



Actieplan centrum Bleiswijk

·dtNp·

Droogh Trommelen en Partners (DTNP)

Adviseurs voor Ruimte en Strategie

Graafseweg 109

6512 BS Nijmegen

T 024 - 379 20 83

E info@dtnp.nl

W www.dtnp.nl

Opdrachtgever: Gemeente Lansingerland

Contactpersoon: De heer R. van Wensen

Projectteam DTNP: De heer W. Frielink

De heer T. Wissink

Projectnummer: 1831.0317

Datum: 22 september 2017

Actieplan centrum Bleiswijk

·dtnp·

Inhoudsopgave

1	Context	1
1.1	Inleiding	2
1.2	Kenmerken Lansingerland	3
1.3	Winkelstructuur Lansingerland	4
1.4	Regio	5
2	Trends en ontwikkelingen	6
3	Actieprogramma	10
3.1	Uitgangspositie centrum Bleiswijk	11
3.2	Projecten centrum	15
Bijlage		19
	Kort verslag discussiebijeenkomst	20



1 Context

1.1 Inleiding

Aanleiding

Bleiswijk is een van de drie kernen van de gemeente Lansingerland. De andere twee kernen zijn Berkel en Rodenrijs, en Bergschenhoek. Het centrum van Berkel en Rodenrijs is in het gemeentelijke beleid het hoofdcentrum van de gemeente.

Als gevolg van onder andere trends en ontwikkelingen in de winkelmarkt veranderen ook de functie en positie van de centra van Bleiswijk en Bergschenhoek. De gemeenteraad van Lansingerland heeft daarom besloten om in samenspraak met ondernemers, pandeigenaren en bewoners van deze centra een actieplan op te stellen voor de centra van Bleiswijk en Bergschenhoek. Aan DTNP is opdracht gegeven deze actieplannen op te stellen.

Doel

Het actieplan voor Bleiswijk heeft als doel het behouden van een leefbaar dorp en een economisch vitaal centrum. Het plan geeft knelpunten en kansen aan, en bevat zowel kortetermijn- (quick wins) als langetermijn- projecten om het centrum vitaal en het dorp leefbaar te houden.

Proces

Voor de totstandkoming van het voorliggende actieplan heeft een werkbijeenkomst plaatsgevonden met ondernemers, pandeigenaren en bewoners van het centrum van Bleiswijk. Met hen is gediscussieerd over de gevolgen van trends en ontwikkelingen voor het centrum van Bleiswijk en nagedacht over benodigde acties voor een aantrekkelijk en vitaal centrum (zie bijlage). Onderdeel van de werkbijeenkomst was een gezamenlijke schouw van het centrum.

Vervolg

Acties die in dit actieplan benoemd zijn, kunnen door verschillende partijen worden opgepakt. Soms is de gemeente verantwoordelijk, soms zijn het ondernemers of eigenaren die verantwoordelijk zijn voor de uitvoer van een project. Sommige projecten lopen reeds, andere projecten zullen moeten worden opgestart, waarbij in veel gevallen nog geen financiering beschikbaar is.

Opbouw actieplan

In het vervolg van dit hoofdstuk wordt ingegaan op relevante feiten en cijfers voor het centrum van Bleiswijk. In hoofdstuk 2 wordt ingegaan op de belangrijkste trends en ontwikkelingen in de winkelmarkt en de gevolgen die die hebben voor het centrum. Hoofdstuk 3 gaat ten slotte in

op het actieprogramma, waarbij vooral aandacht is voor de toekomstige functie van het centrum en wat daar volgens betrokkenen voor nodig is.

Samenvattende conclusie

Het centrum van Bleiswijk heeft, bijvoorbeeld in tegenstelling tot het centrum van Bergschenhoek, geen structureel ruimtelijk probleem. Het centrum kan een dorpsverzorgende (boodschappen)functie blijven vervullen. Wel moet rekening worden gehouden met een afnemend aantal niet-dagelijkse winkels. Voor een zo sterk en compleet mogelijk centrum wordt geadviseerd vast te blijven houden aan het reeds vastgestelde compacte kernwinkelgebied.

De inrichting van de openbare ruimte is in het centrum van hoge kwaliteit. Inspanningen dienen gericht te zijn op het behoud van deze kwaliteit. Hiervoor dient onder andere de samenwerking tussen ondernemers, eigenaren, bewoners en wijkbeheer (gemeente) verbeterd te worden (o.a. actiegerichter en betere communicatie).

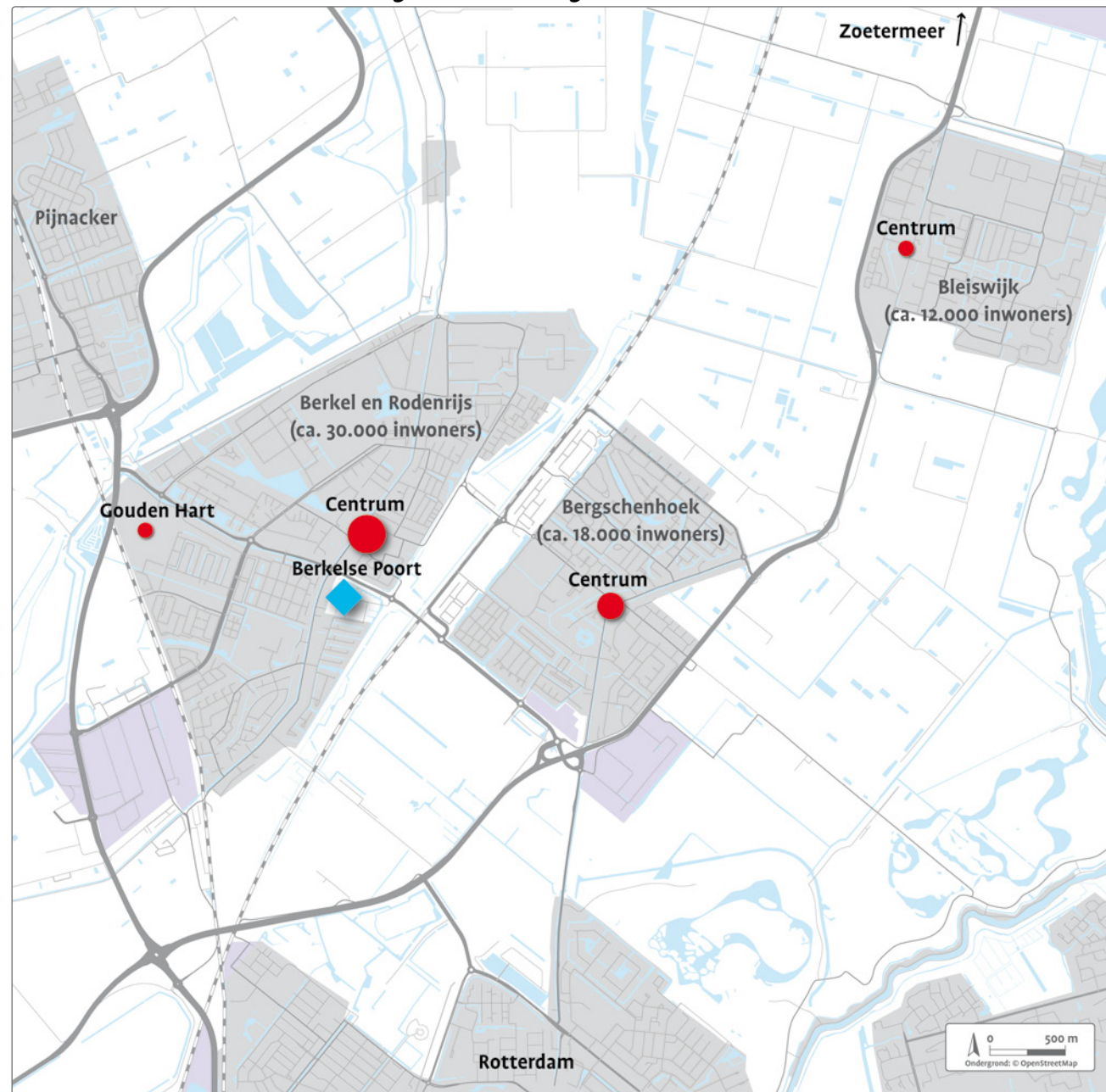
1.2 Kenmerken Lansingerland

Gemeente Lansingerland

De gemeente Lansingerland is een jonge gemeente die in 2007 ontstond na de fusie van de voormalige gemeenten Berkel en Rodenrijs, Bergschenhoek en Bleiswijk. Elk van deze gemeenten bestond uit één gelijknamige (dubbel)kern. Door de jonge geschiedenis van Lansingerland identificeren inwoners zich nog meer met het eigen dorp dan dat ze zich inwoner van Lansingerland voelen.

