

NAAR EEN TOEKOMSTBESTENDIG CENTRUM IN WESTERVOORT

5 MAART 2021



NAAR EEN TOEKOMSTBESTENDIG CENTRUM IN WESTERVOORT

5 MAART 2021

Status:
Definitief

Datum:
5 maart 2021

Een product van:
Bureau Stedelijke Planning bv
Silodam 1E
1013 AL Amsterdam
020 - 625 42 67
www.stedplan.nl
amsterdam@stedplan.nl

Team Winkelen
Drs. Ingrid Ploegmakers MRICS
Jeffrey Meinders MSc

Voor meer informatie: Drs. Ingrid Ploegmakers MRICS, ip@stedplan.nl

Review:
Drs. Toine Hooft

In opdracht van:
Gemeente Westervoort



De in dit document verstrekte informatie mag uitsluitend worden gebruikt in het kader van de opdracht waarvoor deze is opgesteld. Elk ander gebruik behoeft de voorafgaande schriftelijke toestemming van Bureau Stedelijke Planning BV©.

Projectnummer: 20200042
Referentie: 20200042 Stroom Westervoort Centrumplan 28012021

SAMENVATTING EN CONCLUSIES	8
INLEIDING EN OPZET ADVIESRAPPORT	11
1 OPGAVE VOOR WESTERVOORT CENTRUM	13
1.1 ACHTERGROND EN HUIDIGE SITUATIE	
1.2 HUIDIGE EN TOEKOMSTIGE VERHOUDING VRAAG EN AANBOD WESTERVOORT	
1.3 RELEVANTE RETAILTRENDS EN ONTWIKKELINGEN	
1.4 OPGAVEN VOOR CENTRUM WESTERVOORT	
2 SCENARIO'S CENTRUM WESTERVOORT	23
2.1 MOGELIJKE ONTWIKKELSCENARIO'S CENTRUM WESTERVOORT	
2.2 AANBEVELINGEN VOOR TOEKOMSTRICHTING	
2.3 VERANTWOORDING KEUZE ONTWIKKELINGS-RICHTING	
3 UITWERKING AMBITIESCENARIO 1 – UPGRADING HUIDIGE STRUCTUUR	30
3.1 RUIMTELIJK-FUNCTIONEEL WENSBEELD	
3.2 DE WYBORGH	
3.3 CENTRALE DORPSPLEIN + NOORDBLOK	
3.4 LOCATIE LIDL	
3.5 DORPSTRAAT / HAMERSESTRAAT	
3.6 OVERIGE DEELLOCATIES CENTRUM WESTERVOORT	
4 UITWERKING AMBITIESCENARIO 2: WYBORGH ALS SUPERMARKTLOCATIE MET VERSTERKING DORPSPLEIN	41
4.1 RUIMTELIJK-FUNCTIONEEL WENSBEELD	
4.2 DE WYBORGH	
4.3 CENTRALE DORPSPLEIN + NOORDBLOK	
4.4 LIDL LOCATIE	
4.5 DORPSTRAAT / HAMERSESTRAAT	
4.6 OVERIGE DEELLOCATIES CENTRUM WESTERVOORT	
5 REALISATIESTRATEGIE EN VOORKEURSSCENARIO	46
5.1 WONINGVERDICHTING ALS VERDIENMODEL	
5.2 FASERING EN VOLGTIJDELIJKHEID ACTIES	
5.3 AFWEGINGSKADER AMBITIESCENARIO'S	
5.4 DO'S IN REVITALISATIEPROCESSEN VAN WINKELGEBIEDEN	

BIJLAGE 1 MARKTRUIMTEBEREKENINGEN

BIJLAGE 2 VERSLAG WORKSHOP 'DENK MEE' 5 OKTOBER 2020

BIJLAGE 3 VERSLAG WORKSHOP 'DOE MEE' 2 NOVEMBER 2020

SAMENVATTING EN CONCLUSIES

Het functioneren van het centrum van Westervoort staat onder druk. De Wyborgh is verouderd en aan modernisering toe. De overige deelgebieden kampen met leegstand. In voorliggende rapportage is op basis van individuele gesprekken, twee workshops, twee sessies met sleutelpartijen en vier reflectiesessies, gekomen tot een **haalbaar, realistisch en gedragen centrumvisie voor Westervoort**. Er wordt vanuit twee mogelijke scenario's een ruimtelijk-functioneel wensbeeld en (ruimtelijk) ontwikkelkader geschetst dat leidt tot een vitaal en toekomstbestendig centrum, waar bewoners zich thuis voelen, bezoekers welkom zijn en ondernemers een goede boterham kunnen (blijven) verdienen.

De huidige situatie van het centrum kan als volgt worden gekenmerkt:

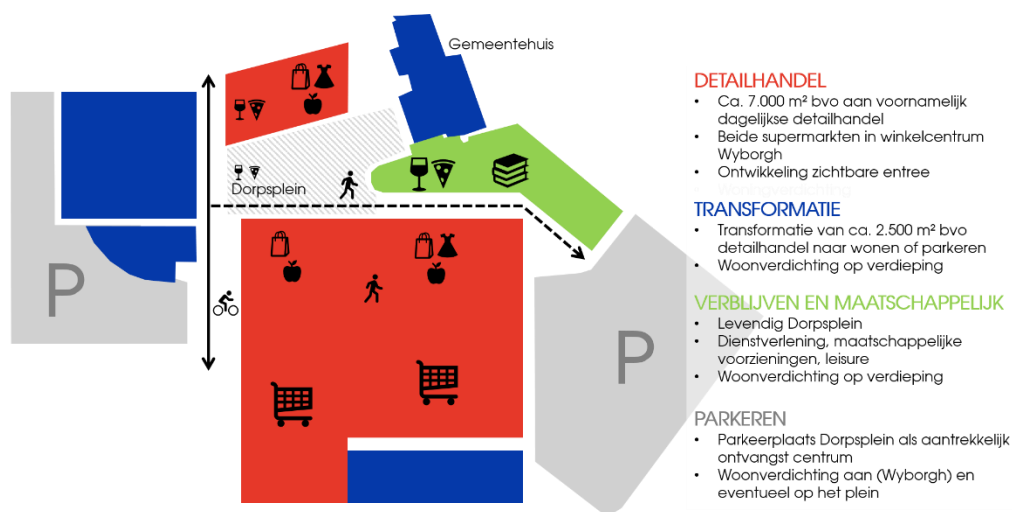
STERKTES	ZWAKTES
- Bereikbaarheid per auto, OV, fiets en te voet - Mogelijkheden tot verdere verdichting met woningen - Beperkte marktruimte in dagelijkse sector en vrijetijd en mogelijkheden voor horeca en dienstverlening	- Verouderd en introverte karakter winkelcentrum De Wyborgh - Teveel aan detailhandelsmeters, wat zich vertaald in leegstand - Geen sterke ontmoetingsplek /verblijfsplek aanwezig
KANSEN	BEDREIGINGEN
Toekomstige woningbouw in Westervoort	- Weinig bestedingskracht - Grote concurrentiedruk uit regio en online

TABEL 1 SWOT ANALYSE CENTRUM WESTERVOORT OP BASIS VAN DE BELANGRIJKSTE KENMERKEN
Bron: Bureau Stedelijke Planning

Van een brede insteek met vijf scenario's zijn van twee voorkeursscenario's de obstakels (beren) en oplossingen besproken op basis waarvan de mogelijke insteek met de sleutelpartijen besproken is. Vanuit een afwegingskader is inzicht ontstaan in de positieve en negatieve punten per scenario. Het beste van beide scenario's en rekening houdend met aspecten als zo optimaal mogelijk draagvlak bij de stakeholders, actie op korte termijn, hoog realiteitsgehalte en realisatie vitaal centrumgebied heeft geleid tot de volgende realistische scenario's:

- Scenario 1: Upgrading huidige situatie – terugvaloptie
- Scenario 2: Supermarkten in De Wyborgh met levendig Dorpsplein – voorkeursalternatief

Voorkeursalternatief: supermarkten in de Wyborgh met levendig Dorpsplein
Onderstaand de samengevatte toekomstrichting voor het centrum vanuit het voorkeursscenario:

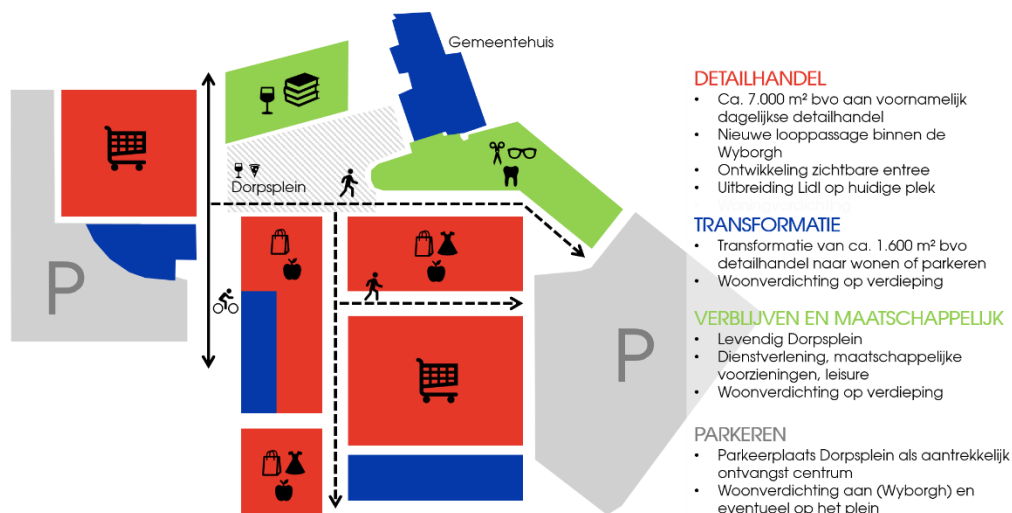


FIGUUR 1 TOEKOMSTVISIE AMBITIESCENARIO 2 CENTRUM WESTERVOORT

Bron: Bureau Stedelijke Planning

Terugval optie: Upgrading huidige situatie

Onderstaand de samengevatte toekomstrichting voor het centrum vanuit het terugval scenario:



FIGUUR 2 TOEKOMSTVISIE AMBITIESCENARIO 1 CENTRUM WESTERVOORT

Bron: Bureau Stedelijke Planning

Voor beide scenario's geldt dat de toekomstrichting binnen vijf jaar kan worden gerealiseerd. Woningverdichting binnen het centrum kan als verdienmodel worden ingezet om de investeringen in het centrum (deels) te kunnen dekken. In beide scenario's geldt dat ondernemers de mogelijkheid hebben om te verplaatsen naar het centrum. Uit de gesprekken met de ondernemers is echter gebleken dat ondernemers van de Dorpstraat geen behoefte hebben om naar het centrum te

verplaatsen. In beide scenario's wordt de deur opengehouden voor verplaatsingen vanuit de Dorpstraat naar het centrum. De gemeente zal niet actief meewerken aan nieuwvestiging van detailhandelsfuncties in de Dorpstraat.

Bij het revitaliseringstraject wordt aanbevolen om rekening te houden met de zogenoemde 'do's' revitalisatie van winkelcentra' welke te vinden zijn in paragraaf 5.4.

Onderstaand het afwegingskader van de beide scenario's op grond waarvan gekomen is tot scenario 2 als voorkeursalternatief en scenario 1 als terugvaloptie.

CRITERIA		SCENARIO 1	SCENARIO 2
Toekomstbestendigheid	Dagelijks aanbod (incl. supermarkten)	+	++
	Niet-dagelijks aanbod	0	0
Leefbaarheid en leefplezier	Functie als dorpshart	+	+
	Parkeervoorzieningen	0	+
	Sfeer/gezelligheid	+	+
Inschatting financiële haalbaarheid	Vastgoedexploitatie	+	0
	Investeringskosten	+	-
	Tijdelijke huisvesting	0	0
Ruimtelijke inpasbaarheid	Fysieke inpasbaarheid	+	+

TABEL 2 AFWEGINGSSCHEMA AMBITIESCENARIO'S 1 EN 2 CENTRUM WESTERVOORT

Bron: Bureau Stedelijke planning

Legenda

+ / += Zeer positief, + = Positief, 0 = Neutraal, - = Negatief, - / - = Zeer negatief

De financiële haalbaarheid van de scenario's is slechts ingeschat en moet nog nader worden onderzocht. Los van de financiële haalbaarheid heeft scenario 2 de voorkeur. De vraag is echter of realisatie van dat scenario financieel technisch mogelijk is. De opgave is om dat uit te gaan zoeken. De eigenaar van het centrum neemt hierbij het voortouw. Indien hier een positief beeld uit komt, wordt een intentieverklaring met elkaar afgesloten om gezamenlijk de plannen vorm te gaan geven en te starten met de fasegewijze herontwikkeling van het centrum volgens scenario 2.

Indien scenario 2 financieel niet haalbaar blijkt, kan worden teruggevallen op scenario 1 en zal de intentieverklaring zich daarop richten. Vanuit dat scenario is de uitdaging om te zorgen dat Lidl op de huidige locatie, ondanks de beperkte ruimte, toch een toekomstbestendige winkel kan realiseren. Dat geldt zowel voor de omvang als het aantal parkeerplaatsen. Op het moment dat daar een oplossing voor gevonden kan worden kan ook in dat scenario een toekomstbestendig Westervoort centrum worden gerealiseerd.

In 2019 heeft een werksessie plaatsgevonden met ondernemers en andere stakeholders, zoals vastgoedeigenaar Orange Capital Partners. In de sessie zijn de eerste contouren van de centrumvisie geschetst. Bureau Stedelijke Planning is door de gemeente Westervoort gevraagd om, voortbordurend op de eerste contouren, samen met alle stakeholders te komen tot een **haalbaar, realistisch en gedragen centrumvisie voor Westervoort**. Een ruimtelijk-functioneel wensbeeld en (ruimtelijk) ontwikkelkader dat leidt tot een vitaal en toekomstbestendig centrum, waar bewoners zich thuis voelen, bezoekers welkom zijn en ondernemers een goede boterham kunnen (blijven) verdienen.

AANPAK EN OPZET ADVIESRAPPORT >>

Op basis van verschillende individuele gesprekken, twee workshops, twee sessies met sleutelpartijen en vier reflectiebijeenkomsten, zijn we gekomen tot een concrete toekomstvisie voor het centrum van Westervoort. Voorliggend rapport bevat de uitkomsten van de inhoudelijke analyses (hoofdstuk 1), de uitkomsten van de workshops met een beoordeling van de startscenario's (hoofdstuk 2), een uitwerking van de twee realistische ambitiescenario's voor het centrum van Westervoort (in hoofdstuk 3 en 4) en een realisatiestrategie en afwegingskader op basis waarvan het voorkeursscenario is gekozen en aanbevelingen worden gegeven voor het vervolg in het slothoofdstuk (hoofdstuk 5).

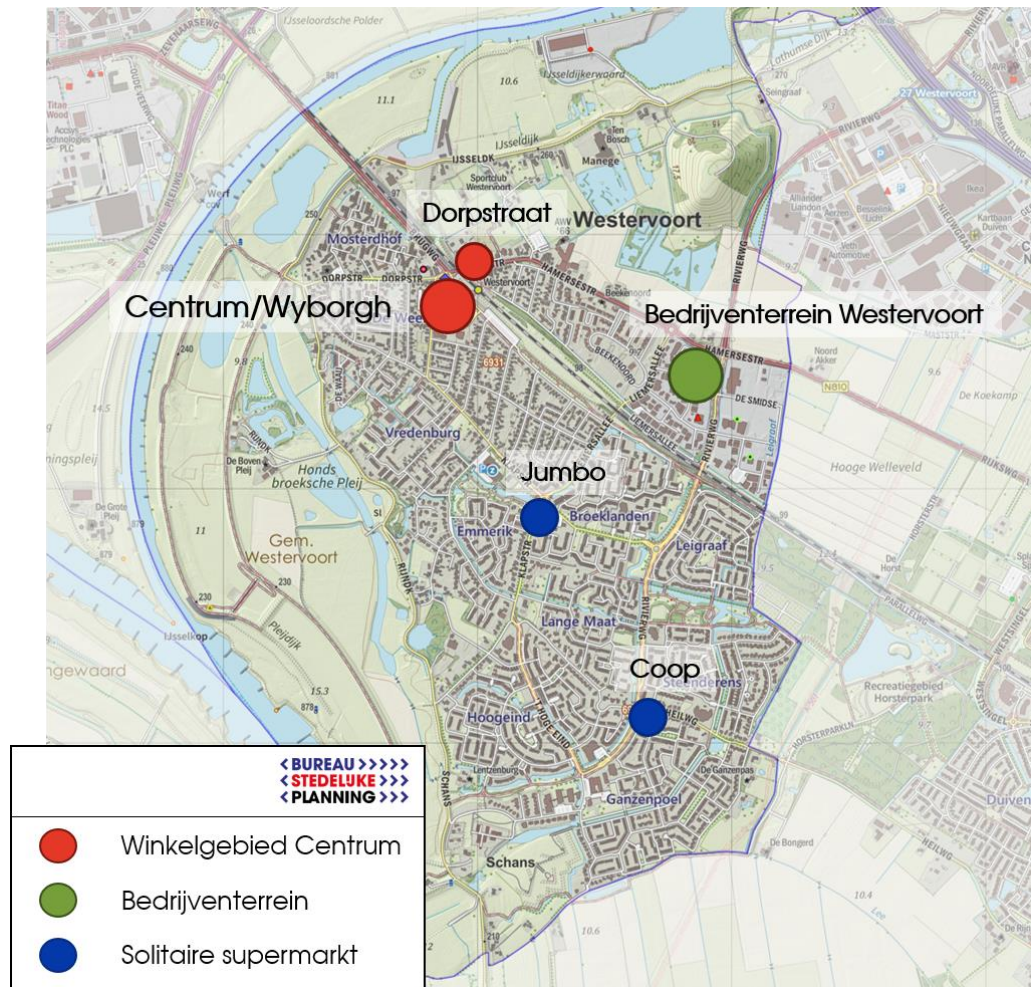
1 OPGAVE VOOR WESTERVOORT CENTRUM

In dit hoofdstuk zijn de huidige kenmerken, de marktruimte en het krachtenveld waarbinnen het centrum van Westervoort opereert geconfronteerd met de trends en ontwikkelingen in de detailhandel. Hieruit zijn de toekomstopgaven voor het centrum van Westervoort geformuleerd.

