Binnenstadsvisie Harderwijk 2030

Deel 1 - Diagnose

dtnp

Adviseurs voor Ruimte en Strategie

Graafseweg 109
6512 BS Nijmegen

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

Opdrachtgever:	Gemeente Harderwijk
Contactpersoon:	Mevrouw N. Dirksen
Projectteam DTNP:	De heer W. Frielink De heer P. Rosmulder
Projectnummer:	2287.0821
Datum:	02 maart 2022

Binnenstadsvisie Harderwijk 2030

Deel 1 - Diagnose

1	**Context**	**1**
1.1	Aanleiding en doel	2
1.2	Trends en ontwikkelingen	3
2	**Analyse**	**7**
2.1	Kwaliteiten en knelpunten in beeld	8
2.2	Feiten en cijfers	10
2.3	Gebruikers aan het woord	14
2.4	Conclusie	16
3	**Diagnose**	**18**
3.1	Drie hoofdopgaven	19
3.2	Tien ruimtelijke keuzes	21
4	**Tot slot**	**28**

Inhoudsopgave

1 Context

1.1 Aanleiding en doel

Blijven inspelen op veranderingen

Harderwijk is een prachtige Hanzestad en haar binnenstad heeft veel te bieden op het vlak van winkelen, cultuur en verblijven. Er is in Harderwijk de laatste jaren al heel wat gebeurd. De bestrating in het centrum werd aangepakt en er werd een haven gegraven op de plaats waar eerst de parkeerplaats voor het Dolfinarium lag. Daardoor heeft Harderwijk een mooie boulevard langs het water gekregen. Met deze investeringen heeft Harderwijk al belangrijke stappen gezet voor de toekomst. Er komen echter nog veranderingen en uitdagingen op Harderwijk af. Met name de verder afnemende winkelfunctie kan grote gevolgen hebben voor de relevantie en aantrekkelijkheid van de binnenstad voor de inwoners en bezoekers van Harderwijk. Daarnaast liggen er ook uitdagingen op het gebied van wonen, klimaatadaptatie (o.a. tegengaan hittestress), mobiliteit en verduurzaming (o.a. zero emission stadslogistiek), waarvoor de binnenstadsvisie uit 2016 onvoldoende houvast biedt.

Samen werken aan een vitale binnenstad

Harderwijk heeft een binnenstad om trots op te zijn. Om te zorgen dat dit ook in de toekomst zo blijft, is het belangrijk om gezamenlijk de hedendaagse en toekomstige uitdagingen aan te pakken. Om de binnenstad daarop goed voor te bereiden, wordt nu in overleg met ondernemers, eigenaren, bewoners en culturele instellingen de binnenstadsvisie vernieuwd.

Aan adviesbureau DTNP is opdracht gegeven om, via een tweeledig werkplan, te komen tot een visie op de binnenstad in 2030:

- Diagnose (dit document): in de eerste fase is de balans opgemaakt: Wat is de stand van zaken? Hoe wordt de binnenstad van Harderwijk gebruikt en gewaardeerd door bewoners en bezoekers? Wat maakt dit een goede plek om te ondernemen? En: **welke opgaven* komen er op de binnenstad af?**
- Visie: als antwoord op de hedendaagse uitdagingen wordt in het vervolgtraject de binnenstadsvisie opgesteld: Wat is de gezamenlijke ambitie voor de binnenstad? Wat kan en wat willen we waar? **Hoe ziet de Harderwijkse binnenstad er in de toekomst uit?** Plus: Hoe komen we daar? Wat kan iedere partij zelf doen? Wat moet samen?

Proces en leeswijzer

Tijdens het opstellen van dit stuk heeft afstemming plaatsgevonden met een brede werkgroep, bestaande uit ondernemers (zowel detailhandel als horeca), beleidsmedewerkers (economie, recreatie en toerisme, horeca en omgevingsvisie) vastgoedeigenaar, centrumadviseur en culturele instelling (Stadsmuseum). Daarnaast is er een uitgebreid participatietraject doorlopen, waarover meer op pagina 14.

- In het vervolg van dit hoofdstuk zijn relevante trends en ontwikkelingen (*§1.2)* voor u op een rij gezet.
- In hoofdstuk 2 volgt de analyse: in beeld (*§2.1)*, in feiten en cijfers (*§2.2)* en door de binnenstadsgebruikers aan het woord te laten (*§2.3).* Samen leidt dit tot een conclusie over het huidige en toekomstige centrumgebruik (*§2.4).*
- De diagnose vindt u vervolgens in hoofdstuk 3: dít zijn de drie hoofdopgaven (*§3.1)* en tien ruimtelijke keuzes (*§3.2)* waar de binnenstadsvisie om draait.

Harderwijker aan het woord!
Wanneer u in dit document dit symbool aantreft, weet u dat één van de binnenstadsgebruikers aan het woord is. Op deze wijze bieden we inzicht in de verschillende (en soms tegengestelde) geluiden uit de stad.

* Voor de lezer met weinig tijd: in paragrafen 2.4 en 3.1 (pag. 16 t/m 21) vindt u de hoofdlijn van fase 1.

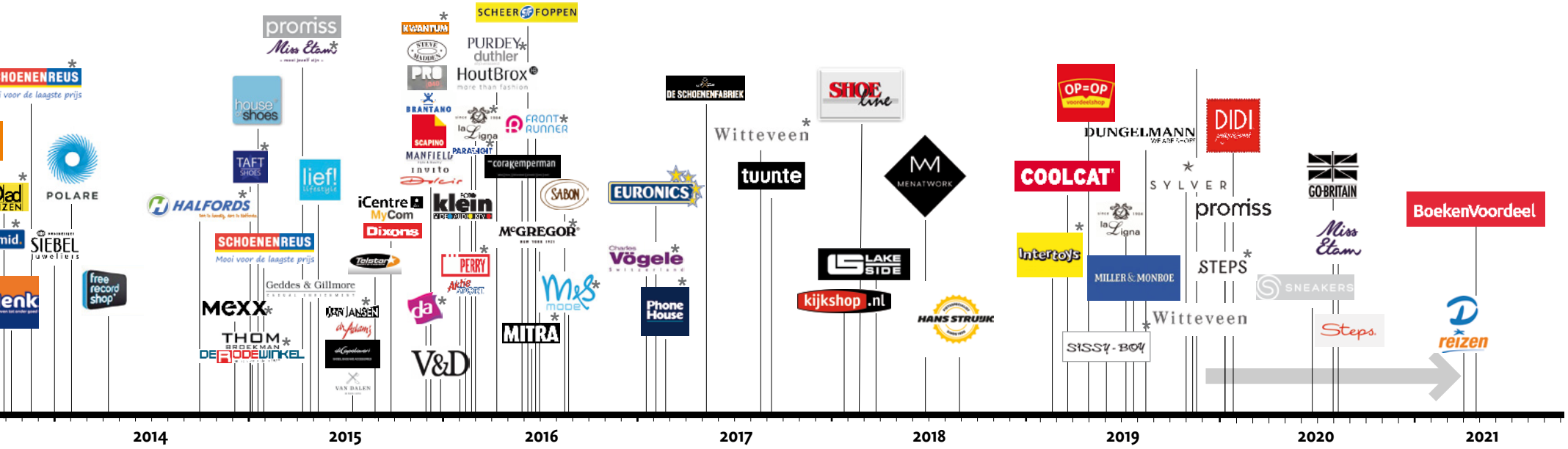
1.2 Trends en ontwikkelingen

Toekomstperspectief cruciaal in onzekere tijden
Op het moment van schrijven (januari 2022) gelden in ons land al bijna twee jaar in meer of mindere mate beperkende maatregelen in verband met de verspreiding van het coronavirus. Met name voor ondernemers in de horeca- en evenementensector zijn het lastige tijden.

Ook in de detailhandel en dienstverlening heerst onzekerheid. Veel ondernemers hebben (ondanks steunmaatregelen) van hun reserves gebruik moeten maken. Toch is het, om te komen tot een aantrekkelijke en toekomstbestendige binnenstad, juist nu belangrijk om vooruit te kijken en rekening te houden met relevante trends en ontwikkelingen in de toekomst. Aan de hand van zes stellingen gaan we nader in op de actuele uitdagingen en kansen.

1. Functieverbreding (naast winkels ook horeca, dienstverlening, kunst & cultuur, leisure, etc.) is nodig om centra toekomstbestendig te houden.
In het verleden was 'winkelen' vanzelfsprekend de belangrijkste (economische) activiteit in de Nederlandse binnensteden. Als gevolg van toenemende online bestedingen nam de afgelopen jaren het fysieke winkelbezoek af en nam, mede door het wegvallen van landelijke ketens, in veel middelgrote centra (zoals dat van Harderwijk) de winkelleegstand toe. Door 'corona' is deze trend versterkt.

De structurele verandering van het consumentengedrag (zie figuur op p. 4) heeft geleid tot een andere verhouding van centrumfuncties. Horeca, leisure, (ambachtelijke) dienstverlening en sociaal-maatschappelijke of culturele functies worden belangrijker als bezoekdoel, náást de (minder dominante, maar nog steeds cruciale) winkelfunctie. Bij een goede inpassing versterken de publieksfuncties elkaar: na de lunch ook nog even shoppen!



2. Wie zich onderscheidt, wint.
De hedendaagse consument is zeer goed geïnformeerd, mobiel en kritisch; als het lokale aanbod niet (meer) verrast of verleidt, wijkt men eenvoudig uit naar elders. Alleen dagelijkse en frequentbenodigde niet-dagelijkse artikelen ('de boodschappen') worden nog altijd bij voorkeur zo dicht mogelijk bij huis gekocht. Het bezoek moet laagdrempelig zijn, maar ook service en prijs/kwaliteit van producten zijn belangrijk.
In de mode- en overige niet-dagelijkse branches (o.a. lectuur, sport en elektronica) en bij bijvoorbeeld horeca, kunst, cultuur en ontspanning zijn zowel 'bezoekgemak' als 'beleving' sleutelwoorden; wie niet (meer) onderscheidend is, verliest. Dit is zichtbaar in de centra: bijzonder en uniek aanbod, bijvoorbeeld bij een conceptstore of een merk met meer aandacht voor duurzaamheid, wordt hoog gewaardeerd. Ook de toenemende aandacht voor de herkomst en kwaliteit van etenswaren is zichtbaar bij onder andere biologische supermarkten en 'ambachtelijke' slagers en bakkers.

