Fan ùs, troch ùs en foar ùs

Centrumvisie Jubbega



DEFINITIEF JULI 2021



VASTGESTELD 13 JULI 2021

Voorwoord



Foto: Archief 2019

Met veel energie en enthousiasme is Jubbega aan de slag gegaan met het maken van een plan voor het centrum. Ik vind het geweldig om te zien hoe dit onderwerp leeft in het dorp.

De betrokkenheid was groot tijdens het proces. En dat is voor ons als gemeente fantastisch, want bewoners en ondernemers van Jubbega kennen het dorp als geen ander en weten het beste wat Jubbega nodig heeft.

Niet alleen zijn er mooie plannen ontstaan, ze zijn ook realistisch. Met elkaar zijn de belangrijkste onderdelen samengebracht tot één geheel. We kunnen nu dus letterlijk spreken van een plan DOOR en VOOR Jubbega.
Jubbega krijgt straks een gezellig centrum, waar je graag komt, verblijft en ontmoet. Een plek die vitaal is, NU, maar ook zeker in de toekomst!

GEMEENTE HEERENVEEN

Jelle Zoetendal
Wethouder gemeente Heerenveen

Als Ondernemersvereniging HNI zetten we ons in voor de ondernemers én de leefbaarheid van ons dorp. Een mooi up-to-date winkelcentrum en een goed winkelbestand zijn daar essentieel in. U wilt toch ook sfeervol winkelen en verblijven in het winkelhart van Jubbega? Om het centrum van Jubbega in de toekomst aantrekkelijk te houden, ook om te ondernemen, hebben we samen met plaatselijk belang en de gemeente dit plan gemaakt. Een plan voor en door Jubbega!

Om het centrum vitaal te houden, is meer nodig dan alleen een mooie inrichting. De identiteit van de ondernemers zelf en van het centrum als geheel, is steeds belangrijker. Het versterken van het ondernemerschap, de samenwerking en marketing is daarom ook meegenomen in de centrumvisie. Samen pakken we dit graag verder op!

HNI Jubbega-Hoornsterzwaag eo

Pieter Hessels
Voorzitter Ondernemersvereniging HNI

Als Plaatselijk Belang zijn wij trots op onze inwoners en ondernemers, zij zorgen voor de leefbaarheid in onze directe omgeving. Jubbega is nog steeds een dorp met veel voorzieningen en die willen wij voor de toekomst behouden. Daar hoort een aantrekkelijk centrum van het dorp ook bij, jongeren van nu moeten hier ook later nog van kunnen genieten en profiteren. Ook voor de bezoekers van ons mooie dorp en omgeving hoort het gastvrij ontvangen en genieten van sfeer en karakter.

Om tot een goed plan voor het centrum van Jubbega te komen heeft het dorp in de afgelopen periode laten zien waar wij goed in zijn, samen de schouders eronder en aan de slag en geen blad voor de mond. Vele meningen en een sterke eensgezindheid gaan hier altijd samen.
Er ligt dan nu ook een plan waar we allen trots op zijn en we kunnen niet wachten tot het wordt uitgevoerd.

Pleatslik Belang
Jobbegea & Hoarnstersweach

René Jelsma,
Voorzitter Pleatslik Belang Jobbegea & Hoarnstersweach

Samenvatting

Plaatselijk Belang en HNI hebben het initiatief opgepakt om samen met de gemeente en met de bewoners, vastgoedeigenaren en ondernemers een plan te maken voor een upgrade van het centrum, zodat Jubbega een fijne plek blijft om te leven, te werken, te ontmoeten en te bezoeken: nu en in de toekomst! Hoe houden we het centrum aantrekkelijk voor inwoners, ondernemers en bezoekers? Uitstraling en identiteit van winkelgebieden wordt steeds belangrijker. Het vitaal houden van het centrum gaat veel verder dan alleen de fysieke inrichting. Het gaat ook om het versterken van het ondernemerschap. Marketing en profilering van ondernemers én het centrum als geheel speelt daarin een grote rol.

Door de budgetten vanuit het Fonds Vitale Kernen en het onderhoudsplan wegen, de Regiodeal en andere subsidiemogelijkheden te koppelen aan het gezamenlijk initiatief van Plaatselijk Belang, HNI en gemeente is een integraal plan tot stand komen!

Ambitie en Opgaven

De gezamenlijke ambitie voor Jubbega is om te komen tot een (economisch) toekomstbestendig, vitaal centrum waar ruimte is voor inwoners én bezoekers om elkaar te ontmoeten in een gastvrije, aantrekkelijke, gezellige én herkenbare omgeving.

Deze ambitie vertalen we in drie opgaven. De ambitie en opgaven vormen als het ware de ‘paraplu’ waaronder alle bouwstenen, wensen van inwoners en ondernemers een plek krijgen.

Opgaven

BEHOUDEN & VERSTERKEN	ONTVANGEN & ONTMOETEN	GASTVRIJ & GEZELLIG

Doelen

Een toekomstbestendig centrum waarin het aanbod past bij het verzorgingsgebied, voornamelijk gericht op dagelijkse voorzieningen.	Er is ruimte voor ontmoeten in een aantrekkelijke groene omgeving met aandacht voor (cultuur)historie en water.	Een herkenbare plek waar je als inwoner of bezoeker graag komt en verblijft.

STRATEGIE: DOOR EN VOOR JUBBEGA!

Strategie en uitwerking

De samenwerking tussen betrokken partijen is bepalend of het centrum van Jubbega toekomstbestendig is en blijft. Dit vraagt om een samenwerkingsverband waarin ondernemers, Plaatselijk Belang en de gemeente zijn vertegenwoordigd.

De opgaven en strategie zijn via twee pijlers uitgewerkt:
Pijler 1: Aanpak (fysiek) ruimtelijke omgeving;
Pijler 2: Aanpak Marketing en profilering én Ondernemerschap.

De projectenkaart is ontwikkeld op basis van alle input uit de participatietrajecten onder inwoners en ondernemers. Ook de analyse en beschrijving van de bestaande situatie, trends en ontwikkelingen in het centrum van Jubbega zijn hierin meegenomen (zie bijlage 1). Deze kaart bevat de ingrediënten voor de nieuwe inrichting van het centrumgebied. De kleuren van de symbolen refereren aan de ambitie en opgaven. Een toelichting op de genoemde projecten is te lezen in hoofdstuk 4 en 5 van de centrumvisie.

Pijler 1 Aanpak fysiek ruimtelijke omgeving

De genoemde fysieke projecten zijn vervat in een plankaart. Dit geeft richting aan de verdere uitwerking van de centrumvisie. Op de plankaart zijn bijvoorbeeld de wegen in het centrumgebied aangegeven die we willen aanpakken. Ook de wens vanuit inwoners en ondernemers om de Compagnonsvaart te verfraaien met groen en meer interactie met het water te realiseren, is vertaald naar deze kaart. Net als bijvoorbeeld de herinrichting van de overkluizing en de wens om de brug op de P.W. Janssenweg op te knappen. Met deze en de andere beschreven projecten kunnen we een aantrekkelijker, groener centrum realiseren met meer eenheid in uitstraling.



Pijler 2 Aanpak Marketing en profilering én Ondernemerschap

Om het centrum van Jubbega toekomstbestendig te maken, richten we ons ook op het versterken van individueel ondernemerschap en het slim ‘vermarkten’ van de kern Jubbega (pijler 2). Dit pakken we samen op met de (centrum)ondernemers en de ondernemersvereniging HNI. Het gaat dan om de presentatie en profilering van de ondernemers in de fysieke winkel en op sociale media. Maar ook om het bepalen van het DNA: wat is het verhaal, het unieke van Jubbega en van de ondernemer zelf. En hoe kunnen ondernemers dit verhaal samen oppakken, weergeven en benutten, bijvoorbeeld door het ontwikkelen van samenwerkingsmodules. Ook de wijze waarop dit in de uitstraling en uitingen in de openbare ruimte kan worden verbeeld, krijgt hierin een plek.



Projectenkaart

Samenvatting

Financiën en prioritering

De visie voor het centrum van Jubbega is een wensbeeld voor de toekomst. Het maken van keuzes is nodig, omdat er onvoldoende geld is om alle plannen nu uit te voeren. Inwoners en ondernemers is gevraagd om aan te geven waar de prioriteiten zouden moet liggen.

Mede op basis van de uitkomsten vanuit het dorp is een verdeling tot stand gekomen, waarmee een aantal belangrijke elementen uitgevoerd kunnen worden, die direct bijdragen aan de opwaardering van het centrum. Zo worden de wegen in het centrumgebied aangepakt, wordt de waterbeleving vergroot door het verfraaien van de Compagnonsvaart. Ook is er geld voor het realiseren van duidelijke entrees en wordt de brug op de P.W. Janssenweg opgeknapt. Daarnaast ontstaat er ruimte om elkaar te ontmoeten op de terrassen nabij de overkluizing en elders op diverse zitplekjes in het centrum. Tot slot wordt de overkluizing, het hart van het centrum, aangepakt. De overkluizing vormt de verbinding met duidelijke zichtlijnen van en naar de Kompenije. Hiermee wordt het centrum meer één geheel en doet de Kompenije daar goed in mee.

De overige investeringen zijn uitgesteld in afwachting van aanvullende financiële middelen op lange termijn (periode na 2026). Het gaat bijvoorbeeld om het opwaarderen van de ontsluiting van het parkeerterrein, het opwaarderen van de steeg en het gevelrenovatiefonds.



Plankaart: de benoemde fysieke projecten zijn vervat in een plankaart. Deze plankaart geeft richting aan de verdere uitwerking van de centrumvisie.

Inhoudhoudsopgave

1 Aanleiding voor Centrumvisie 6

2 Ambitie en opgaven 6

3 Proces en opbrengsten 9

3.1 Dorpsbijeenkomsten 9

3.2 Ondernemerstraject 11

4 Aanpak (fysiek) ruimtelijke omgeving (pijler 1) 12

5 Aanpak Marketing en profilering én Ondernemerschap (pijler 2) 17

5.1 Marketing en profilering 17

5.2 Versterken ondernemerschap 17

6 Financiën en prioritering 18

6.1 Investeringsagenda/programma pijler 1 18

6.2 Beschikbare middelen in relatie tot pijler 2 Marketing, profilering en ondernemerschap 18

Bijlage 1 Analyse bestaande situatie, trends en ontwikkelingen 19

Bijlage 2 Resultaten bijeenkomsten 24

Bijlage 3 De bezoekersreis 27

In het document zijn een aantal hyperlinks opgenomen die verwijzen naar externe bronnen of naar pagina's in dit visiedocument.

Links onderaan iedere pagina staat boven het paginanummer een symbool waar op geklikt kan worden om terug te keren naar de inhoudsopgave van dit visiedocument.



1 Aanleiding voor Centrumvisie

Op 20 mei 2019 hebben Plaatselijk Belang Jubbega-Hoornsterzwaag, ondernemersvereniging HNI Jubbega Hoornsterzwaag én de gemeente een intentieverklaring getekend. Hiermee is afgesproken om gezamenlijk een plan te maken voor het centrum van Jubbega. Alle partijen zijn het namelijk eens dat het centrum wel een opknapbeurt kan gebruiken, zodat Jubbega een fijne plek blijft om te leven, te werken, te ontmoeten en te bezoeken: nu en in de toekomst!

Plaatselijk Belang en HNI hebben het initiatief opgepakt om samen met de gemeente en met de bewoners, vastgoedeigenaren en ondernemers een plan te maken voor een upgrade van het centrum. Winkelgebieden staan steeds meer onder druk. Hoe houden we het centrum aantrekkelijk voor inwoners, ondernemers en bezoekers? Uitstraling en identiteit van winkelgebieden wordt steeds belangrijker. Het vitaal houden van het centrum gaat veel verder dan alleen de fysieke inrichting. Het gaat ook om het versterken van het ondernemerschap. Marketing en profilering van ondernemers én het centrum als geheel speelt daarin een grote rol. Centrumondernemers en HNI hebben een plan opgesteld en een subsidieaanvraag voor de Subsidieregeling Friese Retailaanpak gedaan als onderdeel van het totale centrumplan.

In het onderhoudsplan wegen van de gemeente is voor de komende jaren groot onderhoud gepland voor de wegen in het kernwinkelgebied van Jubbega. De fysieke leefomgeving in het centrum is toe aan een opknap- en opfrisbeurt. Dit geldt voor de openbare ruimte, maar ook voor de totale uitstraling van het centrum van Jubbega. Door het gereserveerde budget te koppelen aan het gezamenlijk initiatief van Plaatselijk Belang, HNI en gemeente kan een integraal plan tot stand komen!

Fonds Vitale Kernen

De gemeenteraad heeft met het Hoofdlijnenakkoord 2018-2022 ‘Duurzaam doorontwikkelen’ de speerpunten neergelegd voor deze raadsperiode, waaronder het investeren in centrumgebieden. Hiervoor is het fonds Vitale Kernen in het leven geroepen, waarin middelen worden gereserveerd voor het upgraden van de centra in Heerenveen, Akkrum, Jubbega en Aldeboarn. De raad geeft met dit fonds ruimte om in te kunnen spelen op initiatieven vanuit de samenleving waar onvoldoende geld voor beschikbaar is. De COVID-19 pandemie heeft de noodzaak tot investering in centrumontwikkeling alleen nog maar groter gemaakt. Op 20 mei 2021 heeft de gemeenteraad ingestemd met de verdeling van de middelen uit het fonds over de verschillende kernen. Voor het centrum van Jubbega is 11% uit het fonds beschikbaar.

Regiodeal

Aanvullend is een Regiodeal gesloten waarin voor het centrum van Jubbega geld beschikbaar is gesteld, als multiplier op de beschikbare middelen vanuit het fonds vitale kernen. De Regiodeal is bedoeld als impuls voor Zuidoost Friesland, waaronder Jubbega. Samen met de ‘mienskip’ de handen ineenslaan om het Jubbega sterker te maken.

Leeswijzer

Hoofdstuk 2 gaat in op de gezamenlijk ambitie voor het centrum van Jubbega, de vertaling hiervan in drie opgaven en hoe en met wie we deze verder willen uitwerken.

Vervolgens staat in hoofdstuk 3 het proces toegelicht hoe we tot deze visie zijn gekomen. Ook de opbrengsten vanuit de fysieke en digitale dorpsbijeenkomsten en de opbrengsten van het ondernemerstraject staan beschreven. Op basis van deze input is in hoofdstuk 4 de aanpak geschetst voor de fysieke, ruimtelijke omgeving (de eerste pijler). Hierin komt de projectenkaart aan bod, die de ingrediënten voor de nieuwe fysieke inrichting van het centrumgebied laat zien. Hoofdstuk 5 gaat in op de tweede pijler: de aanpak voor marketing en profilering van (het centrum van) Jubbega en de versterking van het ondernemerschap, ook in relatie met de toeristisch-recreatieve potentie vanuit de regio.

Tot slot zijn in hoofdstuk 6 de plannen voor Jubbega op projectniveau op geld gezet. Daarbij is ook een overzicht gegeven van de beschikbare middelen en is een voorstel tot prioritering gedaan op basis van de wensen vanuit het dorp zelf én de kerngroep. Kortom, wat moet in ieder geval wel en wat kan eventueel later of kan eventueel komen te vervallen. Het maken van keuzes is nodig, omdat er onvoldoende geld is om alle plannen uit te voeren.



2 Ambitie en opgaven

De gezamenlijke ambitie voor Jubbega is om te komen tot een (economisch) toekomstbestendig, vitaal centrum waar ruimte is voor inwoners én bezoekers om elkaar te ontmoeten in een gastvrije, aantrekkelijke, gezellige én herkenbare omgeving.

Van belang is dat bewoners én bezoekers gastvrij worden ontvangen, waardoor ze langer in het centrum blijven en vaker terugkomen. Het versterken van de ontmoetings- en verblijfsfunctie van het centrum van een ‘place to buy’ naar een ‘place to be’ is hiervoor nodig. Hiermee bieden we naast een aantrekkelijke (woon)omgeving óók de ondernemers kansen voor een goed functionerend, toekomstbestendig centrum.
Onder bezoekers verstaan we niet alleen recreanten, maar ook dagbezoekers en verblijfstoeristen.

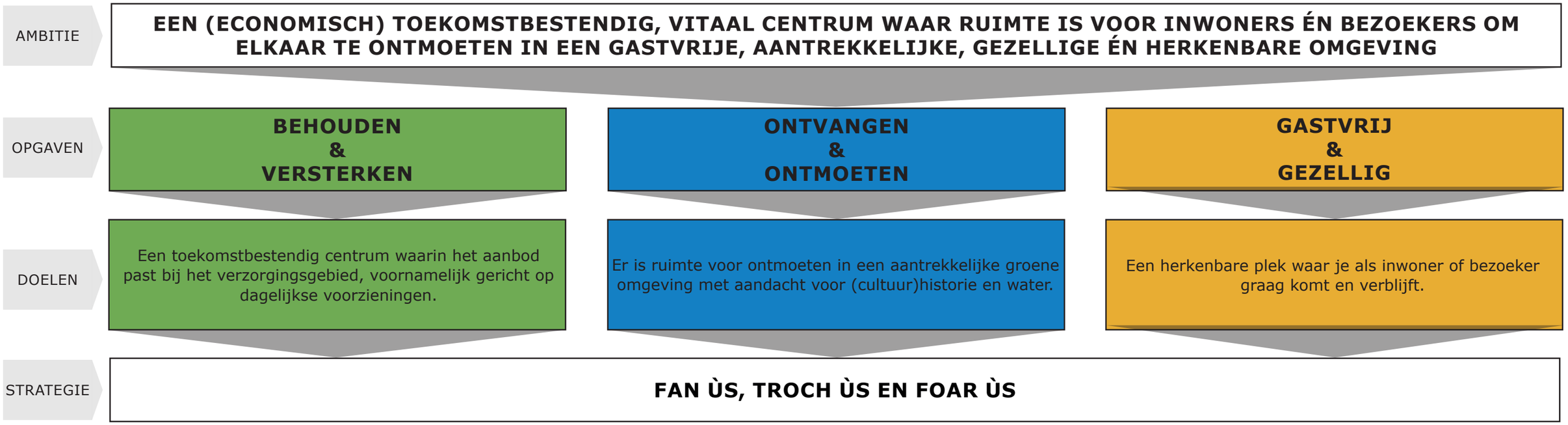
Opgaven

Deze ambitie vertalen we in de volgende drie opgaven:
- Behouden & Versterken;
- Ontvangen & Ontmoeten;
- Gastvrij & Gezellig.