1.1 ACHTERGROND EN HUIDIGE SITUATIE

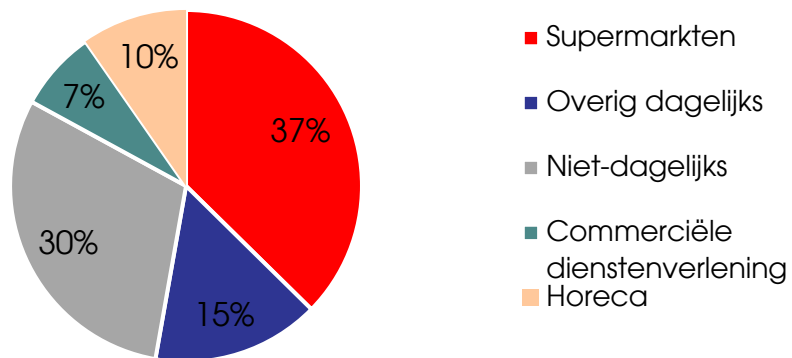
DETAILHANDELSSTRUCTUUR WESTERVOORT EN KRACHTENVELD >>

- Eind jaren '90 is het huidige centrum inclusief De Wyborgh in Westervoort gerealiseerd. Voor deze tijd was het winkelaanbod voornamelijk geconcentreerd rond de historisch gegroeide winkellint Dorpstraat-Hamersestraat. Door het realiseren van een geclusterd winkelaanbod in en rondom De Wyborgh, inclusief realisatie van het Dorpsplein en verschillende woningen boven de winkels ontstond een nieuw dorpscentrum voor Westervoort.
- Westervoort kent naast het dorpscentrum rondom De Wyborgh, nog steeds een beperkt voorzieningenaanbod op de Dorpstraat en Hamersestraat, welke ook onder het centrum vallen. Deze bestaan voornamelijk uit commerciële diensten voor doelgericht bezoek als kappers en fietsenwinkels. De verdere winkelstructuur van Westervoort bestaat uit twee solitaire supermarkten die in de woonwijken gelegen zijn en enkele verspreide bewinkeling in voornamelijk de branchegroep In/Om Huis door geheel Westervoort.
- Het centrum van Westervoort heeft met name een **functie voor de eigen woonkern** en is vooral gericht op dagelijks aanbod. Dit zorgt voor aan de ene kant een relatief grote afvloeiing van consumenten uit Westervoort voor met name niet-dagelijkse aankopen, maar ook voor een slechts geringe toevloeiing van consumenten van buiten Westervoort.



FIGUUR 4 WINKELSTRUCTUUR WESTERVOORT
Bron: Bureau Stedelijke Planning

- Westervoort bevindt zich in een regio met relatief **veel concurrerend detailhandelsaanbod**. Het ligt onder de rook van Arnhem, waar een compleet winkelaanbod te vinden is, maar ook een groot aanbod aan horeca en diensten is te vinden. Rondom Westervoort zijn vier winkelcentra met een groter winkelaanbod (met name ook in de niet-dagelijkse sector) bereikbaar binnen 10 autominuten (zie figuur 5). Dit betreffen in autoreistijd: Winkelcentrum Presikhaaf (7 autominuten), Winkelcentrum Kronenburg (8 autominuten), Centrum Arnhem (9 autominuten) en centrum Velp (10 autominuten). Daarnaast ligt ook het grotendeels op dagelijks aanbod gerichte Centrum Duiven op slechts 8 autominuten, welke onder andere een Action als grote trekker heeft. Tot slot bevindt zich op 6 autominuten vanaf het centrum van Westervoort het bedrijventerrein Centerpoort-Nieuwgraaf in Duiven. Hier is voornamelijk een groot aanbod grootschalige niet-dagelijkse winkels te vinden waaronder een IKEA, Mediamarkt, meubelwinkels en bouwmarkt.



FIGUUR 6 VERDELING WINKELAANBOD CENTRUM WESTERVOORT

Bron: Locatus september 2020, Bewerking: Bureau Stedelijke Planning

- In het centrum van Westervoort zijn naast detailhandels- en horecavoorzieningen ook andere publieksvoorzieningen te vinden. Zo is er een bibliotheek gesitueerd en bevindt zich aan het Dorpsplein ook het gemeentehuis van Westervoort.
- Het winkelgebied kent wat betreft uitstraling en structuur enkele negatieve punten. Zo heeft het winkelgebied en met name De Wyborgh een introvert karakter. Daarnaast is De Wyborgh intern verouderd en is er van een aantrekkelijke en duidelijke route door het winkelgebied niet meteen sprake. Het centrum kan daarnaast niet direct als een aantrekkelijke verblijfsplek gezien worden. Ondanks dat het Dorpsplein centraal in het winkelgebied is gesitueerd is door het gesloten karakter van de winkels en de forse leegstand in het winkelgebied (>20%) op dit moment weinig levendigheid.
- Winkelcentrum De Wyborgh kent een actieve winkeliersvereniging. Daarnaast is er een ondernemersvereniging binnen Westervoort actief.



FIGUUR 7 OVERZICHT CENTRUM WESTERVOORT OP PANDNIVEAU MET LOOPROUTE DOOR HET WINKELCENTRUM

Bron: Orange Capital Partners, 2017, bewerking: Bureau Stedelijke Planning

Al enige jaren staat het centrum van Westervoort onder druk. Door het wegvallen van winkels in de niet-dagelijkse sector is de leegstand hoog. De leegstaande winkels geven het gebied een onprettige indruk. Ook heeft het centrum een introvert karakter en is het overdekte winkelcentrum De Wyborgh verouderd. De historische winkelstraat Dorpstraat-Hamersestraat kent daarbij steeds meer een gefragmenteerd aanbod van zowel enkele detailhandelsvoorzieningen als horeca en woningen.

Onderstaande SWOT-analyse is opgesteld op basis van gesprekken met stakeholders, locatiebezoek en deskresearch. Het geeft de belangrijkste sterke en zwakte punten van het centrum van Westervoort en de kansen en bedreigingen.

STERKTES	ZWAKTES
- Bereikbaarheid per auto, OV, fiets en te voet en gratis en gemakkelijk parkeren - Mogelijkheden tot verdere verdichting van woningen - Actieve winkeliersvereniging	- Verouderd en introverte karakter winkelcentrum De Wyborgh - Hoge leegstand - Geen sterke ontmoetingsplek/verblijfsplek aanwezig

KANSEN	BEDREIGINGEN
• Toekomstige woningbouw in Westervoort	• Weinig bestedingskracht • Grote concurrentiedruk vanuit de regio en online

TABEL 3 SWOT ANALYSE CENTRUM WESTERVOORT

Bron: Bureau Stedelijke Planning

Meest veelbelovend

- Partijen zijn het met elkaar eens dat er op korte termijn geïnvesteerd moet worden in het centrum en velen zijn ook bereid te investeren.
- Nu is het momentum om door te pakken. De opgave: van statisch en gefragmenteerd dorpswinkelcentrum naar (een attractief) dorpshart. Dat wil zeggen van een gefragmenteerd winkelgebied met louter winkels, naar een compacter en attractief centrumgebied met een aantrekkelijke mix aan publieksfuncties.

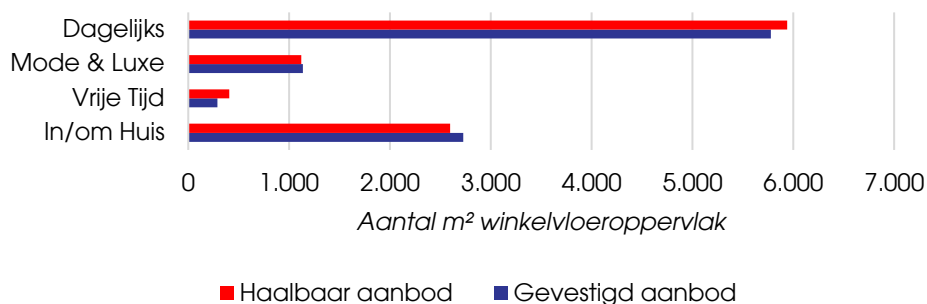
Meest bedreigend

- Centrum Westervoort is kwetsbaar door een combinatie van relatief hoge leegstand, lage(re) bestedingskracht door klein draagvlak uit de woonkern en grote concurrentiedruk.
- Als investeringen nu uitblijven ontstaat een neerwaartse spiraal, met alle negatieve gevolgen van dien.

1.2 HUIDIGE EN TOEKOMSTIGE VERHOUDING VRAAG EN AANBOD WESTERVOORT

- Westervoort heeft in 2020 ca. 15.000 inwoners. Deze inwoners hebben gemiddeld gezien een lager inkomen dan de gemiddelde Nederlander (-7%) en zijn gemiddeld gezien iets ouder.
- Het inwoneraantal van Westervoort neemt de komende jaren licht af. Naar verwachting heeft de gemeente ca. 14.500 inwoners in 2030. Dit leidt in de toekomst tot een lichte afname van bestedingen in detailhandel.
- Westervoort heeft een aanbod van ca. 12.000 m² winkelvloeroppervlak (wvo) aan commerciële voorzieningen, verdeeld over 81 verkooppunten. Dit betreft zowel detailhandel als horeca en commerciële dienstverlening. Het grootste deel van het aanbod betreft ca. 4.500 m² wvo supermarkten (37%).
- Het centrum van Westervoort (inclusief Dorpstraat) heeft een winkelvloeroppervlakte van bijna 7.000 m² wvo, verdeeld over 48 verkooppunten. Het grootste deel van het oppervlakte (52%) is gericht op de dagelijkse boodschappen, met als twee grootste trekkers de supermarkten Lidl en Albert Heijn. Ongeveer 30% van het aanbod in het centrum bestaat uit niet-dagelijkse detailhandel.
- Een confrontatie van vraag en aanbod (zie bijlage 1) laat zien dat er sprake zal zijn van een gelijk aanbod in 2025 en een licht overaanbod in 2030 binnen de detailhandelsbranches Mode & Luxe en In en om Huis. Binnen de

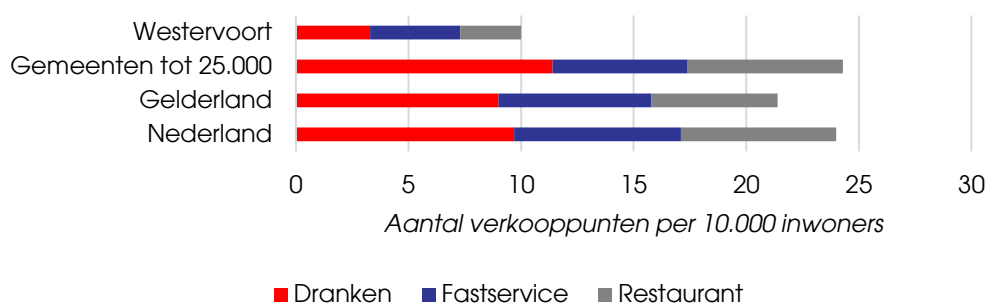
Dagelijkse en Vrije Tijds branche is enige marktruimte aanwezig in zowel 2025 als 2030. Tegen de achtergrond van een licht krimpende bevolking en daarmee een kleiner draagvlak is in de toekomst over het algemeen meer sprake van teveel aan detailhandelsmeters dan dat er marktruimte is.



FIGUUR 8 MARKTMOGELIJKHEDEN DETAILHANDEL WESTERVOORT 2030

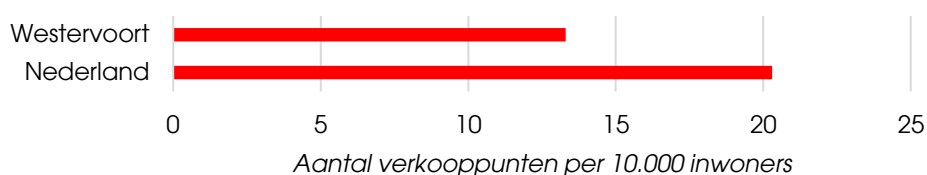
Bron: Bureau Stedelijke Planning

- Kijkend naar de dichtheden van horeca en commerciële dienstverlening is binnen Westervoort nog enige marktruimte. De horecadichtheid van Westervoort ligt met ca. 10 vestigingen per 10.000 inwoners ruim onder de horecadichtheid van Gelderland (22), Nederland (24) en gemeenten met eenzelfde aantal inwoners als Westervoort (24). Hiervoor geldt echter wel de nuancering dat de daadwerkelijke marktruimte beperkter kan zijn door de ligging van veel concurrerende winkelgebieden met relatief veel horecaaanbod rondom Westervoort, zoals in paragraaf 1.1 beschreven



FIGUUR 9 VERGELIJKING DICHTHEDEN HORECA WESTERVOORT MET BENCHMARKGEMEENTEN, PROVINCIE EN NEDERLAND

Bron: Bureau Stedelijke Planning



FIGUUR 10 VERGELIJKING DICHTHEDEN COMMERCIËLE DIENSTEN WESTERVOORT MET NEDERLAND

Bron: Bureau Stedelijke Planning

1.3 RELEVANTE RETAILTRENDS EN ONTWIKKELINGEN

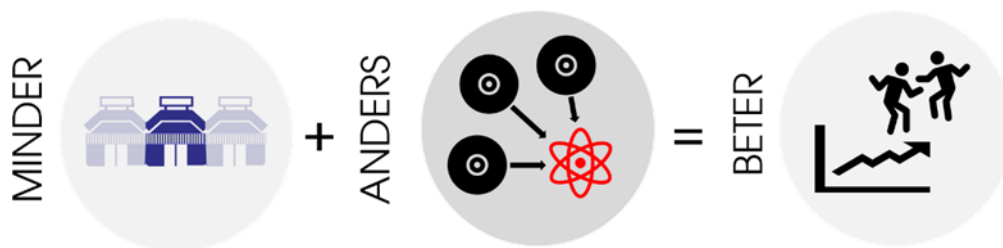
LANDELIJKE TRENDS EN ONTWIKKELINGEN RETAIL AANBOD >>

Nederland kent veel goed functionerende (winkel)gebieden, maar de voortgaande groei heeft ook geleid tot gebieden en locaties waar het evenwicht tussen vraag en aanbod is verstoord. De afgelopen vijftien jaar overtrof de groei van het winkelmetrage (12%) de bevolkingsgroei (minder dan 5%) en de stijging van de consumentenbestedingen in de niet-dagelijkse detailhandel. In algemene zin is thans sprake van:

- Te veel meters;
- Te versnipperd aanbod;
- Te veel van hetzelfde (zowel in vorm als aanbod), en;
- Te grote overlap in (of te kleine) verzorgingsgebieden.

De strategie voor een vitale voorzieningenstructuur kan worden samengevat in drie woorden: Minder, Anders en Beter:

- **Minder.** Minder versnippering, door publieksvoorzieningen te concentreren op de kansrijke locaties. Minder (grote) verkooppunten, en minder meters, door transformatie naar andere functies. Dit geldt in het bijzonder voor (niet-dagelijkse) detailhandel. Voor diensten verwachten we een stabilisatie en voor horeca nog een lichte groei.
- **Anders.** Belangrijk is in te spelen op nieuwe ontwikkelingen en consumentenbehoeften, zoals e-commerce (gekoppeld aan de fysieke winkels), en de combinatie van winkels met andere publieks- en maatschappelijke functies: creëren van een hart van de wijk!
- **Beter.** Door een aantrekkelijke mix van publieksvoorzieningen op perspectiefrijke locaties (en eventueel andere stedelijke functies) ontstaat een meer aantrekkelijke en een vitale voorzieningenstructuur.



FIGUUR 11 NAAR EEN TOEKOMSTBESTENDIGE VOORZIENINGENSTRUCTUUR: MINDER + ANDERS = BETER
Bron: Bureau Stedelijke Planning

Door zowel te investeren in vernieuwing op kansrijke locaties als transformatie van overtollige meters, ontstaat een meer vitale en toekomstbestendige winkelstructuur.

LANDELIJKE TRENDS EN ONTWIKKELINGEN >>

LANDELIJKE TRENDS EN ONTWIKKELINGEN DETAILHANDEL EN HORECA

**FOOD WINT AAN BELANG**

Ook binnen buurt- en wijkcentra. Waar de niet-dagelijkse detailhandel door generieke ontwikkelingen onder druk staat, drukt de foodsector juist een steeds grotere stempel op winkelgebieden. Men identificeert zich sterk en in steeds grotere mate met zijn eetgedrag ("Food is the new fashion").

**NON- FOOD SECTOR TREKT ZICH TERUG**

De non-food sector trekt zich terug in onder andere de binnensteden (met voldoende kritische massa en mogelijkheden voor exposure): jarenlang lag de nadruk op expansie en openden ketens de ene winkel na de ander, ook in kleinere winkelkernen. Momenteel maken veel ketens een pas op de plaats en investeren zij primair in een beperkt aantal vestigingen in de grotere winkelgebieden

**SUPERMARKTEN ALS VERSTHEATERS**

Met de ontwikkeling van e-commerce zien we supermarkten steeds meer evolueren van bulksupermarkten naar zogenoemde verstheaters. Voorbeelden zijn de vestigingen van Albert Heijn XL, de Jumbo Foodmarkt en de Deka World of Food. In deze vestigingen domineert het versaanbod, al dan niet in bereide vorm (maaltijden). De vermenging met horeca is in deze vestigingen groot.

**SUPERMARKT VERSUS SPECIAALZAAK**

Supermarkten worden steeds belangrijker in de distributie van levensmiddelen onder de bevolking. Ruim 85% van de bestedingen in levensmiddelen in de detailhandel wordt gedaan in supermarkten. Steeds meer supermarkten besteden aandacht aan hun versafdelingen, vanuit de optiek van verbetering van de winstmarge en vanwege de behoefte van de consument aan one-stop-shopping. Het gevolg hiervan is dat de versspecialzaken al jarenlang onder druk staan.

**ONTMOETINGSPLEK BINNEN DE BUURT**

Doordat de verschillende functies in grotere mate geconcentreerd worden en door onder andere de aanwezigheid van horeca worden de kleinere winkelkernen steeds belangrijker als ontmoetingsplek in het dorp/de wijk. Daarbij wordt ook de verblijfskwaliteit door de aanwezigheid van de verschillende functies binnen winkelcentra vergroot.

**COMBINATIE MET ANDERE (MAATSCHAPPELIJKE) WIJKVOORZIENINGEN**

De combinatie met andere wijkvoorzieningen wordt steeds belangrijker binnen winkelkernen. Zo worden onder andere zorginstellingen, scholen en ondersteunende dienstverlening als kappers in een steeds grotere mate geconcentreerd binnen of nabij de winkelcentra. Op deze manier versterken de verschillende voorzieningen elkaar en ontstaat een kloppend hart van de wijk.

