BROEKHUIS RIJS & DE GIER
ADVISERING *Ruimtelijk economisch Advies & Procesmanagement*

Woudenberg

Visie op retail

Woudenberg

Visie op retail

Opdrachtgever:	Gemeente Woudenberg
Projectnummer:	0321.498
Datum:	02/11/2021

Adres	Wederik 1 9801 LX Zuidhorn
Telefoon	0594-528358
E-mail	info@brdgadvies.nl
Web	www.brdgadvies.nl

Inhoud

0	Managementsamenvatting	5
1	Inleiding	9
2	Trends en ontwikkelingen	11
	2.1 Algemene trends	11
	2.2 Coronacrisis	13
	2.3 Ontwikkelingen Woudenberg	15
3	Ligging en demografie Woudenberg	17
	3.1 Ligging	17
	3.2 Bevolkingsgegevens	17
	3.3 Demografische ontwikkelingen	19
4	Kwantitatieve analyse	21
	4.1 Detailhandelsaanbod	21
	4.2 Leegstand	24
	4.3 Verdeling winkelmeters	25
	4.4 Relevant onderzoek	26
	4.5 Distributieplanologische analyse	27
5	Kwalitatieve analyse	30
	5.1 Verzorgingsstructuur	30
	5.2 Structuur Woudenberg	31
	5.3 SWOT-analyse centrumgebied	42
6	Detailhandelsvisie gemeente Woudenberg	45
	6.1 Woudenberg: Onderscheidend Boodschappendorp met méér	45
	6.2 Uitwerking deelgebieden	50
	6.2.1 Dorpsstraat en Kostverloren	50
	6.2.2 De Nieuwe Poort	53
	6.2.3 ‘t Schilt en Voorstraat	54
	6.3 Perifere detailhandel	58
	6.4 Horeca	58
	6.5 Overig	59
7	Actieplan	60
	7.1 Ruimtelijk-economische ontwikkelingen	60
	7.2 Samenwerking en ondernemerschap	63

Bijlage 1 - Trends en ontwikkelingen
Bijlage 2 - Bevolkingsontwikkeling Woudenberg
Bijlage 3 - Demografische ontwikkelingen
Bijlage 4 - Relevante kaders en regelgeving

0 Managementsamenvatting

Aanleiding

De detailhandel is een belangrijke sector voor de gemeente Woudenberg. Detailhandel draagt bij aan de werkgelegenheid, bepaalt voor een groot deel de leefbaarheid van het dorp voor de inwoners, de regioconsumenten en de overige bezoekers en biedt de basis voor een levendig en functioneel sterk centrum. Met een groeiend inwonertal en een verzorgingsfunctie voor het dorp, maar ook voor de regio en toeristen, is het belangrijk dat de detailhandel zich in Woudenberg op een goede manier kan blijven ontwikkelen.

De ontwikkelingen in de detailhandel gaan snel. Onder andere de opkomst van het online winkelen, de coronacrisis en de vergrijzing maken dat winkelomzet en het functioneren van winkelgebieden onder druk staan. Dit geldt met name voor de niet-dagelijkse sector en vooral voor het recreatieve winkelen. Zeker tijdens de coronacrisis ontstond een herwaardering van het eigen lokale winkelgebied ten gunste van grotere steden en winkelcentra.

De detailhandel in Woudenberg heeft met name een sterk aanbod in de dagelijkse sector, en heeft ondanks en dankzij deze trends, de komende jaren voldoende perspectief om te blijven functioneren als een vitaal winkelcentrum. Maar dat gaat niet automatisch: leegstand, vergrijzing in het MKB en druk door online winkelen spelen ook hier een rol. Om ook in de toekomst op een goede manier te kunnen blijven functioneren en de consument te kunnen bedienen zijn de juiste keuzes nodig.

Doel Visie op Retail

Op basis van inzicht in de actuele situatie van de detailhandel in Woudenberg (kwantitatief én kwalitatief) worden in deze visie de positie en het perspectief van de winkelstructuur en met name het centrumgebied in beeld gebracht. Op basis van trends, ontwikkelingen en behoeften wordt vervolgens duidelijkheid gegeven over de wijze waarop de winkelgebieden zich verder moeten ontwikkelen tot toekomstbestendige en aantrekkelijke clusters. Het resultaat is een heldere ambitie met betrekking tot de toekomst van de detailhandel in Woudenberg.

Deze visie is tot stand gekomen in nauwe samenwerking tussen de gemeente Woudenberg en ondernemersvereniging DES, en in overleg met Koninklijke Horeca Nederland (KHN), afdeling Woudenberg.

Hoofdlijnen Visie op Retail Woudenberg

Analyse

Als basis voor deze visie hebben we in beeld gebracht wat voor Woudenberg, indicatief, een haalbaar en toekomstbestendig aantal winkelmeters is. Dit gebeurt op basis van een distributie-planologische analyse. Op basis van die analyse kunnen we concluderen dat er in de dagelijkse sector nog ruimte is voor zo'n 1.000 m^2 aan winkelmeters. In de niet-dagelijkse sector is er daarentegen een 'overschot' aan winkelmeters van ruim 1.500 m^2.

Voor de dagelijkse sector betekent dit dat een versterking van het aanbod, van met name de supermarkten in het centrum, wenselijk en haalbaar is. Voor de niet-dagelijkse sector is het berekende 'overschot' niet direct problematisch. Dit heeft te maken met enerzijds de brancheopbouw en anderzijds de groei van het aantal inwoners de komende jaren.

Naast de kwantitatieve analyse is ook kwalitatief gekeken naar het centrum van Woudenberg. Voor het centrum van Woudenberg is een SWOT-analyse verricht voor zowel het winkelaanbod en de winkelkstructuur als de sfeer en uitstraling (tabel 5.1en 5.2). Hierbij is niet alleen gekeken naar de huidige situatie in Woudenberg, maar ook naar de trends en ontwikkelingen in de retail en het functioneren van centra. De kennis van de sterktes en de kansen van Woudenberg, het inspelen op het oplossen van de zwakke kanten, het bewust zijn van de bedreigingen van het centrum en de kennis van trends en ontwikkelingen vormt naast de distributie planologische analyse eveneens een bouwsteen voor de visie op het centrum.

Visie

Op basis van de kwantitatieve en kwalitatieve analyse en de trends en ontwikkelingen is het verstandig dat Woudenberg er naar streeft zich de komende jaren te ontwikkelen als een vitaal boodschappendorp, met niet alleen de bekende supermarkten en filialen, maar ook een rijk en onderscheidend aanbod aan zelfstandige, kwalitatief goede ondernemers, in het dagelijkse en niet-dagelijkse segment. In deze visie definiëren we dit als **'Boodschappendorp Plus'**: een functionele, maar ook aantrekkelijke plek voor inwoners, regiobezoekers en toeristen om boodschappen te doen, waar je graag naar toe gaat vanwege het reguliere én het verrassende aanbod. Om dit te bereiken zetten we in op de volgende algemene beleidskeuzes:

1. **Het centrum als focusgebied**, waarbij we zeer terughoudend omgaan met eventuele ontwikkelingen daarbuiten;
2. Inzetten op een **sterk en modern winkelaanbod**, qua formules maar ook qua omvang, dat ervoor zorgt dat het winkelcentrum blijvend relevant is voor de consument. Voor winkels met meerwaarde voor het totale aanbod moet in het centrum vestigingsruimte blijven.
3. Een **compact en samenhangend gebied**, waarin winkels en andere functies van elkaars nabijheid profiteren en waarin zoveel mogelijk een aaneengesloten winkellint wordt gevormd, zonder (storende) leegstand;
4. Aandacht voor **optimalisatie van parkeermogelijkheden, -verwijzingen en bereikbaarheid**, om de functie als boodschappendorp ook waar te kunnen maken;
5. De **ontwikkeling van een dorpshart**, zoals al genoemd in de Structuurvisie Woudenberg, blijft het streven;
6. Een **prettig ingericht centrumgebied**, met voldoende aandacht voor voetganger en groen, duidelijk afgebakend door middel van de entrees, met voldoende

aandacht voor de zichtbaarheid en kwaliteit van de winkelpanden en hun etalages/entrees;

7. **Toevoeging van daghoreca** wanneer kansen zich voordoen, om bezoekredenen en verblijfsduur voor de consument te vergroten;
8. **Consolidering van het perifere detailhandelscluster**, waarbij in de toekomst enkele nieuwe vestigingen mogelijk zijn wanneer deze qua aard en omvang níet in het centrum passen en wél een toevoeging voor het aanbod van Woudenberg vormen;
9. **Een blijvende dialoog en samenwerking tussen gemeente, ondernemers en vastgoedeigenaren,** waarin op basis van onderling vertrouwen en gezamenlijke doelen gewerkt wordt aan een toekomstbestendig centrum;
10. **Aandacht voor ondernemerschap**, met ondersteuning voor zelfstandige ondernemers waar mogelijk en noodzakelijk;
11. **Versterking van de marketingstrategie,** waarbij het 'Boodschappendorp Plus' het uitganspunt is.

Deelgebieden

Wanneer we in Woudenberg focussen op een aantal deelgebieden valt het volgende te zeggen:

- We kiezen ervoor om het project **Kostverloren** met prioriteit op te pakken, als sterk commercieel hart voor Woudenberg. Daarbij hechten we er grote waarde aan dat we dit doen via een **integraal plan**, waarin aandacht wordt besteed aan de samenhang tussen de verschillende deelprojecten en er voldoende aandacht is voor de effecten op de stedenbouwkundige structuur, detailhandelsstructuur en verkeers- en parkeersituatie.
- Voor de **Nieuwe Poort** blijven we perspectief zien voor commerciële functies, waarbij we breder kijken dan alleen detailhandel. Het gebied is een potentieel interessant dorpsplein van Woudenberg.
- In het gebied **'t Schilt** verkennen we de mogelijkheden voor uitbreiding van de supermarkt.
- In de **Voorstraat** verwachten we dat het perspectief als winkelgebied de komende jaren af zal nemen. Het gebied ten westen van de kruising met de Schoutstraat/'t Schilt is nu al een gebied waar de mogelijkheid tot verkleuring bestaat. In het oostelijke deel is de situatie nog iets beter, maar ook hier zien we een verminderd perspectief voor de detailhandel. We zetten de ingezette beleidslijn voor het westelijke deel van de straat voort in het oostelijk deel en gaan met ondernemers actief kijken wat de beste toekomstige locatie is voor hun bedrijf. Dit betekent overigens niet dat alle ondernemers op stel en sprong moeten verhuizen. Een aantal doelgericht bezochte ondernemingen kan prima blijven functioneren in de Voorstraat.

Actieplan

Het doel van deze Visie op Retail is niet alleen om een helder beleidskader te benoemen, maar ook om acties in gang te zetten en ontwikkelingen mogelijk te maken. We zetten daarom in op een actieplan, met daarin onder andere:

- Inzet van een tijdelijke **regisseur detailhandelsontwikkeling**, die de komende periode (1-2 jaar) niet alleen de regie voert op de grote ontwikkellocaties, maar ook individuele ondernemers begeleidt in hun toekomstperspectief (zoals verhuizingen) en een passend instrumentarium ontwikkelt;
- Een **projectgestuurde en integrale aanpak** voor de ontwikkelgebieden Kostverloren en 't Schilt;

- Een **actueel planologisch kader**, met name om de nieuwe ontwikkelingen op een passende manier te faciliteren;
- Optimalisatie van **parkeerverwijzingen** en evaluatie van de **verkeerssituatie** in de **Dorpsstraat**;
- Een **inventarisatie van het perspectief van de Woudenbergse ondernemers**, aan het einde van de coronacrisis;
- **Actief overleg** met de ondernemers uit de Voorstraat voor het bepalen van de juiste toekomstbestendige locatie voor hun bedrijf.
- Een **inrichtingsplan** voor de entrees van het winkelgebied en de verblijfsruimte;
- Een **goede marketingstrategie**, zowel richting consumenten als nieuwe ondernemers die passen in het profiel van Woudenberg;
- **Ondersteuning van ondernemers** in het functioneren en profileren van hun bedrijf.

Aansturing

Samenwerking tussen ondernemers, eigenaren en gemeente dient bij de aanpak van het centrum centraal te staan. Alle partijen hebben hun eigen rol en verantwoordelijkheid bij het functioneren van het centrum. Uit vergelijkbare processen elders in Nederland kan worden vastgesteld dat de beste resultaten bereikt worden in plaatsen waar de gemeente samen met de ondernemers en de vastgoedeigenaren structureel samenwerken. De basis voor een goede samenwerking wordt gevormd door een heldere visie met concrete doelen en concrete acties. Uit de diverse gesprekken die zijn gevoerd is gebleken dat in Woudenberg de gemeente, de ondernemers vertegenwoordigd in de ondernemersvereniging DES en KHN, en vastgoedeigenaren bereid zijn om samen de schouders onder de toekomstige opgave te zetten.

Op basis van deze bevindingen stellen we voor om de regie op de beleidslijnen en actiepunten te voeren via een taskforce centrum, waarin de gemeente, DES en bij voorkeur ook een afvaardiging van vastgoedeigenaren en KHN zitting nemen. Deze taskforce heeft als doel de voortgang van de actiepunten te bewaken en belangrijke keuzes en dilemma's 'aan de voorkant' van het proces te bespreken. Ook kan in deze taskforce het (ontbrekende) aanbod in Woudenberg besproken worden.

1 Inleiding

De gemeente Woudenberg wil werken aan een vitaal dorpshart dat bijdraagt aan de leefbaarheid van het dorp, voorzieningen biedt voor bewoners en aantrekkelijk is voor bezoekers.

De detailhandel (retail) speelt een belangrijke rol in dit streven. Niet alleen is de detailhandel een belangrijke werkgever, maar de detailhandel draagt ook bij aan de leefbaarheid en de aantrekkingskracht van het dorp. Winkelgebieden zijn plekken waar mensen elkaar ontmoeten en hebben dus ook een maatschappelijke betekenis.

Ondernemers, eigenaren en ontwikkelaars in Woudenberg denken na over hun eigen perspectief en ambities. De behoefte aan een actuele visie voor de gemeente is groot, omdat deze de basis vormt voor een doeltreffend plan van aanpak en een duidelijk uitgangspunt biedt richting initiatiefnemers. Zeker in het licht van de coronacrisis en de huidige en te verwachten ontwikkelingen in de retail is een actuele visie op de retail gewenst.

De ontwikkelingen in de detailhandel gaan de laatste jaren erg snel. De impact van die ontwikkelingen op winkelgebieden is zeer groot: bezoekersaantallen nemen af, omzetten dalen en het verdienmodel van diverse winkels staat onder druk. Dit leidt landelijk ontegenzeggelijk tot het verdwijnen van bedrijven en winkelmeters. Een gebrek aan goede opvolging en vergrijzing onder MKB'ers versterkt dit proces. Groeiende leegstand en een verschralend aanbod zijn het gevolg. Daarbij ligt verloedering en een afname van de aantrekkelijkheid van (delen van) een winkelgebied op de loer. De coronacrisis heeft deze processen in een stroomversnelling gebracht. Het is voor Woudenberg - een dorp dat omringd wordt door middelgrote tot grote steden met een aanzienlijk niet-dagelijks aanbod - belangrijk om nu de juiste keuzes te maken en bij te sturen, zodat de winkelstructuur vitaal blijft en de aantrekkingskracht groot.

Doelstelling

Op basis van inzicht in de actuele situatie van de detailhandel in Woudenberg worden in deze visie de positie en het perspectief van de winkelstructuur in beeld gebracht. Dit wordt gedaan op basis van kwantitatieve en kwalitatieve analyses. Het uitgangspunt is daarbij om zoveel mogelijk aan te sluiten op bestaande initiatieven, en plannen en ambities mee te nemen, zodat alle processen en ideeën gekoppeld kunnen worden aan de meest recente bevindingen. Ook landelijke trends en ontwikkelingen die in meer of mindere mate ook lokaal zichtbaar zijn, zijn van belang voor de uiteindelijke visie. Doel is om duidelijkheid te krijgen in welke vervolgstappen meerwaarde hebben voor de gehele detailhandel in Woudenberg. Het resultaat is een duidelijke ambitie met betrekking tot de toekomst van de detailhandel. Via meerdere scenario's worden mogelijke richtingen voor de toekomst in beeld gebracht; deze dienen als basis voor een concreet plan van aanpak waarmee we samen (gemeente, ondernemers én eigenaren) verder kunnen.

Vraagstelling

Op basis van de doelstelling zijn de volgende onderzoeksvragen opgesteld:

1. Wat is kwalitatief en kwantitatief de huidige stand van zaken van de detailhandel in de gemeente Woudenberg?
2. Wat is de positie en het verzorgingsgebied van het winkelgebied van Woudenberg, binnen de gemeente en in de regio?

3. Welke recente trends en ontwikkelingen zijn van invloed op de detailhandel en de detailhandelsstructuur van Woudenberg, en op welke wijze kan hier in het belang van een toekomstbestendig en vitaal winkelgebied mee worden omgegaan?
4. Hoe ziet een actuele SWOT-analyse van de detailhandel in Woudenberg eruit?
5. Welke initiatieven, plannen en ambities zijn reeds geformuleerd en hoe komen deze samen in een coherente visie?
6. Wat is een wenselijk toekomstperspectief voor het winkelgebied van Woudenberg?
7. Op welke wijze kan de regionale toerist en recreant beter gebonden worden aan het aanbod van Woudenberg?
8. Welke consequentie heeft dit toekomstperspectief voor de verschillende aandachtslocaties in het winkelgebied en voor de verschillende stakeholders (zoals ondernemers en vastgoedeigenaren)?
9. Welke beleidsconsequenties heeft het toekomstperspectief?
10. Welke actiepunten voor gemeente en stakeholders kunnen geformuleerd worden op de korte en lange termijn om het gewenste toekomstperspectief te realiseren?

Leeswijzer

Om deze vragen te beantwoorden beschrijven we in hoofdstuk 2 de belangrijkste trends en ontwikkelingen met betrekking tot de detailhandel. Ook worden in dit hoofdstuk de (te verwachten) effecten van de coronacrisis beschreven en wordt een aantal actuele ontwikkelingen binnen Woudenberg behandeld. In hoofdstuk 3 gaan we in op de bevolkingsgegevens en de demografische ontwikkelingen binnen de gemeente Woudenberg. Vervolgens worden in hoofdstuk 4 en 5 de kwantitatieve en kwalitatieve analyses van de huidige detailhandel weergegeven, inclusief een distributieplanologische analyse en SWOT-analyse.

De informatie uit de hoofdstukken 2 tot en met 5 is de basis voor het ontwikkelen van scenario’s en beleidskeuzes. Deze werken we uit in hoofdstuk 6. Deze keuzes en beleidslijnen worden vervolgens uitgewerkt in een actieplan in hoofdstuk 7.

Proces

Deze visie is een gezamenlijk product van de gemeente Woudenberg en ondernemersvereniging DES. Bureau Broekhuis Rijs & De Gier Advisering (BRDG) heeft het proces begeleid en de visie uitgewerkt. Het bureau is daarbij begeleid door een begeleidingsgroep met daarin afgevaardigden uit:

- Gemeente Woudenberg
- Ondernemersvereniging DES
- Koninklijke Horeca Nederland
- Lokaal Retailbelang (organisatie voor de belangenbehartiging van de retail)

Naast bijeenkomsten van de begeleidingsgroep heeft BRDG circa 10 individuele gesprekken gevoerd met ondernemers en eigenaren betrokken bij de winkelstructuur in Woudenberg. Daarnaast is tijdens het proces een brede bijeenkomst georganiseerd, waar betrokken eigenaren en ondernemers, maar ook inwoners, zijn uitgenodigd om de analyse te bespreken en aan de hand van stellingen te discussiëren over gewenste scenario’s, beleidskeuzes en actielijnen.

