



Retailagenda Wijchen

·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 Wijchen

**Contactpersonen: De heer P. Vereijken
Mevrouw S. Langens**

**Projectteam DTNP: De heer K. Trommelen
De heer R. Eijkelkamp**

Projectnummer: 1657.1115

Datum: 21 december 2016

Retailagenda Wijchen

·dtnp·

Inhoudsopgave

1 Context

- 1.1 Inleiding en doel
- 1.2 Uitvoering en monitoring

2 Uitvoeringsagenda Wijchen-centrum

- 3.1 Uitgangspositie centrum
- 3.2 Projecten centrum

3 Uitvoeringsagenda Zuiderpoort

- 3.1 Uitgangspositie Zuiderpoort
- 3.2 Projecten Zuiderpoort

4 Uitvoeringsagenda Wijchen-Noord

- 4.1 Uitgangspositie Wijchen-Noord
- 4.2 Projecten Wijchen-Noord

5 Uitvoeringsagenda Hof van Achterlo

- 5.1 Uitgangspositie Hof van Achterlo
- 5.2 Projecten Hof van Achterlo

6 Uitvoeringsagenda Perifere locaties

- 6.1 Uitgangspositie perifere locaties
- 6.2 Projecten perifere locaties

1

Bijlage

Proces

2

4

6

7

10

17

18

19

24

25

26

29

30

31

34

35

36

39

40



1 Context

1.1 Inleiding en doel

Anticiperen op wijzigend consumentengedrag

Consumentenvoorkeuren wijzigen, mede als gevolg van de doorontwikkeling van internet als aankoopkanaal en van de toenemende vergrijzing. Consumenten zijn tegenwoordig beter geïnformeerd en kunnen aankopen bestellen via internet, en doen dit vooral in de non-food (waaronder mode). Grote binnensteden houden een sterke positie (belevingswaarde). Bezoekersaantallen in middelgrote centra nemen af. Bezoekers komen gerichter, en geven minder uit in winkels. Er is op termijn minder behoefte aan winkels in Wijchen. Gemeente Wijchen wil tijdig anticiperen op de toekomstige behoeften.

Het inwonertal van Wijchen zal nog maar beperkt groeien. Tegelijk wordt verwacht dat de lokale bevolking ontgroent en vergrijst. Binnen 20 jaar is 1 op de 3 inwoners 65+. De winkelgebieden in Wijchen zullen, om meerwaarde te houden, moeten meeveranderen met de behoeften van de lokale consument. Dit vraagt om inspanning van zowel de ondernemers, eigenaren als de gemeente.

De uitgangspositie van de detailhandel in Wijchen is goed. Uit recent koopstromen-

onderzoek blijkt dat Wijchen in aantallen winkels de laagste leegstand van de hele regio heeft*. De lokale koopkrachtbinding voor zowel dagelijkse (88%) als niet-dagelijkse aankopen (54%) is hoog.

Beleidsnotitie: bestaande structuur vitaal

In juli 2015 heeft de gemeenteraad van Wijchen de Beleidsnotitie Detailhandel vastgesteld. Deze notitie vormt het ruimtelijk kader voor de toekomstige ontwikkeling van de detailhandel in Wijchen. Gestreefd wordt naar het toekomstbestendig maken van de bestaande winkelgebieden, passend bij de verzorgingsfunctie van het gebied.

De te behouden en versterken structuur bestaat uit (zie kaart 1, p. 2):

- hoofdwinkelgebied Wijchen-centrum (dagelijkse en niet-dagelijkse detailhandel en buurtoverstijgende voorzieningen);
- drie buurtwinkelcentra (nadruk op dagelijks);
 - Zuiderpoort;
 - Wijchen-Noord;
 - Hof van Achterlo;
- Buurtsteunpunten Woezik en Alverna (kleine supermarkt)

* I&O en Ecorys (2016), Koopstromenonderzoek regio Arnhem-Nijmegen 2016

- op termijn mogelijk een buurtwinkel in Huurlingse Dam**;
- bestaande perifere locaties voor grootschalig aanbod in de branches woninginrichting, doe-het-zelf en/of tuin.

Doel Retailagenda Wijchen

Om uitvoering te geven aan het beleidskader is per centrum samen met ondernemers en vastgoedeigenaren de opgave voor de komende jaren uitgewerkt en vertaald in concrete uitvoeringsprojecten. De beleidsnotitie en uitvoeringsagenda's vormen samen de Retailagenda Wijchen.

Ondernemers, eigenaren en gemeente dragen een gedeelde verantwoordelijkheid voor de uitvoering van de retailagenda.

** In Huurlingse Dam kan een buurtsteunpunt aan de structuur worden toegevoegd, mits de omvang hiervan is afgestemd op het verzorgingsgebied.

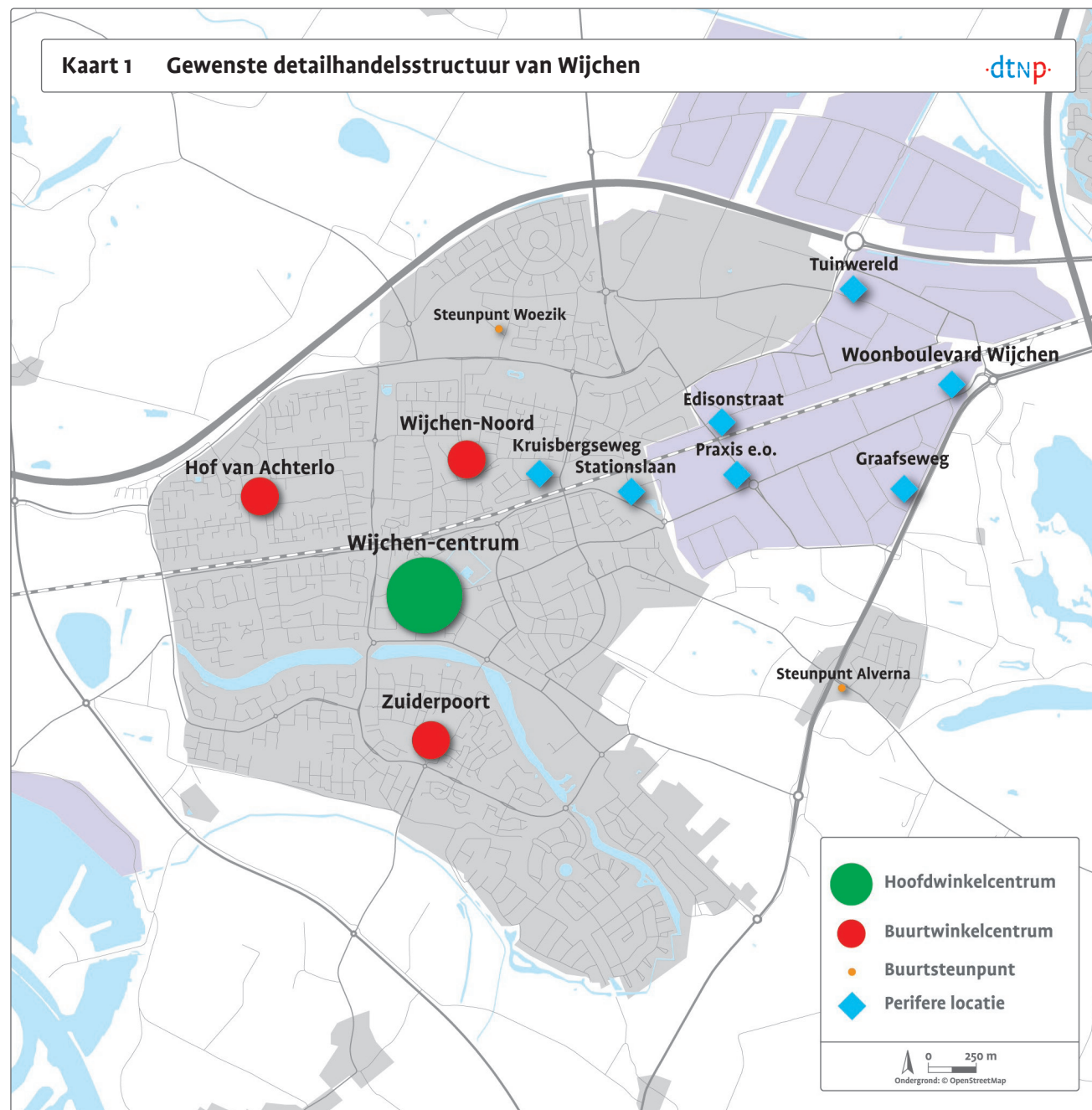


Retailagenda: samen investeren in vitale centra

Proces

In de periode juni 2016 - januari 2017 is een proces met de directe stakeholders doorlopen. Bij de start en de afronding is een plenaire bijeenkomst gehouden. In de tussenliggende periode is met ondernemers en eigenaren in meerdere sessies per winkelgebied stilgestaan bij de toekomstige functie en doelgroep van het winkelgebied en zijn diverse projecten benoemd. Ondernemers en eigenaren waarderen het initiatief van de gemeente.

Bij deze Retailagenda Wijchen zijn eigenaren, winkelondernemers en andere retailondernemers betrokken: horeca, cultuur, dienstverlening en ambachten. Ook de rol van en samenhang met niet-commerciële publieksfuncties (o.a. maatschappelijk en zorg) zijn meegenomen. Deze functies zijn van toenemend belang in een krimpende winkelmarkt. De centra zijn (in potentie) het economische én sociale hart van het dorp of de wijk. Functieverbreiding is noodzakelijk om de publieksaantrekkende functie van het hoofdcentrum te behouden.



Leeswijzer

In paragraaf 1.2 wordt ingegaan op de beoogde werkwijze voor de praktische uitvoering van de Retailagenda Wijchen, gevolgd door de in samenspraak opgestelde uitvoeringsagenda's:

- Hoofdstuk 2: uitvoeringsagenda centrum;
- Hoofdstuk 3 t/m 5: uitvoeringsagenda's buurtwinkelcentra;
- Hoofdstuk 6: uitvoeringsagenda perifere winkellocaties.

1.2 Uitvoering en monitoring

Uitvoeringsgerichte retailagenda

Per centrum is gezamenlijk nagedacht over de toekomstige functie, rekening houdend met de positie van de andere centra in Wijchen. De beleidsnotitie is hierbij steeds het uitgangspunt geweest. De behoeften van de toekomstige doelgroepen zijn verkend. Van daaruit zijn verbeterpunten benoemd. Deze punten zijn verwerkt tot een lijst met uitvoeringsprojecten; fase 1 t/m 3, zoals weergegeven in figuur 1. Per project wordt ingegaan op het doel, de aanpak, de stakeholder met de trekkersrol (die de projectleider levert) en de planning.

Ondernemers, vastgoedeigenaren en de gemeente gaan hiermee aan de slag en nemen per project ieder hun verantwoordelijkheid/rol.

Dynamische agenda: actuele projectenlijst

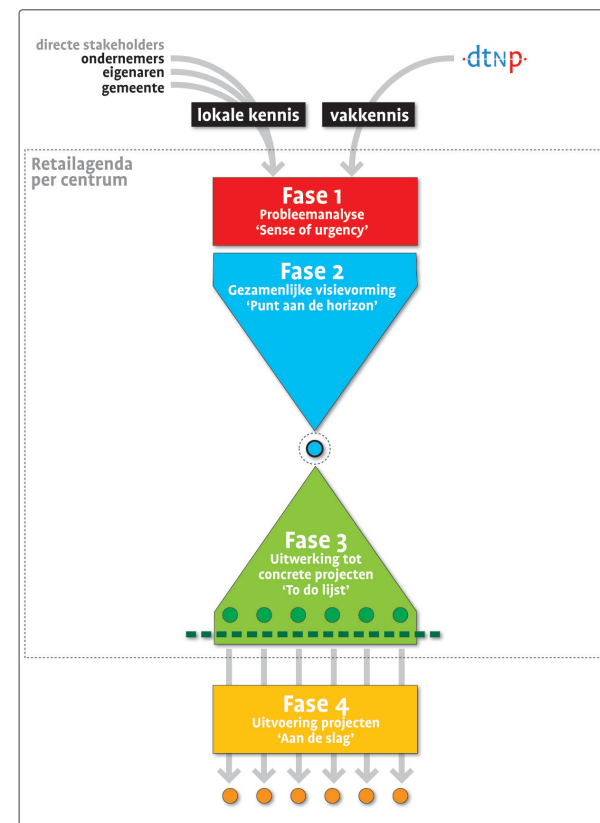
De inhoud van de Retailagenda Wijchen is dynamisch. Als quick wins en andere korte-termijnacties uitgevoerd zijn, kunnen ze de agenda verlaten en nieuwe projecten kunnen worden toegevoegd. De meer strategische projecten kunnen in de tijd inhoudelijk worden bijgesteld of (deelprojecten) geconcretiseerd.

