

Centrumvisie Raalte



Visie, uitwerking en actieprogramma

16 december 2014

(definitief)

Werkgroep/Seinpost Adviesbureau BV
Rien Romijn en Wout Nieuwenhuis

Aanleiding

- ❖ Raalte verliest positie
 - ❖ Toenemende leegstand - discussie m^2
 - ❖ Veranderend koopgedrag
 - ❖ Gezamenlijke basis en route nodig
-

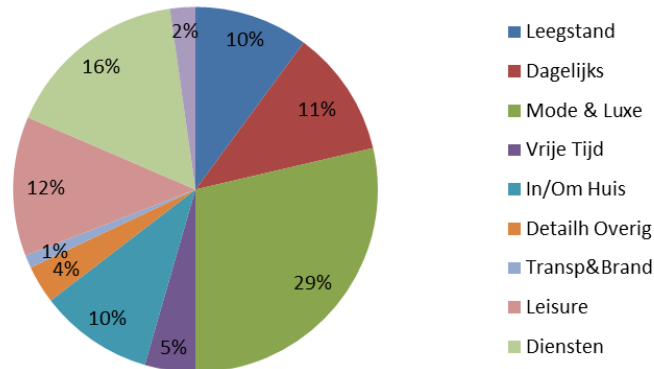
Proces

- ❖ Werkgroep – analyses - ronde tafels
 - ❖ Gezamenlijke bijeenkomst Zwakenberg
 - ❖ Koers – gezamenlijke basis
 - ❖ Uitwerking en acties
-

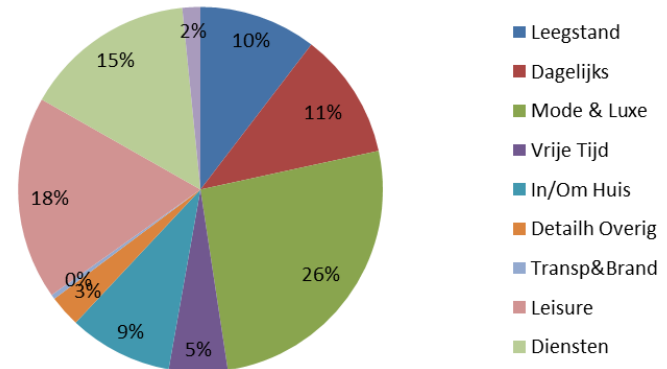
Analyse: aanbod

- ✦ Marktconform winkelaanbod - moderne schaal
- ✦ Mix filiaal en zelfstandig MKB
- ✦ Leegstand centrum (nog) beperkt - wel 'aanwezig'

Functieverdeling Raalte

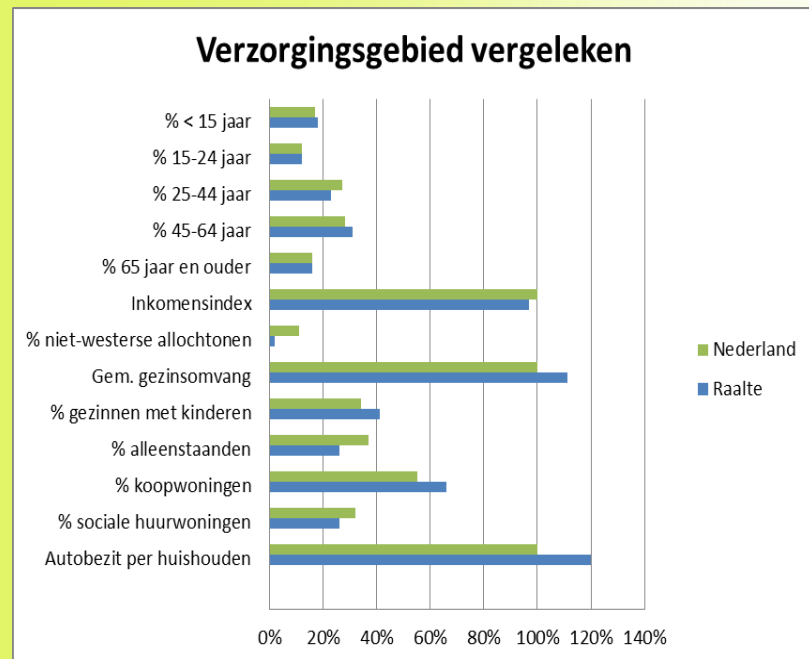
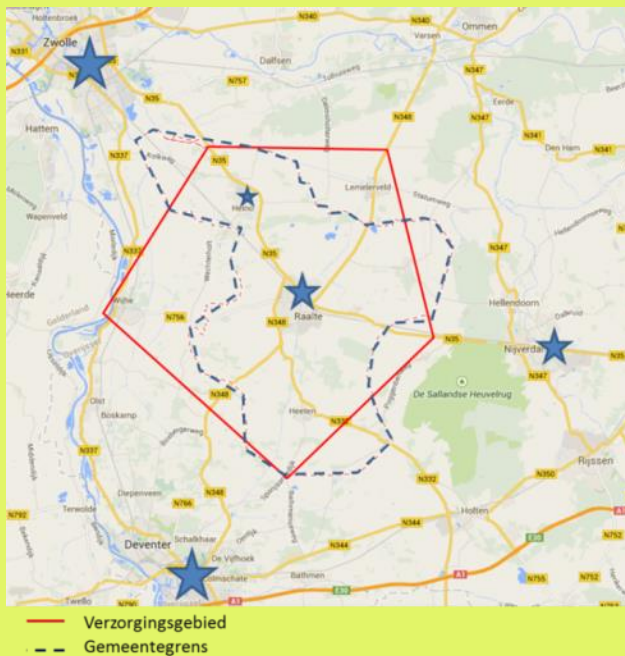