**GROEIEND BELANG HORECA**

Net als het groeiende belang van food in de winkelstraat, geldt dit ook voor horeca. Het is niet alleen een verlengstuk aan de winkel, maar ook andersom. Horeca maakt daarbij meer en meer onderdeel uit van andere sectoren, zoals combinaties van bijvoorbeeld een fietswinkel met een koffiezaak.

**VERNIEUWING EN BLURRING**

Horeca maakt meer en meer een onderdeel uit van andere sectoren. Anderzijds is er ook binnen de sector sprake van vervaging. Horecagelegenheden mengen verschillende functies of veranderen hun concept naar tijdstip. Bijvoorbeeld de boekhandel die ook koffie schenkt zoals kledingwinkel met café



1.4 OPGAVEN VOOR CENTRUM WESTERVOORT

Het centrum van Westervoort kent op dit moment een hoge winkelleegstand. Daarnaast bevindt Westervoort zich in een competitief krachtenveld met regio-overstijgende winkelgebieden als Presikhaaf, Kronenburg en het centrum in Arnhem. Bovendien is er sprake van een lichte bevolgingskrimp, waardoor het bestedingspotentieel (verder) onder druk komt.

Kort gezegd is hier het adagium “Minder + Anders = Beter” van toepassing. Westervoort moet voorsorteren op vermindering van het aantal detailhandelsters, zeker voor niet-dagelijkse branches als mode en luxe, huishoudelijke artikelen en elektronica. Dat betekent dat voor winkelleegstand een andere invulling moet worden gevonden, bijvoorbeeld cultuur en maatschappelijke functies, flexibele werkplekken en wonen. Wel moet het besef aanwezig zijn dat eenmaal opgeheven winkelmeters niet meer terugkomen. Het gaat dus echt om het opheffen van structurele leegstand. Gelijktijdig heeft het centrum een kwaliteitsimpuls nodig, zowel in openbare ruimte, het Dorpsplein voorop, als het complex De Wyborgh. Het verdienmodel kan liggen in een **transformatie en verdichting met woningen**. Het mes snijdt aan meerdere kanten: oplossen leegstand, nieuwe investeringsmogelijkheden, vergroting van het direct draagvlak en voorzien in behoefte aan centrum-dorps wonen nabij de voorzieningen.

Minder impliceert ook minder versnippering. Dat betekent dat uiterst terughoudend wordt omgegaan met ontwikkelingen buiten het centrum, en publieksvoorzieningen zoveel mogelijk in het centrum – rondom het Dorpsplein – worden geconcentreerd. Verplaatsing van geschikte ondernemers ‘**van buiten naar binnen**’ wordt aangemoedigd en gefaciliteerd. Hierin ligt ook een opgave voor de Dorpstraat / Hamersestraat, waar op dit moment ietwat versnipperd publieksfuncties gesitueerd zijn. Uit gesprekken is gebleken dat ondernemers van de Dorpstraat / Hamersestraat op dit moment niet de behoefte hebben om te verplaatsen naar het centrum. De Dorpstraat zal daarom in de huidige vorm blijven bestaan. De mogelijkheid blijft open voor verplaatsingen naar het centrumgebied. Nieuwvestigingen op de Dorpstraat zijn niet daarentegen niet gewenst.

2 SCENARIO'S CENTRUM WESTERVOORT

In dit hoofdstuk is de weg naar de uiteindelijke toekomstvisie beschreven. De twee workshops die hebben plaatsgevonden zijn daarin leidend geweest. Van een brede insteek in de eerste workshop met vijf scenario's zijn we overgegaan naar twee voorkeursscenario's. Van die twee scenario's zijn de obstakels (beren) en oplossingen besproken (paragraaf 2.1). Vervolgens hebben we ten aanzien van de twee voorkeursscenario's in workshop 2 een verdere discussie gehad over de mogelijke insteek (paragraaf 2.2). Van daaruit hebben wij een afwegingskader opgesteld (paragraaf 2.3) waarin de positieve en negatieve punten voor de twee voorkeursscenario's zijn uitgewerkt als basis voor de toekomstrichting voor het centrum.

2.1 MOGELIJKE ONTWIKKELSCENARIO'S CENTRUM WESTERVOORT

Uit de analyse, de eind 2019 opgestelde korte visies van de stakeholders¹, de startbijeenkomst en gesprekken met de eigenaar van het centrum (OCP) zijn de volgende denkbare ontwikkelscenario's voor het centrum naar voren gekomen:

- **Scenario 1:** Niets doen
- **Scenario 2:** Facelift De Wyborgh + plein
- **Scenario 3a:** Alle detailhandel in De Wyborgh + levendig plein
- **Scenario 3b:** Detailhandel in De Wyborgh + levendig plein met Lidl
- **Scenario 4:** Twee supermarkten in De Wyborgh + levendig plein

De ontwikkelscenario's zijn bedoeld als uitgangspunt voor de discussie met de stakeholders als toekomstrichting en het geven van een doorkijk naar de consequenties van de te maken keuzes voor het voorzieningenaanbod. Geen van de scenario's hoeft volledig werkelijkheid te worden. De verschillen in de scenario's zijn extra aangedikt om scherpte te krijgen in het maken van scherpe keuzes. De uitwerking van de vijf verschillende scenario's zijn in bijlage 2 weergegeven.

TWEE SCENARIO'S SPRINGEN ERUIT >>

Tijdens de workshop 'Denk Mee' van 5 oktober 2020 (zie bijlage 3 voor het verslag) zijn de vijf toekomstscenario's uit het voorgaande deel gepresenteerd waarna de aanwezigen zich door het plakken van stickers konden uitspreken over hun voorkeur voor de scenario's op basis van:

¹ Deze verkorte visies per stakeholder zijn eind 2019 d.m.v. gesprekken uitgevoerd door Stec Groep tot stand gekomen.

- Aantrekkelijkheid en behoefte (vanuit inwoners en trends/ontwikkelingen) – rode stickers
- Financiële haalbaarheid – groene stickers
- Wenselijkheid en realistisch (vanuit voorzieningenstructuur en ondernemers) – groene stickers met kruis

Twee scenario's bleken er duidelijk uit te springen, zijnde:

1. Scenario 2: Facelift De Wyborgh + plein

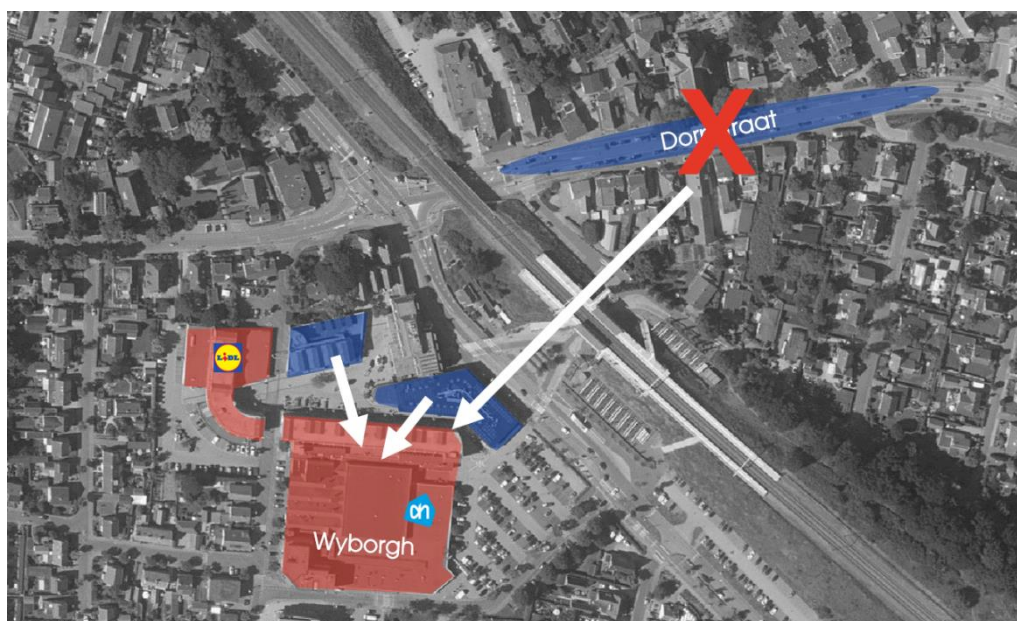


FIGUUR 12 RUIMTELIJKE VERTALING SCENARIO 2

Bron: Bureau Stedelijke Planning

- Binnen het centrum krijgen zowel De Wyborgh als het plein een facelift en worden geoptimaliseerd.
- Alle detailhandel wordt, met uitzondering van Lidl, binnen De Wyborgh gesitueerd met een focus en kwalitatieve versterking op dagelijks aanbod.
- Overige delen van het centrum (gehele pand Faunaland en begane grond onder bibliotheek) krijgen andere functie dan detailhandel (brede functiemix mogelijk)
- De Dorpstraat blijft in huidige fysieke en functionele vorm behouden.

2. Scenario 3a: Detailhandel in De Wyborgh + levendig plein met Lidl



FIGUUR 13 RUIMTELIJKE VERTALING SCENARIO 3A

Bron: Bureau Stedelijke Planning

- Alle detailhandelsvoorzieningen worden in De Wyborgh geclusterd, met uitzondering van Lidl. Overige panden in het centrum worden getransformeerd naar andere functies niet zijnde detailhandel.
- De Wyborgh krijgt een externe en interne optimalisatie en facelift. Het aanbod in De Wyborgh richt zich vooral op dagelijkse voorzieningen.
- Het Dorpsplein krijgt zowel een facelift als optimalisatie met brede functiemix, maar raakt met uitzondering van Lidl, zijn detailhandelsfunctie kwijt.
- De retailvoorzieningen en eventuele diensten/horeca in de Dorpstraat zullen op den duur ook gestimuleerd worden naar De Wyborgh te verplaatsen.

Gedurende de workshop zijn in verschillende groepen voor beide scenario' s de belangrijkste obstakels (de beren) geformuleerd met mogelijke oplossingen daarvoor (zie bijlage 2) voor een volledig overzicht. Onderstaand de twee grootste obstakels die spelen bij beide scenario' s:

- **Financiële haalbaarheid.** Voor scenario 2 wordt aangegeven dat het voor eigenaren en winkeliers financieel niet haalbaar is om de detailhandelsbestemming op te heffen in de Dorpstraat. Zo krijgen de eigenaren van de te herbestemmen panden te maken met minder huurinkomsten indien een winkel wordt omgevormd naar bijvoorbeeld een woning. En zullen de winkeliers in de Dorpstraat te maken krijgen met verhuis- en investeringskosten en daarbij hogere huren in het centrumgebied.
- Voor Scenario 3a zijn wederom de kosten voor de eigenaren en winkeliers van de Dorpstraat een obstakel, wanneer op termijn de detailhandelsbestemming komt te vervallen. Ook de kosten voor de eigenaar

van winkelcentrum De Wyborgh wordt als obstakel gezien evenals de verhuis- en verbouwingskosten voor ondernemers, vanwege de rigoureuze aanpassingen van het winkelcentrum. Als laatste wordt ook nog getwijfeld aan de welwillendheid van de eigenaar om grote investeringen in het centrum te doen.

- **Mogelijkheden voor herinvulling leegstand en transformatie naar niet-detailhandel.** In beide scenario's wordt de ruimte die verkleurd moet worden in het centrum naar niet-detailhandel als groot obstakel gezien. Hier moet een andere (publieksgerichte) invulling voor worden gevonden, die wel aantrekkelijk is voor het verblijfsgebied. Voor de Dorpstraat werd voor beide scenario's ook kort aangegeven dat het lastig kan zijn de detailhandelsruimte te transformeren. Echter lijken er mogelijkheden te zijn om winkels te transformeren naar woningen. Dit zal op pandniveau/initiatiefniveau bekeken moeten worden. Ook horeca en diensten kunnen mogelijk getransformeerd worden.

2.2 AANBEVELINGEN VOOR TOEKOMSTRICHTING

In de tweede workshop (zie bijlage 3 voor het verslag) heeft aan de hand van sfeerbeelden, verzorgt door Pimm Terhorst van Ruimteverhaal en een verder ingevuld ambitie scenario, een discussie plaatsgevonden over de wenselijke invulling van het centrum van Westervoort. De belangrijkste aanbevelingen zijn:

- Goed om de financiële haalbaarheid te onderzoeken;
- Uitkijken dat te veel meters worden toegevoegd aan het centrum;
- Nader onderzoeken wat de uitbreidingsmogelijkheden van Lidl zijn op de huidige plek, zodat het haltermodel in stand blijft en door het hele gebied een sterke trekkracht gehandhaafd blijft. Mocht blijken dat de aanwezige ruimte dit niet toelaat, dan is De Wyborgh mogelijke een optie of de Lidl te faciliteren. Het huidige pand zou in dat geval getransformeerd kunnen worden naar een andere functie als woningen, parkeervoorziening, of eventueel een andere publieksfunctie kunnen he
- Goed om het Dorpsplein te ontwikkelen tot belevingsplein.
- Op het moment dat de functie van het gemeentehuis wordt verkleind, heeft de ontwikkeling van woningen en een directe verbinding met het station de voorkeur.
- Een uitgebreide herontwikkeling van De Wyborgh is alleen mogelijk op de langere termijn (>5 jaar). Voor ondernemers duurt dat te lang. Op korte termijn moet iets gebeuren.



FIGUUR 14 NIEUWE LOOPROUTE WYBORGH. BLAUW/WIT-GESTREEPTE VLAKKEN KOMEN MOGELIJK IN AANMERKING VOOR TRANSFORMATIE

Bron: Orange Capital Partners, Bewerking: Bureau Stedelijke Planning

- Er bestaat enthousiasme voor een mogelijke interne aanpassing van De Wyborgh met een nieuwe looproute en ingang op de nu aanwezige laad- en losplek van De Wyborgh en woningen op verdieping. AH ziet de ingang liever dichterbij de parkeerplaats gesitueerd.
- De vraag is of de locatie van Hema op termijn niet te weinig traffic met zich mee zal brengen.
- De huidige locatie van bibliotheek leent zich voor wonen.

2.3 VERANTWOORDING KEUZE ONTWIKKELINGSRICHTING

De keuze voor de ontwikkelingsrichting is tot stand gekomen op basis van de volgende aspecten:

- **Draagvlak bij de stakeholders:** belangrijk is dat alle stakeholders achter de ontwikkelingsrichting staan. Met elkaar moeten zij immers met de richting aan de slag. Dat geldt zowel voor de eigenaar die een herontwikkeling moet initiëren, de retailers die met de eigenaar mee moeten bewegen en de gemeente die verantwoordelijk is voor de openbare ruimte. Alle stakeholders moeten bereid zijn om te investeren in het centrumgebied. Zodra de financiële haalbaarheid duidelijk is, zal een intentieverklaring met elkaar worden gesloten.

- **Actie op korte termijn:** Het is van belang dat op korte termijn zichtbare resultaten worden geboekt en succes in de toekomst wordt gepland en gecommuniceerd. Daarmee wordt de neerwaartse spiraal gebroken en de weg naar het beoogd eindbeeld ingezet.
- **Hoog realiteitsgehalte:** de ontwikkelingsrichting moet goed uitvoerbaar zijn en een hoge kans hebben dat deze daadwerkelijk opgepakt gaat worden door de stakeholders.
- **Realisatie vitaal centrumgebied:** belangrijk is dat een toekomstig centrum ontstaat dat aantrekkelijk is voor de inwoners van Westervoort en inspeelt op hun wensen, behoeften en interesses en de retailtrends en -ontwikkelingen. Er moet een modern en duurzaam centrumgebied ontstaan.

AFWEGINGSKADER >>

In onderstaande tabel 4 zijn de belangrijkste criteria, afweging en beoordelingen gegeven voor de twee voorkeursscenario's die vanuit workshop 1 'Denk Mee' naar voren zijn gekomen:

- **Scenario 2:** Facelift De Wyborgh + plein
- **Scenario 3a:** Detailhandel in De Wyborgh + levendig plein met Lidl

Aan de hand van dit afwegingskader is een ambitiescenario voor het centrum van Westervoort ontstaan.

CRITERIA		SCENARIO 2	SCENARIO 3A
Toekomstbestendigheid	Dagelijks aanbod (incl. supermarkten)	+	++
	Niet-dagelijks aanbod	-	0
	Maatschappelijke functies	+	+
	Koopstromen (binding + toevloeiing)	-	+
Leefbaarheid en leefplezier	Functie als dorpshart	0	+
	Parkeervoorzieningen	+	+
	Sfeer/gezelligheid	0	+
	Sociale cohesie	0	+
Financiële haalbaarheid	Vastgoedexploitatie	0	-
	Investeringsbereidheid	+	0
	Tijdelijke huisvesting	0	-
Ruimtelijke inpasbaarheid	Fysieke inpasbaarheid	++	+
Maatschappelijk draagvlak		0	+

TABEL 4 AFWEGINGSSCHEMA SCENARIO'S 2 EN 3A CENTRUM WESTERVOORT
Bron: Bureau Stedelijke planning

Legenda

+ / += Zeer positief, + = Positief, 0 = Neutraal, - = Negatief, - / - = Zeer negatief

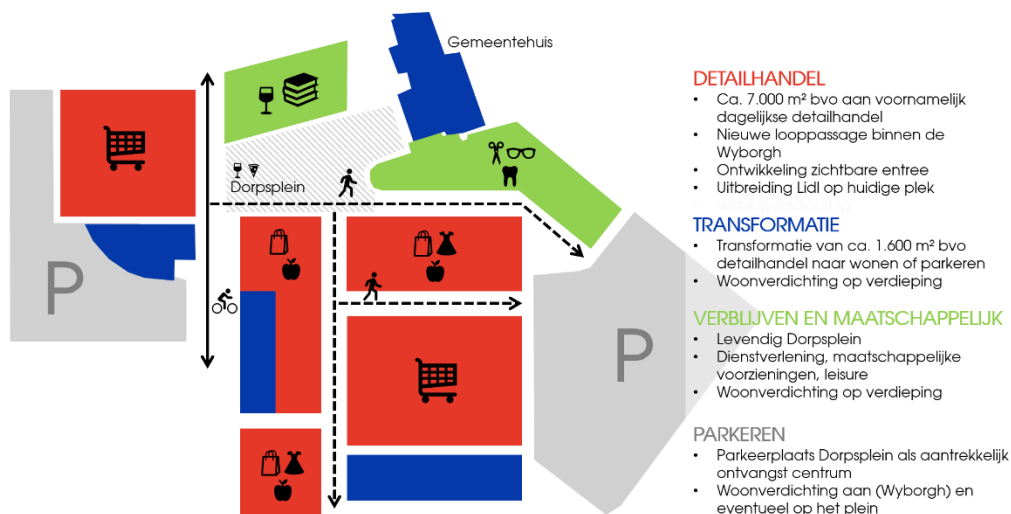
Op basis van het afwegingsschema is een nieuw scenario ontwikkeld dat het beste van beide doorlopen voorkeursscenario's in zich heeft om voor de toekomst tot een zo vitaal mogelijk centrumgebied te komen: ambitiescenario 1 - 'Upgrading huidige structuur'. Dat scenario waarborgt vooralsnog niet de toekomstige levensvatbaarheid van een van de twee supermarkten. Op basis daarvan is een traject doorlopen waarbij samen met de twee supermarktorganisaties, de eigenaar en de gemeente gekomen is tot een tweede kansrijk scenario: scenario 2 - 'Wyborgh als supermarktlocatie met krachtig Dorpsplein'. In de volgende twee hoofdstukken zijn beide ambitiescenario's uitgewerkt.