ONLINE ALS KANS

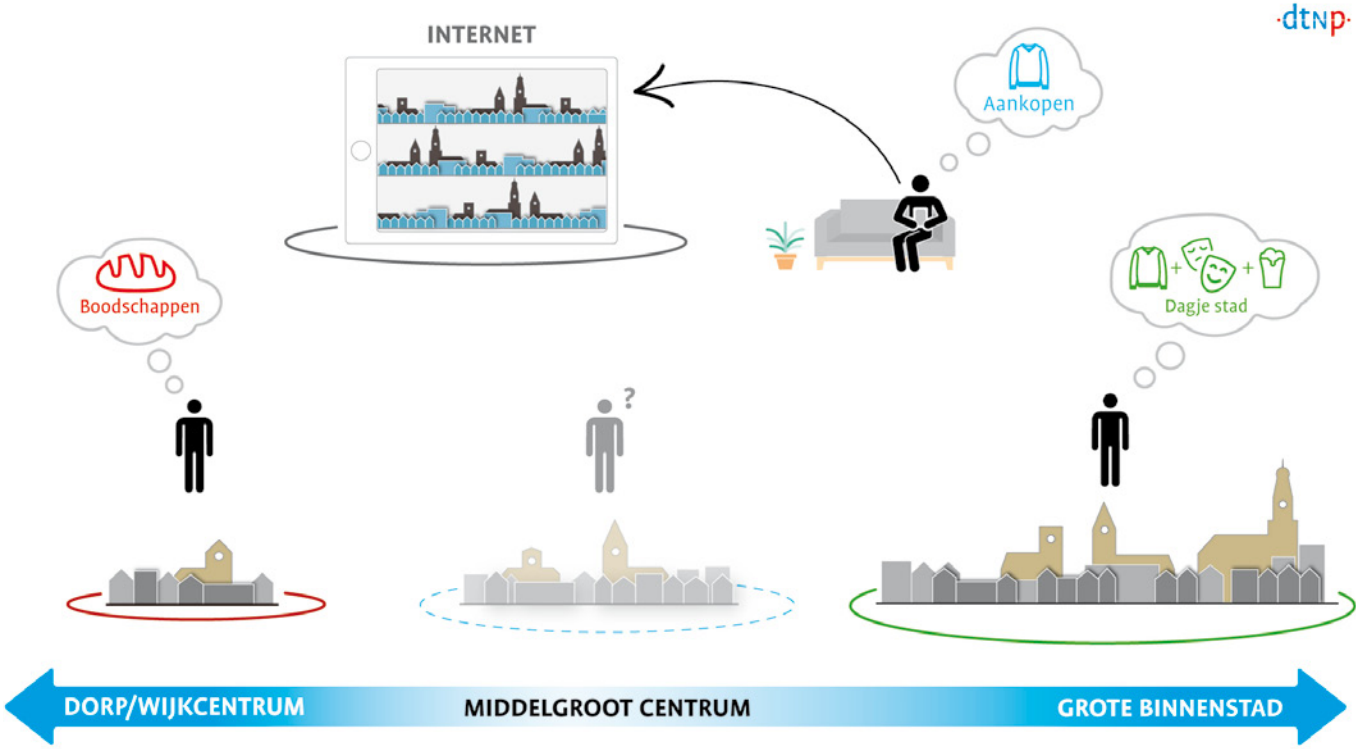
Voor zelfstandige ondernemers met een onderscheidend product (duurzaam, eerlijk, lokaal, hoogwaardig, etc.) biedt internet ook nieuwe kansen om de klantenkring uit te breiden (o.a. acties via sociale media) of om een deel van de inkomsten direct uit de online verkoop te halen.

3. Een compact en overzichtelijk centrum biedt de beste kansen voor binnenstadsondernemers.
In algemene zin is het, gezien de afname van het fysieke winkelbezoek, belangrijk om winkels zo veel mogelijk te bundelen in overzichtelijke en aantrekkelijke clusters, passend bij de (toekomstige) lokale of regionale verzorgingsfunctie.

Het realiseren van een eenvoudige lineaire hoofdstructuur (op en neer) biedt over het algemeen de beste kansen voor behoud van een zo sterk mogelijk (toekomstbestendig) winkelaanbod. Daarbij is het overigens van belang om het monofunctionele 'kernwinkelgebied' los te laten en te vervangen door 'publieksgericht gebied': zowel binnen als tussen de panden kan zo een verrassende (publieke) functiemix ontstaan.

4. Verdere toename van de leegstand brengt de binnenstad in een neerwaartse spiraal.
Op dit moment staat circa 3.600 m² winkelvloeroppervlak (12% van het totaal, ca. 30 vkp) leeg in de binnenstad van Harderwijk*. Dit is ruim boven de normale (gezonde) 'frictieleegstand' van 4% à 5%. Het teveel aan winkelmeters

* Bron: Locatus, peildatum sept. 2021



dwingt pandeigenaren tot een afwaardering van het vastgoed; de huurprijzen van vroeger worden in de toekomst echt niet meer gehaald.

> *"Harderwijk heeft het goed voor elkaar! Alleen de leegstand in de Donkerstraat, dat is geen gezicht"*

De verwachting is bovendien dat de leegstand, zelfs in de meest optimistische scenario's, nog verder zal oplopen. Grofweg houden we in de binnenstad van Harderwijk tot 2030 rekening met een afname van de (niet-dagelijkse) detailhandel van circa 20% à 30%. De andere publieksfuncties (o.a. horeca en dienstverlening) kunnen, gezien het reeds ruime aanbod, dit gat niet vullen.

Er is een reëel gevaar dat er een neerwaartse spiraal ontstaat: wanneer te veel panden leegstaan wordt de aantrekkelijkheid van de binnenstad aangetast, wat leidt tot minder bezoekers, waardoor meer winkels in zwaar weer belanden, waardoor de aantrekkelijkheid afneemt, etc.

5. Transformatie van leegstaande winkels naar woningen is gewenst, maar met mate.
Inkrimping van de hoeveelheid winkelmeters en concentratie van publieksfuncties is het beste medicijn voor alle partijen. Wonen is daarbij voor veel centra inmiddels hét alternatief voor leegstaand winkelvastgoed, zeker wanneer er sprake is van een sterke lokale woningbouwbehoefte. Bij locaties met structurele leegstand is het voor eigenaren niet langer mogelijk of aantrekkelijk om een commerciële huurder te zoeken (voor een laag huurniveau per m² en met een grote onzekerheid voor de toekomst). Herontwikkeling naar woningbouw biedt dan minder risico op leegstand en soms zelfs een hogere opbrengst per m².

Vanuit het algemene (binnenstads)belang is het belangrijk niet 'zomaar' woningen toe te staan. Ten eerste is afbakening van een publieksgericht gebied, waar alle deuren open moeten blijven voor het publiek, belangrijk: hier zou wonen op de begane grond afbreuk doen aan de gewenste levendigheid. Ten tweede zijn heldere toetsingskaders vanuit de gemeente gewenst om een kwalitatieve woontransformatie, passend bij de lokale woonbehoefte, te stimuleren. Daarbij dient onder meer aandacht te zijn voor voldoende woonoppervlak, berg- en buitenruimte en beschikbaarheid van parkeer- en overige voorzieningen.

6. Investeringen in een aantrekkelijke inrichting en hoogwaardig onderhoud van de openbare ruimte betalen zich dubbel terug.
Binnensteden veranderen van 'place to buy' naar 'place to be'. Een aantrekkelijke uitstraling en een prettige verblijfskwaliteit worden steeds belangrij-

De binnenstad als woonwijk: bij (winkel)transformatie ook aandacht voor prettig leefklimaat

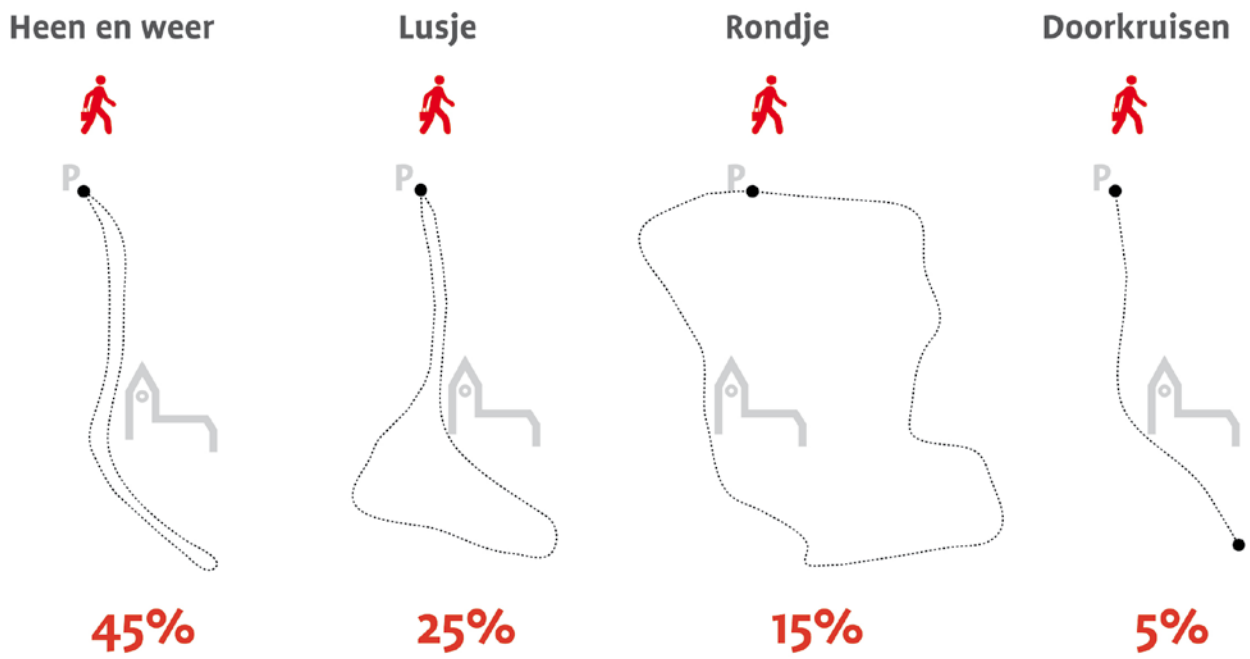
De binnenstad als bestemming: 'the place to be!'

ker voor zowel lokale, regionale als toeristische bezoekers. We hebben steeds meer vrije tijd, waarin we voortdurend op zoek zijn naar de volgende unieke beleving of Instagram-foto. Vooral binnensteden die het moeten hebben van het recreatief bezoek moeten hier, alle dagen van de week, goed op in blijven spelen.

Het bieden van een authentieke totaalbeleving die aansluit bij de eigen kernkwaliteiten (het 'unieke verhaal' van Harderwijk) is daarbij belangrijker dan het bieden van specifieke attracties, producten of diensten.

Enerzijds zijn vernieuwingen in en het onderhouden van de binnenstadsbeleving nodig om de aandacht van regionale/landelijke bezoekers te (blijven) trekken. Immers: een sterk beeld kan snel viraal gaan en zo nieuwe bezoekers verleiden om eens naar de stad te komen. Anderzijds kan er een nog veel grotere (sociale) meerwaarde worden behaald wanneer ook de eigen inwoners het centrum (her)ontdekken als een laagdrempelige, aangename, maar vooral vanzelfsprekende ontmoetingsplek. Veel steden investeren daarom in het verfraaien en vergroenen van het centrum, als aangename 'huiskamer voor de stad'.

Bezoekersgedrag winkelpubliek middelgrote centra: doelgericht van A naar B, en weer terug



Onderzoek van DTNP in samenwerking met de Radboud Universiteit Nijmegen onder circa 3.000 respondenten in 20 middelgrote centra laat zien dat zogenoemd struinend winkelgedrag nauwelijks voorkomt in middelgrote centra.

De gemiddelde bezoeker legt een korte en overzichtelijke route af: een winkelstraat heen en weer, of kleine varianten daarop. Minder dan 1 procent van de passanten loopt een achtje, terwijl de winkelcentra daarvoor wel de mogelijkheid bieden.

