 toont de beoordeling van verschillende aspecten in het centrum. Over het algemeen beoordelen bezoekers het centrum van Duiven met een 6,0.

- Met name de parkeermogelijkheden en de bereikbaarheid van het centrum worden goed beoordeeld.
- De diversiteit van het winkelaanbod, de ontmoetingsplekken en de algehele uitstraling van het centrum worden matig beoordeeld.
- Maar ook de kwaliteit van het winkelaanbod, de mix van voorzieningen en de aanwezigheid van groen scoren slechts een magere voldoende.
- De algemene conclusie is dat er nog veel ruimte is voor verbetering in het centrum.

Tabel 2: Beoordeling per aspect

Aspect	Beoordeling
De diversiteit van het winkelaanbod	5,6
De kwaliteit van het winkelaanbod	6,4
Het aantal horecagelegenheden	7,0
De mix van voorzieningen	6,2
De bereikbaarheid van het centrum	8,1
De parkeermogelijkheden in het centrum	8,0
Aanwezigheid van groen in het centrum	6,0
Ontmoetingsplekken	5,7
Algehele uitstraling van het centrum	5,5
Algemeen oordeel over het centrum	6,0



Figuur 8: Bezoekdoel centrum Duiven

Weekmarkt

Elke dinsdagochtend is er een weekmarkt in Duiven. Respondenten is gevraagd of zij deze markt wel eens bezoeken en waarom wel/niet.

- Circa 25% van de ondervraagden geeft aan dat zij de weekmarkt op dinsdagochtend wel eens bezoeken, circa 75% van de respondenten bezoekt de weekmarkt niet/nooit.
- De meeste respondenten die de weekmarkt bezoeken, komen voornamelijk voor de verse producten zoals de kaas en de vis.
- Van de respondenten die de markt niet bezoeken geven sommigen aan dat dit te komt door tijdgebrek. Anderen vinden de markt klein, niet noemenswaardig of bezoeken niet graag een markt.
- Circa 30% van de respondenten geeft aan dat de weekmarkt een aanvulling is op het centrum. Circa 50% hiervan bezoekt de weekmarkt ook daadwerkelijk. De andere 50% bezoekt de markt niet wegens redenen zoals tijdgebrek of geen interesse.
- De weekmarkt wordt gezien als een aanvulling vanwege de gezelligheid/sociale contacten en de aanwezigheid van een kaas- en visboer. Deze voorzieningen ontbreken in het centrum.
- De respondenten die de weekmarkt niet als aanvulling op het centrum zien geven hiervoor de reden dat het aanbod van de weekmarkt minimaal is en dat het assortiment afneemt.
- Circa 51% van de respondenten zou de weekmarkt vaker bezoeken als het aanbod en assortiment ruimer zou zijn. Circa 19% zou vaker komen als het op een andere dag zou zijn. Circa 6% vindt de locatie verkeerd.

2 Cijfers en benchmark

Op basis van Locatus data is een analyse gemaakt van het centrum van Duiven. In de analyse is onder andere gekeken naar het dagelijks-, recreatief- en doelgerichte aanbod en de leegstand. Ook is gekeken naar horeca, ambachten, diensten en cultuur & leisure aanbod. Om de ontwikkeling van het aanbod inzichtelijk te maken, is een vergelijking gemaakt met het jaar 2016.

Het centrum van Duiven is afgezet tegen een aantal benchmarkcentra. Voor de benchmarkcentra is gekeken naar:

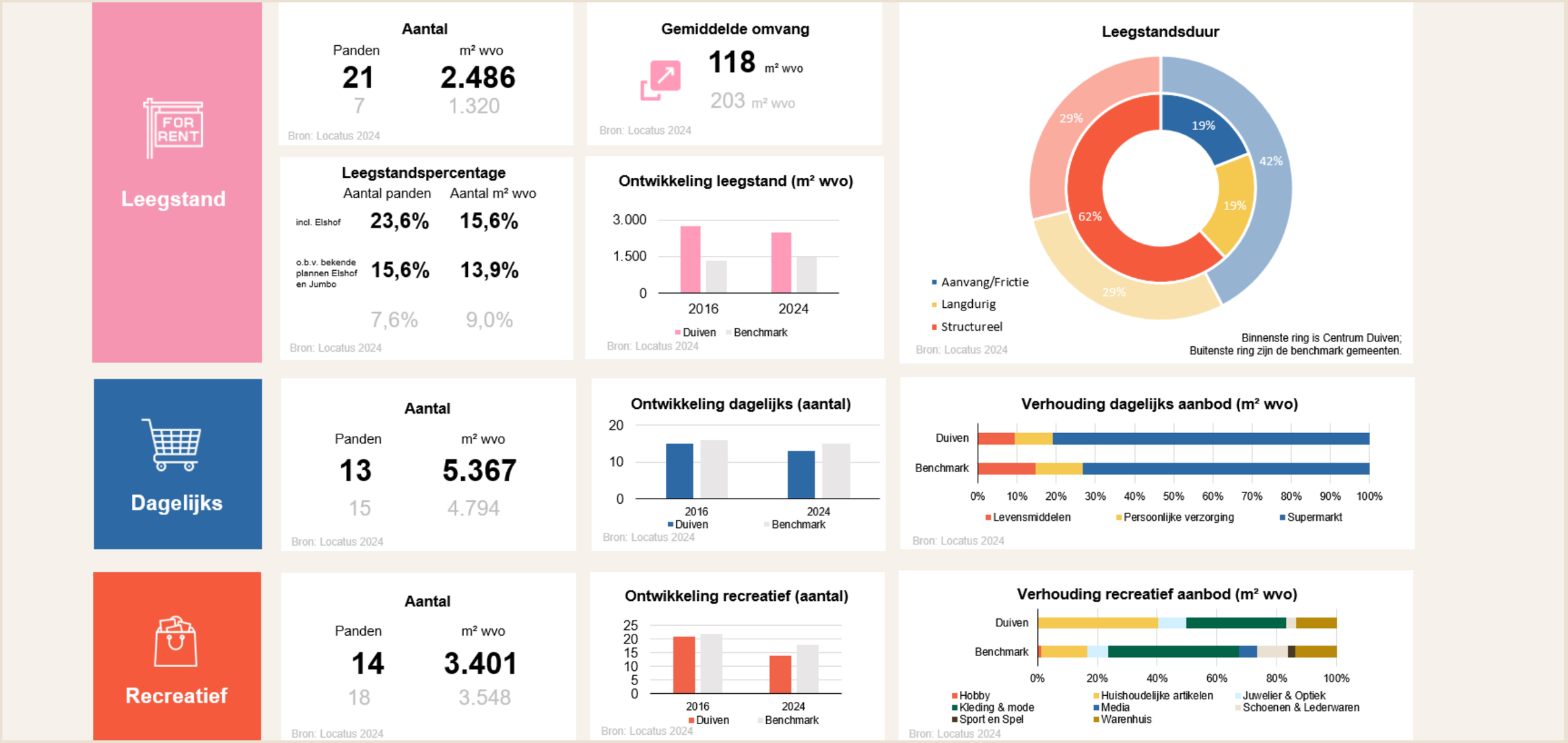
- Kernverzorgende centra klein (definitie Locatus)
- In gemeenten met 15.000 tot 25.000 inwoners.
- Gemeenten met een grotere stad in de nabijheid (Arnhem, Nijmegen, Eindhoven, Tilburg, 's-Hertogenbosch, Ede, Doetinchem).
- Het betreft gemeenten in de provincies Gelderland en Noord-Brabant. Diverse gemeenten liggen nabij Duiven. Dit kan bijdragen aan de herkenbaarheid van de centra.