Structuur uitvoeringstraject

Om tot uitvoering te komen wordt een praktische samenwerkingsstructuur onder het uitvoeringstraject gelegd:

- Plenaire monitoring detailhandelsbeleid met vertegenwoordigers van alle gebieden (halfjaarlijks);
- Voortgangsbespreking uitvoeringsagenda met alle stakeholders per winkelgebied (ten minste halfjaarlijks);
- Tussentijds contact.

Gemeente Wijchen pakt hierbij de faciliterende rol en coördineert de halfjaarlijkse monitoring op zowel het niveau van de individuele centra als de totale structuur (o.a. ambtelijke capaciteit, communicatie en overlegruimten).



Figuur 1 Aanpak en fasering Retailagenda Wijchen



Van blanco projectenvel naar uitgevoerde acties

Plenaire monitoring detailhandelsbeleid

Met vertegenwoordigers vanuit alle winkelgebieden worden de ontwikkelingen in de totale retailstructuur van Wijchen halfjaarlijks besproken. Vaste agendapunten zijn:

- praktische uitvoerbaarheid/werkwijze Retailagenda;
- signaleren dwarsverbanden en inspelen op overlappende projecten tussen de agenda's
- delen van best practices;
- prioritering en (structurele) financiering van (winkelgebiedoverschrijdende) projecten;
- actuele autonome en regionale ontwikkelingen in de winkelmarkt;
- lokale ontwikkelingen buiten gewenste structuur (o.a. reductie detailhandelsmogelijkheden in bestemmingsplannen);
- evaluatie uitgangspunten Beleidsnotitie Detailhandel.

Bespreking voortgang per winkelgebied

Periodiek wordt per winkelgebied de projectvoortgang door de gemeente en andere directe stakeholders besproken. De projectenlijst wordt langsgelopen en knelpunten bij de uitvoering en nieuwe ontwikkelingen worden tenminste halfjaarlijks met elkaar gedeeld. Daarnaast kan het gewenst zijn om voor enkele projecten vaker bijeen te komen, bijvoorbeeld in werkgroepvorm. De projecten in de uitvoerings-

agenda voor het centrum zijn een leidraad voor de bestaande werkgroepen van het centrummanagement.

Per winkelgebied worden nieuwe werkafspraken gemaakt over de te leveren inspanningen voor het komende half jaar en daarna, inclusief prioritering en budgettering van projecten.

Tussentijds contact: korte lijnen met gemeente

Voor het centrum bestaat reeds een goed functionerende organisatiestructuur: centrummanagement, inclusief centrummanager. Het centrummanagement heeft regelmatig direct contact met de gemeente. Duidelijke afspraken over de (gedeelde) verantwoordelijkheden blijven ook voor het hoofdcentrum van Wijchen van belang.

Voor de buurtwinkelcentra en perifere detailhandel is het van belang één persoon bij de gemeente als aanspreekpunt te hebben, die ook regelmatig (gevraagd en ongevraagd) bij de ondernemers langsgaat om snel te kunnen schakelen. De bedrijfscontactfunctionaris kan daarom in de uitvoeringsfase een belangrijke rol vervullen.



Retailagenda wordt halfjaarlijks plenair gemonitord



Voortgangsbesprekingen uitvoeringsagenda's



2 Uitvoeringsagenda Wijchen-centrum

2.1 Uitgangspositie centrum

Kenmerken hoofdwinkelgebied

- Locatie: Wijchen-centrum;
- Kernwinkelgebied (kaart 2): Markt, Touwslagersbaan, Spoorstraat, Burchtstraat, Marktpromenade/Europaplein Sterrebosweg en Kasteellaan (deels);
- Omvang: $\pm 19.800 \text{ m}^2 \text{ wvo}^*$;
- Branchering: ± 25 dagelijkse winkels, ± 90 niet-dagelijkse winkels, ± 30 horecabedrijven, ± 35 dienstverleners;
- Leegstand: ± 4 panden ($2.000 \text{ m}^2 \text{ wvo}^*$);
- Eigendom: Groot aantal grote en kleine eigenaren.

Toekomstige functie en doelgroep

- Het centrum is het hoofdwinkelgebied in de gemeente Wijchen. Ook voor de sectoren horeca en publieksgerichte dienstverlening is het centrum de belangrijkste locatie.
- Uit passantenonderzoek** blijkt dat circa 4 op de 5 respondenten woonachtig is in Wijchen (20% komt niet uit de gemeente). De inwoners van gemeente Wijchen blijven de komende jaren de primaire doelgroep.

* CMW, Situatie december 2016

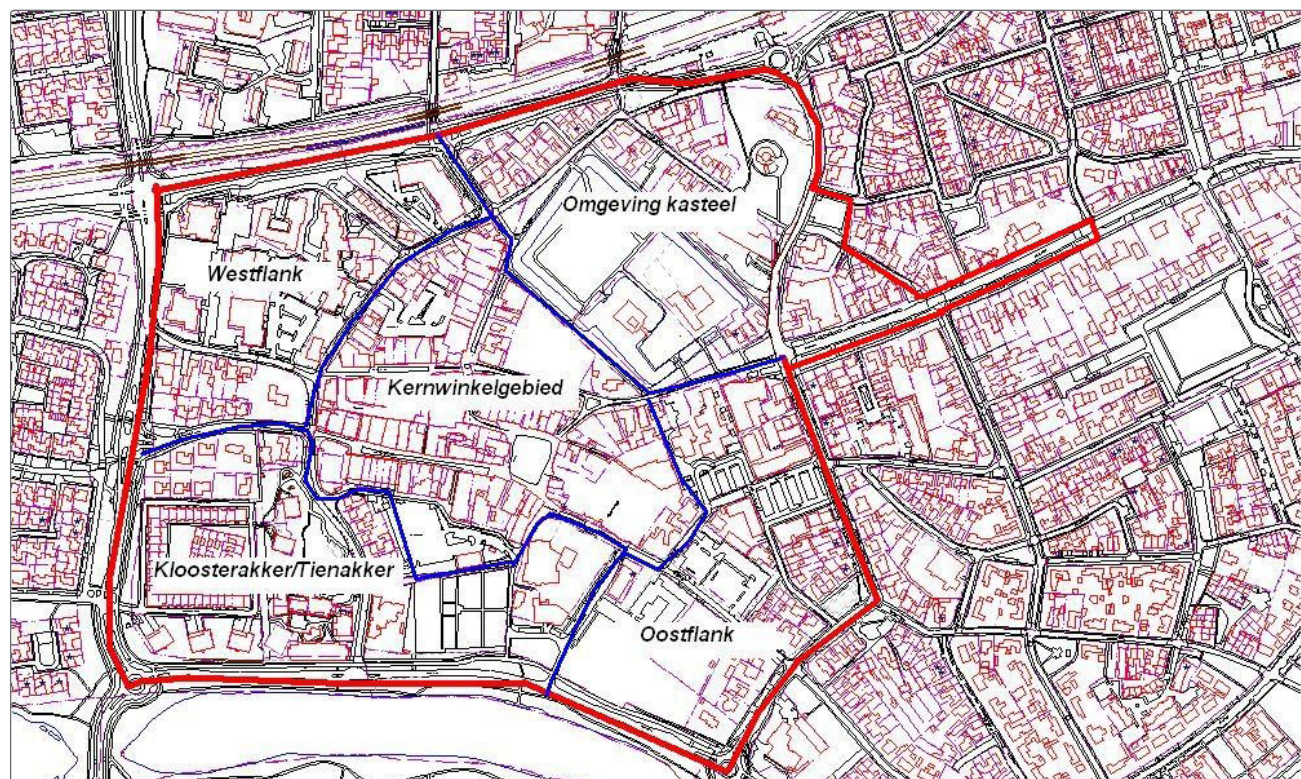
** DTNP (2015), Uitkomsten bezoekersonderzoek Wijchen-centrum, april 2015 i.o.v. CMW, Vereniging van Pandeigenaren Centrum Wijchen en Gemeente Wijchen

- Het inwonertal van Wijchen neemt komend decennium nog maar beperkt toe tot circa 41.000 (stabilisatie). Het aandeel ouderen neemt sterk toe.
- De frequente koopfunctie (boodschappen) blijft een belangrijke basis voor het toekomstig functioneren.
- 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.

Kwaliteiten en kansen

- Het centrum ligt er verzorgd en netjes ingericht bij. Het kernwinkelgebied is compact en goed gevuld.
- Het centrum heeft deels een historische allure (o.a. Kasteel en heringerichte Markt) en meer uitstraling dan andere dorpscentra in de omgeving (o.a. Beuningen en Malden).



Kaart 2 Wijchen-centrum, Afbakening Centrumgebied (rood) en Kernwinkelgebied (blauw) (bron: Gemeente Wijchen/CMW)



Het centrum kampt nauwelijks met leegstand



Parkeer- en bezoekgemak: belangrijke voorwaarden

- Bezoekers zijn doorgaans positief over het centrum. Respondenten gaven in het bezoekersonderzoek gemiddeld een 7,6 als rapportcijfer voor de sfeer (DTNP, 2015). Dit ligt een vol punt hoger dan gemiddeld in centra van vergelijkbare omvang. Ook op de aspecten compactheid en bereikbaarheid scoort Wijchen-centrum een vol punt hoger.
- Het aantal leegstaande panden in het centrum is beperkt en veel lager dan in andere middelgrote centra.
- Afname van het aantal winkels kan (deels) ondervangen worden door verbreding van het aanbod (o.a. cultuur, maatschappelijk en medisch), waardoor de centrumfunctie sterk blijft en grote toename van leegstand wordt voorkomen.
- Gericht (frequent) kopen en boodschappen doen zijn de dominante bezoeksmotieven in het centrum (DTNP, 2015). Het gemakkelijk kunnen doen van de geregelde aankopen blijft een belangrijke functie voor het centrum.
- Het parkeerregime (blauwe zone) sluit goed aan op het gerichte en frequente bezoek.
- Versterking van de boodschappenfunctie leidt tot behoud van de dominante kooporiëntatie op het centrum. Cruciale elementen zijn de onderscheidende kracht van het supermarktenaanbod en het faciliteren van parkeer- en bezoekgemak.
- Goede (zelfstandige) winkelondernemers bewegen mee met de veranderende behoeften van de lokale consument: integratie internet en serviceverlening in het businessmodel.
- Het horeca- en terrassenaanbod is afgelopen jaren toegenomen en overwegend van goede kwaliteit.
- Er zijn diverse evenementen die bijdragen aan de beleving in en de binding aan het centrum en Wijchen als geheel. Voorbeelden zijn de Kasteelfeesten, Modeshow, Gevelconcert, Jazz&Wine, Oki Doki Dorp en Wijchen Schaatsst.
- 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 het centrumgebied.
- Het door alle ondernemers gezamenlijk promoten en uitdragen van het 'beeldmerk' van het fraaie Wijchen-centrum kan het totaal sterker maken (meer synergie).
- Promotie van Wijchen-centrum onder klanten van de woonboulevard en vice versa biedt beide winkellocaties een groter bezoekerspotentieel.

- De woonfunctie draagt bij aan de levendigheid in het centrum, zeker buiten winkeltijden. In het kernwinkelgebied wordt bijna overal op verdieping gewoond. In de centrumranden kan woonprogramma worden toegevoegd (potentieel). Bij senioren en starters is behoefte aan wonen op een centrumlocatie.
- Het gemeentehuis komt beschikbaar. Dit is een ruimtelijke mogelijkheid om kansrijk programma aan het centrum toe te voegen.