De meeste bezoekers van middelgrote centra lopen dus doelgericht van A naar B en terug, ook wanneer er wel verschillende winkelcircuits aanwezig zijn. Gemiddeld lopen de bezoekers van middelgrote centra ongeveer 640 meter, maar dit verschilt per bezoekmotief; recreatieve bezoekers met meer (vrije) tijd lopen over het algemeen verder. In een sterk veranderende winkelmarkt is een passende routing belangrijk. Te lange of te veel winkelroutes leiden tot lagere passantenstromen per straat en daarmee tot afnemende kansen voor ondernemers.

bakker bart
TIP HARDERWIJK
TOURIST
INFORMATION
STARTPUNT
Dagelijkse
STADSWANDELING
met gids
Informeer binnen

2 Analyse

2.1 Kwaliteiten en knelpunten in beeld

De binnenstad kritisch beschouwd

Eén beeld zegt soms meer dan 1.000 woorden. Tijdens een schouw in de binnenstad is er met de projectgroep stilgestaan bij een aantal in het oog springende kwaliteiten en knelpunten. Op deze en de volgende pagina vindt u een selectie van de observaties.

Conclusie: de binnenstad beschikt over heel veel kwaliteiten (*mooie oude gebouwen, een leuke boulevard, een gave parkeergarage, kunst en cultuur, etc.*), maar door aanwezigheid van een aantal storende elementen (*leegstand, achterstallig onderhoud, geparkeerde fietsen, uitstallingen, etc.*) komen de kwaliteiten niet altijd even goed tot hun recht.

Welkom in de binnenstad..!?

2.2 Feiten en cijfers

Middelgrote gezinsstad aan de Veluwe

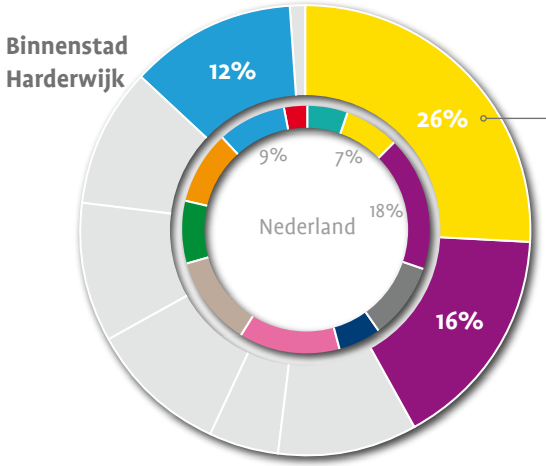
De gemeente Harderwijk telt ca. 48.700 inwoners, waarvan er ca. 2.350 in de binnenstad wonen*. De gemeente kent, in vergelijking tot het landelijke gemiddelde, relatief veel huishoudens met kinderen (37% vs. 32%). De binnenstad bestaat echter met name uit eenpersoonshuishoudens. De stad heeft de afgelopen jaren een flinke groei doorgemaakt, en ook in de komende jaren worden er (onder andere in Drielanden en rondom het Waterfront) veel nieuwe woningen gebouwd. Naar verwachting groeit de gemeente tot 2040 met circa 3%**.

Centrum met kleinschalig en recreatief aanbod

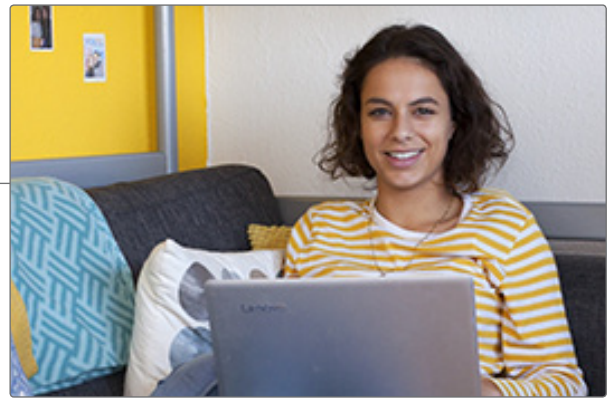
In vergelijking tot omliggende kernen heeft Harderwijk, met circa 30.500 m² winkelvloeroppervlak (wvo), verdeeld over circa 240 verkooppunten (vkp), een centrum van gemiddelde omvang***. Van Zeewolde (ca. 18.500 m² wvo) tot Nunspeet (ca. 36.000 m² wvo) ontlopen de overige centrumgebieden elkaar niet veel. Door het historische karakter van de Harderwijker binnenstad is de gemiddelde oppervlakte

* CBS statline (2021).
** CBS, bevolkingsprognose 2020-2050.
*** Alle publieksgerichte voorzieningen, zoals geregistreerd door Locatus (najaar 2021): detailhandel, horeca, cultuur/ontspanning en dienstverlening (exclusief leegstand).

Veel eenpersoonshuishoudens in de binnenstad



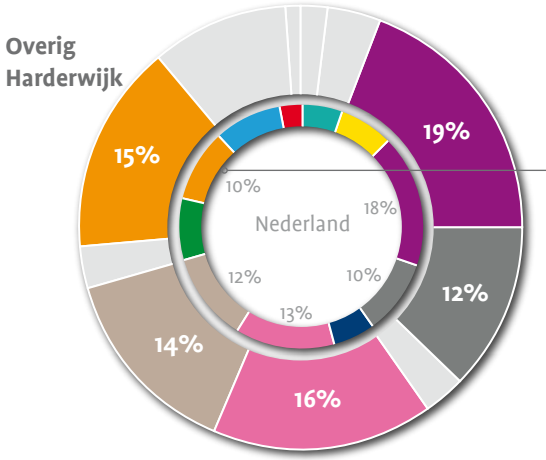
Jong en Hoopvol
Zorgeloos en Actief
Volks en Uitgesproken
Bron: Distrifood Dynamics, Whooz; bewerking: DTNP



'Jong en hoopvol'

'Zorgeloos en Actief'

Veel huishoudens met gezinnen daarbuiten



Volks en Uitgesproken
Gewoon Gemiddeld
Bescheiden Ouderen
Gezellige Emptynesters
Plannen en Rennen
Bron: Distrifood Dynamics, Whooz; Bewerking: DTNP

'Plannen en Rennen'

per verkooppunt hier relatief laag en telt ze, in vergelijking tot de omliggende kernen, relatief veel voorzieningen in de sectoren horeca, cultuur en ontspanning*.

Dagelijks winkelaanbod vooral recreatief

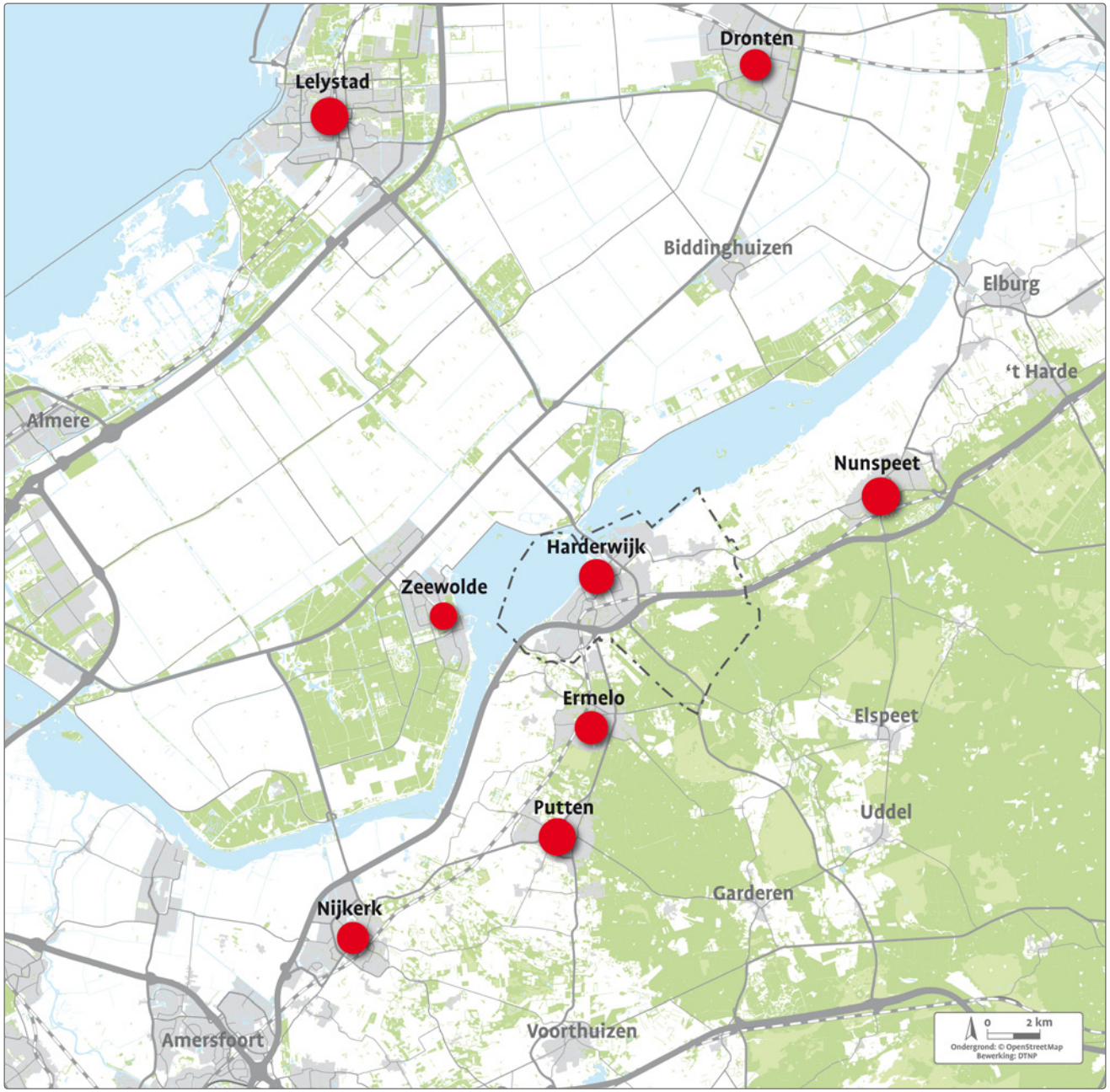
Het aantal en de omvang van de dagelijkse winkelvoorzieningen is relatief beperkt in de binnenstad. Zo telt de binnenstad van Harderwijk maar één supermarkt in het centrum (Vomar, voorheen Deen, van ca. 1.450 m² wvo) en één direct buiten de singel (AH in winkelcluster 'De Bleek', ca. 1.500 m² wvo**). Het overige supermarktaanbod ligt verdeeld over de wijken. Wel kent de binnenstad een sterk recreatief dagelijks aanbod, bestaande uit versspeciaalzaken, drogisterijen en delicatessen; hiervoor komen inwoners speciaal naar de binnenstad!

"Mijn dochter en ik gaan vaak in het weekend, wanneer er ook markt is, samen wat lekkers halen in de stad"

Niet-dagelijks (modisch) winkelaanbod dominant

De niet-dagelijkse detailhandel is, met ca. 50% van het winkelvloeroppervlak in de binnenstad (en 40% van de vkp), nog altijd de dominante

Regionale concurrentie: vergelijkbaar aanbod in omliggende middelgrote centra



* Ca. 24% van het aanbod in Harderwijk; in Ermelo en Putten is dit respectievelijk 15% en 10% van het totale winkelvloeroppervlak (Locatus 2021).

** Afbakening winkelgebieden o.b.v. Locatus (2021).

publieksfunctie. De binnenstad onderscheidt zich binnen de gemeente Harderwijk vooral met het modisch aanbod (ca. 9.600 m² wvo, 55 vkp). Het 'overige' niet-dagelijkse winkelaanbod in de binnenstad (ca. 7.200 m² wvo, 45 vkp) bestaat uit een combinatie van landelijke ketens, met Hema en Action als belangrijkste publiekstrekkers, en lokale speciaalzaken, variërend van juwelier tot speelgoedwinkel. Gezien het totaalaanbod heeft de binnenstad een sterke positie als hét hoofdwinkelgebied van de gemeente.