De ambitie en opgaven vormen als het ware de ‘paraplu’ waaronder alle bouwstenen, wensen van inwoners en ondernemers een plek krijgen. De gekozen ambitie en opgaven komen voort uit de opbrengsten van de fysieke én de digitale dorpsbijeenkomsten. Ook zijn de opbrengsten uit het ondernemerstraject hierin meegenomen. Verder is vanuit verschillende vakdisciplines gekeken naar de huidige ruimtelijke, economische, toeristisch-recreatieve situatie, kwaliteiten en kansen en wat van belang is voor bezoekers én voor een vitaal centrum. Tot slot zijn diverse trends en ontwikkelingen benoemd.

De analyse van de huidige situatie, trends en ontwikkelingen staan beschreven in bijlage 1. In deze bijlage is ook de relatie met andere, relevante beleidsnota’s terug te lezen. Beleidskeuzes, ook van andere overheden, versterken de gekozen koers.

Per opgave beschrijven we wat we willen bereiken, het doel. Met de gekozen strategie beschrijven we vervolgens hoe en met wie we dit verder willen oppakken en uitwerken.



Opgave Behouden en Versterken

Een goed functionerend (boodschappen)centrum in Jubbega vraagt om een gezamenlijke inzet. Inzet die zich richt op professionalisering van het ondernemerschap en onderlinge samenwerking om het aanbod in Jubbega te behouden en versterken.

Uit analyse blijkt dat het huidige aanbod van Jubbega voornamelijk is gericht op dagelijkse voorzieningen (bijvoorbeeld de supermarkt, bakker), aangevuld met winkels die doelgericht worden bezocht, waaronder de bouwmarkt, fietsenzaken en de mode- en interieurwinkel. De functie van het centrum van Jubbega is, op een enkele uitzondering na, lokaal verzorgend.

Gezien de toenemende concurrentie van andere winkelgebieden in de omgeving en de opkomst van online-winkelen is behouden en versterken van het huidige aanbod bepalend voor het economisch functioneren van het centrum van Jubbega. Dit in combinatie met een aanvullend, niet-concurrerend aanbod in het Multi Functioneel Gebouw De Kompenije (MFG) biedt de mogelijkheid om het centrum toekomstbestendig te maken.

Het opwaarderen van de entrees van het centrum, invulling geven aan leegstaande panden en de verbindingen binnen het centrum vragen hierbij ook aandacht. Bij verbindingen binnen het centrum wordt gedacht aan bijvoorbeeld het opwaarderen van de verbindingssteeg tussen de supermarkt en de Jelle van Damweg én de overkluizing. Hetzelfde geldt voor de relatie tussen De Kompenije en de overkluizing (via de Bremsingel).

Opgave Ontvangen en Ontmoeten

De basis voor een goed functionerend centrum is een goed bereikbaar en aantrekkelijk centrum met voldoende parkeergelegenheid. Bereikbaarheid van buitenaf, maar óók de inrichting van de openbare ruimte en de verbindingen binnen het centrumgebied zijn daarom van belang.

Dat geldt bijvoorbeeld voor de herinrichting van o.a. de Jelle van Damweg en de toegangsweg naar de supermarkt. Ook het aantrekkelijker maken van de verbindingen naar het centrum (P.W. Janssenweg) en de verbinding tussen het MFG en het centrum (de Bremsingel) vragen aandacht. Dit betreft niet alleen fysieke verbindingen maar ook de bewegwijzering van deze verbindingen.

De opgave is dan ook dat het centrum voldoende en kwalitatief goede faciliteiten biedt om inwoners én bezoekers te ontvangen: het creëren van voldoende (fysieke) ruimte om elkaar te ontmoeten en om te verblijven in een aantrekkelijke, uitnodigende en groene omgeving. Waterbeleving en de focus op de historie van Jubbega speelt een essentiële en onderscheidende rol bij de inrichting van de openbare ruimte.

Opgave Gastvrij en Gezellig

De uitstraling en identiteit van winkelgebieden wordt steeds belangrijker. Beleving is hierin een sleutelwoord. Door de ontwikkeling in het online-winkelen, maar ook door de wensen van hedendaagse consumenten is actie noodzakelijk. Ondernemers moeten iets extra’s moeten bieden om inwoners en bezoekers te blijven verrassen en naar de winkel te trekken.

Enerzijds bepaalt de uitstraling en het aanbod aan voorzieningen of het aantrekkelijk blijft om naar het centrum te gaan. Anderzijds is de consument op zoek naar gezelligheid, activiteiten en een unieke ervaring. Het zoeken naar dat unieke, het DNA van Jubbega, het gezamenlijk uitdragen hiervan is onderdeel van deze opgave. Dit krijgt uitwerking in de uitstraling van het centrumgebied en in de marketing en profilering van Jubbega. Dit in combinatie met gastheerschap, het versterken en vernieuwen van ondernemerschap (cross-overs) en onderlinge samenwerking kunnen bijdragen aan de identiteit van Jubbega.

De samenwerking tussen de grotere regionaal georiënteerde winkels kunnen een extra impuls geven aan de andere meer lokaal gerichte ondernemers. Aandachtspunt is daarbij ook het inspelen op de kansen vanuit recreatie en toerisme en het verleiden van bezoekers tot een bezoek aan Jubbega. De beleving van gastvrijheid staat hierin centraal van de oriëntatiefase thuis tot het bezoek zelf: de zogenaamde ‘klant- of bezoekersreis’ (zie bijlage 3). Inspelen op innovatieve concepten en -oplossingen is hierbij aandachtspunt. Passende doorontwikkeling van o.a. verblijfsaccommodaties en dagrecreatie dragen hier ook aan bij. De realisatie van een Toeristisch Overstap Punt (TOP) geeft hier een concrete invulling aan.

Strategie: Door en voor Jubbega!
De samenwerking tussen betrokken partijen is bepalend of het centrum van Jubbega toekomstbestendig is en blijft. Dit vraagt om een samenwerkingsverband waarin alle partijen (ondernemers, Plaatselijk Belang en de gemeente) zijn vertegenwoordigd. Gemeente Heerenveen wil het centrum van Jubbega behouden en versterken door te investeren en door integraal samen te werken, nu en in de toekomst. Structurele inzet van wijkmanagement en accountmanagement vanuit de gemeente in samenwerking met Plaatselijk Belang, ondernemers en de ondernemersvereniging is aandachtspunt.

De opgaven en strategie zijn via twee pijlers uitgewerkt:
Pijler 1: Aanpak (fysiek) ruimtelijke omgeving;
Pijler 2: Aanpak Marketing en profilering én Ondernemerschap.

Bij de uitwerking van de pijlers is, zoals eerder aangegeven, gebruik gemaakt van de opbrengsten uit de participatietrajecten. Maar ook van de analyse en beschrijving van de bestaande situatie, trends en ontwikkelingen in het centrum van Jubbega, zoals opgenomen in bijlage 1.

Duurzaamheidsprogramma 2019-2022
'Samen duurzaam in Heerenveen'
Eind 2015 hebben de Verenigde Naties een nieuwe wereldwijde agenda aangenomen die een eind moet maken aan armoede, ongelijkheid en klimaatverandering. Deze agenda is vertaald in
17 Global Goals om van de wereld een betere plek te maken in 2030. Heerenveen is Global Goal gemeente en voelt zich verantwoordelijk. De doelen staan daarom ook centraal bij het centrumplan van Jubbega en levert op deze wijze een bijdrage aan:

- SDG 11: Duurzame Steden en Gemeenschappen
- SDG 13: Klimaatactie

We besteden in (de uitwerking van) de centrumvisie aandacht aan biodiversiteit, water, klimaat en groen. We richten het centrum zo in, dat het centrum klaar is voor het veranderende klimaat om goed voorbereid te zijn op extreem weer. Dit komt mede voort uit het duurzaamheidsprogramma van onze gemeente waar we inzetten op duurzaamheid in brede zin:

Klimaatadaptatie: aanpassing aan het veranderende klimaat, om goed voorbereid te zijn op extreem weer (hitte, droogte, clusterbuien).

Naast een bijdrage aan het thema klimaatadaptatie draagt het toevoegen van bijvoorbeeld meer groen en het verminderen van de verharding bovendien bij aan het verbeteren van de uitstraling van het centrum, één van de wensen uit het dorp!



3 Proces en opbrengsten

Dit hoofdstuk gaat in op het proces en de opbrengsten van de fysieke en de digitale dorpsbijeenkomsten. In aanvulling hierop zijn ook de uitkomsten van het ondernemerstraject tot nu toe beschreven (in paragraaf 3.2)

3.1 Dorpsbijeenkomsten

De centrumvisie is tot stand gekomen op basis van een uitgebreid participatieproces. In samenwerking met Plaatselijk Belang, centrumondernemers en ondernemersvereniging HNI zijn diverse bijeenkomsten georganiseerd. Met elkaar hebben we nagedacht over drie vragen:

- Waarom is het centrum van Jubbega belangrijk?
- Welke uitdagingen liggen in het centrum?
- Waar liggen kansen voor het centrum?

De antwoorden zijn verwerkt tot drie woordwolken. Hoe groter het woord, hoe vaker dit woord is genoemd.

Kort samengevat is het centrum van Jubbega belangrijk voor de leefbaarheid van het dorp. Daarnaast heeft het een aantrekkende werking voor het dorp zelf, maar ook daarbuiten. Verder zou het centrum moeten zorgen voor gezelligheid, sociale contacten en een plek voor saamhorigheid moeten zijn. Tegelijkertijd blijkt uit de woordwolken dat dit beoogde doel nu niet wordt gehaald. Inwoners en ondernemers omschrijven het centrum als sfeerloos, rommelig, ongezellig en verpauperd. Desondanks ziet iedereen voldoende kansen om er mee aan de slag te gaan, bijvoorbeeld door:

- Het versterken van het water en de beleving daarvan in het centrum;
- Het benadrukken van de geschiedenis van Jubbega;
- Het verbeteren van de sfeerbeleving;
- Het creëren van ontmoeting in combinatie met verblijfsruimte, toerisme, horeca en dagbesteding.

Om deze denkrichtingen concreet te maken is gevraagd om voorstellen te doen. Dit heeft ruim veertig ideeën opgeleverd: van kleine, concrete ideeën tot soms groot en wat abstracter. Voorbeelden zijn het voorstel om de brug op de P.W. Janssenweg aan te passen, tot het in algemene zin beter positioneren van Jubbega.

De input vanuit deze bijeenkomsten is zeer waardevol! Het vormt de basis voor de bouwstenen voor het centrum van Jubbega, zoals in hoofdstuk 2 beschreven. Letterlijk: Door en voor Jubbega!







Van bouwstenen naar een concreet centrumplan
De bouwstenen zijn vervolgens op 10 november 2020 gepresenteerd aan inwoners en ondernemers om te controleren of de input uit de eerdere bijeenkomsten op juist wijze is vertaald. De reactie: “Een goed en duidelijk plan. Een heldere koers voor het vervolg”.

De bouwstenen vormen de basis van de visie. Het is daarom essentieel om met elkaar duiding te geven van de invulling hiervan. Zo kan waterbeleving op verschillende manieren worden ingevuld. Bijvoorbeeld door het waterpeil te verhogen, water terug te laten komen op de overkluizing of het aanpassen van de kades. Dit geldt ook voor het parkeren in het centrum en bijvoorbeeld voor de relatie tussen parkeren enerzijds en verblijfskwaliteit anderzijds. In een digitale bijeenkomst zijn de bouwstenen verder ingekleurd. De resultaten zijn terug te lezen in bijlage 2.

De belangrijkste uitkomsten zijn:
- Er wordt eenrichtingsverkeer ingevoerd op de Jelle van Damweg om meer ruimte te creëren voor groen en beleving;
- Het realiseren van meerdere ontmoetingsplekken (ca. drie) verspreid door het centrum;
- Meer historische beleving door het aanpassen van de brug, het gebruik van het thema ‘turf’ en een voorkeur voor gebruik van cortenstaal.

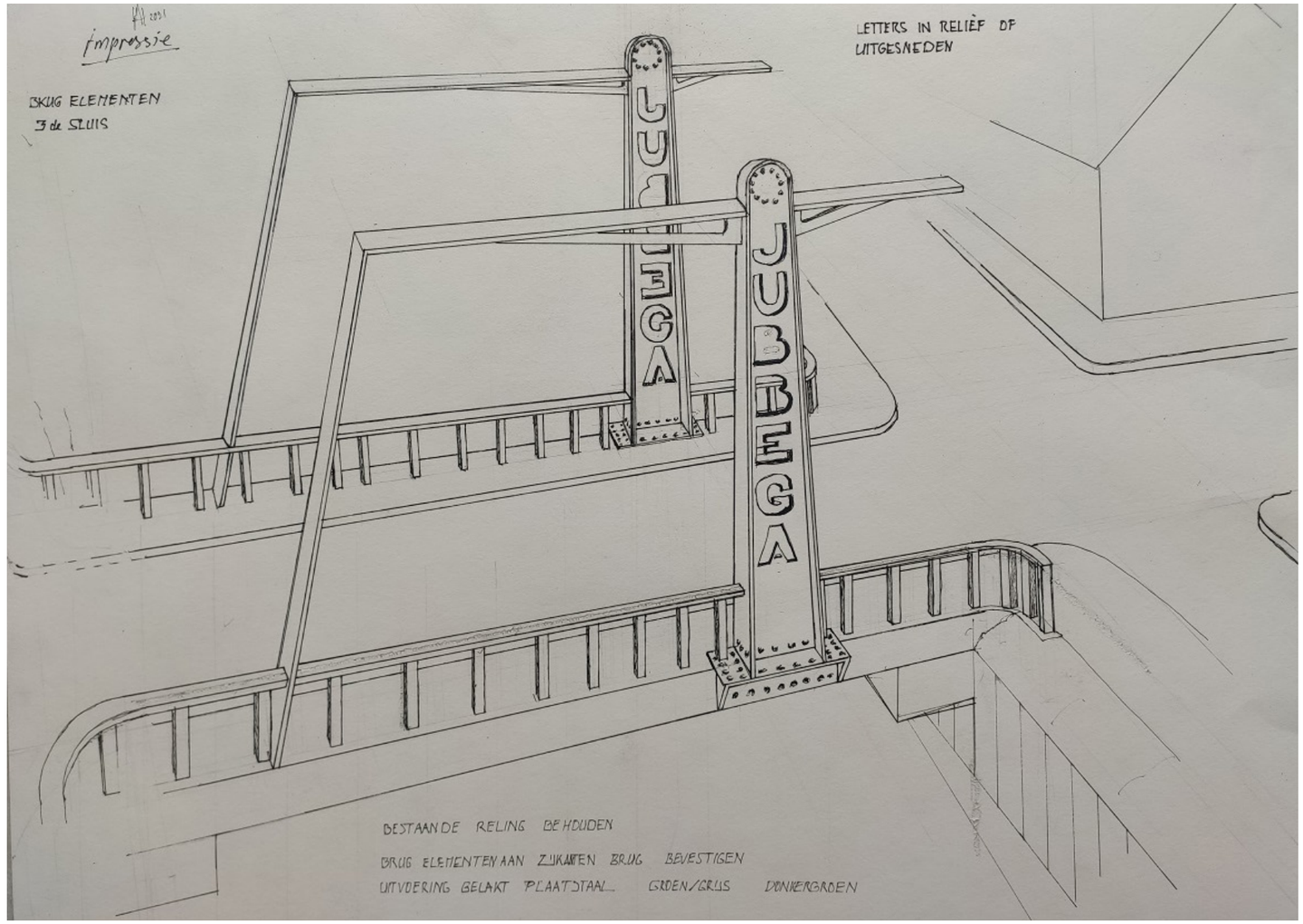
Prioriteren
In een laatste bijeenkomst – 19 mei 2021 – is gesproken over de prioritering van alle plannen. De ambitie staat en blijft onverminderd groot. Tegelijkertijd is niet genoeg geld beschikbaar om alle plannen nu al te realiseren. Inwoners en ondernemers is daarom gevraagd richting te geven.

Hieruit volgt duidelijk dat in ieder geval geld beschikbaar moet komen voor:
- Het aanpassen van de brug;
- Het veranderen van de waterkade van de Compagnonsvaart;
- Herinrichting van de overkluizing;
- Herinrichten van de wegen, waaronder de Jelle van Damweg en de P.W. Janssenweg.