Knel- en verbeterpunten

- De concurrentiepositie voor niet-dagelijks winkelaanbod in Wijchen verslechtert ten opzichte van internet en de grotere binnensteden (o.a. Nijmegen en Den Bosch).
- 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 sluiten (focussen op grotere centra) als een aantal lokale ondernemers stoppen zonder opvolging. Compleetheid van het winkelaanbod en behoud van onderscheidend zelfstandig ondernemerschap staan onder druk.
- (Door)starters en bestaande ondernemers met een investeringswens lopen tegen hoge kosten aan en krijgen de financiering lastig

rond, waardoor gewenste investeringen veelal uitblijven.

- Sterrebosweg functioneert niet als winkelstraat en is ook kansarm om als zodanig op de kaart te houden.
- De panden en locatie met de meeste ruimtelijke kwaliteit worden maar beperkt ervaren in het winkelgebied (liggen er net buiten). De functioneel-ruimtelijke relatie met het meest iconische gebouw, het Kasteel, is matig.
- Er kan veel meer ingespeeld worden op de consumentenbehoefte aan authenticiteit en beleving door culturele en ambachtelijke activiteiten aan de winkel- en horeca-bedrijven te koppelen.
- De uitstraling van een aantal panden/winkelwanden kan beter. 'Uitstraling panden' is het enige aspect waarop Wijchen-centrum niet bovengemiddeld scoorde in het bezoekersonderzoek. Idealiter wordt de authentieke uitstraling van panden, waar relevant, zoveel mogelijk hersteld.
- Zichtbare leegstand doet afbreuk aan de centrumbeleving. Aandacht voor de uitstraling en tijdelijke invulling van etalages is daarom gewenst.
- De boodschappenfunctie heeft afgelopen jaren aan aantrekkingskracht ingeboet door

het uitplaatsen van twee supermarkten (Jan Linders en Aldi).

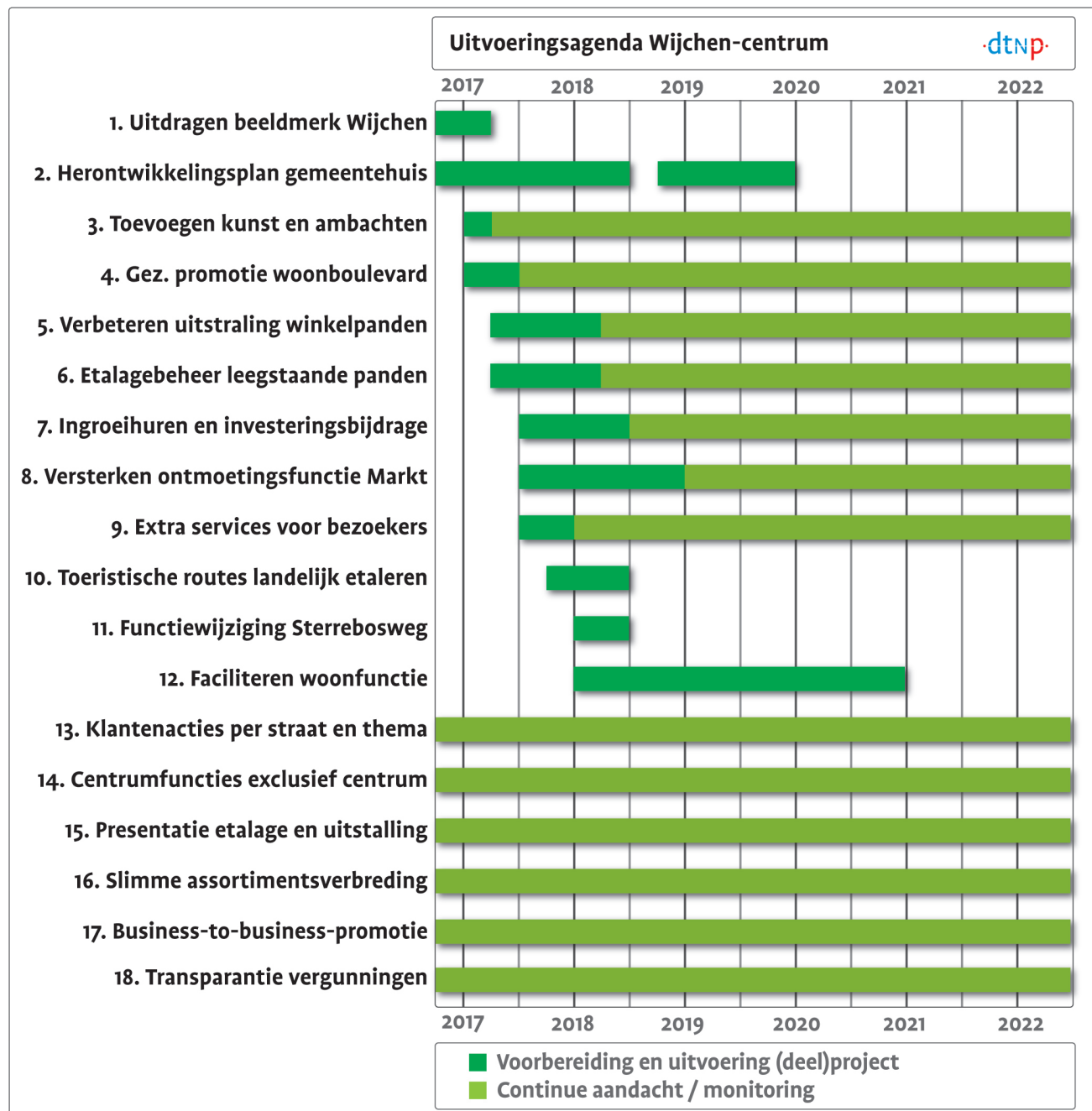
- Supermarkten zijn de grootste publieks-trekkers in middelgrote centra. Andere winkels en centrumfuncties kunnen profiteren van de grote bezoekersstroom, mits direct bij elkaar gevestigd. Momenteel is er maar één grote supermarkt in het winkelgebied (Albert Heijn) gevestigd. Daarnaast ligt er een supermarkt aan de rand van het centrum (EmTé).
- In de cultuur- en zorgsector zijn er voorzieningen uit het centrum verdwenen (o.a. bibliotheek). Dergelijke publieksgerichte functies zijn, mede in relatie tot de afnemende dominantie van de winkelfunctie, in potentie steeds belangrijkere centrumfuncties.
- Het aantal 80+ers neemt toe. Voor een deel van deze groep is het bezoeken en met gekochte producten doorkruisen van het centrum een (te) grote opgave.
- Het Sterrenbosje is privaat eigendom, niet opengesteld en verwaarloosd, terwijl het in potentie een waardevol openbaar verblijfsgebied is tussen Kasteel en kernwinkelgebied.
- Vergunningverlening door de gemeente verloopt traag, en er is voor heel veel activiteiten een vergunning nodig (o.a.

live-muziek), waarbij het voor ondernemers ook vaak onduidelijk is wanneer iets aangevraagd moet worden en wat de status van de aanvraag is.

- De Markt is fraai heringericht, maar is op vele momenten in de week grotendeels leeg. De Markt zou nog meer benut kunnen worden als het centrale ontmoetingsplein, met meer activiteiten, terrasruimte en (verplaatsbare) faciliteiten.

2.2 Projecten centrum

In samenspraak met een aantal winkel- en horeca-ondernemers, vertegenwoordigers vanuit de culturele sector, pandeigenaren en de gemeente zijn allerhande gewenste acties genoemd, waaraan stakeholders zelf en in gezamenlijkheid kunnen werken. Op basis van deze input is nevenstaande projectenlijst geformuleerd.



Project 1

Uitdragen beeldmerk Wijchen

Doel	Binnen de regio het imago als authentiek centrum benadrukken
Aanpak	Collectief uiting geven aan het product/beeldmerk Wijchen: logo. Dit beeldmerk in alle uitingen van CMW en ondernemers opnemen.
Trekker(s)	CMW
Partner(s)	Ondernemers, eigenaren en gemeente (gesprekspartners)
Planning	2016-2017: ontwerp en keuze logo (Quick win) Daarna collectief integreren in communicatie/marketing

Project 2

Herontwikkelingsplan gemeentehuis

Doel	Kans benutten structuur-versterkend programma aan het centrum toe te voegen
Aanpak	Verkennen welke functies toegevoegde waarde hebben en (onder welke voorwaarden) kansrijk zijn op deze locatie. Consultatie marktpartijen. Vervolgens uitwerken stedenbouwkundig plan met o.a. aandacht voor functioneel-ruimtelijke aansluiting kernwinkelgebied én het Kasteel. Relatie projecten 12 en 14.
Trekker(s)	Gemeente
Partner(s)	CMW
Planning	2016-2018: idee- en planvorming 2018-2019: herontwikkeling

Project 3

Toevoegen kunst en ambachten

Doel	Beleving en lokale authenticiteit/identiteit in het centrum vergroten
Aanpak	Ondernemers in het centrum kunnen een kunstenaar of ambachtsman 'adopteren', (bijv. via Kunstkring Wijchen of graffiti-artiest Moris). Hierdoor is er in het centrum meer te zien en te doen. Relatie project 6.
Trekker(s)	CMW
Partner(s)	Kunstkring Wijchen en ondernemers
Planning	2017: koppelen creatievelingen aan ondernemers (Quick win) Periodieke monitoring



Project 4

Gezamenlijke promotie met woonboulevard

Doel	Vergroten bezoekerspotentieel voor het centrum
Aanpak	Samen met de woonboulevard in de traditionele regionale media en sociale media reclame maken voor winkelen in Wijchen. Reclame/info over het centrum en klantacties op de woonboulevard (bijv. koffie en gebak op een zaterdag).
Trekker(s)	CMW
Partner(s)	Woonboulevard/ondernemers woonzaken
Planning	2017: campagne-opzet Continu: reclame-uitingen op regionale radio, in kranten en via sociale media (o.a. Facebook) Periodieke evaluatie



Project 5

Verbeteren uitstraling winkelpanden

Doel	Kwaliteitsverbetering gevel en straatbeeld kernwinkelgebied
Aanpak	Vastgoedeigenaren kijken kritisch naar eigen vastgoed en knappen op waar nodig (o.a. Touwslagersbaan), met waar relevant aandacht voor de authentieke pandkwaliteiten (naar voorbeeld Ici Paris XL-pand op de Markt).
Trekker(s)	Vastgoedeigenaren
Partner(s)	Ondernemers (huurders), CMW, gemeente (gesprekspartners)
Planning	2017-2018 (Quick win) Daarna continue aandacht



Project 6

Etalagebeheer leegstaande panden

Doel	Aantrekkelijk winkelstraatbeeld voor bezoekers en potentiële huurders
Aanpak	Aantrekkelijker presenteren leegstaande units. Tijdelijke etalage-invullingen (pop-up-concepten). Relatie project 3.
Trekker(s)	Vastgoedeigenaren
Partner(s)	CMW, naastgelegen ondernemers
Planning	2017: pilot 2018: evaluatie



Project 7

Ingroeihuren en investeringsbijdrage

Doel	Stimuleren vestiging nieuwe ondernemers en gewenste investeringen
Aanpak	Pandeigenaren en financierders (lokale bank) bieden (potentiële) starters kostenverlaging aan, zodat leegkomende panden sneller opnieuw ingevuld worden. Ook bestaande ondernemers met een investeringswens kunnen met hun eigenaar in gesprek. Relatie project 17.
Trekker(s)	Vastgoedeigenaren en lokale banken
Partner(s)	Ondernemers
Planning	2017-2018: experimenten en monitoring Daarna continuering succesvolle financieringsvormen



Project 8

Versterken ontmoetingsfunctie Markt

Doel	Verder vergroten ontmoetingsfunctie centrale marktplaats
Aanpak	Meer gebruiksmogelijkheden op het marktplaats voor evenementen/activiteiten. Horeca-ondernemers actief betrekken bij het opstellen van een terrassenplan. Hierbij rekening houden met weekmarkt en veiligheid openbare ruimte. Relatie project 9.
Trekker(s)	Gemeente
Partner(s)	Horeca-ondernemers Markt, marktkooplieden en CMW
Planning	2017: planvorming 2018-2019: uitvoering Daarna monitoring