Berkel en Rodenrijs en Bergschenhoek liggen topografisch ongeveer tegen elkaar aan. De spoorlijn HSL-Zuid is echter een fysieke barrière. Het spoor is weliswaar op twee plekken met de auto en op vijf plekken te fiets en per voet oversteekbaar, maar vormt nog steeds een grote belemmering. Berkel en Rodenrijs en Bergschenhoek blijven daardoor gevoelsmatig en functioneel twee afzonderlijke verzorgingsgebieden. Bleiswijk ligt op grotere afstand van de twee andere dorpen, meer richting Zoetermeer. Door deze ligging heeft Bleiswijk zijn eigen dorpse dynamiek.

Aantal inwoners en winkelstructuur gemeente Lansingerland



Huidig aantal inwoners

In de hele gemeente Lansingerland wonen in totaal circa 60.000 mensen*, verspreid over de drie dorpen: Berkel en Rodenrijs (circa 30.000 inwoners), Bergschenhoek (circa 18.000 inwoners) en Bleiswijk (circa 12.000 inwoners).

Sterke bevolkingsgroei

De gemeente is een van de hardst groeiende gemeenten van het land, onder andere door zijn ligging nabij Rotterdam en Den Haag. Volgens de provinciale bevolkingsprognose zal de komende 10 jaar het aantal inwoners nog met circa 10.000 toenemen tot ongeveer 70.000 in 2027 (+16%). Volgens deze prognose zal de groei ook in de periode daarna in hetzelfde tempo doorzetten, met uiteindelijk mogelijk zelfs bijna 80.000 inwoners in 2040.

De gemeentelijke bevolkingsprognose gaat uit van een iets behoudendere groei, namelijk naar circa 68.000 inwoners in 2027.

* CBS/Statline (2017), Kengetallen buurten en wijken

1.3 Winkelstructuur Lansingerland

Het winkelaanbod in de gemeente Lansingerland is circa 76.000 m² winkelvloeroppervlak (wvo) groot, verspreid over 220 winkels. Elk van de dorpskernen beschikt over een eigen centrum. Daarnaast zijn er nog de winkelgebieden Gouden hart en Berkelse Poort.

Centrum Berkel en Rodenrijs

Het centrum van Berkel en Rodenrijs is met bijna 15.000 m² wvo en ruim 80 winkels het grootste centrum van de drie en beschikt over onder andere het ruimste boodschappenaanbod (o.a. drie supermarkten) en een uitgebreid niet-dagelijks winkelaanbod (o.a. mode, huishoudelijk, warenhuis, sport).

Centrum Bergschenhoek

Het centrum van Bergschenhoek is ruim 7.000 m² wvo groot en beschikt over 32 winkels. In het centrum zijn twee supermarkten van moderne omvang (Jumbo, ca. 1350 m² wvo; PLUS, ca. 1.800 m² wvo) en een compleet en divers pakket aan dagelijks aanbod (o.a. drogist, bakker, slager, vis). Tevens is er een divers palet aan niet-dagelijkse winkels aanwezig, variërend van huishoudelijke artikelen en bloemen, tot mode, cadeauwinkels en een dierenspeciaalzaak.

Centrum Bleiswijk

Het centrum van Bleiswijk is in omvang net wat kleiner dan het centrum van Bergschenhoek (circa 6.000 m² wvo), maar beschikt over ongeveer evenveel winkels (34). Er zijn twee supermarkten (Albert Heijn en Jumbo, beide rond de 1.000 m² wvo), een compleet verspakket (deels geclusterd op één plek) en verschillende niet-dagelijkse winkels. Op enige afstand van het centrum ligt, aan de rand van het dorp, een solitaire vestiging van Lidl.

Gouden Hart

In Westpolder ligt nog een klein boodschappen-centrum met vijf winkels, waaronder supermarkt Jumbo en drogisterij Trekpleister.

Berkelse Poort

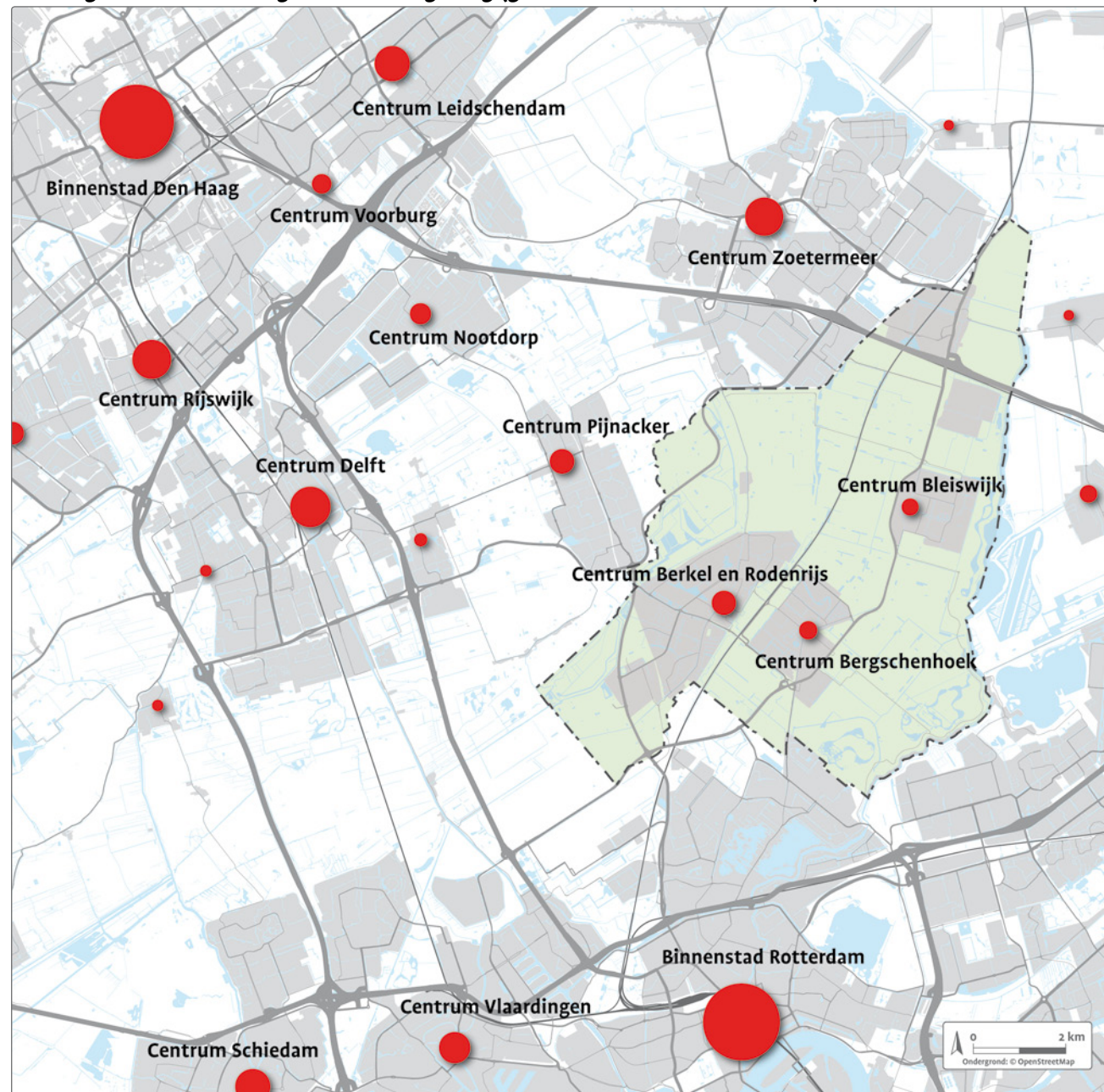
Aanvullend aan de drie dorpscentra en het boodschappencluster Gouden Hart beschikt Lansingerland over het winkelgebied Berkelse Poort. Deze locatie is bedoeld voor volumieuze detailhandel (bouwmarkten, tuincentra, grote woonwinkels). In totaal zijn hier tien winkels gevestigd met een gezamenlijke omvang van 10.000 m² wvo.