Meer over de verdeling van middelen in hoofdstuk 6, Financiën.







3.2 Ondernemerstraject

Naast de dorpsbijeenkomsten, loopt er aanvullend een ondernemerstraject langs een aantal sporen:

- Het benutten van de mogelijkheden vanuit de Friese Retailaanpak;
- De inzet van extra budget, uit 2e pakket Ondernemers- en ondersteuningsmaatregelen.

Maar ook reguliere sporen op het gebied van Recreatie en Toerisme zijn onderdeel van deze visie en bij de verdere uitwerking van de bouwstenen uit het ondernemerstraject:

- Samenwerking in de regio Zuid Oost Fryslân tussen de vijf gemeenten en Regiomarketing;
- Inzet van extra budget (inkomsten toeristenbelasting 2019) voor Recreatie &Toerisme in collectieve zin, ook een onderdeel van het 2e pakket Ondernemers- en ondersteuningsmaatregelen.

Hiernaast een korte toelichting op de genoemde sporen.

STERKTES	*ZWAKTES*
Supermarkt (van redelijke omvang)	Vindbaarheid supermarkt
Nauwelijks leegstand	Geen eigen website
Relatief groot niet-dagelijks aanbod	Inrichting openbare ruimte en sfeer
Authenticiteit	Matige uitstraling winkels

KANSEN	*BEDREIGINGEN*
Compacter centrum, meer eenheid en sfeer	Dalend inwonertal
Zichtbaarheid online	Groei online aankopen
Behoefte aan weg van de massa	
Wijkenstructuur in omgeving Realisering TOP	
Aansluiten bij Het Andere Friesland en Merk Fryslan	

Tabel 1 Sterkte-zwakte analyse centrum Jubbega door Broekhuis, Rijs & De Gier Advisering (aangevuld met sterktes en kansen vanuit toeristisch-recreatief perspectief)

Inzet vanuit de Friese Retailaanpak

Op 29 oktober 2019 heeft Gedeputeerde Staten van de provincie Fryslân de Subsidieregeling Friese Retailaanpak vastgesteld, als onderdeel van de Friese Retailaanpak 2018-2020: Een bestuurlijk document dat ook door onze gemeente is ondertekend. De Friese Retailaanpak richt zich op:

- Een gezonde retailmarkt met een passend aantal winkelmeters;
- Versterking van het ondernemerschap;
- Versterken van de uitstraling, beleving en aantrekkelijkheid van winkelgebieden;
- Duidelijke profilering van winkelgebieden.

Doel van de subsidieregeling is om winkelgebieden in Fryslân meer toekomstbestendig en aantrekkelijk te maken voor bezoekers. Er is in opdracht van de provincie onder 71 Friese winkelgebieden een sterkte-zwakte analyse uitgevoerd om in kaart te brengen hoe winkelgebieden functioneren. Vanuit de gemeente zijn ondernemers in Jubbega gestimuleerd om in onderlinge samenwerking en met de ondernemersvereniging HNI een subsidieaanvraag in te dienen.

Met de ondernemers is aan de hand van een gezamenlijke schouw door het centrum de provinciale sterkte-zwakte analyse verder uitgewerkt en besproken (zie tabel 1). In overleg met een afvaardiging van de centrumondernemers en HNI is een projectplan opgesteld. Op basis hiervan is de subsidieaanvraag ingediend bij de provincie Fryslân.

Uit analyse (zie ook bijlage 1, de economische situatie) blijkt dat voor de meeste ondernemers in Jubbega het verzorgingsgebied bestaat uit Jubbega en de directe omgeving. Op basis van deze functie dient het centrum zich te profileren als een functioneel winkelcentrum met een volledig dagelijks aanbod, aangevuld met enkele niet-dagelijkse winkels. Jubbega kent een paar bijzondere aanbieders (mode en interieur), die consumenten vanuit een grotere regio trekken. Met een sterke presentatie en profilering kunnen de ondernemers de (meestal doelgerichte) bezoekers uit de regio verleiden om ook andere aankopen in Jubbega te doen.
Bijna alle ondernemers zijn zelfstandige ondernemers die hun eigen bedrijf runnen op basis van de eigen ondernemerskwaliteiten. Het over het voetlicht brengen van de zelfstandige ondernemers bij de consument zien we als een opgave voor de toekomst. De ‘gunfactor’ van de consument is vooral gericht op de bekende ondernemer, unieke producten en ambacht.

De sterkte-zwakte analyse van Jubbega toont aan dat er kansen liggen in een betere presentatie en profilering van de fysieke winkels. Dit geldt ook voor de zichtbaarheid van de individuele winkels en het collectieve aanbod van Jubbega online.

Het verder professionaliseren van het ondernemerschap en het slim ‘vermarkten’ van de kern Jubbega op basis van het eigen unieke DNA-profiel is, naast de fysieke inrichting, de kern van de opgave voor ondernemers.

Inzet extra middelen ‘2e pakket Ondernemers- en ondersteuningsmaatregelen’

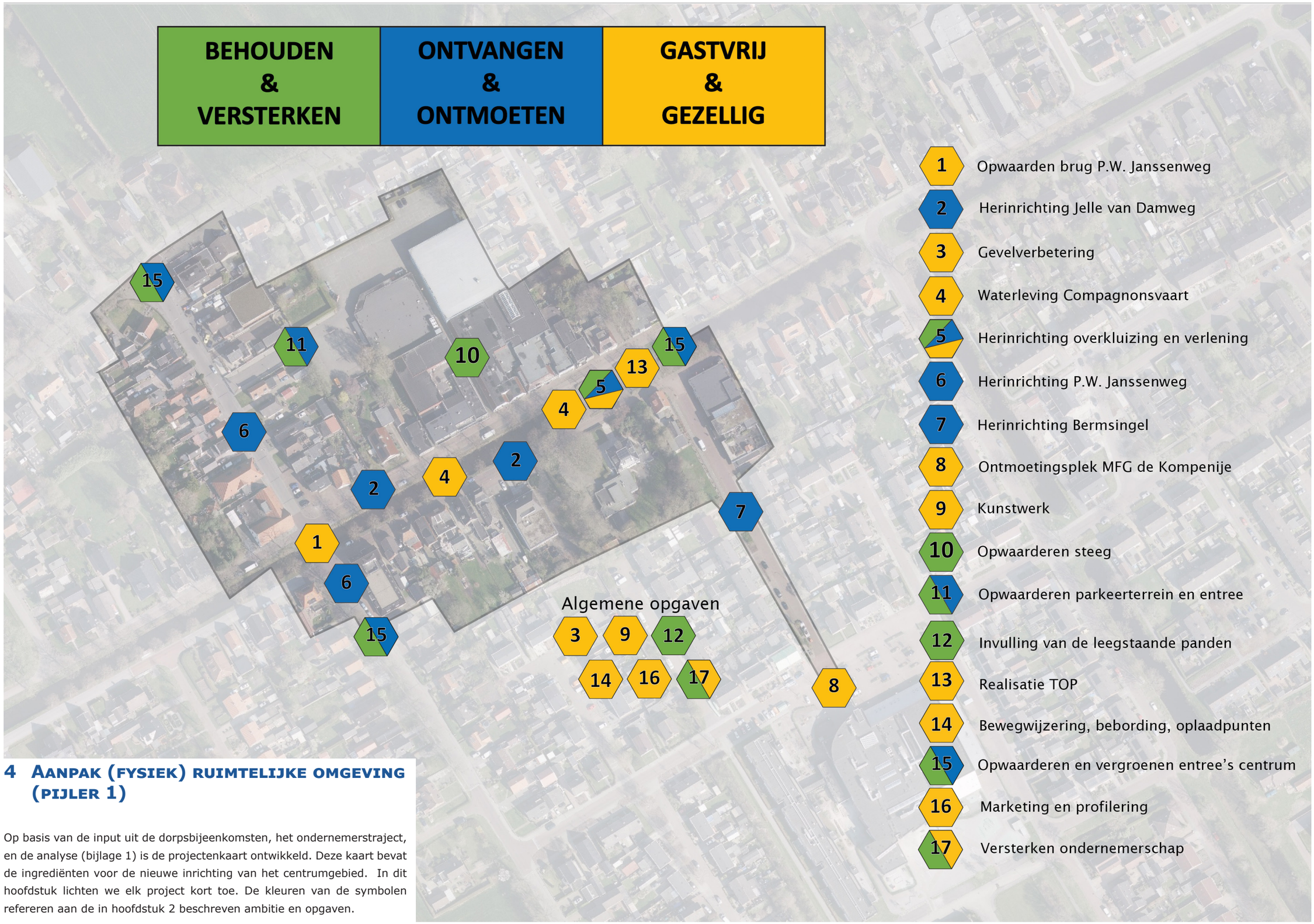
Op 7 september 2020 heeft de gemeenteraad ingestemd met een extra pakket aan maatregelen ter ondersteuning van de economische gevolgen van de Corona pandemie. Waar de regelingen vanuit de rijksoverheid en de provincie gericht zijn op individuele ondernemers, richt de extra financiële impuls vanuit de gemeente zich juist op het collectief: een extra impuls voor initiatieven die bijdragen aan de aantrekkingskracht en levendigheid van Jubbega. De inzet van dit budget spitsen we toe op een specifieke wens, die voortkomt uit de centrumaanpak in Jubbega: het plaatsen van kunstwerken of kunstobjecten. Afstemming hierover en verdere uitwerking vindt plaats in de kerngroep, waar HNI, centrumondernemers, Plaatselijk Belang en de gemeente deel vanuit maken.

Spoor Recreatie en Toerisme

Voor het centrum van Jubbega zijn er kansen op het gebied van Recreatie en Toerisme (zie Sterkte-zwakte analyse). Jubbega is nog een onontdekte parel, gekenmerkt door authenticiteit. De (ontstaans-)geschiedenis, de turfwinning en de daaruit ontstane unieke wijkenstructuur met wandel- en fietsmogelijkheden en natuurwaarden zijn kernwaarden. Deze bieden kansen voor het verder ontwikkelen van recreatie en toerisme. Met het realiseren van een Toeristisch Overstap Punt (TOP) zorgen we voor een betere positionering: Jubbega is zowel digitaal als fysiek beter vindbaar.
De TOP komt voort uit het regionale koepelproject ‘Ervaren en Turf’. Eén van de deelprojecten is het realiseren van twaalf Toeristische Overstap Punten in de regio Zuid Oost Friesland, waarvan één in Jubbega.
Om de kansen voor het centrum van Jubbega verder te verzilveren is het zaak om aan te sluiten bij de zogenaamde ‘klant- of bezoekersreis’ van bezoekers. Dit nemen we mee in de beoogde aanpak voor marketing en profilering (zie hoofdstuk 5).



Voorbeeld TOP Earnewâld (foto Marrekrite)

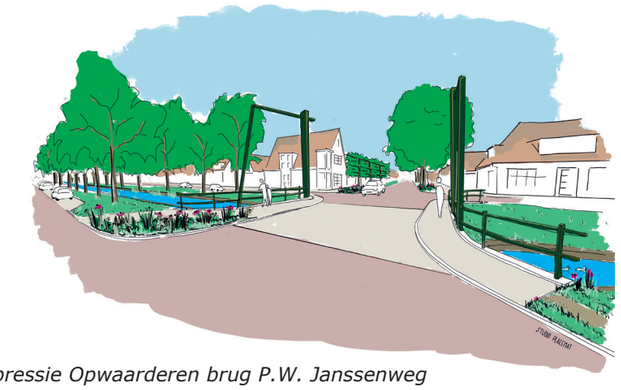


4 Aanpak (fysiek) ruimtelijke omgeving (pijler 1)

Op basis van de input uit de dorpsbijeenkomsten, het ondernemerstraject, en de analyse (bijlage 1) is de projectenkaart ontwikkeld. Deze kaart bevat de ingrediënten voor de nieuwe inrichting van het centrumgebied. In dit hoofdstuk lichten we elk project kort toe. De kleuren van de symbolen refereren aan de in hoofdstuk 2 beschreven ambitie en opgaven.

1 Opwaarderen brug P.W. Janssenweg

De brug P.W. Janssenweg is in de huidige situatie functioneel ingericht. Dit is in de uitstraling terug te zien. Het is een vaste brug waar een duiker voor het water onderdoor gaat. Aan weerszijden is een brugleuning aanwezig. De prominente plek in het centrum en de verbinding met het water biedt kansen om de brug meer uitstraling te geven. Door slimme aanpassingen en zonder grote technische ingrepen kan de brug worden voorzien van een nieuw uiterlijk. Hiermee kan de link naar de historie en de (water)beleving versterken; er ontstaat een herkenbare plek en sluit hiermee aan bij de opgave 'Gastvrij & Gezellig'.



Impressie Opwaarderen brug P.W. Janssenweg



Impressie herinrichting Jelle van Damweg noordzijde



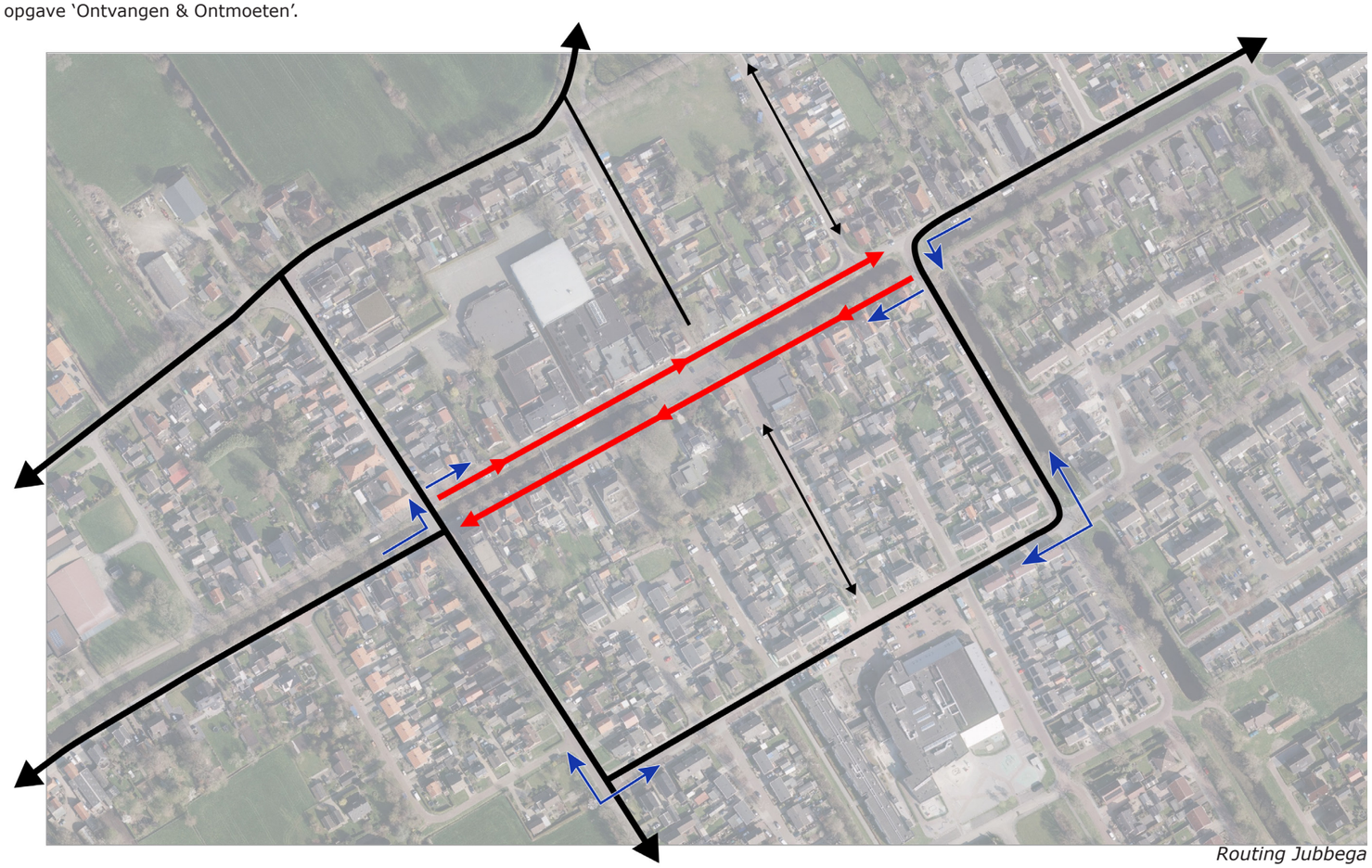
Impressie herinrichting Jelle van Damweg zuidzijde

2 Herinrichting Jelle van Damweg

De Jelle van Damweg is vanuit beheer en onderhoud toe aan een herinrichting. Dit biedt de mogelijkheid om het gebied op een ander manier in te richten, waarbij ook rekening wordt gehouden met klimaatadaptatie, één van de doelen uit het duurzaamheidsprogramma. Het toepassen van éénrichtingsverkeer, maakt de weg smaller ten opzichte van de huidige situatie. Door het gebruik van meer groen en minder verharding is de inrichting goed voorbereid op extreem weer (hitte, droogte, clusterbuien).

Naast het éénrichtingsverkeer wordt ook het voetgangersgebied aangepakt. Bij de nieuwe inrichting is de auto te gast op de Jelle van Damweg. Voor bewoners en bezoekers verbetert hiermee de verblijfservaring aanzienlijk. Aan de Schoterlandse Compagnonsvaart blijft, net als in de huidige situatie, wel langsparkeren mogelijk. Op deze manier blijven de winkels goed bereikbaar.