3 UITWERKING AMBITIESCENARIO 1 – UPGRADING HUIDIGE STRUCTUUR

In dit hoofdstuk is de ontwikkelingsrichting vanuit scenario 1: upgradering huidige structuur, uitgewerkt. Het hoofdstuk start met een verantwoording van de keuze voor de ontwikkelingsrichting. Vervolgens wordt in paragraaf 3.2 de ontwikkelingsvisie ruimtelijk uitgewerkt, zowel in algemene zin als de visie voor de verschillende deelgebieden van het centrum. Paragraaf 3.3 geeft vervolgens op basis van de ruimtelijke uitwerking de financiële haalbaarheid en schematisch de mogelijke fasering.

3.1 RUIMTELIJK-FUNCTIONEEL WENSBEELD

De ontwikkelingsrichting voor Westervoort centrum ziet er vanuit scenario 1 samengevat als volgt uit:



FIGUUR 15 TOEKOMSTVISIE AMBITIESCENARIO 1 CENTRUM WESTERVOORT

Bron: Bureau Stedelijke Planning

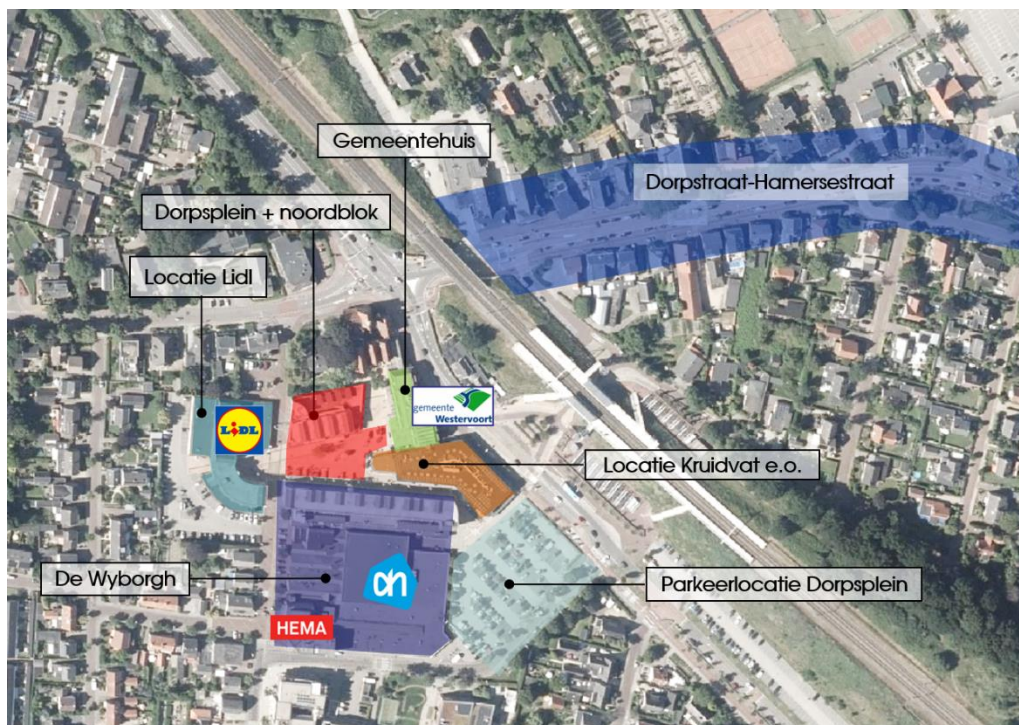
Het scenario komt neer op de volgende uitgangspunten:

- **Alle ballen op het centrum.** Vanuit het 'Minder + Anders = Beter' principe is volledige focus op het centrum van Westervoort gewenst. Door een aantrekkelijke mix van zowel detailhandel als publieksvoorzieningen in het centrum te creëren ontstaat een ontmoetingsplek en 'hart van Westervoort'. Hierbij wordt het verplaatsen van sterke publieksfuncties van buiten het centrum naar het centrum toe gestimuleerd en volgt dit het zogenoemde 'van buiten naar binnen' principe. Voor de Dorpstraat / Hamersestraat geldt ook dat ondernemers de mogelijkheid hebben om te

verplaatsen naar het centrum. Uit gesprekken is gebleken dat hier niet direct behoefte naar is, waardoor de huidige situatie op de Dorpstraat in stand wordt gehouden. Voor de toekomst blijft de mogelijkheid bestaan voor verplaatsingen naar het centrum. Nieuwvestiging van detailhandelsfunctie in de Dorpstraat is niet gewenst.

- **Verkleuring delen centrum naar niet-detailhandel.** Voortbordurend op het ‘van buiten naar binnen’ principe is het nodig om de leegstaande delen van het huidige centrum te verkleuren naar andere functies. Hierbij kan worden gedacht aan maatschappelijke voorzieningen, horeca en publieksfuncties. Op het moment dat geen andere functies kunnen worden gevonden is transformatie van panden naar woningen een mogelijkheid. Kijkend naar de toekomst wordt aanbevolen om het centrumgebied in te krimpen, om toekomstige leegstand te voorkomen. Dat betekent ook het wegbestemmen van bepaalde detailhandel om deze ontwikkeling te stimuleren.
- **Focus op de boodschappenfunctie.** De focus in het centrum van Westervoort moet voor de detailhandel liggen op de boodschappenfunctie. Kwalitatieve versterking van deze sector is gewenst. Door de dagelijkse speciaalzaken zo veel mogelijk te clusteren ontstaat een sterker en aantrekkelijker aanbod en kan een hogere consumentenbinding worden gerealiseerd.
- **Handhaving Haltermodel.** Om te zorgen dat de consument automatisch langs alle winkels en overige voorzieningen geleid wordt is het belangrijk om de trekkers ten opzichte van elkaar te situeren vanuit een haltermodel. Dat wil zeggen dat de ene trekker aan de ene kant van het winkelgebied wordt gesitueerd en de andere aan de andere zijde. Tussen beide trekkers worden vervolgens de overige voorzieningen gesitueerd. In Westervoort centrum is met de Albert Heijn in De Wyborgh en de Lidl buiten aan het Dorpsplein al sprake van deze situatie. Bij voorkeur wordt dit gehandhaafd. Op die manier worden de consumenten door het hele centrum geleid wat ten goede komt aan alle ondernemers.
- **Minder + Anders = Beter principe waarborgen.** Het is van belang om de uitwerking van het ‘Minder + Anders = Beter principe ook juridisch-planologisch te waarborgen. Aanbevolen wordt om onbenutte planologische detailhandelsmogelijkheden op andere locaties dan winkelcentrum De Wyborgh weg te bestemmen. Daartoe zal een bestemmingsplan in procedure moeten worden gebracht.

UITWERKING TOEKOMSTVISIE PER DEELGEBIED >>



FIGUUR 16 OVERZICHT DEELGEBIEDEN CENTRUM WESTERVOORT

Bron: PDOK Achtergrondkaart, bewerking: Bureau Stedelijke Planning

De uitwerking van de toekomstvisie zal in de volgende paragrafen per deelgebied worden toegelicht. Deze deelgebieden zijn in bovenstaande figuur (16) weergegeven.

3.2 DE WYBORGH

- **Versterking zichtbaarheid entree vanaf de parkeerlocatie.** Naast de verstopte ligging zorgt de oostelijke entree van De Wyborgh er voor dat de winkelroute door het centrum niet aantrekkelijk is. Aanbevolen wordt om een nieuwe opvallende entree te ontwikkelen in combinatie met de creatie van een nieuwe looproute door het centrum. Een mogelijke locatie voor een nieuwe entree vormt de huidige laad- en losplek van Albert Heijn. Bij de huidige entree aan de parkeerplaats kan dan eventueel een nieuwe laad- en losplek worden gecreëerd.
- **Ontwikkeling nieuwe passage van parkeerlocatie Dorpsplein naar huidige passage.** Vanaf de nieuwe opvallende entree aan de parkeerlocatie Dorpsplein kan een nieuwe looproute worden ontwikkeld richting de huidige passage in westelijke richting. Aan de ene zijde van de nieuwe passage kan Albert Heijn worden gesitueerd, op hun huidige plek. Aan de andere zijde van de nieuwe passage kunnen verschillende winkels komen.

- **Opheffing winkels oostzijde De Wyborgh.** Met de nieuwe entree en looproute ontstaat de mogelijkheid om vanuit de opgave inkrimpen van het centrumgebied, de retailmeters aan de achterzijde van De Wyborgh feitelijk en planologisch weg te halen. Het betreft het deelgebied waar onder andere Etos, Bruna en Gall & Gall gesitueerd zijn. De achterzijde van deze winkels bestaat uit een kale wand – een duidelijke achterkantsituatie die niet van toegevoegde waarde is voor de omgeving. Appartementen op in ieder geval de plek van Etos en Bruna met een uitstaling naar buiten komt de leefbaarheid van het gebied sterk ten goede. De plek van Gall & Gall en naastgelegen winkels zou de Albert Heijn kunnen innemen. De Etos, Bruna, Gall & Gall en overige winkels die nu in dit deelgebied zitten kunnen verplaatst worden naar de nieuwe passage tussen de parkeerlocatie en het centrale Dorpsplein.



FIGUUR 17 TRANSFORMATIE VAN WINKELPANDEN (PUNTDAKEN) AAN DE KERKSTRAAT

Bron: Bureau Stedelijke Planning

- **Ontwikkeling woningbouw aan de Kerkstraat.** Aan de Kerkstraat zien wij ook mogelijkheden voor appartementen op in ieder geval de verdieping. Eventueel kan dit worden uitgebreid met woningen op de begane grond op het moment dat blijkt dat nog meer meters moeten worden opgeheven. Op deze plek liggen drie winkelunits. Een unit staat leeg en heeft een entree tegenover de Albert Heijn in de passage. De andere twee winkels (waaronder Cafetaria Olympia) hebben een entree aan de Kerkstraat. Zij zijn daarmee van een beperkte toegevoegde waarde voor de rest van het centrum. Deze winkels komen meer tot hun recht als ze aan de looproute van het centrum komen te liggen.
- **Verdichting woningen boven winkels De Wyborgh.** Het winkelcentrum De Wyborgh leent zich voor verdichting van woningbouw boven de winkels. Aan de kant van het Dorpsplein en boven de Hema zitten reeds woningen,

maar dit is ook goed mogelijk aan de oost-, zuid- en westkant. Door twee tot drie woonlagen toe te voegen ontstaat een groter financieel en commercieel draagvlak voor het centrum en kan de levendigheid worden versterkt. In enkel het deel boven winkelcentrum De Wyborgh gaat het om een toevoeging van 40 tot 50 appartementen. De woningverdichting zal in paragraaf 4.6 nog kort worden toegelicht.

- **Verbetering interne uitstraling De Wyborgh.** De uitstraling van het winkelcentrum is verouderd en vraagt om een opknapbeurt. Intern wordt geadviseerd om de bestaande passage te herontwikkelen waarbij het ruimtelijke gevoel wordt versterkt door de toetreding van licht.



FIGUUR 18 IMPRESSIE VOORAANZICHT PARKEERPLAATS DORPSPLEIN EN DE WYBORGH

Bron: Pimm Terhorst, Ruimteverhaal, 2020

- **Versterking uitstraling parkeerlocatie als welkomgebied tot het centrum.** Parkeerlocaties maken een belangrijk onderdeel uit van de customer journey van de bezoeker. Het is na de oriëntatie thuis en de aanrijroute de eerste echte kennismaking met het centrum. Bij aankomst moet de consument zich dan ook welkom voelen en in de mood worden gebracht om gezellig boodschappen te gaan doen. Op dit moment krijgt een bezoeker dat gevoel niet. Het wordt bezoekers om te beginnen moeilijk gemaakt om de parkeerlocatie op te rijden. In de beleving van consumenten zijn zij al lang bij het centrum maar moeten zij nog een stuk doorrijden voordat zij de entree van de locatie op kunnen rijden. Vervolgens heeft de parkeerlocatie geen aantrekkelijke uitstraling en verblijfs sfeer – door het introverte karakter van het centrum doet de parkeerplaats aan als een achterkant. Dat is geen visitekaartje voor het centrum. De meeste bezoekers weten precies hoe het centrum in elkaar zit. De oostelijke entree tot De Wyborgh aan de parkeerlocatie valt niet op en heeft geen uitstraling. De

andere entree is daardoor veel logischer, maar is commercieel minder interessant. Geadviseerd wordt om de aantrekkelijkheid van de parkeerlocatie te versterken met groen, andere bestrating en woningen op de verdieping van De Wyborgh te plaatsen. De toevoeging van extra woningen vereist wel extra onderzoek naar voldoende parkeergelegenheid in het centrum. Mogelijk kan het parkeerterrein bestemd voor het station ook voor een deel in gebruik worden genomen voor het centrum.

3.3 CENTRALE DORPSPLEIN + NOORDBLOK

- **Versterking sfeer en beleving centrale Dorpsplein.** Als hart van Westervoort heeft het centrale Dorpsplein midden in het gebied een belangrijke ontmoetingsfunctie. De sfeer en gezelligheid van het gebied laat echter te wensen over. Het plein vraagt om een herinrichting waarbij sfeerelementen worden toegevoegd. Het advies is om zowel de groenvoorziening, als de bestrating aan te passen en een terras toe te staan. Daarnaast zal de Lidl in dit scenario op de huidige plek uitbreiden, waarbij deze meer betrokken wordt met het plein, onder andere door een ingang aan het plein te plaatsen (zie impressies figuur 17).



FIGUUR 19 IMPRESSIE DORPSPLEIN
Bron: Pimm Terhorst, Ruimteverhaal, 2020

- Bij het aanpakken van de openbare ruimte wordt geadviseerd om de winkelstraatprincipes van Pimm Terhorst vanuit zijn presentatie Mindfuck in de Winkelstraat als uitgangspunt aan te houden, namelijk:
 - **Verhaal** – storytelling waarbij de unique selling points van Westervoort een opening kunnen zijn. De ligging van Westervoort in de oksel van de IJssel en aan het kruispunt van de IJssel en de Nederrijn is zo'n uniek aspect waar in het centrum vanuit inrichtingselementen op voortborduurde kan worden.
 - **Wandeling** – zorg voor verrassingsplekken (doorkijkjes die nieuwsgierigheid opwekken, verrassende inrichtingselementen zoals fonteinen, een speelelement voor kinderen of historisch item, die de bezoekers door het centrum leiden.
 - **Vloer** – met behulp van bestrating kun je een bepaalde routing door het centrum stimuleren. Economisch is het voor de retailers interessanter

als bezoekers langs de etalages lopen dan in het midden van een winkelstraat. Met behulp van bestrating kan dit worden gestimuleerd.

- **Wanden** – zorg voor goede plinten: 1 deur per 6 meter, glasoppervlak ruim 60% transparant, details in de gevel, verticale lijnen en diverse kleuren en materialen.

Ook vraagt de uitstraling van de etalages en uitstallingen van de retailers om aandacht. Tevens zal er gekeken moeten worden naar de markt die elke vrijdagochtend op het plein aanwezig is. Vanuit de bewoners van de Mosterdhof ligt een wens om de entree naar het Dorpsplein via de Kerkstraat en in het verlengde daarvan het station te verbeteren.