Functieverdeling hoofdwinkelgebied klein



Analyse: draagvlak

- ❖ Strategische ligging
- ❖ Concurrentie: Zwolle, Deventer, Nijverdal, lokaal Heino
- ❖ Bovenlokale vraag – grote toevloeiing niet-dagelijks (50%)
- ❖ Positie dagelijks groeit, niet-dagelijks onder druk



Ruimtelijke kwaliteit

-  Weinig exposure - matige entrees
 -  Winkelrondje met breuk
 -  Weinig karakteristieke panden
 -  Middelmaat, rommelig reclamebeeld
 -  Schoon-heel-veilig = goed
 -  De Waag & noordzijde > zorgenkindjes
-

Bijzondere kwaliteiten +





Seinpost

ADVIESBUREAU BV

Ruimtelijke kwaliteit -



Sterk

- ✦ Sterke winkelconcentratie in centrum
 - ✦ Ligging verzorgingsgebied
 - ✦ Parkeercapaciteit
 - ✦ Combinatie winkelen - boodschappen aan rand, cultuur / verblijf in hart
 - ✦ Local heroes & filiaalbedrijf
-

Zwak

- ❖ Spreiding en ontsluiting parkeren
 - ❖ Parkeerregime (betaald)
 - ❖ Introvert centrum – matige uitstraling
 - ❖ Relatie supermarkten - winkelgebied
 - ❖ Filiaalbedrijf “flets”, deel supers te klein
 - ❖ Matige beleving: puien, etalages, groen, uitstallingen
 - ❖ Molenhof, De Waag/Nieuwe Markt
-

Trends

Internetwinkelen, vergrijzing, crisis,
leegstand, beleving, service en
vermaak, mondiger, geïnformeerd

Middelgrote centrumgebieden onder
druk: goede mix van
bezoekmotieven is het doel.

- Oogst -

Rondetafelgesprekken, brede bijeenkomst

- ❖ Zorg: krimpend centrum, leegstand, stilstand
 - ❖ Vastgoed: laag investeringsniveau, huurprijzen
 - ❖ Consument: mist beleving, dynamiek
 - ❖ USP: MKB, service, persoonlijk, compact, gemak
 - ❖ Visie: boodschappendorp, basiswinkelen, verblijf
 - ❖ Randvoorwaarden:
 - ❖ verkeer & parkeren, (verkeers)veiligheid, sfeer, uitstraling
-

Koers “stip op horizon”

- ❖ Raalte = stevig boodschappen en basic-winkelen.
- ❖ Bijzonder MKB, sfeervol, gastvrij.
- ❖ Langer verblijf als ambitie

! Zoek het niet in grote en langslepende ingrepen: een goed samenspel van kleinschaliger initiatieven, behapbaar !

Hoe?

- ❖ Moderne dagelijkse sector (= motor)
 - Goede schaal, goede (lieftst gratis)P, verscluster(s)
 - ❖ Onderscheidend winkelen door:
 - Basic (filiaalbedrijf) + onderscheidend MKB
 - Bereikbaar + P, kwaliteit, sfeer (!!), compact
-

Hoe - 2

✦ Instellen taakgerichte werkgroepen als aanjagers en bewakers:

✦ CentrumOntwikkeling (CO):

- Herinrichting, structuurversterking, kwaliteitsverbetering

✦ Branchering & acquisitie (B&A)

✦ Verkeer & Parkeren (V&P)

✦ Promotie & Evenementen (P&E)

✦ Centrummanagement als modus?