1.4 Regio

Lansingerland ligt midden in de Randstad en centraal tussen Rotterdam, Den Haag en Zoetermeer. Elk van deze steden heeft een veel groter winkelaanbod dan Lansingerland. De binnensteden van Rotterdam (ca. 170.000 m² wvo en ruim 700 winkels) en Den Haag (ca. 160.000 m² wvo en ruim 700 winkels) horen zelfs bij de allergrootste binnensteden van Nederland. Deze centra hebben dan ook grote aantrekkingskracht op consumenten, niet alleen uit de twee steden zelf, maar ook uit een groot omliggend gebied, waaronder Lansingerland.

De dorpen in de omgeving van Lansingerland, zoals Pijnacker, hebben meestal een eigen centrum met een vergelijkbaar winkelaanbod.

Winkelgebieden in Lansingerland en omgeving (geschaald naar aantal m² wvo)





2 Trends en ontwikkelingen

De detailhandelssector is zeer dynamisch en is de afgelopen jaren sterk veranderd door diverse ontwikkelingen aan vraag- en aanbodzijde.

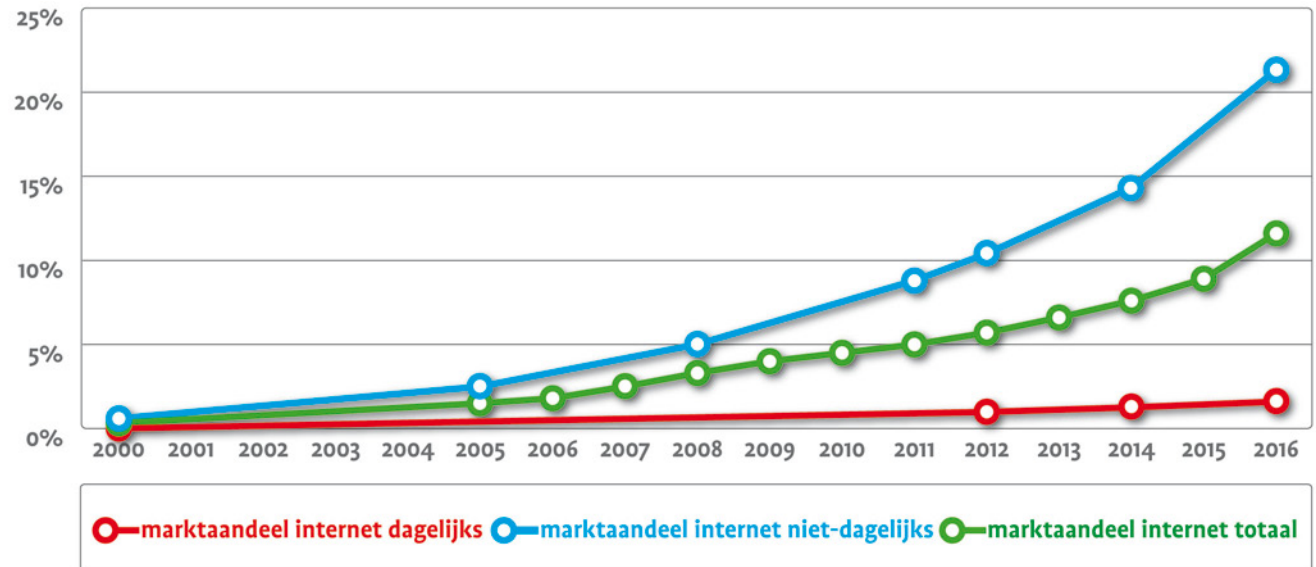
Van groei- naar krimpmarkt

- Sinds 2008 is de winkelmarkt structureel gewijzigd van een groei- in een krimpmarkt. Met name in de non-foodsector groeide het aanbod eerst nog fors als gevolg van de vastgoedbubbel en de drang tot schaalvergroting, terwijl de bestedingen sinds 2008 juist flink zijn gedaald.
- Door de opkomst van internet (ten koste van fysieke winkels) en de vergrijzing (ouderen besteden minder aan producten) staat het functioneren van steeds meer winkels onder druk. Sinds 2012 zijn al meer dan 50 landelijke winkelketens failliet gegaan, de leegstand neemt toe.
- De afgelopen jaren neemt het niet-dagelijkse winkelaanbod voor het eerst af. Vooral door de verdere groei van internet is de verwachting dat het winkelaanbod, met name in de niet-dagelijkse sector, de komende jaren nog verder zal afnemen.

Gevolgen voor dorpscentra

- Internet leidt tot een structureel ander ruimtelijk aankoopgedrag. Steeds meer producten worden via internet aangeschaft.

Ontwikkeling marktaandeel internet



Dit betekent dat de noodzaak voor een bezoek aan een winkelgebied deels wegvalt. Met name winkels in de niet-dagelijkse sector worden in toenemende mate pas bezocht als ze een onderscheidend vermogen ten opzichte van internet hebben.

- Fysieke winkellocaties houden meerwaarde als het gaat om het doen van dagelijkse, frequente aankopen (boodschappen) in de directe woon-/leefomgeving of voor een dagje naar de stad (uniek, groot aanbod en aantrekkelijke sfeer en beleving).
- Gevolg van dit gewijzigde consumentengedrag is dat veel centra in Nederland kampen met afnemende bezoekers-

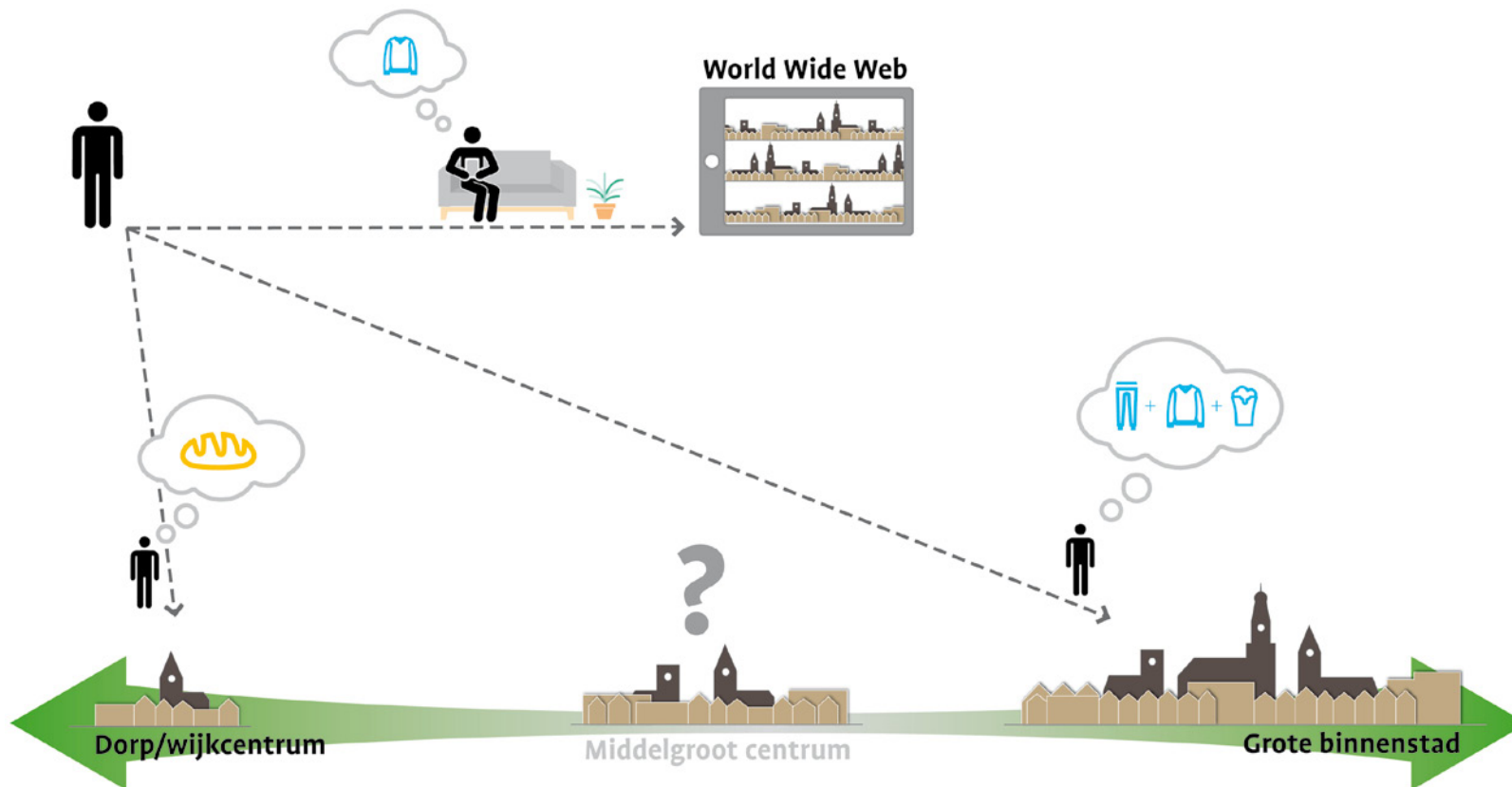
aantallen en dat vooral het niet-dagelijkse winkelaanbod in alle (behalve de allergrootste) centra sterk onder druk staat. Kansen voor behoud van niet-dagelijks aanbod in veel middelgrote en kleinere centra, zoals de centra van Bergschenhoek en Bleiswijk, liggen er vooral als de winkels meerwaarde weten te bieden ten opzichte van internet, bijvoorbeeld door een hoog serviceniveau of een sterke lokale klantenbinding, en als het dagelijkse winkelaanbod sterk is. Daarnaast kan functieverbreiding van de centra leiden tot nieuwe redenen om centra te bezoeken, en dus tot meer bezoekers.