2 Trends en ontwikkelingen

In dit hoofdstuk bespreken we kort een aantal algemene trends die direct of indirect te maken hebben met de Nederlandse winkelgebieden en winkelstructuur. Daarna staan we stil bij de effecten van de coronacrisis en de impact die de crisis heeft op onze winkelgebieden. Vervolgens gaan we in op een aantal actuele ontwikkelingen in Woudenberg.

2.1 Algemene trends

Op landelijk niveau spelen trends die ook op regionaal of lokaal niveau zichtbaar zijn. De belangrijkste trends die te maken hebben met ons winkellandschap geven we hier kort weer; **bijlage 1** gaat dieper in op deze trends.

Online winkelen

Het gebruik van internet voor het doen van aankopen is de afgelopen jaren sterk blijven stijgen. Het aantal webwinkels in Nederland is in tien jaar tijd meer dan verdrievoudigd en de online bestedingen groeien elk jaar.

Afnemende behoefte aan fysieke winkelmeters

De vraag naar vierkante meters winkelruimte neemt af. Online winkelen, demografische ontwikkelingen en veranderende consumentenbestedingen zijn hierin belangrijke factoren. De mate van afname/toename in het aantal winkelmeters verschilt echter tussen winkelgebieden. Zo ervaren gebieden met relatief veel niet-dagelijks aanbod een sterkere concurrentie van het internet dan gebieden met voornamelijk dagelijks aanbod. Ook in krimpgebieden neemt de vraag naar winkelmeters sneller af dan in gebieden waar de bevolking groeit.

Schaalvergroting en de 'trek weg uit het midden'

In diverse sectoren neemt de behoefte aan grotere oppervlaktes toe. Met name supermarkten, maar ook grootschalige aanbieders in bijvoorbeeld sport, spel en elektronica kiezen voor ruim opgezette winkels met een breed en diep aanbod. Daarbij is wel sprake van een duidelijke tweedeling: naast grootschalige winkels zijn er ook veel zelfstandige ondernemers en ketens die voor een wat kleiner winkeloppervlak kiezen, waar sfeer en beleving centraal staan, idealiter aangevuld met een aanbod online. De middelgrote winkel (oppervlaktes 250-500 m^2) verdwijnt steeds meer uit het straatbeeld.

Branchevervaging en blurring

Sterk samenhangend met de verandering in schaal en bezoekdoel is de trend van de branchevervaging. Winkels verbreden hun assortiment om de consument meer te kunnen bieden. Bouwmarkten verkopen ook planten en supermarkten ook mediaproducten. 'Blurring' ontstaat wanneer diverse sectoren zich met elkaar mengen, zoals horeca, cultuur en retail. Hierbij valt te denken aan de winkel of dienstverlener waar ook koffie geschonken wordt, als service of tegen betaling.

Consumentengedrag

Het consumentengedrag is sterk veranderd door veranderingen in de wensen van de consument. Beleving, service en gemak zijn in toenemende mate van belang in winkelgebieden. Ook klimaatbewustheid, duurzaamheid en social impact zijn tegenwoordig van grote invloed bij keuzegedrag van consumenten. Ontwikkelingen zoals de e-bike hebben daarnaast gezorgd voor een grotere mobiliteit van de consument.

Identiteit, authenticiteit, beleving

Een stad, wijk of regio kan door een sterk onderscheidend vermogen in de markt worden geplaatst. Door een sterke eigen identiteit kan de plaats consumenten naar zich toetrekken en aan zich binden.

Wijzigend trekkerbeeld

Voorheen waren vooral de Nederlandse warenhuizen (V&D, Bijenkorf, HEMA) belangrijke ankerpunten in de verzorgingsstructuur van winkelgebieden. Nu V&D verdwenen is en de Bijenkorf enkel nog in de grootste steden is gevestigd, bepalen andere winkelketens de looproutes in winkelgebieden. Zeker voor kleinere kernen zijn supermarkten, aangevuld met kleiner dagelijks aanbod en kleinere warenhuizen zoals HEMA, Action en Blokker, belangrijke trekkers. De positionering en juiste locatie van belangrijke formules is van wezenlijk belang voor winkelgebieden.

Sanering supermarkten

In de afgelopen twee decennia zijn diverse kleinere supermarkten en supermarktformules verdwenen. Een verdere reorganisatie van de branche is niet ondenkbaar en heeft gevolgen voor de supermarktstructuur in bestaande winkelgebieden.

Opvolgingsproblematiek

De vergrijzing onder mkb’ers neemt toe en de komende jaren bereiken veel ondernemers de pensioengerechtigde leeftijd. De opvolging van het bedrijf is echter vaak een probleem. Door lage vaste lasten kunnen huidige ondernemers het nog lang volhouden, maar voor nieuwe starters is het vaak niet rendabel te maken. In grotere kernen komt wellicht een filiaalbedrijf in het pand, maar in kleinere kernen met een beperkt draagvlak en op minder goede locaties ontstaat vaker leegstand.

Financiering en huurniveau

Bij gewenste investeringen in een onderneming lopen ondernemers vaak aan tegen een financieringsprobleem. Banken blijken veelal niet, of alleen tegen zeer forse tarieven, bereid tot financiering. Daarnaast wordt op veel plaatsen het huurprijsniveau niet aangepast aan de huidige werkelijkheid, waardoor de huur van een pand erg hoog is.

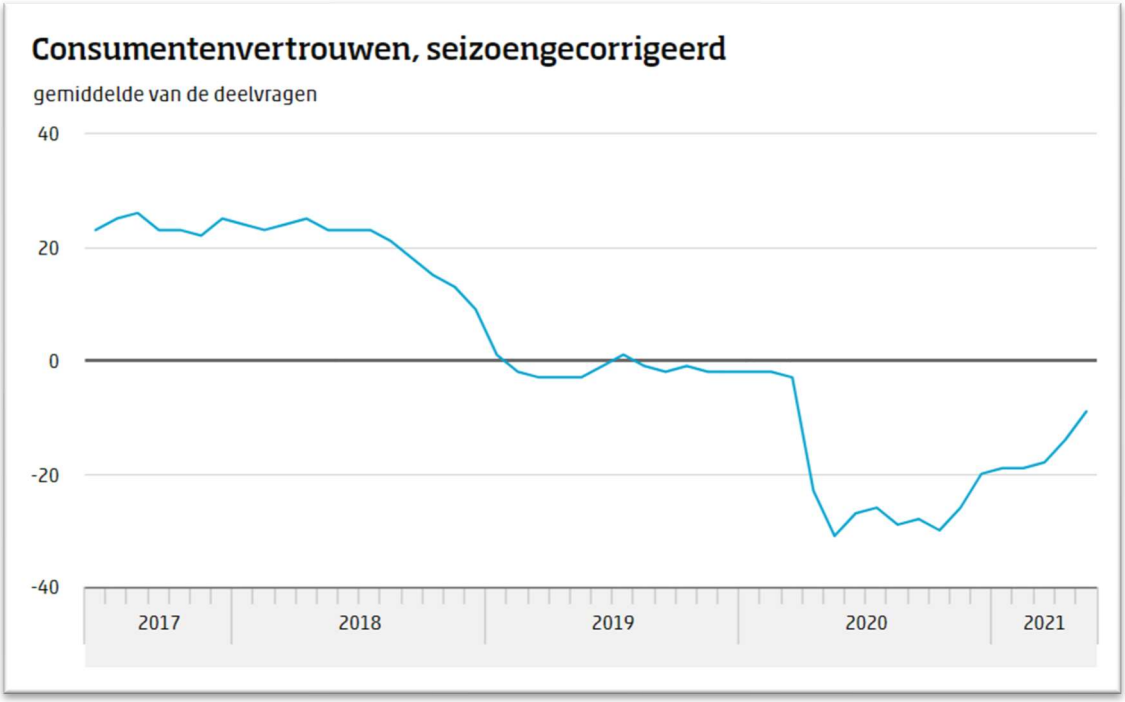
Ontwikkeling leegstand

Onder andere de economische crisis en het online winkelen hebben gezorgd voor een toename van de leegstand, vooral aan de randen van het land en in middelgrote steden. De afgelopen jaren was de leegstand iets teruggelopen, maar als gevolg van de coronacrisis zal deze waarschijnlijk weer gaan toenemen.

2.2 Coronacrisis

De coronacrisis, die zich medio maart 2020 ontwikkelde, leidde een periode in met ongekende impact op de maatschappij. Dit geldt zeker ook voor de Nederlandse economie: er is bijna geen sector te bedenken die niet op een of andere manier de effecten van de coronacrisis voelt, zo ook de retail. Het consumentenvertrouwen daalde in maart 2020 fors en bleef het hele jaar op een laag niveau. Sinds oktober stijgt het vertrouwen van de consument elke maand, maar op het moment van schrijven van deze rapportage (medio 2021) ligt het nog niet op het niveau van vóór de crisis[1].

Figuur 2.1: Consumentenvertrouwen, 2017-2021



Bron: CBS, 2021

De dagelijkse sector functioneerde zeer sterk tijdens de corona problematiek. Onder andere supermarkten en vers-speciaalzaken zagen hun omzet flink stijgen. Ook winkels in 'doe-het-zelf', 'woninginrichting' en 'tuin' deden het relatief goed het afgelopen jaar. De branches die het met name moeten hebben van het recreatieve winkelen zijn daarentegen hard geraakt. Horecaondernemingen en niet-essentiële winkels zijn maanden gesloten geweest, waardoor er niet of nauwelijks omzet werd gedraaid.

Hoewel er geleidelijk aan steeds meer versoepelingen zijn, zullen niet alle sectoren al volledig herstellen in 2021, volgens de voorspellingen van onder andere Rabobank[2][3] en ABN AMRO[4]. Zo zullen met name de horeca en winkels in kleding en schoenen meer tijd nodig hebben om te herstellen van de coronacrisis. Daarnaast zal de groei van onder andere

[1] Consument minder negatief in mei (CBS, mei 2021)
[2] Sectorprognoses: uiteenlopende groeiverwachtingen in 2021 en 2022 (Rabobank, maart 2021)
[3] Omzetprognoses: verschillende groeiverwachtingen voor sectoren door coronamaatregelen (Rabobank, maart 2021)
[4] Sectorprognose Retail: Coronacrisis verschaft onlinekanaal voorgoed plek in retail (ABN AMRO, maart 2021)

bouwmarkten, woonwinkels en supermarkten vrijwel tot stilstand komen, voor zover dat nog niet het geval is.

Diverse impactstudies zijn uitgevoerd naar de effecten van de corona-maatregelen. Er wordt landelijk een toename van de winkelleegstand verwacht, maar dit betekent niet dat alle winkelgebieden hiermee te maken krijgen[5]. Kleinere winkelgebieden, zoals wijkwinkelcentra en stadsdeelcentra, zullen op korte termijn een minder negatieve impact ervaren dan grote binnensteden. Dat binnensteden zwaarder zijn getroffen en ook sterker de negatieve effecten zullen voelen, hangt samen met een aantal factoren. Ze hebben een rijk aanbod aan horeca en modewinkels; dit zijn de branches die zwaar zijn getroffen. Ook zijn ze vaker afhankelijk van (buitenlands) toerisme en van consumenten van veraf. Drukke steden werden tijdens de crisis vermeden, waardoor de bezoekersdaling het grootst was in de grote binnensteden. In juni 2021, toen alle winkels weer open waren, lag het aantal bezoekers in de binnensteden van Nederland op slechts 60% in vergelijking met 2019[6]. De directe terugkeer van bezoekers is dus niet vanzelfsprekend. Lokale winkelgebieden worden daarentegen veelal aangedreven door supermarkten en winkels in het dagelijkse segment, waardoor ze behoorlijk tot goed zijn blijven functioneren gedurende de crisis[7]. Het behoud van bezoekers én de terugkeer van bezoekers is voor geen enkel winkelgebied vanzelfsprekend; consumenten moeten opnieuw worden aangetrokken en de randvoorwaarden (zoals de bereikbaarheid en de inrichting van de openbare ruimte) moeten goed zijn om het herstel te vergemakkelijken.

Zeker in het licht van de sterke groei van online aankopen, is het voor fysieke winkelgebieden belangrijk om consumenten in de toekomst weer aan zich te binden. Steeds meer mensen zijn tijdens de coronacrisis online gaan bestellen, waardoor het al bestaande proces in een stroomversnelling is gekomen. Er wordt verwacht dat het grotere aandeel aan online aankopen een blijvende ontwikkeling is, mede door het feit dat mensen gewend zijn geraakt aan deze vorm van winkelen en dat sommige groepen noodgedwongen voor het eerst online zijn gaan winkelen. Dit betekent dat webwinkels door corona een definitief sterkere concurrentiepositie hebben verworven ten opzichte van fysieke winkels. Wat het precieze effect hiervan is op winkelgebieden is nog niet duidelijk.

[5] Gaat de retail in de binnenstad weer van COVID herstellen (en wat is daarvoor nodig)? (RetailTrends, 2020)
[6] Binnenstadbezoek nog niet als vanouds (INretail, juni 2021)
[7] Op welk van de 2.500 winkelgebieden in Nederland is de impact van corona het grootst? (Locatus, 2020)

2.3 Ontwikkelingen Woudenberg

In de winkelstructuur van Woudenberg speelt een aantal ambitieuze investerings- en ontwikkelingsplannen, met name rond de supermarktclusters. Deze ontwikkelingsplannen en de precieze uitwerking daarvan zijn van wezenlijk belang voor de toekomstige winkelstructuur, het functioneren en de aantrekkelijkheid van Woudenberg. Het gaat om de projecten:

Herontwikkeling gebied Kostverloren:

In dit gebied werkt de vastgoedeigenaar van de huidige Albert Heijn een plan uit voor een verplaatsing en vergroting van de Albert Heijn, van de huidige locatie naar de noordkant van de parkeerplaats. Andere onderdelen van het project hebben tot doel om, in samenhang met deze ontwikkeling te zorgen voor:

- Een goede herinvulling van de huidige AH-locatie, mogelijk met de verplaatsing van de Aldi-supermarkt;
- Optimalisering van de parkeergelegenheid en parkeerrouting;
- Het creëren van aantrekkelijke verblijfsruimte;
- Mogelijke herontwikkeling en herbestemming van de winkelmeters van de huidige Aldi en eventueel de aangrenzende winkelunits;
- Het creëren van nieuwe winkelunits voor een aanvullend winkel- en eventueel horeca-programma dat aansluit op de supermarktstructuur.

Investeringsambitie Jumbo ’t Schilt

Jumbo ’t Schilt heeft een ambitie om te vergroten en verkent momenteel de mogelijkheden tot uitbreiding. Deze dienen naar verwachting aan de west- of noordzijde te worden gezocht. Dit brengt consequenties met zich mee voor de naastgelegen weg en/of de aan de noordzijde gelegen winkelunits. Ook zal een grotere Jumbo een grotere parkeerbehoefte hebben. De planontwikkeling loopt al enige tijd. In een eerder stadium is verkend of een grootschalige ontwikkeling haalbaar zou zijn, waarin diverse pandeigenaren zouden participeren. Doel van deze ontwikkeling was sloop van een aantal panden, om parkeerruimte te creëren en nieuwe commerciële units rondom dit parkeerterrein. Deze ontwikkeling zou leiden tot een sterk bronpunt aansluitend op de Voorstraat. De complexiteit van de eigendomssituatie maakte deze ontwikkeling echter vooralsnog niet haalbaar. Toch blijft de basisgedachte van een grotere Jumbo, met een ingang meer naar het noorden, in een goede aansluiting op een aantal aanvullende kleinere winkels (met name in het verssegment) een interessant eindbeeld.

Doorontwikkeling perifeer cluster Parallelweg

De ontwikkelaar en eigenaar van de terreinen achter Hoogvliet werkt momenteel aan de realisatie van een vestiging voor verhuizende sanitairspecialist Hofland Sanidrome. Welkoop realiseert daarnaast op gemeentelijke grond een nieuwe vestiging. De terreinen worden, conform de vereisten voor dergelijke perifere detailhandel, ruim opgezet met voldoende parkeermogelijkheden op het maaiveld. Hiermee is de ontwikkeling vooralsnog afgerond. Door deze ontwikkeling is de op het bedrijventerrein verspreide (perifere) detailhandel geclusterd op een locatie nabij de kruising met de Stationsweg Oost.

Visie DES

Ondernemersvereniging DES heeft in november 2020 een eigen perspectief opgesteld op een toekomstbestendige winkelstructuur voor het centrum van Woudenberg. Daarin stelt DES dat de identiteit van Woudenberg tweeledig dient te zijn, met het dorpse karakter als verbindende schakel.

- Een nabijgelegen, gemakkelijk winkelaanbod dat de consument goed in staat stelt boodschappen te doen;
- Een nadruk op ambachtelijkheid, kwaliteit en speciaalzaken, gecombineerd met sfeer en ambiance, om de bezoeker, de inwoner maar ook de toerist te verrassen.

In de visie van DES combineert Woudenberg ook in de toekomst een goed trekkersbeeld (supermarkten, ketens) met een onderscheidend, hoogwaardig en verrassend aanbod aan zelfstandige bedrijven. Daarbij wil zij streven naar een logisch opgebouwd en afgebakend winkelgebied met een aantrekkelijk hart, beperkte leegstand, kleine winkelunits voor zelfstandige bedrijven, voldoende parkeerruimte en een goed vestigingsklimaat. Aansluiting van de bronpunten met de winkelstraten en goede terrassen zijn het streven.

Voor dit alles is een heldere visie nodig waar de markt op door kan bouwen, via verstandige en samenhangende projectontwikkeling,

Samenwerking tussen ondernemers, eigenaren en gemeente dient bij dit alles centraal te staan, net als een proactieve ondernemersvereniging met een goede marketing en services zoals een online platform en bezorgservice.