Het versmallen van de weg en het aanpassen van het voetgangersgebied maakt dat er meer ruimte ontstaat voor een groene berm. Meer ruimte betekent dat er een talud kan ontstaan en de berm dichter bij het water eindigt. Er ontstaat daardoor een aantrekkelijke groene openbare omgeving met aandacht voor het water. Hiermee wordt invulling gegeven aan de opgave 'Ontvangen & Ontmoeten'.



Routing Jubbega

3 Gevelverbetering

De uitstraling van een gebied is een samenspel van de inrichting van de openbare ruimte en de bebouwing. Dit geldt vooral voor de gevels van bebouwing die grenst aan het openbare gebied. De aanwezige beeldbepalende en karakteristieke panden in Jubbega hebben een grote impact op de beleving. Waardering en beleefbaarheid dragen bij aan de sfeer in het gebied. Het pand van de huisarts in combinatie met de groene inrichting van het erf is hier een mooi voorbeeld van.
Daar waar beeldbepalende panden een positieve invloed hebben op de beleving van het gebied, doen minder fraaie gevels afbreuk aan de uitstraling. Een fonds om middelen beschikbaar te stellen voor gevelverbetering kan eigenaren van panden stimuleren deze op te knappen.

4 Waterbeleving Compagnonsvaart

De Schoterlandse Compagnonsvaart loopt dwars door het centrum en vormt daarmee de basis voor het DNA van Jubbega. De zichtbaarheid van het water is door de lage waterstand in de huidige situatie echter minimaal. Ook de uitstraling van de kademuur en de direct aangrenzende openbare ruimte draagt niet bij aan een prettige beleving van het water. De kade in het deel tussen de overkluizing en de brug kan worden vervangen door een nieuwe kadewand. Aan de noordkant ontstaat door het versmallen van de weg meer ruimte voor groen en ruimte voor een aflopend talud. Naast een betere beleefbaarheid, draagt dit bij aan de doelstellingen voor klimaatadaptatie. Het verhogen van het waterpeil is technisch niet haalbaar. Door het verlagen van de oever ontstaat er meer zichtbaarheid, beleving en interactie met het water. Dit sluit bijvoorbeeld goed aan bij één van de verhaallijnen van Het Andere Friesland, namelijk 'Socialisme in Friesland'. Verhalen vanuit regiomarketing waarmee de regio Zuidoost Friesland zich op de kaart wil zetten.



Impressie herinrichting overkluizing



Impressie herinrichting overkluizing

5 Herinrichting overkluizing

De overkluizing is nu vooral functioneel ingericht. Er is weinig plek voor ontmoeten, groen en waterbeleving en is vooral ingericht voor parkeren. De herinrichting kan bijdragen aan alle centrumopgaven. De ligging van de overkluizing en de beschikbare ruimte biedt optimale kansen om de functie van het centrum te versterken. Er is ruimte voor meer ontmoeten, verblijven, gezelligheid en waterbeleving. Bovendien komen de zichtlijnen vanaf het MFG De Kompenije en de Schoterlandse Compagnonsvaart samen op dit knooppunt. Hiermee ontstaat automatisch verbinding in het centrum. Alle reden om de overkluizing als 'hart van het centrum' in te richten. Tegelijkertijd blijft er ook voldoende ruimte voor parkeren. Om te voorkomen dat de parkeerdruk op de overkluizing te groot wordt, komt er een beperking van het aantal parkeerplaatsen dat gebruikt wordt voor de ambulante handel. Daarnaast wordt de mogelijkheid verkend om op de overkluizing en de Jelle van Damweg een blauwe zone in te voeren. In het verlengde van de Bremsingel en de Schoterlandse Compagnonsvaart is ruimte aan het water om het ontmoeten en de waterbeleving te versterken. Op basis van de genoemde ingrediënten zijn meerdere inrichtingen denkbaar. In de kerngroep zijn een tweetal opties voor de inrichting uitgewerkt.

Optie 1

De Schoterlandse Compagnonsvaart wordt op de overkluizing doorgezet in de vorm van een 'bak' met water. Ondanks dat er slechts een kleine laag water in komt, in verband met de veiligheid, wordt met deze invulling de beleving van het water versterkt. Door voor deze vorm te kiezen, is het aanpassen van de constructie van de sluis niet nodig. De rand van de bak vormt daarnaast een zitelement, waar je gezellig een praatje kan maken of een visje kan eten. Deze optie biedt bovendien nog ruimte voor terrassen op het knooppunt van de Bremsingel en Schoterlandseweg.

Het gebied is ingericht als een open plein waar alle aspecten samen komen, om te verblijven en te ontmoeten en waar de auto te gast is. Auto's kunnen vanaf de weg meteen parkeren en hoeven niet het parkeerterrein op te rijden. Groenelementen kleden het plein aan in lijn met de rest van het centrum.

Optie 2

De tweede optie is een inrichting gebaseerd op de huidige situatie met een parkeerterrein in het midden van de overkluizing. Het parkeerterrein is in deze optie ingekleed met blokhagen en bomen waardoor de doorgaande route aan beide zijden van de Jelle van Damweg wordt gescheiden van het parkeerterrein. Het parkeerterrein is ingericht op basis van de huidige normen met grotere parkeervakken. Het groen krijgt een andere plek om meer ruimte te krijgen. In lijn met de Schoterlandse Compagnonsvaart kan de bestrating worden geaccentueerd.
Ook in dit model zijn terrassen op de zichtlijnen over de Bremsingel en de Schoterlandse vaart opgenomen.

6 Herinrichting P.W. Janssenweg

De P.W. Janssenweg is één van de toegangswegen tot het centrum en is onderdeel van het centrumgebied. De uitstraling van de weg draagt door het gebruik van asfalt niet bij aan de dorpse sfeer en beleving. Gezien het gebruik door o.a. vracht-, bus- en landbouwverkeer is het gebruik van asfalt wel uitgangspunt. Door te kiezen voor een ander kleur, in combinatie met een print in het asfalt sluit de herinrichting beter aan bij de gewenste fysieke uitstraling van het gebied.

7 Herinrichten Bremsingel

De Bremsingel vormt de verbinding tussen de Jelle van Damweg en het MFG De Kompenije. De verharding van de weg, stoep en parkeren heeft de overhand. Vergroening van dit gebied draagt enerzijds bij aan onze doelstellingen voor klimaatadaptatie, maar ook aan een prettige verbinding en een eenduidige uitstraling in het centrum van Jubbega. Op deze wijze ontstaat meer interactie tussen de verschillende gebieden.

8 Ontmoetingsplek MFG De Kompenije

Het MFG De Kompenije heeft een belangrijke functie in Jubbega en behoort daarom tot het centrumgebied. Het gebied rondom het gebouw is ingericht als verblijfsgebied en parkeerterrein. Het creëren van een ontmoetingsplek bij deze functie draagt bij aan de opgave 'Gastvrij en Gezellig' en zorgt voor meer interactie en samenhang tussen de verschillende gebieden in het centrum. Deze locatie vervult tegelijkertijd de parkeerbehoefte die met de plaatsing van de TOP samenhangt (zie nummer 15).

9 Kunstwerken

Uit de opbrengst van de dorpsbijeenkomsten in Jubbega blijkt dat inwoners en ondernemers met name de historie van het dorp willen benadrukken. Het ontstaan van Jubbega en de relatie met de veenontginning is de basis van het DNA van het dorp. Door kunstwerken of kunstobjecten te plaatsen op zichtbare plekken, rekening houdend met zichtlijnen, kan het 'verhaal' van Jubbega aan bewoners en bezoekers een plek krijgen. Dit draagt bij aan de uitstraling van de openbare ruimte.

10 Opwaarderen steeg

De steeg tussen de Jelle van Damweg en het grote parkeerterrein bij supermarkt de Coop is een essentiële verbinding tussen het parkeerterrein en het winkelaanbod aan de Jelle van Damweg. Een aantrekkelijke en toegankelijke route door de steeg draagt bij aan een goede bereikbaarheid en verdeling van de parkeerdruk. Bij opwaardering van dit gebied staat met name de toegankelijkheid, verlichting, veiligheid en uitstraling centraal. Een aantrekkelijke route nodigt bezoekers bovendien uit om na een bezoek aan de supermarkt door te lopen naar het winkelaanbod in de rest van het centrum.

11 Opwaarderen parkeerterrein en entree

Het parkeerterrein bij de Coop ligt in een tussengebied, verscholen tussen omliggende woningen. De entree van het parkeerterrein is toegankelijk vanaf de P.W. Janssenweg en loopt tussen twee woningen door. Het gebied kan worden afgesloten door een hekwerk welke voor de voorgevels van de woningen aan de P.W. Janssenweg is gesitueerd. Het naar achteren verplaatsen van het hekwerk, in ieder geval achter de voorgevels van de woningen, kan de zichtbaarheid, toegankelijkheid en uitstraling vanaf de P.W. Janssenweg versterken. Het vergroenen van de stroken langs de toegangsweg kan daarnaast de uitstraling van de entree versterken en draagt bij aan klimaatadaptatie.

12 Invulling van leegstaande panden

Zoals eerder benoemd heeft de bebouwing impact op de uitstraling van een gebied. Leegstand van een pand komt de uitstraling vaak niet ten goede. Uit analyse blijkt dat de leegstand op dit moment relatief meevalt in Jubbega. Dit neemt niet weg dat bij leegstand moet worden gezocht naar een passende, alternatieve invulling te zoeken. Leegstand heeft namelijk niet alleen impact op de uitstraling, maar ook op het economisch functioneren van het centrum. Aanpak van leegstand is daarmee cruciaal voor het centrum als totaal. Transformatie naar wonen of andere functies die een aanvulling zijn op het centrum, is denkbaar.

13 Realisatie Toeristisch Overstap Punt (TOP)

In het centrum van Jubbega wordt een Toeristisch Overstap Punt (TOP) gecreëerd. Dit is een punt waar bezoekers kunnen wisselen van vervoersmiddel. Bijvoorbeeld na een autorit de route op de fiets of te voet verder volgen. Parkeren is mogelijk bij MFG De Kompenije. Uitgangspunt is dat auto’s niet in het centrum parkeren, maar bezoekers van het parkeerterrein naar de TOP te begeleiden. Op de TOP zuil komt een weergave van het fiets- en wandelknooppuntsysteem en informatie over Jubbega en de omgeving. De TOP is niet alleen fysiek vindbaar, maar ook digitaal als onderdeel van het TOP-netwerk van circa 36 TOP’s in heel Friesland.

14 Bewegwijzering, bebording en oplaadpunten

De bereikbaarheid en toegankelijkheid van Jubbega hangt samen met onder meer de bewegwijzering in en naar het centrum, de bebording en mogelijkheid voor het opladen van de fiets en auto. Deze voorzieningen zorgen voor een gastvrije ontvangst. Bij de herinrichting van het centrumgebied worden deze onderdelen meegenomen.

15 Opwaarderen en vergroening entrees centrum

Je kunt Jubbega op verschillende manieren binnenkomen. In de huidige situatie ontbreekt een duidelijke en uitnodigende binnenkomst. Door op verschillende plekken herkenbare groene plekken te creëren, word je als toerist, bezoeker en bewoner vriendelijk ontvangen. Eenheid in inrichting verhoogt de herkenbaarheid van het centrum en heeft daarmee een positief effect op het behouden en versterken van het economisch functioneren van het centrum.





Entree parkeerterrein



Bewegwijzering Jubbega



Invulling leegstaande panden

Plankaart

De benoemde projecten zijn vervat in deze plankaart. Dit geeft richting aan de verdere uitwerking van de centrumvisie.

A Ambulante handel (locatie indicatief)

T Toeristisch overstap punt (locatie indicatief)

B Brug

K Kunstwerk



5 Aanpak Marketing en profilering én Ondernemerschap (pijler 2)

Om het centrum van Jubbega toekomstbestendig te maken, richten we ons naast de fysieke inrichting (pijler 1), ook op het versterken van individueel ondernemerschap en het slim 'vermarkten' van de kern Jubbega (pijler 2). Het gaat dan om de presentatie en profilering van de ondernemers in de fysieke winkel en op sociale media. Maar ook om het bepalen van het DNA: wat is het verhaal, het unieke van Jubbega en van de ondernemer zelf. En hoe kunnen ondernemers dit verhaal samen oppakken, weergeven en benutten. Hiermee kunnen ze invulling geven aan hun marketing en profilering, in een grotere context dan alleen het centrum van Jubbega. Ook de wijze waarop dit in de uitstraling en uitingen in de openbare ruimte kan worden verbeeld, krijgt hierin een plek. Onderstaand een korte weergave van de voorgestelde aanpak en de bouwstenen.

16 5.1 Marketing en profilering

Samen met de (centrum)ondernemers en de ondernemersvereniging HNI willen we de volgende bouwstenen verder uitwerken om Jubbega beter in de markt te zetten:

Het uitwerken van een sterk onderscheidend DNA-profiel voor Jubbega
Wat is het verhaal, het unieke van Jubbega en haar ondernemers dat we uit willen dragen? Om dit te bepalen, zoeken we ook de samenwerking met Heerenveen 'n Gouden Plak, Regiomarketing Toerisme Zuid Oost Friesland en Merk Fryslân. We proberen aansluiting te zoeken bij bestaande marketingstrategieën en –kanalen. Door het DNA-profiel te koppelen aan de toeristisch recreatieve potentie en ondernemers in de regio, kan er een meerwaarde voor alle ondernemers ontstaan.

Het verbeteren van de online zichtbaarheid en vindbaarheid
Door de online zichtbaarheid én vindbaarheid te verbeteren, versterken we de kern Jubbega. Niet alleen op internet, maar ook op de sociale media houden we een brede focus: aandacht voor winkels, horeca, cultuurhistorie, fietsen, wandelen etc. Er liggen kansen in een betere presentatie en profilering van het collectieve winkelaanbod in Jubbega, het zogenaamde online 'warenhuis Jubbega'. Het idee is om voor Jubbega een collectieve website in te richten, c.q. na te denken over sociale media-uitingen. Deze zullen het onderscheidende DNA-profiel van Jubbega als basis hebben en het 'warenhuis Jubbega' virtueel in beeld brengen voor potentiële consumenten en bezoeker. Dit is van belang omdat het online winkelen de komende jaren zal blijven groeien.

Voor de inzet op marketing en profilering sluiten we waar mogelijk aan bij bestaande sporen en websites van de bestaande lokale, regionale en provinciale regiomarketingorganisaties. Op het gebied van marketing is in Friesland sprake van verschillende schaalniveaus. Merk Fryslân zet in op het vermarkten van Friesland naar de rest van Nederland en het buitenland. Het Andere Friesland houdt zich bezig met de marketing van de regio Zuid Oost Friesland vanuit verhaallijnen. Interessante verhaallijnen voor Jubbega zijn 'Socialisme in Friesland' en 'Ode aan het Landschap'. Jubbega heeft een dorpenpagina op de website www.zuidoostfriesland.nl/bezoeken/dorpen. Een optie is om hieraan een website met lokale informatie te koppelen. Deze dient qua 'look and feel' toegespitst te worden op de doelgroep bezoekers, zowel dagjesmensen als verblijfsgasten.

Een bezoek aan de regio 'Het Andere Friesland' en wellicht aan Jubbega begint al bij de mensen thuis. Dit noemen we ook wel de bezoekersreis. Alle elementen in deze bezoekersreis moeten kloppen voor een goede beleving. Deze beleving wordt vervolgens gedeeld met andere potentiële bezoekers, bijvoorbeeld via sociale media, waarna een potentiële bezoeker de bezoekersreis opnieuw doorloopt, in een aantal fases. Meer informatie over deze bezoekersreis is te lezen in bijlage 3.



Het toevoegen van elementen in de openbare ruimte die inspelen op het profiel van Jubbega
De digitale en fysieke vindbaarheid, maar óók de inrichting van de openbare ruimte bepalen mede de mate van gastvrijheid. In de openbare ruimte willen we daarom inrichtingselementen meenemen die inspelen op het DNA-profiel van Jubbega. Het fysieke winkelgebied wordt daardoor verbonden met het virtuele winkelcentrum, het 'warenhuis Jubbega'. Dit kan door het accentueren van de entrees van het centrumgebied, de verbetering van de vindbaarheid met goede bewegwijzering, eenheid in materiaal en uitstraling van (reclame)uitingen van ondernemers. De TOP draagt hier ook aan bij.
Doel van de TOP is niet alleen informatieverstrekking en het overstappen van de ene vorm van vervoer naar de andere, maar ook vertraging. De overgang van het hectische werkleven naar het ontspannen Friese landleven. De TOP-inrichting moet bezoekers voorzien in dit comfort om 'vertraging' mogelijk te maken.

Ondernemersvereniging HNI heeft daarnaast bijvoorbeeld plannen voor het aanbrengen van nieuwe sfeerverlichting voor in de feestmaanden, met verwijzingen naar de geschiedenis van Jubbega en omgeving. Verder is er in Jubbega onder centrumondernemers het initiatief om cortenstalen kunstobjecten of -kunstwerken in de openbare ruimte te plaatsen die ook naar de geschiedenis van Jubbega en omgeving verwijzen. Deze plannen/ elementen moeten nog nader vorm krijgen.