- Mede door het zwakker functioneren van het niet-dagelijkse aanbod neemt het belang van het dagelijkse winkelaanbod in kleinere centra toe. Boodschappenwinkels, en dan met name supermarkten, waren in kleine dorpscentra altijd al veruit de meest bezochte winkels waarvan andere winkels konden profiteren. Die 'trekkers'-functie wordt alleen nog maar groter.

- Bestaande winkelketens hebben hun vestigingsstrategie gewijzigd: er worden niet of nauwelijks nog nieuwe filialen geopend, en er worden zelfs filialen gesloten. Daardoor is in dorpscentra steeds vaker een incompleet niet-dagelijks winkelaanbod te vinden en is de toegang tot voorzieningen steeds meer afhankelijk van lokaal ondernemerschap.

Trekkersrol supermarkten

Voor kleine en middelgrote centrumgebieden zijn supermarkten van groot belang. Met $\pm 80\%$ marktaandeel in de dagelijkse sector zijn supermarkten de basis bij het boodschappen doen. Ze zijn voor de consument bepalend bij de keuze voor een winkelgebied. Een eigen-tijdse supermarkt van 1.200 m² wvo trekt wekelijks circa 10.000 bezoekers. Mits goed gelegen kunnen overige winkels profiteren van



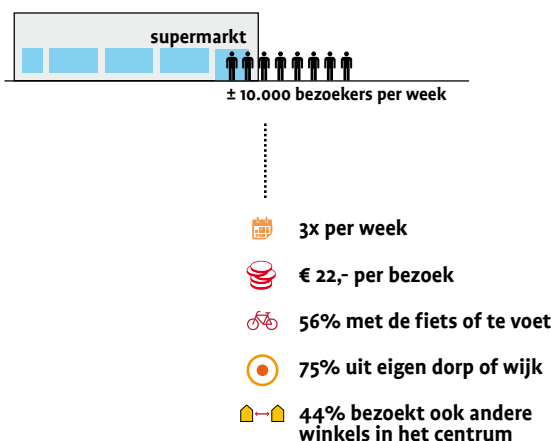
de grote bezoekersaantallen van deze publiekstrekkers. Onderlinge afstand en zichtrelatie zijn daarbij bepalende factoren.

Uit recent door DTNP uitgevoerd onderzoek onder circa 3.000 respondenten in 20 dorps- en wijkcentra blijkt dat de gemiddelde supermarktbezoeker een frequente en overwegend lokale bezoeker is. Bovendien blijkt dat circa 44% van deze consumenten het supermarktbezoek combineert met een of meer andere winkels in

hetzelfde winkelgebied*. Dit geldt zowel voor servicesupermarkten als voor discounters. Het onderzoek toont aan dat het aandeel supermarktbezoekers dat ook andere winkels bezoekt, toeneemt naarmate meer winkels dicht bij de supermarkt liggen. Als de eerste (vijf) winkels niet binnen 80 meter van de supermarkt liggen neemt het combinatiebezoek snel af. Daarnaast blijkt dat het combinatiebezoek toeneemt naarmate er meer winkels in het zicht van de ingang van de supermarkt liggen.

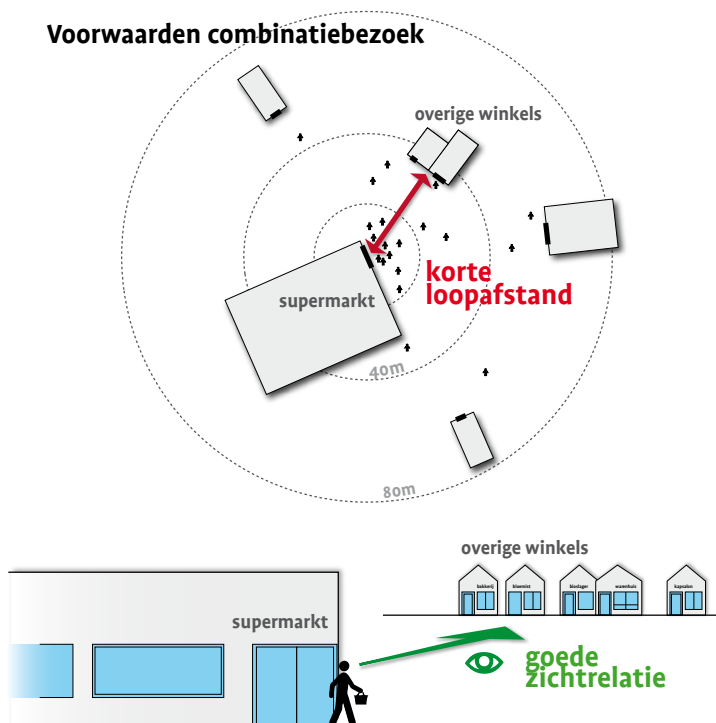
* DTNP (2016), Passantenonderzoek trekkersrol supermarkten

Profiel gemiddelde bezoeker



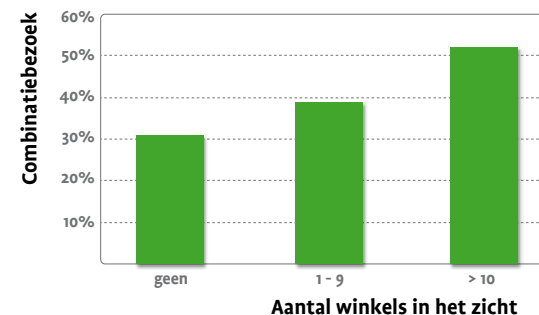
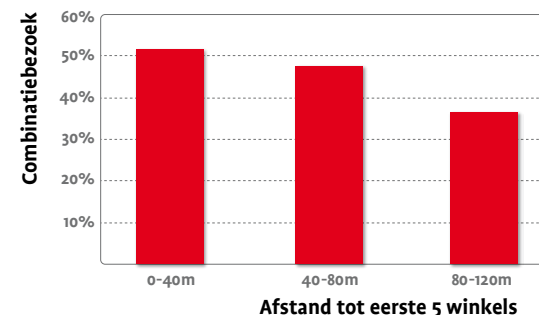
Bron: DTNP (2016), Passantenonderzoek trekkersrol supermarkten

Voorwaarden combinatiebezoek



Bleiswijk in relatie tot de trends

De landelijke trends in de winkelmarkt zijn goed terug te zien in Bleiswijk. Zo is bijvoorbeeld recent de enige winkel in huishoudelijke artikelen uit het dorp verdwenen. Gelijktijdig is er bij ondernemers een besef dat ze gezamenlijk een hoogwaardige en dorpse beleving moeten bieden om de klant aan te spreken.