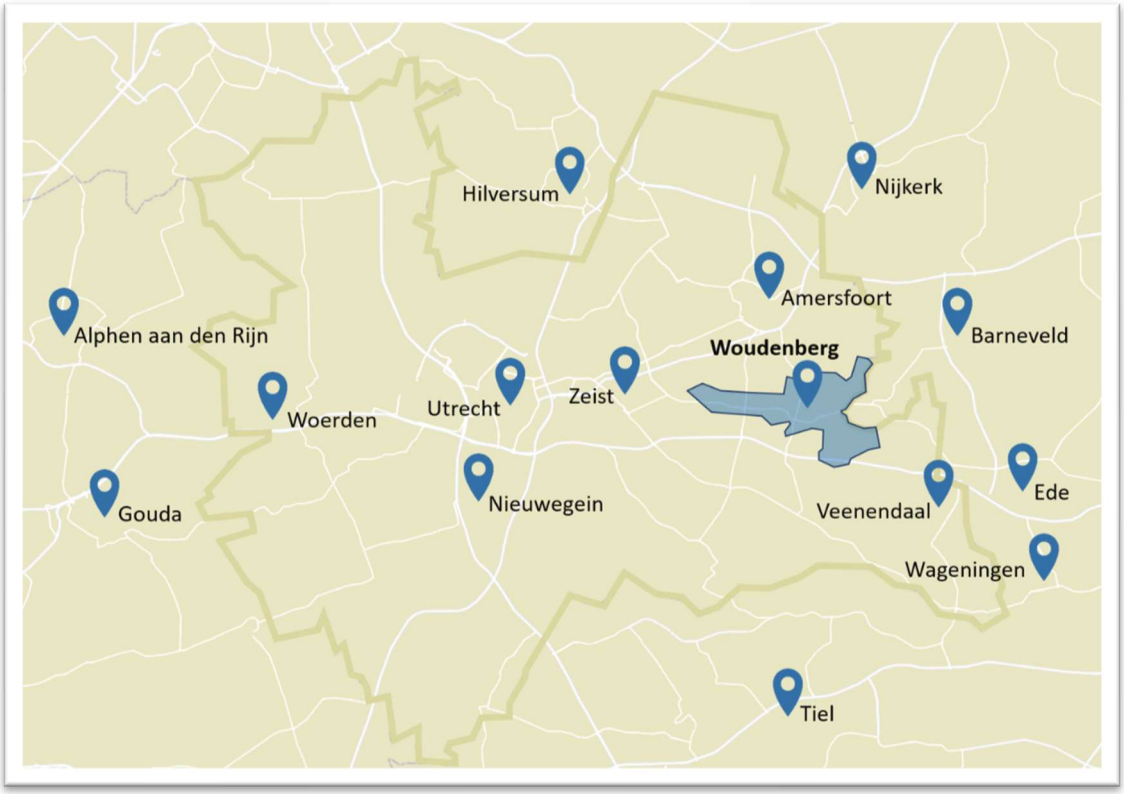
3 Ligging en demografie Woudenberg

3.1 Ligging

De gemeente Woudenberg ligt in het oosten van de provincie Utrecht, tussen de Utrechtse Heuvelrug en de Gelderse Vallei. Binnen de provincie is de hoofdstad Utrecht het grootst qua inwonertal, daarna volgen Amersfoort, Veenendaal, Zeist en Nieuwegein. Omdat Woudenberg aan de rand van de provincie ligt, zijn ook kernen in Gelderland relevant, met name Barneveld. Zoals te zien is in figuur 3.1, ligt Woudenberg tussen de vijf bovengenoemde steden in. Deze steden liggen op 10 à 30 kilometer afstand van Woudenberg.

Op sub-regionaal niveau ligt Woudenberg tussen enkele kleinere kernen die relevant zijn qua bezoekerstoestroom en -afvloeiing. Het gaat hierbij om het nabijgelegen iets kleinere Scherpenzeel en de kleinere kernen Maarn en Maarsbergen.

Figuur 3.1: Ligging gemeente Woudenberg



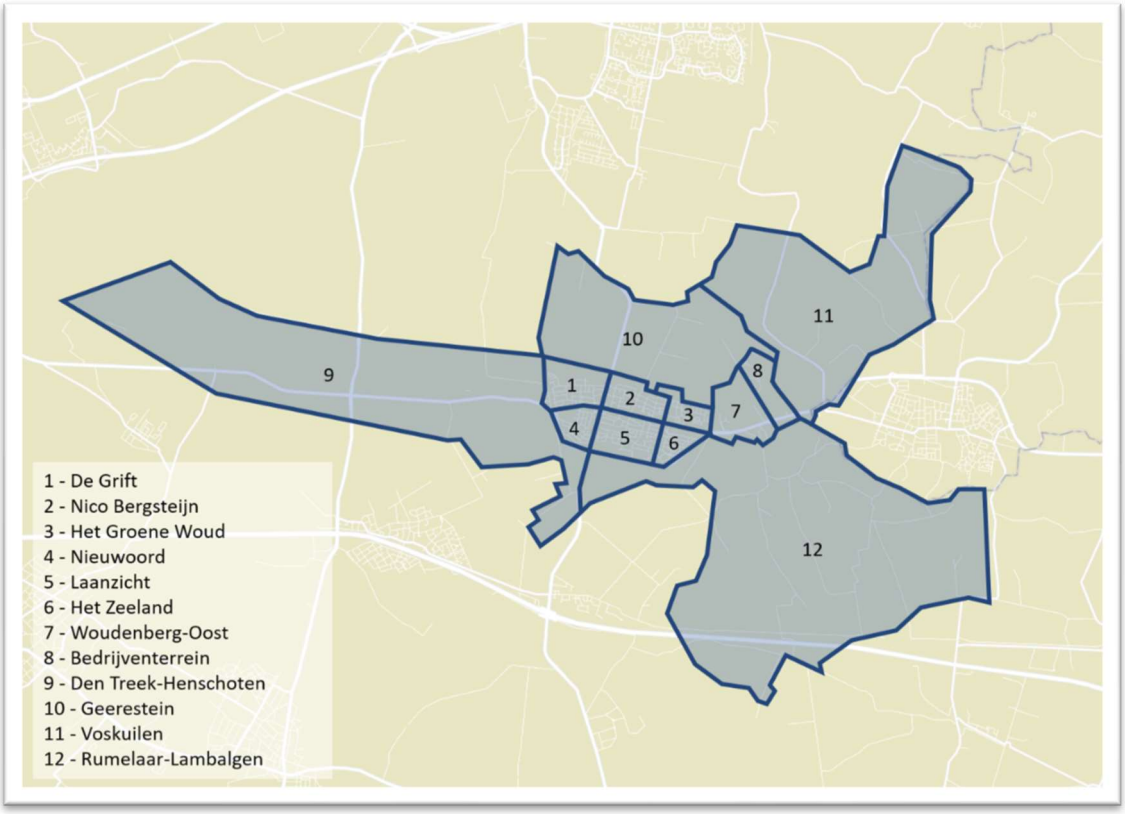
Bron: BRDG Advies

3.2 Bevolkingsgegevens

Inwonertal

De gemeente Woudenberg omvat qua woonkernen enkel het dorp Woudenberg, dat officieel is ingedeeld in 12 wijken (zie figuur 3.2). Woudenberg telde op 1 januari 2021 13.633 inwoners[8]. De afgelopen tien jaar is het inwonertal elk jaar gestegen; zo woonden er in 2010 nog 11.905 mensen in Woudenberg. De centrale wijken (nummers 1 t/m 6 in figuur 3.2) hebben de meeste inwoners, waarvan Nieuwoord en Het Zeeland de kleinste zijn met beide 1.460 inwoners, en Laanzicht de grootste is met bijna 3.000 inwoners. Tabel 3.1 geeft per wijk het aantal inwoners weer[9]. **Bijlage 3** gaat kort in op de bevolkingsontwikkeling in Woudenberg.

Figuur 3.2: Overzicht wijken in Woudenberg



Bron: BRDG Advies

[8] Regionale kerncijfers Nederland (CBS Statline, 2021)
[9] NB. Cijfers voor 2021 zijn nog niet beschikbaar.

Tabel 3.1: Aantal inwoners per wijk in Woudenberg

Wijk	Aantal inwoners 1-1-2020
De Grift	2.080
Nico Bergsteijn	2.245
Het Groene Woud	1.550
Nieuwoord	1.460
Laanzicht	2.975
Het Zeeland	1.460
Den Treek-Henschoten	370
Geerestein	160
Voskuilen	205
Woudenberg-Oost	260
Bedrijventerrein	70
Rumelaar-Lambalgen	510
Totaal	**13.345**

Bron: CBS Statline 2020, bewerking door BRDG Advies

Inkomensniveau

Het inkomensniveau van de provincie Utrecht ligt hoger dan het landelijk gemiddelde. Dit geldt ook voor Woudenberg: met een gemiddeld besteedbaar inkomen van € 52.400 in 2019 ligt het gemiddeld besteedbaar inkomen 18% hoger dan het Nederlands gemiddelde[10].

Nieuwbouwplannen

In 2019 is de Woonvisie 2019+ definitief geworden[11], kort daarna aangevuld met de 'Oplegger 2020+' . De afgelopen jaren is het inwonertal van Woudenberg gegroeid en dat zal het ook de komende jaren blijven doen; van circa 13.600 inwoners in 2021 naar 14.900 inwoners in 2030. Ook het aantal huishoudens zal in deze periode stijgen, van circa 5.200 naar 6.000. Dit zorgt ervoor dat de vraag naar woningen de komende jaren zal blijven toenemen.

Het aantal woningbezitters in Woudenberg is groot; er wordt relatief vaak gekocht ten opzichte van gehuurd. Ook heeft het dorp een relatief jonge bevolking. Er is geen sprake van ontgroening, maar wel van vergrijzing. Om die reden is er behoefte aan nieuwbouw voor alle doelgroepen: gezinnen, ouderen, starters en doorstarters[11]. Het gaat om woningen in vrijwel alle segmenten, zowel sociale huur, vrijesectorhuur als koop[12].

Tussen 2017 en 2028 bedroeg de bouwopgave voor gemeente Woudenberg circa 1.150 woningen, wat neerkomt op ruim 100 woningen per jaar. Vanaf nu tot 2040 zal er behoefte zijn aan in totaal ruim 2.200 nieuwe woningen[12].

[10] Inkomen van huishoudens; huishoudenskenmerken, regio (CBS Statline, 2020)
[11] Woonvisie 2019+ Gemeente Woudenberg (Gemeente Woudenberg & Stec Groep, 2019)
[12] Oplegger 2020+ (behorende bij Woonvisie 2019+)

3.3 Demografische ontwikkelingen

Grijze druk en groene druk

Nederland vergrijst nog steeds, wat betekent dat het aandeel ouderen in de bevolking stijgt. Momenteel is de 'grijze druk' in Nederland 33,1%[13] en dit zal de komende jaren verder toenemen. In Woudenberg ligt de grijze druk iets boven het landelijke cijfer, namelijk 35,3%[14]. Naast vergrijzing heeft Nederland ook te maken met ontgroening, wat betekent dat het aandeel kinderen/jongeren daalt. Momenteel is de 'groene druk' in Nederland 36,9%[13]. In Woudenberg is het aandeel kinderen/jongeren met 50,3% een stuk groter dan het Nederlandse gemiddelde. Landelijk gezien zal rond 2025 het aandeel 65+'ers het aandeel jongeren inhalen. De vergrijzing en ontgroening van de bevolking zijn in Woudenberg de afgelopen tien jaar minder snel gegaan dan het landelijk gemiddelde. Zie **bijlage 4** voor een nadere toelichting op de demografische ontwikkelingen in Nederland en Woudenberg.

Krimp en groei

Nederland heeft zowel krimpregio's waar de bevolking afneemt (zoals delen van Friesland, Groningen, Drenthe, Zeeland en Limburg) als groeiregio's waar de bevolking juist toeneemt (zoals de Randstad, Utrecht en Flevoland). Woudenberg ligt centraal in het land en groeit elk jaar qua inwonertal. Negatieve effecten van bevolkingsafname, zoals een afname van de bestedingen en een verminderd draagvlak voor voorzieningen, zijn hier dus niet aan de orde. De stijging van het aantal inwoners en huishoudens biedt een belangrijke basis en kans voor de ondernemers in Woudenberg: eigen inwoners vormen voor de meeste branches het belangrijkste aandeel klanten.

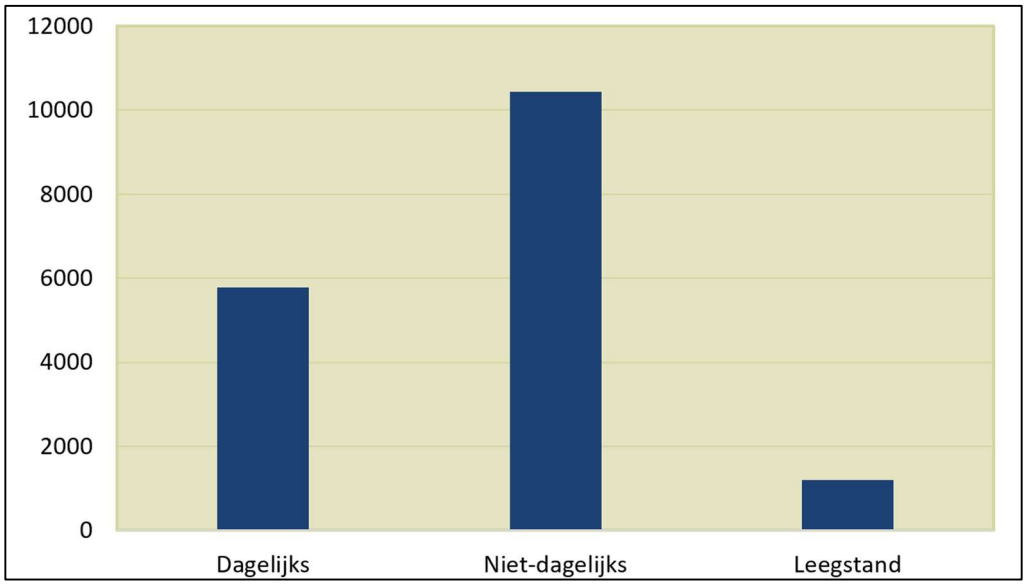
[13] Bevolking; kerncijfers (CBS Statline, 2020)
[14] Regionale kerncijfers Nederland (CBS Statline, 2020)

4 Kwantitatieve analyse

4.1 Detailhandelsaanbod

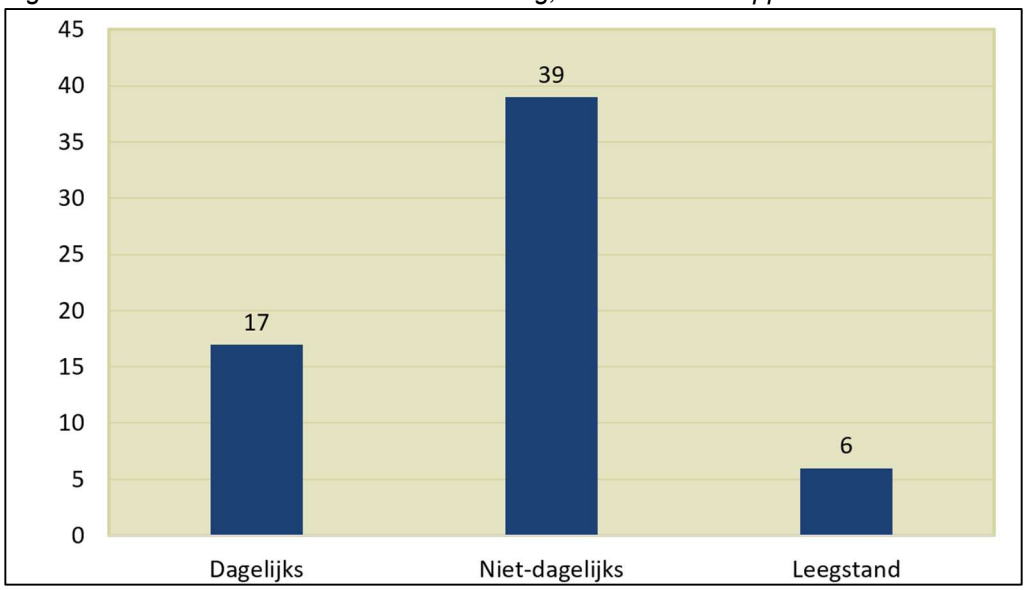
In de gemeente Woudenberg is in totaal 16.211 m² winkelvloeroppervlak (wvo) in de detailhandel aanwezig (exclusief leegstand), verdeeld over 56 verkooppunten. In figuur 4.1 en 4.2 is een overzicht van het detailhandelsaanbod in Woudenberg te zien, respectievelijk in m² wvo en in aantal verkooppunten. Er is onderscheid gemaakt naar het dagelijkse aanbod, het niet-dagelijkse aanbod en de leegstand. Relatief gezien is het dagelijkse aanbod in Woudenberg vrij fors, met 17 verkooppunten die samen goed zijn voor een kleine 6.000 m² wvo.

Figuur 4.1: Detailhandelsaanbod Woudenberg, in m² wvo



Bron: Locatus 2021, bewerking door BRDG Advies

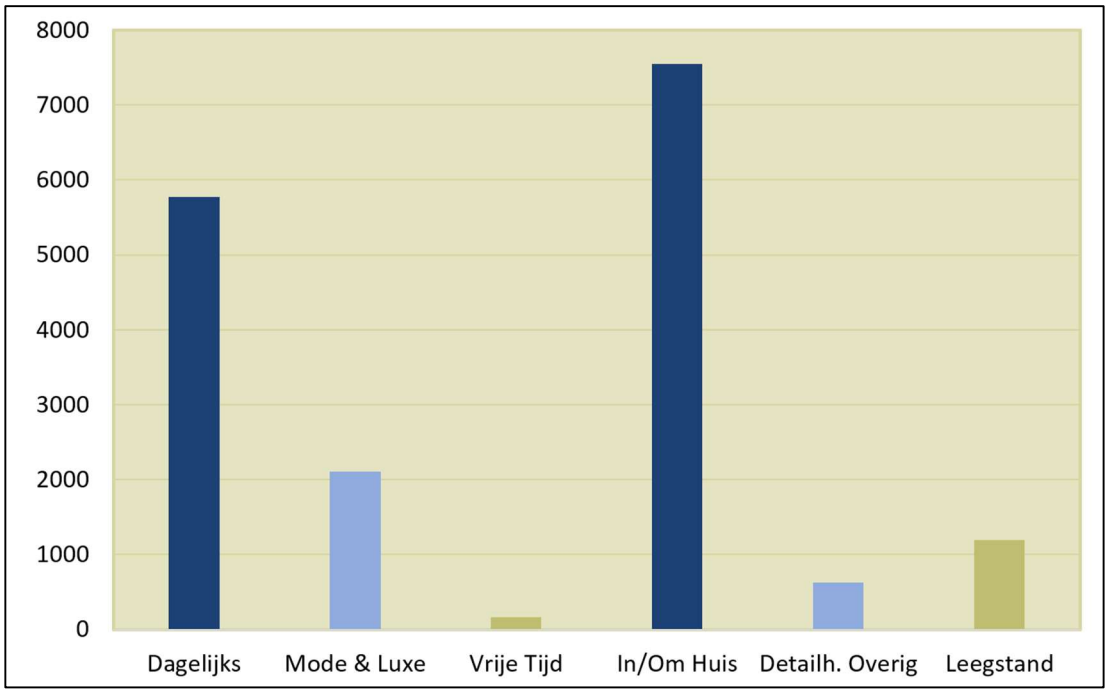
Figuur 4.2: Detailhandelsaanbod Woudenberg, in aantal verkooppunten



Bron: Locatus 2021, bewerking door BRDG Advies

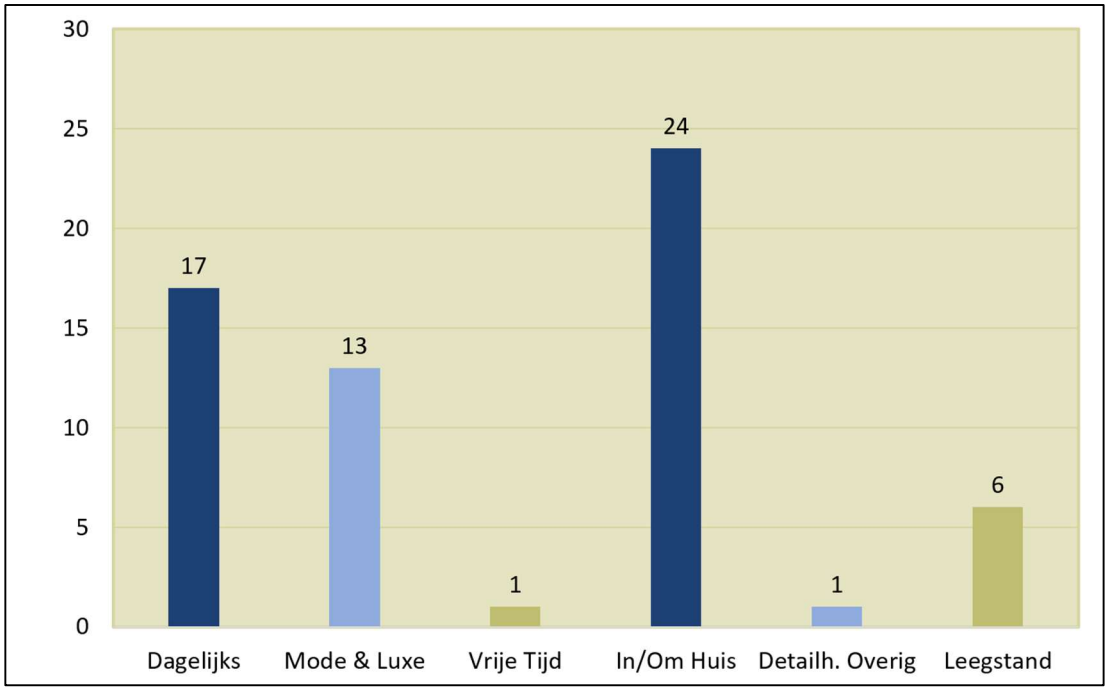
Figuur 4.3 en 4.4 gaan nader in op de verschillende branchegroepen binnen de detailhandel. Het dagelijkse aanbod in Woudenberg bestaat uit vier supermarkten, vier verszaken (bakkerijen en slagerijen), twee slijterijen (waarvan één bij de perifeer gelegen Hoogvliet), twee drogisterijen en enkele overige winkels, zoals een kaaswinkel. Het niet-dagelijkse aanbod bestaat voornamelijk uit winkels in de groep 'In/Om Huis' met circa 7.500 m^2 wvo en 24 verkooppunten. Daarnaast telt de groep 'Mode & Luxe' 13 verkooppunten die goed zijn voor ruim 2.000 m^2 wvo. In de groepen 'Vrije Tijd' en 'Detailhandel Overig' zijn een boekwinkel en twee (semi-commerciële) kringloopwinkels aanwezig.