Ruimtelijk Economische Structuur

- ❖ Vertaling op de kaart:
 - ❖ uitnodigende entree's,
 - ❖ twee dagelijkse bronpunten
 - ❖ ingekort rondje, deelmilieus
 - ❖ herpositionering zuid (doelgericht, autobereikbaar).
 - ❖ Markt als rustpunt (+ weekmarkt / De Plas?)
 - ❖ Oostflank met moderne supers en heringericht
 - ❖ betere verkeersdoorstroming centrum, nadruk zuid.
-

-  kernwinkelgebied
-  Looproute
-  Gemengd gebied/aanloop
-  Dagelijkse bronpunten
-  Aanrijroute
-  Gewenste aanrijroute
-  Nieuwe verkeerslus
-  (verbeteren) entree
-  Markt als rustpunt / verblijf



RES-actiekaart

1. Entree, aanloophmilieu, herinrichten (auto te gast), meer terras, broedplaats, stop&go / pick-up. Uitstraling gevels. Betere entree

2. Kern A gebied, blijvend investeren in uitstraling, courantheid panden, MKB en filiaal, terughoudend met diensten/discount

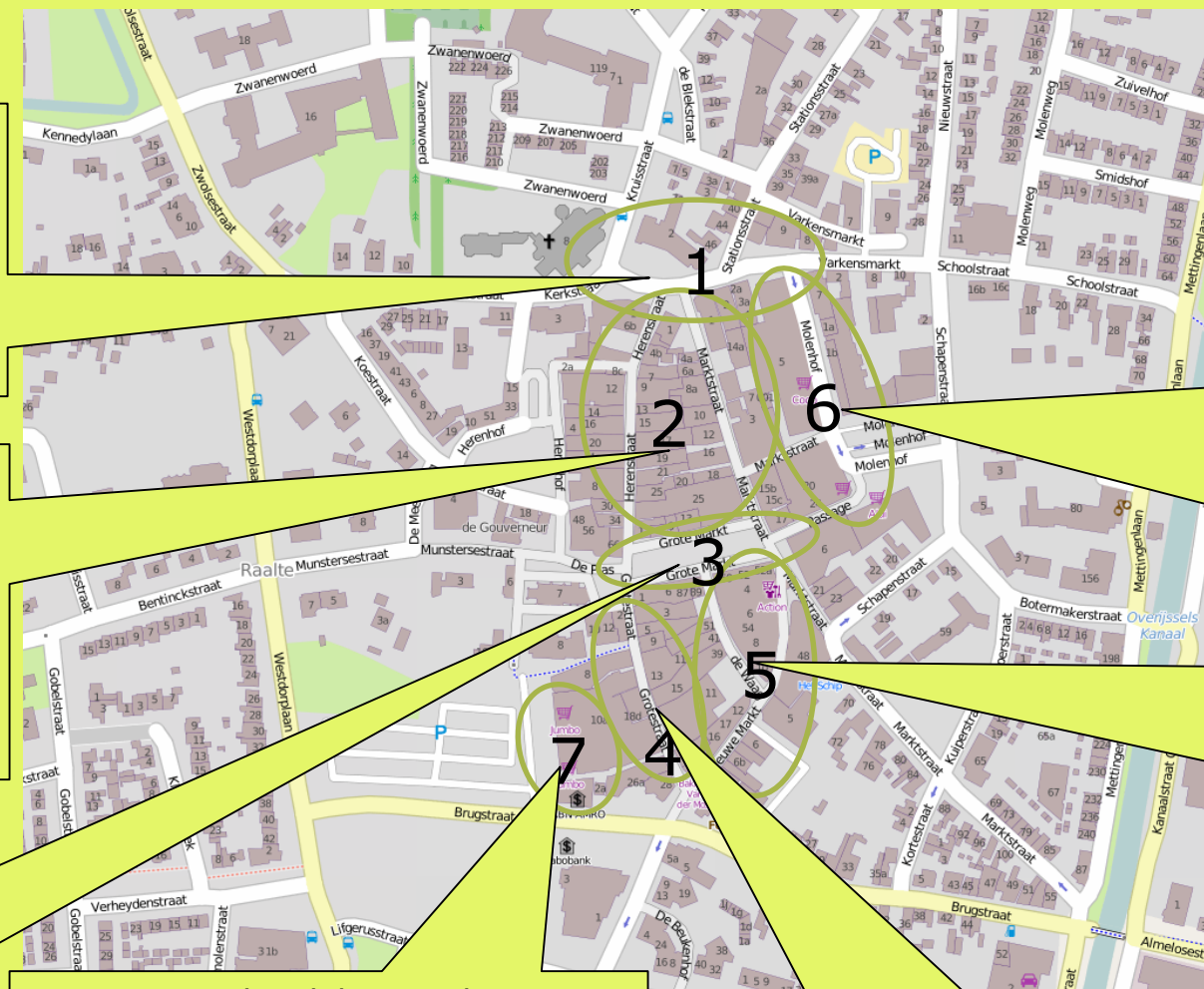
3. Markt: verblijf! menging winkels en horeca. Topprio = sfeer. Hoog niveau inrichting/verblijf. Weekmarkt?