3 Actieprogramma

3.1 Uitgangspositie centrum Bleiswijk

Kenmerken hoofdwinkelgebied

- Ligging: decentraal in westen van Bleiswijk;
- Kernwinkelgebied (kaart): Dorpsstraat (deels), Plaats (deels);
- Omvang: $\pm 6.000 \text{ m}^2 \text{ wvo}^*$;
- Branchering: 2 supermarkten (AH en Jumbo, beide ca. $1.000 \text{ m}^2 \text{ wvo}$), ± 12 overige dagelijkse winkels, ± 20 niet-dagelijkse winkels, ± 8 horecabedrijven, ± 8 dienstverleners*;
- Leegstand: ± 2 panden ($230 \text{ m}^2 \text{ wvo}$)*;
- Eigendom: versnipperd.

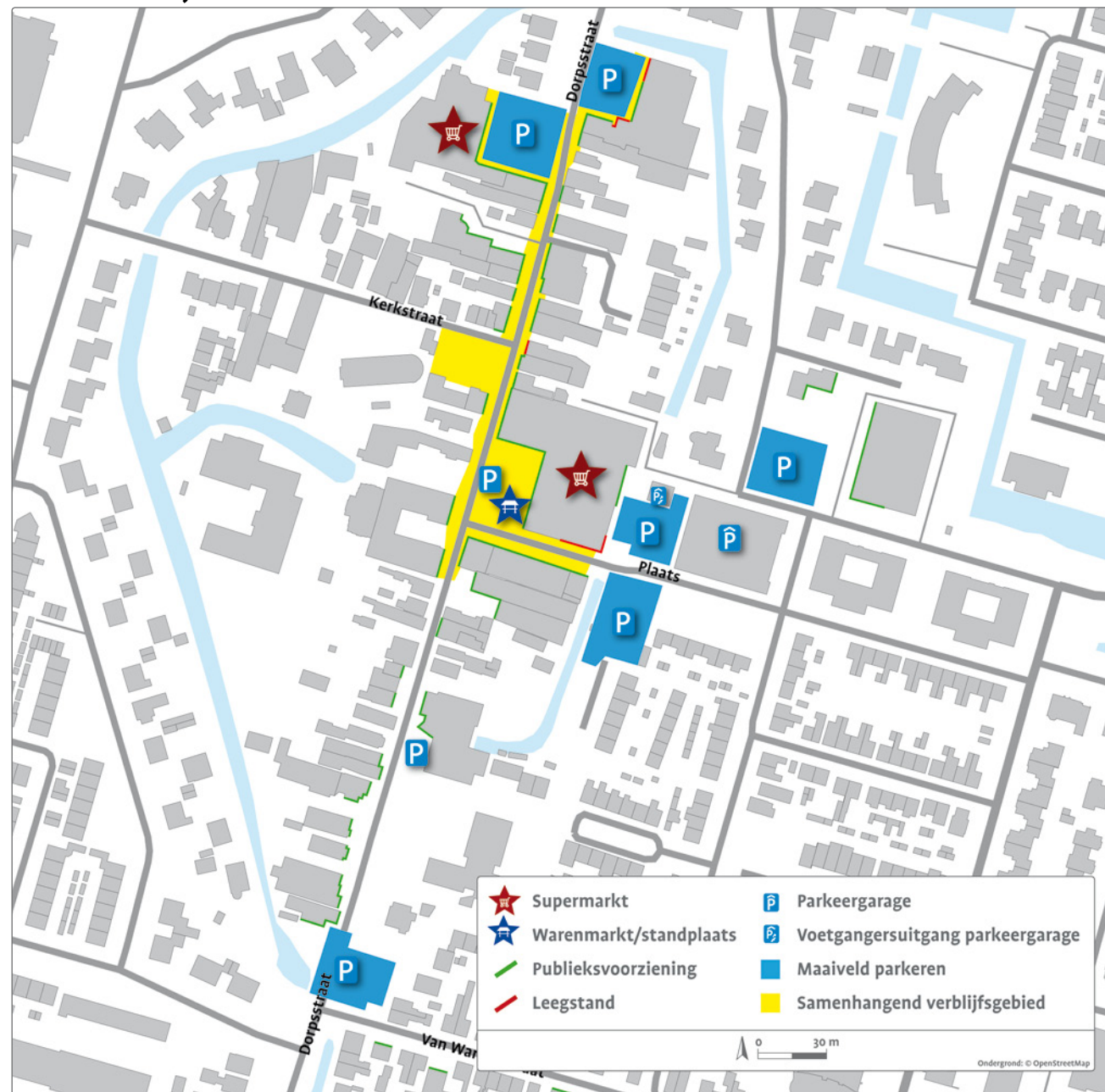
Toekomstige functie en doelgroep

- Het centrum is hét winkelgebied van Bleiswijk. Ook voor de sectoren horeca en publieksgerichte dienstverlening is het centrum de belangrijkste locatie.
- Het centrum van Bleiswijk heeft primair een functie voor het dorp (92% van de dagelijkse en 80% van de niet-dagelijkse bestedingen komen uit Bleiswijk**) en blijft dit ook in de toekomst houden.
- Door autonome ontwikkelingen in de winkelmarkt (m.n. wijzigend winkelgedrag en

* Locatus Online (2017), 28-08-2017

** I&O Research/DTNP (2016), Randstad Koopstromenonderzoek

Centrum Bleiswijk



internet) moet rekening worden gehouden met een afname van het aantal niet-dagelijkse winkels in Bleiswijk.

- De traditioneel dominante winkelfunctie zal meer plaats gaan maken voor een breed pakket aan centrumfuncties, gericht op alle typen centrumbezoek, waarbij service en ontmoeting belangrijke gemene delers zijn.
- De frequente koopfunctie (boodschappen) blijft een belangrijke basis voor het toekomstig functioneren. Het boodschappenaanbod kan aangevuld blijven met een beperkt dorps niet-dagelijks winkelaanbod (circa 10 à 15 niet-dagelijkse winkels).

Kwaliteiten en kansen

Aanbod

- Winkels in de dagelijkse sector functioneren gemiddeld op een hoog niveau. Ook zijn de totale bestedingen in deze sector in het centrum van Bleiswijk de afgelopen jaren toegenomen, evenals het aanbod.
- Het dagelijkse aanbod is compleet, met onder andere twee supermarkten, drogisterijen, bakkers, slager en kaaswinkel. Ook het niet-dagelijkse aanbod is relatief uitgebreid. Veel frequent benodigde, maar ook minder frequent benodigde artikelen, zijn in het centrum te krijgen, variërend van

boeken en bloemen, tot mode, cadeau-artikelen en dierbenodigdheden. Een winkel in huishoudelijke artikelen (Marskramer) is recent gesloten.

- Gericht (frequent) kopen en boodschappen doen zijn de dominante bezoeksredenen in het centrum. Het gemakkelijk kunnen doen van de geregelde aankopen blijft een belangrijke functie voor het centrum.
- De woonfunctie draagt bij aan de levendigheid in het centrum, zeker buiten winkeltijden.
- Afname van het aantal winkels kan (deels) ondervangen worden door verbreding van het aanbod (o.a. cultuur, maatschappelijk en medisch), waardoor een grote toename van leegstand kan worden voorkomen.
- Het voormalige winkelpand van Marskramer (aan Plaats) zal deels door bakker Ammerlaan worden ingevuld en zal tevens worden gebruikt voor uitbreiding van Jumbo.

Ruimtelijk

- Eerder is beleid opgesteld waarin voor het centrum van Bleiswijk is gekozen het kernwinkelgebied te beperken tot het huidige samenhangende verblijfsgebied (Dorpsstraat tussen de supermarkten, De Plaats). Dit concentratiebeleid is mede de basis geweest voor de huidige hoog-waardige inrichting van de openbare ruimte. Het kernwinkelgebied is

nagenoeg volledig ingevuld. Vast blijven houden aan dit beleid draagt bij aan behoud van een aantrekkelijk, gevarieerd en vitaal centrum voor Bleiswijk.