De volgende centra maken deel uit van de benchmark (figuur 9):

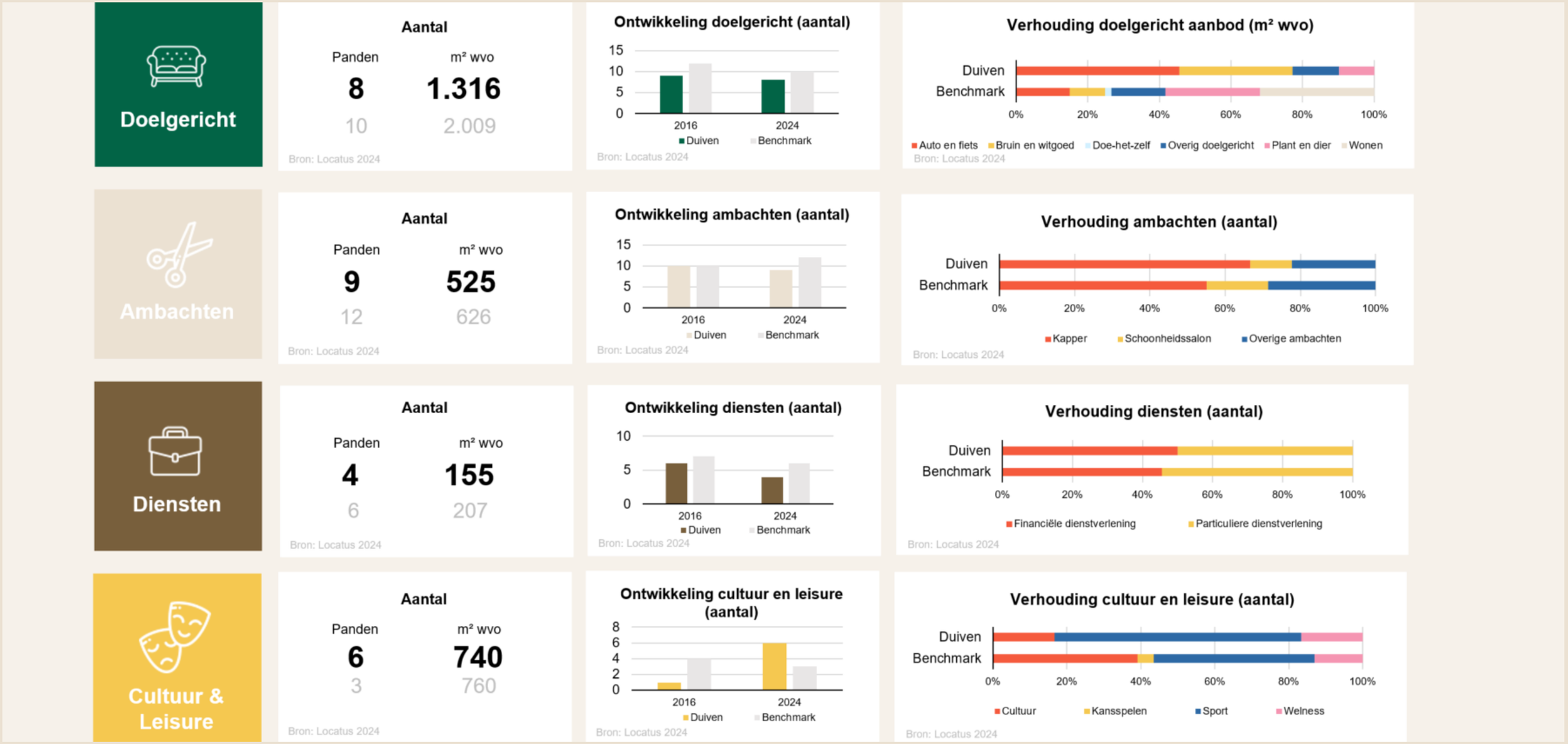
- Centrum Bennekom (gemeente Ede);
- Centrum Didam (gemeente Montferland);
- Centrum Dieren (gemeente Rheden);
- Centrum Drunen (gemeente Heusden);
- Centrum Groesbeek (gemeente Berg en Dal);
- Centrum Rijen (gemeente Gilze en Rijen);
- Centrum Son en Breugel (gemeente Son en Breugel);
- Centrum Vlijmen (gemeente Heusden).