17 5.2 Versterken ondernemerschap

Samen met de ondernemersvereniging HNI en de centrumondernemers willen we ook het individuele ondernemerschap versterken aan de hand van de volgende bouwstenen:

Het verbeteren van de presentatie en profilering individuele (centrum)ondernemers
Door individuele presentatie- en profileringsscans op te laten stellen door een deskundige, krijgen ondernemers zicht op hun strategische positie en de wijze waarop ze de bedrijfsvoering kunnen professionaliseren. Dit geldt voor de fysieke winkel, maar ook voor de onlinepresentaties van de ondernemingen. De koppeling van alle scans geven een helder beeld over de presentatie en profilering nu, maar ook over mogelijke verbeteringen.

Het realiseren van samenwerkingsmodules tussen ondernemers (cross-overs), rekening houdend met het individuele én het collectieve DNA-profiel van Jubbega
De samenwerkingsmogelijkheden met andere bedrijven in en rond Jubbega willen we in beeld brengen. Door te werken met samenwerkingsmodules ontstaat niet alleen de kans op meer omzet, maar ontstaat er ook meer onderlinge samenwerking en binding tussen ondernemers. De onderlinge samenwerkingsmodules kunnen vervolgens weer heel goed in de marketingcampagne voor heel Jubbega worden benut!

6 Financiën en prioritering

6.1 Investeringsagenda/programma pijler 1

De visie voor het centrum van Jubbega is een wensbeeld voor de toekomst. Het maken van keuzes is nodig, omdat er onvoldoende geld is om alle plannen nu uit te voeren. Kortom, wat moet in ieder geval wel en wat kan eventueel later of kan eventueel komen te vervallen.

In de tabel op deze pagina is een overzicht gegeven van het totale investeringspakket behorende bij de centrumvisie Jubbega, en de gekozen selectie. De volgorde is gebaseerd op de samen gekozen prioritering. Dus, hoe hoger op de lijst, hoe hoger de prioriteit.

Fonds vitale kernen

In eerste instantie is in de tabel op deze pagina per onderdeel het investeringsbedrag weergegeven. Daarnaast geeft het onderste deel van de tabel een beeld van de kapitaallasten en de eenmalige kosten. Uitgaande van de beschikbaarheid van 11% van de beschikbare middelen uit het fonds Vitale kernen is een kapitaallast beschikbaar van € 108.900. De bovenste acht onderdelen – tot en met de kunstwerken – kunnen worden gerealiseerd. Om het totaalpakket te realiseren is een bedrag van € 3,1 mln. benodigd vanuit het fonds. Dit geeft een kapitaallast van € 162.914,-- en daarnaast € 250.000,-- aan eenmalige kosten1. Concreet betekent dit dat nu op basis van de beschikbare middelen ca. 2/3 van de investeringen uitgevoerd kan worden.

Omdat het niet mogelijk is om alle onderdelen uit te voeren is een selectie gemaakt. Sommige investeringen (vanaf opwaarderen van ontsluiting parkeerterrein) zijn uitgesteld in afwachting van aanvullende financiële middelen op lange termijn (periode na 2026).

Motivering van de gehanteerde selectie

In het dorp is vanaf het begin duidelijk dat er geld beschikbaar is, maar niet genoeg om alle projecten te realiseren. Met deze wetenschap is het dorp middels een vragenlijst gevraagd om aan te geven waar de prioriteiten zouden moet liggen. Hieruit volgde dat het aanpakken van de brug, de waterkade, de overkluizing en de herinrichting van de wegen prioriteit moet krijgen. Deze uitkomst is richtinggevend geweest voor ons om te komen tot de voorgestelde verdeling.

Op basis van de voorgestelde verdeling kunnen een aantal belangrijke elementen uitgevoerd worden, die direct bijdragen aan de opwaardering van het centrum. Zo worden de wegen in het centrumgebied aangepakt, wordt de waterbeleving vergroot door het verfraaien van de Compagnonsvaart. Ook is er geld voor het realiseren van duidelijke entrees en wordt de brug op de P.W. Janssenweg opgeknapt. Daarnaast ontstaat er ruimte om elkaar te ontmoeten op de terrassen nabij de overkluizing en elders op diverse zitplekjes in het centrum. Tot slot wordt de overkluizing, het hart van het centrum, aangepakt. De overkluizing vormt de verbinding met duidelijke zichtlijnen van en naar de Kompenije. Hiermee wordt het centrum meer één geheel en doet de Kompenije daar goed in mee.

6.2 Beschikbare middelen in relatie tot pijler 2 Marketing, profilering en ondernemerschap

Inzet extra middelen '2e pakket Ondernemers- en ondersteuningsmaatregelen'

Daarnaast is een bedrag van € 12.500 beschikbaar gesteld voor Jubbega vanwege de impact die de COVID-19-crisis heeft op de ondernemers binnen de gemeente. Het budget is bedoeld als extra impuls voor ondernemerschap en aantrekkingskracht van Jubbega. Vanuit de ondernemers is geopperd om de middelen in te zetten voor enkele kunstwerken in het centrum. Dit bedrag kan in combinatie met de € 25.000 voor kunstwerken ingezet worden om de aantrekkingskracht van Jubbega te vergroten.

De Friese Retailaanpak

De provincie Fryslân heeft de Subsidieregeling Friese Retailaanpak vastgesteld. In totaal stelt de provincie een bedrag beschikbaar van € 950.000. Hier komt onder andere het centrum van Jubbega voor in aanmerking. Het maximale subsidiebedrag per winkelgebied is € 24.999, aangevuld met 50% cofinanciering vanuit de gemeente of andere (markt)partijen ofwel ondernemers. De gemeenteraad heeft budget beschikbaar gesteld (25% met een maximum van € 12.500) als cofinanciering voor de provinciale subsidieregeling.

Projectplan Ervaren en Turf: TOP

Vanuit het project Ervaren en Turf is voor de TOP in Jubbega een budget van € 15.500 beschikbaar. Hiervan gaat € 6.500 naar recreatieschap de Marrekrite voor de inzet van uren, de TOP-zuil en de bewegwijzering naar de TOP-locatie. Van het resterende budget is een bedrag gereserveerd voor het aanpassen van het wandel- en fietsknoopuntennetwerk, eventueel bebording in algemene zin en een post onvoorzien.

Investeringspakket centrumvisie Jubbega		investering (incl. 25% V&T)	Selectie (2022-2026)
1	Opwaarderen brug (beton)	€ 375.000	€ 375.000
2 14	Herinrichten Jelle v. Damweg (Noord + Zuid) deel 1	€ 712.500	€ 712.500
3 14 15	Herinrichting Jelle v. Damweg deel 2 huisnrs. 27 - 33 en 26 - 40 (nrd + zd); van overkluizing naar Ekke Dijkstraweg/ Gentiaansingel	€ 150.000	€ 150.000
4	Aanbrengen damwand van hout / aflopend talud Compagnonsvaart rondom in centrumgebied	€ 750.000	€ 750.000
5 14	Herinrichten Overkluizing	€ 312.500	€ 312.500
6 14 15	Herinrichting P.W. Jansenweg Noord. Betreft deel vanaf de Singel tot aan de brug.	€ 437.500	€ 437.500
6 14 15	Herinrichting P.W. Jansenweg Zuid tot nr. 70	€ 168.750	€ 168.750
9	Diverse kunstwerken in het plangebied (w.o. brug)	€ 50.000	€ 50.000
11	Opwaarderen van ontsluiting parkeerterrein	€ 75.000	-
8	Creeren (aanvullende) ontmoetingsplekken	€ 37.500	-
7 14	Herinrichting Bremsingel	€ 212.500	-
6 14	Herinrichting P.W. Jansenweg Zuid vanaf nr. 70 tot Ericalaan	€ 131.250	-
8	Aanpak plein MFA De Kompenije	€ 37.500	-
10	Opwaarderen steeg J. van Damweg / parkeerterrein	€ 250.000	-
3	Gevelrenovatiefonds (subsidie)	€ 250.000	-
11	Opwaarderen parkeerterrein	€ 237.500	-
	Sub-totaal	**€ 4.187.500**	**€ 2.956.250**
	bijdrage reguliere budgetten	€ -410.000	€ -410.000
	externe bijdragen (Regiodeal)	€ -500.000	€ -500.000
	interne uren	€ -169.750	€ -169.750
	Totaal	**€ 3.107.750**	**€ 1.876.500**
	vertaling in jaarlijkse kapitaallasten	*€ 162.914*	* *€ 109.490*

** excl. gevelsubsidie, dit bedrag dient incidenteel afgeboekt te worden*

Bijlage 1 Analyse bestaande situatie, trends en ontwikkelingen

Bestaande stedenbouwkundige structuur Jubbega

Vertrekpunt voor deze visie is de huidige situatie in Jubbega. Bestaande kwaliteiten in het gebied worden gebruikt als bouwstenen en knelpunten worden gezien als kansen. De ontstaansgeschiedenis van Jubbega is hiervoor een belangrijke basis en is op een aantal plekken nog goed zichtbaar. De Schoterlandse Compagnonsvaart, in oorsprong aangelegd voor de veenontginning, is een belangrijke structuur die door het dorp loopt. Dit is de plek waar Jubbega is ontstaan. Het dorp is hier vanuit gegroeid en vormt de basis voor het DNA van Jubbega. Deze oost-weststructuur van de Schoterlandse Compagnonsvaart wordt benadrukt door de wegenstructuur (o.a. Jelle van Damweg), de bebouwingstructuur en de aanwezige groenstructuur.

De stedenbouwkundige analyse heeft betrekking op het plangebied zoals weergeven op het kaart 1. Dit gebied kan worden gezien als het hart van het dorp en wordt gekenmerkt door een diversiteit aan functies die, zowel op dorps als regionaal niveau, aantrekkingskracht hebben. Bedrijven, winkels, horeca, (maatschappelijke) dienstverlening en wonen wisselen elkaar af.

Ook de bebouwing in het gebied kent een divers beeld in schaal en uitstraling. Een deel van de kleinschalige bebouwing langs de Jelle van Damweg is nog onderdeel van de historische lintstructuur langs de Schoterlandse Compagnonsvaart. Door de tijd heen is er ruimte gemaakt voor grootschalige bebouwing waardoor er veel afwisseling in bouwvolumes is. Deze verscheidenheid is tevens terug te zien in de uitstraling van de panden in het gebied. Naast een aantal beeldbepalende en karakteristieke woningen, kent het gebied ook gevels met een minder fraaie uitstraling.

Vanuit het zuidwesten is het centrum bereikbaar via de Jochum Alberdaweg, De Singel en de P.W. Janssenweg. Vanuit het noordoosten is dat via De Slûsleane, de Bij de Leijwei en de Gentiaansingel. Het gebied zelf wordt ontsloten door de Jelle van Damweg, De Bremsingel en het Sluisweggetje. Aan de Jelle van Damweg zijn langsparkeerplaatsen aanwezig en de overkluizing is voorzien van een parkeerterrein. Via de P.W.Janssenweg is het parkeerterrein bij de COOP bereikbaar en middels een steeg tussen de bebouwing door is dit parkeerterrein vanaf de Jelle van Damweg voor voetgangers bereikbaar. Ook aan de Bremsingel en de P.W. Janssenweg is ruimte voor parkeren. Vanaf de Jelle van Damweg is via de Bremsingel het MFG De Kompenije bereikbaar. Ook daar is een groot parkeerterrein aanwezig.

Zoals eerder benoemd is de Schoterlandse Compagnonsvaart een belangrijke waterstructuur, die de basis van het dorp vormt. Deze structuur wordt benadrukt door de groenstructuur langs het water. Tussen de kade en de Jelle van Damweg is een groenstrook met bomen aanwezig. Opvallend is de groene inrichting van het perceel aan de Jelle van Damweg 18, het pand van de huisarts. Deze forse bomen dragen bij aan de groene uitstraling van het openbare gebied. In het overige openbare gebied is geen duidelijke groenstructuur herkenbaar. Verspreid in het gebied staan her en der bomen en groenperkjes.
Het centrum kent een divers beeld waar de Schoterlandse Compagnonsvaart, als duidelijke drager van Jubbega, onderdeel van is.
De bestaande kwaliteiten van het gebied zijn op kaart 2 weergegeven.

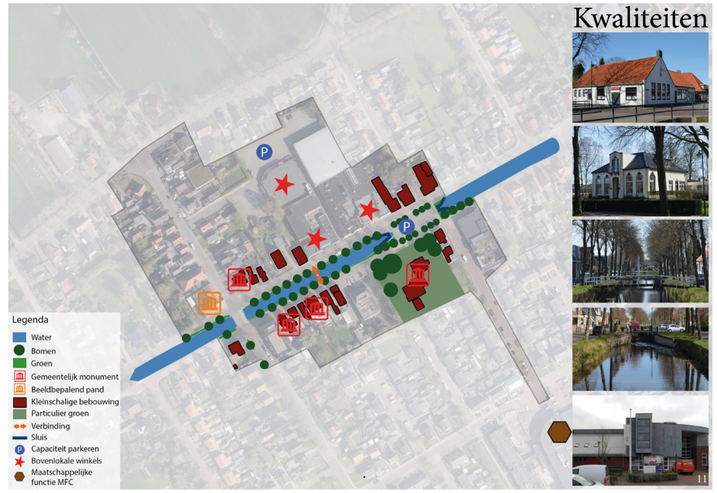
Daar waar een dorp kwaliteiten heeft, zijn er vaak ook minder fraaie kanten aanwezig. Deze zogenaamde knelpunten zien we vooral als kansen voor de visie en de nieuwe inrichting van het gebied. Op kaart 3 zijn deze kansen voor Jubbega weergegeven.

Hoewel de Schoterlandse Compagnonsvaart een belangrijke betekenis heeft voor Jubbega, is de beleving van het water in het hart van Jubbega minimaal. Deze visie biedt een kans om de beleefbaarheid van het water te versterken. De groenstructuur langs de Schoterlandse Compagnonsvaart kan daaraan bijdragen. Hier ligt door het combineren van groen en water een kans om meer ruimte te maken om elkaar te ontmoeten en te verblijven in het centrum.

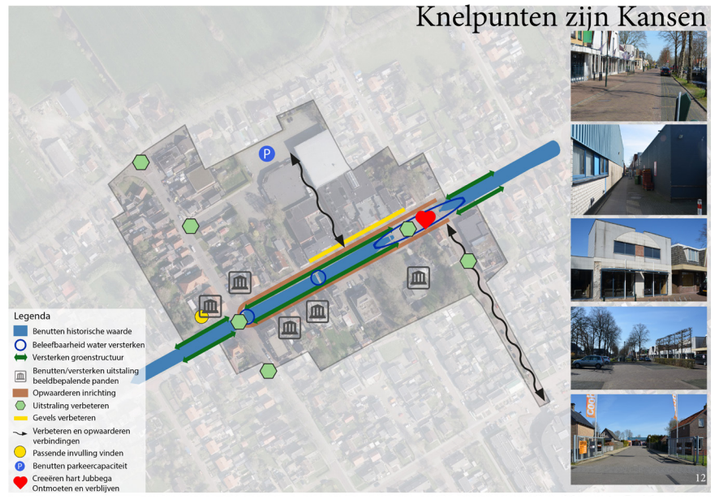
De uitstraling van beeldbepalende panden doen mee in de beleving en kunnen daarom goed worden benut voor de sfeer in het gebied. Het is daarom ook wenselijk om minder fraaie gevels op te waarderen en te verbeteren. Daarbij hoort bij een vitaal en toekomstbestendig dorp zo weinig mogelijk leegstand. Het creëren van meer samenhang in het gebied door het opwaarderen van de inrichting van het openbare gebied en het verbeteren van de uitstraling draagt bij aan de ambities van deze visie. Het faciliteren in goede parkeergelegenheden en maken van logische verbindingen maakt het centrum goed bereikbaar en toegankelijk.



Kaart 1 Plangebied centrumvisie; bestaande situatie Jubbega



Kaart 2 Bestaande kwaliteiten

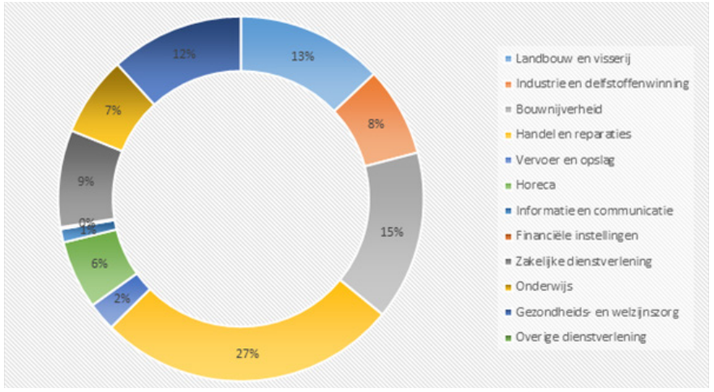


Kaart 3 Kansen

Bestaande economische situatie Jubbega

Werken

In Jubbega als totaal zijn ongeveer 635 mensen werkzaam. Uit de werkgelegenheidscijfers van de provincie Fryslân van 2020 blijkt dat ruim een vierde deel werkzaam is in de 'Handel en reparatie'. De horeca is voor 6% vertegenwoordigd en de zakelijke dienstverlening voor 15%. Werkgelegenheid die voor een deel is verbonden aan het centrum van Jubbega. Verder is ruim een tiende deel werkzaam in de gezondheid- en welzijnszorg, te verklaren door de aanwezigheid van woonzorgcentrum WenWaerde in Jubbega.