Uitgebreid en divers horeca-aanbod

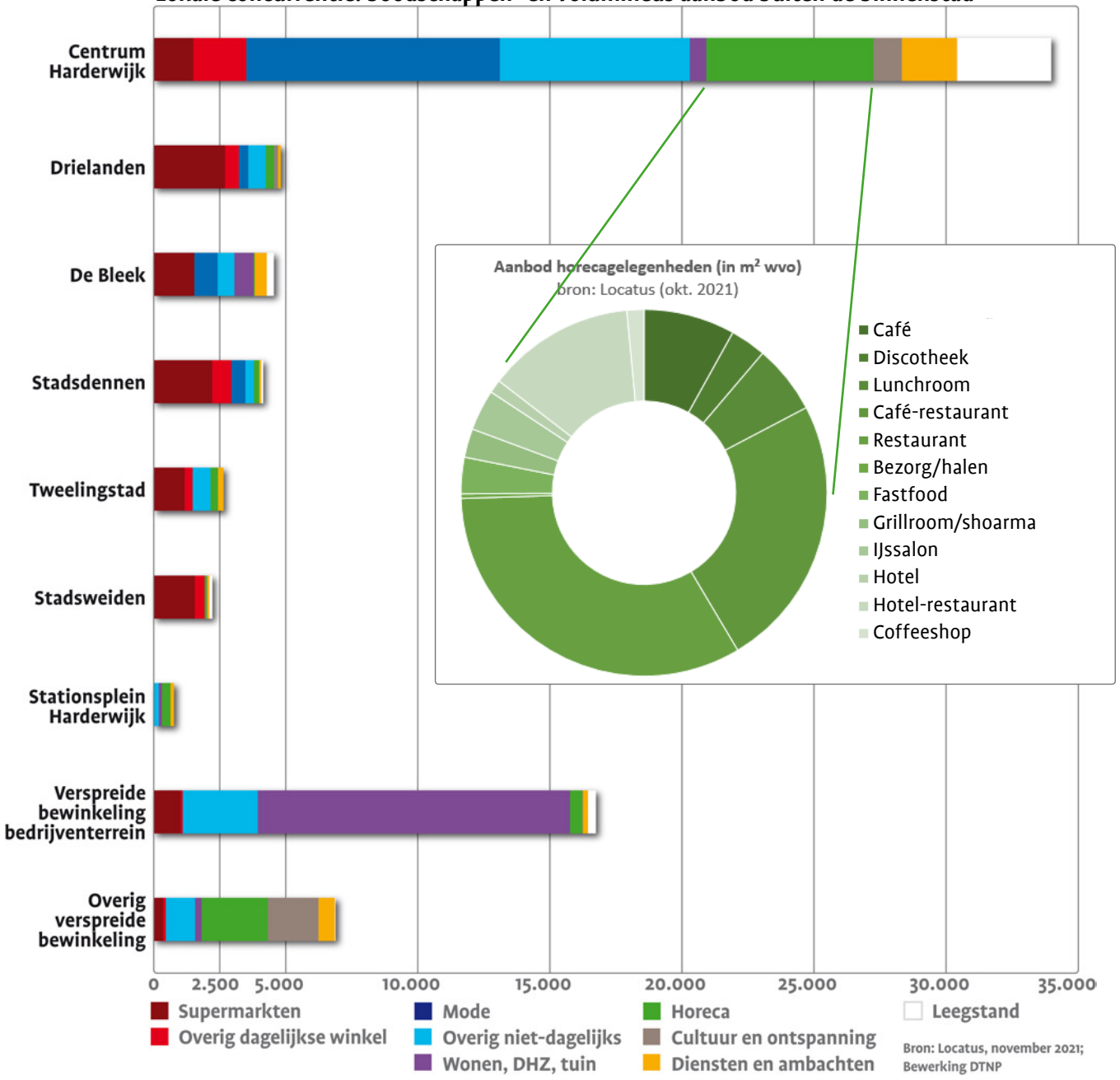
Buiten het winkelprogramma is de horeca een sterk aanwezige publieksfunctie, (in totaal ca. 55 vkp en 6.300 m² wvo). Het horeca-aanbod is zeer breed en divers, met (café-)restaurants als grootste branche. Daarbij staat Harderwijk als culinaire bestemming steeds nadrukkelijker op de kaart: in de Michelingids van 2021 scoort de stad maar liefst vijf vermeldingen, met in totaal drie sterren.

Kunst, cultuur en ontspanning sterk aanwezig

De binnenstad telt daarnaast een groot aantal bijzondere publieksfuncties die mede het karakter van de (binnen)stad bepalen.

- Op het gebied van kunst en cultuur zijn ondermeer het Stadsmuseum Harderwijk, het Marius van Dokkum Museum, de Catharinakapel en Het Oude Stadhuis aan de Markt (als cultureel-

Lokale concurrentie: boodschappen- en volumineus aanbod buiten de binnenstad



en toeristisch centrum met o.a. Cultuurkunst, Popschool en Heerlijk Harderwijk) belangrijke locaties. De bibliotheek is recentelijk verplaatst naar de rand van de binnenstad, waar ook het stadskantoor is gevestigd.

- Onder het motto ‘De stad als Podium’ is er, in de vorm van evenementen en festiviteiten, veel podiumkunst te vinden in de stad. Een permanent theater(gebouw) ontbreekt echter in (de binnenstad van) Harderwijk.
- Een (zeer) bijzondere publieksfunctie in de nabijheid van de binnenstad is het Dolfinarium, hoewel deze toeristische attractie als bezoekdoel relatief solitair functioneert.
- Buiten de stadsmuur ligt ook de Vischafslag (het Bottermuseum), waar aandacht is voor de visserijhistorie van Harderwijk.

Ruime parkeercapaciteit buiten de stadsmuur

Harderwijk kent, mede vanwege de verkeersaantrekkende werking van het Dolfinarium en de binnenstad, uitgebreide parkeervoorzieningen (o.a. dynamische parkeerinformatie: waar is nu nog plek?). Het grootste deel is buiten de stadsmuur gelegen. Bijzonder is de cirkelvormige Houtwalgarage, met ca. 450 ondergrondse parkeerplaatsen (pp). De grootste parkeerlocaties binnen de stadsmuur zijn de parkeergarage Vuldersbrink (P11, ca. 86 pp.) en het Kloosterplein (P17, ca. 57 pp.).

Verkeer en parkeren: belangrijke randvoorwaarde voor functioneren binnenstad

“Als je op zaterdag een plekje wilt bemachtigen in de parkeergarage [Vuldersbrink, red.], dan moet je er op tijd bij zijn..!”

2.3 Gebruikers aan het woord

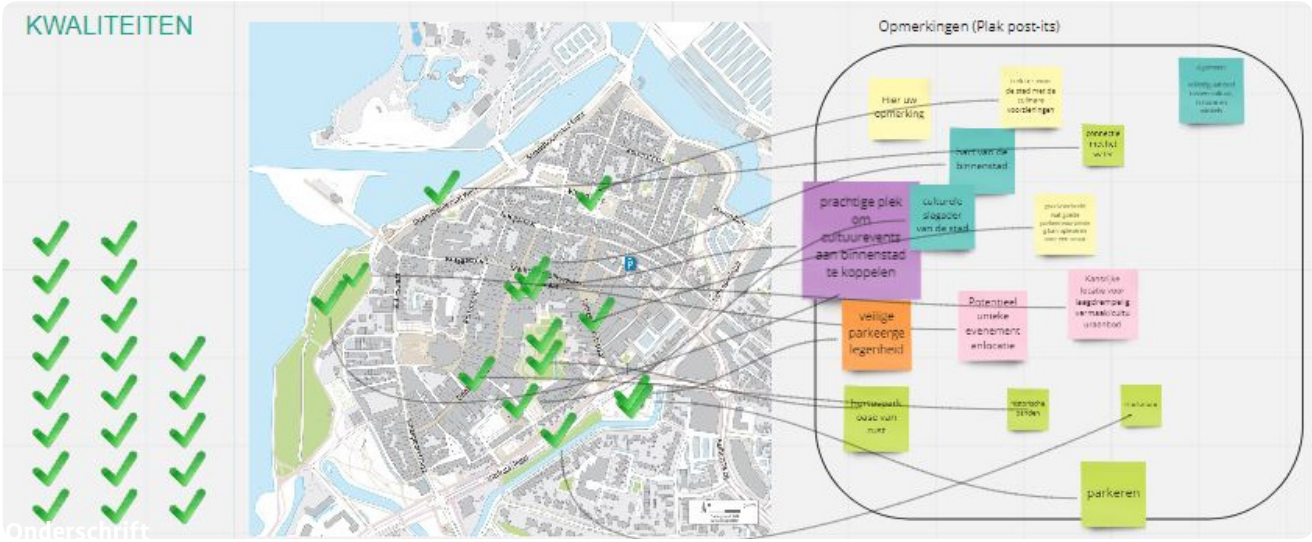
Brede participatie in de 'ophaalfase'

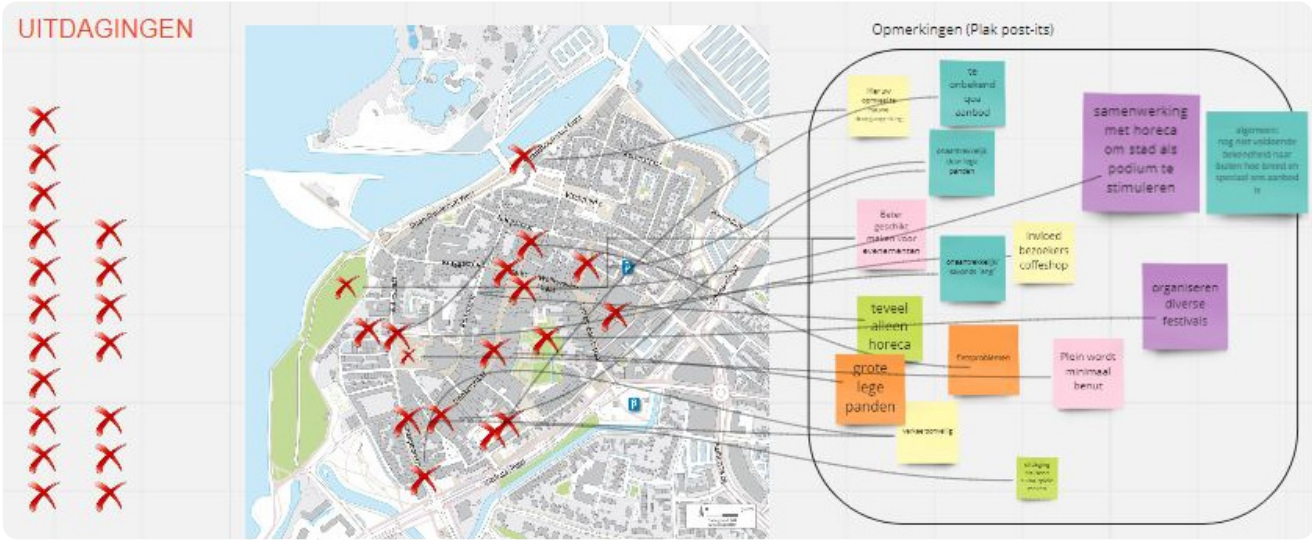
Om vanuit gebruikers (o.a. inwoners, bezoekers, ondernemers, eigenaren) te horen hoe zij de binnenstad van Harderwijk beleven en wat er volgens hen nodig is, zijn we op verschillende manieren met hen in gesprek gegaan. De onderzoekers van DTNP hebben op zaterdag 6 november de binnenstad van Harderwijk gezocht. Op de Markt en verspreid door de binnenstad zijn gesprekken gevoerd met bezoekers. Ook hebben de onderzoekers het gedrag van bezoekers geobserveerd.