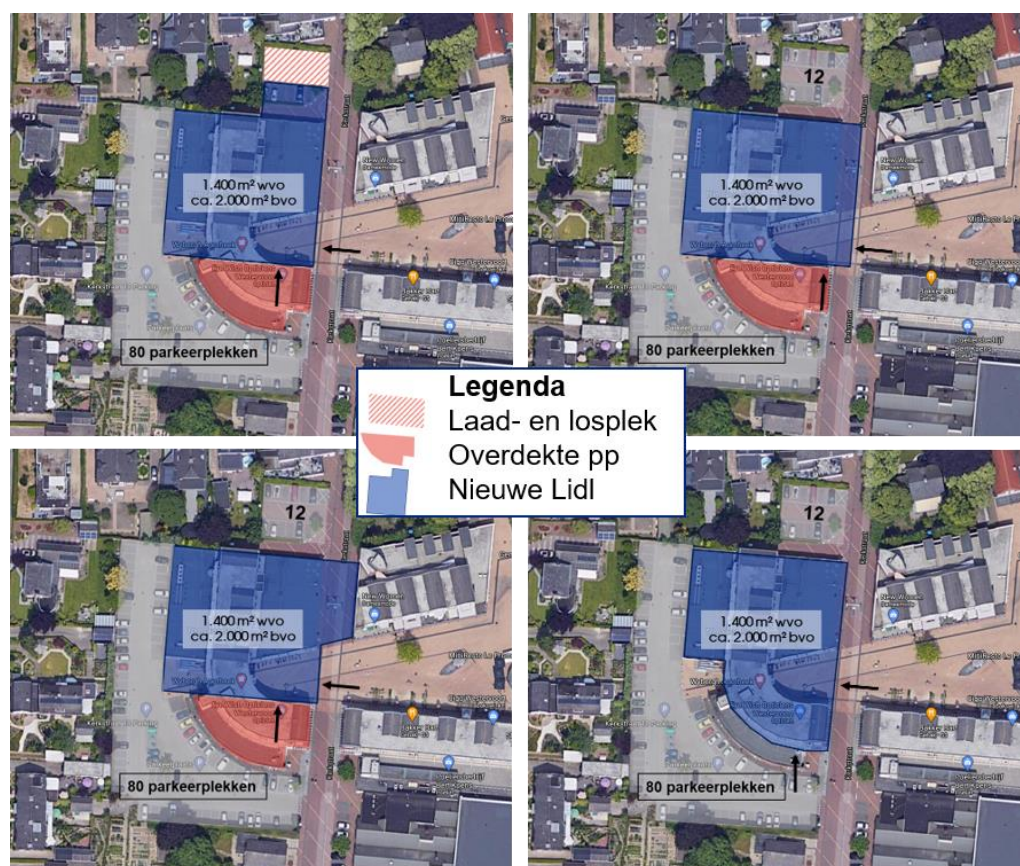


FIGUUR 20 SFEERBEELDEN MINDF*CK IN DE WINKELSTRAAT

Bron: Pimm Terhorst (1e 3 beelden), 2020 en Strootsman Landschapsarchitecten, 2017 (afbeelding rechtsonder)

- **Belevingsfunctie noordblok Dorpsplein.** De entrees van de retailunits van het blok van de voormalige Faunaland liggen aan de zonzijde van het Dorpsplein. Dit is daarmee de ideale locatie voor een of twee horecavestigingen met terras. Dit zal door middel van verplaatsingen tot stand moeten worden gebracht vanuit het centrum zelf (bijvoorbeeld Bakker Bart), verplaatsingen van elders vanuit de gemeente en pas in laatste instantie als beide andere opties niet lukken door nieuwvestiging onder voorwaarde dat een krachtig concept wordt toegevoegd met in ieder geval een dagfunctie. Om de leegstand in het centrum (aantrekkelijk) in te vullen adviseren wij om de bibliotheek naar de voormalige locatie van Faunaland te verplaatsen. Er zijn mooie voorbeelden in het land van bibliotheken met een horecafunctie en terras. Op die wijze kan een extra versterking worden gegeven aan de verblijfsfunctie van het Dorpsplein.
- Om de transformatie van dit blok te stimuleren, moeten bestaande onbenutte planologische detailhandelsmogelijkheden wegbestemd worden.

3.4 LOCATIE LIDL



FIGUUR 21 MOGELIJKE GROEISCENARIO'S LIDL OP DE HUIDIGE LOCATIE
Bron: Bureau Stedelijke Planning

- **Uitbreidingswens Lidl.** Lidl heeft de wens uitgesproken om uit te breiden naar 1.400 m² wvo / 2.000 m² bvo met 80 parkeerplaatsen voor publiek. De gewenste uitbreidingsruimte van Lidl is hoger dan de aanwezige marktruimte voor de dagelijkse sector voor zowel 2025 als 2030. Echter is schaalvergroting voor supermarkten een landelijke trend en is Lidl de enige discount-supermarkt binnen de gemeente. Daarnaast zorgt uitbreiding ervoor dat de Lidl toekomstbestendig kan blijven, wat zonder uitbreiding niet mogelijk is. Westervoort krijgt door uitbreiding een sterk dagelijks cluster in het centrum. De behoefte en effecten dienen in geval van concrete uitbreiding wel nader onderzocht te worden. Uitbreiding van Lidl en op termijn Albert Heijn mogelijk ook, is verantwoord mits dit kwalitatief goed te onderbouwen is en er ruimtelijk geen onaanvaardbare effecten optreden, zoals bijvoorbeeld parkeer- en bevoorradingsproblemen.
- In de workshops zijn de opties uitbreiding op de huidige locatie of verplaatsing naar De Wyborgh besproken. Lidl heeft aangegeven dat zij geen mogelijkheden zien om op de huidige plek te komen tot een toekomstig levensvatbare supermarkt. De haalbaarheid van een verplaatsing naar De Wyborgh moet nog nader worden onderzocht. Indien dat financieel niet haalbaar blijkt vormen bovenstaande ideeën in figuur 20

een mogelijke toekomstrichting. Daarbij kan worden vastgehouden aan het haltermodel. Een scenario is dat de winkel in zuidelijke richting uitbreidt, waarmee de apotheek, opticiën en hondentrimsalon (blauw gearceerde deel ten zuiden van Lidl) kunnen verhuizen naar het deelgebied onder de huidige bibliotheek. De ruimte die hierdoor ontstaat kan worden getransformeerd naar woon/dienstenfunctie of parkeerruimte voor Lidl. Mogelijk dat ook ruimte kan ontstaan door buurpanden toe te voegen.

3.5 DORPSTRAAT / HAMERSESTRAAT



FIGUUR 22 DORPSTRAAT WESTERVOORT

Bron: Bureau Stedelijke Planning

- Komen tot een zo aantrekkelijk mogelijk centrumgebied, vraagt om concentratie van zo veel mogelijk publieksgerichte functies. Om een zo krachtig mogelijk en toekomstbestendig centrumgebied te realiseren, moeten de bestaande detailhandelsmogelijkheden worden beperkt, zodat ter plaats in ieder geval geen detailhandel in dagelijkse goederen gevestigd kan worden. Voor de niet dagelijkse sector geldt eveneens dat situering van alle functies in het centrum het functioneren van het centrum als geheel en de aanbieders onderling leidt tot een versterking. Op basis van financiële redenen kan het zijn dat sommige functies het niet redden in het centrumgebied.
- Voor de bestaande panden met een detailhandelsbestemming en invulling, zoals de nabijgelegen Dorpstraat / Hamersestraat, geldt dat ondernemers vrijblijvend de mogelijkheid krijgen om naar het centrum te verplaatsen. Uit gesprekken is gebleken dat de ondernemers op de Dorpstraat / Hamersestraat geen behoefte hebben aan het verplaatsen van hun bedrijf. Daarmee blijft de huidige situatie bestaan. De mogelijkheid voor verplaatsing blijft altijd aanwezig.
- Bij het vrijkomen van de retailpanden buiten het centrum, door verplaatsing of opheffing van de publieksfunctie, zal actief in overleg met de pandeigenaar de toekomstmogelijkheden moeten worden besproken, waarbij de voorkeur uitgaat naar het ombestemmen naar een niet-publieksfunctie.

3.6 OVERIGE DEELLOCATIES CENTRUM WESTERVOORT

HUIDIGE LOCATIE KRUIDVAT / BIBLIOTHEEK EN OMGEVING >>

- **Verplaatsing Kruidvat naar cluster dagelijkse voorzieningen (De Wyborgh).** Kruidvat heeft vanuit de ontwikkelingsrichting meer toegevoegde waarde in De Wyborgh als cluster van dagelijkse voorzieningen dan op de huidige plek.
- **Ontwikkeling deelgebied tot zorg / maatschappelijk cluster.** Een deel van dit deelgebied staat op dit moment leeg. De horecavestigingen op beide koppen kunnen gewoon blijven zitten. Na het vertrek van Kruidvat kan het deelgebied ontwikkeld worden tot zorg / maatschappelijk cluster. De functies naast Lidl, te weten de apotheek, opticien en hondentrimsalon kunnen naar dit deel gebied worden verplaatst. Daarnaast kan bekeken worden of zorgaanbieders die momenteel elders in Westervoort gevestigd zijn willen verplaatsen naar dit deelgebied. Dat kan een huisartsenpraktijk zijn, tandarts, fysiotherapeut, maar ook een yoga- of dansstudio, muziekschool, etc. Vanuit de functie als Hart van Westervoort is het goed om in het centrum alle kernverzorgende publieksfuncties te clusteren. Het voordeel daarvan is dat alle aanwezige functies onderling elkaar versterken vanuit combinatiebezoek. Indien te weinig interesse is vanuit maatschappelijke voorzieningen kan dit deelgebied ook worden omgevormd tot appartementen. Om de transformatie van dit blok te stimuleren, moeten de bestaande onbenutte planologische detailhandelsmogelijkheden worden wegbestemd.
- **Verplaatsing bibliotheek naar blok voormalige Faunaland en omvorming tot appartementen.** Zoals al eerder aangegeven adviseren wij om de bibliotheek te verplaatsen naar de begane grond. Op de plek van de bibliotheek, eventueel in combinatie met (een deel van) het gemeentehuis kunnen woningen worden gecreëerd. Wij schatten in dat hier 50 tot 60 appartementen kunnen worden ontwikkeld. Daarmee ontstaat zowel meer draagvlak en levendigheid voor het centrum evenals meer financiële haalbaarheid voor het verbouwen van de deelgebieden van het centrumgebied.

GEMEENTEHUIS >>



FIGUUR 23 GEMEENTEHUIS WESTERVOORT

Bron: Bureau Stedelijke Planning

Bij verdwijnen gemeentehuis, ontwikkeling appartementen. Het gemeentehuis van Westervoort is nu nog in functie. De vraag is of het gemeentehuis op termijn gaat verdwijnen als gevolg van de samenwerking met Duiven. Mogelijk dat een ruimte om publiekszaken af te handelen over blijft. Indien de kantoorfunctie wordt opgeheven op de huidige plek wordt geadviseerd om appartementen te ontwikkelen van de vrijkomende ruimtes. Daarbij kan zelfs worden gedacht aan een inbreiding richting het Dorpsplein, om de intimiteit van het plein te vergroten. Ingeschat wordt dat op die wijze 30 tot 40 appartementen kunnen worden toegevoegd. Hierbij zal echter onderzocht moeten worden of er meer parkeerplaatsen gerealiseerd kunnen worden, gezien dit met oog op de hoeveelheid appartementen een uitdaging wordt.

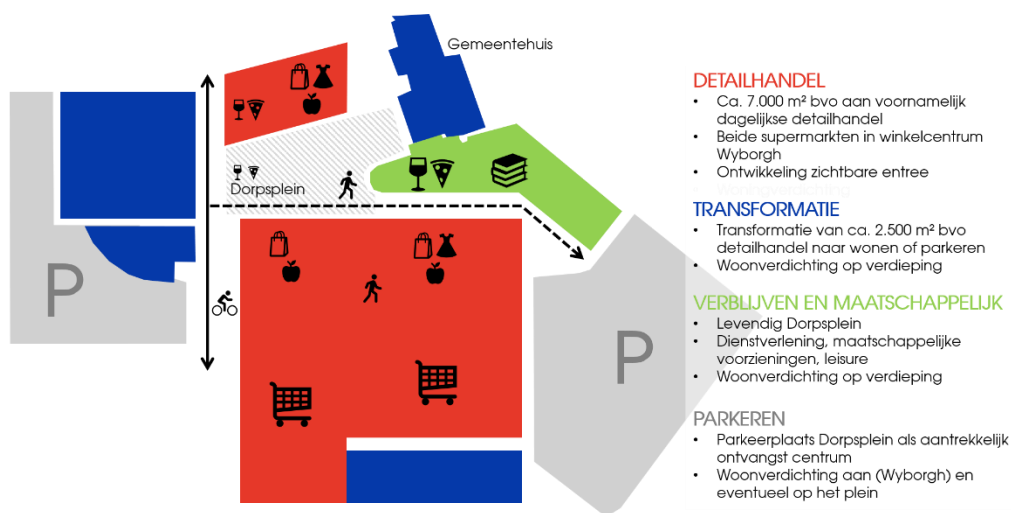
Een publieksfunctie kan op de begane grond of in het zorg / maatschappelijk cluster een plek krijgen. Bij de ontwikkeling kan eventueel een directe verbinding naar het station worden gerealiseerd. Daarnaast wordt aanbevolen om een versterking tot stand te brengen van de aanwezigheid van het centrum vanaf het kruispunt Dorpstraat / Zuidelijke Parallelweg.

4 UITWERKING AMBITIESCENARIO 2: WYBORGH ALS SUPERMARKTLOCATIE MET VERSTERKING DORPSPLEIN

Dit hoofdstuk geeft een uitwerking van ambitie scenario 2: Wyborgh als supermarktllocatie met versterking van het dorpsplein. Het hoofdstuk heeft dezelfde opbouw als het vorige hoofdstuk en start met een verantwoording van de keuze voor de ontwikkelingsrichting. In paragraaf 4.2 is de ontwikkelingsvisie ruimtelijk uitgewerkt. Het hoofdstuk eindigt met de financiële haalbaarheid en schematisch de mogelijke fasering in paragraaf 4.3.

4.1 RUIMTELIJK-FUNCTIONEEL WENSBEELD

De ontwikkelingsrichting voor Westervoort centrum ziet er vanuit scenario 2 samengevat als volgt uit:



FIGUUR 24 TOEKOMSTVISIE AMBITIESCENARIO 2 CENTRUM WESTERVOORT

Bron: Bureau Stedelijke Planning

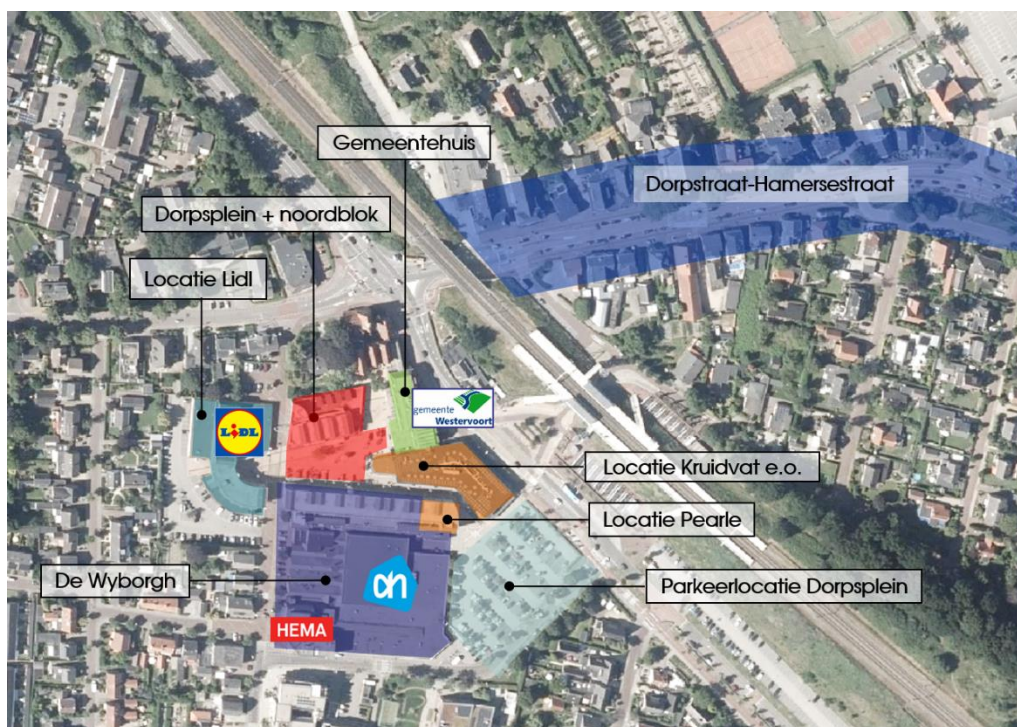
Het scenario komt neer op de volgende uitgangspunten:

- **Alle ballen op het centrum.** Ook voor dit scenario geldt het principe 'Minder + Anders = Beter' met volledige focus op het centrum van Westervoort met het zo veel mogelijk beperken van bewinkeling buiten het 'Hart van Westervoort' (zie paragraaf 3.1).
- **Verkleuring delen centrum naar niet-detailhandel.** Ook voor dit scenario geldt verkleuring van de leegstaande delen van het huidige centrum naar andere functies, zoals maatschappelijke voorzieningen, horeca, publieksfuncties en in het uiterste geval naar wonen. Kijkend naar de ontwikkelingen wordt

aanbevolen om het centrumgebied te verkleinen om toekomstige leegstand te voorkomen. Dat betekent dat de bestaande onbenutte planologische detailhandelsmogelijkheden wegbestemd moeten worden.

- **Focus op de boodschappenfunctie.** De focus in het centrum van Westervoort moet voor de detailhandel liggen op de boodschappenfunctie. Kwalitatieve versterking van deze sector is gewenst. Door de dagelijkse detailhandel sterker te clusteren rond het Dorpsplein en de Lidl uit te breiden ontstaat een sterker en aantrekkelijker aanbod en kan een hogere consumentenbinding worden gerealiseerd.
- **Ruimte geven voor uitbreiding supermarkt.** Lidl heeft aangegeven in de toekomst te willen uitbreiden. Ondanks de geringe positieve uitbreidingsruimte voor de dagelijkse detailhandel kan een versterking van de supermarkten die de grootste trekkers van het winkelgebied zijn, zorgen voor meer koopkrachtbinding en -toevloeiing voor het centrum. Daarnaast zal de extra ruimte voor een groot deel worden ingezet als kwalitatieve versterking van het supermarktaanbod om de supermarkten toekomstbestendiger te maken voor concurrentie.
- **Realisatie krachtig Dorpsplein.** Door het grootste deel van de dagelijkse speciaalzaken te situeren aan het Dorpsplein neemt de kracht van het Dorpsplein toe en wordt dit het centrale Hart van Westervoort. Met de supermarktingangen aan de buitenzijden is belangrijk om te zorgen dat het plein zo aantrekkelijk blijft dat consumenten niet alleen de supermarkten bezoeken, maar ook de andere functies. Dit kan door in het centrum een belangrijke trekker te plaatsen, zoals de Hema en eventueel de bibliotheek op de begane grond aan het Dorpsplein. Daarnaast neemt de aantrekkelijkheid toe door een versterking van de terrasfunctie aan het plein.

UITWERKING TOEKOMSTVISIE PER DEELGEBIED >>



FIGUUR 25 OVERZICHT DEELGEBIEDEN CENTRUM WESTERVOORT

Bron: PDOK Achtergrondkaart, bewerking: Bureau Stedelijke Planning

De uitwerking van de toekomstvisie zal in de volgende paragrafen per deelgebied worden toegelicht. Deze deelgebieden zijn in bovenstaande figuur (22) weergegeven.