Project 9

Extra services voor centrumbezoekers

Doel	Het gemak en comfort vergroten voor centrumbezoekers
Aanpak	Uitwerken ideeën voor extra services, waarmee het bezoekcomfort, met name voor mindervaliden, kan worden vergroot (zoals valet parking, verzamelpunt gekochte producten en (openbare) toiletten). Relatie project 8.
Trekker(s)	CMW
Partner(s)	Ondernemers, eigenaren en gemeente (gesprekspartners)
Planning	2017: verkenning 2018-2022: uitvoering en monitoring



Project 10

Toeristische routes landelijk etaleren

Doel	Bekendheid van wandel- en fietsroutes langs en door Wijchen-centrum vergroten
Aanpak	Bestaande en nieuwe toeristische routes voor wandelaars en fietsers door Wijchen-centrum en omgeving koppelen aan landelijke netwerken en organisaties (o.a. NS-wandeling en ANWB fietsknooppunten).
Trekker(s)	CMW
Partner(s)	RBT KAN, Ondernemend Maas & Waal, landelijke organisaties
Planning	2017: inventarisatie routes 2018: routes aanmelden/inzenden

Project 11

Functiewijziging Sterrebosweg

Doel	Compact winkelgebied en nieuw perspectief Sterrebosweg
Aanpak	Sterrebosweg in beleid niet meer als winkelstraat beschouwen (functioneert ook niet als zodanig), maar als diensten-, werk- en woonstraat. Gemeente maakt functiewijziging mogelijk in bestemmingsplan (o.a. wonen op begane grond).
Trekker(s)	Gemeente
Partner(s)	-
Planning	2018

Project 12

Faciliteren woonfunctie

Doel	Programma en levendigheid aan het centrum toevoegen
Aanpak	De woonfunctie in het centrum toe laten nemen (o.a. voor starters). Ruimte hiervoor reserveren in woningbouwprogramma en bestemmingsplan. Relatie project 2.
Trekker(s)	Vastgoedeigenaren en gemeente (faciliterend)
Partner(s)	-
Planning	2018-2021



Project 13

Extra klantenacties per straat en per thema

Doel	Vergroten van de beleving in en klantenbinding aan het centrum
Aanpak	Verbreding evenementenkalender. Elke centrumstraat organiseert per toerbeurt een ludieke actie of evenement, zoals een modeshow in Villa Sterrebosch, samen eten aan lange tafels op de Markt of etalages en verlichting in een bepaalde kleur.
Trekker(s)	Ondernemers
Partner(s)	CMW
Planning	Continue aandacht Periodieke monitoring

Project 14

Centrumfuncties exclusief voor centrum

Doel	Centrum gevuld en relevant houden voor bezoekers
Aanpak	Alle typen bovenwijkse publieksaantrekkende functies exclusief voorbehouden aan het centrumgebied, o.a.: - winkels; - horeca; - cultuur; - maatschappelijk; - medisch. Relatie project 2.
Trekker(s)	Gemeente (gesprekspartner voor potentiële centrumfuncties)
Partner(s)	CMW, pandeigenaren
Planning	Continu

Project 15

Presentatie etalage en uitstallingsruimte

Doel	Aantrekkelijk winkelstraatbeeld voor bezoekers
Aanpak	Ondernemers zijn continu bewust bezig met de uitstraling van de etalage en de uitstallingszone voor de winkel.
Trekker(s)	Ondernemers (nemen eigen verantwoordelijkheid)
Partner(s)	CMW
Planning	Continu



Project 16

Slimme assortimentsverbreding

Doel	Bezoekers een volledig winkel-aanbod bieden in het centrum
Aanpak	Retailers verbreden hun assortiment met producten die niet meer aangeboden worden (bijv. door sluiting speciaalzaak). Voorbeeld: reisbureau verkoopt koffers. Het is aan ondernemers zelf dit als kans te benutten.
Trekker(s)	Ondernemers
Partner(s)	-
Planning	Continu

Project 17

Business-to-business-promotie

Doel	Nieuwe ondernemers warm maken voor Wijchen-centrum
Aanpak	(Startende) bedrijven/ondernemers enthousiasmeren voor een winkel of andere onderneming in Wijchen-centrum. Promotie door ondernemers van het gunstige ondernemersklimaat (o.a. authentiek centrum, goed georganiseerd). O.a. congres en vermarkten leegkomend pand (o.a. aanprijzen via social media). Relatie project 7.
Trekker(s)	CMW
Partner(s)	Vastgoedeigenaren
Planning	Continue aandacht

Project 18

Transparantie vergunningen

Doel	Ondernemersvriendelijker houding bij vergunningverlening en handhaving/toezicht
Aanpak	Gemeente gaat ondernemersgericht werken. Omslag binnen gemeentelijke afdeling handhaving: meedenken (wat kan wel?) i.p.v. alleen toezien op de regels. Meer transparantie inzake procedure en status van vergunningaanvragen.
Trekker(s)	Gemeente
Partner(s)	CMW, ondernemers
Planning	Continue aandacht Periodieke monitoring





3 Uitvoeringsagenda Zuiderpoort

3.1 Uitgangspositie Zuiderpoort

Kenmerken buurtwinkelcentrum

- Locatie: aan de Zuiderdreef in Wijchen-Zuid (ruim 11.000 inwoners*);
- Omvang: 2.300 m² winkelvloeroppervlak;
- Branchering: 9 dagelijkse winkels (incl. apotheek), 2 niet-dagelijkse winkels, 2 horecabedrijven, een kapper;
- Leegstand: 1 unit (60 m² wvo);
- Publiekstrekker: Jumbo (± 1.300 m² wvo);
- Opzet: compact, overdekte passage, parkeren rondom;
- Eigendom: één eigenaar (ook beheerder).

Toekomstige functie en doelgroep

- Winkelcentrum Zuiderpoort heeft en houdt een functie als frequente aankooplocatie voor dagelijkse en wekelijkse boodschappen voor inwoners uit Wijchen-Zuid (helpt omzet) en omliggende wijken en kernen. De bevolking in Wijchen-Zuid vergrijst langzaam, maar krijgt ook jonge aanwas als gevolg van enkele woningbouwprojecten.
- Met name doordeweeks zijn er lokale bezoekers die zeer frequent komen (sociale ontmoetingsfunctie). Het winkelcentrum ligt naast andere wijkverzorgende functies: wijkcentrum/sportzaal en basisschool.

* Wijchen-Zuid + Kerkeveld

Kwaliteiten en kansen

- Stabiel en robuust primair marktgebied (Wijchen-Zuid en omliggende kleine kernen, zoals Balgoy en Niftrik).
- Zuiderpoort is de secundaire aankoopplaats voor veel inwoners van overig Wijchen en Grave.
- Supermarkt van eigentijdse omvang en compleet pakket versspeciaalzaken en drogist.
- Sterke mix van zelfstandigen en een aantal landelijke boodschappenformules.
- Zuiderpoort is nagenoeg volledig ingevuld (slechts één kleine unit leeg).
- Ondernemers zijn overwegend zeer actief met het inspelen op de klantbehoeften.
- Gemakkelijker voor boodschappen/versaankopen dan het centrum. Consument heeft in toenemende mate aandacht voor de kwaliteit en herkomst van zijn voedsel (zowel vergrijzende bewoner als jonge gezinnen in de wijk).
- Bezoekgemak door compacte en overdekte opzet (stimulans combinatiebezoek) en gratis parkeerplaatsen (geen parkeerregulatie) en fietsenstallingen bij de entrees.
- De zichtbaarheid en autobereikbaarheid van het winkelcomplex is goed. Ook de bereikbaarheid per fiets is vanuit alle windrichtingen goed.

- Zuiderpoort ligt er over het algemeen schoon en verzorgd bij.
- De eigenaar/beheerder (F. Hazenberg Vastgoed) is betrokken en werkt samen met haar huurders. Er is regelmatig (persoonlijk) contact (o.a. nieuwsbrief, vergaderingen winkeliersvereniging).
- De ondernemers betalen promotiegeld. Gedurende het jaar wordt aandacht besteed aan collectieve aankleding en acties (o.a. Sinterklaas en Kerst).

Knel- en verbeterpunten

- Winkelcentrum Zuiderpoort functioneert momenteel goed. Op de lange termijn is het mogelijk gewenst om een andere (basis-) opzet van het winkelcentrum te kiezen, doordat behoeften van consumenten wijzigen (door trends en lokale demografische ontwikkelingen). Ook zullen enkele ondernemers stoppen (andere samenstelling aanbod).
- De functionele synergie met de andere wijkfuncties in het gebied is door de huidige ruimtelijke opzet beperkt.
- De supermarkt (Jumbo) heeft behoefte aan een grotere winkel om het grote aantal klanten beter te kunnen bedienen.
- Een ambacht in de vorm van een sleutelservice/schoenhersteller kan een

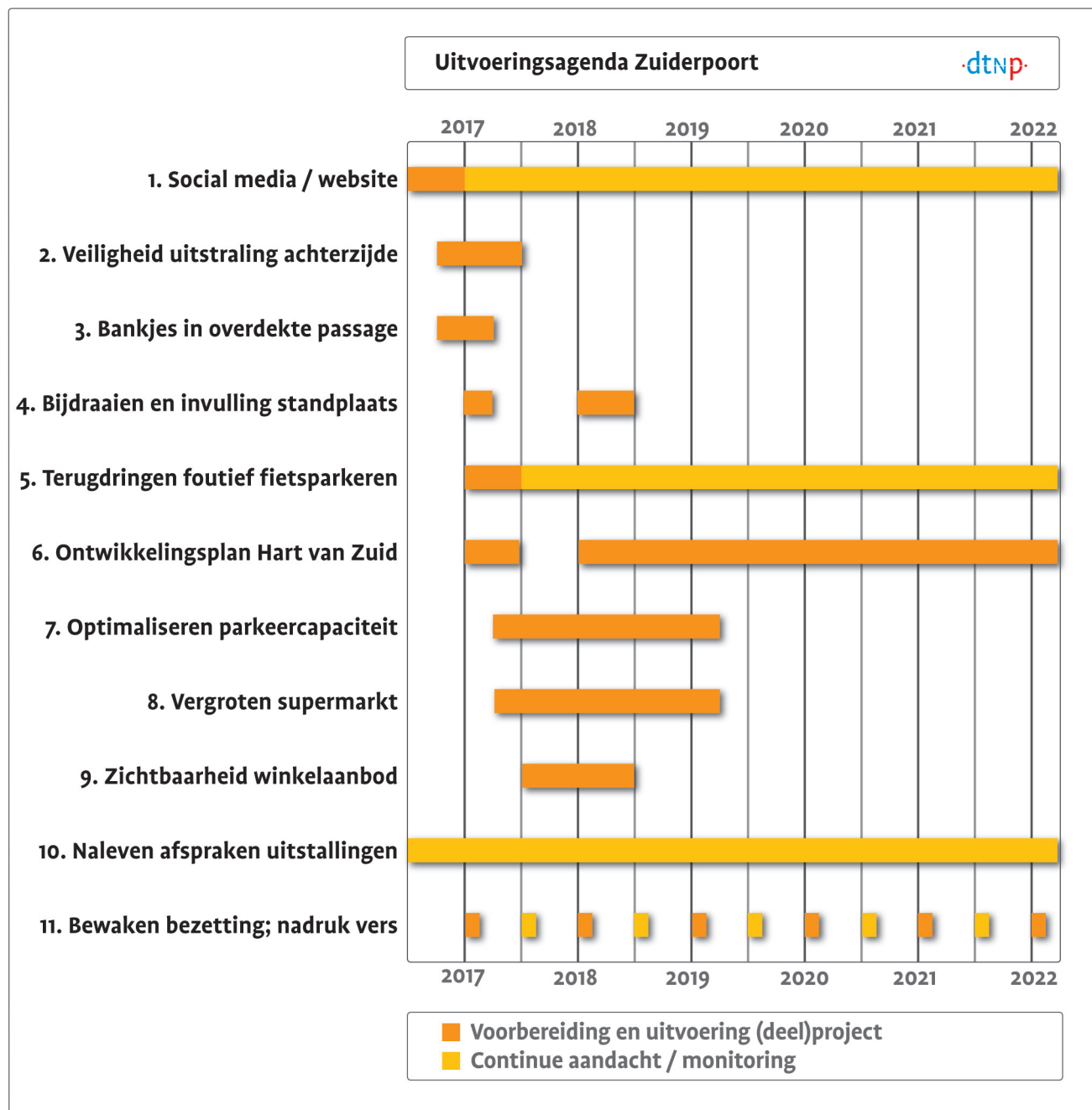
aanvulling zijn op het huidige retailaanbod.