Figuur 4.3: Detailhandelsaanbod per branche, in m^2 wvo



Bron: Locatus 2021, bewerking door BRDG Advies

Figuur 4.4: Detailhandelsaanbod per branche, in aantal verkooppunten



Bron: Locatus 2021, bewerking door BRDG Advies

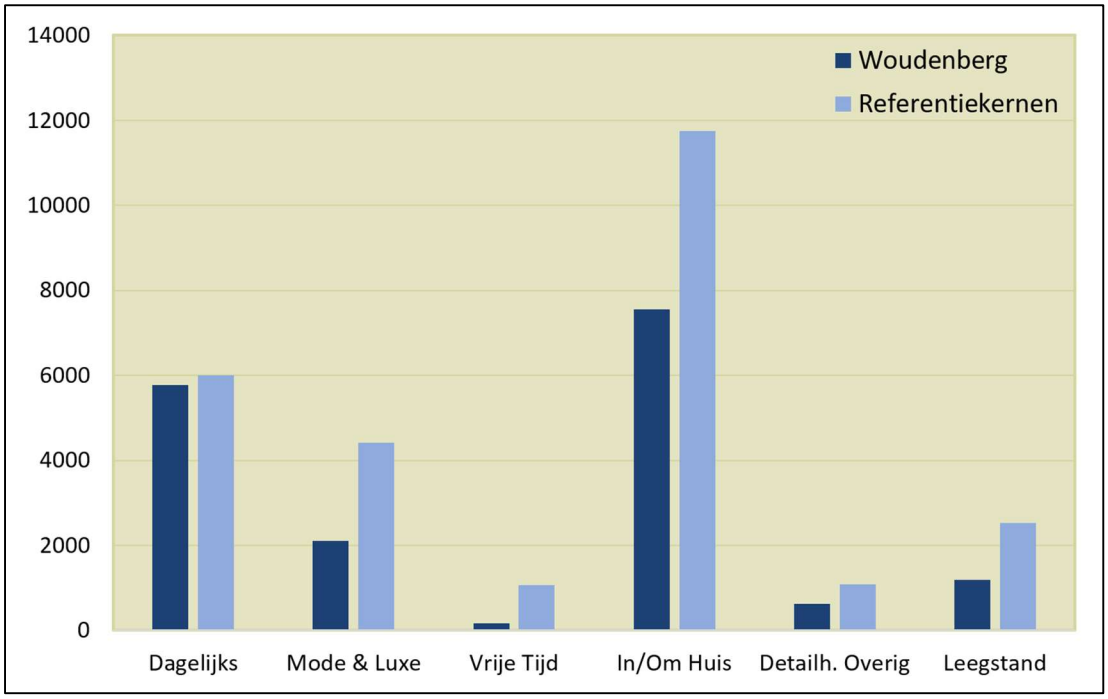
Benchmark

Het detailhandelsaanbod in Woudenberg kunnen we vergelijken met dat in andere kernen met een min of meer vergelijkbaar inwonertal (tussen de 10.000 en 15.000 inwoners). Woudenberg valt precies in deze groep met ruim 13.500 inwoners. Uit figuur 4.5 komt naar voren dat het aanbod in Woudenberg relatief klein is ten opzichte van de referentiekernen. In alle groepen is het aanbod kleiner dan het gemiddelde van de kernen met een vergelijkbaar inwonertal. Alleen de groep 'Dagelijks' ligt in de buurt van het gemiddelde, met 5.773 m^2 wvo tegenover een gemiddelde van 6.006 m^2 wvo.

Wat opvalt is dat het aantal vierkante meters dat leegstaat in Woudenberg aanzienlijk kleiner is dan dat in de referentiekernen. In Woudenberg staat 1.194 m^2 wvo leeg (verdeeld over 6 leegstaande winkelpanden), in de referentiekernen gemiddeld 2.526 m^2 wvo (verdeeld over gemiddeld 12 à 13 leegstaande winkelpanden).

Een vergelijking tussen Woudenberg en de referentiekernen op basis van het aantal verkooppunten (in plaats van op basis van het aantal vierkante meters winkelvloeroppervlak) laat hetzelfde beeld zien; Woudenberg heeft minder verkooppunten in de verschillende branches dan vergelijkbare kernen. De groep 'In/Om Huis' is hierin de enige uitzondering; Woudenberg heeft in deze branche 24 verkooppunten en de referentiekernen gemiddeld 21. Voor deze branche geldt dus dat Woudenberg relatief kleine aanbieders heeft ten opzichte van referentiekernen.

Figuur 4.5: Detailhandelsaanbod per branche in Woudenberg en referentiekernen met 10.000 - 15.000 inwoners, in m^2 wvo



Bron: Locatus 2021, bewerking door BRDG Advies

4.2 Leegstand

In Woudenberg staan momenteel 5 panden leeg in het centrumgebied. Het gaat om 3 panden aan de Dorpsstraat en 2 aan De Nieuwe Poort. Percentagegewijs staat hiermee 6,9% van het aantal meters winkelvloeroppervlak leeg. Het percentage verkooppunten dat leeg staat, is 5,4.

In vergelijking met het landelijk gemiddelde en het gemiddelde van referentiekernen met ongeveer hetzelfde aantal inwoners (10.000 - 15.000 inwoners) is met name het aantal leegstaande verkooppunten relatief laag, terwijl het aantal leegstaande winkelmeters op een gemiddeld niveau ligt. Het duidt op een gezonde situatie waarin de meeste winkelmeters zijn gevuld. Wel clustert de leegstand zich op twee locaties, namelijk het westelijk deel van de Dorpsstraat en de Nieuwe Poort. Dit zijn daarmee aandachtsgebieden (zie ook hoofdstuk 5). Overigens is een beperkte hoeveelheid leegstand gewenst om de markt goed te laten functioneren voor bijvoorbeeld verhuisbewegingen.

Tabel 4.1: Leegstandspercentages Woudenberg centrum

Percentage op basis van..	Woudenberg	Referentiekernen
Winkelvloeroppervlak (m^2)	6,9%[15]	7,1%
Verkooppunten	5,4%	7,2%

Bron: Locatus 2021, bewerking door BRDG Advies

Locatus maakt onderscheid naar drie types leegstand:

- frictie - of aanvangsleegstand: korter dan 1 jaar leeg;
- langdurige leegstand: tussen de 1 en 3 jaar leeg;
- structurele leegstand: langer dan 3 jaar leeg.

Naast deze drie types leegstand kan het ook zijn dat een winkelpand in verbouw is, waardoor het leeg staat. Tabel 4.2 geeft voor de vijf panden weer om welk type leegstand het gaat.

Tabel 4.2: Leegstandssituatie Woudenberg

Type leegstand	Aantal winkelpanden
Frictie / aanvang	1 (Dorpsstraat)
Langdurig	2 (Dorpsstraat en De Nieuwe Poort)
Structureel	2 (Dorpsstraat en De Nieuwe Poort)

Bron: Locatus 2021, bewerking door BRDG Advies

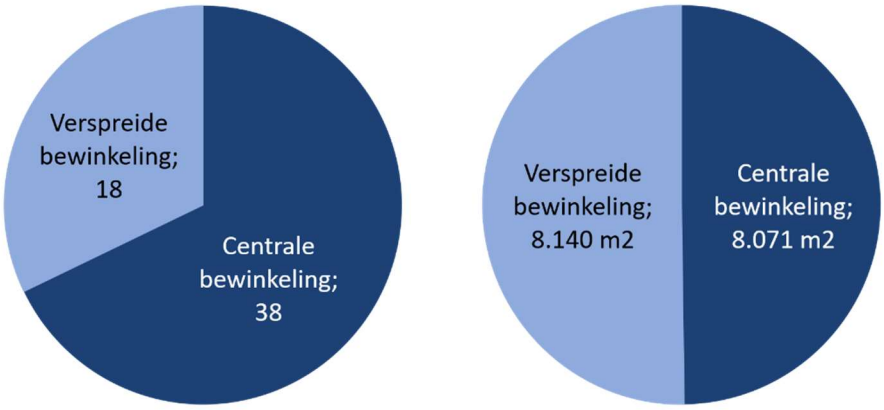
[15] In dit percentage is de leegstand op Dorpsstraat 9-11 niet meegenomen, omdat dit pand als woonhuis wordt gezien.

4.3 Verdeling winkelmeters

Het grootste deel van de bewinkeling - op basis van het aantal verkooppunten - ligt centraal in het centrumgebied van Woudenberg, namelijk 68% van de winkels. Op basis van het aantal m^2 wvo is de verdeling tussen centrale bewinkeling en verspreide bewinkeling echter nagenoeg gelijk, met zo'n 8.000 m^2 wvo in beide groepen (zie ook figuur 4.6).

Het grote aantal vierkante meters wvo ten opzichte van het aantal verkooppunten dat in de groep 'verspreide bewinkeling' valt, is te verklaren door de relatief grote winkels die buiten het centrumgebied liggen, zoals Hoogvliet van 2.301 m^2, Hubo XL van 1.664 m^2 en Welkoop van 770m^2.

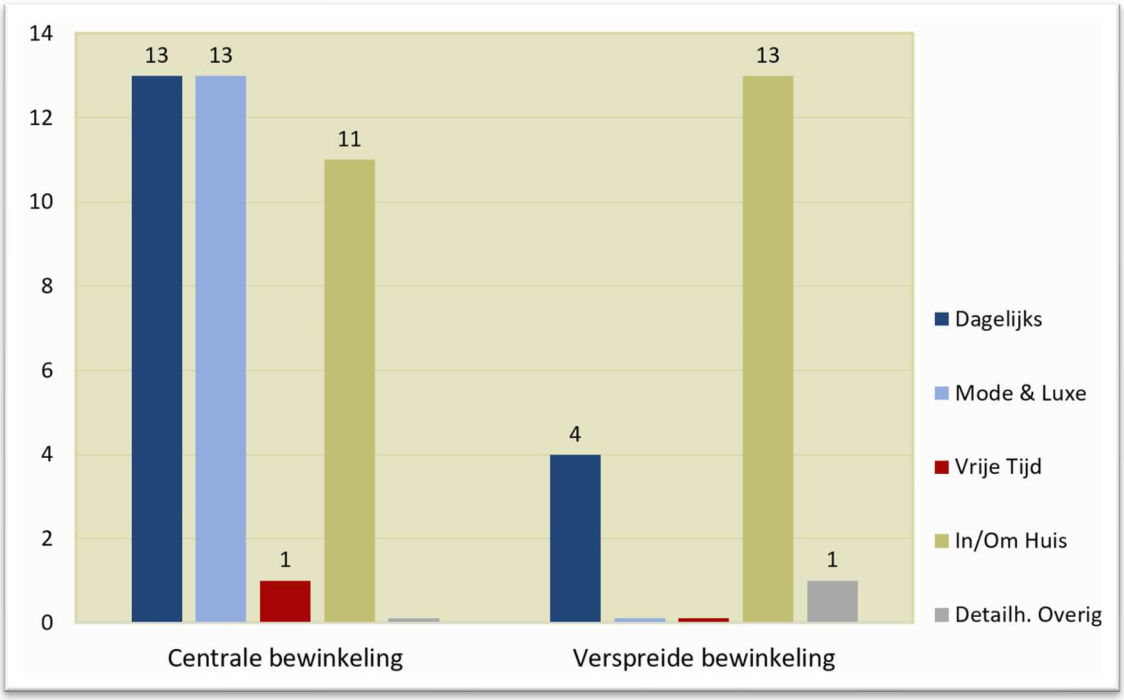
Figuur 4.6: Verdeling winkelaanbod over Woudenberg, exclusief leegstand (zowel in aantal verkooppunten als in m^2 wvo)



Bron: Locatus 2021, bewerking door BRDG Advies

Zoals te zien in figuur 4.7, bestaat het winkelbestand in het centrum hoofdzakelijk uit de groepen 'Dagelijks', 'Mode & Luxe' en 'In/Om Huis'. Het merendeel van deze winkels is gevestigd aan de Dorpsstraat of de Voorstraat. Bij de verspreide bewinkeling valt een aanzienlijk deel in de groep 'In/Om Huis', namelijk 13 van de 18 verkooppunten. De overige 5 winkels behoren tot de groep 'Dagelijks' of 'Detailhandel Overig'. Meerdere winkels die aangemerkt worden als verspreide bewinkeling zijn gevestigd op of nabij het oostelijk gelegen bedrijventerrein, aan de Parallelweg of de Stationsweg Oost.

Figuur 4.7: Centrale en verspreide bewinkeling per branche, in aantal verkooppunten



Bron: Locatus 2021, bewerking door BRDG Advies

Supermarkten

In Woudenberg zijn in totaal vier supermarkten aanwezig met sterk uiteenlopende winkelvloeroppervlaktes. De Aldi in het kernwinkelgebied is het kleinst met een wvo van 483 m². Dit is voor een moderne supermarkt relatief klein. De naastgelegen Albert Heijn is met 928 m² wvo bijna dubbel zo groot, maar kan desondanks niet gezien worden als een grote AH-vestiging. De Jumbo ligt aan de westkant van het centrumgebied en heeft een wvo van 1.002 m². Op dit moment is de Hoogvliet supermarkt aan de oostzijde van het dorp met afstand de grootste. Deze winkel beslaat 2.301 m² wvo en is daarmee bijna net zo groot als de drie centrum-supermarkten bij elkaar.

4.4 Relevant onderzoek

Een belangrijk onderzoek voor deze visie, is het koopstromenonderzoek Randstad dat in 2018 is uitgevoerd.[16] We geven hieronder kort de belangrijkste uitkomsten van het onderzoek weer.

Koopstromenonderzoek Randstad 2018

In 2018 is een grootschalig koopstromenonderzoek uitgevoerd in de Randstad. In totaal deden 134 gemeenten uit de provincies Noord-Holland, Zuid-Holland en Utrecht mee en daarnaast werden ook de gemeenten Lelystad en Almere meegenomen in het onderzoek. Omdat het een vrij recent onderzoek betreft, zijn de uitkomsten nog steeds relevant, al dient gesteld te worden dat het onderzoek vóór de coronacrisis heeft plaatsgevonden. Het door de crisis veranderde bestedingspatroon van de consument is hierbij dus nog niet meegenomen.

[16] Winkelen in de Randstad: Randstad Koopstromenonderzoek 2018 (I&O Research & DTNP, 2019). Het Koopstromenonderzoek wordt later dit jaar geactualiseerd.

De belangrijkste uitkomsten geven we hier beknopt weer. Voor uitvoerige uitkomsten verwijzen we naar de oorspronkelijke rapportage.

De koopkrachtbinding voor de gemeente Woudenberg lag met 89% in de dagelijkse sector op een zeer hoog niveau ten opzichte van de referentiesteden in het onderzoek. In de niet-dagelijkse sector lag de koopkrachtbinding met 28% ook boven het gemiddelde (zij het iets minder significant). Dit betekent dat Woudenberg de bestedingen van haar inwoners op een goede manier vast weet te houden, ondanks haar relatief beperkte grootte. Redenen hiervoor zijn bijvoorbeeld het aanwezige (goede) aanbod, de afstand naar andere kernen of relatief trouwe inwoners. Uiteraard vindt met name in de niet-dagelijkse sector een aanzienlijke 'afvloeiing' plaats (62%): naar middelgrote en grote steden in de regio zoals Utrecht en Amersfoort, Leusden, Barneveld en Veenendaal, maar ook naar het internet.

Wanneer we kijken naar de totale omzet in de detailhandel van de gemeente Woudenberg, blijkt uit het onderzoek dat 68% van alle bestedingen in de dagelijkse sector van inwoners van de gemeente zelf komt. De overige 32% wordt opgebracht door bezoekers uit de regio en toeristen. Wanneer alleen het centrum wordt bekeken, ligt het omzetaandeel van eigen inwoners op 83%. Dit betekent dat bij de verspreide dagelijkse bewinkeling (zoals Hoogvliet op het bedrijventerrein) een aanzienlijk deel van de bestedingen van bezoekers van buitenaf komt. Het gaat dan voornamelijk om bezoekers uit nabijgelegen gemeenten.

In het koopstromenonderzoek Randstad wordt aangegeven dat gemiddeld circa 0,6% van de bestedingen in Woudenberg in de dagelijkse sector uit het toerisme komt en 2,3% van de bestedingen in de niet-dagelijkse sector. De verkennende gesprekken in de voorbereiding van deze visie geven significant andere signalen: het aandeel toerisme lijkt in het onderzoek onderschat te worden. Op basis van de cijfers uit de toeristenbelasting en een inschatting van de overige toeristische overnachtingen, corrigeren we deze cijfers respectievelijk tot 2,0% en 3,0%.