7. Bronpunt dagelijkse aankopen +P
Versterken dagelijkse winkels. Verbeteren doorgangen richting Grotestraat/markt. Betere ontsluiting via oostzijde. Gratis P?

4. Grotestraat(mn-zuid): investeren in aanzien panden / appartementen. Lichte verkleuring richting diensten / discount

6. Oostflank: Bronpunt dagelijks + P. Betere entree's Uitvoeren Oostflankstudie! Opschalen supers. Geen substantiële toevoeging m². Herontwikkelen blok Coop/AH.

5. Wal/Schip: B-locatie. auto-bereikbaar (zuid). Meer diensten/zorg / pop-up, tijdelijkheid Versterken entree



1. Boodschappen doen is essentieel, daarom gaan we voor twee sterke boodschappenclusters

❖ Molenhof modern cluster supermarkten.

- ❖ uitbreiding huidige supers.
- ❖ parkeerplein herinrichten
- ❖ uitstraling entreegebied versterken.



❖ Domineeskamp: supermarkt en versspeciaalzaken op korte afstand

- ❖ verbinding winkelstraten versterken en verfraaien.

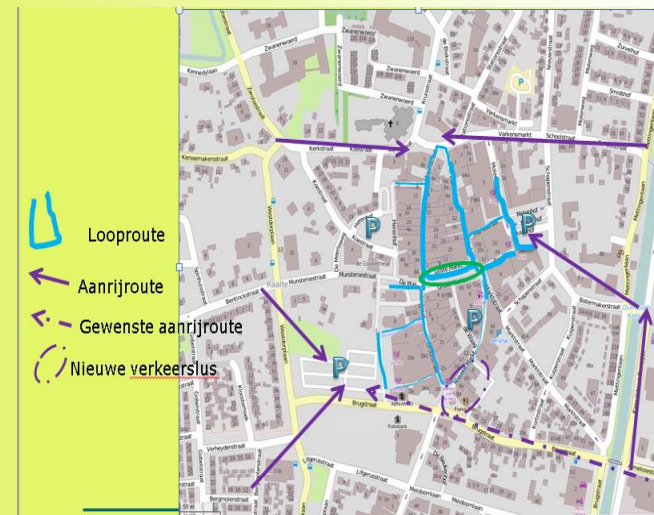
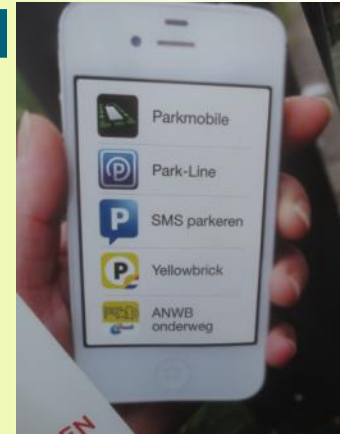


1. Boodschappen doen essentieel

Wat	Hoe?	Werkgroep	Trekker / primaat	Tijd	Prio
1.1. Opschalen supermarkten	Uitbreidingsplan per super	CO & individ.	Gemeente	K	H
1.2. Herinrichting parkeerplein Molenhof, bijpassende bestrating en openbare ruimte	Herinrichtingsplan Molenhof	CO	Gemeente	K	H
1.3. Verscluster, nabij supermarkt(en)	Acquisitie / verschuiving en vastgoedverkenning	B&A	Ondernemers	M	M
1.4. Evaluatie evenementen Domineeskamp in kader bereikbaarheid supermarkt (spreiding?)	Evaluatie evenementen	P&E	Ondernemers	M	M