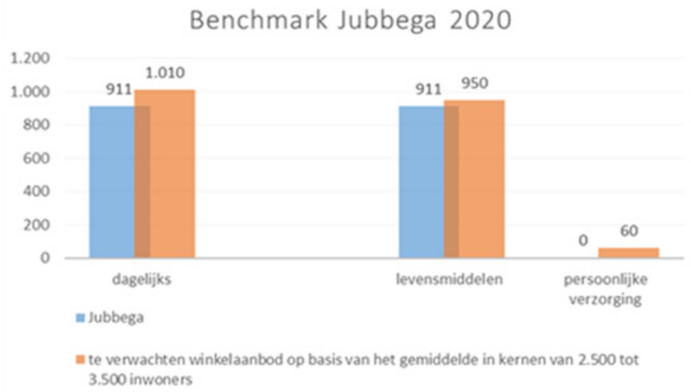


Figuur 1 Werkzame personen per sector (bron: Provinciaal Werkgelegenheidsregister, 2020)

Winkels

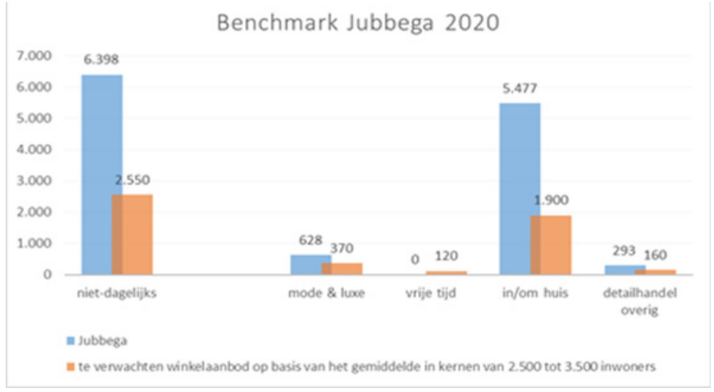
Jubbega richt zich als winkelgebied enerzijds op dagelijkse aanbod, zoals de supermarkt en de bakker. Anderzijds is ook sprake van niet-dagelijks aanbod, onder andere fietsenwinkels, kleding- en woonwinkels.

Het dagelijks winkelaanbod bedraagt 911 m2 winkelvloeroppervlak (Locatus, 2020). Dit aanbod is lager dan in vergelijkbare kernen met een inwonertal van 2.500 tot 3.500. Aanbod in persoonlijke verzorging, bijvoorbeeld een drogist, ontbreekt in Jubbega. Een verklaring voor het achterblijvende aanbod kan liggen in het complete aanbod in de nabijgelegen kern Gorredijk in de gemeente Opsterland.



Figuur 2 Vergelijking dagelijks winkelaanbod Jubbega 2020 met het gemiddelde in kernen met 2.500 tot 3.500 inwoners (bron: Locatus, 2020)

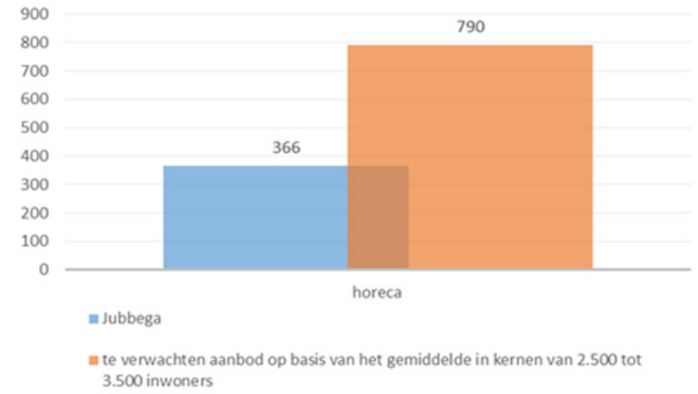
De niet-dagelijkse sector laat een heel ander beeld zien. Het niet-dagelijks winkelaanbod van Jubbega bedraagt 6.398 m2 wvo (Locatus, 2020). Dit aanbod is juist bovengemiddeld ten opzichte van kernen met een vergelijkbare omvang. Dit geldt met name voor de branches 'in/om huis' en 'Mode & Luxe'. Dit is grotendeels te verklaren door de aanwezigheid van een woonwinkel (Blaauw woonidee) en een kledingwinkel van grote omvang in het centrum.



Figuur 3 Vergelijking niet-dagelijks winkelaanbod Jubbega 2020 met het gemiddelde in kernen met 2.500 tot 3.500 inwoners (bron: Locatus, 2020).

Horeca

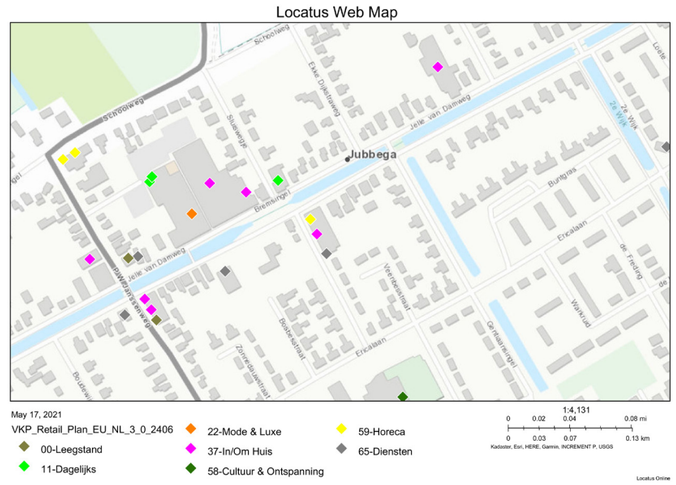
Het horeca-aanbod in Jubbega is de laatste tijd behoorlijk teruggelopen. Het aanbod in het centrum bestaat uit een combinatie van een café en een snackbar, en een café/restaurant. Vergeleken met het gemiddelde in kernen van een vergelijkbare omvang is het aanbod in Jubbega beneden gemiddeld. Op basis van deze vergelijking zou je bijna een dubbel zo groot aanbod verwachten (zie figuur 4). In de directe omgeving van Jubbega zijn daarentegen wel meerdere horecagelegenheden die deze verhouding kunnen verklaren: bijvoorbeeld de De Koppejan, Theetuin bij de Singel.



Figuur 4 Vergelijking horeca-aanbod Jubbega met het gemiddelde in kernen met 2.500 tot 3.500 inwoners (Bron: Locatus, 2020).

Leegstand en ligging aanbod per branche

In Jubbega stonden op het moment van de analyse twee panden leeg in het centrum. Het betreft panden aan de rand van het centrum aan de PW Janssenweg. De negatieve uitstraling op het winkelgebied blijft daarmee op dit moment beperkt. Uit de benchmark blijkt dat de leegstand in Jubbega hiermee is toegenomen, maar relatief goed scoort, namelijk onder het gemiddelde voor vergelijkbare kernen. In figuur 5 is het aanbod weergegeven per branche.

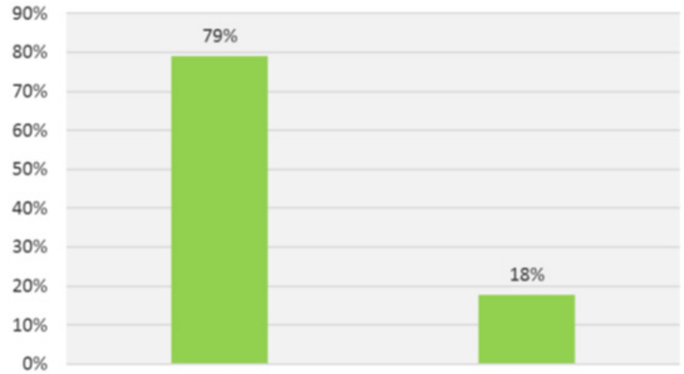


Figuur 5 Ligging aanbod centrum Jubbega (Bron: Locatus, 2021).

Bestedingen

Om zicht te krijgen en te houden op het functioneren van winkelgebieden, waaronder Jubbega, is een provinciaal koopstromenonderzoek uitgevoerd (2007 en 2017). Naast het functioneren van winkelgebieden, zijn ook de koopstromen, het koopgedrag van de consumenten in beeld gebracht (koopkrachtbinding en afvloeiing naar andere winkelcentra). Uit deze onderzoeken én de cijfermatige analyse van Rho blijkt dat het dagelijks aanbod, met name de aanwezigheid van een supermarkt, in Jubbega van belang is voor het economisch functioneren van het hele winkelgebied.

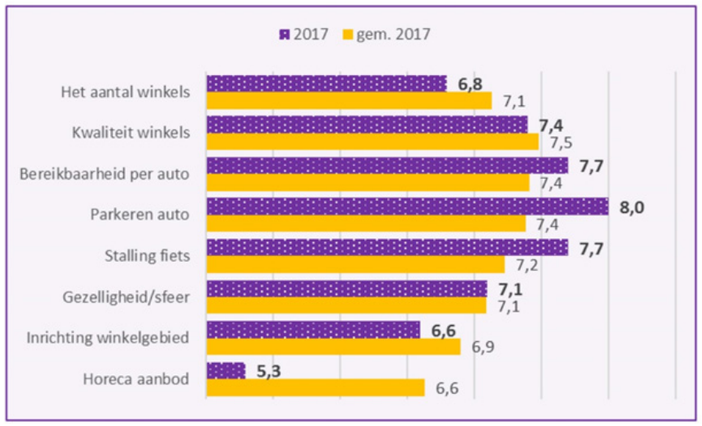
Het dagelijkse aanbod lijkt redelijk in evenwicht. In het niet-dagelijkse aanbod is sprake van overaanbod, mede door een aantal grotere winkels in het centrum en daarbuiten, zoals de Welkoop. Los van deze relatief grote winkels, is het niet-dagelijks winkelaanbod goed vertegenwoordigd. Uitbreidingsruimte lijkt er op basis van de koopstromen en bestedingscijfers niet direct te zijn.



Figuur 6 Koopkrachtbinding kern Jubbega (in %) (bron: Koopstromenonderzoek, 2017)

Waardering

In het koopstromenonderzoek (2017) is o.a. gevraagd naar de waardering van de bezoeker voor het winkelgebied van Jubbega. De waardering voor het winkelgebied (zie figuur 7) is vrij goed, met uitzondering van de waardering voor de inrichting van het winkelgebied (6,6) en het aanbod aan dag-horeca. De bezoeker geeft hiervoor een lage waardering (5,3), ver onder het gemiddelde van alle onderzochte kernen in de provincie (6,6). De parkeermogelijkheden, de bereikbaarheid per auto en het stallen van de fiets krijgen juist relatief hoge waarderingen!



Figuur 7 Waardering winkelgebied Jubbega (Bron: provinciaal Koopstromenonderzoek, 2017)

Trends en ontwikkelingen Retail en Horeca

Hieronder een toelichting op de belangrijkste trends en ontwikkelingen in de Retail en Horeca.

Gevolgen COVID-19-pandemie

Concreet voor gemeente Heerenveen betekent de coronacrisis dat met name het centrum van Heerenveen (nog meer) onder druk komt te staan. De branche 'mode en Luxe' wordt sterk geraakt. Een branche die het meest in het centrum van Heerenveen, maar ook in Jubbega is vertegenwoordigd. Consumenten gaan meer op zoek naar winkelaanbod dichtbij huis en kopen meer op het internet. De wijkcentra en dorpscentra lijken door het winkelaanbod, dat meer gericht is op de dagelijkse boodschappen, minder onder druk te staan dan de grotere winkelgebieden die gericht zijn op het recreatieve winkelen. De maatregelen tegen de verspreiding van Corona raken ook de horeca-sector hard.

Op dit moment is nog moeilijk in te schatten wat de uiteindelijke effecten zijn op enerzijds consumentengedrag en anderzijds op het winkel- en horeca-aanbod, mede door de nog lopende landelijke (steun)regelingen. Recent is een impactanalyse uitgevoerd in opdracht van de Retailagenda, onder consumenten, retailers, vastgoed en gemeenten naar de gevolgen van COVID-19 op de non-foodretail: Een onderzoek onder de stakeholders naar hun verwachtingen over de toekomst van de retail na de coronacrisis. Klik hier voor deze impactanalyse.

Internetverkoop

De opkomst van internet gaat door en heeft effect op het winkelaanbod, ook in onze gemeente. Door de Coronacrisis is het onlineaandeel zowel in de niet-dagelijkse, als de dagelijkse branches versneld gegroeid. In de dagelijkse sector voorzien wij, gelet op de landelijke cijfers, nog geen gevolgen voor het winkelaanbod in Jubbega. In de niet-dagelijkse sector neemt het belang van internet toe en zullen winkels zich nog meer op service en beleving, als toegevoegde waarde moeten richten.

Brancheverbreding en –verbreding

Brancheverbreding en –verbreding betekent dat het assortiment steeds meer uitbreidt met artikelen die niet thuishoren in de 'oorspronkelijke' branchegroep. Het gaat daarnaast ook steeds meer om nieuwe combinaties van bedrijfsmodellen in de horeca, detailhandel en dienstverlening: de trend van 'blurring' genoemd. Voorbeelden zijn kappers die koffie schenken en restaurants die streekproducten verkopen.

Schaalvergroting

Schaalvergroting in de retail uit zich op meerdere manieren. Bijvoorbeeld op het niveau van vestigingen: het realiseren van steeds grotere winkels om klanten te trekken en te behouden door meer service en comfort te bieden. Verder zien we ook schaalvergroting op het niveau van ketens: er komen steeds meer ketenbedrijven en deze krijgen ook steeds meer filialen (filialisering, met name zichtbaar in Heerenveen). Dit geldt ook voor de horeca. Het landelijke beeld laat zien dat in kleinere woonplaatsen meer lokaal ondernemerschap voor komt. Dit blijkt ook uit het aanbod in Jubbega.

Superspecialisatie

Nieuwe ketens en zelfstandige winkeliers zoeken 'niches' in de markt: een tegenbeweging door de eerdergenoemde filialisering. Voor plaatselijke ondernemers met goed zicht op de lokale markt zal altijd plaats zijn – ook in de kleinere kernen zoals Jubbega. De aanwezigheid van bijzondere en vaak vernieuwende detailhandel geeft extra aantrekkingskracht aan een winkelgebied. Het zijn winkels die de consument onthoudt en die een winkelgebied bijzonder maken.

Bestaande situatie - Recreatie en Toerisme

Jubbega ligt in het gebied dat ook wel “De Frije Wiken” wordt genoemd, midden in de regio Zuid Oost Friesland – Het Andere Friesland. De Frije Wiken is een prachtig gebied met een geschiedenis van grote armoede, maar is vandaag de dag heel rijk met natuurschoon bedeeld.

Jubbega is landelijk gelegen, in de binnenlanden. Het kent een besloten ligging, weg van de snelweg. Jubbega ligt niet aan grotere doorgaande routes. Mede door de ligging en door de schaal is Jubbega (nog) niet door het grote publiek ontdekt.

De besloten ligging maakt dat de kern een eigen karakter en identiteit heeft. Dat geldt ook voor de bewoners. Jubbega en Hoornsterzwaag worden samen wel ‘De Kompenije’ genoemd en de inwoners ‘Kompenijsters’.

Jubbega is van oorsprong armoedig, ook wel bekend als ‘het land van het volk zonder uren’ naar een roman van Evert Zandstra. Hierin is het harde en armoedige bestaan van de bewoners rondom 1869 beschreven, wanneer de vraag naar turf afneemt.

Er is daarentegen ook armoede omgezet in weelde. Landelijk wonen en leven heeft een vlucht genomen en biedt kansen voor ‘hippisch’ wonen. De keuterboerderijtjes zijn verworden tot prachtige woonboerderijen. Jubbega ligt ook centraal, met goede verbindingen naar Beetsterzwaag, Oldeberkoop, De Tjonger, Drachten, Oranjewoud, vlakbij de Tjongervallei, waar ruimte en weidsheid kenmerkend zijn.