Ook andere aanvullende wijkfuncties zijn denkbaar; bijvoorbeeld sport, medisch (fitness en fysio) en zorg (woonservice).

- De zichtbaarheid van de winkels van buitenaf is door de naar binnen gekeerde opzet zeer beperkt.
- Ondernemers in winkelcentrum Zuiderpoort willen samen met de andere wijkfuncties het sociale hart van Wijchen-Zuid vormen. De ruimtelijke samenhang met de andere wijkfuncties is beperkt.
- De passage is niet ingericht als ontmoetingsruimte (geen bankjes).
- De parkeercapaciteit schiet op vrijdag en zaterdag tekort. Dan is het zowel druk in het winkelcentrum als bij de sporthal.
- De verkeerscirculatie (eenrichtingsverkeer rondom winkelcentrum) functioneert niet optimaal (opstopping/onduidelijk) en leidt met name aan de achterzijde en tussen winkelcentrum en sporthal tot verkeers- onveilige situaties met tegemoetkomende fietsers (geen overzicht).

3.2 Projecten Zuiderpoort

In samenspraak met de ondernemers, eigenaar en gemeente zijn 11 uitvoeringsprojecten geformuleerd.



Project 1

Social media en website Zuiderpoort

Doel	Benutten online mogelijkheden (platform). Extra service en klantenbinding
Aanpak	In 2017 bestaat winkelcentrum Zuiderpoort 30 jaar (aanleiding). De website wordt in opdracht van de eigenaar vernieuwd (o.a. koppeling met Facebook). Om de week nieuws en klantenacties op de website.
Trekker(s)	F. Hazenberg Vastgoed
Partner(s)	Winkeliersvereniging (hoofd-verantwoordelijk voor de inhoud)
Planning	2016 : website bouwen Continu: site up to date houden/ nieuwe inhoud bedenken

Project 2

Verbeteren veiligheid en uitstraling achterzijde

Doel	Verkeersveiligheid vergroten en de uitstraling van de achterentree verbeteren
Aanpak	Het nemen van diverse kleine ruimtelijke maatregelen, o.a. verplaatsing winkelwagentjes en glasbakken, en meer verlichting. Signing entree hoogwaardiger.
Trekker(s)	F. Hazenberg Vastgoed en Jumbo
Partner(s)	Gemeente (openbare ruimte), winkeliersvereniging (gesprekspartner)
Planning	2016-2017 (Quick win)

Project 3

Bankjes in de overdekte passage

Doel	Ontmoetingsfunctie faciliteren en bezoekers langer vasthouden (extra levendigheid in passage)
Aanpak	In de overdekte passage enkele banken plaatsen zodat bezoekers even kunnen zitten en een praatje maken (bijvoorbeeld centraal en langs blinde wand Jumbo). Relatie met project 10.
Trekker(s)	F. Hazenberg vastgoed
Partner(s)	Winkeliersvereniging (gesprekspartner)
Planning	2016-2017 (Quick win)



Project 4

Bijdraaien en invulling standplaatslocatie

Doel	Vergroten meerwaarde standplaats voor winkelcentrum
Aanpak	Bijdraaien standplaats: een meer open opstelling met behoud van de zichtrelatie tussen de wagen van de standplaatshouder en de winkelcentrumtree (stimuleren combinatiebezoek). Verkennen mogelijkheid aanbod standplaats af te stemmen op permanente aanbod.
Trekker(s)	Gemeente (vergunning en openbare ruimte)
Partner(s)	F. Hazenberg vastgoed, winkeliersvereniging en vergunninghouders (gesprekspartners)
Planning	2017: bijdraaien (Quick win) 2018: evaluatie vergunning(en)



Project 5

Terugdringen foutief (brom)fietsparkeren

Doel	Entrees winkelcentrum open houden
Aanpak	Toevoegen stallingsmogelijkheid voor (brom)fietsen direct bij de entrees (o.a. bij apotheek). Winkelpersoneel verplichten op grootste afstand de (brom)fiets te stallen.
Trekker(s)	Gemeente (openbare ruimte, handhaving), ondernemers (personeelsbeleid)
Partner(s)	F. Hazenberg vastgoed, winkeliersvereniging (gesprekspartners)
Planning	2017: plaatsing stalling (Quick win) Continu: naleven stallingsbeleid personeel



Project 6

Integraal ontwikkelingsplan Hart van Zuid

Doel	Vitaal wijkvoorzieningshart op de lange termijn
Aanpak	Met alle directe stakeholders in het gebied toewerken naar een integraal (her)ontwikkelingsplan. Fase 1: inventarisatie toekomstig programma bij alle stakeholders. Verkenning behoefte aan aanvullende wijkfuncties (o.a. zorg). Fase 2: ruimtelijke variantenstudie (samenhangende opzet en toereikende verkeers- en parkeerstructuur).
Trekker(s)	Gemeente (procesfacilitator)
Partner(s)	Oprichten werkgroep: F. Hazenberg Vastgoed, winkeliersvereniging, Talis, basisschool 't Palet, wijkcentrum, zorgsector
Planning	2017-2022 2017: inventarisatie (fase 1)



Project 7

Optimaliseren huidige parkeercapaciteit

Doel	Grotere parkeercapaciteit op korte termijn
Aanpak	Verkenning in de openbare ruimte en op parkeerterreinen of en op welke wijze er (tijdens de piek van vrijdag en zaterdag) extra parkeercapaciteit kan worden toegevoegd (o.a. verplaatsen zonnewijzer en reststroken groen), mede gezien in relatie met de uitbreidingsbehoefte van Jumbo (project 8).
Trekker(s)	Gemeente (openbare ruimte)
Partner(s)	F. Hazenberg Vastgoed en winkeliersvereniging (gesprekspartner)
Planning	2017-2018



Project 8

Vergroten supermarkt

Doel	Behoud moderne wijksupermarkt als publiekstrekker
Aanpak	Vergroting winkel (300 à 400 m² wvo; passend bij wijkfunctie) met behoud/verbetering zichtrelatie en passantenstroom andere winkels. In relatie gezien met de voortgang van projecten 6 en 7 (investering voor tijdelijke of langdurige situatie).
Trekker(s)	Jumbo
Partner(s)	F. Hazenberg vastgoed (eigenaar), gemeente (openbare ruimte), winkeliersvereniging (gesprekspartner)
Planning	2017-2018



Project 9

Externe zichtbaarheid winkelaanbod

Doel	Versspeciaalaanbod zichtbaar bij benaderen en passeren winkelcentrum
Aanpak	In overleg met Talis vervangen van blauwe platen voor foto's versaanbod (mogelijk in combinatie met opknappen appartementen). (Vers-) ondernemers exploiteren om de beurt buiten een kraam met eigen waar (bijvoorbeeld op een vaste weekdag op de standplaatslocatie).
Trekker(s)	F. Hazenberg vastgoed, winkeliersvereniging
Partner(s)	Talis (eigenaar appartementen), gemeente (welstand, vergunning)
Planning	2017-2019



Project 10

Naleven afspraken uitstallingen

Doel	Vrij en netjes houden van de overdekte passage
Aanpak	Regelmatig checken of de ondernemers met hun uitstalling (ongeveer) binnen het donkere gedeelte blijven. Ondernemers die dit niet doen hier op aanspreken. Relatie met project 3.
Trekker(s)	F. Hazenberg vastgoed ('handhaver')
Partner(s)	Ondernemers (nemen eigen verantwoordelijkheid)
Planning	Continu



Project 11

Goede bezetting, met nadruk op versspecialist

Doel	Aantrekkelijk gevuld winkelcentrum blijven, met nadruk op kwaliteit en vers
Aanpak	Met elkaar in gesprek blijven over uitoefening en kruisbestuiving van het versambacht (ondernemerschap primair individuele verantwoordelijkheid). Relatie met project 9. Jaarlijks gesprek met eigenaar over plannen huurder; tijdig anticiperen bij stoppen (opvolger/nieuwe versspecialist aantrekken).
Trekker(s)	Ondernemers/winkeliersvereniging
Partner(s)	F. Hazenberg vastgoed (gesprekspartner, nieuwe huurders)
Planning	Continu/periodiek





4 Uitvoeringsagenda Wijchen-Noord

4.1 Uitgangspositie Wijchen-Noord

Kenmerken buurtwinkelcentrum

- Locatie: aan de Tunnelweg in Wijchen-Noord (ruim 8.000 inwoners*);
- Omvang: 1.400 m² winkelvloeroppervlak;
- Branchering: 2 dagelijkse winkels, 3 niet-dagelijkse winkels, 3 horecabedrijven, reprocentrum, kapper;
- Leegstand: 1 unit (40 m² wvo);
- Publiekstrekker: Coop (± 1.000 m² wvo);
- Opzet: winkelhaak, parkeren voor de deur;
- Eigendom: enkele eigenaren, grootste deel van één eigenaar (tevens beheerder).

Toekomstige functie en doelgroep

- Het winkelcentrum heeft primair een functie als locatie voor dagelijkse boodschappen en frequent kopen en (af)halen voor inwoners van Wijchen-Noord (ten noorden van het spoor en ten oosten van de Klapstraat). Voor deze inwoners is dit het meest nabijgelegen winkelcentrum. Het spoor is een barrière, waardoor consumenten uit Noord worden vastgehouden en inwoners vanuit de centrumzijde wegblijven.
- De afgelopen decennia is de omvang en samenstelling van de bevolking in Noord

stabiel gebleken. Doordat de woningvoorraad komende jaren nauwelijks zal veranderen, zal door vergrijzing en huishoudensverdunding (minder personen per woning) het inwonertal in Noord licht dalen (minder bestedingspotentieel). Er blijft echter een verzorgingsgebied dat ruim voldoende omvang heeft voor het in stand houden van een buurtwinkelcentrum.

Kwaliteiten en kansen

- Bezoekgemak (even snel iets halen) en de persoonlijke benadering zijn belangrijke voorwaarden om als winkelcentrum Wijchen-Noord de inwoners uit de wijk te blijven binden. De huidige bereikbaarheid is goed. Parkeercapaciteit ligt voor de deur en is toereikend (geen blauwe zone nodig). Voor fietsbezoekers zijn er goede stallingsmogelijkheden. Bezoekers aan het centrum kunnen vervolgens gemakkelijk hun bezoekdoel binnenlopen (brede stoep voor de entrees).
- Het winkelcentrum ligt er overwegend netjes bij. Zowel de inrichting van de openbare ruimte als het commerciële vastgoed is up to date.
- De supermarkt (belangrijkste publiekstrekker) heeft een eigentijdse omvang en uitstraling en er zijn aanvullende

voorzieningen in het centrum, zoals een PostNL- en DHL-punt en pinautomaat. De leegstand is beperkt (één kleine unit).