Bezoekers gaven in 2018 een goede waardering aan verschillende aspecten van het centrumgebied van Woudenberg, zoals veiligheid (7,7), netheid (7,8), parkeermogelijkheden voor de auto (7,2) en stallingsmogelijkheden voor de fiets (7,7). Daarentegen lagen de scores voor horeca-aanbod (6,1), evenementen (6,1) en faciliteiten (5,7) relatief laag. Met name de beoordeling voor bereikbaarheid per auto en horeca-aanbod zijn ten opzichte van 2016 fors gezakt.

4.5 Distributieplanologische analyse

Toelichting

Bij een distributieplanologische analyse gaat het om de verhouding tussen vraag en aanbod. Het brengt in beeld hoe hoog de (theoretische) omzet is die in Woudenberg gerealiseerd kan worden in de detailhandel en confronteert dit met het aanbod aan winkels. Belangrijk gegeven is daarbij het begrip 'vloerproductiviteit': hoe hoog is de omzet per m^2 winkeloppervlak? Een hoge vloerproductiviteit duidt erop dat de winkels potentieel gezond kunnen functioneren: de omzet per m^2 is (meer dan) voldoende om hun kosten te dekken. Een te lage vloerproductiviteit duidt er feitelijk op dat de winkels hun kosten niet voldoende kunnen dekken uit de omzet. Er is dus feitelijk te veel winkelaanbod in verhouding tot de potentiële omzet.

Opzet

De vraagzijde wordt bepaald door de omzet van winkels per hoofd van de bevolking, het aantal inwoners in het verzorgingsgebied en hun besteedbaar inkomen, de koopkrachtbinding (de mate waarin inwoners hun aankopen doen in het betreffende winkelgebied) en de koopkrachttoevloeiing (de mate waarin omzet van elders toevloeit). Aan de aanbodzijde spelen het winkelaanbod in m^2 en de vloerproductiviteit (de benodigde omzet per m^2) een rol.

Bij de analyse maken we onderscheid tussen de dagelijkse en de niet-dagelijkse sector. Voor de berekening gaan we uit van de inwonergegevens zoals die in hoofdstuk 3 zijn weergegeven. Tevens maken we gebruik van de uitkomsten van het koopstromenonderzoek Randstad uit 2018. Voor de cijfers van omzet per hoofd en vloerproductiviteit is uitgegaan van de meest recente gegevens van onderzoek van Panteia[17], dat op basis van gegevens van Locatus en het CBS deze gegevens jaarlijks verstrekt. De omzetgegevens per hoofd zijn gecorrigeerd voor het gemiddeld besteedbaar inkomen in de gemeente Woudenberg.

Tabel 4.3: Distributieplanologische berekening

Woudenberg	Dagelijks	Niet-dagelijks
Omzet per hoofd (excl. btw)	€ 2.790	€ 2.475
Inwoners	13.633	13.633
Koopkrachtbinding (%)	89%	28%
Omzet verzorgingsgebied	€ 33.8 mln.	€ 9.4 mln.
Toevloeiing koopkracht (%)	34%[18]	40%
Omzet toevloeiing	€ 17.4 mln.	€ 6.3 mln.
Totale omzet	€ 51.3 mln.	€ 15.7 mln.
Vloerproductiviteit	€ 7.564	€ 1.783
Potentieel winkelaanbod m^2	6.780	8.832
Aanwezig winkelaanbod m^2	5.773	10.438
Ruimte/tekort in markt	1.007	-1.509

Bron: BRDG Advies

Op basis van de distributieplanologische berekening kunnen we concluderen dat er in de dagelijkse sector nog ruimte is voor zo'n 1.000 m^2 aan winkelmeters. In de niet-dagelijkse sector is er daarentegen een 'overschot' aan winkelmeters van ruim 1.500 m^2. Dit betekent dat het potentieel winkelaanbod in de niet-dagelijkse sector kleiner is dan het aanwezige winkelaanbod en dat daarmee het aanbod de vraag overstijgt.

Bij deze cijfers vallen een aantal noties te maken:

- De categorie In&Om het Huis is relatief sterker vertegenwoordigd in Woudenberg dan recreatieve categorieën (zoals mode en schoenen). In&Om het Huis kent een relatief lage vloerproductiviteit. Daarmee wordt het feitelijke tekort waarschijnlijk licht overschat.

[17] Omzetkengetallen 2019 (Retail Insiders, Panteia, INretail, 2020)
[18] In de toevloeiing niet dagelijks is een correctie doorgevoerd op basis van een inschatting van het aantal toeristen

- De groei van het aantal inwoners en het aantal woningen maakt dat er zeker in de categorie In&Om het Huis de komende jaren voldoende marktruimte aanwezig zal zijn.
- De huurprijzen van winkelpanden in Woudenberg liggen naar verwachting relatief laag ten opzichte van vergelijkbare panden in grotere steden, met name in de Randstad. Dit maakt dat winkels relatief minder omzet hoeven te genereren om hun kosten goed te maken.
- Uiteindelijk is een DPO-analyse altijd richtinggevend en niet maatgevend.

DPO op basis van groeiprognoses

Omdat Woudenberg de komende jaren groeit en verwacht mag worden dat een groter inwonertal een positief effect zal hebben op de omzet in Woudenberg, menen we dat het verstandig is een herberekening van het DPO te doen op basis van het geprognosticeerd inwonertal van 2030. Wanneer we kijken naar de situatie in 2030 - waarin het inwonertal is opgelopen tot circa 14.900 - is er nog steeds een 'tekort' in de dagelijkse sector en een 'overschot' in de niet-dagelijkse sector[19]. Echter, nu is er ruimte voor ruim 1.600 m^2 extra in de dagelijkse sector (in plaats van ruim 1.000 m^2) en overstijgt het aanbod de vraag in de niet-dagelijkse sector nog met minder dan 800 m^2 (in plaats van ruim 1.500 m^2).

Conclusie

Al met al concluderen we dat het huidige overschot in de niet-dagelijkse sector niet direct problematisch is. Het betekent ook niet dat er een actuele nood is om het aantal winkelmeters terug te dringen. Wel kunnen we op basis van de analyse concluderen dat het belangrijk is om bij toevoegingen aan het winkelbestand goed te kijken naar de meerwaarde van die toevoegingen en alleen ruimte te bieden aan grotere toevoegingen als die een significante meerwaarde hebben voor het totale aanbod van Woudenberg.

[19] NB. Alle andere variabelen zijn constant gehouden, omdat deze nog niet bekend zijn.

5 Kwalitatieve analyse

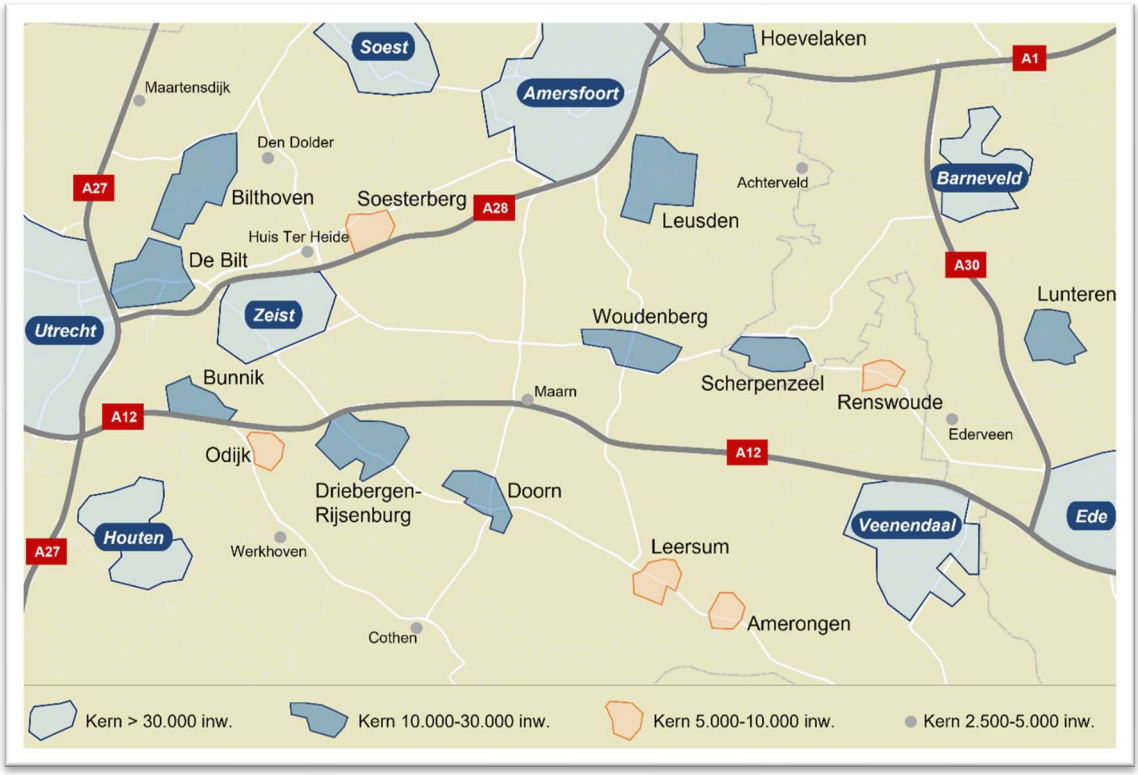
5.1 Verzorgingsstructuur

De gemeente Woudenberg ligt in het oosten van de provincie Utrecht, tegen de grens met de provincie Gelderland. Met ruim 13.000 inwoners valt Woudenberg in dezelfde categorie als andere grote dorpen in de regio, zoals Bunnik (15.192 inwoners) en Lunteren (13.685 inwoners)[8]. De grootste kernen rondom Woudenberg zijn Utrecht, Amersfoort, Ede, Veenendaal en Zeist. Buiten de provincie is Barneveld een relevante trekker. Utrecht en Amersfoort gelden in de regio als belangrijkste trekkers met een grote regiofunctie.

Voor Woudenberg geldt dat een redelijk groot deel van de dagelijkse bestedingen vanuit het naastgelegen Scherpenzeel komt, namelijk 13%. De trekkracht van de Hoogvliet supermarkt - die tussen beide plaatsen in ligt - speelt hierin een belangrijke rol. De inwoners van Woudenberg doen hun dagelijkse aankopen grotendeels in de gemeente zelf, maar als zij naar een andere plaats gaan, gaan zij voornamelijk naar Leusden. Voor niet-dagelijkse aankopen trekken de inwoners van Woudenberg voornamelijk naar de middelgrote tot grote kernen, zoals Amersfoort, Veenendaal, Leusden en Barneveld. Ook Scherpenzeel is voor Woudenberg een belangrijke kern, onder andere door de nabijheid, het aantrekkelijke centrumgebied en het uitgebreide niet-dagelijkse aanbod.

De gemeente ligt ten oosten van de stad Utrecht en ten zuiden van Amersfoort. Hemelsbreed liggen deze steden op respectievelijk 20 en 8 kilometer afstand. Woudenberg is niet direct gelegen aan een snelweg, maar wordt wel omringd door diverse A-wegen, zoals de A12 tussen Den Haag en Arnhem en de A28 tussen Utrecht en Groningen. Het dorp ligt direct ten noorden van de kruising N224/N226.

Figuur 5.1: Ligging Woudenberg t.o.v. andere kernen



Bron: BRDG Advies

5.2 Structuur Woudenberg

Binnen de grenzen van de gemeente Woudenberg zijn feitelijk twee winkelclusters te vinden. Veruit het belangrijkste cluster is het centrumgebied midden in het dorp. Daarnaast heeft de oostzijde van het dorp, rond de kruising N224/Parallelweg een perifeer detailhandelscluster. Zowel het dorpscentrum als het perifere cluster heeft winkels in de dagelijkse en niet-dagelijkse sector. Zoals in figuur 4.7 al naar voren kwam, heeft het centrumgebied voornamelijk winkels in de groepen 'Dagelijks', 'Mode & Luxe' en 'In/Om Huis'. Het perifere cluster bestaat hoofdzakelijk uit winkels in de groep 'In/Om Huis', met daarnaast één grote supermarkt.

Figuur 5.2: Winkelclusters in gemeente Woudenberg

Bron: BRDG Advies

Het centrumgebied in Woudenberg bestaat uit de Dorpsstraat, de Voorstraat, 'tSchilt en De Nieuwe Poort. Het daadwerkelijke kernwinkelgebied, waar ook de meeste detailhandelszaken zijn gevestigd, loopt vanaf het Cultuurhuis en de winkels aan het begin van de Kon.Emmastraat, via de Dorpsstraat tot de Voorstraat ter hoogte van de Kerkstraat (zie ook figuur 5.4). Het westelijke deel van de Voorstraat bestaat voornamelijk uit woningen met hier en daar nog enkele detailhandelszaken.

De aanwezigheid van de N226, die midden door Woudenberg en het centrum van noord naar zuid loopt, heeft een belangrijke invloed op de winkelstructuur van Woudenberg. De weg 'knipt' het winkelgebied feitelijk in tweeën, met aan de ene zijde de Voorstraat/'t Schilt en aan de andere zijde de Dorpsstraat en de Nieuwe Poort. De huidige inrichting zorgt ervoor dat autobezoekers niet van het ene gebied naar het andere kunnen rijden. Voor bezoekers betekent de provinciale weg een barrière, met name in looproutes en zichtlijnen:

er ontstaat letterlijk en figuurlijk afstand tussen de twee winkelgebieden. Een bijkomend nadeel, zo wordt ook door veel winkeliers ervaren, is het feit dat automobilisten op de N226 tijdig de keuze moeten maken om af te slaan om zo bij de winkels te kunnen komen. Zeker voor consumenten die vanaf het zuiden komen en bij de kruising N226/Voorstraat/Dorpsstraat de winkelstraten passeren, is het niet goed mogelijk om tijdig af te slaan. Die keuze moet reeds bij de rotonde ter hoogte van het gemeentehuis worden gemaakt.

Figuur 5.3: Overgang tussen Voorstraat en Dorpsstraat via oversteek N226

Het vervolg van deze paragraaf gaat nader in op de kwalitatieve positie van de verschillende deelgebieden binnen het centrum. Achtereenvolgens zijn dat de Dorpsstraat, de Voorstraat, en ‘t Schilt en De Nieuwe Poort. Daarna volgt een kwalitatieve beschrijving van het perifere winkelcluster aan de oostzijde van Woudenberg en de positie van de vier supermarkten. Tot slot wordt in deze paragraaf de parkeerstructuur in het centrumgebied van Woudenberg belicht.

Figuur 5.4: Trekkers binnen het centrumgebied van Woudenberg

Bron: BRDG Advies

Dorpsstraat

De Dorpsstraat ligt in het oosten van het centrumgebied en loopt van het Cultuurhuis tot de kruising met de Geeresteinselaan. Hoewel ook in de Dorpsstraat, met name aan de zuidkant hier en daar nog woningen, ook in de plint, aanwezig zijn, is de Dorpsstraat het dichtst bewinkelde deel van Woudenberg, met een combinatie van ketens en zelfstandige winkeliers.

Figuur 5.5: Beeld Dorpsstraat

Belangrijke bronpunten en trekkers zijn de twee supermarkten, Albert Heijn en Aldi. Beide supermarkten hebben hun ingang niet direct aan de Dorpsstraat, maar aan het nabijgelegen parkeerterrein achter de panden. Ook de entree van de HEMA ligt aan dit parkeerterrein. Daarmee ontstaat een bijzondere situatie, waarbij de ingangen van enkele van de grootste trekkers van het dorp niet ín de winkelstraat, maar achter de winkelstraat liggen. Een groot nadeel hiervan is dat hierdoor aan de Dorpsstraat een achterkantensituatie ontstaat en dat enkele van de doorgangen (van Dorpsstraat naar parkeerterrein en ingangen) weinig aantrekkelijk zijn.

Figuur 5.6/5.7: AH, Aldi en Hema op parkeerterrein achter Dorpsstraat

Andere winkels in de Dorpsstraat die als trekker fungeren zijn Kruidvat en Blokker. Aan het einde van de Dorpsstraat ligt het Cultuurhuis, een combinatie van een bibliotheek, VVV en diverse kunst- en cultuurfuncties . Hoewel dit cluster voor het dorp een belangrijke functie heeft, functioneert het niet als een trekker voor consumenten. Deze zijde van de Dorpsstraat, hoewel een belangrijke toegangsroute voor met name lokale consumenten, functioneert niet als een sterke entree van het winkelgebied (zie figuur 5.8 hieronder).

Figuur 5.8: Entree Dorpsstraat bij Cultuurhuis

De Dorpsstraat functioneert momenteel als eenrichtingsstraat, waarbij auto's alleen van oost naar west mogen rijden. De straat heeft aparte fietsvlakken en aan weerszijden een brede stoep voor de (winkel)panden. De winkelstraat is aangekleed met bomen en bloembakken aan de lantaarnpalen. Hoewel de bomen bijdragen aan de aantrekkelijkheid van de straat en zorgen voor vergroening, hebben we moeten constateren dat ze de commerciële uitstraling van de winkels die erachter liggen beperken. Reclame-uitingen van winkels vallen grotendeels weg, zoals te zien is in figuur 5.9.

Figuur 5.9: Bomen in de Dorpsstraat blokkeren het zicht op de achterliggende winkels

Met name in het gedeelte van de Dorpsstraat tussen de N226 en Albert Heijn valt enige mate van verpaupering op: er is sprake van enkele leegstaande blokken met woon- en detailhandelsbestemming. Deze blokken doen ernstig afbreuk aan het totale aangezicht van de Dorpsstraat. De situatie valt deels te verklaren doordat geanticipeerd wordt op toekomstige ontwikkelingen in het gebied. Desalniettemin moeten we het aangezicht in het hier en nu als zeer mati beschouwen.

Figuur 5.10/5.11: Verpaupering en leegstand westelijk deel Dorpsstraat

Voorstraat

De Voorstraat loopt, feitelijk als oude provinciale weg, van de N226 tot de rotonde aan de N224. Het centrumgebied begint bij de solitaire fietsenmaker bij de kruising met de Vondellaan/Burgwal. Het meest westelijke deel, tot aan de kruising Kerkstraat, valt te zien als een gemengd gebied, met voornamelijk woningen, met hier en daar nog een winkel. In dit gedeelte is sprake van tweerichtingenverkeer voor autos'en fietsers. Er geen sprake van een duidelijke afbakening tussen winkel- en woongebied; de overgang is geleidelijk.

Vanaf de Kerkstraat begint het feitelijke winkelgebied, met trekkers als Jola, DA Drogisterij, Living 24 en Van Lunteren Boek & Buro. Ook hier zijn inmiddels enkele winkelunits (tijdelijk) als woonhuis in gebruik. De auto is hier 'te gast'. In dit gebied staan enkele leilindes waarvan te constateren valt deze, net als in de Dorpsstraat, het zicht op de signing van de bedrijven hier en daar ontnemen.

Een belangrijke kruising is die van Voorstraat/Schoutstraat/'t Schilt, omdat hier de verbinding met de Jumbo-supermarkt gelegd wordt. Helaas is de afstand tot de ingang van de Jumbo dusdanig groot, dat de interactie tussen Voorstraat en Jumbo beperkt is: de 'traffic' die optreedt bij de Jumbo, vertaalt zich niet in een drukke Voorstraat. In dit gedeelte van de Voorstraat geldt éénrichtingsverkeer voor de auto, feitelijk het derde verkeersregime in de Voorstraat.