4.2 DE WYBORGH

- Lidl naar de Wyborgh.** Om tegemoet te komen aan de wens van Lidl om een toekomstbestendige winkel te realiseren zijn verschillende opties bekeken en besproken met de sleutelfiguren. Uitgekomen is op het scenario waarbij Lidl naast Albert Heijn wordt gepositioneerd met een in-/uitgang aan het Dorpsplein. Het idee is om naast de entree van Lidl verschillende retailunits te handhaven. Lidl zal net als in het vorige scenario uitbreiden in winkelvloeroppervlak. Uitbreiding zorgt ervoor dat de Lidl toekomstbestendig kan blijven in de toekomst, wat zonder uitbreiding niet mogelijk is. Ondanks dat de uitbreiding van Lidl iets hoger uitpakt dan de uitbreidingsruimte volgens de distributieve berekening toelaat (zie bijlage 1), zorgt dit er wel voor dat het centrum ten opzichte van huidige situatie wordt versterkt, toekomstbestendig wordt en aantrekkelijk wordt voor alle bewoners van Westervoort. Een uitbreiding van Lidl en op termijn mogelijk Albert Heijn moet kwalitatief worden beargumenteerd en mag niet tot

ruimtelijk onaanvaardbare effecten leiden (bijvoorbeeld parkeer- en bevoorradingsproblemen).

- **Handhaving Albert Heijn** met een in-/uitgang aan de parkeerlocatie. De huidige situering van Albert Heijn wordt gehandhaafd. De enige wijziging is dat Albert Heijn voornemens is om haar in-/uitgang te verplaatsen naar het parkeerplein. Verwacht wordt dat dit binnen 5 jaar wordt gerealiseerd. Daarnaast heeft Albert Heijn aangegeven eventueel uit te willen breiden. Albert Heijn heeft enkele units binnen de Wyborgh in onderhuur. Zij zijn vrij om die units toe te voegen aan hun winkel. Overige uitbreidingsmeters zal met de eigenaar moeten worden geregeld, waarbij blijft staan dat geen onaanvaardbare ruimtelijke effecten mogen optreden.
- **Verplaatsing Hema.** Hema zal in dit scenario worden verplaatst naar het Dorpsplein. Dit is belangrijk voor de trekkracht van het Dorpsplein doordat beide supermarkten hun in-/uitgang aan het uiteinde van het centrum hebben liggen. Hema komt hiermee op een prominente centrale plek in het centrum te liggen.
- **Eventueel opheffing winkels zuidzijde De Wyborgh.** De mogelijkheid bestaat om op termijn de passage bij onder andere Etos, Bruna en Gall & Gall op te heffen om tegemoet te komen aan de opgave om het centrumgebied in te krimpen en de achterzijde aantrekkelijker te maken. Op dit plek kan eventueel een laad-/losplek voor Albert Heijn worden gecreëerd met op verdieping wonen. De winkels die in dit deelgebied zitten kunnen worden verplaatst naar het Dorpsplein.
- **Ontwikkeling woningbouw aan de Kerkstraat en aan parkeerplaats Dorpsplein.** Aan de Kerkstraat en het Dorpsplein zien wij evenals in scenario 1 mogelijkheden voor appartementen op de verdieping.
- **Versterking uitstraling parkeerlocatie als welkomgebied tot het centrum.** Evenals in scenario 1 pleiten wij voor een versterking van de aantrekkelijkheid van de parkeerlocaties.

4.3 CENTRALE DORPSPLEIN + NOORDBLOK

- **Versterking sfeer en beleving centrale Dorpsplein.** Van belang is dat het centrale Dorpsplein wordt heringericht met groenvoorzieningen, nieuwe bestrating en terrassen om de sfeer en gezelligheid te versterken (zie scenario 1) en hiervoor de winkelstraatprincipes van Pimm Terhorst als uitgangspunt aan te houden. Ook vraagt de uitstraling van de etalages en uitstallingen van de retailers om aandacht.
- **Belevingsfunctie noordblok Dorpsplein.** Ook voor dit scenario geldt ontwikkeling van een of twee horecavestigingen met terras in het voormalige Faunalandblok. Daarnaast zien wij een functie voor Hema in het blok als trekker van het Dorpsplein.

4.4 LIDL LOCATIE

- **Parkeerplaatsen op oude locatie Lidl.** Het idee is om op de huidige plek van Lidl het aantal parkeerplaatsen uit te breiden.
- **Op basis van schuifplan invulling voormalige Lidl-pand bepalen.** Het schuifplan dat in de vervolgfase ontwikkeld moet worden moet uitwijzen of de ruimte die Lidl achter laat in de toekomst nog nodig is als onderdeel van het centrum of dat dit kan worden herontwikkeld tot wonen of volledig parkeren. Wanneer er geen toekomst is voor detailhandel op deze locatie worden de planologische detailhandelsmogelijkheden wegbestemd.

4.5 DORPSTRAAT / HAMERSESTRAAT

Voor de Dorpstraat / Hamersestraat geldt in dit ambitiescenario hetzelfde als voor ambitiescenario 1: verplaatsing van publieksvoorzieningen vanuit de Dorpstraat / Hamersestraat naar het centrum is vrijblijvend mogelijk in overeenstemming met de ondernemers en pandeigenaren. Zie paragraaf 3.5 voor een nadere uitwerking.

4.6 OVERIGE DEELLOCATIES CENTRUM WESTERVOORT

- **Huidige locatie Kruidvat / bibliotheek en omgeving:**
 - **Verplaatsing Kruidvat naar het Dorpsplein.** Kruidvat heeft vanuit de ontwikkelingsrichting meer toegevoegde waarde aan het plein als subtrekker dan op de huidige plek.
 - **Ontwikkeling deelgebied tot zorg / maatschappelijk cluster.** Na het vertrek van Kruidvat zien wij in eerste instantie mogelijkheden voor het naar de begane grond halen van de bibliotheek. Dat kan alleen als het financieel haalbaar blijkt om de huidige plek om te vormen tot appartementen. Wij schatten in dat hier eventueel in combinatie met (een deel van) het gemeentehuis, 50 tot 60 appartementen in twee lagen kunnen worden ontwikkeld. De bibliotheek op de begane grond betekent een extra sterke trekker aan het plein. Indien dit niet mogelijk blijkt kan een invulling met zorg/maatschappelijke voorzieningen ontstaan zoals uitgewerkt bij scenario 1. Dat betekent ook dat de bestaande onbenutte planologische detailhandelsmogelijkheden wordt wegbestemd.
- **Bij verdwijnen gemeentehuis, ontwikkeling appartementen:** zie scenario 1
- **Mogelijkheid tot verplaatsing publieksfuncties Dorpstraat naar het centrum.**

5 REALISATIESTRATEGIE EN VOORKEURSSCENARIO

In dit hoofdstuk wordt ingegaan op de realisatiestrategie van de twee ambitie scenario's en worden de twee scenario's tegen elkaar afgewogen. Wat betreft de realisatiestrategie is een van de manieren om de herontwikkeling vanuit de twee scenario's haalbaar te maken, het toevoegen van woningen. Daar gaat de eerste paragraaf over (paragraaf 5.1). Vervolgens gaan we in paragraaf 5.2 in op de fases en de volgtijdigheid van de acties. Paragraaf 5.3 geeft het afwegingskader op basis waarvan gekomen wordt tot een voorkeursscenario dat de komende maanden verder kan worden uitgewerkt. Afgesloten wordt met paragraaf 5.4 waarin enkele do's zijn uitgewerkt als aanbeveling voor de herontwikkeling.

5.1 WONINGVERDICHTING ALS VERDIENMODEL

Woningverdichting binnen het centrum kan als goed verdienenmodel worden ingezet, om de investeringen in het centrum (deels) te kunnen dekken. Onderstaand zijn de financiële gevolgen van niet in het centrum investeren en wel investeren (inclusief woningverdichting) in het grof weergegeven:

Wat als er niets in het centrum gebeurt?

- Er vinden minder bestedingen plaats door de toenemende afvloeiing van consumenten naar gebieden die voldoende vitaal zijn of online aankopen.
- De opbrengsten van de retailers komen steeds meer onder druk te staan, waardoor een deel het niet meer red. Als gevolg van de toenemende leegstand dalen de jaarlijkse huurinkomsten van de eigenaar.
- Verwacht wordt dat de huur 40% minder oplevert.

Wat als er wel in het centrum geïnvesteerd wordt?

- De investeringen in het centrum betekenen een eenmalige grote uitgave. Voor het grootste deel komen deze kosten bij de eigenaar te liggen (ingrepen in de panden), maar ook gemeente (openbare ruimte) en winkeliers (inrichting eigen unit) moeten investeren.
- De investeringen zorgen voor de volgende positieve vliegwieleffecten:
 - Het aantal consumenten en daarmee de binding van het centrum neemt toe.
 - Bestedingen gaan omhoog.
 - De vastgoedwaarde neemt toe.
- Om de investeringen in het centrum aantrekkelijk te maken is sterk aan te raden om binnen het centrum te verdichten met woningen. Verwacht wordt dat bij De Wyborgh met Orange Capital Partners als eigenaar, ruimte is voor 40 tot 50 appartementen. Bij de bibliotheek (50 – 60

appartementen), gemeentehuis (30 tot 40 appartementen). Met de gemeente als eigenaar gaat het in totaal om ca. 100 appartementen. Per appartement kan op basis van kengetallen worden uitgegaan van een residuele waardeberekening van een winst van € 20.000 per appartement (dit is een minimale opbrengst en daarmee een zeer voorzichtige inschatting). De eigenaar van De Wyborgh realiseert daarmee een winst van € 0,8 tot 1 miljoen die gebruikt kan worden om te investeren in het winkeldeel. Voor de gemeente komt dit uit op € 1,9 tot 2 miljoen.

5.2 FASERING EN VOLGTIJDELIJKHEID ACTIES

Om de voorliggende ambitiescenario's op een realistische en haalbare manier uit te kunnen voeren, is een fasering van de plannen nodig. De uitvoering is opgesteld in twee fases:

- Eerste fase: uitvoering van de plannen op korte termijn (binnen 2 jaar)
- Tweede fase: plannen die een middellange termijn nodig hebben (2 tot 5 jaar) om te worden uitgevoerd.

Onderstaande tabel geeft de verschillende acties naar fase. Daarbij moet wel worden bedacht dat veel acties ten opzichte van elkaar volgtijdelijk zijn. Eerst moet bijvoorbeeld duidelijk zijn welke retailer waar naar toe gaat. Pas daarna heeft het zin om de bibliotheek te verplaatsen en het plein aan te pakken. De nummers geven per fase de volgtijdelijkheid aan.

DEELGEBIED	FASE 1 – KORTE TERMIJN	FASE 2 – MIDDELLANGE TERMIJN
AMBITIESCENARIO 1		
De Wyborgh	2. Verbetering interne uitstraling 3. Versterking uitstraling parkeerlocatie als welkomgebied tot het centrum	2. Versterking zichtbaarheid entree vanaf parkeerlocatie 2. Ontwikkeling nieuwe passage 1. Opheffing winkels westzijde 2. Verdichting met woningbouw
Centrale Dorpsplein + noordblok	1. Ontwikkeling belevingsfunctie qua invulling noordblok. 3. Versterking sfeer en beleving.	
Locatie Lidl	1. Uitbreiding Lidl op huidige locatie.	
Dorpstraat - Hamersestraat	1. Verplaatsing publieksfuncties naar het centrum wordt mogelijk gemaakt in overleg met betreffende ondernemers en eigenaren. Nieuwvestiging van publieksfuncties is niet gewenst in de Dorpstraat	
Overige deellocaties	1. Verplaatsing Kruidvat naar cluster dagelijkse voorzieningen	3. Bij verdwijnen gemeentehuis, ontwikkeling appartementen. 2. Mogelijke verplaatsing publieksfuncties buiten het centrum

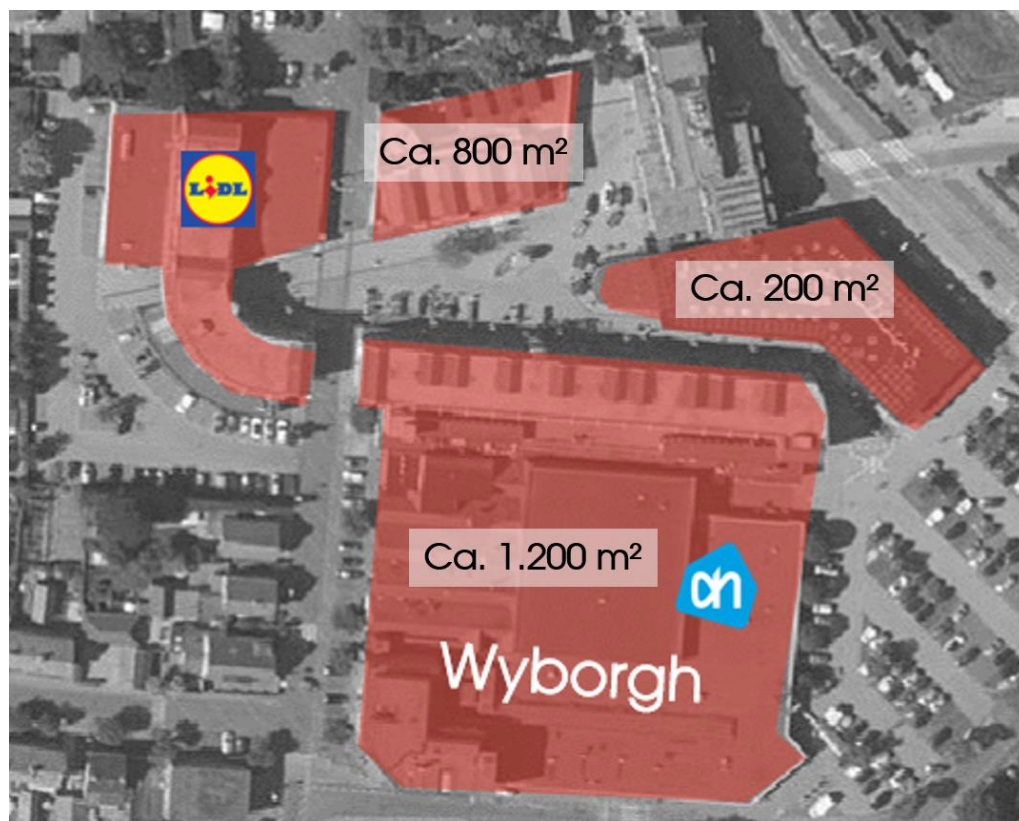
	1. Verplaatsing bibliotheek naar blok voormalige Faunaland en omvorming tot appartementen. 2. Ontwikkeling deelgebied huidige Kruidvat tot zorg / maatschappelijk cluster	
AMBITIESCENARIO 2		
De Wyborgh	1. In-/uitgang AH aan parkeerlocatie 1. Hema naar Noordblok Dorpsplein 2. Verdichting woningbouw 3. Lidl naar de Wyborgh	1. Opheffing winkels zuidzijde (Etos, Bruna e.d. en creatie nieuwe laad-/losplek AH 1. Versterking uitstraling parkeerlocatie als welkomgebied
Centrale plein en Noordblok	1. Ontwikkeling belevingsfunctie noordblok met Hema en Bakker Bart 3. Versterking sfeer en beleving	
Locatie Lidl	4. Ontwikkeling parkeerplaatsen 5. Invulling resterende retailruimtes	
Dorpstraat / Hamersestraat	1. Verplaatsing publieksfuncties naar het centrum wordt mogelijk gemaakt in overleg met betreffende ondernemers en eigenaren. Nieuwvestiging van publieksfuncties is niet gewenst in de Dorpstraat	
Overige deellocales	1. Verplaatsing Kruidvat naar Dorpsplein 2. Verplaatsing bibliotheek naar begane grond en omvorming tot appartementen / ontwikkeling deelgebied huidige Kruidvat tot zorg / maatschappelijk cluster	3. Bij verdwijnen gemeentehuis, ontwikkeling appartementen. 1. Mogelijke verplaatsing publieksfuncties buiten centrum

TABEL 5 FASERING PLANNEN ONTWIKKELVISIE CENTRUM WESTERVOORT

Bron: Bureau Stedelijke Planning

TERUGDRINGEN LEEGSTAND >>

In de huidige situatie staat ca. 2.200 m² bvo aan panden leeg in het centrum van Westervoort, verspreid over De Wyborgh, het blok ten noorden van het Dorpsplein en naast de huidige Kruidvat.



FIGUUR 26 LEEGSTAND CENTRUM WESTERVOORT

Bron: Orange Capital Partners, bewerking: Bureau Stedelijke Planning

De leegstand kan grotendeels worden ingevuld door verplaatsing van:

- Functies ten zuiden van Lidl (450 m² bvo).
- Bibliotheek naar het blok ten noorden van het Dorpsplein of een verdieping naar beneden naar het huidige pand van Kruidvat (350 m² bvo).
- Zuidelijk deel De Wyborgh incl. Etos en Bruna (750 m² bvo).
- Verplaatsing en transformatie deel De Wyborgh Kerkstraat (Ca. 400 m² bvo).
- Mogelijke verplaatsing publieksfuncties vanuit Dorpstraat naar centrum
- Komst maatschappelijke functies/horeca/voorzieningen naar centrum.
- In het geval van ambitiescenario 2: verplaatsing van Lidl naar winkelcentrum De Wyborgh en transformatie van het huidige Lidl pand.

5.3 AFWEGINGSKADER AMBITIESCENARIO'S

Voorliggend rapport geeft twee toekomstrichtingen voor het centrum van Westervoort, waar in samenspraak met de verschillende stakeholders naar is toegewerkt. De financiële haalbaarheid van de scenario's is slechts ingeschat en moet nog nader worden onderzocht. Onderstaand worden de twee scenario's tegen elkaar afgewogen.

CRITERIA		SCENARIO 1	SCENARIO 2
Toekomstbestendigheid	Dagelijks aanbod (incl. supermarkten)	+	++
	Niet-dagelijks aanbod	0	0
Leefbaarheid en leefplezier	Functie als dorpshart	+	+
	Parkeervoorzieningen	0	+
	Sfeer/gezelligheid	+	+
Inschatting financiële haalbaarheid	Vastgoedexploitatie	+	0
	Investeringskosten	+	-
	Tijdelijke huisvesting	0	0
Ruimtelijke inpasbaarheid	Fysieke inpasbaarheid	+	+

TABEL 6 AFWEGINGSSCHEMA AMBITIESCENARIO'S 1 EN 2 CENTRUM WESTERVOORT
Bron: Bureau Stedelijke planning

Legenda

+ / += Zeer positief, + = Positief, 0 = Neutraal, - = Negatief, - / - = Zeer negatief

Los van de financiële haalbaarheid heeft op grond van bovenstaande tabel, ambitiescenario 2 de voorkeur. De vraag is echter of realisatie van dat scenario financieel technisch mogelijk is. De opgave is om dat uit te zoeken. Afgesproken is dat de eigenaar van het centrum hierbij het voortouw neemt. Indien hier een positief beeld uit komt, wordt een intentieverklaring met elkaar afgesloten om gezamenlijk de plannen vorm te gaan geven en te starten met de fasegewijze herontwikkeling van het centrum volgens scenario 2.