- Concentratie van alle typen centrumfuncties in een compact gebied leidt tot een bundeling van bezoekersstromen en vergroot de economische (combinatiebezoek) en maatschappelijke relevantie (levendigheid, ontmoeting, van 'place to buy' naar 'place to be') van het centrumgebied.
- In de Dorpsstraat (tussen Kerkstraat en Albert Heijn) is een sterk cluster van (zelfstandige) verswinkels aanwezig met een bakker, slager, groenteboer en kaaswinkel.
- Het kernwinkelgebied heeft een relatief compacte en overzichtelijke opzet met aan weerszijde van de Dorpsstraat een supermarkt ('haltermodel'). De supermarkten zijn nu nog ongeveer even groot en hebben een beperkte omvang (ca. 1.000 m² vwo). Jumbo zal echter op korte termijn uitbreiden.
- Aan weerszijde van de Dorpsstraat wordt het bruggetje over het water gebruikt als accent en entree tot het centrum van Bleiswijk. Deze entrees kunnen nog verder verduidelijkt worden.
- De 'Dorpswandeling Bleiswijk' (historische wandeling door het dorp Bleiswijk) laat de historie van Bleiswijk zien.

- Het grootste deel van de panden in de Dorpsstraat die nu in gebruik zijn als winkel, horecabedrijf of andere publieksgerichte voorziening zijn in het verleden een woning geweest. Het is hierdoor, indien nodig, relatief eenvoudig de panden te transformeren naar andere functies.
- De twee pleinen (Kranenburgplein op hoek De Plaats-Dorpsstraat; Herdenkingsplein op hoek Kerkstraat-Dorpsstraat) kunnen meer dan nu een centrale ontmoetingsplek in het centrum vormen. Met name het Kranenburgplein kan door haar ligging en omvang meer het centrale evenementenplein zijn dan het nu is. Faciliteiten (o.a. bankjes, lichtpunt), inrichting en aankleding kunnen hier een bijdrage aan leveren.

Verkeer en bereikbaarheid

- Bezoekers aan het centrum zijn gemiddeld erg positief over het gratis parkeren. Ook zijn bezoekers gemiddeld genomen positief over de bereikbaarheid per fiets en de stallingsmogelijkheden daarvoor, en de algehele veiligheid*.
- Het parkeerregime (blauwe zone) sluit goed aan op het gerichte en frequente bezoek.

* I&O Research/DTNP (2016), Randstad Koopstromenonderzoek

Samenwerking en ondernemerschap

- Er zijn relatief veel zelfstandige ondernemers in het centrum van Bleiswijk die een sterke binding hebben met het dorp. Men is trots op het dorp en heeft een sterke betrokkenheid en de wil om een kwalitatief sterk centrum neer te zetten.
- Er is periodiek een gezamenlijk winkeliers-overleg tussen de gemeente en winkeliers om 'de stand van het centrum' door te nemen.
- Goede (zelfstandige) winkelondernemers bewegen mee met de veranderende behoeften van de lokale consument: integratie internet en serviceverlening in het businessmodel.
- Het door alle ondernemers gezamenlijk promoten en uitdragen van een 'beeldmerk' van het centrum van Bleiswijk kan het totaal sterker maken: een herkenbaar centrum met een eigen identiteit waar de Bleiswijker trots op is én een hogere betrokkenheid en samenhang van ondernemers.

Openbare inrichting en onderhoud

- Het centrum heeft een aantrekkelijk dorps-karakter, enerzijds door de ruimtelijke uitstraling van onder andere de hoogwaardige straatinrichting en het vastgoed, anderzijds door de (kwaliteit van) de aanwezige (zelfstandige) ondernemers.

- Het onderhoudsniveau van maaiwerk, vegen, onkruid en zwerfafval gaat per 1 januari 2018 omhoog van niveau C naar niveau B. Dit zal tot een opgeruimder en netter straatbeeld leiden.

Knel- en verbeterpunten

Aanbod

- De concurrentiepositie voor niet-dagelijks winkelaanbod in Bleiswijk verslechtert ten opzichte van internet, het grotere centrum van Berkel en Rodenrijs, en de grotere binnensteden (o.a. Rotterdam, Den Haag, Zoetermeer).
- Het aantal winkels en de diversiteit zal de komende jaren afnemen. Met name in de niet-dagelijkse sector zal er waarschijnlijk zowel een aantal formules/winkels sluiten (focussen op grotere centra) als een aantal lokale ondernemers stoppen zonder opvolging. Ook zal het aantal nieuwe vestigingen van landelijke filiaalbedrijven beperkt zijn (bijvoorbeeld kleine kans op terugkeer van een winkel in huishoudelijke artikelen). Compleetheid van het winkelaanbod en behoud van onderscheidend zelfstandig ondernemerschap staan onder druk.

- Zichtbare leegstand doet afbreuk aan de centrumbeleving. Aandacht voor de uitstraling en tijdelijke invulling van etalages is daarom gewenst, onder andere bij het pand direct tegenover de Kerkstraat, naast de boekhandel.
- De supermarkten bevinden zich in hetzelfde marktsegment. Voor consumenten is er weinig reden beide supermarkten in het centrum van Bleiswijk te bezoeken. Bovendien ligt een supermarkt in een aanvullend segment (Lidl) buiten het centrum aan de rand van het dorp. Deze Lidl wordt binnenkort vergroot.

Ruimtelijk

- De nieuwste toevoeging aan het centrum (noordelijk deel Dorpsstraat, met o.a. Kruidvat) is matig aangehaakt op het centrum. Het bouwblok ligt uit de rooilijn, waardoor de zichtbaarheid van winkels beperkt is. Zeker de winkels 'in de hoek' zijn moeilijk zichtbaar.
- De bibliotheek die nu net buiten het kernwinkelgebied is gevestigd (in De Snip), zal binnenkort sluiten en verplaatsen naar een andere locatie buiten het centrum van Bleiswijk. Het centrum kan daardoor niet meer profiteren van de aantrekkingskracht van de bieb (minder combinatiebezoek).

- Horeca is niet sterk aanwezig in het centrum. Een centrale plek waar op het terras gezeten kan worden voor een kop koffie ontbreekt. Het horeca-aanbod is versnipperd over diverse locaties door het centrum heen (ook buiten het kernwinkelgebied). 'Horeca-aanbod' wordt door bezoekers aan het centrum als een van de zwakste punten van het centrum genoemd en scoort tevens veel lager dan in vergelijkbare centra*.
- Het zuidelijke winkelblok aan de Plaats (met o.a. Zeeman) heeft een matige uitstraling die niet past bij de rest van het dorp, ligt enigszins in de luwte van de passantenstroom en heeft geen parkeermogelijkheden voor de deur. Doordat het vastgoed ook minder multifunctioneel inzetbaar is dan andere panden in het centrum is dit een kwetsbare locatie.

Verkeer en bereikbaarheid

- Het is niet mogelijk met het openbaar vervoer het centrum van Bleiswijk te bezoeken. De dichtstbijzijnde bushaltes zijn de Lijsterlaan en Trompstraat.
- Door eenrichtingsverkeer en de smalle straten kunnen in de centrumstraten gemakkelijk opstoppingen ontstaan, bijvoorbeeld

* I&O Research/DTNP (2016), Randstad Koopstromenonderzoek

als gevolg van bevoorrading tijdens winkel-tijden of door bestelbusjes en afvalwagens. Deze opstoppingen zijn zowel voor automobilisten als fietsers een grote belemmering.

Samenwerking en ondernemerschap

- De samenwerking tussen gemeenten, ondernemers, eigenaren en bewoners verloopt soms matig. Ondernemers, eigenaren en bewoners hebben het gevoel dat de gemeente inconsistent handelt in haar keuzes (o.a. verplaatsen bibliotheek, uitbreiden Lidl). Zij vinden het belangrijk dat de gemeente consequent handelt op basis van gemaakte keuzes en helder communiceert.
- De samenwerking tussen wijkbeheer (gemeente) en ondernemers, eigenaren en bewoners verloopt stroef. Bij ondernemers, eigenaren en bewoners heerst het gevoel dat er niet wordt geluisterd of dat meldingen vaak niet worden opgepakt. Bovendien wordt in de meeste gevallen geen terugkoppeling gegeven aan de partij die de melding heeft gemaakt.