Figuur 5.12: aangezicht Voorstraat

‘t Schilt en De Nieuwe Poort

‘t Schilt en De Nieuwe Poort liggen ten zuiden van respectievelijk de Voorstraat en de Dorpsstraat. De Jumbo, met daarbij een parkeerterrein voor ruim 80 auto’s, vormt aan ‘t Schilt het belangrijkste bronpunt aan de westzijde van het centrum. Vanaf de Jumbo/het parkeerterrein is een directe, smalle doorsteek naar de Voorstraat aanwezig. De entree van de Jumbo is gekeerd naar het parkeerterrein. Daarmee is er een significante afstand tussen entree en Voorstraat.

Figuur 5.14: Entree Jumbo ‘t Schilt

Figuur 5.15: De Nieuwe Poort

De Nieuwe Poort is een relatief moderne ontwikkeling, met aan de ene zijde een commerciële plint en aan de andere zijde twee paviljoens. Deze ontwikkeling, gerealiseerd in 2000, had tot doel een ‘dorpshart’ te creëren. In de huidige situatie hebben de twee paviljoens een aantrekkelijke uitstraling en vormen in zekere zin het ‘horecahart’ van Woudenberg. De commerciële plint aan de oostzijde van het plein staat echter momenteel grotendeels leeg. De leegstand lijkt hier structureel: de units blijken moeilijk invulbaar. De redenen hiervoor kunnen liggen in de opbouw van de plint (enigszins teruggetrokken achter pilaren), in de omvang en in het feit dat er geen logische looproute is langs de units aan de Nieuwe Poort. Invulling met horeca is op dit moment geen optie, omdat er geen afvoerkanalen voor eventuele installaties aangebracht zijn. Het invullen van deze units zal de komende jaren niet eenvoudig worden. Wel zijn aan de uiteinden nog een opticien, een ijssalon en een makelaar aanwezig.

Zaterdags wordt op De Nieuwe Poort de weekmarkt[20] gehouden met een aantal kramen. Deze weekmarkt functioneert goed en trekt een flink aantal bezoekers. Ook op dinsdag zijn er enkele kramen op de Nieuwe Poort te vinden.

[20] Officieel gaat het om een verzameling standplaatsen.

Perifeer winkelcluster

Het perifere winkelcluster ligt precies tussen de twee dorpskernen van Woudenberg en Scherpenzeel. Winkels die hier gevestigd zijn, liggen of aan de Stationsweg Oost (N224) of aan de Parallelweg. Het winkelcluster ligt aan een doorgaande weg en is dus goed bereikbaar. De grootste trekkers binnen de detailhandel zijn supermarkt Hoogvliet, Hubo bouwmarkt en Welkoop. Overige winkels vallen voornamelijk in de groep 'In/Om Huis'. Daarnaast is er een kringloopwinkel aanwezig die onder 'Detailhandel Overig' valt. Alle bedrijven hebben hun eigen parkeerterrein/parkeerplaatsen, al valt te constateren dat de parkeergelegenheid voor de huidige Welkoop niet optimaal is; in de nieuwbouwplannen zal dit sterk worden verbeterd. Hoogvliet heeft naast het gewone parkeerterrein ook nog een parkeerdek boven de winkel, waardoor er plek is voor circa 150 auto's.

Figuur 5.16: Hoogvliet Parallelweg

Horeca

Horeca en dan met name daghoreca, is een belangrijk onderdeel van een goed functionerend winkelgebied. Horecazaken en zeker terrassen geven een gezellige uitstraling aan een centrum en bieden de consument een goede reden vaker naar een gebied te komen en daar langer te verblijven.

In Woudenberg is een bepaalde hoeveelheid horeca in het centrum aanwezig. Met name de twee paviljoens aan de Nieuwe Poort vallen op, waarvan er één een daghoreca-functie heeft. Daarnaast is er nog enige avondhoreca aanwezig in het voorste deel van de Dorpsstraat. In de Voorstraat is een lunchroom gevestigd, een delicatessenzaak die ook koffie schenkt en een Chinees-Indisch restaurant.

Al met al moet geconcludeerd worden dat het (dag)horeca-aanbod in Woudenberg relatief beperkt is, zowel in aantal als in omvang. Met uitzondering van de paviljoens en de lunchroom aan de Voorstaat zijn er weinig terrassen aanwezig; dit komt deels ook door het gebrek aan ruimte. Ook het restaurant-aanbod is zeer beperkt. Wanneer we uitzoomen, valt op dat er rondom het centrum en rondom de kern Woudenberg diverse grotere restaurants aanwezig zijn. Deze spreiding is niet positief voor het centrum.

Figuur 5.17: Horeca aanbod centrum Woudenberg

Bron: BRDG Advies

Parkeren

Rondom het centrum van Woudenberg zijn diverse parkeerterreinen aanwezig. Aan de westzijde, op het Kerkplein, is een gratis parkeerterrein dat ruimte biedt aan zo'n 40 auto's. Dit plein ligt relatief dicht bij de winkels, maar is zeker voor de bezoeker niet eenvoudig vindbaar. Bij de Jumbo aan 't Schilt is plek voor ruim 80 auto's. De parkeerplaatsen die direct naast de Jumbo liggen, vallen in de blauwe zone, de parkeerplaatsen aan de overkant van de weg niet. Aan de Parklaan, nabij het gemeentehuis, is ruimte voor 40 auto's, deels in de blauwe zone en deels niet. Dit parkeerterrein is helaas relatief ver weg gelegen van de winkels. De entree tot het parkeerterrein ligt ook niet in de buurt van de winkelgebied.,

Ten noorden van de Dorpsstraat, waar de meeste centrumfuncties gevestigd zijn, ligt een parkeerterrein direct grenzend aan de Aldi, Albert Heijn en HEMA. Hier kunnen zo'n 90 auto's parkeren in de blauwe zone. Voor de Dorpsstraat is dit een cruciaal parkeerterrein dat dan ook zeer intensief gebruikt wordt en regelmatig vol is. De toegangsweg naar het terrein, vanaf de Dorpsstraat is vrij krap.

Ook is er aan de Dorpsstraat en Voorstraat zelf een beperkte mogelijkheid om de auto te parkeren, grotendeels binnen de blauwe zone. Aan de oostzijde van de Dorpsstraat is tot slot nog een parkeerterreinen aanwezig bij het Cultuurhuis, waar in totaal circa 70 parkeerplekken beschikbaar zijn.

Figuur 5.18: Parkeermogelijkheden rondom het centrumgebied

Bron: BRDG Advies

5.3 SWOT-analyse centrumgebied

Het centrumgebied van Woudenberg heeft, net als elk winkelgebied, zowel sterke als zwakke punten. Deze zijn deels besproken in de voorgaande paragrafen. Hieronder vatten wij de sterke en zwakke punten nog kort samen. De tabellen 5.1 en 5.2 geven voor zowel het winkelaanbod en de winkelstructuur als voor de sfeer en de uitstraling de sterktes en zwaktes weer. Ook eventuele kansen en bedreigingen zijn in de tabellen opgenomen.

Woudenberg heeft een compleet dagelijks aanbod in het centrum, met drie supermarkten en meerdere bakkerijen, slagerijen en drogisterijen. Qua niet-dagelijks aanbod is het minder uitgebreid, maar wel functioneel. Zo zijn er onder andere meerdere woonwinkels, fietsenzaken en bloemisten aanwezig. Er mist echter een grote trekker in de niet-dagelijkse sector, zoals een aantrekkelijke modezaak voor volwassenen.

De hoofdwinkelstructuur is duidelijk, waarbij de Dorpsstraat en het begin van de Voorstraat de kern vormen, maar deze is ‘opgeknipt’ door de doorkruisende N226. Het winkelaanbod is binnen het centrumgebied relatief geclusterd; er zijn weinig solitaire winkelvestigingen. Binnen de huidige structuur zijn de entrees van Albert Heijn, Aldi en HEMA niet zichtbaar vanaf de Dorpsstraat, wat de rest van de winkelstraat niet ten goede komt. Vanaf de winkelstraat is enkel de achterzijde van de panden te zien. De Jumbo is overduidelijk de trekker aan de westzijde van he centrum, maar heeft helaas een beperkte interactie met de Voorstraat. De Nieuwe Poort heeft met de twee paviljoens een aantrekkelijke uitstraling, maar de winkelfunctie is zo goed als afwezig en de leegstand is aanzienlijk. Er zijn voornamelijk horecazaken en dienstverleners gevestigd. Naast het winkelaanbod is ook het parkeeraanbod van belang voor centra; rondom het centrum van Woudenberg is voldoende parkeergelegenheid voor auto’s.

Qua sfeer en uitstraling is er een wisselend beeld. De beeldkwaliteit van het vastgoed en de presentatie van de bedrijven varieert sterk. Aantrekkelijke panden en etalages worden afgewisseld met locaties van een matige uitstraling. Er is geen sprake van een samenhangend beeld. Dit geldt met name voor de Voorstraat en de Dorpsstraat; de Nieuwe Poort heeft als integrale ontwikkeling wel een eenduidige uitstraling.

De Dorpsstraat heeft een aparte stoep, aparte fietspaden (deels gemengd met de autobaan), eenrichtingsverkeer voor auto’s en langsparkeerplaatsen. Daarnaast zijn de parkeerverwijzingen duidelijk aanwezig. Voor de lokale consumenten, die met name vanaf de oostzijde het centrum inrijden, is deze situatie voldoende logisch.

Echter, de routing vanaf de N226 naar de parkeerplaatsen is onvoldoende intuïtief. Voor diegenen die weten hoe ze bij de parkeerplaatsen moeten komen, zijn deze goed vindbaar. Consumenten die niet bekend zijn met de structuur van Woudenberg (regiobezoekers, toeristen) zullen niet altijd beseffen dat de rotonde bij het gemeentehuis de belangrijkste schakel is om van de doorgaande weg naar de parkeerplaatsen te komen. Vanaf de rotonde is de routing naar de parkeerplaatsen, met name die dicht bij het winkelgebied liggen, ook niet altijd duidelijk.

De autobereikbaarheid van de straten is aanwezig, hoewel er geen mogelijkheid is om vanuit de Voorstraat door te rijden naar de Dorpsstraat of andersom. De aanwezigheid van autobereikbaarheid is voor autogastvrijheid positief, maar het beperkt de aantrekkelijkheid van het winkelgebied. De Voorstraat is momenteel aangeduid als fietsstraat en nodigt daarmee niet uit richting de automobilist. Een ander punt zijn de leegstaande of verwaarloosde panden in de winkelstraten. Hoewel het leegstandspercentage niet erg hoog

ligt, geven de winkelstraten op sommige plekken een ander gevoel. Dit komt deels door verwaarloosde niet-winkelpanden, zoals te zien is in figuur 5.10.

We constateren dat de aankleding met bomen en bloembakken, de (over het algemeen) ruimte voor voetgangers en de locatie met de twee paviljoens (zie figuur 5.15) bijdragen aan de sfeer en uitstraling van het centrum. Zoals eerder genoemd, beperken de in de Dorpsstraat en Voorstraat aanwezige leilindes het zicht op de achterliggende winkels. Zowel de Voorstraat als de Dorpsstraat beschikken onvoldoende over een aantrekkelijke entree.

Tot slot constateren we dat het niveau op van beheer en onderhoud van de openbare ruimte op een aantal plekken verbeterd kan worden. Een schone openbare ruimte en een goede inrichtingskwaliteit dragen bij aan de uitstraling van het winkelgebied.

Tabel 5.1: SWOT-analyse winkelaanbod en winkelstructuur

Sterktes	Zwaktes
Ruim dagelijks aanbod	Beperkt aantal grote trekkers
Functioneel niet-dagelijks aanbod	Beperkt aantal kledingzaken
Heldere hoofdwinkelstructuur	Albert Heijn, Aldi en HEMA suboptimaal gepositioneerd
	Horeca-aanbod niet divers
Aanbod relatief geclusterd	Winkelfunctie De Nieuwe Poort weggevallen
Voldoende parkeergelegenheid	Knip tussen Voorstraat en Dorpsstraat
	Entrees Voorstraat en Dorpsstraat onvoldoende sterk
	Verbinding tussen Jumbo en Voorstraat niet optimaal
Kansen	**Bedreigingen**
Groei inwoneraantal	Winkelfunctie Voorstraat onder druk
Ontwikkelingen clusters rond bronpunten (Kostverloren en ’t Schilt)	Vergrijzing onder MKB’ers

Tabel 5.2: SWOT-analyse sfeer en uitstraling

Sterktes	Zwaktes
Autobereikbaarheid	Autobereikbaarheid beperkt aantrekkelijkheid voor voetgangers
(Parkeer)verwijzingen op een goed niveau	Parkeerroute onvoldoende instinctief en moeilijker voor bezoekers vanuit de regio en toeristen
Inrichtingskwaliteit en horeca-aanbod De Nieuwe Poort	Duidelijk dorpshart ontbreekt
Brede stoep voor de winkels aan de Dorpsstraat	Horeca-aanbod grotendeels beperkt tot De Nieuwe Poort
	Leegstand en verpauperde locaties vallen op
	Boomkrans beperkt zichtbaarheid bedrijven
	Beheer en onderhoud niet overal op hoogwaardig niveau
	Uitstraling vastgoed en etalages sterk wisselend
Kansen	**Bedreigingen**
Creëren van betere zichtlijnen en sfeer bij ontwikkelingen Kostverloren en ’t Schilt.	Toenemende leegstand bij verdwijnen MKB-bedrijven
Profilering van winkels kan verbeterd worden	Uitgestelde investeringen eigenaren in verband met anticiperen op grote ontwikkelingen
Beheer en onderhoud kunnen op sommige plekken verbeterd worden	

6 Detailhandelsvisie gemeente Woudenberg

De trends en ontwikkelingen, de kwantitatieve en kwalitatieve analyse, en de beoordeling van de huidige detailhandelsstructuur leggen de basis voor de visie op de detailhandel in Woudenberg. Deze beschrijven we in dit hoofdstuk:

- Op hoofdlijnen (6.1)
- Met specifieke aandacht voor de deelgebieden en de bijbehorende ontwikkelscenario (6.2)
- Inclusief een aantal overige aandachtspunten, waaronder de rol van de horeca (6.4)

In hoofdstuk 7 vertalen we het detailhandelsbeleid naar een serie concrete actiepunten.

Relevant kader voor detailhandelsvisie

Bij het formuleren van detailhandelsbeleid dient rekening gehouden te worden met beleid en regelgeving die er op (inter)nationaal, regionaal en lokaal niveau zijn. Hierbij valt te denken aan de Europese Dienstenrichtlijn, de Ladder voor Duurzame Verstedelijking, de Provinciale Omgevingsvisie en lokaal relevant beleid. In bijlage 6 worden de voor deze detailhandelsvisie relevante kaders besproken.

6.1 Woudenberg: Onderscheidend Boodschappendorp met méér

We, gemeente en ondernemers, hebben de ambitie om de positie van Woudenberg de komende jaren als een sterk 'Boodschappendorp Plus' te ontwikkelen. Woudenberg, met name het centrum maar ook de perifere winkels aan de Parallelweg, moet voor de lokale bevolking en de regio een **aantrekkelijke en functionele plek zijn om boodschappen te doen**.

Deze ambitie is reëel: het **inwonertal** van Woudenberg groeit de komende jaren relatief hard en de bevolking vergrijst maar zeer beperkt. Het aantal jonge inwoners blijft de komende jaren op een hoog niveau, wat ook een goede basis voor de verdere toekomst legt. Deze (nieuwe) inwoners vragen voorzieningen, het liefst dicht bij huis. Door een goed functionerend winkelgebied blijven deze consumenten behouden voor Woudenberg en neemt de leefbaarheid toe.

Woudenberg heeft, zeker als enkele beoogde ontwikkelingen gerealiseerd worden, een aanbod dat **aantrekkingskracht heeft op de omliggende kernen**, met name in de gemeenten Utrechtse Heuvelrug (zoals Maarn en Maarsbergen) en het nabijgelegen Scherpenzeel. Voor deze lokale en sub-regionale inwoners kan Woudenberg de plek zijn waar zij hun **frequente aankopen** doen. Een volledig dagelijks aanbod, met een grote focus op kwaliteit en service, ondersteund door een beperkt aanbod in niet-dagelijkse winkels dient de basis te zijn voor deze positie. De **nabijheid van (veel) grotere plaatsen** zoals Amersfoort, Veenendaal, Barneveld en op grotere afstand Utrecht, maakt dat de consument voor het echte 'shoppen' (recreatief winkelen, met name gericht op mode en luxe) de toevlucht grotendeels elders zal zoeken.

De **aanwezige bedrijven, de winkelstructuur en de positie** ten opzichte van kleinere omliggende kernen en grotere nabijgelegen steden maakt de ambitie van een centraal **'Boodschappendorp Plus'** voor de hand liggend.
Onderstaand benoemen we een aantal relevante voorwaarden om deze positie de komende jaren te garanderen.

1. Centrum als focusgebied

Het centrum van Woudenberg is zonder twijfel het meest relevante winkelgebied van de gemeente. Hier is het grootste deel van de zelfstandige ondernemers, supermarkten, filiaalbedrijven gevestigd, net als horecabedrijven en dienstverleners. Deze centrale positie moet ook in de komende jaren blijven bestaan. Dat betekent dat het centrum van Woudenberg het primaat heeft in toekomstige retailontwikkelingen. Ontwikkelingen die het centrum versterken zijn wenselijk; anderzijds wordt er zeer terughoudend omgegaan met ontwikkelingen buiten het centrum, die de positie van het centrum verzwakken. In paragraaf 6.4 'Perifere detailhandel' gaan we hier nog nader op in.

2. Basis in een sterk aanbod

De basis voor een sterk boodschappendorp met een sub-regionale aantrekkingskracht ligt in een goed supermarktaanbod, aangevuld met een aantal relevante filiaalbedrijven en een aantal sterke, kwalitatief hoogwaardige zelfstandige aanbieders. In dit kader heeft Woudenberg de volgende ambities:

- Het huidige aantal supermarkten (4 in Woudenberg waarvan 3 in het centrum) is voldoende. Er is zowel aanbod van full-service supermarkten als een discounter. De maat en schaal van de supermarkten in het centrum is echter niet in lijn met de huidige standaarden in de branche. Dit maakt dat de supermarkten momenteel een minder breed en diep aanbod aan hun klanten kunnen bieden, waardoor deze sneller naar andere supermarkten zullen uitwijken. De uitbreiding in omvang van de bestaande supermarkten kan de komende jaren dan ook worden gefaciliteerd. Uit de distributieplanologische analyse blijkt dat er in ieder geval nog zo'n 1.000-1.500 m^2 wvo aan uitbreidingsruimte is. Dit getal laat zien dat er ruimte is om te groeien. Deze uitbreidingsruimte dient gezien te worden als richtinggevend en niet als hard maximum. Het hangt uiteindelijk af van de precieze plannen en de beschikbare fysieke ruimte hoe groot de totale uitbreiding zal zijn.
- Het handhaven van een sterk aanbod aan filiaalbedrijven in de niet dagelijkse sector, gericht op frequent bezoek. Deze zogenaamde 'sub-trekkers' zijn relevant zodat de lokale inwoner en de regiobezoeker niet naar andere plaatsen hoeven af te reizen voor aankopen in bijvoorbeeld textiel en huishoudelijke producten. Momenteel heeft Woudenberg al een behoorlijk aanbod in dit segment van sub-trekkers. Een beperkte aanvulling in dit segment is wenselijk, net als de versterking van de positionering en omvang van de huidige aanbieders.
- Een sterk aanbod aan zelfstandige ondernemers, primair in het dagelijkse segment en aangevuld met het niet-dagelijkse segment. Kwaliteit, service, persoonlijke aandacht en onderscheidend aanbod staan hierbij voorop. Het is van belang om, samen met ondernemers, eigenaren en de makelaars, van tijd tot tijd te bekijken of het aanbod volledig is en of er nog concepten ontbreken. Dit kan een rol zijn voor de taskforce centrum (zie hoofdstuk 7).