Stadsateliers: zegt u het maar!

Aanvullend aan de schouw met de projectgroep en het zaterdagbezoek is er tijdens de 'ophaalfase' ook een aantal binnenstadsateliers georganiseerd*. Tijdens deze bijeenkomsten is aan deelnemers gevraagd om te reageren op enkele stellingen en om sterke en zwakke plekken in de binnenstad benoemen.

Ook werd hen de vraag gesteld: welk bijvoeglijk naamwoord past bij de binnenstad? En wat zou dat, volgens u, in de toekomst moeten zijn?





* Als gevolg van de coronamaatregelen vonden die digitaal plaats op maandagochtend 22-11-2021, en op donderdag 25-11-2021 in de middag en avond.

Samenvatting: over het algemeen tevreden, maar kritisch op details

Uit de feedback van de Harderwijkers en de overige bezoekers van de binnenstad blijkt dat het merendeel van de participanten zeer te spreken is over de huidige situatie in de binnenstad. Mensen komen er graag. Ze waarderen de 'dorpse' sfeer in de historische binnenstad en zijn trots op hun nieuwe boulevard. Met name bezoekers van buiten ('weekendje samen weg' of 'escaperoom met vrienden') waren veelal aangenaam verrast door de *"fraaie en gezellige"* Harderwijker binnenstad.

Uiteraard zijn er ook zorgen, zoals de toename van leegstand in de winkelstraten. Het liefst zouden ze hier meer 'leuke boetiekjes' zien: *"iets wat we in de wijk [Drielanden, red.] niet hebben"*. Met name het einde van de Donkerstraat werd in dit kader genoemd als aandachtspunt. Ook de uitstraling van de panden en de stegen rondom de Vuldersbrink (*"die rotte kies!"*) werd veelvuldig aangehaald. Tot slot zijn fietsparkeren en uitstallingen (*"rommelig straatbeeld"*) en het vele logistieke verkeer (*"al die busjes met draaiende motor"*) diverse malen genoemd als een bron van irritatie.

Bijzondere thema's: bruisend, toegankelijk en opgeruimd

Tevens hebben de gesprekken een waardevol inzicht verschaft in een aantal specifieke thema's:

- Toegankelijke binnenstad: het wegnemen van obstakels op straat en het goed ontsluiten van publieke voorzieningen zijn aandachtspunten om de binnenstad voor iedereen toegankelijk te maken;
- Schoon en opgeruimd: de verwachtingen van bezoekers zijn hoog. Er werd (onder andere) gewezen op scheefstaande palen, storende stickers, volle prullenbakken en *"vieze pisstegen";*
- Vergroening: vaak waren het de kinderen, die met hun ouders in de stad waren om te winkelen of voor de muziekles, die ons zeiden: *"Ik zou wel meer bomen en planten willen zien"*.

"Harderwijk een stad met dorpsmentaliteit. Omarm de knusse kleine stadsmentaliteit en 'buit' deze uit."

"Minder auto's in de binnenstad"

"De binnenstad is een bruisende, gemoedelijke en dorpse plek om samen te komen"

"Is het eigenlijk wenselijk dat er een coffeeshop op deze plek in de binnenstad zit? Of kan er iets gedaan worden aan de verkeersoverlast die het geeft?"

"Zet in op karakter, geen eenheidsworst"

"Waterfront, prachtige oude binnenstad, mooie parken, gevarieerde en hoogwaardige horeca. ***Kortom: topstad!****"*

"Blije bewoners zijn de beste ambassadeurs"

"Dé Harderwijker is een breed begrip; de binnenstad zal dus ook erg divers moeten zijn."

"Route: haven, Vischmarkt, strandeiland is prachtig voor toeristen en een ***heerlijke wandelronde voor Harderwijkers****"*

"Hortuspark: oase van rust"

"Parkeergarage Vuldersbrink is een absoluut aandachtspunt: met lekkende leidingen, veel urinehoeken en drugsdeals"

"Minpunt: geparkeerde fietsen door de hele stad heen"

"Waarom zijn de winkels hier niet gewoon iedere zondag open?"

2.4 Conclusie

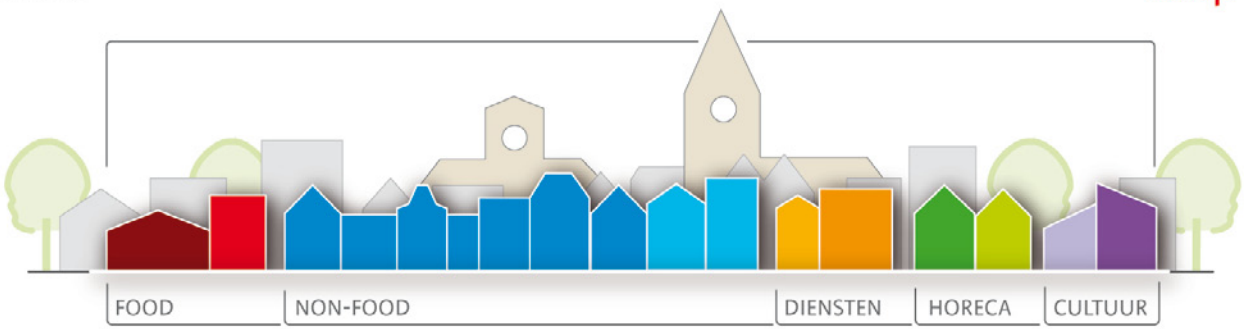
Van 'ik moet er zijn'....
Ook de binnenstad van Harderwijk ontkomt niet aan de landelijke trend van toenemende online bestedingen en daarmee een teruglopend winkelbezoek. Voorheen was (met name) de Donkerstraat een winkelstraat waar je naartoe *moest* voor de niet-dagelijkse aankopen (kleding, elektronica, etc.). De consument heeft nu echter ook de optie om deze artikelen alle dagen van de week eenvoudig online te bestellen. Een bezoek aan de binnenstad is (wat dat betreft) steeds minder vanzelfsprekend.

Gelukkig kent de binnenstad (ook nu al) een mix van bezoekdoelen. Om in de toekomst relevant te blijven voor inwoners en regionale of toeristische bezoekers zal er een nieuwe balans gevonden moeten worden tussen het doelgerichte (iets nodig hebben) en recreatieve bezoek (besteding van vrije tijd).

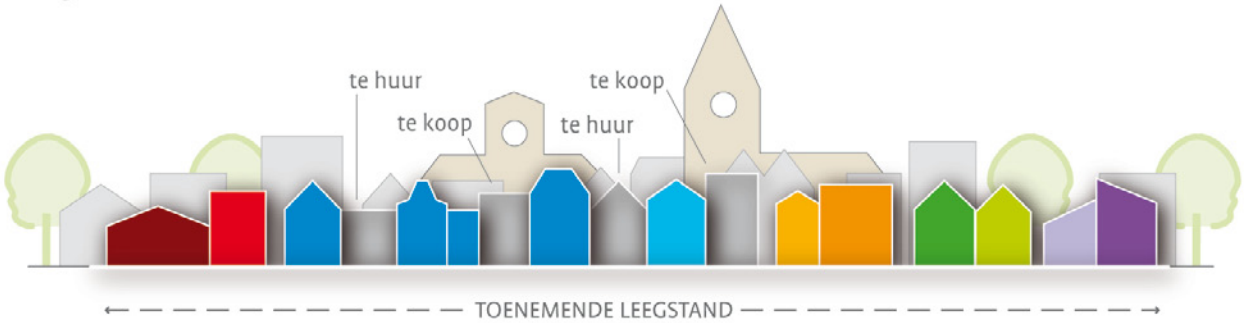
...naar 'ik wil er zijn'!
Deze verschuiving van bezoekmotief speelt op ieder schaalniveau. Harderwijkers, regiobewoners én gasten van buiten moeten ieder (telkens opnieuw) verleid worden naar de stad te komen.

De binnenstad zal zich daarbij (nog meer dan nu) moeten onderscheiden als een goed verzorgde, bereikbare, toegankelijke, maar vooral *leuke plek*

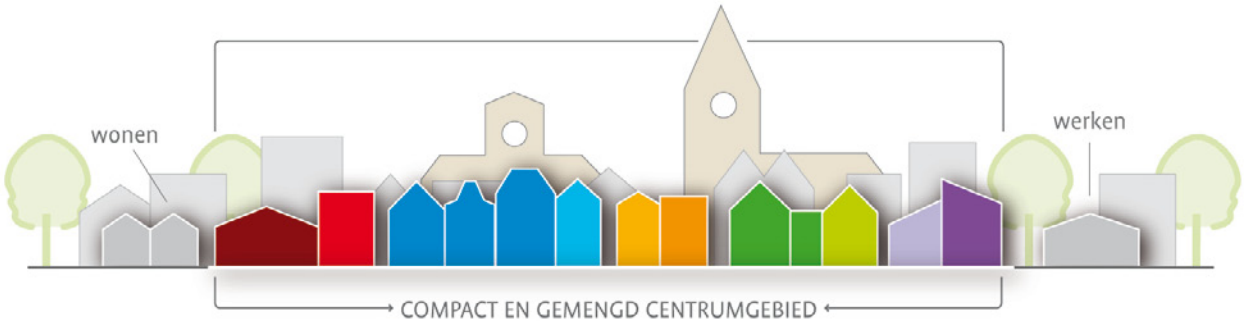
Voorheen



Vandaag



Toekomst

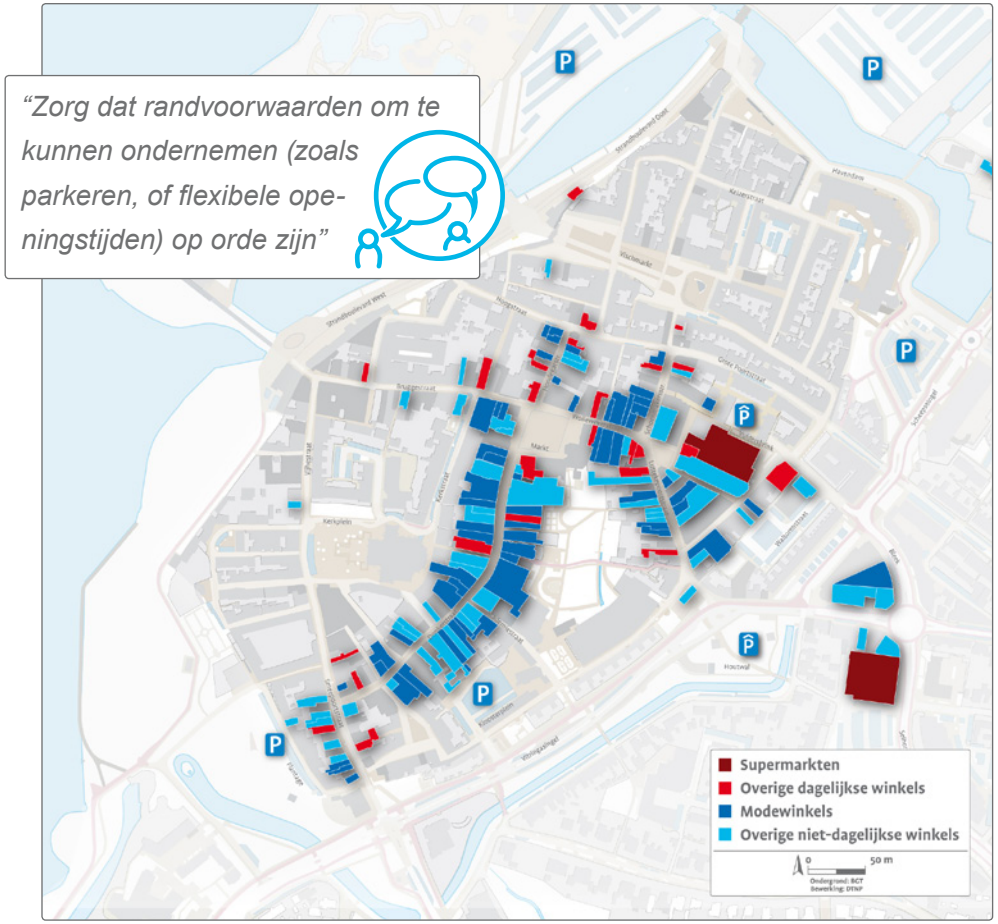


om te zijn; hier ontmoet je bekenden, hier kan je even genieten en ontspannen en hier ontdek (en beleef) je telkens wat nieuws.