Knel- en verbeterpunten

- Het winkelcentrum is relatief onbekend. Het ontbreken van een collectieve uitstraling en van een algemeen bekende naam voor het centrum zijn hiervoor belangrijke oorzaken.
- De vindbaarheid vanaf de wijkontsluitingswegen is zeer matig. Nergens staat het winkelcentrum bewegwijzerd.
- De supermarkt biedt de volledige basis aan boodschappen, maar overig dagelijks aanbod, behalve een bakker, ontbreekt. Een extra verszaak of drogist zou een aanvulling kunnen zijn op het boodschappenaanbod.
- Mede doordat er meerdere eigenaren zijn heeft het centrum geen collectieve uitstraling.
- Door het uiteenlopende aanbod is er maar in beperkte mate sprake van een functionele samenhang (weinig functiesynergie).
- Het onderlinge contact tussen ondernemers is goed, maar echte samenwerking komt niet van de grond.
- Een actieve vorm van samenwerking of contact met de gemeente ontbreekt momenteel. Eén centraal aanspreekpunt is

* Wijchen-Noordoost + Woezik

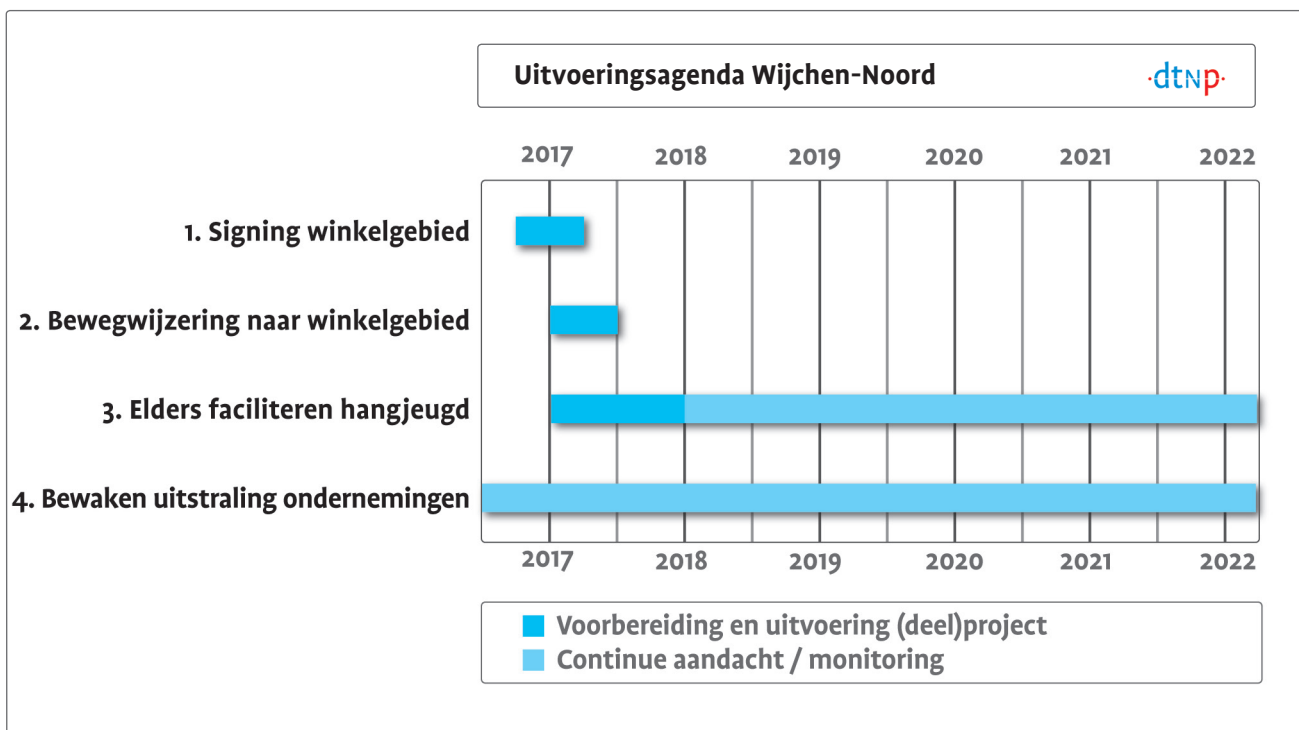
gewenst bij de uitvoering van deze agenda (zie paragraaf 1.2; pagina 4).

- Het winkelcentrum ondervindt last van hangjongeren. De jeugd laat rommel achter, staat in de weg en geeft door hun aanwezigheid een deel van de bezoekers een onprettig/onveilig gevoel.
- De gevel en etalage van enkele ondernemers oogt erg donker, waardoor de (winkel)voorzieningenstrip een grauwe uitstraling dreigt te krijgen.

4.2 Projecten Wijchen-Noord

In samenspraak met drie ondernemers (actieve kopgroep), de belangrijkste eigenaar (Goevaers, GEVA) en de gemeente is nevenstaande projectenlijst geformuleerd. Er is gekozen voor een beperkte projectenlijst: speerpunten waarvan uitvoering op korte termijn dringend gewenst en mogelijk is.

Bij succesvolle uitvoering en samenwerking (onderling en met de gemeente) wordt de betrokkenheid en investeringsbereidheid in het centrumgebied vergroot en ontstaat er een bredere basis voor het met een breder collectief formuleren van vervolgprojecten.



Project 1

Signing winkelgebied

Doel	Herkenbaarheid en bekendheid winkelgebied vergroten
Aanpak	In het winkelgebied plaatsen van duidelijke uitingen 'Winkelcentrum Wijchen-Noord'. Mogelijkheden o.a. vlaggenmasten op hoekpunt, borden op blinde gevels en belettering op leegstaande etalage.
Trekker(s)	Goevaers (GEVA)
Partner(s)	Ondernemers (gesprekspartner logo), andere eigenaren (co-financiering) en gemeente (openbare ruimte, vergunning)
Planning	2016-2017 (Quick win)

Project 2

Bewegwijzering vanaf toegangswegen in Noord

Doel	Vindbaarheid winkelgebied vergroten
Aanpak	Mogelijkheden bewegwijzering bespreken met de gemeente (officieel verkeersverwijsbord, reclamebord, adopteren rotonde) op strategische locatie(s). Concrete aanleiding om de basis te leggen voor een vorm van samenwerking.
Trekker(s)	(Kopgroep) ondernemers
Partner(s)	Gemeente (gesprekspartner, openbare ruimte, vergunning)
Planning	2017 (Quick win)

Project 3

Elders faciliteren hangjeugd

Doel	Wegnemen overlast door hangjongeren
Aanpak	Op zoek naar een alternatieve locatie (buiten/overdekt) in de buurt waar jeugd kan hangen zonder dat dit tot overlast of een anderszins onveilige situatie leidt.
Trekker(s)	Gemeente
Partner(s)	Wijkagent, lokale jongereninstanties, de jeugd zelf (gesprekspartner) en ondernemers (monitoring)
Planning	2017: in gesprek en bepalen/faciliteren alternatief Continu: monitoring/handhaving



Project 4

Externe uitstraling ondernemingen

Doel	Kwalitatieve en aantrekkelijke uitstraling gehele strip
Aanpak	Ondernemers die duidelijk onvoldoende aandacht besteden aan de uitstraling van de etalage, voorgevel en/of uitstalling (negatief opvallen) worden door de verhuurder aangesproken/ aangeschreven.
Trekker(s)	Eigenaren (aanspreken huurder)
Partner(s)	Ondernemers (nemen eigen verantwoordelijkheid)
Planning	Continu/periodiek





5 Uitvoeringsagenda Hof van Achterlo

5.1 Uitgangspositie Hof v. Achterlo

Kenmerken buurtwinkelcentrum

- Locatie: aan de Homberg in Achterlo (ruim 5.000 inwoners*);
- Omvang: 2.200 m² winkelvloeroppervlak;
- Branchering: 2 dagelijkse winkels, 1 niet-dagelijkse winkel, snackbar, kapper;
- Leegstand: geen;
- Publiekstrekking: Jan Linders (± 1.300 m² wvo) en Aldi (± 850 m² wvo);
- Opzet: modern compact supermarkten-centrum;
- Eigendom: voor het overgrote deel van één eigenaar (tevens beheerder).

Toekomstige functie en doelgroep

- Het winkelcentrum heeft primair een boodschappenfunctie voor inwoners uit de Wijchense buurten Homberg, Heilige Stoel en Kraaijenberg en kerkdorp Hernen (inclusief buitengebied). Met name Aldi trekt omzet uit een groter gebied (heel Wijchen). De spoorlijn is een fysieke en psychologische barrière/drempel in de koopstroom voor dagelijkse boodschappen.
- De wijk wordt gekenmerkt door een relatief groot deel sociale huurwoningen. Het

aandeel ouderen neemt toe. Hierdoor is het bestedingspotentieel iets lager dan gemiddeld in Wijchen. Doordat woningcorporatie Talis voornemens is haar woningvoorraad in de wijk (enkel) te renoveren, zal hierin komende jaren geen verandering optreden.

Kwaliteiten en kansen

- De bewoners in de wijk zijn tevreden met het in 2010 geheel nieuwgebouwde winkelcentrum (positieve vibe sinds de heropening). Ze hebben meerdere jaren moeten toezien hoe het toenmalige buurtwinkelcentrum aan het verpauperen was (vervallen, grotendeels leegstaand).
- De nieuwe opzet met entrees aan de buitenkant is een vooruitgang ten opzichte van de oude situatie. Het gebied is opener en de functioneel-ruimtelijke samenhang met de naastgelegen wijkfuncties is beter (o.a. sporthal, wijkcentrum en kerk).
- De bereikbaarheid en toegankelijkheid van het centrum is goed per auto, fiets en voor de voetganger, en ook voor bezoekers met een beperkte mobiliteit. Parkeercapaciteit ligt voor de deur en is in aantal toereikend. Voor fietsbezoekers zijn er goede stallingsmogelijkheden. Bezoekers kunnen hun doel gemakkelijk binnenlopen en

desgewenst combineren (efficiënt boodschappen doen in de nabijheid).

- De complete wijksupermarkt (Jan Linders) kan goed inspelen op de groeiende behoefte aan kwaliteit van versproducten bij consumenten.
- Het vastgoed (totale opzet en omvang per unit) is toekomstbestendig. Er is geen leegstand in het centrum.

Knel- en verbeterpunten

- Samenwerking door ondernemers vindt niet plaats. Dit heeft als consequentie dat er, met name in de beleving en collectieve uitstraling, bijvoorbeeld tijdens de decembermaand (kerstverlichting), niets gebeurt.
- Het boodschappenaanbod is ruim in meters, maar beperkt in aanbieders (twee supermarkten). Een verszaak of slijter zou een aanvulling kunnen zijn. Gezien de assortimenten in de twee supermarkten heeft een slijter de grootste aanvullende waarde (klanten geven aan deze te missen). Een pinautomaat is ook een wijkvoorziening waaraan behoefte is, maar die nu ontbreekt.
- De standplaats kan een aanvullende voorziening zijn, mits het aanbod ook daadwerkelijk complementair is aan het permanente retailaanbod en de

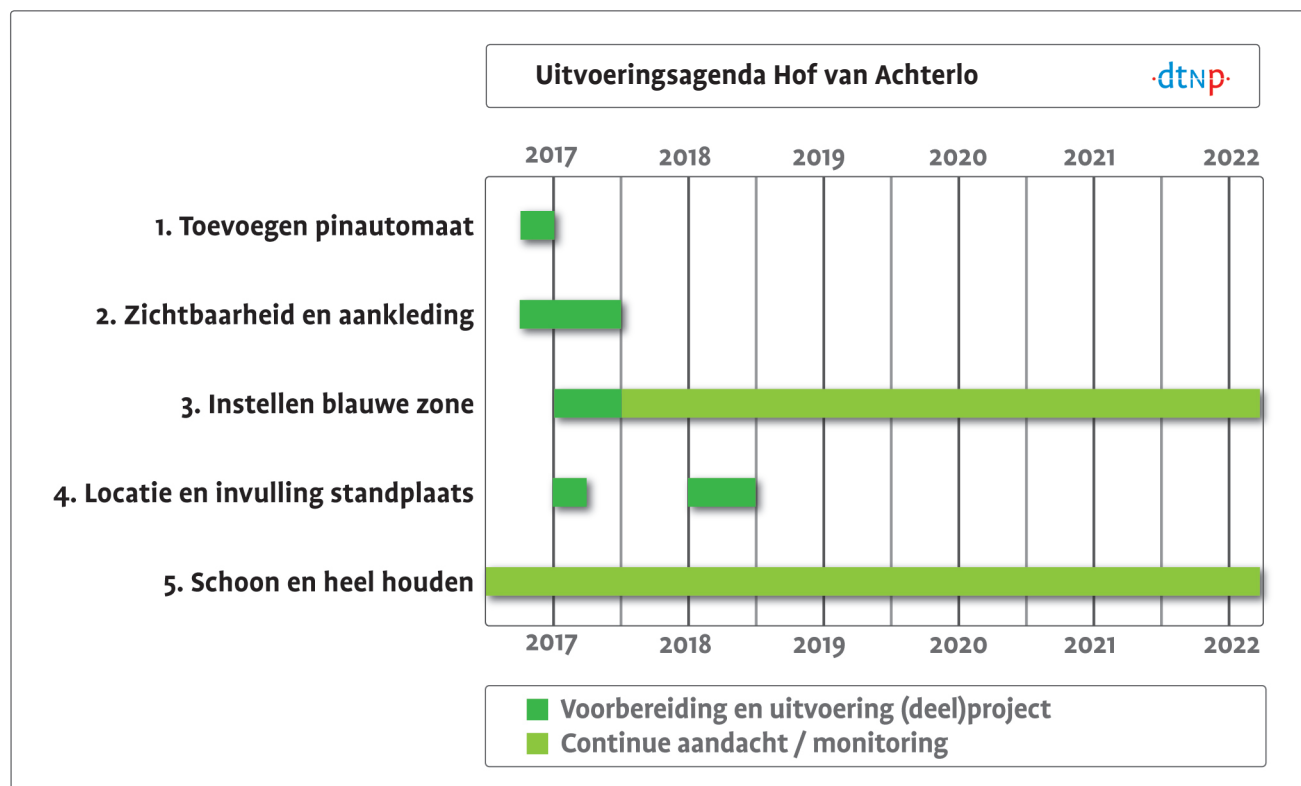
* Achterlo: Homberg, Heilige Stoel + Kraaijenberg

standplaatslocatie een zichtrelatie heeft met de winkels (zonder verlies parkeer-capaciteit).