2. Bereikbaarheid en parkeren essentieel, daarom moet dit worden verbeterd

- ❖ Zuidkant: oversteek kanaal
- ❖ Verbeteren ontsluiting zuidkant
- ❖ Parkeren comfortabel – goede parkeerservice – meer blauwe zone - achteraf betalen.
- ❖ Beter benutten parkeergarage
- ❖ Fiets meer in het centrum



2. Bereikbaarheid en parkeren

Wat	Hoe?	Werkgroep	Trekker / primaat	Tijd	Prio
2.1. Gratis parkeren, meer blauwe zone. Indien onhaalbaar in ieder geval achteraf betalen	Heroverweging parkeerbeleid	V&P	Gemeente	K	H
2.2. Bewegwijzering auto, fiets en voetganger naar en in centrum en parkeren	VCP en inspiratieboek	V&P / CO	Gemeente	K	H
2.3 Evaluatie bereikbaarheid en routing, met name zuidkant	opstellen verkeerscirculatieplan (VCP)	V&P	Gemeente	K	H
2.4. Bezetting parkeergarage verhogen	Zie boven, VCP	V&P	Gemeente	M	H
2.5. Naleven venstertijden voetgangersgebied	Stiptheidacties BOA's & informatieoffensief	V&P	Gemeente	K	M
2.6. (Bewaakte) fietsenstallingen op strategische plekken / overdekt	Meenemen in VCP	V&P	Gemeente	M	L
2.7. Expeditie evenementen naar rand centrum	Meenemen in VCP	V&P / CO	Gemeente	M	M
2.8. Fietsverkeer in centrum doordeweeks	VCP	V&P	Gemeente	M	L

3. Verblijfsduur vergroten door verrassend aanbod, sfeer en gezelligheid.

- ❖ verrassende winkels - acquisitie - nieuwe concepten.
- ❖ betere aankleding - Marktpllein
- ❖ aansprekende activiteiten
- ❖ warenmarkt op de Markt
- ❖ uitnodigende horeca - goede terrassen
- ❖ Booijnk verfraaien: muurschildering - inpakken a la Christo



3. Aanbod en sfeer

Wat	Hoe?	Werk- groep	Trekker / primaat	Tijd	Prio
3.1. Acquisitie regionaal MKB, nieuwe concepten en pop-up	Acquisitieplan en – offensief	B&A	Ondernemers	K	H
3.2. Varkensmarkt / Kerkstraat: stop & Go, diensten, meer kort parkeren	Acquisitieplan en specifiek traject pandeigenaren gebied	CO	Ondernemers	K	M
3.3. Booijink aankleden en aanlichten (ook visuals op ooghoogte)	Inspiratieboek, met Booijink specifiek traject van maken ism kunststudenten oid	CO	Gemeente	K	H
3.4. Marktpluin met goede horeca en aantrekkelijke terrassen (zomer-winter), handhaving	Inspiratieboek en specifiek proces ondernemers markt	CO	Gemeente	M	M
3.5. Grotestraat: doelgericht: discount, diensten	Brancheringsprofiel opstellen eigenaren	B&A	Eigenaren	M	M
3.6. Evaluatie en spreiding evenementenkalender	Evaluatie evenementenbeleid	P&E	Ondernemers	M	M
3.7. Combinatie met nieuwe winkelen / Wifi	Inspiratiewerkshops	B&A/CO	Ondernemers	M	M
3.8. Samenwerking detailhandel, horeca, overige partijen	Meer elkaar ontmoeten, borrels en workshops	CO	Ondernemers	M	M
3.9. Weekmarkt op / naast Marktpluin	Overleg markt, inpassingsverkenning	CO	Gemeente	L	M

4. Kwaliteit is visitekaartje, daarom moeten we de uitstraling verbeteren

- ✦ Uitnodigende entree's, oa
 - ✦ Kerkstraat/Varkensmarkt verkeersluwer (verblijfsgebied)
 - ✦ Beter aanzicht Molenhof - Kerkstraat
 - ✦ Herinrichting parkeergebied Molenhof
- ✦ Aantrekkelijker entree zuidzijde
 - ✦ Betere kwaliteit van puien, gevels en etalages (oa Grotestraat)
 - ✦ Betere aankleding winkelgebied
- ✦ Minder rommelige uitstallingen