Indien scenario 2 financieel niet haalbaar blijkt, kan worden teruggevallen op scenario 1 en zal de intentieverklaring zich daarop richten. Vanuit dat scenario is de uitdaging om te zorgen dat Lidl een zo toekomstbestendig mogelijke winkel kan realiseren. Dat geldt zowel voor de omvang als het aantal parkeerplaatsen. In dat geval moet worden onderzocht of de huidige plek niet kan worden uitgebreid met naburige panden of dat op een andere wijze ruimte kan worden gecreëerd. Belangrijk is dat twee supermarkten in het centrum behouden blijven. Op het moment dat daar een oplossing voor gevonden kan worden, kan ook in scenario 1 worden gekomen tot een toekomstbestendig Westervoort centrum!

5.4 DO'S IN REVITALISATIEPROCESSEN VAN WINKELGEBIEDEN

Tot slot kunnen er nog enkele Do's gegeven worden voor de revitalisatie van winkelcentra, zoals het centrum van Westervoort:



FIGUUR 27 DO'S IN REVITALISERINGSPROCESSEN VAN WINKELGEBIEDEN
Bron: Ruimteverhaal en Bureau Stedelijke Planning, 2020

Naast het daadwerkelijk uitvoeren van de revitalisering van het centrum van Westervoort is het ook van belang om na de uitvoering ervoor te zorgen dat het centrum een sterk winkelgebied blijft. Hiervoor is het nodig om als partijen intensief met elkaar te blijven samenwerken en in te zetten op branding van het winkelgebied. Alleen zo blijft het centrum van Westervoort succesvol.

BIJLAGE 1 MARKTRUIMTEBEREKENINGEN

Bij de distributieve berekeningen voor de branchegroepen Dagelijks, Mode & Luxe, Vrije Tijd en In/Om Huis voor de gemeente Westervoort zijn de volgende gegevens gebruikt:

- **Draagvlak.** Voor het draagvlak is uitgegaan van een inwoneraantal voor de gemeente Westervoort van 14.800 in 2025 en 14.500 in 2030 (Primos bevolkingsprognose, 2020)
- **Bestedingen.** Jaarlijks geldt voor inwoners een bestedingscijfer van € 2.602 voor de branchegroep Dagelijks, € 798 voor de branchegroep Mode & Luxe, € 222 voor de branchegroep Vrije Tijd en € 1.010 voor de branchegroep In/Om Huis (allen exclusief btw). De cijfers zijn gebaseerd op de meest recente gegevens over bestedingen van Panteia/I&O Research 'Omzetkengetallen' (2019). Het inkomen in het verzorgingsgebied ligt op dit moment 7% lager dan het landelijk gemiddelde, waardoor het feitelijke bestedingsbedrag lager ligt. De bestedingen zijn hiervoor gecorrigeerd (met een prijselasticiteit van 0,4 voor de branchegroep Dagelijks en 0,7 voor de branchegroepen Mode & Luxe, Vrije Tijd en In/Om Huis).
- **Vloerproductiviteit.** De gemiddelde vloerproductiviteit geeft aan wat een gemiddelde winkel in een bepaalde branchegroep per jaar per m² wvo omzet. In Nederland is de gemiddelde vloerproductiviteit in fysieke winkels in de branchegroep Dagelijks € 7.564, voor de branchegroep Mode & Luxe € 2.546, voor de branchegroep Vrije Tijd € 1.960 en voor de branchegroep In/Om Huis € 1.393 per m² wvo per jaar (exclusief btw). De gebruikte cijfers zijn gebaseerd op de meest recente gegevens over bestedingen van Panteia/I&O Research 'Omzetkengetallen' (2019).
- **Koopkrachtbinding en toevloeiing.** Er zijn geen recente koopstroomgegevens beschikbaar voor de gemeente Westervoort. De meest recente koopstroomgegevens voor Westervoort zijn afkomstig uit het Koopstromenonderzoek Arnhem-Nijmegen uit 2016. Deze zijn voor deze berekeningen gebruikt. Voor de Dagelijkse branchegroep wordt uitgegaan van een bindingscijfer van 92% en een toevloeiingscijfer van 25%. Voor de niet-dagelijkse branchegroepen Mode & Luxe, Vrije Tijd en In/Om Huis wordt uitgegaan van een bindingscijfer van 13% en een toevloeiingscijfer van 50% voor de gehele gemeente Westervoort.
- **Gevestigd aanbod.** Voor het gevestigde aanbod wordt uitgegaan van Locatus verkooppuntdata (september 2020).

PARAMETER	DAGELIJKS	MODE & LUXE	VRIJE TIJD	IN/OM HUIS
Inwoners	14.800	14.800	14.800	14.800
Bestedingen per hoofd in €	2.602	798	222	1.010
Bestedingspotentieel in € mln	39	12	3	15
Bestedingspotentieel in € mln, incl. inkomenscorrectie	38	11	3	14
Koopkrachtbinding	92%	13%	13%	13%
Gebonden bestedingen in € mln	34	1	0	2
Koopkrachttoevloeiing	25%	50%	50%	50%
Omzet door toevloeiing in € mln	11	1	0	2
Totale bestedingen in € mln	46	3	1	4
Gemiddelde vloerproductiviteit in € per m² wvo	€ 7.564	€ 2.546	€ 1.960	€ 1.393
Gerealiseerde vloerproductiviteit	€ 7.948	€ 2.568	€ 2.801	€ 1.355
Haalbaar aanbod in m² wvo	6.070	1.147	414	2.653
Gevestigd aanbod in m² wvo	5.777	1.137	290	2.728
Uitbreidingsruimte in m² wvo	293	10	124	-75

TABEL 7 DISTRIBUTIEVE BEREKENINGEN MARKTRUIMTE GEMEENTE WESTERVOORT VOOR 2025
Bron: Bureau Stedelijke Planning

PARAMETER	DAGELIJKS	MODE & LUXE	VRIJE TIJD	IN/OM HUIS
Inwoners	14.500	14.500	14.500	14.500
Bestedingen per hoofd in €	2.602	798	222	1.010
Bestedingspotentieel in € mln	38	12	3	15
Bestedingspotentieel in € mln, incl. inkomenscorrectie	37	11	3	14
Koopkrachtbinding	92%	13%	13%	13%
Gebonden bestedingen in € mln	34	1	0	2
Koopkrachttoevloeiing	25%	50%	50%	50%
Omzet door toevloeiing in € mln	11	1	0	2
Totale bestedingen in € mln	45	3	1	4
Gemiddelde vloerproductiviteit in € per m² wvo	€ 7.564	€ 2.546	€ 1.960	€ 1.393
Gerealiseerde vloerproductiviteit	€ 7.776	€ 2.513	€ 2.741	€ 1.326
Haalbaar aanbod in m² wvo	5.939	1.122	406	2.596
Gevestigd aanbod in m² wvo	5.777	1.137	290	2.728
Uitbreidingsruimte in m² wvo	162	-15	116	-132

TABEL 8 DISTRIBUTIEVE BEREKENINGEN MARKTRUIMTE GEMEENTE WESTERVOORT VOOR 2030
Bron: Bureau Stedelijke Planning

BIJLAGE 2 VERSLAG WORKSHOP 'DENK MEE' 5 OKTOBER 2020

Aanwezigen

- William Boekhorst – Winkeliersvereniging De Wyborgh
- Miranda Bravenboer – Winkeliersvereniging De Wyborgh
- Tim Nijs – Gemeente Westervoort
- Joris Sanders – Albert Heijn
- Hans Sluiter – Wethouder Westervoort
- Albert Stadman – De Nieuwe Winkelstraat
- Dirk Vaneker - Lidl
- Pimm Terhorst – Ruimteverhaal
- Toine Hooft– Bureau Stedelijke Planning
- Jeffrey Meinders– Bureau Stedelijke Planning
- Ingrid Ploegmakers – Bureau stedelijke Planning

Opening wethouder

Bij de vorige bijeenkomst is gevraagd of er niet meer tempo gemaakt kan worden. Helaas leven we in NL en duren zaken wat lang. Dat heeft ook zijn voordeel – alles wordt goed overwogen. De provincie vraagt ook dat er draagvlak is en zaken goed in elkaar zitten en zorgvuldig zaken worden opgepakt. Er zijn verschillende scenario's opgesteld. Daar zullen we gezamenlijk keuzes moeten maken.

Opening voorzitter

Vorige keer is aangegeven dat er een gedeelde zorg / urgentie is. De leegstand loopt op en er ontstaan gaten. Bestedingen en omzet staat onder druk. Frustratie dat er weinig gebeurt. Anderzijds is het ook een gedeeld belang om tot een duurzaam bestendig dorpscentrum te komen voor Westervoort. Er wordt ook om duidelijkheid gevraagd door provincie, gemeente en marktpartijen, Dus roep om in actie te komen.

We beseffen ons dat verschillende mensen niet aanwezig zijn. Ook Oomke Postma van eigenaar Orange Capital heeft zich afgemeld. Peter Bergkamp heeft zich ook afgemeld.

Er ligt al een rapportage van de STEK-Groep. Daaruit is gekomen dat je een aantrekkelijk plein wilt realiseren met nadruk op dagelijkse functie. Uit de eerste berekeningen blijkt dat je eerder minder dan meer zou moeten toevoegen.

Uitkomsten marktanalyses

- Zie presentatie.
- Ten aanzien van het relatief lage inkomensniveau en de 3% bevolkingskrimp geeft de wethouder aan dat de gemeente nieuwbouw wil realiseren, waarbij wordt ingezet op wat hogere inkomensgroepen.

Daarmee wordt getracht om de bevolkingskrimp een halt toe te roepen en het inkomensniveau wat toe te laten nemen.

- In de presentatie is de ruimte in 2030 opgenomen. De huidige ruimte komt vrijwel overeen met de toekomstige ruimte – dat ontloopt elkaar niet sterk.
- Onder horeca wordt verstaan: restaurants, drankensector en fastfood.
- De trends op het gebied van dienstverlening, waarbij banken locaties gaan schrappen, reisburo's afnemen zijn in de cijfers meegenomen.
- We hebben wat minder meters aan detailhandel nodig. Dat kun je voor een deel invullen met horeca. Dan nog steeds hou je meters over die moeten worden ingevuld. Je hebt het over een paar 1.000 m² waarvoor je geen invulling meer kan vinden met publieksvoorzieningen. Dat is geen goede boodschap.
- Er is ruimte in dienstenverlening en horeca – om de hoek, in Arnhem, ligt echter een arsenaal aan voorzieningen op dit vlak. Goed om nog een referentie-analyse toe te voegen. Die nuance moeten we nog aanbrengen. Hussen komt in de regio het beste naar voren als vergelijking.
- Er zijn recentelijk 3 horecavoorzieningen gesloten. In Duiven zit aan de overkant van de Mc Donalds ook nog een gigantische ontwikkeling waar horeca heel belangrijk is. Kortom, er zit nog een beetje muziek in horeca, maar dan houden we alsnog veel meters over.
- Belangrijk is wat kenmerkt Westervoort nu en waar wil je en kun je naar toe.

Pimm Terhorst

Pimm heeft de eerste jaren van zijn leven in Westervoort gewoond. Daarbij herinnert hij zich nog de Pizzabus. Vooral de kleuren die hem toen hij klein was erg aanspraken. Zie presentatie

Scenario's voor het centrum van Westervoort

- Op basis van hetgeen we aan informatie hebben opgehaald voor Westervoort zijn we gekomen tot 4 scenario's. Daarbij hebben we als eerste scenario 'Niets doen' opgepakt, om toch maar de spiegel voor te houden wat er gebeurt als we niets doen. Verder zijn er 3 scenario's waarbij we wel wat ingrepen gaan oppakken van licht tot zwaar.
- Zie presentatie voor de insteek van de scenario's.
- Vraag of we ons bij de formulering van de scenario's rekening hebben gehouden met het feit dat er een eigenaar is waar straks veel vanaf hangt. De gemeente ziet het feit dat er 1 eigenaar is als een nadeel. Zij hebben een heel sterke sleutelpositie, maar er gebeurt weinig. We zijn nu te veel afhankelijk van 1 eigenaar.
- Waar het nu mis gaat is de eerlijkheid tegenover iedereen.
- De eigenaar worstelt heel erg met dit centrum en wij moeten ze daarmee helpen. Als we het bij de eigenaar laten liggen, dan wordt het al snel een beperkte facelift. Goed is om aan te tonen dat de meest wenselijke scenario's het meest interessant zijn. Wij zien het als onze taak om Orange Capital daar ook mee te helpen. De gemeente beaamt dat ook. Insteek is dat

we de eigenaar gaan verleiden om tot een zo goed mogelijke herontwikkeling te verleiden.

- De uiteindelijke scenario's die de meeste stemmen hebben zijn: scenario 2 en scenario 3a (Lidl niet verplaatsen).

Interactieve sessie

Voor de twee overgebleven scenario's zijn de beren en daarbij oplossingen benoemd:

Scenario 2:

1. Is niet toekomstbestendig
 - Beetje fysiek oplappen helpt niet
 - Zowel s.m. gebied

Oplossing: Lidl uitbreiden aan zij of voorkant -> compacter maken plein, trimsalon, apotheek en opticien verplaatsen. Bebouwen van open plek genereert € voor gemeente die geïnvesteerd kan worden in het centrum.

2. Financieel niet haalbaar om bestemming van detailhandel deel te halen (Dorpstraat en deel centrum)
3. De ruimte die verkleurd moet worden, gaat niet lukken (deel waar bestemming detailhandel vanaf gaat)

Oplossingen:

- Bibliotheek verplaatsen naar begane grond -> plek Kruidvat of Faunaland.
- Appartementen / studentenhuisvesting in andere deel.
- Resterende retail in blauwe deel behouden.

Scenario 3a:

Dorpstraat eigenaren blijven zitten.

Kosten voor eigenaren bij verplaatsing

Kosten winkeliers bij verplaatsing

Oplossing: Verleiden, goed voorbeeld doet volgen. Grote behoefte aan wonen, waar geld voor eigenaren uit te halen valt. Eventueel een subsidiepotje vanuit gemeente/provincie om verder te clusteren.

Kosten voor eigenaar De Wyborgh en daarbij meewerking van eigenaar.

Oplossing: het brengt ook perspectief voor de eigenaar, eventueel iets hogere huurlasten als het centrum daadwerkelijk aantrekkelijker wordt.

Herinvullen/indeling leegstaande panden / niet detailhandel

Oplossing: Horeca en evenementen naar centrum halen en clusteren. -> van buiten naar binnen. Daarnaast kan strook van De Wyborgh afgehaald worden voor herinvulling.

Financiële draagvlak 'verhuizing/verbouwing' ondernemers.

Oplossing: goede ondernemers zijn. Als je nu al krap zit kan je je deur wel sluiten. Vereist een investering om sterker te staan in de toekomst.

Rondvraag

In hoeverre worden de overige ondernemers betrokken bij het onderzoek? Voor nu is gekozen om de workshops in beperkte kring te organiseren. Aan het einde is het goed om de overige ondernemers op de hoogte te stellen.

SCENARIO 1: NIETS DOEN >>



FIGUUR 28 SFEERBEELD SCENARIO 1
Bron: Bureau Stedelijke Planning

- Behoud van de winkelstructuur en fysieke verschijningsvorm van het centrum zoals het nu is.

PLUS (+)	MIN (-)
• Geen actie en investering vereist	• Toename leegstand • Gefragmenteerde retailstructuur • Functioneren en attractiviteit steeds verder onder druk • Grotere afvloeiing van consumenten uit Westervoort naar elders buiten de gemeente

TABEL 8 PLUSSEN EN MINNEN SCENARIO 1
Bron: Bureau Stedelijke Planning

SCENARIO 2: FACELIFT DE WYBORGH + PLEIN >>



FIGUUR 29 RUIMTELIJKE VERTALING SCENARIO 2

Bron: Bureau Stedelijke Planning

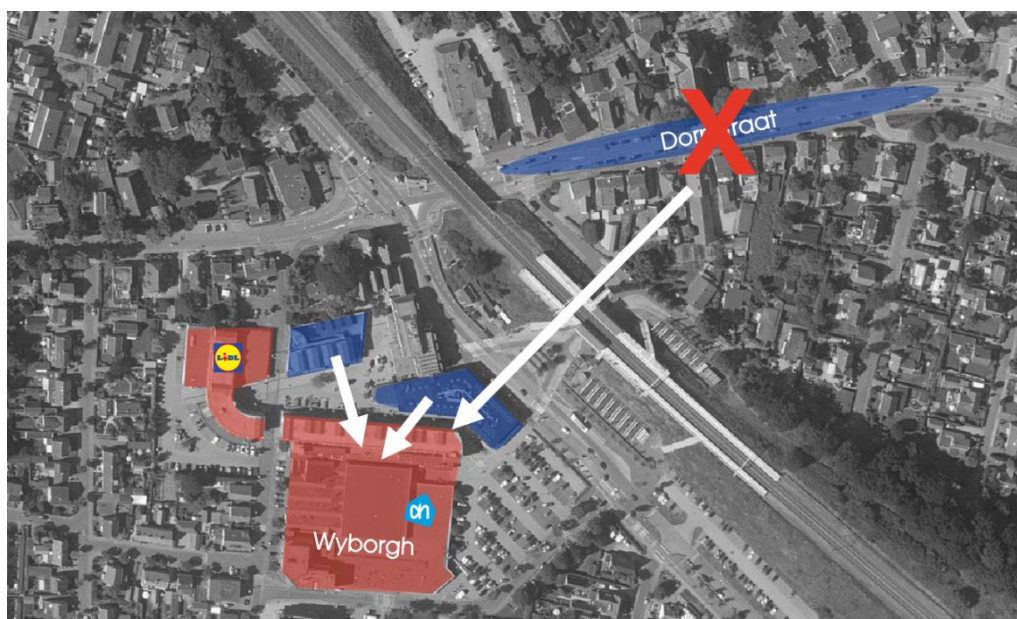
- Binnen het centrum krijgen zowel De Wyborgh als het plein een facelift en optimalisatie.
- Alle detailhandel zal, met uitzondering van Lidl binnen De Wyborgh gesitueerd worden, waarbij de focus en kwalitatieve versterking op dagelijks aanbod komt te liggen.
- Overige delen van het centrum (gehele pand Faunaland en begane grond onder bibliotheek) zullen andere functie dan detailhandel krijgen (brede functiemix mogelijk)
- De Dorpstraat zal in huidige fysieke en functionele vorm behouden blijven.