3. Een compact en samenhangend winkelgebied

In een sterk Boodschappendorp Plus, waarin de supermarkten de bronpunten vormen, is het van belang dat de aanvullende bewinkeling in een compact gebied om die bronpunten heen gevestigd is, waarbij de loopafstanden beperkt blijven en waarbij zoveel mogelijk een aaneengesloten winkellint wordt gecreëerd. Dit betekent in de praktijk dat we streven naar een kernwinkelgebied dat compacter is dan het nu is. In paragraaf 6.2 gaan we hier nader op in. In figuur 6.3 brengen we de beoogde situatie voor het winkelgebied in beeld.

4. Belang van bereikbaarheid en parkeren

Om de consument die Woudenberg bezoekt om boodschappen te doen goed te kunnen ontvangen, is het belang van goede bereikbaarheid, routing en parkeermogelijkheden groot. In de analyse is reeds geconstateerd dat de huidige situatie van de provinciale weg N226 op een aantal onderdelen een negatieve impact heeft op het functioneren van het winkelgebied: zo vormt de weg een forse belemmering tussen de Dorpsstraat en de Voorstraat. De locatie van de rotonde is niet voor alle bezoekers de instinctieve plek om naar het centrum, de winkels en de parkeerplaatsen te rijden. Het eenrichtingsverkeer in met name de Dorpsstraat is belangrijk voor de aanliggende winkels, waarbij veel ondernemers constateren dat het feit dat niet heen en weer gereden kan worden de gastvrijheid voor de automobilist beperkt. Tegelijkertijd zorgt het eenrichtingsverkeer ervoor dat er meer ruimte is voor de fietser en de voetganger.

Vanuit deze visie wordt er daarom ingezet op de volgende speerpunten:

- Een optimale parkeertoeleiding van het verkeer vanaf de N226 richting de parkeerplaatsen en winkels door middel van bebording;
- Verbetering van de toegankelijkheid van de parkeerplaatsen bij voorgenomen herontwikkelingen (zie paragraaf 6.2)
- Omdat de huidige situatie van eenrichtingsverkeer in de Dorpsstraat nog niet op breed draagvlak kan rekenen, wordt verkend of een aanpassing (bijvoorbeeld richting tweerichtingsverkeer meerwaarde op kan leveren, rekening houdend me de belangen van fietser, voetganger en winkelier.

5. Het dorpshart als streven

Een aantrekkelijk boodschappendorp Plus heeft baat bij een goed dorpshart, waar het fijn is om even te verblijven, tot rust te komen en gebruik te maken van de horeca. In Woudenberg wordt een dergelijk dorpshart al jaren gemist. De ontwikkeling van de Nieuwe Poort heeft om diverse redenen niet aan deze vraag kunnen beantwoorden. Hoewel de structuur van Woudenberg de mogelijkheid tot een dorpshart beperkt, blijft het streven om waar mogelijk de dorpshart/pleinfunctie de komende jaren te versterken. Dit kan op verschillende manieren:

- In de uitwerking van de plannen voor herontwikkeling van het gebied Kostverloren is de invulling van de openbare ruimte nog niet uitgedetailleerd. Een groot beslag op deze ruimte zal hoe dan ook gelegd worden door het parkeren. Dit is een essentiële voorwaarde voor een goed functionerend boodschappendorp. Mogelijk blijft in de nadere uitwerking echter wel ruimte over voor het creëren van verblijfsruimte waar zich bijvoorbeeld horeca met een terras kan ontwikkelen. Deze ambitie zal meegenomen worden in verdere uitwerking.
- In de huidige (bouwkundige) situatie op de Nieuwe Poort zien wij helaas beperkt mogelijkheden om de dorpshartfunctie met horeca verder te versterken. Mochten zich

in de toekomst op welke wijze dan ook kansen aandienen om toch een ontwikkeling in deze richting in te zetten, dan willen we die vanuit deze visie faciliteren. Andere centrum ondersteunende functies zijn hier zeker voorstelbaar. In paragraaf 6.2.2. wordt hier verder op ingegaan.

- In de uitwerking van de visie op (ontwikkeling van) deelgebieden wijzen we enkele locaties aan waar horeca een waardevolle toevoeging kan zijn, om zo de verblijfsmogelijkheden voor de bezoeker te vergroten. Dit is niet hetzelfde als het creëren van een dorpshart, maar kan wel zorgen voor een aantrekkelijker en gezelliger centrum van Woudenberg.

6. Een prettig ingericht centrumgebied

Hoewel een flink deel van de aankopen in Woudenberg frequent, doelgericht en functioneel zal zijn, blijft het belangrijk aandacht te besteden aan de uitstraling van het gebied. Dit is belangrijk voor de identiteit van Woudenberg, voor de positieve associatie van de bezoeker en zeker ook voor de vele toeristen die verblijven in de omgeving van Woudenberg. Bij een goede inrichting is het belangrijk uit te gaan van enerzijds de commerciële identiteit van het gebied en anderzijds het perspectief van de bezoeker. Concreet betekent dit het volgende:

- De bezoeker van het centrum van Woudenberg moet qua sfeer en uitstraling ruim van tevoren zien dat hij/zij een centrumgebied betreedt. Het belang van uitstraling van de entrees is daarom van groot belang. Het betreft hier zowel de openbare ruimte als de hoekpanden van de straten. Het betreft hier voor de Dorpsstraat concreet:
    - de uitstraling van de entree Dorpsstraat bij de kruising met de Kon. Emmastraat;
    - het begin van de Dorpsstraat aan de westzijde, zichtbaar vanaf de N226.

  Voor de Voorstraat gaat het om:
    - het begin van de Voorstraat, zichtbaar vanaf de N226;
    - het begin van het winkelgebied, ter hoogte van de kruising met de Kerkstraat.

  Daarbij dient opgemerkt te worden dat, gezien de focus op de Dorpsstraat als belangrijkste kernwinkelgebied, hier de primaire aandacht naar uit moet gaan.
- Het centrumgebied moet aantrekkelijk en hoogwaardig zijn ingericht om de bezoeker een positieve associatie te geven. Daarbij is het van belang voldoende groen en bijvoorbeeld zitmogelijkheden te bieden. Op dit moment is dat nog onvoldoende het geval.
- Vergroening en klimaatbestendigheid zijn belangrijke uitgangspunten bij het inrichten van de winkelstraten van Woudenberg. Het belang van het winkelen staat echter voorop. Dit betekent dat entrees van winkels goed toegankelijk moeten blijven en hun signing goed zichtbaar moet zijn.
- Het is van het grootste belang dat ondernemers en eigenaren investeren in de commerciële uitstraling van hun vastgoed. Dit draagt bij aan de aantrekkingskracht van het gehele gebied. Aantrekkelijke entrees en etalages zorgen er daarnaast vooral voor dat bezoekers hun aandacht richten op de betreffende winkel en dus sneller naar binnen zullen gaan en hun aankopen gaan doen. Het is van belang dat ondernemers voldoende gestimuleerd en ondersteund worden om deze presentatie van hun winkel te optimaliseren.

7. Samenwerking als basis

Een goed functionerend winkelgebied werkt als een warenhuis: alle elementen versterken elkaar. Samenwerking is daarbij cruciaal, met name binnen de ‘Gouden Driehoek’ van

gemeente, ondernemers en eigenaren, met daarnaast ook aandacht voor de relaties met o.a. de cultuur, de inwoners en de toeristische sector. In Woudenberg heben we deze samenwerking al ingezet, in die zin dat gemeente Woudenberg en DES gezamenlijk opdracht hebben gegeven voor deze visie en in die zin dat de contacten met veel vastgoedeigenaren aanwezig zijn. De DES werkt daarnaast met een Bedrijven Investerings Zone (BIZ), waardoor elke ondernemer in het centrum een steentje bijdraagt aan collectieve investeringen. We willen deze samenwerking voortzetten en te versterken, bijvoorbeeld door het instellen van een 'taskforce centrum', waarin gemeente, ondernemers en eigenaren de opgaven, ontwikkelingen, problemen en uitdagingen met open vizier bespreken. Binnen deze samenwerking kunnen thema's als digitalisering en sfeer en aankleding van het centrum besproken en uitgevoerd worden. Een sfeer van onderling vertrouwen en respect voor elkaars (soms uiteenlopende) belang is een belangrijke voorwaarde.

8. Ondernemerschap

Een belangrijk deel van de visie op de retail beschrijft de ambitie en kaderstelling voor de ruimtelijk-economische winkelstructuur van Woudenberg. Een goed functionerende retail gaat echter in de eerste plaats over de ondernemers zelf. Zij zijn degenen die hun winkel draaiende houden en de consument verleiden hen te bezoeken en aankopen te doen. Een sterk aanbod van goede, kwalitatief hoogwaardige zelfstandige ondernemers is dan ook van vitaal belang voor een aantrekkelijk winkelgebied. Ook na de coronacrisis blijft de detailhandel een sector waar de trends en ontwikkelingen het een uitdaging maken om succesvol te ondernemen.

Goed ondernemerschap is in de basis de verantwoordelijkheid van een ondernemer zelf. Het is echter in het collectieve belang dat elke ondernemer zoveel mogelijk uit zijn of haar onderneming haalt en daarmee een steentje bijdraagt aan de totale winkelbeleving voor de consument. De opgave voor de komende jaren ligt daarmee niet alleen op het collectieve niveau, maar ook op het individuele niveau: waar zijn ondernemers mee geholpen? Welke problemen, ambities en behoeften leven er? Hoe kunnen deze beantwoord worden? Welke ondersteuningsfaciliteiten kunnen bijdragen aan het goed functioneren van ondernemers?

Daarbij is het belangrijk om vanuit de regisserende en faciliterende rol in het centrum inzicht te hebben in het perspectief van de ondernemers; wat is de impact van de coronacrisis, hoe sterk is de vergrijzing onder de huidige MKB-ers, en hoe zit het met de online-concurrentie? Door aandacht te besteden aan het perspectief van ondernemers, kan gestuurd worden op te verwachten ontwikkelingen. Zo kan bijvoorbeeld een ondernemer worden geholpen bij een eventuele bedrijfsovername, een bedrijfsverplaatsing of kan een bedrijf worden geholpen bij het ontwikkelen van een passende online strategie.

9. Marketing en profilering

De keuze voor het profiel van een 'Boodschappendorp Plus', met een sterk aanbod aan supermarkten en ketens en een uitstekend aanbod aan zelfstandige ondernemers is een heldere positionering en voor de consument een begrijpelijke boodschap die ook weerklank zal vinden. Het is zaak om deze positie niet alleen waar te maken (qua aanbod en faciliteiten) maar ook te claimen en te benoemen in communicatie en marketing. Het streven is daarom ook dat vanuit de ondernemersvereniging de komende jaren een marketingstrategie wordt ontwikkeld rondom dit thema en dat er structureel aan wordt gewerkt om deze boodschap bij de consument te laten landen.

6.2 Uitwerking Deelgebieden

6.2.1 Dorpsstraat en Kostverloren, het commerciële hart van Woudenberg

Op basis van de analyse en de visie op hoofdlijnen kiezen we ervoor om de Dorpsstraat en het gebied Kostverloren te benoemen als het commerciële hart van Woudenberg. Hier zijn de belangrijkste trekkers gevestigd en hier is het grootste cluster aan winkels te vinden. Voor de bezoeker is dit het meest logische en herkenbare winkelcluster in het centrum.
Zoals we al eerder geconstateerd hebben, functioneert met name het gebied Kostverloren nu suboptimaal. Samengevat:

- De maat en schaal van met name de supermarkten als grote trekkers passen niet bij de positie die Woudenberg in wil nemen;
- De uitstraling van de looproutes en het commerciële vastgoed is niet optimaal;
- De openbare ruimte is weinig aantrekkelijk voor de voetganger;
- De entrees van de belangrijkste winkels zijn niet altijd goed herkenbaar;
- De parkeerdruk is hoog en de routing naar en van het parkeerterrein niet altijd helder;
- De interactie tussen de Dorpsstraat en Kostverloren is niet goed: er is sprake van een situatie met veel achterzijdes en weinig aantrekkelijke verbinding;
- Het commerciële vastgoed aan de Dorpsstraat profiteert niet van de kracht van Kostverloren.

Om al deze aandachtspunten op te lossen is een **integraal** plan noodzakelijk: een **ontwikkelproject Kostverloren.** Een belangrijke voorwaarde hierbij vinden we de regiefunctie van de gemeente op deze ontwikkeling, waardoor verschillende belangen (commercieel aanbod, uitstraling, parkeerbalans, leefbaarheid) in samenhang betrokken worden en waarbij de afzonderlijke elementen in logische volgorde en in relatie tot elkaar worden meegenomen.

We constateren bij marktpartijen dat deze ambitie er is en bieden met deze visie een aantal kaders voor de gewenste ontwikkelrichting:

A. Nieuwbouw Van den Tweel en herontwikkeling cq. herinvulling achterblijvende locatie in samenhang

De wens bij de eigenaar van de huidige Albert Heijn om te vergroten is op de huidige locatie niet mogelijk. Een nieuwbouwlocatie voor een grotere supermarkt aan de noordwestzijde is in beeld (1a in figuur 6.1). Deze ontwikkeling past bij de ambities van deze visie. Het is echter van belang om in samenhang te kijken naar een goede invulling van de achterblijvende locatie (1b in figuur 6.1). Deze ligt op een cruciale plek en dient als één van de schakels tussen Dorpsstraat en Kostverloren. Een mogelijk scenario is de verplaatsing van de huidige Aldi-supermarkt naar deze locatie. Leegstand of een voor de consument minder interessante functie is zeer ongewenst. Het belang van een open karakter van het pand is hoog en hier moet zoveel mogelijk op gestuurd worden bij vergunningverlening.

B. Ontwikkeling stedenbouwkundige opzet parkeerplein en vastgoed tussen Dorpsstraat en Kostverloren (Dorpsstraat 17-25)

Een tweede cruciale stap in een goede herontwikkeling van Kostverloren is (de ontwikkeling en uitvoering van) een plan waarin het huidige parkeerplein en de rol van de bebouwing tussen Dorpsstraat en Kostverloren (inclusief de in het hierboven genoemde scenario

mogelijk leegkomen van de Aldi-locatie) in samenhang wordt uitgewerkt (1b in figuur 6.1). Zaken die daarbij een rol spelen:

- Wat is de parkeerbehoefte van de huidige en nieuwe ontwikkelingen?
- Hoe kan op deze locatie worden bijgedragen aan een goede openbare ruimte?
- Hoe wordt de verbinding tussen Dorpsstraat en Kostverloren geoptimaliseerd?
- Hoe kan het vastgoed op deze locatie duurzaam gepositioneerd (en eventueel herontwikkeld) worden, in het belang van zowel het centrum als van de eigenaren en zittende ondernemers zelf?

Het heeft de grote voorkeur om onderdeel A en B van het project, zoals hierboven geschetst, in een gezamenlijke fase uit te werken en uit te voeren. We definiëren dit gezamenlijk als fase 1. Het is van belang om in de parkeerbalans rekening te houden met eventuele toenemende parkeerdruk als gevolg van de hieronder geschetste ambitie.

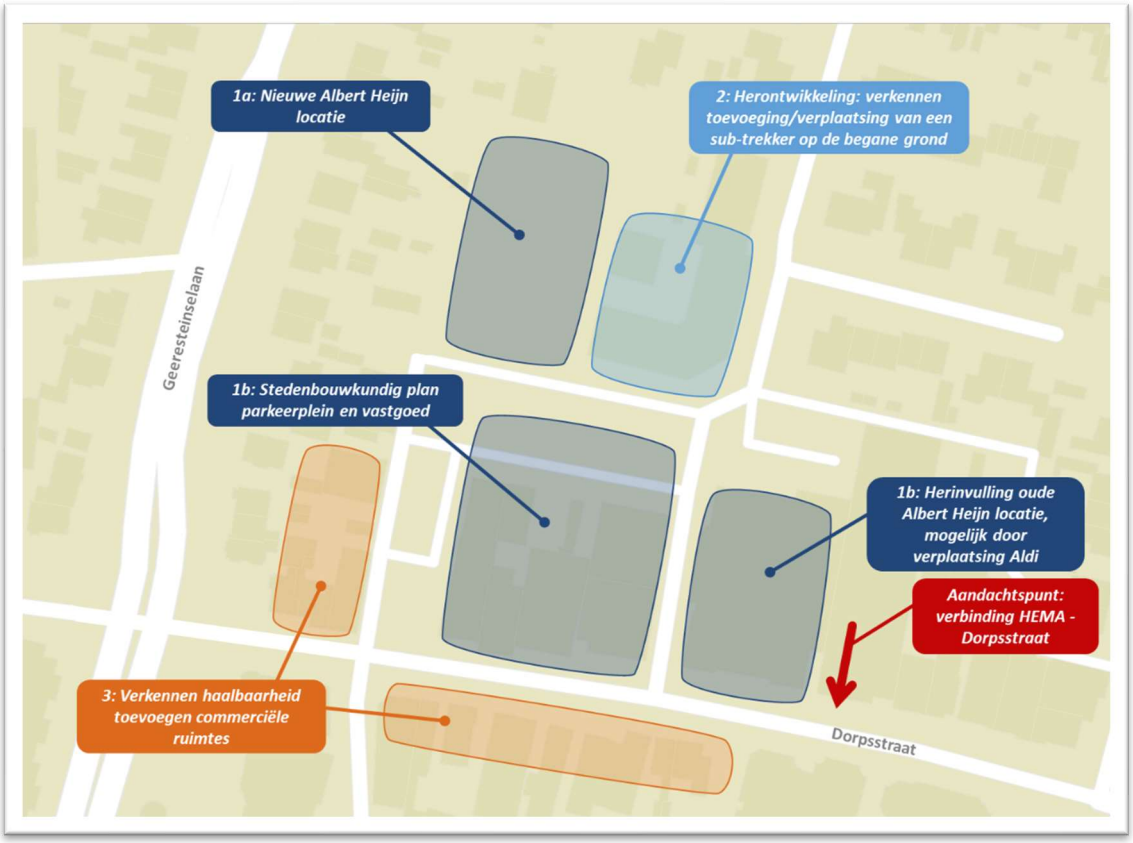
C. Versterken aanbod Kostverloren en Dorpsstraat

Op basis van fase 1 wordt de positie van Kostverloren als bronpunt (commercieel hart) verder versterkt. Deze ontwikkeling creëert een situatie waar andere ondernemers en formules, zich graag zullen willen vestigen. Dit zorgt vervolgens weer voor een verdere versterking van dit cluster. Het kan daarbij gaan om lokale verplaatsende ondernemers of nieuwe toetreders. Om de mogelijkheid voor aanvullende vestiging rond Kostverloren te creëren, vinden we het wenselijk te verkennen of we op een aantal plekken rondom het gebied aanvullende mogelijkheden kunnen bieden voor ontwikkeling van commerciële ruimte, specifiek detailhandel en horeca (de blokken 3 in figuur 6.1). Daarbij valt concreet te denken aan de volgende 3 locaties:

1. De locatie van de huidige Kostverlorenflat, waarbij op de begane grond een toevoeging van een sub-trekker een gewenste ontwikkeling is (blok 2 in figuur 6.1). Daarbij valt bijvoorbeeld te denken aan een winkel in het huishoudelijk segment. Indien hier een herontwikkeling gerealiseerd kan worden, is een winkeloppervlak van 500-800 m^2 realiseerbaar.
2. De ontwikkeling van courante commerciële ruimte (voor detailhandel en/of horeca) in het eerste blok van de Dorpsstraat vanaf de N226. De locatie van deze panden is na herontwikkeling conform eerder benoemde fases goed te noemen.
3. In de Dorpsstraat, specifiek aan de zuidkant, ligt tussen de commerciële panden nog een aantal woningen. Hoewel dit niet direct problematisch is, dragen deze panden niet bij aan de Dorpsstraat als winkelhart. Mocht in de toekomst de mogelijkheid en ambitie zich voor doen om deze panden te herontwikkelen als publieksgerichte commerciële dienstverlening (detailhandel, horeca, publieke dienstverlening), dan kan dit gefaciliteerd worden.