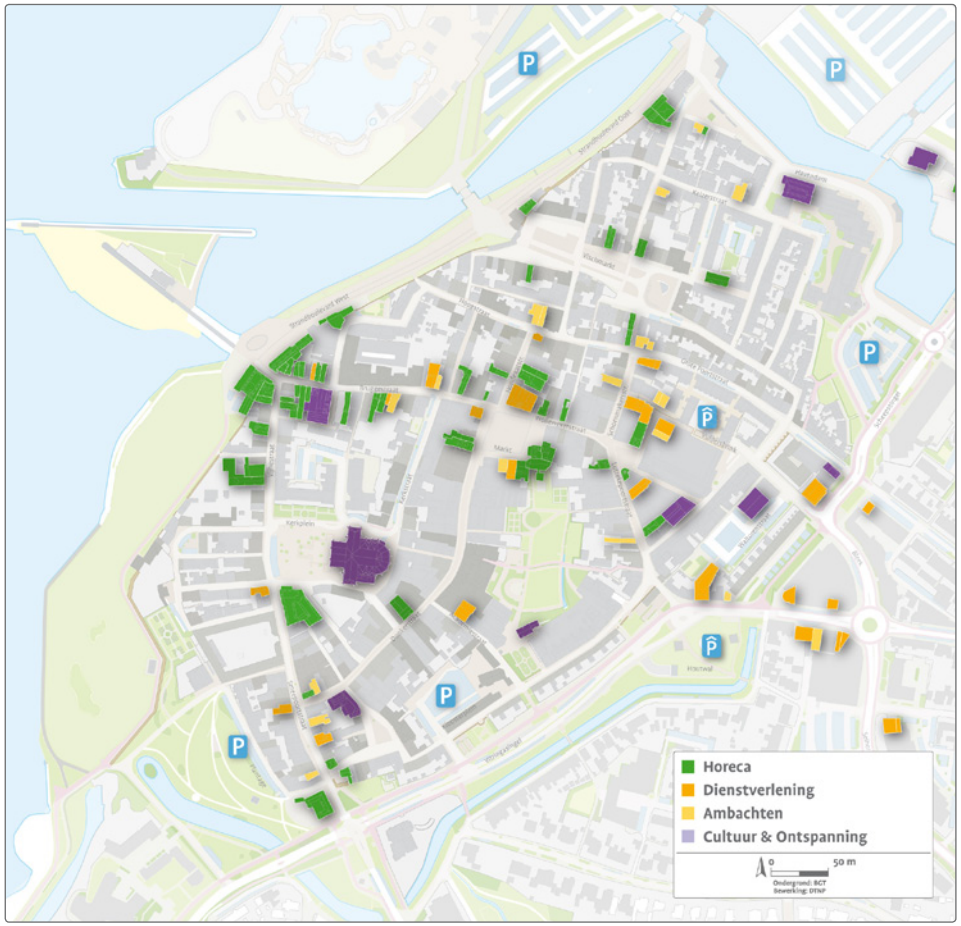
Daarbij geldt: ook bestaande (doelgerichte) functies profiteren van een goed aangeklede binnenstad met een prettig verblijfsklimaat.

En: 'Ik kom graag nog eens terug'
Het totaalpakket van gezelligheid, toegankelijkheid en service in een fraai decor, dát maakt dat mensen hier graag (terug)komen! Daarbij is overigens, in vergelijking tot andere (winkel)centra in de regio, het vertrekpunt voor de Harderwijker binnenstad redelijk gunstig. De afgelopen jaren heeft het centrum een flinke transformatie ondergaan, waarbij de historische uitstraling van en de verblijfskwaliteit in de binnenstad sterk verbeterd zijn. Maar dat betekent niet dat er geen actie nodig is: juist het 'tot in de puntjes' onderhouden van wat goed is en voorsorteren op wat komen gaat, heeft de hoogste prioriteit!

Huidig aanbod binnenstad Harderwijk (incl. De Bleek): detailhandel,...



...horeca, (ambachtelijke) dienstverlening en cultuur & ontspanning



3 Diagnose

3.1 Drie hoofdopgaven

De basis op orde of de blik op de toekomst?
De probleemanalyse hiervoor laat zien dat er in Harderwijk een tweedeling zit in de geconstateerde en genoemde kansen en knelpunten: enerzijds wordt er aandacht gevraagd voor verbeteringen in de 'dagelijkse gang van zaken' (uitstallingen, fietsparkeren, samenwerking, onderhoud, etc.), terwijl er anderzijds een noodzaak is om een aantal structurele ruimtelijke keuzes te maken voor de toekomst: hoe/waar willen we de krimp aan winkelmeters opvangen? En: hoe houden we de binnenstad relevant voor alle bezoekgroepen?

Om focus aan te brengen in de binnenstadsagenda en om, waar mogelijk, praktische en structurele vraagstukken in één keer te tackelen, stelt DTNP voor om in de binnenstadsvisie drie hoofdopgaven centraal te stellen:

1. Toekomstbestendigheid hoofd(winkel)straten vergroten: een compact publieksgericht gebied
Zoals gezegd is het, ook in Harderwijk, onvermijdelijk dat er een bepaalde mate van krimp zal optreden in het winkelprogramma. Landelijke ketens zullen wegvallen of hun vestigingsstrategie herzien en lokale zelfstandigen hebben of krijgen te maken met een verder teruglopende omzet of moeten de zaak sluiten vanwege gebrek aan opvolging bij pensionering.

Om de stad te wapenen tegen de dreigende neerwaartse spiraal van te veel leegstand is het van belang om het publieksgerichte gebied compacter te maken. Binnen een compact en gevarieerd publieksgericht gebied liggen de beste kansen voor retailers en andere ondernemers om een fatsoenlijke omzet te behalen.

Dit vraagt om een aantal ruimtelijke keuzes, op basis van een gemeenschappelijke visie/ambitie:

- Hoe kan in de centrumstraten een aantrekkelijke functiemix worden bereikt?
- En waar kan de publieke functie het beste worden afgebouwd, ten gunste van bijvoorbeeld wonen of werken?
- Hoe kunnen publiekstrekkers beter worden ingezet voor een vitale binnenstad?

2. Positionering als 'leuke plek om te zijn' doorontwikkelen: een compleet recreatief netwerk
Daarnaast wordt de recreatieve aantrekkingskracht van de binnenstad de komende jaren nog belangrijker. De afgelopen jaren is er al flink geïnvesteerd om de binnenstad fraaier en gezelliger te maken. Nu is het zaak om deze recreatieve aantrekkingskracht gezamenlijk te blijven onderhouden. Onder aanvoering van de

Hoe maken we het publieksgerichte gebied compact?

Wat maakt de binnenstad een leuke plek om te zijn?

stichting Heerlijk Harderwijk wordt hard gewerkt om meer bezoekers naar de (binnen)stad te trekken. De belofte die uitgaat van de gekozen profilering (zie ook sfeerbeelden hiernaast ter illustratie), moet de komende jaren voortdurend worden waargemaakt om zo bezoekers te blijven verleiden tot een (herhaal)bezoek:

"Een prachtige, historische Hanze-stad met de Veluwe in de voortuin en water in de achtertuin. Een knus stadje dat bruist van gezelligheid en culinair genieten.

Pak een terrasje, ga lekker uit eten, bezoek een evenement of festival, ga een dagje shoppen of geniet van een picknick op het stadsstrand."

De (structurele) ruimtelijke keuzes die hierbij horen hebben, onder andere, betrekking op:

- Kunst en cultuur; spreiden of bundelen?
- Natuurwaarden en historisch erfgoed; beschermen of benutten?
- Programmering; meer lokale ontmoeting of juist toeristische blikvangers?

3. Randvoorwaarden voor binnenstadbezoek op orde: een <u>comfortabel</u> en aantrekkelijk geheel

De derde binnenstadsopgave voor de komende jaren bestaat uit het zo comfortabel mogelijk

Knus en historisch

Bruisend en culinair

Ontspannen en vrij

maken van het binnenstadsbezoek *voor wie dan ook*. Een goede bereikbaarheid en toegankelijkheid van de binnenstad voor alle modaliteiten (auto, fiets, voetganger, trein, bus en boot) is een cruciale randvoorwaarde voor het goed functioneren van de stad in de toekomst.

Daarnaast is het zaak om de binnenstad als geheel zo schoon, heel en veilig mogelijk te houden. De keuze voor een weekendje weg of voor een middagje 'naar de stad' is steeds vaker ingegeven vanuit de totaalbeleving die een centrum te bieden heeft: een beetje shoppen, even koffie op het terras, ommetje door de oude stad, een museum, evenement of optreden bezoeken, picknick in het park, hapje eten, etc. Veel meer dan in het verleden is niet (alleen) het winkelaanbod of de aanwezigheid van een bepaalde attractie, maar juist de beleving van de binnenstad *als geheel* de belangrijkste succesfactor.

"Kunnen we niet nog zo'n mooie parkeergarage maken? Wij parkeren altijd graag in de Houtwalgarage; vanaf hier ben je direct in de stad. En het ziet er super gaaf uit!"

In het vervolg staan (o.a.) deze keuzes voor:

- Welk ambitieniveau in de openbare ruimte?
- Waar kunnen/willen we de fiets stallen?
- Hoe stimuleren we duurzame stadslogistiek?

3.2 Tien ruimtelijke keuzes

Om de drie hoofdopgaven aan te pakken, zijn op diverse locaties in de binnenstad structurele keuzes noodzakelijk. Op de pagina's hierna wordt per hoofdopgave (ter illustratie) een aantal ruimtelijke keuzes uitgelicht, ...

... die in de binnenstadsvisie beantwoord moeten worden, om het huidige kwaliteitsniveau (hier op kaart weergegeven) vast te houden en waar mogelijk te verbeteren*.

* Onder de noemer *'DTNP adviseert'*, zijn tevens een paar extra tips opgenomen.

1. Een compact publieksgericht gebied

a. Waar willen we welke (woon)transformatie toestaan? Hoe ver willen we gaan?

b. Hoe kunnen we een bredere functiemix en onderscheidende milieus stimuleren?