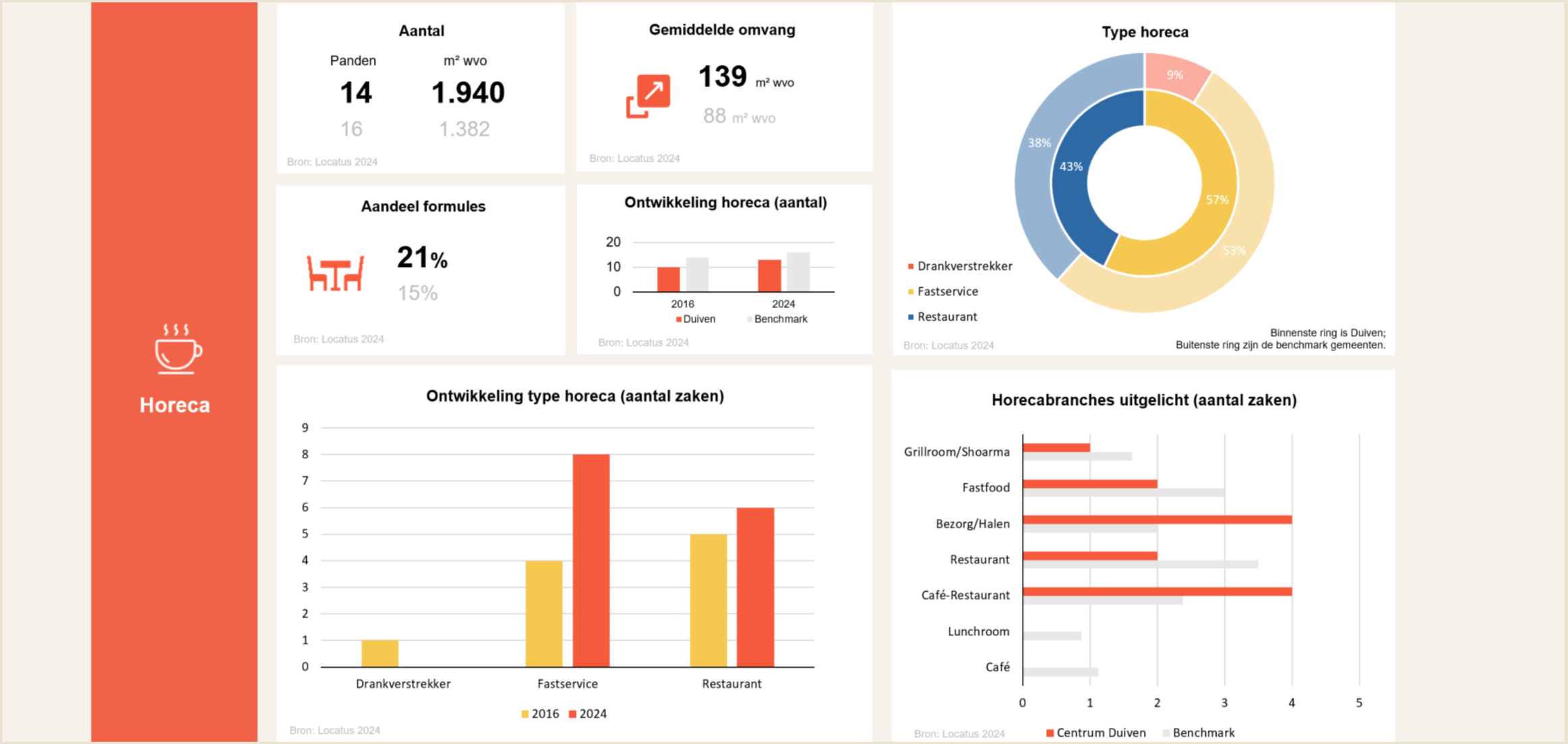
Figuur 9: Overzicht benchmarkcentra



Figuur 70: Analyse leegstand, dagelijks en recreatief

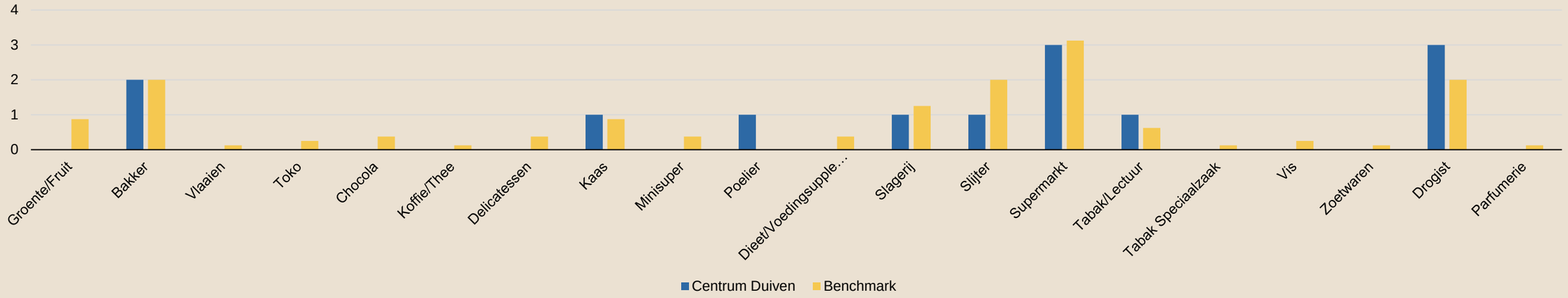


Figuur 81: Analyse doelgericht aanbod, ambachten, diensten en cultuur & leisure

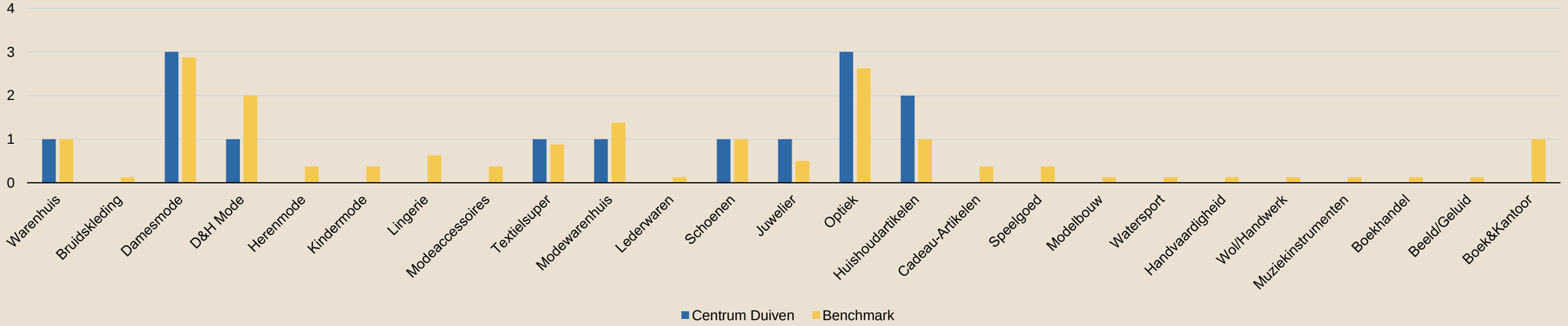


Figuur 92: Analyse horeca

Dagelijks aanbod in beeld
Verdeeld naar branche



Recreatief aanbod in beeld
Verdeeld naar branche

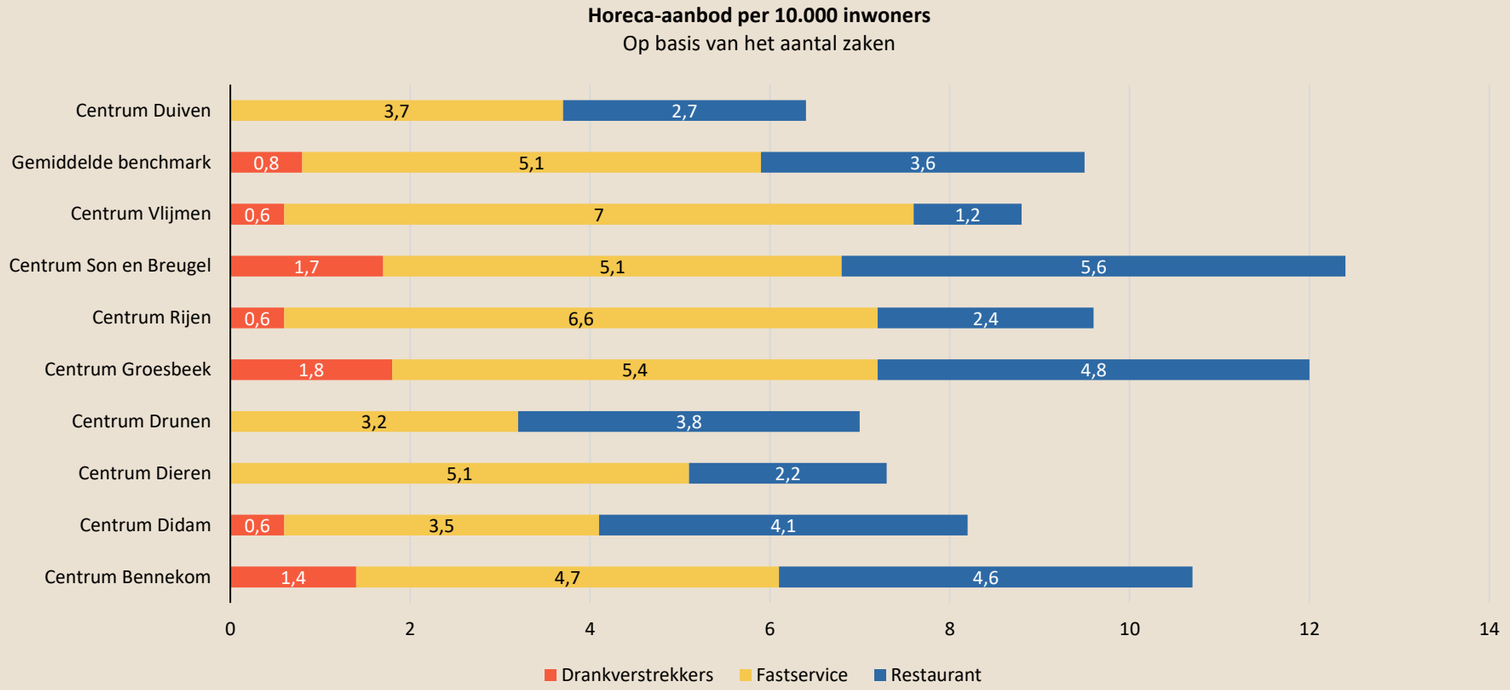


BRO

Aantal horecazaken per 10.000 inwoners

Voor het horeca-aanbod is aanvullend gekeken naar het aantal zaken per 10.000 inwoners voor de drankenverstrekkers, fastservice zaken en restaurants. Hierbij valt het volgende op:

- Het centrum van Duiven heeft het minste horeca-aanbod per 10.000 inwoners van alle benchmarkcentra. In totaal zijn er in het centrum van Duiven 6,4 horecazaken per 10.000 inwoners. Het gemiddelde in de benchmarkcentra is 9,5 horecazaken per 10.000 inwoners.
- Voor elke horecacategorie geldt dat het aanbod per 10.000 inwoners in het centrum van Duiven lager is dan het gemiddelde in de benchmarkcentra.



3 Marktruimte en behoefte

Voor de dagelijkse sector zijn een indicatieve berekeningen gemaakt voor de huidige situatie (2024) en het toekomstig functioneren (2035). De termijn van circa 10 jaar is gebruikelijk en conform de Handreiking voor de Ladder voor duurzame verstedelijking. Vraag en aanbod zijn hiervoor in een modelmatige distributieplanologische berekening (DPO) verwerkt. De aanbodgegevens zijn afkomstig van dataleverancier Locatus (geraadpleegd in april 2024). De berekening is gemaakt voor de gemeente Duiven.