- Op drukke momenten is er een kwalitatief parkeerprobleem. Doordat ook langparkeerders tussen Jan Linders en de sporthal parkeren, kunnen de winkelbezoekers niet altijd dicht bij de entree van hun bezoekdoel parkeren. Voor de entree van Jan Linders ontbreekt een invalidenparkeerplaats.
- Door het 'steriele' gevelbeeld en de uitstraling van het commerciële vastgoed valt het nauwelijks op dat er een winkelcentrum is. De zichtbaarheid (reclame-uitingen) kan beter.
- Het centrum ligt er meestal netjes bij, maar er zijn periodes/momenten dat er zwerfvuil ligt en het openbaar groen verrommelt.
- Geregeld contact met een zichtbaar aanspreekpunt bij de gemeente wordt gemist (zie paragraaf 1.2; pagina 4).

5.2 Projecten Hof van Achterlo

In samenspraak met twee ondernemers, de vastgoedbeheerder (Wieringerwaard) en de gemeente zijn de hiervoor genoemde kwaliteiten en verbeterpunten gesignaleerd en een vijftal uitvoeringsprojecten geformuleerd.



Project 1

Toevoegen pinautomaat

Doel	Bieden van een pinmogelijkheid in het winkelgebied (belangrijke wijkfunctie)
Aanpak	Jan Linders richt in pandig een plek in voor een pinautomaat. Door de ruime openingstijden van de supermarkt en de locatie nabij de entree is deze wijkvoorziening voor eenieder beschikbaar.
Trekker(s)	Jan Linders
Partner(s)	-
Planning	2016 (Quick win)



Project 2

Zichtbaarheid en aankleding winkelcentrum

Doel	Betere zichtbaarheid en meer beleving voor bezoekers
Aanpak	Grotere reclame-uiting supermarkten/winkelgebied: vlaggenmasten bij parkeerterrein. Gezamenlijk aanschaffen kerstverlichting en eventuele andere aankleding voor de buitenruimte. Jan Linders en LePoutre gaan hierover in gesprek met de andere ondernemers. Concrete aanleiding om de basis te leggen voor een vorm van samenwerking.
Trekker(s)	(Kopgroep) ondernemers
Partner(s)	Eigenaar/beheerder (co-financiering), gemeente (vergunning)
Planning	2016-2017 (Quick win)



Project 3

Instellen blauwe zone en extra invalidenplek

Doel	Exclusief houden van de beste parkeerplaatsen voor kortparkerende winkelbezoekers
Aanpak	Het vaststellen en aangeven van het gedeelte van de aanwezige parkeercapaciteit dat onder de blauwezone-parkeerregulatie valt (grootweg de beste helft; parkeerduur 1 uur). Toekennen parkeerplek voor invaliden bij Jan Linders.
Trekker(s)	Gemeente (instellen en handhaven)
Partner(s)	Ondernemers, sporthal, wijkcentrum, kerk (gesprekspartners)
Planning	2017: instellen blauwe zone Continu: monitoring en handhaving



Project 4

Heroverweging locatie en invulling standplaats

Doel	Standplaats inzetten als aanvullende wijkvoorziening
Aanpak	Reloceren standplaats: goede zichtrelatie met de retailondernemers, zonder verlies parkeercapaciteit. Verkennen mogelijkheid om aanbod standplaats af te stemmen op permanente aanbod.
Trekker(s)	Gemeente
Partner(s)	Ondernemers, standplaatshouder (gesprekspartners)
Planning	2017: relocatie (Quick win) 2018: evaluatie vergunning(en)

Project 5

Schoon en heel houden winkelcentrum

Doel	Aangename omgeving tijdens centrumbezoek (comfort)
Aanpak	Schoon houden van de openbare ruimte. Ondernemers houden dit zelf in de gaten. Indien er buiten iets kapot is of onderhouden moet worden, melden ondernemers dit en onderneemt de gemeente actie.
Trekker(s)	Ondernemers (nemen eigen verantwoordelijkheid)
Partner(s)	Gemeente (aanspreekpunt, handhaving en onderhoud openbare ruimte)
Planning	Continu: monitoring





6 Uitvoeringsagenda perifere locaties

6.1 Uitgangspositie perifere locaties

Meerdere perifere detailhandelslocaties

Het volumineuze detailhandelsaanbod is verspreid over meerdere locaties. De belangrijkste zijn:

- Woonboulevard (locatie Nieuweweg (voorheen Woondrome) en drie locaties aan de Graafseweg; ± 30 winkels);
- Kraanvogelstraat-Kruisbergseweg (o.a. Boerenbond, Steeg, Aalbers sanitair; ± 10 winkels);
- Stationslaan (o.a. Leen Bakker, Atlantic; < 5 winkels);
- Nieuweweg (o.a. Praxis, Hormes; < 5 winkels);
- Edisonstraat (o.a. Prominent, HG Woon-idee; < 5 winkels);
- Bijsterhuizen (Tuinwereld).

Kenmerken

- Branchering: voornamelijk branches in de volumineuze artikelen, te weten woning-inrichting, bouwmarkten/doe-het-zelf, tuinartikelen. Daarnaast is ook een enkele elektronicazaak en fietsenwinkel op een perifere locatie gevestigd.
- Omvang: het totale oppervlak aan detailhandel in de sectoren “In en om het

huis” (woninginrichting, doe-het-zelf, tuin-artikelen, electro) bedraagt circa 50.000 m² winkelvloeroppervlak (wvo).

- Opzet: wooncluster Nieuweweg is met circa 20 winkels het grootste cluster (± 15.000 m² wvo). De concentratiegraad van het volumineuze winkelaanbod is zeer laag.
- Publiekstrekking: Er zijn meerdere grote publiekstrekkingen. Wooncluster Nieuweweg kan beschouwd worden als één concept. Daarnaast zijn Oosterbaan Living, Zen XXL (Graafseweg) en Leen Bakker (Stationslaan) publiekstrekkingen in de woninginrichting. Overige trekkingen zijn Praxis bouwmarkt (Nieuweweg), Tuinwereld (Bijsterhuizen) en Boerenbond (Kruisbergseweg).
- Eigendom: Meerdere eigenaren.

Toekomstige functie en doelgroep

- Het beleid voor perifere locaties blijft ook in de toekomst gericht op volumineuze artikelen (PDV) met (overwegend) een doelgericht bezoeks-motief en een lage aankoopfrequentie.
- Het verzorgingsgebied voor de verschillende subbranches is wisselend: van beperkt bovenlokaal (doe-het-zelfsector), streek (tuincentrum), regio (woninginrichting) tot bovenregionaal (Indonesische meubelen).

Kwaliteiten en kansen

- Vanaf 2008 zijn de bestedingen in de branches woninginrichting en doe-het-zelf fors gedaald. Sinds 2014 zitten de bestedingen weer in de lift.
- Stevig primair en secundair (Nijmegen e.o.) marktgebied.
- In Nijmegen is behoudens een kleine woonboulevard weinig aanbod in woning-inrichting. Aanbieders in Wijchen kunnen hierdoor veel Nijmeegse klanten trekken.
- Locatie Nieuweweg van de woonboulevard heeft een moderne uitstraling.
- De autobereikbaarheid en de parkeergelegenheid bij wooncluster Nieuweweg, Praxis en Tuinwereld zijn goed.
- Het wooncluster Nieuweweg, de woonzaken langs de Graafseweg, en Tuinwereld hebben een goede zichtbaarheid vanaf de doorgaande uitvalswegen.
- Door de nieuwbouw van woningen in Wijchen-Zuid, Beuningen en Nijmegen-Noord ontstaat extra vraag naar artikelen in volumineuze branches.

Knel- en verbeterpunten

- Nederland heeft een overschot aan winkelloppervlak in de woninginrichtings-branchen. Leegstand ligt op de loer.

- Beuningen is een concurrent, met vooral een ruim aanbod in vloeren en tuinartikelen.
- Het bestaande aanbod is zeer matig geconcentreerd, waardoor per locatie de omvang beperkt is. Aanbieders profiteren nauwelijks van elkaars aanwezigheid. Woonzaken (met name het middensegment) hebben baat bij een geclusterde structuur (vergelijkend winkelen: massa en combinatiebezoek).
- De woonboulevard wordt als één concept gepromoot, maar de locaties aan de Graafseweg en Nieuweweg vertonen ruimtelijk geen samenhang.
- Locatie Kraanvogelstraat ligt verscholen, heeft een onduidelijk functieprofiel en heeft overwegend een verouderde uitstraling.
- Door de spreiding van aanbod over een groot aantal locaties en verschillen in doelgroep lopen de ondernemersbelangen uiteen en is er weinig samenwerking op allerlei terreinen (o.a. schoon, heel en veilig en promotie).

6.2 Projecten perifere locaties

In samenspraak met een zestal ondernemers (zie bijlage) van vier verschillende perifere locaties en de gemeente is de basis gelegd voor nevenstaande projectenlijst.



Project 1

Opschonen bestemmingsplannen

Doel	Voorkomen verdere versnippering perifeer winkelaanbod
Aanpak	Nieuwvestiging van (pdv-)winkels buiten de gewenste structuur voorkomen. Bij actualisatie van bestemmingsplannen of d.m.v. een paraplu-bestemming wordt de ongebruikte detailhandelsbestemming op locaties buiten de belangrijkste clusters verwijderd (reductie passieve planvoorraad). Relatie met projecten 2 en 3.
Trekker(s)	Gemeente
Partner(s)	Ondernemers en eigenaren (gesprekspartners)
Planning	2017-2018 (Quick win)



Project 2

Clustering Woonboulevard

Doel	Compacte en completere regionale woonboulevard
Aanpak	Inventarisatie naar behoeften en verplaatsingsbereidheid ondernemers actief in thema wonen, zowel binnen als buiten huidige boulevard, en interesse eigenaren in het gebied voor een ruimtelijke herschikking (fase 1). Verplaatsing winkels naar een kleiner gebied (fase 2). Relatie met projecten 1 en 3)
Trekker(s)	Oosterbaan (eigenaar)
Partner(s)	Gemeente (gesprekspartner), ondernemers woonzaken Wijchen en vastgoedeigenaren in het gebied
Planning	2017: inventarisatie (fase 1) 2018-2020: clustering (fase 2)



Project 3

Toekomstige positie Kraanvogelstraat

Doel	Vitale bedrijvenlocatie met duidelijk functieprofiel
Aanpak	Ondernemers spreken naar elkaar uit hoe ze hun toekomst en de toekomst van de Kraanvogelstraat-Kruisbergseweg zien. Vervolgens zetten vastgoedeigenaren, ondernemers en gemeente een revitaliseringsplan op. Opties: bedrijvenlocatie met pdv-winkels of met alternatieve functies. Relatie met project 1 en 2.
Trekker(s)	Alle ondernemers Kraanvogelstraat en Kruisbergseweg
Partner(s)	Eigenaren en gemeente (faciliterend en kaderstellend)
Planning	2017: positie bepalen (fase 1) 2018-2020: revitaliseringsplan (fase 2)