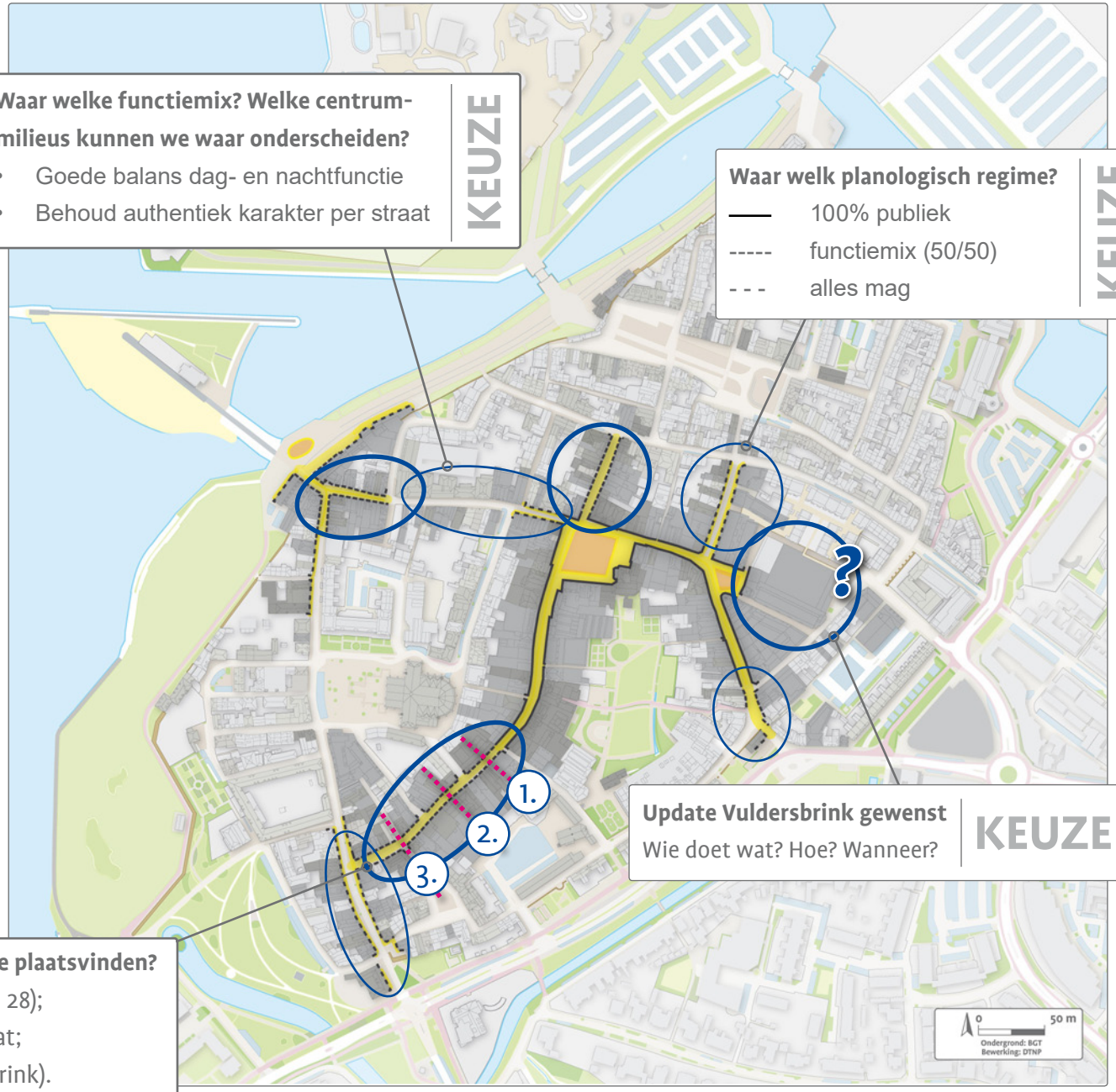
c. Hoe kunnen we Vuldersbrink aanpakken?

1a. Compact, compacter of compactst?

Voor een bruisende binnenstad en een gezond ondernemersklimaat is het van belang om in het hart van de binnenstad in te blijven zetten op het bundelen van zo veel mogelijk bezoekersstromen. Dit 'publieksgerichte gebied' loopt in de basis vanaf de Luttekepoortstraat, via Vuldersbrink, Wolleweverstraat en Markt, door tot in de Donkerstraat. Hier blijven publieksgerichte functies gewenst op de begane grond (wonen en/of werken is gewenst op de verdieping).

Richting het einde van de Donkerstraat liggen goede kansen om door middel van een hoogwaardige (woon)transformatie de winkelleegstand in de binnenstad tegen te gaan. Door hier de publieksfunctie (deels) af te bouwen, blijft de binnenstad elders compact en vitaal.

Keuzes bij opgave 1: Waar 100% publieksgericht en waar niet (meer)? Welke functiemix per aanloopstraat?



Waar welke functiemix? Welke centrummilieus kunnen we waar onderscheiden?
- Goede balans dag- en nachtfunctie
- Behoud authentiek karakter per straat

KEUZE

Waar welk planologisch regime?
—— 100% publiek
----- functiemix (50/50)
- - - alles mag

KEUZE

Update Vuldersbrink gewenst
Wie doet wat? Hoe? Wanneer?

KEUZE

KEUZE

Vanaf waar mag geleidelijke (woon)transformatie plaatsvinden?
1. Net voorbij de Academiestraat (vanaf huisnr. 28);
2. Ergens tussen Korte Kerkstraat en Israëlstraat;
3. Pas vanaf het Stadsmuseum (Smeepoortenbrink).

1b. Brede functiemix, aantrekkelijk straatbeeld
Een grote belemmerende factor in de ontwikkeling van de binnenstad is de bestaande 'enge' bestemming van kavels in het bestemmingsplan. In plaats van alleen detailhandel of alleen horeca is het wenselijk om in de toekomst te spreken over een brede centrumbestemming, waarbinnen alle publieksgerichte functies in principe (mits niet overlastgevend) welkom zijn. Hiermee wordt een betere functiemix (variatie in de straat) en functiemenging (meerdere activiteiten binnen één onderneming*) gestimuleerd, wat bijdraagt aan meer beleving in de stad.

Dit is met name voor de 'aanloopstraten' van belang. Hier hóeft de invulling niet 100% 'publieksgericht' te zijn; behoud van een leuk (onderscheidend/authentiek) centrummilieu staat voorop. Er ligt dus een belangrijke ruimtelijke keuze voor de invulling en programmering van de Smeepoort-, Brugge-, Hondegat- en Schoenmakersstraat, waarbij al dan niet de uiteinden van zowel Donker- als Luttekepoortstraat een rol spelen. Drie planologische categorieën, die daarbij gehanteerd zouden kunnen worden, zijn:

- Publieksgericht gebied - hier staan álle deuren open voor het publiek, wonen of werken op de begane grond is niet gewenst;
- 50/50 - hier moet de publieke functie behouden blijven, maar incidenteel is transformatie mogelijk: maximaal 50% van de panden mag een niet-publieksgerichte invulling krijgen;
- Alles mag - hier wordt maximale flexibiliteit geboden: winkels blijven mogelijk, maar ook transitie naar wonen of werken is een optie.

* met inachtneming van de eisen uit de Alcoholwet.

1c. Vuldersbrink (hoe dan ook) aanpakken
Een cruciale (en veelbesproken) binnenstadslocatie is het winkelcluster Vuldersbrink. De aanwezige publieksfuncties (dagelijks en frequentbenodigde niet-dagelijks winkelaanbod) leveren een zeer belangrijke economische bijdrage aan het functioneren van de binnenstad. Voor veel lokale bezoekers is dit het beginpunt van, of een belangrijke bestemming tijdens, het doelgerichte centrumbezoek.

Tegelijkertijd vormt het complex, qua gevelbeeld en vanwege het unheimische gevoel in de donkere doorsteekjes, voor velen *"een doorn in het oog"*. Zeker met het oog op de (toeristisch-) recreatieve functie van de binnenstad is een (cosmetische) herontwikkeling gewenst**, waarbij idealiter enkele onnodige en onveilige doorsteekjes (o.a. richting Schoenmakersstraat) worden weggenomen. De vraag is: hoe doen we dit?

** Waar mogelijk met behoud van het huidige boodschappen- en parkeerprogramma.

DTNP ADVISEERT...

Ook buiten de stadsmuur: Dynamiek door Beleid!
Aanvullend op de ruimtelijk-economische keuzes binnen de stadsmuren ligt er voor de gemeente Harderwijk een even belangrijke randvoorwaardelijke keuze buiten de binnenstad: wat is de gewenste voorzieningenstructuur (m.n. detailhandel/horeca) in de gemeente?

Door de coronacrisis komt de toekomstige opgave van minder winkels, meer leegstand en een grotere noodzaak tot transformatie versneld op ons af. Marktpartijen roepen de overheid daarbij op om keuzes te maken en beleid te voeren; als 'alles overal kan' biedt dit ontwikkelaars, eigenaren en winkels louter onzekerheid. Zij zullen dan niet snel (kunnen) investeren, zeker niet op kostbare binnenstadslocaties. Regie door de overheid is dus cruciaal voor een gezonde winkelstructuur en vitale centra. Het bundelen van schaarse marktpotenties biedt kansen om relatief ingewikkelde binnenstadsprojecten te realiseren; hier ligt de basis voor een duurzame winkelstructuur.

Met het oog op de toekomstbestendigheid van de binnenstad zijn dus ook elders in Harderwijk (in de wijk, op het bedrijventerrein en op het Dolfinariumeiland) heldere kaders gewenst!

2. Een compleet recreatief netwerk

a. *Kloosterplein: parkeerplein en marktplein, of ontbrekende schakel in het 'kunstenkwartier'?*
b. *Hortuspark: rust en ruimte beschermen of beleving groenkwaliteit meer benutten?*
c. *Bruggestraat als verleidelijke wandelroute tussen Strandboulevard en Markt: autovrij?*

2a. Recreatieve waarde Kloosterplein vergroten?
Binnen de recreatieve (struin)route aan de zuidzijde van de binnenstad ligt de parkeerlocatie Kloosterplein. Op zaterdag, wanneer hier de warenmarkt wordt gehouden, is het een levendig onderdeel van de binnenstad. Op andere dagen is het een veelgebruikte parkeerlocatie, vlak bij de winkels in de Donkerstraat. Ter versterking van het recreatieve netwerk zou hier gekozen kunnen worden voor het beter zichtbaar maken van de historische kwaliteiten van (de gebouwen aan) het plein. Door deze ontbrekende schakel anders in te richten kan er, wanneer we durven te dromen, tussen de beide musea een volwaardig 'kunstenkwartier' ontstaan.

Keuzes bij opgave 2: verbindingen tussen recreatieve bezoekdoelen en de winkelstraten versterken

KEUZE

Bruggestraat: meer ruimte voor voetgangers?
Hoe kunnen we de recreatieve wandelroute tussen strandboulevard en Markt verder versterken? Moet deze straat daarvoor autovrij?

KEUZE

'Stad als Podium' of 'Het Kunstenkwartier'?
Willen we de kunst en cultuur verder bundelen of juist spreiden over de hele binnenstad? En wat betekent dit voor het Kloosterplein als veelgebruikte parkeerlocatie (en marktplein)?

KEUZE

Park beschermen of benutten?
Het Hortuspark vormt een unieke, maar redelijk verborgen kwaliteit van de binnenstad. Is exploitatie hier uit te breiden? Of juist niet?