- De berekening geven inzicht in het economisch functioneren van het bestaande aanbod in de huidige en de toekomstige situatie. Dit uit zich in de totale omzet en de gemiddelde vloerproductiviteit. Verder geven de berekeningen inzicht in de distributieve uitbreidingsruimte door het economisch functioneren af te zetten tegen een 'norm voor goed functioneren'.
- De 'norm voor goed functioneren' wisselt sterk per verzorgingsgebied. In delen van Nederland blijkt uit onderzoek dat aanbod op een lager niveau nog steeds goed kan functioneren, met name als gevolg van lagere huurlasten. Ook bestaan er grote verschillen binnen de detailhandel en tussen formules. In deze berekening is voor het dagelijks aanbod het landelijk 5-jaarsgemiddelde gehanteerd als norm voor goed functioneren.
- Aangezien de berekeningen slechts een indicatie geven van de situatie in hoeverre het aanbod goed, gemiddeld of slecht functioneert en in hoeverre sprake is van kwantitatieve behoefte, dienen de uitkomsten ook genuanceerd geïnterpreteerd te worden.

Behoefte dagelijks aanbod

- Uit het KSO 2023 blijkt dat het dagelijks aanbod in de gemeente Duiven circa 90% (excl. online) van de bestedingen weet te binden. De toevloeiing bedraagt momenteel circa 20%. Op basis de koopstroomcijfers, het huidige inwonertal en de naar inkomen gewogen bestedingen, blijkt dat het dagelijks winkelaanbod in de gemeente Duiven momenteel ruim boven het landelijk gemiddelde functioneert (+24%). Op basis daarvan bestaat indicatief circa 1.850 m² wvo distributieve uitbreidingsruimte.
- Op basis van de reeds bekende plannen en initiatieven is het niet de verwachting dat de koopstromen in de toekomst significant wijzigen. Om deze reden is zowel de koopkrachtbinding als toevloeiing in de toekomstige situatie gelijk gelaten.
- De toename van circa 1.250 inwoners in 2035 zorgt ervoor dat de omzet per m² wvo stijgt. De marktruimte neemt indicatief tot circa 2.300.

Behoefte recreatief niet-dagelijks aanbod

- Uit het KSO 2023 blijkt dat het recreatief niet-dagelijks aanbod in de gemeente Duiven circa 35% (excl. online) van de bestedingen weet te binden. De toevloeiing bedraagt circa 65%.
- Op basis de koopstroomcijfers, het huidige inwonertal en de naar inkomen gewogen bestedingen, blijkt dat ook het recreatief niet-dagelijks winkelaanbod in de gemeente Duiven momenteel ruim boven het landelijk gemiddelde functioneert. Distributief gezien is op gemeenteniveau sprake van circa 3.500 m² wvo uitbreidingsruimte. In 2035 neemt dit af tot circa 3.000 m² wvo uitbreidingruimte. Hoewel de bevolking toeneemt, wordt voor de deze groep rekening gehouden met een afname van fysieke winkelbestedingen (ten koste van online).

Tabel 3: DPO berekening dagelijkse sector

Dagelijks	**Huidige situatie (2024)**	**Toekomstige situatie (2035)**
Aantal inwoners	24.937	26.216
Winkelomzet per hoofd (5-jaarlijks gemiddelde) (€)	2.705	2.705
Bestedingspotentieel (€ mln.)	67,5	70,9
Koopkrachtbinding	90%	90%
Gebonden bestedingen (€ mln.)	60,7	63,8
Koopkrachttoevloeiing	20%	20%
Bestedingen door toevloeiing (€ mln.)	15,2	16,0
Totale besteding / omzet (€ mln.)	75,9	79,8
Huidig winkelaanbod (m² wvo)	7.648	7.648
Omzet per m² wvo (€)	9.925	10.450
Norm vloerproductiviteit (5-jaarlijks gemiddelde) (€)	8.025	8.025
Haalbaar winkelaanbod (m² wvo)	9.500	9.950
Distributieve uitbreidingsruimte (m² wvo afgerond)	**+1.850**	**+2.300**

4 Sessie met vastgoed en ondernemers

Inleiding
Medio april hebben twee sessies plaatsgevonden, met vastgoedpartijen en met ondernemers in het centrum van Duiven. Tijdens de sessies zijn verschillende thema's belicht, waaronder het functioneren van het centrum van Duiven, het toekomstperspectief van vastgoed en ondernemers, samenwerking in het centrum van Duiven, kwaliteiten en aandachtspunten van het centrum.