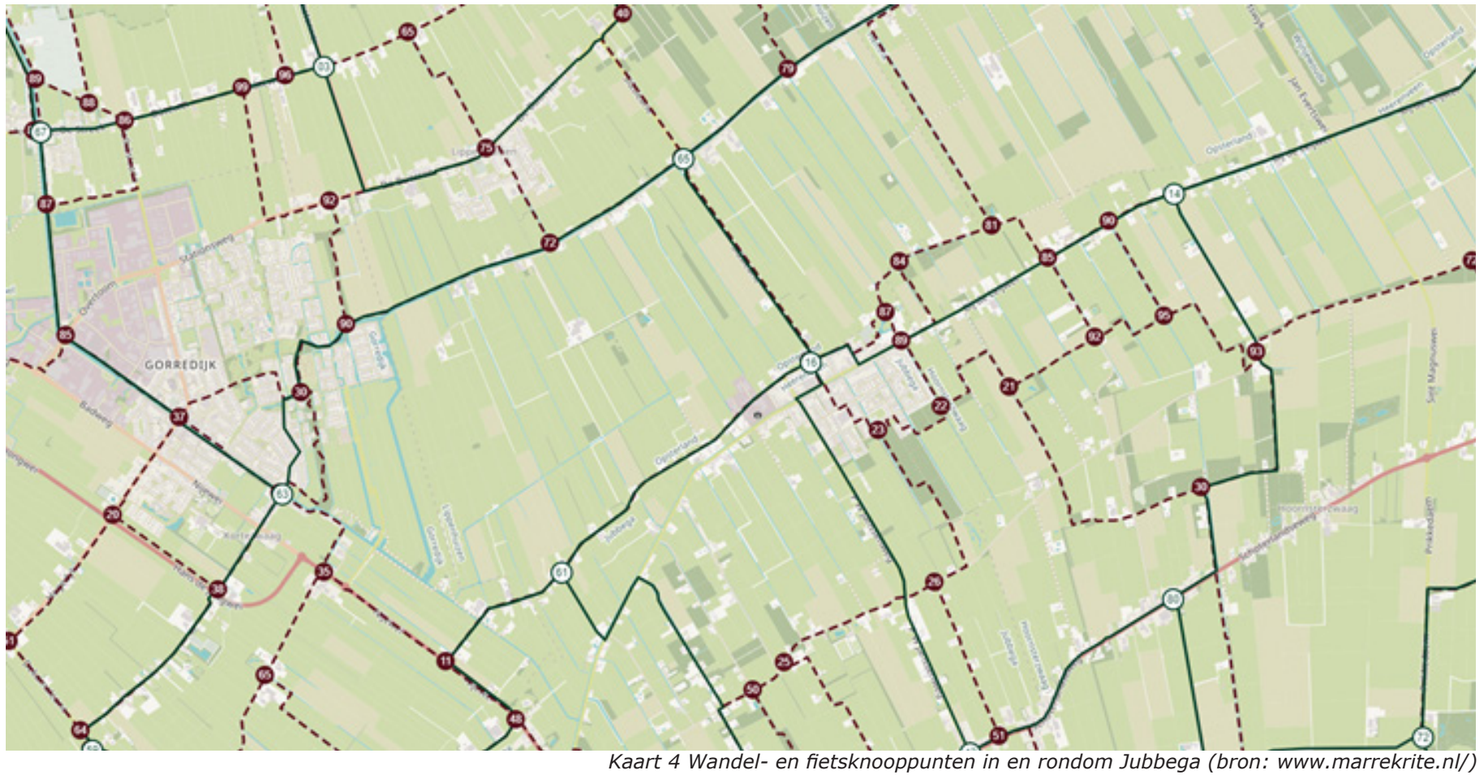
Uniek voor Jubbega en omgeving is de historische wijkenstructuur; 20 wijken met om de 200 meter een zijkanaal. Deze wijkenstructuur heeft in nu nog steeds belevingswaarde en een functie om aan te duiden waar iemand woont: “fan welke wiek ien is”.

Door de omliggende weilanden lopen paden. Er is daardoor een uitgebreid wandelnetwerk door de landerijen, langs de wijkenstructuur. Dat maakt Jubbega en omgeving uniek. Uniek voor Friesland en uniek voor Nederland. Deze paden kronkelen door de landerijen. Hierdoor zijn grote en kleine ommetjes te maken met veel afwisseling: weilanden, bossen, heide.

Het toeristisch-recreatieve aanbod

Het toeristisch recreatieve aanbod in en direct rond Jubbega is kleinschalig en niet gericht op de massa. Het aanbod bestaat uit wandel- en fietsknooppunten, nabij Turfroute en diverse restaurants, cafés en verblijfsaccommodaties. Zo zijn er een aantal minicampings, B&B’s en een grotere camping met pannenkoekboerderij, pottenbakken, kinderboerderij en speeltuin. Verder wordt er in Jubbega en omgeving veel gevist. Hiervoor zijn speciale vissteigers aangelegd.

Het kleinschalige aanbod in en rond Jubbega is passend, maar een hoge kwaliteit(sverbetering) en goede toeristische concepten zijn wel wenselijk. In het onderzoek “Vitale Verblijfsaccommodaties” en het daaropvolgende actieprogramma (medio 2021 gereed), zijn hierover aanbevelingen opgenomen. Meer informatie is te vinden op: Vitale Logiesaccommodaties - Toerisme Alliantie Friesland (taf.frl)



Kaart 4 Wandel- en fietsknooppunten in en rondom Jubbega (bron: www.marrekrite.nl/)

Werkgelegenheid Recreatie en Toerisme

De ambitie voor de regio Zuid Oost Friesland is om de werkgelegenheid in de Toeristisch- recreatieve sector in de regio te laten door ontwikkelen naar het Friese gemiddelde. In 2019 vormen de banen in de toeristisch-recreatieve sector 5,2% van het totaal aantal banen in de regio. Dit is lager dan het gemiddelde in Friesland en Nederland (beide 7%). De omvang van bestedingen van verblijfstoerisme (overnachtingen) wordt geraamd op 88 miljoen Euro in 2019. Dat is een aandeel van 10% van het totaal in Friesland.

Positionering Het Andere Friesland

De positionering van de regio als ‘Het Andere Friesland’ moet leiden tot de ontwikkeling van een doelbestemming, een bestemming in balans. De doorontwikkeling moet ten goede komen aan “de brede welvaart” en er moet sprake zijn van “slimme groei”. Een groei die aansluit bij de kernwaarden van Jubbega en omgeving. De ‘kwaliteitstoerist’ is het type toerist dat hierbij past. Dit is een bezoeker oog heeft voor landschap, cultuur(historie) en natuur en deze waarden en kwaliteiten weet te waarderen. De kernwaarden, het DNA van de regio bestaat uit:

- De landschappelijke kwaliteiten en cultuurhistorie;
- Het karakter van de mienskip;
- De waarden voor bezoekers;
- Toeristisch- recreatieve hotspots.

Ontwikkelingen in en rond Jubbega dienen hierbij aan te sluiten.

Trends en ontwikkelingen Recreatie en Toerisme
In 2019 en ook begin 2020 werd er nog van uitgegaan dat het inkomend toerisme in Nederland rond 2030 verdubbeld zou zijn. Er is sprake van een landelijke spreidingsstrategie. Zo wordt Friesland naar het buitenland toe vermarkt als 'lake-district', als goed alternatief voor een dagje weg. Door de enorme groeiverwachting is deze strategie doorontwikkeld: van verblijven in de Randstad met dagjes uit naar onder andere Friesland, naar verblijven in Friesland met dagjes uit naar de Randstad. Dit omdat steden als Amsterdam de nadelige gevolgen van toerisme steeds sterker ondervonden. Zowel de Provincie Friesland, als de regio's en de (regio)marketingorganisaties hebben hierop ingespeeld. Dit is nog eens versterkt door LF18 en artikelen in onder andere de Lonely Planet.

Insteek is wel steeds geweest dat de verdere ontwikkeling van toerisme in Friesland en in de regio's ten goede moet komen aan het lokale welzijn; brede welvaart en slimme groei.
In 2020 heeft de wereldwijde Corona-pandemie een stop gezet op de steeds verdere groei van toerisme. De hotelbranche in met name steden als Amsterdam is zo goed als helemaal tot stilstand gekomen, ook voor de zakelijke markt.

Nederlanders waren in de zomer en winter van 2020 gedwongen om het eigen land en de eigen regio te (her)ontdekken. Drukte in parken, op wandel- en fietsroutes, in natuurgebieden en maatregelen om de drukte te begeleiden waren ineens aan de orde, ook in de regio Zuid Oost Friesland. De herwaardering van de parels in het eigen land en de eigen regio en nog meer waardering voor rust en ruimte, de natuur en cultuurhistorie is wat deze periode kenmerkt. Ook de zomer van 2021 zal veel Nederlanders in eigen land houden. De verwachting is dat een herstel van de recreatie en toerisme sector tot 2024 zal duren. Duidelijk is dat niet alle bedrijven in de vrijetijdssector deze crisis zullen overleven en dat de bedrijven die wel overleven financiële schade hebben opgelopen.

De groeiende behoefte om weg van de massa te gaan, zal in zekere mate blijven bij verschillende leefstijlen. Het sluit wel aan bij ontwikkelingen die al in gang waren gezet vóór de Coronapandemie, zoals authentieke ervaringen en betekenisvolle belevingen.
Ook in andere sectoren wordt dit zichtbaar vertaald in de kracht van kleinschalige diversiteit in landschap en landbouw. De kracht van lokale producten, de sociale samenhang, échte gastvrijheid en het persoonlijke in de plekken waar je kunt slapen, eten en drinken zal blijven en zich verder ontwikkelen. Dit is waar kansen voor Zuid Oost Friesland en Jubbega liggen.

Bestaande situatie Demografie en huisvesting
In Jubbega wonen circa 3.250 mensen in ongeveer 1.900 woningen en daarmee is het dorp qua inwoners de een na grootste kern van de gemeente. Ongeveer 37% van de huishoudens bestaat uit gezinnen, dit ligt iets hoger dan gemiddeld in de gemeente (33%).
De samenstelling van de bevolking van Jubbega is erg vergelijkbaar met die van de gemeente Heerenveen. Ongeveer 20% van de inwoners is tussen de 25 en 44 jaar (ten opzichte van 22% in de gemeente) en 32% van de bewoners van Jubbega is tussen de 45 en 64 jaar (ten opzichte van 29% in de gemeente). Vrijwel de gehele woningvoorraad (95%) van de woningvoorraad in Jubbega bestaat uit eengezinswoningen. Dit zijn vooral koopwoningen: 70% van de voorraad bestaat uit koopwoningen en 27% van de voorraad is in eigendom van woningcorporaties.

Demografische trends en ontwikkelingen
In de periode tot en met 2030 is de verwachting dat het aantal huishoudens in Jubbega op gelijk niveau blijft als in 2021. Wel zal de huishoudenssamenstelling veranderen: het aandeel bewoners in een leeftijd van 75 jaar of ouder neemt toe, terwijl vooral het aandeel 45-54 jarigen zal krimpen. Door de toenemende vergrijzing ligt er meer focus op levensloopbestendigheid van woningen die onderhoudsarm en gelijkvloers zijn.

Naast woningtypen voor senioren is het voor de vitaliteit van Jubbega ook belangrijk dat er ruimte is voor andere doelgroepen (zoals gezinnen en jongere huishoudens). Het is daarom van belang om ook in te spelen op deze behoefte. De specifieke opgaven voor Jubbega op het gebied van wonen zal o.a. blijken uit het woonbehoefteonderzoek dat ten grondslag zal liggen voor de Woonvisie 2022.

Relatie met relevante andere beleidsnota's

Gastvrij Fryslân 2028
Op 22 april 2020 hebben Provinciale Staten de beleidsnota Gastvrij Fryslân 2028 vastgesteld. Hierin staan de uitgangspunten van het nieuwe provinciale beleid voor recreatie en toerisme. Het zoeken naar een juiste balans in spreiding van toerisme is hierbij één van de belangrijkste uitgangspunten. Op deze manier draagt toerisme bij aan de leefbaarheid: Friezen kunnen fijner wonen, leven en werken. In het uitvoeringsprogramma Gastvrij Fryslân 2028 is dit nog verder uitgewerkt en concreter gemaakt. Dit programma is op 9 juni 2020 vastgesteld door Gedeputeerde Staten.

Gastvrij Fryslân 2028

De beleidsnota Gastvrij Fryslân 2028 heeft betrekking op het uit te voeren beleid van het thema recreatie en toerisme. Ook de visie waterrecreatie (zie hieronder) is hierin verwerkt. Slimme groei is hét begrip waar de beleidsnota Gastvrij Fryslân 2028 om draait. Er wordt ingezet op het toerisme en recreatie als middel om welvaart en welzijn te vergroten. De zeven prioritaire opgaven zijn:

1 *Slimme groei*
2 *Toekomstbestendige banen*
3 *Destinatiemanagement*
4 *Vitale waterrecreatie*
5 *Vitale logiesaccommodaties*
6 *Dagrecreatieve netwerken compleet*
7 *Toeristische data op orde*

Strategische Ontwikkelvisie voor Recreatie en Toerisme
Regionaal wordt er gewerkt aan een Strategische Ontwikkel visie voor Recreatie en Toerisme. Dit is één van de projecten in de Regiodeal. Inzet hierin is 'slimme groei', inzet op brede welvaart, leefbaarheid en vitale kernen. De visie is naar verwachting in het najaar van 2021 afgerond.

(Ontwerp) Omgevingsvisie 'Naar een gezonde, ondernemende en duurzame gemeente in 2040'
De Omgevingsvisie is een langetermijnvisie van de gemeenteraad op de fysieke leefomgeving. Het is gericht op de ontwikkeling van onze gemeente tot 2040. In de visie wordt op hoofdlijnen aangegeven wat nodig is om de leefomgeving te beschermen, te ontwikkelen en in te richten. Het gaat over alle terreinen van de leefomgeving, zoals verkeer en vervoer, water, milieu, natuur, gebruik van natuurlijke hulpbronnen, landbouw, cultureel erfgoed en economie. Een van de kernopgaven in de omgevingsvisie is: Werken aan Heerenveen als (boven)regionaal centrum voor (top)sport, werk en voorzieningen. Dit betekent dat we onder andere het woon- en vestigingsklimaat in de gemeente willen verbeteren door de centrumgebieden, waaronder Jubbega, op orde te brengen, én ervoor te zorgen dat de werklocaties van goede kwaliteit zijn en dat de (bovenregionale) bereikbaarheid is gewaarborgd. In de ontwerp-omgevingsvisie zijn de centrumgebieden dan ook benoemd als deelgebied met een duidelijk toekomstperspectief. In de beschreven ambities en uitgangspunten van de omgevingsvisie zijn de centrumprocessen, het maken van een centrumvisie en nieuw detailhandelsbeleid meegenomen.

Economisch Beleid 2020-2030 'Werken voor Heerenveen'
Op 25 november 2019 is het nieuwe economisch beleid 2020-2030 'Werken voor Heerenveen' vastgesteld. Het versterken van centrumgebieden en het stimuleren van ondernemerssamenwerking zijn speerpunten in dit beleid: als gemeente zetten we in op o.a. de pijler 'Versterken van het vestigingsklimaat'. Een van de opgaven binnen deze pijler is 'Bruisende, vitale kernen en een ondernemend Buitengebied' waarbij we ons als doel hebben gesteld meer ondernemerschap, vernieuwende vormen van samenwerking en nieuwe economische activiteiten te realiseren/mogelijk te maken.

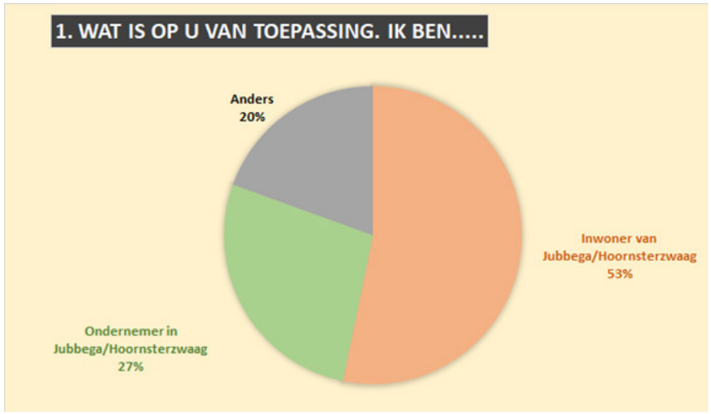
Het centrumproces sluit aan bij de opgaven, doelstellingen en projecten uit het economisch beleid. We proberen in Jubbega samenwerking tussen ondernemers te faciliteren en te stimuleren binnen de lopende centrumprocessen. De provinciale subsidieregeling (Friese Retailaanpak) is een extra stimulans om na te denken wat beter kan in de winkelgebieden. Daarnaast gaan we, mede aan de hand van de uitkomsten van het centrumproces, een nieuwe retail- en horecavisie voor de hele gemeente opstellen.

Nieuwe Visie Retail en Horeca
Het huidige detailhandel- en horecabeleid is aan actualisatie toe. Het beleid is sterk verouderd en stamt nog uit de tijd van voor de gemeentelijk herindeling. Ook de trends en ontwikkelingen en de (mogelijke) gevolgen van de Covid 19-pandemie maken actualisatie noodzakelijk. De eerste stappen hiervoor zijn gezet. De gemeenteraad heeft ingestemd met een startnotitie voor een gemeentebrede visie. In deze startnotitie is de relatie gelegd met de (uitkomsten van de) verschillende centrumprocessen.

Het vastleggen van actuele kaders over hoe we omgaan met detailhandel en horeca is van groot belang om de verschillende winkelcentra in onze gemeente toekomstbestendig te maken. Niet alleen de fysieke uitstraling, bereikbaarheid en het (economisch) functioneren van winkelgebieden, maar ook de profilering van winkelgebieden speelt een belangrijke rol. Samenwerking tussen (centrum)ondernemers onderling én met vastgoedpartijen, culturele instellingen en de gemeente zijn daarbij van groot belang om winkelgebieden toekomstbestendig te maken. Actuele kaders zijn daarnaast van belang voor de beoordeling van vergunningaanvragen.