Openbare inrichting en onderhoud

- De inrichting van het parkeerterrein voor Albert Heijn wijkt af van de inrichting van de rest van het centrum. Het heeft de

uitstraling van tijdelijke bestrating en verstoort daarmee het hoogwaardige karakter van de rest van het centrum.

- Ondernemers zijn in algemene zin erg tevreden over de openbare inrichting zoals die enkele jaren terug is aangelegd. Wel worden er verstoringen geconstateerd die afbreuk doen aan de hoogwaardige uitstraling, waaronder onkruid tussen bestrating, onderhoud van openbaar groen en zwerfafval (o.a. bij water hengelsport-zaak) en bij de plaatsing van (tijdelijke) inrichtingselementen en bewegwijzering (bijvoorbeeld bord vastgetaped aan andere paal). Er zijn zorgen dat de hoogwaardige uitstraling van het centrum achteruit gaat.
- Bezoekers van het centrum beoordelen het centrum gemiddeld met een onvoldoende voor wat betreft evenementen en faciliteiten (bijvoorbeeld bankjes (nu alleen op het Herdenkingsplein)). Ook de bereikbaarheid per openbaar vervoer wordt zeer laag beoordeeld (gemiddeld met een 4,4)*.

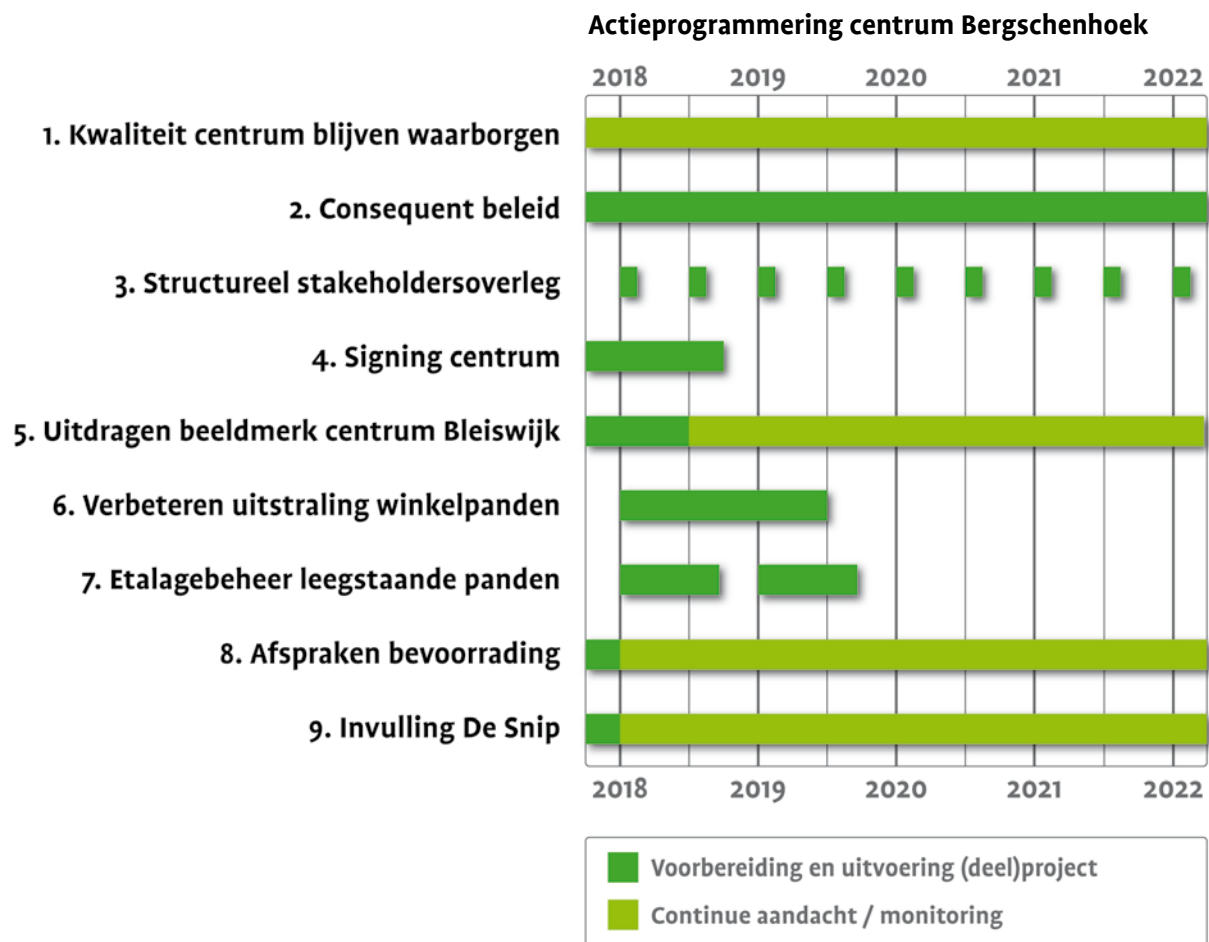
* I&O Research/DTNP (2016), Randstad
Koopstromenonderzoek

3.2 Projecten centrum

In de werkbijeenkomst met ondernemers en bewoners uit het centrum en pandeigenaren zijn allerlei gewenste acties genoemd, waaraan stakeholders zelf en in gezamenlijkheid kunnen werken. Op basis van deze input is nevenstaande projectenlijst geformuleerd.

Voor elk project zijn benoemd:

- Doel: het doel dat met het project wordt nagestreefd;
- Aanpak: de wijze waarop het doel bereikt kan worden;
- Trekker(s): de partij die in eerste instantie de verantwoordelijkheid heeft het project op de rit te krijgen;
- Partner(s): partijen die betrokken zijn bij opstarten, uitvoeren of monitoren van het project, in welke hoedanigheid dan ook (bijvoorbeeld afstemming, vergunningverlening, financiering).
- Planning: indicatie van tijdspad voor uitvoering project.



Project 1

Kwaliteit centrum blijven waarborgen

Doel	Hoogwaardig karakter centrum in stand houden
Aanpak	Blijven monitoren van de ruimtelijke kwaliteit van de openbare ruimte en het vastgoed. Elkaar op elkaars verantwoordelijkheid aanspreken, waar mogelijk zelf zaken oplossen, en creatieve oplossingen bedenken voor bijvoorbeeld onderhoud (bijv. groenonderhoud als leertraject voor leerlingen Melanchthon Business School Bleiswijk). Specifieke aandacht voor: • schone openbare ruimte • conditie inrichtingselementen Beheer openbare ruimte (bijv. kapotte inrichtingselementen) verbeteren. De huidige samenwerking daarvoor tussen ondernemers, eigenaren, bewoners en wijkbeheer werkt niet goed. Verbeteringen kunnen liggen in eenvoudige (en bekende) vaste (meld)protocollen, heldere communicatie en terugkoppeling daarop, actiegericht en meedenkend wijkbeheer.
Trekker(s)	Ondernemers en gemeente
Partner(s)	Eigenaren, bewoners
Planning	≥ 2017 (Quick win)

Project 2

Consequent beleid

Doel	Stabiel ondernemersklimaat creëren dat uitnodigt tot investeringen
Aanpak	Beleidskeuzes die voor het centrum van Bleiswijk worden gemaakt, consequent hanteren. Bijvoorbeeld: keuze voor het centrum van Bleiswijk als voorzieningencluster impliceert dat nieuwe voorzieningen in principe worden ingepast in of aan het centrum van Bleiswijk. Consequent beleid voeren houdt ook in dat vastgehouden wordt aan de vastgestelde afbakening van het kernwinkelgebied. Buiten dit kernwinkelgebied worden in principe geen winkels toegestaan.
Trekker(s)	Gemeente
Partner(s)	-
Planning	≥ 2017 (Quick win)

Project 3

Structureel stakeholdersoverleg

Doel	Inzicht en begrip in diverse belangen stakeholders en mogelijke kruisbestuiving
Aanpak	Periodiek overleg organiseren met vertegenwoordigers van alle betrokken stakeholders. Daarin gezamenlijke monitoring van centrum en eventuele aanpassingen op actieplan. Voor dit overleg kan indien mogelijk het bestaande winkeliersoverleg worden gebruikt, waarbij ondernemers enkele vastgoed-eigenaren aandragen voor deelname aan het overleg.
Trekker(s)	Gemeente
Partner(s)	Ondernemers, eigenaren, bewoners, wijkbeheer (gesprekspartners)
Planning	≥ 2017 (Quick win) (continuering bestaande overlegstructuur)

Project 4

Signing centrum

Doel	Herkenbaarheid centrum vergroten
Aanpak	In het winkelgebied duidelijke uitingen plaatsen van 'Centrum Bleiswijk'. Mogelijkheden o.a. duidelijkere 'brug'-entree, bijvoorbeeld met lichtpunten.
Trekker(s)	Winkeliersvereniging Bleiswijk
Partner(s)	Ondernemers (gesprekspartner), eigenaren (co-financiering) en gemeente (openbare ruimte, vergunning)
Planning	2017-2018 (Quick win)
Noot	Inmiddels loopt een traject dat zich richt op de natuursteenbestrating van de bruggetjes.