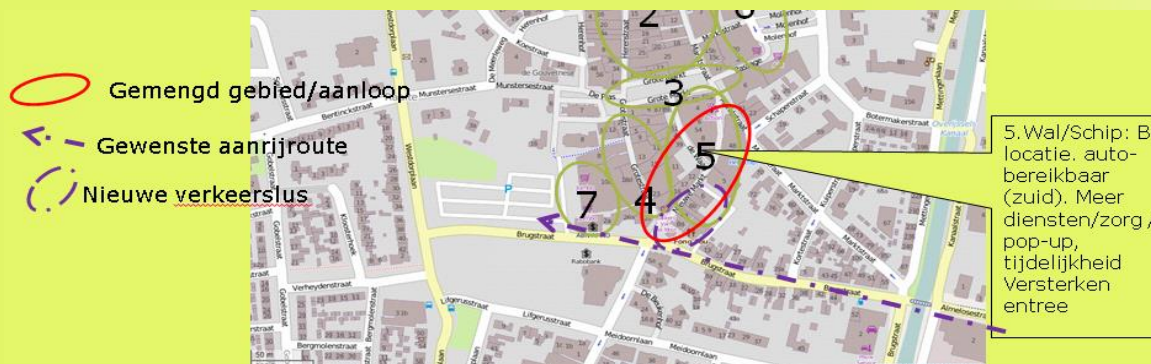


4. Uitstraling en kwaliteit

Wat	Hoe?	Werkgroep	Trekker / primaat	Tijd	Prio
4.1. Betere uitstraling en minder entrees / steegjes (banners), heldere looproutes	Inspiratieboek	CO	Gemeente	K	H
4.2. Aankleding en eenheid winkelgebied, hanging baskets, 'functionele' bestrating etc	Inspiratieboek en uitvoering	CO	Ondernemers	K	H
4.2. Uitstraling panden Molenhof / Kerkstraat	Inspiratieboek en traject eigenaren	CO	Eigenaren	K	H
4.4. Herinrichting openbare ruimte Molenhof in kader Oostflankstudie	Herinrichtingsplan Molenhof	CO	Gemeente	M	H
4.2. Aanpak en meer eenheid gevels en puien, met name Grotestraat (beeldkwaliteit)	Inspiratieboek en vertaling beeldkwaliteitsplan (inspirerend, niet restrictief)	CO	Gemeente	M	H
4.3. Uitstallingen en handhaving	Inspiratieboek en vertaling beleidsregels	CO	Gemeente	M	M
4.5. Kerkstraat / Varkensmarkt verkeersluwer, beter verblijfsklimaat (auto te gast)	Herinrichtingsplan Varkensmarkt	V&P / CO	Gemeente	M	M
4.8. Transformatie Grote Markt tot verblijfs- en 'schakel'-plein in de routing (rood-groen-blauw)	Herinrichtingsplan Markt	CO	Gemeente	H	M
4.9. Deregulering, klantvriendelijke handhaving	Intern traject gemeente	CO	Gemeente	M	L

5. Leegstand zuid tegen gaan door het gebied een ander karakter te geven.

- ❖ betere autobereikbaarheid , beter gebruik parkeergarage
- ❖ flexibeler huurprijzen
- ❖ aantrekkelijk maken voor startende ondernemers, pop-up
- ❖ meer dienstverlening/ambacht





5. Leegstand Zuid

Wat	Hoe?	Werkgroep	Trekker / primaat	T	Prio
5.1. Openstellen Daggertsbrug als aanrijroute + routing Nieuwe Markt + bereikbaarheid P-garage	Prio-onderdeel VCP	V&P	Gemeente	K	H
5.2. Lokaal consortium invulling leegstand (tijdelijkheid / Pop-up) i.c.m. ander en tijdelijk functieprofiel zuidoost	Traject eigenaren + Opstellen functieprofiel	Individuele eigenaren	Eigenaren	K	H
5.3. Huurvoorwaarden op maat	Traject eigenaren	CO	Eigenaren	K	H

TOP-prioriteit

(nadere uitwerkingen op korte termijn)

1. (Gratis)parkeren en bebording/verwijzing
 2. Zuidelijke ontsluiting waaronder openstelling Daggertsbrug
 3. Inspiratieboek en quick-wins uitstraling
 4. Leegstandsaanpak zuid door lokaal consortium
-

Vervolgproces

- ✦ Screenen actiepunten met lopend beleid
 - ✦ Gemeentelijke projecten / beleid
 - ✦ ROV
 - ✦ Vertaling in actieprogramma met trekkers, middelen
 - ✦ Oa centrummanagement
 - ✦ Communicatie & draagvlak
-