Omschrijving centrum Duiven
- Het centrum van Duiven wordt omgeschreven als rommelig, onduidelijk, onsamenhangend en met veel leegstand.
- Tegelijkertijd is de potentie volgende aanwezigen groot. Het huidige aanbod functioneert redelijk goed. Een ruimer en gevarieerder aanbod is wel wenselijk.
- De focus moet liggen op dagelijkse detailhandel, aangevuld met recreatief winkelaanbod en dienstverlening.

Toekomstperspectief overwegend positief
- Het toekomstperspectief van ondernemers en het vastgoed wordt overwegend positief beoordeeld. Wel is sprake van een ongelijk verdeling van passanten. Dit heeft te maken met de locatie van trekkers, zoals Albert Heijn. Ook Action wordt gezien als een belangrijke publiekstrekker.
- Het perspectief voor kledingwinkels is negatiever.
- Een belangrijke meerwaarde van het centrum is de toewijding van ondernemers. Persoonlijke aandacht in winkels is plus ten opzichte van online winkelen.

Meer aandacht voor goede samenwerking in het centrum
- De samenwerking tussen vastgoedeigenaren en/of ondernemers in Duiven moet beter. Als het gaat om ondernemers zijn het vaak dezelfde ondernemers die aanwezig zijn bij bijeenkomsten. De grotere namen zoals Kruidvat zijn er (bijna) nooit.
- Oplossing hier voor zou kunnen liggen in een externe centrummanager (parttime).. Dit kost geld, maar zou zichzelf op langere termijn terugverdienen en naar verwachting zelfs zorgen voor extra omzet.
- Wel zijn er kleine samenwerkingen die goed hebben gewerkt. Zoals een paasbox die enkele lokale ondernemers hebben samengesteld
- De samenwerking met de gemeente wordt wel als positief gezien.

Kwaliteiten en zwaktes
Kwaliteiten volgens ondernemers en vastgoedeigenaren
- Een verzorgingsgebied met een goed bestedingsniveau.
- Eigenheid, dorps karakter en een knus gevoel.
- Compactheid van het centrum
- Klantvriendelijkheid van (bepaalde) ondernemers.
- Supermarkten en horeca als voornaamste.
- Uitgebreid en gratis parkeren.

Zwaktes volgens ondernemers en vastgoedeigenaren:
- Veel leegstand;
- Het centrum is niet af. Consumenten komen niet voor de gezelligheid en moeten een duidelijk doel hebben om het centrum te bezoeken.
- Het gezondheidscentrum zit nu te ver weg.
- De gemengde uitstraling van de Pastoriestraat.

Veel kansen en verbeterpunten
Behalve kwaliteiten en zwaktes van het centrum van Duiven zijn ondernemers en vastgoedeigenaren gevraagd naar kansen en verbeterpunten voor het centrum:
- Meer focus op 'koop lokaal'. Er zijn kansen om dit verder vorm te geven. Denk aan Fruitkwekerij Stokhorst.
- Goede trekkers in de Passage (zoals Action).
- Meer horeca.
- Een betere lichtvoorziening die bijdraagt aan sfeer en gezelligheid.
- Meer activiteiten en evenementen in het centrum. Ook moet er iets voor de jeugd komen bijvoorbeeld een skatebaan.
- Duidelijke locaties voor (overdekte) fietsenstallingen.
- In sommige gevallen zijn er geen mogelijkheden om de auto dicht bij winkels te parkeren. Dit is belangrijk voor winkels of diensten die een oudere doelgroep trekken.
- Het is belangrijk om te investeren in ruimte voor laden en lossen.
- Meer ambachten in het centrum.
- Kleinschalige doe-het-zelf aanbod.
- Realiseren van een versplein. De ambitie is om in de Passage tegenover de nieuwe Jumbo een versplein te realiseren.
- Belangrijk dat er 'fijne plekken' komen in het centrum. Meer groen is hiervoor belangrijk.

Ruimte. Mensen. Toekomst.

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

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

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

info@bro.nl
www.bro.nl

BRO