Project 4

Gezamenlijke promotie Wijchen Woonstad

Doel	Regionale aantrekkingskracht woonzaken collectief vergroten
Aanpak	In de traditionele regionale media en de sociale media collectief reclame maken voor het grote woninginrichtingsaanbod dat Wijchen te bieden heeft: 'Wijchen Woonstad 2.0'. Koppeling maken met promotie centrum.
Trekker(s)	Ondernemers woonzaken
Partner(s)	CMW
Planning	2017: inventariseren behoefte en campagne-opzet (koppelen aan project 2, fase 1) Continu: reclame-uitingen op regionale radio, in kranten en via sociale media (o.a. Facebook); periodieke evaluatie



Project 5

Verhogen organisatiegraad

Doel	Vergroten organisatiegraad winkelondernemers periferie
Aanpak	Opzetten overzichtelijke organisatie- en overlegstructuur voor winkelondernemers op de perifere winkellocaties (o.a. aanwijzen ambassadeur per locatie). Relatie met project 6.
Trekker(s)	(Ambassadeurs) winkel-ondernemers perifere locaties
Partner(s)	Gemeente (gesprekspartner; relatie voortgangsbespreking uitvoeringsagenda)
Planning	2017: vaststellen organisatie-structuur Continu: monitoring



Project 6

Schoon en heel houden winkelomgeving

Doel	Aangename omgeving tijdens winkelbezoek (comfort)
Aanpak	Schoon en netjes houden van parkeerterreinen en directe bedrijfsomgeving. Ondernemers kunnen regulier onderhoud collectief inkopen (afsluiten raamovereenkomst groenbeheer e.d.). Indien er iets in de openbare ruimte kapot is of onderhouden moet worden, onderneemt de gemeente actie na melding. Relatie met project 5.
Trekker(s)	Ondernemers en eigenaren (nemen eigen verantwoordelijkheid)
Partner(s)	Gemeente (aanspreekpunt, handhaving en onderhoud openbare ruimte)
Planning	Continu: monitoring





Bijlage

Proces

Startbijeenkomst

22 juni (Mozaïek)

- Plenaire ontbijtsessie en officiële aftrap naar de uitvoeringsagenda's.
 - Opening door portefeuillehouder A. Schaap
 - Toelichting plan van aanpak
 - Beantwoording vragen
 - Planning sessies per winkelgebied

Werkessie Hof van Achterlo

12 juli (Jan Linders; Homberg)

- Schouw en brainstorm
 - Vaststellen toekomstige functie en doelgroep
 - Signaleren kwaliteiten en verbeterpunten
 - Benoemen van uitvoeringsprojecten
- Aanwezig:
 - De heer E. Geerts (regiomanager Jan Linders/verhuurder Aldi);
 - De heer N. van Schaik (bedrijfsleider Jan Linders Wijchen);
 - De heer R. Lepoutre (ondernemer cafetaria LePoutre);
 - De heer A. Jerphanion (eigenaar/beheerder Wieringerwaard);
 - De heer P. Vereijken (ambtelijk projectleider gemeente Wijchen);
 - De heer R. Eijkelkamp (procesleider DTNP).

Werkessie Zuiderpoort

13 juli (wijkcentrum Zuiderpoort)

- Schouw en brainstorm (aansluitend op een vergadering van de winkeliersvereniging en eigenaar/beheerder)
 - Vaststellen toekomstige functie en doelgroep
 - Signaleren kwaliteiten en verbeterpunten
 - Benoemen van uitvoeringsprojecten

Aanwezig:

- Mevrouw M. Baast (franchisenemer Mitra);
- Mevrouw S. Braaksma (ondernemer Bloemisterij de Blauwe Steen);
- Mevrouw A. Cornelisse (ondernemer Bakkerij 't Kraayenest);
- Mevrouw M. Dagdas (bedrijfsleider Trekpleister);
- Mevrouw P. Poot (ondernemer 't Kaashuis)
- De heer N. Dagdas (ondernemer pizzeria Zuid);
- De heer T. van Eldijk (ondernemer groentespecialist Van Eldijk);
- De heer P. van Kuppeveld (franchisenemer Jumbo);
- De heer S. Renkens (ondernemer Bloemisterij de Blauwe Steen);
- De heer H. Sanders (ondernemer slagerij Sanders);
- De heer T. Verhoeven (ondernemer snackbar Zuiderpoort);
- De heer R. Visser (apotheek Wijchen-Zuid);
- De heer R. Wennekes (ondernemer 't Kaashuis)
- De heer C. Wiegman (bedrijfsleider groentespecialist Van Eldijk);
- Mevrouw A. Hazenberg (eigenaar/beheerder F. Hazenberg);
- De heer H. Zimmer (adviseur namens F. Hazenberg vastgoed);
- De heer P. Vereijken (ambtelijk projectleider gemeente Wijchen);
- De heer R. Eijkelkamp (procesleider DTNP).

Werkessie Wijchen-Noord

14 juli (Coop; Tunnelweg)

- Schouw en brainstorm
 - Vaststellen toekomstige functie en doelgroep
 - Signaleren kwaliteiten en verbeterpunten
 - Benoemen van uitvoeringsprojecten
- Aanwezig:
 - Mevrouw N. Rosmalen (ondernemer Reprocentrum Wijchen)
 - De heer R. Rutten (bedrijfsleider Coop Tunnelweg);
 - De heer R. Lepoutre (ondernemer cafetaria LePoutre);

- Mevrouw A. de Groot (eigenaar/beheerder Goevaers/GEVA);
- De heer P. Vereijken (ambtelijk projectleider gemeente Wijchen);
- De heer R. Eijkelkamp (procesleider DTNP).

Werk sessie Perifere locaties 29 augustus (Woonboulevard)

- Brainstorm
 - Vaststellen toekomstige functie en doelgroep
 - Signaleren kwaliteiten en verbeterpunten
 - Benoemen van uitvoeringsprojecten
- Aanwezigen:
 - Mevrouw A. Steeg (ondernemer Steeg Hout- en Bouwmaterialen);
 - De heer H. Hormes (ondernemer Hormes Bouwmaterialen);
 - De heren F. en R. Oosterbaan (ondernemer en eigenaar Woonboulevard Wijchen);
 - De heer H. Schraven (ondernemer o.a. Atlantic Bedden);
 - De heer B. Swartjes (bedrijfsleider Praxis);
 - Mevrouw S. Langens (bedrijfscontactfunctionaris gem. Wijchen);
 - De heer P. Vereijken (ambtelijk projectleider gemeente Wijchen);
 - De heer K. Trommelen (procesleider DTNP).

Conceptbespreking Buurtwinkelcentra 3 oktober (Kasteel Wijchen)

- Conceptbespreking
 - Check complete en juiste weergave hetgeen in de werksessie per buurtwinkelcentrum is opgehaald.
- Aanwezigen:
 - Zuiderpoort:
 - Mevrouw S. Braaksma (ondernemer Bloemisterij de Blauwe Steen)
 - De heer P. van Kuppeveld (franchisenemer Jumbo);

- De heer H. Sanders (ondernemer slagerij Sanders)
- De heer R. Visser (apotheek Wijchen-Zuid);
- Mevrouw A. Hazenberg (eigenaar/beheerder F. Hazenberg);
- De heer H. Zimmer (adviseur namens F. Hazenberg vastgoed);
- De heer M. Majolée (adviseur namens F. Hazenberg vastgoed);

Wijchen-Noord:

- Mevrouw N. Rosmalen (ondernemer Reprocentrum Wijchen)
- De heer R. Lepoutre (ondernemer cafetaria LePoutre);

Hof van Achterlo:

- De heer R. Lepoutre (ondernemer cafetaria LePoutre);
- De heer N. van Schaik (bedrijfsleider Jan Linders Wijchen);
- Mevrouw S. Langens (bedrijfscontactfunctionaris gem. Wijchen);
- De heer R. Eijkelkamp (procesleider DTNP).

Conceptbespreking Perifere locaties 11 oktober (Woonboulevard)

- Conceptbespreking
 - Check complete en juiste weergave hetgeen in de werksessie is opgehaald.
- Aanwezigen:
 - De heren F. en R. Oosterbaan (ondernemer en eigenaar Woonboulevard Wijchen);
 - De heer H. Schraven (ondernemer o.a. Atlantic Bedden);
 - Mevrouw S. Langens (bedrijfscontactfunctionaris gem. Wijchen);
 - De heer P. Vereijken (ambtelijk projectleider gemeente Wijchen);
 - De heer K. Trommelen (procesleider DTNP).

Eerste werksessie Wijchen-centrum 20 september (Kasteel Wijchen)

- Brainstorm in groepen, ingedeeld naar type stakeholder;
 - Wat is over 3 jaar hetzelfde?
 - Wat is over 3 jaar anders?
 - Waarvoor bezoek je over 3 jaar het centrum (vaststellen toekomstige functie en doelgroepen)?
- Aanwezigen:
 - Mevrouw M. Gommers (VakantieXpert de Planeet);
 - Mevrouw A. Kaashoek (de Bibliotheek Wijchen);
 - Mevrouw T. van Schouwen (Maine Women's Wear);
 - Mevrouw A. Stienstra (Kunst Kring Wijchen);
 - Mevrouw C. Verhees (Ondernemend Maas en Waal);
 - Mevrouw I. Wolf (Lunchroom Prikkers);
 - De heer H. Campschroer (Wijchense Wereldwinkel);
 - De heer P. Dieks (Intersport Snelders);
 - De heer P. van Goor (JBS-advocaten);
 - De heer J. Joosten (EyeWish opticiens);
 - De heer M. Smits (Rabobank);
 - De heer en mevrouw Essing (pandeigenaar);
 - De heer S. Janssen (pandeigenaar);
 - De heer J. Peters Sengers (namens pandeigenaar);
 - De heer M. van Thiel (Van Thiel Bedrijfsmakelaardij);
 - De heer P. Philipsen (Centrummanager Wijchen; CMW);
 - Mevrouw S. Langens (bedrijfscontactfunctionaris gem. Wijchen);
 - De heer P. Vereijken (ambtelijk projectleider gemeente Wijchen);
 - De heer K. Trommelen (procesleider DTNP).

Tweede werksessie Wijchen-centrum 7 november (Kasteel Wijchen)

- Brainstorm in groepen;
 - Vaststellen uitgangspunten;
 - Acties die je zelf kunt oppakken;
 - Acties die je gezamenlijk gaat oppakken;
 - Acties die de gemeente wel en niet moet oppakken.
- Aanwezigen:
 - Mevrouw M. Gommers (VakantieXpert de Planeet);
 - Mevrouw R. Pak (Pak Communicatie);
 - Mevrouw A. Stienstra (Kunst Kring Wijchen);
 - Mevrouw C. Verhees (Ondernemend Maas en Waal);
 - Mevrouw I. Wolf (Lunchroom Prikkers);
 - De heer P. Dieks (Intersport Snelders);
 - De heer P. van Goor (JBS-advocaten);
 - De heer R. Schouten (Hema);
 - De heer S. Jansen Holleboom (Rabobank);
 - De heer M. Visser (Rabobank);
 - De heer M. van Thiel (Van Thiel Bedrijfsmakelaardij);
 - De heer M. van Thiel (Van Thiel Bedrijfsmakelaardij);
 - De heer J. van Wamel (pandeigenaar);
 - De heer P. Philipsen (Centrummanager Wijchen; CMW);
 - De heer P. Vereijken (ambtelijk projectleider gemeente Wijchen);
 - De heer K. Trommelen (procesleider DTNP);
 - De heer R. Eijkelkamp (procesleider DTNP).

Conceptbespreking Wijchen-centrum 14 december (Gemeentehuis)

- Conceptbespreking
 - Check complete en juiste weergave hetgeen in de werksessies is opgehaald.
- Aanwezig:
 - Mevrouw A. Stienstra (Kunst Kring Wijchen);
 - Mevrouw C. Verhees (Ondernemend Maas en Waal);
 - Mevrouw I. Wolf (Lunchroom Prikkers);
 - De heer P. Dieks (Intersport Snelders);
 - De heer R. Schouten (Hema);
 - De heer S. Jansen Holleboom (Rabobank);
 - De heer M. van Thiel (Van Thiel Bedrijfsmakelaardij);
 - De heer P. Philipsen (Centrummanager Wijchen; CMW);
 - Mevrouw S. Langens (bedrijfscontactfunctionaris gem. Wijchen);
 - De heer P. Vereijken (ambtelijk projectleider gemeente Wijchen);
 - De heer K. Trommelen (procesleider DTNP);
 - De heer R. Eijkelkamp (procesleider DTNP).