Bijlage 2 Resultaten bijeenkomsten

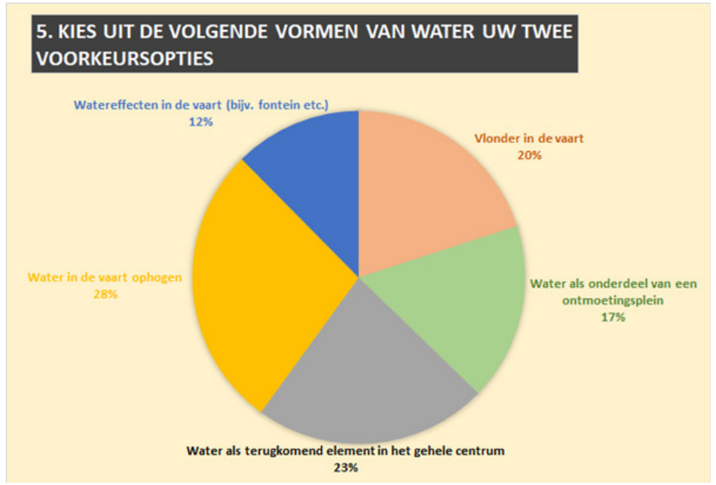
Resultaten 10 november 2020

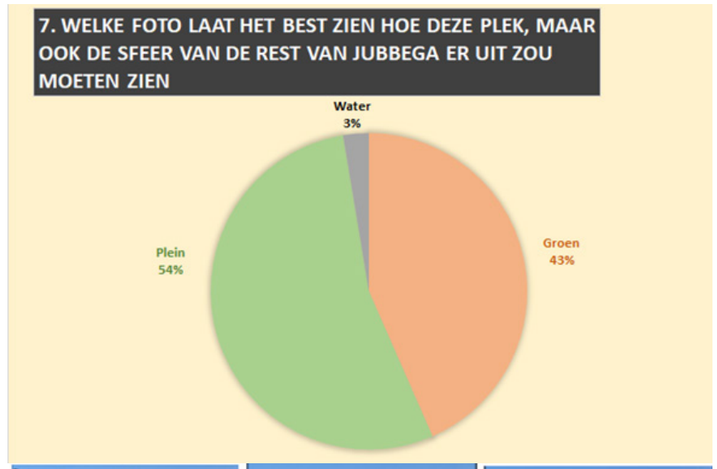


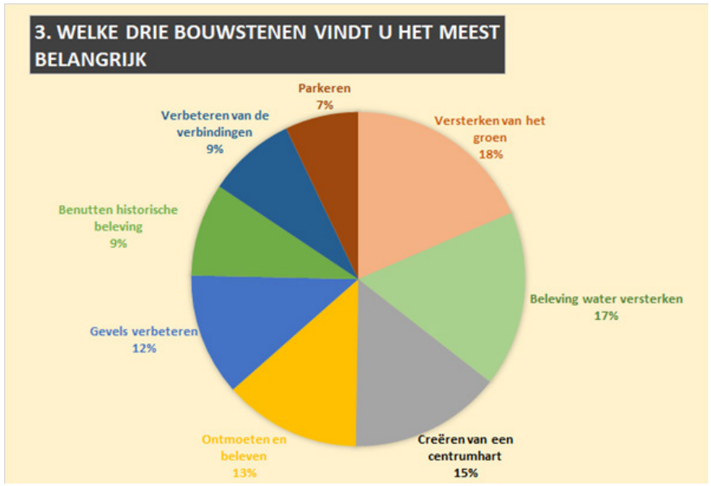


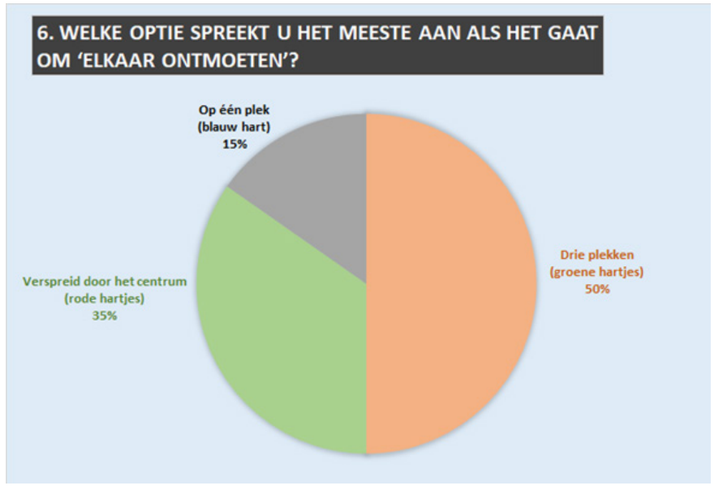






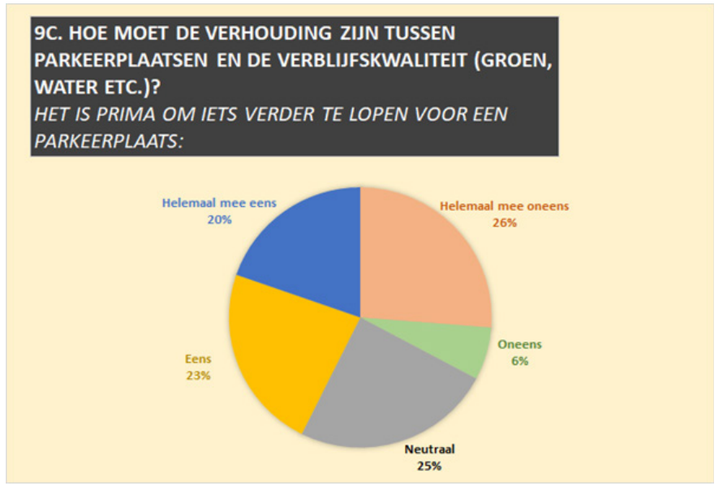


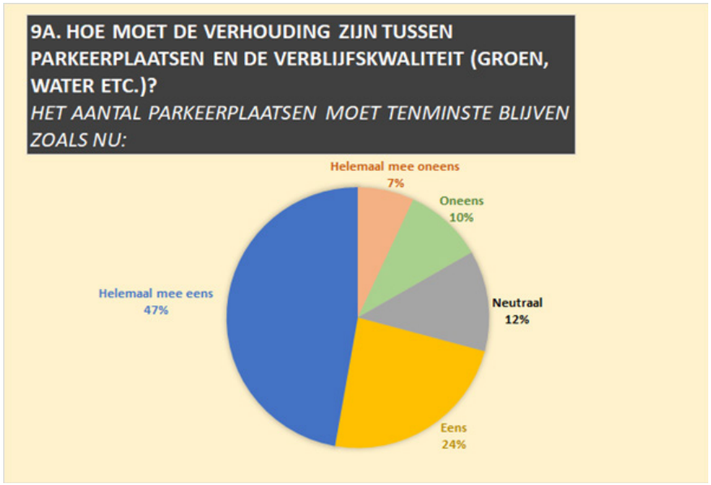


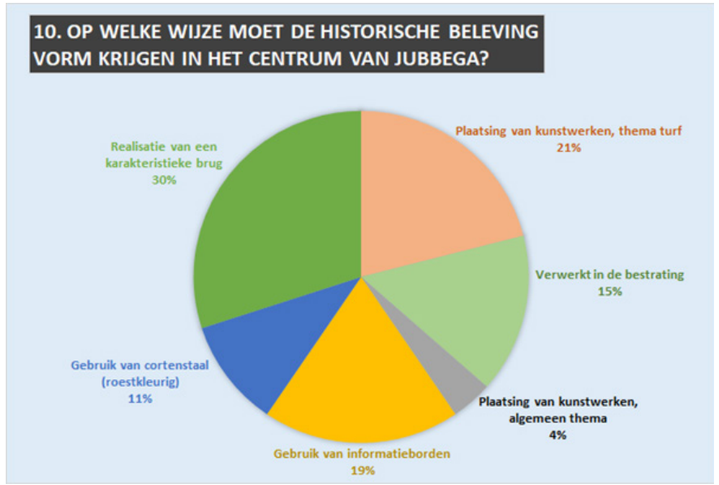


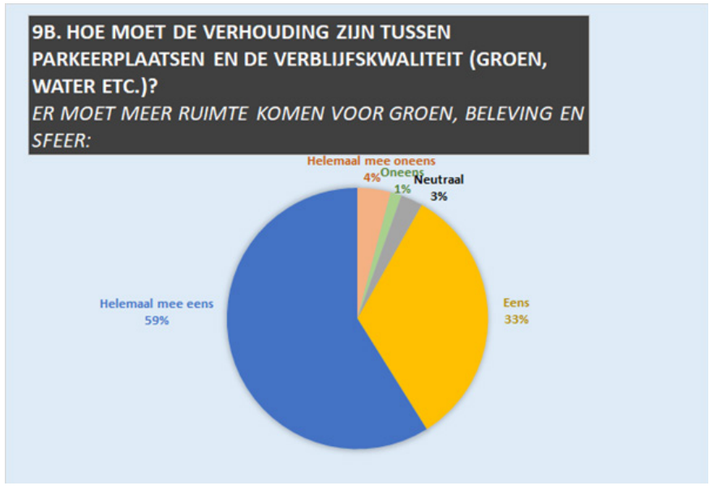



8. DE WEGEN RONDOM DE VAART MOETEN WORDEN INGERICHT ALS ÉÉNRICHTINGSWEG, ZODAT ER VOLDOENDE RUIMTE IS VOOR PARKEREN ÉN SFEER & ONTMOETEN (GROEN EN WATER)
Oneens 18%
Eens 82%

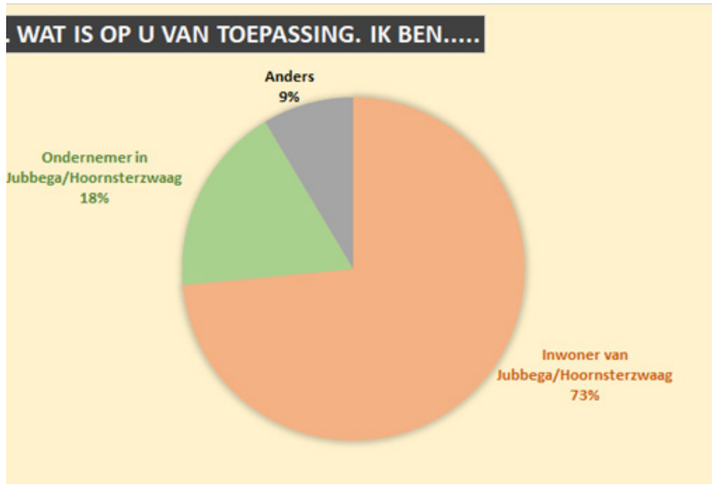

9C. HOE MOET DE VERHOUDING ZIJN TUSSEN PARKEERPLAATSEN EN DE VERBLIJFSKWALITEIT (GROEN, WATER ETC.)?
HET IS PRIMA OM IETS VERDER TE LOPEN VOOR EEN PARKEERPLAATS:
Helemaal mee eens 20%
Helemaal mee oneens 26%
Eens 23%
Oneens 6%
Neutraal 25%


9A. HOE MOET DE VERHOUDING ZIJN TUSSEN PARKEERPLAATSEN EN DE VERBLIJFSKWALITEIT (GROEN, WATER ETC.)?
HET AANTAL PARKEERPLAATSEN MOET TENMINSTE BLIJVEN ZOALS NU:
Helemaal mee oneens 7%
Oneens 10%
Neutraal 12%
Helemaal mee eens 47%
Eens 24%

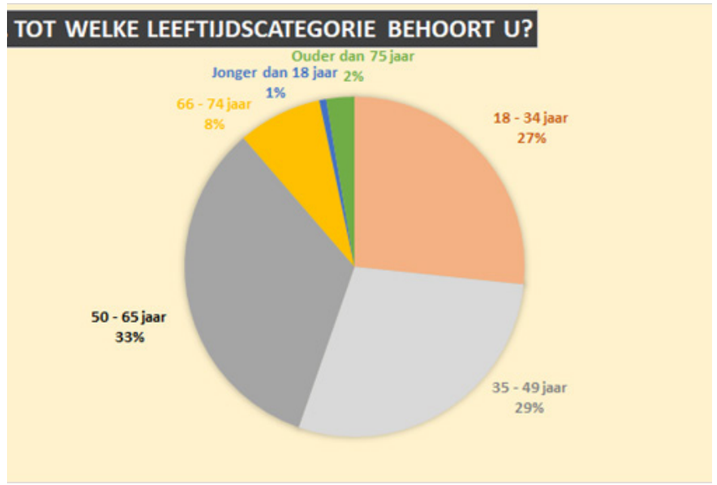

10. OP WELKE WIJZE MOET DE HISTORISCHE BELEVING VORM KRIJGEN IN HET CENTRUM VAN JUBBEGA?
Realisatie van een karakteristieke brug 30%
Plaatsing van kunstwerken, thema turf 21%
Verwerkt in de bestrating 15%
Plaatsing van kunstwerken, algemeen thema 4%
Gebruik van informatieborden 19%
Gebruik van cortenstaal (roestkleurig) 11%

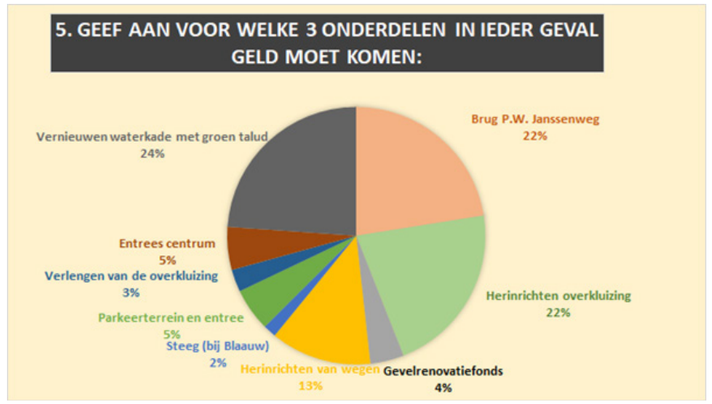

9B. HOE MOET DE VERHOUDING ZIJN TUSSEN PARKEERPLAATSEN EN DE VERBLIJFSKWALITEIT (GROEN, WATER ETC.)?
ER MOET MEER RUIMTE KOMEN VOOR GROEN, BELEVING EN SFEER:
Helemaal mee oneens 4%
Oneens 1%
Neutraal 3%
Helemaal mee eens 59%
Eens 33%

Resultaten 19 mei 2021











Bijlage 3 De bezoekersreis

Een bezoekersreis is een weergave van het proces dat de klant doorloopt wanneer hij een product of dienst koopt, in dit geval een reis. Klanten – in dit geval bezoekers – worden via verschillende kanalen benaderd en bezoekers vinden het product ook via verschillende kanalen. Tijdens de fase van dromen (oriëntatiefase) kan dit bijvoorbeeld online zijn door een post op Instagram, of offline zijn door een reisverslag in een krant of tijdschrift. Deelname aan bijvoorbeeld persreizen via de regiomarketingorganisatie is hiervoor dus van belang.

Wanneer bezoekers onderweg naar hun bestemming zijn, moeten de zaken ook kloppen: de verblijfsaccommodaties of het dorp moet goed vindbaar zijn, zowel digitaal als fysiek. Bebording onderweg geeft een stukje bevestiging dat het laatste stuk van de reis ook ontspannen kan verlopen.

Een groot deel van de gastervaring wordt bepaald door de verblijfsaccommodaties of de kwaliteit van de horecagelegenheid, hier ligt een rol voor excellent ondernemerschap/gastvrijheid. Een andere component die van belang is voor de gastervaring is de omgeving. Toerisme en recreatie is immers een samengesteld product.

In een vitaal toeristisch recreatief gebied vormen de omgeving, accommodaties en organisatie een organische eenheid. Ze versterken elkaar en zijn zelfs onderling afhankelijk van elkaar. Samen vormen zij de waarde voor de toerist.

Gastheerschap, gastgerichtheid en gastvriendelijkheid vormen tezamen de gast(vrijheids)beleving van bezoekers. Gastvrijheid is de mate waarin de bezoeker de ontvangst beoordeelt als uitnodigend, ontzorgend en comfortabel. Deze drie psychologische factoren vormen gezamenlijk de ervaring van gastvrijheid. Een gewenst gevolg van gastvrijheid is dat bezoekers langer verblijven, dan wel een herhaalbezoek plannen.

	Gastvrij		
Psychologische factoren	**Uitnodigend**	**Ontzorgend**	**Comfort**
Psychologische subfactoren	**Welkom voelen** **Vrijheid**	**Dienstbaarheid** **Empathie** **Erkenning**	**Ontspanning** **Comfortabel voelen**
Doelen centrum/ top	**Toegankelijkheid** **Herkenbaarheid**	**Functionaliteiten** **Geinformeerdheid**	**Vertraging**



(bron: toerisme alliantie friesland vitale verblijfsaccommodaties - Bing)

Uitnodigend:

- Bezoekers voelen zich welkom; bezoekers ervaren een uitnodigende en benaderbare sfeer Van belang is dat bezoekers het gevoel hebben dat de regio openstaat voor de aanwezigheid van bezoekers
- Vrijheid; het ervaren van vrijheid gaat over de mate waarin bezoekers in de omgeving zelfstandig kunnen doen wat zij willen

Ontzorgend:

- Dienstbaarheid; de ervaring dat de regio/het dorp de bezoeker oprecht wil ontzorgen. Er is moeite voor gedaan, zonder dat dat daar iets tegenover hoeft te staan.
- Empathie; de mate waarin de regio/het dorp betrokken is bij een bezoeker. Zij snapt welke behoeftes een bezoeker heeft en hoe de regio bezoekers hierin kan ondersteunen
- Erkenning; refereert naar de ervaring van persoonlijk contact. De ervaring van oprechte interesse in de bezoeker en dat deze serieus wordt genomen.

Comfort:

- Op gemak zijn en ontspanning; de mate waarin stress afwezig is en een bezoeker zich veilig kan voelen; de mate waarin een bezoeker psychologisch kan ontspannen
- Zich comfortabel voelen; de mate waarin bezoekers fysiek gemak en de afwezigheid van fysieke ongemakken en beperkingen ervaren.