Project 5

Uitdragen beeldmerk centrum Bleiswijk

Doel	Binnen Bleiswijk het imago als authentiek centrum benadrukken
Aanpak	Collectief uiting geven aan het product/beeldmerk Bleiswijk-Centrum. Hiervoor een logo ontwerpen en dit beeldmerk in alle uitingen van de winkeliersvereniging en ondernemers opnemen.
Trekker(s)	Winkeliers Bleiswijk
Partner(s)	Ondernemers (gesprekspartner logo), eigenaren
Planning	2017-2018: ontwerpen van een sterk logo ≥ 2018: collectief integreren in communicatie/marketing

Project 6

Verbeteren uitstraling winkelpanden

Doel	Kwaliteitsverbetering gevel en straatbeeld centrum
Aanpak	Vastgoedeigenaren kijken kritisch naar eigen vastgoed en knappen op waar nodig (o.a. Dorpsstraat, Plaats), met waar relevant aandacht voor de authentieke pandkwaliteiten.
Trekker(s)	Vastgoedeigenaren
Partner(s)	Ondernemers (huurders), bewoners, gemeente (gesprekspartners)
Planning	2017-2019 (Quick win) Daarna continue aandacht

Project 7

Etalagebeheer leegstaande panden

Doel	Aantrekkelijk winkelstraatbeeld voor bezoekers en potentiële huurders
Aanpak	Aantrekkelijker presenteren leegstaande units. Tijdelijke etalage-invullingen (pop-up-concepten).
Trekker(s)	Vastgoedeigenaren
Partner(s)	Naastgelegen ondernemers
Planning	2018: pilot 2019: evaluatie

Project 8

Afspraken bevoorrading

Doel	Bereikbaarheid en doorstroming centrum waarborgen
Aanpak	Ondernemers proberen met leveranciers afspraken te maken over venstertijden voor bevoorrading.
Trekker(s)	Ondernemers
Partner(s)	Winkeliersvereniging, bewoners (gesprekspartner)
Planning	≥ 2017 (Quick win)

Project 9

Invulling De Snip

Doel	Voorkomen dat De Snip langdurig leeg staat en proberen in te vullen met functie die het centrum versterkt.
Aanpak	Iedereen oren en ogen open houden voor mogelijke vastgoedvraag die in De Snip ingepast kan worden. Dit geldt zowel voor de gemeente (is er binnenkort een nieuwe locatie nodig voor een gemeentelijke (gesubsidieerde) instelling?) als ondernemers, eigenaren en dorpsbewoners (is er een lokaal initiatief waarvoor nog geen geschikt pand gevonden is?).
Trekker(s)	Gemeente
Partner(s)	Winkeliersvereniging, ondernemers, eigenaren bewoners (gesprekspartner)
Planning	≥ 2017 (Quick win)



Bijlage

Kort verslag discussiebijeenkomst

Op 31 juni 2017 vond een overleg plaats met ondernemers, eigenaren en bewoners van het centrum van Bleiswijk. Tijdens dit overleg heeft ook een schouw van het centrum plaatsgevonden. Gedurende de bijeenkomst zijn veel aandachtspunten en acties door de aanwezigen benoemd. Hieronder staat een (puntsgewijze) samenvatting van genoemde punten.

Het centrum van Bleiswijk wordt door de aanwezigen hoog gewaardeerd. De dorpse en kleinschalige uitstraling, gecombineerd met een hoge kwaliteit van de openbare ruimte (o.a. straatinrichting) en de kwaliteit van lokale specialisten vormen gezamenlijk een eigen identiteit en een kwalitatief goed centrum. Uitbreiding van het winkelaanbod wordt niet nagestreefd, wel het behouden van het huidige aanbod en de compacte opzet.

De aanwezigen zijn trots op hun centrum, maar signaleren ook bedreigingen voor de kwaliteit van hun centrum. Specifieke benoemde punten van aandacht zijn:

Onderhoud openbare ruimte

- Uniformiteit (en kwaliteit) in bestrating bij verschillende entrees is gewenst. Hiervoor loopt een traject bij de gemeente i.v.m. losliggen/-komen bestrating.
- Brug ter hoogte van Wilhelminaplein is een entree tot het centrumgebied (niet kernwinkelgebied). Daar is nu sprake van beschadigingen niet passend bij uitstraling centrum (o.a. balustrade).
- Groen/onkruid in straatbeeld. Aanwezige doet het voorstel om, meer dan nu, studenten van de Tuinbouwschool (Melanchthon) het groenbeheer in het centrum te laten uitvoeren, waarbij zij gesponsord worden door de

Winkeliersvereniging en de gemeente. Dit zou een sociaal-maatschappelijk doel dienen en gelijktijdig kostenbesparend kunnen werken.

- Door het centrum heen zijn er palen (van o.a. verkeersborden), prullenbakken, borden en 'nietjes' die scheef staan, beschadigd zijn en/of kapot zijn. Concreet speelt dit bij onder meer Plaats en Kranenburgplein.
- Bij tijdelijke straatelementen (bijvoorbeeld een omleidingsroute) missen aanwezigen aandacht en respect voor de kwaliteit van de openbare ruimte. Ter illustratie: een tijdelijk verkeersbord is vastgetaped aan een lantaarnpaal.
- Er is achterstallig onderhoud bij het groen en water tussen de Hengelsportwinkel en de parkeerplaats (o.a. afval).
- Lichtpalen voor de Kruidvat zijn niet geschilderd bij het plaatsen. Dit doet af aan de verder nette uitstraling van het plein.

Gemeentelijke positie

- Verplaatsing van de bibliotheek uit het centrum wordt als een verlies voor het centrum ervaren en wordt bovendien gezien als strijdig met het doel uit de motie om vitale centra te behouden (huidige project) en met het detailhandelsbeleid.
- Ook de recent vergunde uitbreiding van Lidl wordt als strijdig ervaren met het doel uit de motie om vitale centra te behouden en met het detailhandelsbeleid.
- Door aanwezigen wordt benadrukt dat zij het van belang achten dat de gemeente consistent handelt op basis van gemaakte keuzes en helder communiceert richting onder andere de winkeliersvereniging. Aan de gemeente wordt gevraagd om bij het opstellen van nieuw economisch beleid ook op de wenselijkheid van bepaalde (detailhandels) ontwikkelingen in Bleiswijk in te gaan. Daarbij wordt gericht meegegeven

terughoudend te zijn met nieuwe detailhandelsontwikkeling, ook in de regio (o.a. HOM).

Aanvullend aan bovenstaande aandachts- en actiepunten zijn de volgende wensen geuit:

- Het plateau op het Kranenburgplein geschikt maken en gebruiken als locatie voor de grote kerstboom. Het Kranenburgplein is het centrale plein waar bovendien ook de kerstmarkt plaatsvindt. Dit wordt daarom als een betere locatie ervaren.
- Behoeftte aan lichtpunten voor versieringen bij de verschillende entrees (zoals brug Wilhelminaplein, bij boom op parkeerterrein AH) van het centrum.
- Kledingcollecte bij afvalverzamelingspunt AH verplaatsen naar parkeergebied achter Jumbo. Het plein bij AH is meer onderdeel van de verblijfsruimte van het centrum waardoor een nette inrichting ervan bijdraagt aan de uitstraling van het centrum.