Hierbij kan zelfs de achterzijde van de kavels aan de Donkerstraat betrokken worden. Wellicht kunnen ondernemers hier meerwaarde creëren door ook aan de 'tuinzijde' een (neven)functie uit te baten: B&B, theetuin en/of atelierruimte?

Keerzijde van al deze dromen is dat, wanneer de parkeerfunctie hier (deels) wordt afgebouwd, de autobereikbaarheid van de winkelstraat verslechtert. Het al dan niet toevoegen van (publieke) voordeuren aan het plein kan bovendien gevolgen hebben voor de woon-/leefkwaliteit (de rust) in dit deel van de binnenstad.

2b. Verborgen parel beschermen of benutten?
Even verderop ligt het Hortuspark, een belangrijke en zeer kenmerkende plek voor Harderwijk. Het park bevat fraaie groen- en waterelementen en biedt ruimte aan kunst en cultuur (museum, diverse beelden), ontspanning (speelplek) en een fietsenstalling. Op enkele plekken aan de rand van het park zijn in de loop van de jaren horeca-ontwikkelingen geweest; hiermee genieten nog meer mensen van deze 'verborgen parel'.

De kans is reëel dat er in de toekomst meer ondernemers/investeerders 'iets' willen in of aan het park (zeker gezien de afnemende inkomsten in de winkelstraat als gevolg van toenemende online bestedingen). De vraag hierbij is: Wat kan het park aan? Is enige commerciële exploitatie aan de parkranden bespreekbaar of moeten de rust en ruimte worden beschermd?

2c. Bruggestraat als verlengstuk boulevard?
Een andere belangrijke schakel in het recreatieve netwerk van de binnenstad is de Bruggestraat. De straat is recentelijk opnieuw ingericht en de historische panden zijn aangelicht. Toch speelt hier nog steeds de wens om de straat verder autovrij te maken: zo kan het voetgangersgebied vanaf de markt (in ieder geval in het hoogseizoen) doorlopen tot op de boulevard. Nu is de straat alleen op zondagen en in de avonduren, in verband met het uitgaanspubliek, volledig afgesloten voor gemotoriseerd verkeer.

Andersom bekeken: met de metamorfose van de Strandboulevard West, de Wijde Wellen en het Strandeiland is de toegang tot de binnenstad via de Bruggepoort nog belangrijker geworden. Wanneer het lukt om meer toeristische (bad)gasten te verleiden om ook de binnenstad ín te gaan, kan dit van grote (economische) meerwaarde zijn voor de binnenstad: meer reuring betekent een hoger voorzieningenniveau binnen de stadsmuren. Daarbij moet echter wel voorkomen worden dat er een té eenzijdig (toeristisch) aanbod ontstaat.

Kortom: in de binnenstadsvisie is een belangrijke keuze te maken met betrekking tot de programmering (zie opgave 1) en de verkeersfunctie (i.c.m. het verder vergroenen) van deze verbindingsstraat: wat is de ambitie?

DTNP ADVISEERT...

Parallel vraagstuk, met grote impact voor de binnenstad: komt er een theatergebouw in Harderwijk?
Op de lijst van recreatieve publieksfuncties met een meerwaarde voor de binnenstad ontbreekt in Harderwijk nog een theater. Onder de noemer 'De stad als podium' is er wel regelmatig een optreden binnen de stadsmuren, maar een permanente oplossing is nog onderwerp van onderzoek (en discussie). In de cultuurnota is hierover het volgende opgemerkt: *"vanwege het tijdelijke karakter van de podiumvoorziening op het Bouw & Infra-park (maximaal 5 jaar) en het tijdsbeslag dat is gemoeid met het realiseren van een meer permanent podium, sturen we aan op besluitvorming over het al dan niet ontwikkelen van een multifunctionele zaal op het Dolfinariumeiland in 2022"*. Vanuit de opgave van een toekomstbestendige binnenstad met een zo compleet mogelijk recreatief aanbod voor de bezoekers en inwoners van Harderwijk is de komst van <u>een theater in (de nabijheid van) de binnenstad zeer gewenst</u>.

3. Een comfortabel en aantrekkelijk geheel

a. *Wat voor onderhoudsniveau willen we hanteren voor de openbare ruimte in de binnenstad? Alles op A-niveau?*
b. *Welke openbare voorzieningen (fietsenstalling, servicepunt en/of sanitair) willen we de bezoekers bieden? Waar kan dit?*
c. *Hoe maken we de stadslogistiek duurzaam?*
d. *Waar en hoe heten we binnenstadsbezoekers welkom? Welke route(s) verzorgen we?*

3a en 3b. Hoe houden we de stad aantrekkelijk?
In Harderwijk wordt de openbare ruimte slechts op enkele plekken op A-niveau onderhouden (o.a. Hortuspark). Tegelijkertijd ligt het verwachtingsniveau, van bezoekers en ondernemers, meestal hoger in de binnenstad:

> *"Er is zoveel moois gerealiseerd in Harderwijk; nu moeten we het ook nog zo mooi zien te houden."*

Daarbij hebben de binnenstadsbezoekers ook zelf invloed op hoe schoon, heel en veilig het centrum is. Het aanbieden van een (bemenste) fietsenstalling is één; hoe zorgen we er vervolgens voor dat bezoekers daar (graag) gebruik van maken? Het goed inrichten en samen onderhouden van het dagelijks gebruik van de binnenstad is van groot belang voor een vitale

KEUZE

Schoon, heel en veilig: wat mag het kosten?
Gaan we voor onderhoud van de openbare ruimte in de binnenstad naar een A-niveau? Of maken we onderscheid per straat of plein?

KEUZE

Waar willen we onze bezoekers (welke) openbare voorzieningen aanbieden?
Welke faciliteiten zijn *waardevol* voor onze bezoekers? En welke faciliteiten zijn *nodig* voor een aantrekkelijke stad? Wat kan en wat mag waar?

Observatie binnenstad Harderwijk, zaterdag 6 november 2021

en toekomstbestendige binnenstad. Bij het maken van nieuwe (structurele) ruimtelijk-economische keuzes in de binnenstad zal dus ook telkens aandacht besteed moeten worden aan de doorvertaling van deze keuzes naar de praktische/uitvoerende (en budgettaire/organisatorische) gevolgen. Zeker met het oog op de veranderende winkelfunctie en mogelijke uitbreiding van de leisure- of juist de woon-/werkfunctie in de binnenstad, is een integrale afweging en een duurzame (slimme) oplossing gewenst.

"Een samenhangend verlichtingsplan zou ook goed zijn: laten we zorgen voor een totaalbeleving!"

3c. Hoe houden we de stad samen schoon?
Eén onderdeel uit deze integrale binnenstadspuzzel is een duurzamere stadslogistiek. Winkels en horecagelegenheden hebben op verschillende momenten bevoorrading nodig en kennen ieder een andere afvalstroom. Het veranderende consumentengedrag (mede als gevolg van beperkende coronamaatregelen) leidt daarbij tot een verdere toename van vervoersbewegingen (*"busjes en scooters"*). Het af- en aanrijdend logistiek verkeer is daarbij zowel storend als verspillend. Op de onlangs gepresenteerde 'Routekaart zero emissie stadslogistiek' staan dan ook enkele cruciale inhoudelijke keuzes.

3d. Welkom in Harderwijk, en graag tot ziens!
De laatste ruimtelijke 'keuze' die we willen belichten heeft wellicht niet de allerhoogste prioriteit, maar is wel symbolisch voor de huidige gang van zaken in de binnenstad van Harderwijk. Het betreft de '*signing & routing*' in de binnenstad. Wie de bestaande bewegwijzering in de Harder-wijker binnenstad volgt, belandt niet altijd (direct) op de plek waar hij of zij zou willen zijn. Niet alleen doet dit afbreuk aan het comfortabele en aantrekkelijke binnenstadsbezoek, het betekent ook een gemiste kans voor de stad en haar ondernemers om zich van de beste kant te laten zien. De binnenstad staat voor een transitie naar een meer recreatieve functie (zie conclusie in §2.4). Daarvoor moet ook de bewegwijzering feilloos functioneren. Dus: niet (meer) ad hoc bordjes plaatsen, maar samen keuzes maken vanuit een integrale visie!

KEUZE

Hoe houden we de binnenstad toegankelijk?
Bereikbaarheid van en toegankelijkheid in de binnenstad vraagt voortdurend aandacht: wie mag, op welk moment en op welke manier, gebruik maken van de schaarse ruimte?

DTNP ADVISEERT...

(Visie op) mobiliteit belangrijke randvoorwaarde
Voor een goed functionerende binnenstad zijn traditioneel gezien passende parkeervoorzieningen (capaciteit en tarief) een eerste randvoorwaarde. Door de verschuivingen in de positionering van de binnenstad (meer recreatief en minder doelgericht bezoek) zullen ook het gedrag en de verwachtingen van de bezoeker veranderen. Elders in dit document is al stilgestaan bij de eventuele meerwaarde van verkeerskundige ingrepen (o.a. Bruggestraat en Kloosterplein). Om hier een goed antwoord op te formuleren is zowel in de (dit jaar op te stellen) 'parkeervisie' als het 'koersdocument mobiliteit' nadrukkelijk aandacht nodig voor het samenspel tussen de verschillende modaliteiten in en om de binnenstad (trein, bus, auto, boot en/of (leen-)fiets, uit alle windrichtingen).

4 Tot slot

Gezocht: visie en ambitie

Met dit diagnose-document is het startsein gegeven voor een (publieke) dialoog over de toekomst van de Harderwijkse binnenstad. Het woord is nu aan de bestuurders, beleidsadviseurs, bewoners, ondernemers, vastgoedeigenaren, culturele instellingen en overige betrokkenen. Samen zullen deze partijen een nieuwe weg moeten inslaan, om de binnenstad aantrekkelijk en relevant te houden voor haar bezoekers.

Een integrale toekomstvisie (met bijbehorend uitvoeringsplan) is hierbij gewenst. Dit helpt de krachten te bundelen en de transitie van het centrumgebruik (van: *'ik moet er zijn'*, naar: *'ik wil er zijn'* en *'ik kom graag nog eens terug'*) in goede banen te leiden. De vraag die nu voorligt is met name: welke ambities stellen we centraal? Kiezen we voor een groenere en gezondere binnenstad, met minder auto's en meer nadruk op een goed verblijfsklimaat? Kiezen we voor het verder opwaarderen van onze cultuurhistorische waarden en onze toeristisch-recreatieve trekkracht? Of kiezen we voor een goed bereikbare binnenstad met een aantrekkelijk vestigings-/investeringsklimaat?

Vanuit gezamenlijk belang samen aan de slag

Welke ambitie er ook gekozen wordt; het vertrekpunt voor het aanpakken van de uitdagingen is gunstig. Er is de afgelopen jaren veel geïnvesteerd en de binnenstad ligt er, zeker in de ogen van een buitenstaander, goed bij. Het Harderwijkse centrum heeft heel wat unieke troeven ter beschikking die ingezet kunnen worden om de teruglopende winkelfunctie op te vangen.

Het streven is om hierbij in de toekomst vanuit een sterke langetermijnvisie en een goede onderlinge samenwerking en communicatie (op strategisch en op dagelijks niveau) *samen* te werken aan de toekomstbestendigheid van de binnenstad. Aan de slag!

Droogh Trommelen en Partners (DTNP) - Adviseurs voor Ruimte en Strategie
Graafseweg 109, 6512 BS Nijmegen | T 024 - 379 20 83 | E info@dtnp.nl | W www.dtnp.nl