PLUS (+)	MIN (-)
• Vereist relatief weinig investeringen • Leegstand wordt aangepakt • Plein als ontmoetingsplek	• Aanbod commerciële voorzieningen blijft door Dorpstraat verspreid • Geen ideale indeling De Wyborgh door enkel facelift • Lidl beperkte uitbreidingsmogelijkheden

TABEL 9 PLUSSEN EN MINNEN SCENARIO 2

Bron: Bureau Stedelijke Planning

SCENARIO 3A: DETAILHANDEL IN DE WYBORGH + LEVENDIG PLEIN MET LIDL >>



FIGUUR 30 RUIMTELIJKE VERTALING SCENARIO 3A

Bron: Bureau Stedelijke Planning

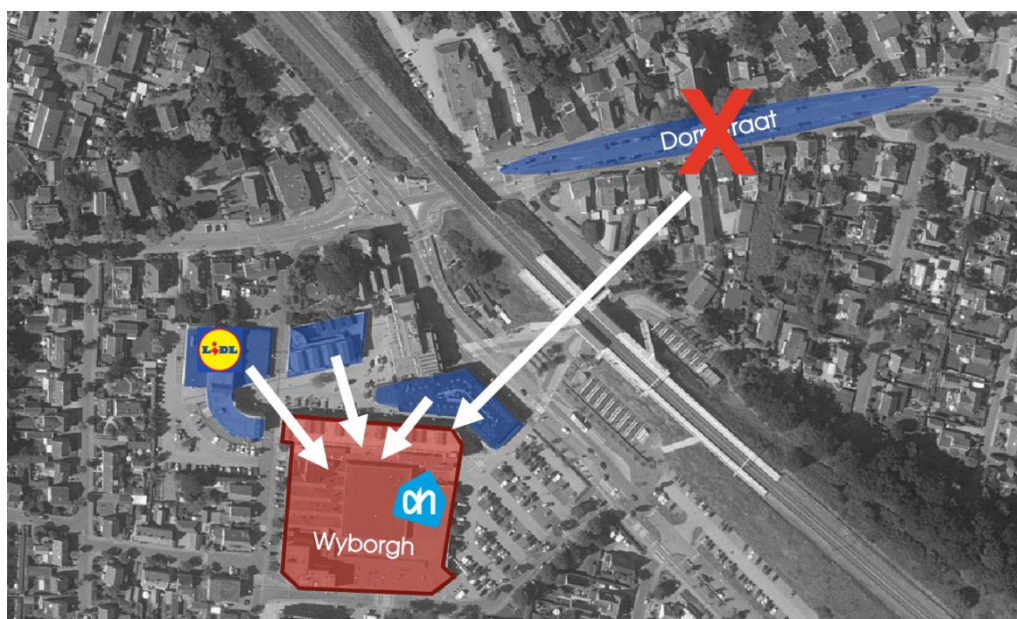
- Alle detailhandelsvoorzieningen zullen in De Wyborgh geclusterd worden, met uitzondering van de Lidl. Overige panden in het centrum zullen daarbij getransformeerd worden naar andere functies maar geen detailhandel.
- De Wyborgh krijgt een externe en interne optimalisatie en facelift. Het aanbod in De Wyborgh zal met name gericht zijn op dagelijkse voorzieningen.
- Het Dorpsplein krijgt zowel een facelift als optimalisatie met brede functiemix, maar raakt met uitzondering van Lidl, zijn detailhandelsfunctie kwijt.
- De retailvoorzieningen in de Dorpsstraat zullen op den duur ook naar De Wyborgh verplaatsen.

PLUS (+)	MIN (-)
• Één geclusterd centrum • Leegstand wordt aangepakt • Zowel facelift als structurele optimalisatie De Wyborgh • Plein als ontmoetingsplek	• Vereist groter investering in centrum vanuit zowel eigenaar als ondernemers (tijdelijke verplaatsing/verbouwing)

TABEL 10 PLUSSEN EN MINNEN SCENARIO 3A

Bron: Bureau Stedelijke Planning

SCENARIO 3B: ALLE DETAILHANDEL IN DE WYBORGH + LEVENDIG PLEIN >>



FIGUUR 31 RUIMTELIJKE VERTALING SCENARIO 3B

Bron: Bureau Stedelijke Planning

- Alle detailhandelsvoorzieningen rondom het Dorpsplein zullen in De Wyborgh geclusterd worden, inclusief de Lidl. Overige panden in het centrum zullen daarbij getransformeerd worden naar andere functies maar geen detailhandel.
- De Wyborgh zal intern fors geherstructureerd worden, waarbij de twee supermarkten de grote trekkers zijn. Hieromheen vindt een concentratie van hoofdzakelijk dagelijks aanbod plaats.
- Het Dorpsplein krijgt zowel een facelift als optimalisatie met brede functiemix, maar raakt voor een groot deel zijn detailhandelsfunctie kwijt.
- De retailvoorzieningen in de Dorpstraat zullen op den duur ook naar De Wyborgh verplaatsen.

PLUS (+)	MIN (-)
• Één geclusterd centrum • Leegstand wordt aangepakt • Veel andere niet-detailhandelsfuncties mogelijk in alle blokken buiten De Wyborgh •	• Vereist grote investeringen • De Wyborgh als introvert boodschappencentrum kan voor minder reuring in centrum zorgen

TABEL 11 PLUSSEN EN MINNEN SCENARIO 3B

Bron: Bureau Stedelijk Planning

SCENARIO 4: TWEE SUPERMARKTEN IN DE WYBORGH + LEVENDIG PLEIN >>



FIGUUR 32 RUIMTELIJKE VERTALING SCENARIO 4

Bron: Bureau Stedelijke Planning

- De Wyborgh zal geherstructureerd worden, waarbij de twee supermarkten het grootste deel van het aanbod zullen betreffen.
- Het Dorpsplein zal verlevendigd worden, waarbij een concentratie van detailhandel en publieksfuncties aan het plein gesitueerd worden.
- De detailhandel in de Dorpsstraat zal ook richting het Dorpsplein verplaatst worden.

PLUS (+)	MIN (-)
• Één geclusterd centrum • Grote functiemix door het gehele centrum	• Vereist grote investering • Relatief veel aanbod detailhandel in centrum

TABEL 12 PLUSSEN EN MINNEN SCENARIO 4

Bron: Bureau Stedelijke Planning

BIJLAGE 3 VERSLAG WORKSHOP 'DOE MEE' 2 NOVEMBER 2020

Aanwezigen

- William Boekhorst – Winkeliersvereniging De Wyborgh en Slagerij Hetterschijt
- Tim Nijs – Gemeente Westervoort
- Peter Pennekamp – Namens Dorpstraat
- Oomke Postma – Orange Capital Partners
- Maikel Rondon – Ondernemersvereniging Ondernemend Westervoort
- Albert Stadman – DNWS
- Dirk Vaneker- Lidl
- Mark Willemsen – Gemeente Westervoort
- Joris Sanders- Albert Heijn
- Pimm Terhorst – Ruimteverhaal
- Toine Hooft - Bureau Stedelijke Planning
- Jeffrey Meinders - Bureau Stedelijke Planning
- Ingrid Ploegmakers – Bureau Stedelijke Planning

Opening

Toine Hooft opent de meeting. Vandaag hopen we te bereiken dat we een gezamenlijk beeld en standpunt komen voor het centrum van Westervoort, niet alleen voor het totale centrum, maar ook voor deelgebieden. We proberen om iets sneller af te ronden, rond 17.00 uur.

Terugblik

Zie bijlage. Besproken dat niets doen geen optie is. Vorige keer is gekozen voor 2 scenario's. Daar hebben we de beren voor opgesteld en oplossingen voor de beren besproken. Wil je een succes maken van centrum Westervoort, dan moet je ook alle ballen op het centrum zetten. Dat betekent gezamenlijk investeren in het centrum. Dat geldt zowel voor de eigenaar, de gemeente als voor de ondernemers. Investeren in zowel inrichting, gebouwen als de marketing & communicatie. Ten aanzien van de detailhandel moet je voorsorteren op minder meters. Deze ruimtes kun je verder invullen met overige functies en wonen.

Wat we hebben gedaan is in tegenstelling – ideaalbeeld voor het centrum met de stappen daar naar toe. We hebben zelf die aanzet gedaan en zullen daar discussie over hebben in de werkgroepen.

Presentatie Pimm Terhorst (zie ook bijlage)

Twee onderdelen staan op het programma: Mindf*ck in de winkelstraat en uitwerking Mindf*ck voor het centrum van Westervoort (zie bijlage).

- Verhaal: alles draait en staat met het verhaal. Ga op zoek naar het unieke verhaal van Westervoort. De historie, de ligging of bijzondere gebouwen kunnen inspiratie bieden.
- Wandeling – verleiding van consumenten door verrassende elementen aan je looproute toe te voegen.
- Vloer – Met je bestrating kun je bezoekers verleiden om op een bepaalde plek te lopen.
- Wanden – De plint is van invloed op de activiteiten van de bezoeker.

Veel consumenten starten hun bezoek aan Westervoort bij de parkeergarage. Daar ligt de entree van De Wyborgh erg verstopt. Als je de entree vanaf de parkeergarage hebt gevonden en je gaat naar binnen, dan is de omgeving niet erg aansprekend. Ga je verder de passage in, dan kom je veel obstakels tegen. Ook is de hoogte van de passage niet meer van deze tijd.

Aanbevelingen:

- Het zou goed zijn om de entree wat centraler aan het Dorpsplein te leggen en zo gemakkelijker de verbinding te maken met de rest van het centrum.
- Vanuit die insteek kun je de Albert Heijn laten zitten waar hij nu zit. Je kunt de Albert Heijn ook wat meer naar de onderzijde plaatsen.
- In plaats van het haltermodel door de supermarkten in te laten vullen zou je de supermarkten ook bij elkaar kunnen leggen en de Hema verplaatsen naar het plein (plek huidige Lidl).
- De gevel van de parkeerplaats zou je veel meer body kunnen geven met wonen boven de winkels. Dit vergroot de sociale controle. Aan het plein een duidelijke entree naar De Wyborgh. Daarnaast: groenere uitstraling plein en meer bomen.
- Het centrale plein: Op het plein staat een kunstwerk wat de bijzondere relatie van Westervoort met het water (Neder-Rijn en IJssel) vertegenwoordigt. De bezonning valt op. Mensen voelen zich aangetrokken door de zonkant. Echter in Westervoort zitten alle winkels aan de andere kant. Zo kun je direct al meer levendigheid van het plein creëren.
- Ingaan op de wens van Lidl om uit te breiden
- Ook verplaatsing van de bibliotheek zou je tot stand kunnen brengen naar het plein in het pand van Faunaland.
- Appartementen boven de 'Faunaland' krijgen een kleurtje, Lidl prominent entree aan het plein, Bakker Bart aan de zonkant met terras, het verhaal van het water als speelelement voor kinderen. Een andere optie is het plein radicaal vergroenen.

Pimm heeft enkele smaken laten zien. Belangrijk is om met elkaar te bespreken in welk verhaal we het meest geloven. Als dat het water is, dan moet dat een prominente plek in het centrum krijgen. Dat kan door materialisering in de passage bijvoorbeeld. In de passage is verder belangrijk om het haltermodel meer vorm te geven en appartementen rondom het plein te plaatsen. Zo creëer je meer levendigheid en sociale controle in het gebied.

In het haltermodel is een variant waarbij je een mogelijkheid hebt waarbij Lidl en AH naast elkaar komen en de Hema naar de huidige pand van Lidl gaat. Dit is toch een serieuze optie, omdat je bij handhaving Lidl op de huidige plek je heel goed moet denken over de relatie met de parkeerlocatie aan de achterzijde van het pand. Echter naar die variant ging de voorkeur niet uit in het eerste model.

Ambitiemodel en discussie (zie ook bijlage)

Op basis van workshop 1 en de ideeën van Pimm zijn we gekomen tot een ideaalbeeld voor het centrum van Westervoort. Deze ziet er als volgt uit:

- Interne herstructurering De Wyborgh
- Herinrichting Dorpsplein met Bakker Bart en bibliotheek naar het pand van Faunaland
- Lidl uitbreiden op de huidige plek en verplaatsing hondentrimsalon, optiek en apotheek naar ander deelgebied
- Deel retail Kerkstraat weg en wonen toevoegen.

Het een en ander zal gefaseerd kunnen worden opgepakt. Op korte termijn:

- Uitbreiding Lidl, verhuizing hondentrimsalon, optiek
- Pleinkant De Wyborgh aanpakken
- Bakker Bart en Bibliotheek naar Faunaland
- Zorgcluster in het oostelijke deelgebied

In een tweede fase kom je dan tot grotere plannen:

- Omklappen/herbestemmen zuidelijk deel De Wyborgh
- Interne herstructurering De Wyborgh en bovenop verdichten wonen
- Deel retail Kerkstraat transformeren naar wonen.
- Dorpsplein aanpakken: parkeren, verdichting met wonen

Nu staat 2.200 m² aan winkels leeg. Met een herinvulling kun je 2.100 m² opheffen door verplaatsing apotheek, hondentrimsalon en optiek, verplaatsing bibliotheek, weghalen zuidelijk deel De Wyborgh. Daarnaast zou je nog andere elementen kunnen toevoegen.

Discussie

Groep 1

- De deelnemers zijn enthousiast over de insteek van het ideaalbeeld. De vraag is wel hoe je het verhaal van Westervoort van Pimm daaraan kan toevoegen. Daarnaast is de vraag of de insteek financieel haalbaar is en uitgekeken moet worden dat te veel meters worden toegevoegd aan het centrum.
- Wat betreft de Lidl zou de insteek moeten zijn om de mogelijkheden voor het realiseren van een toekomstbestendige winkel op de huidige te onderzoeken. Zo blijft het haltermodel in stand en behoud je door het hele gebied een sterke trekkracht. Mocht blijken dat de aanwezige ruimte dit niet toelaat, dan is De Wyborgh mogelijke een optie. De bibliotheek zou dan eventueel naar het huidige pand van Lidl kunnen.

- Wat betreft het centrale plein spreken de afbeeldingen van Pimm sterk aan. Goed om dit plein te ontwikkelen tot een belevingsplein. De vraag is wel of mensen nog naar het plein komen in het scenario dat alle trekkers in De Wyborgh gesitueerd worden.
- Op de vraag welke rol het gemeentehuis speelt in het winkelgebied is aangegeven dat de functie van het gemeentehuis op termijn wellicht verkleind. Mogelijk dat op termijn alleen de vraag naar een trouwzaal, collegezaal, publieksfunctie en beperkte kantoorruimte over blijft. Deze zouden dan in de oudbouw geplaatst kunnen worden. Op de plek van de nieuwbouw zouden dan woningen kunnen komen of een verbinding gemaakt kunnen worden tussen het centrum en het station.

Groep 2

- Het realisme qua financiën moet nog worden toegevoegd om een positief vliegwiel tot stand te brengen. Naast ontwerpen betekent dit ook rekenen.
- Wat betreft De Wyborgh wordt gesteld dat het intern grof aanpakken enkel mogelijk is op langere termijn >5 jaar. Er wordt aangegeven dat dit voor ondernemers te lang zal duren en er nu op korte termijn iets moet gebeuren. Er kan niet nog langer gewacht worden met het aanpakken van het winkelcentrum.
- Er zijn enthousiaste geluiden te horen over de nieuwe looproute en ingang op de nu aanwezige laad- en losplek van De Wyborgh. Dit zorgt ervoor dat consumenten langs veel winkels komen voor ze bij de AH zijn. Echter ziet AH de ingang liever dicht bij de parkeerplaats gesitueerd worden. Vragen zijn er nog over de Hema, of deze in de hoek gelegen niet te weinig traffic zal hebben. Met name wanneer het zuidelijk deel van Etos/Bruna wegbestemd wordt. Dit betreft ook een grote ingreep, die pas op langere termijn zou kunnen plaatsvinden.
- Het aanzicht vanaf de parkeerplaats wordt als positief gezien, met woningen opgetopt. Echter rijst de vraag waar de laad-/losplek heen moet
- Wat betreft het deel van de Bibliotheek en Kruidvat wordt aangegeven dat de huidige locatie van bibliotheek zich leent voor wonen, maar dat er goed naar het kostenplaatje gekeken moet worden voor verplaatsing. Deze is namelijk net twee jaar geleden grondig verbouwd.

Vervolg

Komende maand gaat Bureau Stedelijke Planning verschillende zaken verder uitzoeken, met name de financiële haalbaarheid en fasering, om vervolgens het een en ander aan papier vertrouwen en tot een haalbaar scenarioplan te komen. Het concept wordt met de begeleidingscommissie besproken.

Afsluiting

Via deze weg hartelijk danken. Voordat we de meeting verlaten Hoe krijgen we de zaak in beweging – wat is daarvoor nodig. Dit kan iedereen in de chat plaatsen. Hierbij zijn de volgende tips gegeven:

- Één duidelijk einddoel vaststellen met voldoende minder omvangrijke (beter haalbare) tussenstappen die vanaf nu trapsgewijs opgestart kunnen worden.
- Winkeliers willen graag duidelijkheid voor de toekomst en een duidelijk plan vanuit de eigenaar.
- Laat alle stakeholders een duidelijk eindbeeld zien met perspectief op termijn.
- Zorg voor een samenhangend verhaal met een eindbeeld en tussenfases waar de verschillende partijen de komende jaren aan gaan werken.
- De eigenaar moet iets meer naar zich toe trekken, mede omdat het straks wellicht een mooi plan blijkt te zijn, om er daarna achter te komen dat het niet op steun van de eigenaar kan rekenen.
- Gewenst eindbeeld vaststellen waarbij we verschillende tussenfases kunnen vaststellen zodat we ook tussentijds al stappen zouden kunnen maken.
- Maak e.e.a. (einddoel) concreter zodat door stappenplannen haalbaarheid inzichtelijker wordt
- Mogelijke ontwikkeling van woningen onderzoeken om meer financiële ruimte voor herontwikkeling van het centrum te creëren.
- Doorgaan met de inspiraties die we nu inmiddels hebben gezien en meer stakeholders erbij betrekken om tot een beter, realistisch en gedragen eindplaatje te komen.
- Begin met het gezamenlijk bepalen en vaststellen van een verhaal en koppel daar vervolgens zowel kleine als grotere acties / vervolgstappen aan, varieert van bijvoorbeeld social media strategie tot een serieuze upgrade van De Wyborgh