Bovenstaande stappen A tot en met C zullen significant bijdragen aan de structuur, het aanbod en de uitstraling van Woudenberg. Hiermee kan de positie van Woudenberg als Boodschappendorp Plus een forse impuls kan krijgen. Van belang is dat dit commercieel hart zodanig ingericht wordt, dat het primaat ligt bij het winkelen. Bij een commerciële ontwikkeling op de locatie Kostverlorenflat (met woningen daarboven), is het uitgangspunt dat het aantal woningen op deze locatie constant blijft. Een te grote toevoeging van woningen zal ervoor zorgen dat er onvoldoende parkeerplaatsen voor het winkelend publiek overblijven.

Figuur 6.1: Gewenste ontwikkelrichting



Bron: BRDG Advies

6.2.2 De Nieuwe Poort

De Nieuwe Poort is in het verleden ontwikkeld met het doel een ‘dorpshart’ te creëren. Centraal, met een goede mix van pleinfunctie (inclusief warenmarkt), horeca en detailhandel. We moeten echter constateren dat de Nieuwe Poort momenteel niet als zodanig functioneert. Met name de winkelunits blijken zeer moeilijk verhuurbaar. De redenen zijn samengevat:

- Er ontbreekt een automatische passantenstroom;
- De winkelunits zijn relatief groot;
- De bouw van het vastgoed is zodanig dat de winkelunits wat naar achteren gelegen zijn en etalages minder goed zichtbaar zijn.

De horeca in met name de paviljoens functioneert wel en heeft een belangrijke functie voor het dorp. Ook de warenmarkt draagt bij aan de aantrekkingskracht en leefbaarheid van Woudenberg. Dit maakt dat wij ervoor kiezen om De Nieuwe Poort ook in de toekomst te behouden als dorpsplein met een commercieel karakter, waarbij het besef bestaat dat een invulling met detailhandel geen eenvoudige opgave zal zijn. Daarbij passen de volgende opmerkingen:

- De functie van De Nieuwe Poort als centraal plein, net als de behoefte aan meer daghoreca in Woudenberg, maken de Nieuwe Poort in potentie zeer geschikt als horecalocatie. De situatie is nu echter zodanig, dat de voorzieningen in het bouwblok daar geen ruimte toe bieden. Gezien de woonsituatie daarboven is het ook niet aannemelijk dat deze horecavoorzieningen op korte termijn gerealiseerd kunnen worden. Mocht deze situatie in de toekomst veranderen, dan blijft het streven om De Nieuwe Poort voornamelijk als horecaplein te ontwikkelen.
- De winkelunits kunnen in de toekomst flexibel worden ingevuld met diverse commerciële functies. Daarbij valt, naast detailhandel, te denken aan horeca, publieksgerichte dienstverlening, sportschool/fitnesscentrum, maar ook kantoren.
- Om de courantheid van de winkelunits te verbeteren, is het de moeite waarde te verkennen in kleinere units en een uitbouw naar voren (tot aan de rooilijn van de pilaren en bovenliggende bebouwing) gerealiseerd kan worden. De verantwoordelijkheid hiervoor ligt bij de eigenaar.
- Een woonfunctie op de begane grond zien wij niet als een gewenste ontwikkeling, met name vanwege de beperkingen door de verkeerssituatie aan de achterzijde, de beperkende effecten op de omliggende (horeca)bedrijven en de ongewenste verkleuring van het gebied naar een woonmilieu.

Aan de noordzijde van de Nieuwe Poort, ten noorden van de Dorpsstraat, ligt een kleinschalig pleintje. Wij zien hier in de toekomst, mocht de gelegenheid zich voordoen, kansen voor een horeca-invulling. Horeca op deze plek draagt bij aan het aanbod voor de consument en de uitstraling van De Nieuwe Poort/Dorpsstraat vanaf de N226. Bovendien is het pleintje gunstig gelegen voor een terras (zonzijde).

6.2.3 ‘t Schilt en de Voorstraat

Jumbo ’t Schilt en omgeving: compact winkelcluster

Aan de westzijde van het centrum functioneert Jumbo als een sterk bronpunt en speelt daarmee een belangrijke rol in het aanbod van Woudenberg. De Jumbo heeft een uitbreidingsbehoefte. De marktberekening uit de analyse en de eisen die de moderne consument stelt aan het aanbod en de uitstraling van een supermarkt bieden voldoende onderbouwing voor deze uitbreiding. Bovendien biedt een groter vloeroppervlak Jumbo de gelegenheid om op een goede manier te kunnen concurreren met de supermarkten aan de oostzijde, na de beoogde herontwikkelingen op Kostverloren. Het is voor het centrum van belang om de uitbreiding van Jumbo op locatie te faciliteren. Een sterke Jumbo kan ook dienen als basis voor een compact cluster van dagelijkse winkels, als tegenhanger van Dorpsstraat/Kostverloren.

In de zoektocht naar uitbreidingsruimte wordt gekeken naar de omliggende schil. Het is aan de marktpartijen zelf om hier tot een gewenste en haalbare voorkeursvariant te komen. Vanuit deze visie worden daarbij de volgende kaders meegegeven:

- Een doorgang tussen het parkeerterrein en de Voorstraat dient in voldoende mate behouden te blijven;
- Zodra uitbreiding gerealiseerd kan worden zal naar verwachting ook de ingang verplaatst worden. Voor de Voorstraat is het optimaal als deze ingang zo dicht mogelijk naar de Voorstraat geplaatst is. Tegelijkertijd heeft Jumbo, net als haar klanten, een groot belang bij een ingang gelegen aan het parkeerterrein. Dit betekent dat het afhangt van de precieze planontwikkeling waar de ingang van Jumbo zal komen. Daarbij is een goede relatie tussen ingang en parkeerterrein essentieel.
- Voor de ruimtes rondom de beoogde nieuwe Jumbo, dient opnieuw verkend te worden of een herontwikkeling gerealiseerd kan worden. Daarbij is het een wenselijke optie om een compact cluster van commerciële functies te behouden en/of te creëren dat goed aansluit op de supermarkt. De gedachte gaat vooral uit naar een verscluster (bakker, bloemist, slager, delicatessen), mogelijk aangevuld met een drogist. In de huidige situatie liggen de winkels die kunnen profiteren van de aantrekkingskracht van Jumbo te ver van de ingang. Afhankelijk van de lay-out van Jumbo, kan aanvullende winkelruimte gecreëerd worden voor naast of tegenover de ingang van de Jumbo. De genoemde winkels in een beoogd dagelijks cluster zijn deels al aanwezig in de Voorstraat en kunnen mogelijk reloceren.
- Het stedenbouwkundig plan voor deze eindsituatie dient verder uitgedacht te worden.

Voorstraat

Zoals al uit de analyse blijkt, functioneert de Voorstraat momenteel niet goed als winkelstraat. Samengevat zijn de oorzaken:

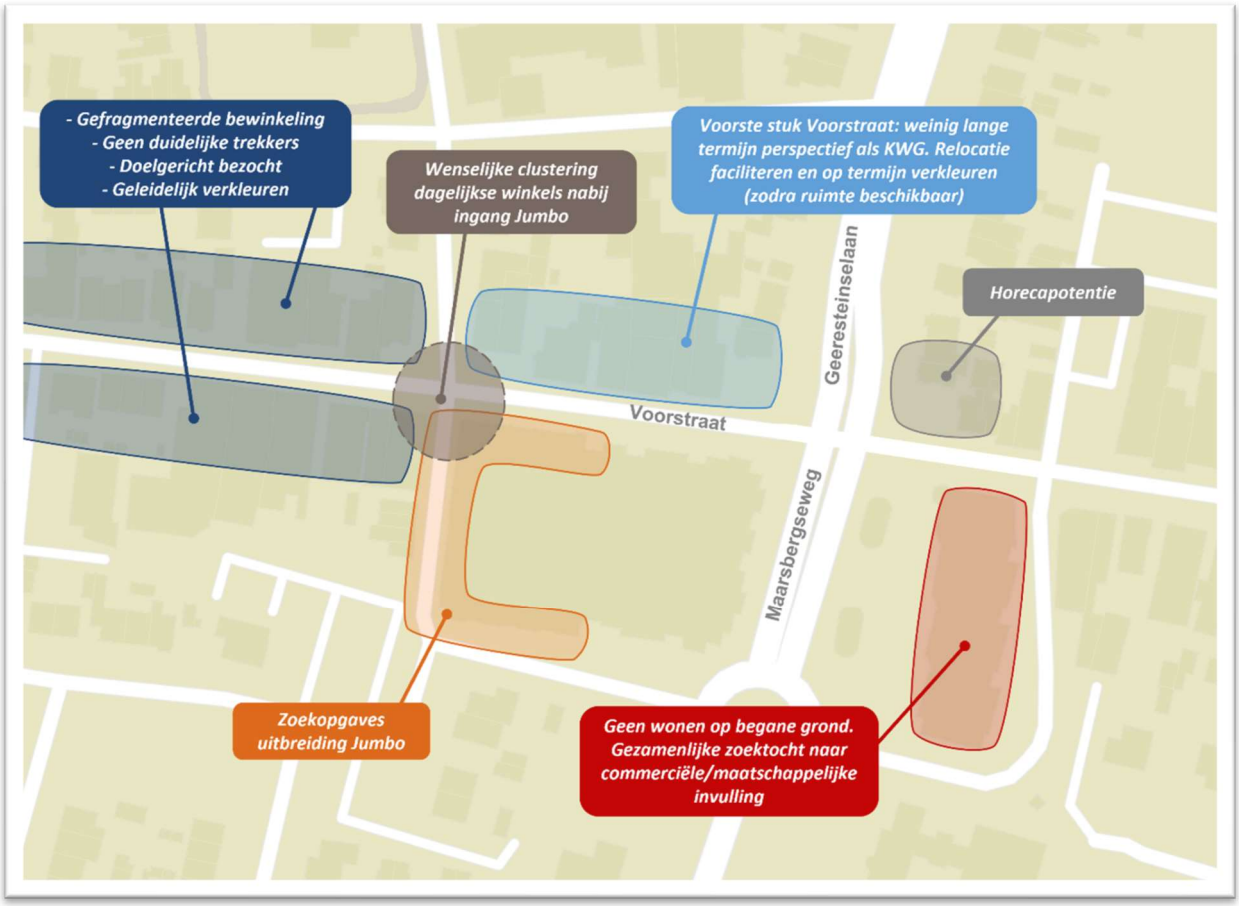
- Geen duidelijke trekkers;
- Vooral doelgericht bezochte winkels;
- Geen herkenbaar afgebakend winkelgebied;
- Een beperkte relatie met Jumbo en parkeerterrein;
- De oversteek van de N226 naar Dorpsstraat functioneert als een barrière.

Zeker het **westelijke deel van de Voorstraat**, vanaf (enkele panden voorbij) de kruising met de Schoutstraat/'t Schilt, functioneert nog maar zeer beperkt als winkelstraat. Hier zijn afwisselend winkels, woningen en andere functies te vinden. Voor dit gedeelte geldt dat dit de komende jaren naar verwachting nog verder zal verkleuren richting een woonstraat. Winkels die op hun huidige locatie nog goed op hun plek zitten kunnen uiteraard blijven; voor winkels die zich graag willen clusteren in het commerciële hart van Woudenberg kan actief meegedacht worden over relocatie.

Het **oostelijke deel van de Voorstraat**, grofweg vanaf de kruising Schoutstraat/'t Schilt tot de N226, functioneert nog iets beter, mede door de nabijheid van Jumbo. Ook hier zien wij echter een verminderd toekomstperspectief. De uitbreiding van de Jumbo kan enerzijds een impuls betekenen, maar betekent anderzijds mogelijk dat winkels aan de Voorstraat moeten verdwijnen. De commerciële kracht van het gebied wordt dan ook minder. Om deze redenen kiezen we er voor om in het oostelijke deel van de Voorstraat op termijn verkleuring naar andere functies te faciliteren. We verwachten dat het de komende jaren nog het karakter van een winkelstraat zal blijven behouden. Wel vinden we het zaak om op individuele basis actief met ondernemers in gesprek te gaan om te kijken wat hun perspectief is. Relocatie kan daarbij een bespreekpunt zijn. Met name aan de noordzijde van de straat zien we ook perspectief voor het toevoegen van een horecabedrijf, in aansluiting op de huidige lunchroom op de hoek.

De functie oostzijde van het blok waarin de Jumbo is gevestigd (Weteringse Hof/Henschoterhof) is op dit moment nog specifiek aangeduid en wordt beperkt tot kantoren en showrooms. We willen dit blok op dezelfde wijze beschouwen als de Voorstraat: indien marktpartijen (retail, horeca, dienstverlening en andere) de komende jaren kansen zien zich hier te vestigen, willen we dit faciliteren. We zetten voor het gehele gebied, inclusief de begane grond van Weteringse Hof/Henschoterhof uiteindelijk in op verkleuring, waarbij de detailhandel zich concentreert in en aan de Dorpsstraat.

Figuur 6.2: Gewenste ontwikkelrichting



Bron: BRDG Advies

Figuur 6.3: Toekomstige detailhandelsstructuur Woudenberg

Bron: BRDG Advies

6.3 Perifere detailhandel

Het cluster van winkels rond de kruising Stationsstraat-Parallelweg en de bouwmarkt en winkels in woninginrichting even verderop hebben een belangrijke functie in Woudenberg. Het is het Perifere Detailhandels Vestigings-cluster (PDV-cluster) van Woudenberg. Hier zijn de winkels gevestigd die qua aard en omvang geen plek (kunnen) hebben in het centrum en die in de basis volumineus zijn.[21]

De aanwezige Hoogvliet-supermarkt trekt bezoekers uit de wijde omgeving. We kiezen ervoor om het huidige cluster te consolideren en daarmee de lijn uit het huidige bestemmingsplan 'Bebouwde Kom Woudenberg' vast te houden. Dit betekent concreet:

- De Hoogvliet supermarkt is een op zichzelf staande functie die vanuit het verleden op deze locatie is ontstaan en kan daarom als zodanig blijven functioneren. De aanwezigheid van een supermarkt buiten het centrum past echter niet in de visie van de gemeente en toevoeging van supermarkten of andere reguliere winkels (anders dan PDV-branches) in het dagelijkse en niet-dagelijkse segment is dan ook ongewenst.
- De toekomstige ontwikkeling voor Welkoop en een sanitair-bedrijf passen bij de functie van het cluster als PDV-locatie en zijn in die zin logisch en consistent.
- Er wordt niet gestreefd naar een verdere uitbreiding van het PDV-cluster, tenzij het gaat om verplaatsingen van bestaande bedrijven in PDV-branches. Indien zich toch nieuwe initiatieven aandienen dienen deze in ieder geval getoetst te worden aan de volgende maatstaven:
    - Zijn de winkels inderdaad qua aard en omvang niet inpasbaar in het centrum van Woudenberg?
    - Wat is het effect op de huidige detailhandelsstructuur? Is er behoefte? Heeft het initiatief een verstorend effect?

  Clustering bij en aansluiting op het bestaande perifere cluster is hoe dan ook een vereiste.

6.4 Horeca

Horeca heeft een belangrijke rol in de aantrekkingskracht en het functioneren van een centrumgebied. In de analyse van deze visie is al geconstateerd dat het centrum van Woudenberg relatief weinig ondersteunende (dag)horeca-faciliteiten kent. Een goed horeca-aanbod heeft een meerwaarde, zowel voor het centrum als voor de inwoners en toeristen.

Voor de verdere versterking van het centrum wordt dan ook gestreefd naar een beperkte toename van met name dag- en avondhoreca. Indicatief gaat het dan bijvoorbeeld om een lunchroom, broodjeszaak, bistro, grand café of restaurant. Er is vanuit deze optiek geen streven om nachthoreca (café, discotheek, club) toe te voegen aan het aanbod in het centrum.

Ruimtelijk valt aan te geven dat horeca vooral gewenst is op/aan pleinen en pleintjes en op hoeklocaties. In de eerdere paragrafen zijn enkele mogelijke aanvullende horecalocaties benoemd.

[21] Het gaat het hier om bijvoorbeeld aanbieders van (brand)gevaarlijke stoffen, grove bouwmaterialen, bouwmarkten, tuincentra, woninginrichtingszaken, auto-, boten-, en caravan-bedrijven.

6.5 Overig

Met een aantal bijzondere vormen van detailhandel gaat de gemeente als volgt om:

- De aanwezigheid van **webshops** buiten de aangewezen winkelgebieden wordt toegestaan, mits er géén afhaal- of betaalmogelijkheid bestaat en er geen toonzaalfunctie is. Is dit wel het geval, dan dient de webshop zich te bevinden in een winkelgebied;
- Bij sommige **productie- of agrarische bedrijven** bestaat een situatie van ondergeschikte detailhandel: een klein deel van de productie wordt gereserveerd voor directe verkoop aan consumenten en/of er wordt een klein deel van de locatie ingericht voor deze verkoop. Als uitgangspunt wordt deze ondergeschikte detailhandel zoveel mogelijk beperkt;
- Het fenomeen **'vliegende winkels'** wordt niet toegestaan buiten bestaande detailhandelsgebieden. Vliegende winkels zijn bedrijven die zich voor een zeer korte periode in een pand vestigen, over het algemeen ten behoeve van partijrestverkoop met zeer hoge kortingen. Deze initiatieven hebben geen positieve invloed op de winkelstructuur: het gaat om tijdelijke initiatieven die een deel van de markt van een bepaalde sector afsnoepen en geen blijvende bijdrage leveren aan de uitstraling en aantrekkingskracht van een winkelgebied. Veelal vestigen deze vliegende winkels zich het liefst tijdelijk in goedkope panden, vaak buiten winkelgebieden. Dit wordt niet toegestaan. Vliegende winkels in leegstaande panden binnen een winkelgebied zijn niet te voorkomen; het advies aan eigenaren is zich hierbij terughoudend op te stellen.

7 Actieplan

Om de ambities van de detailhandelsvisie te realiseren, is het belangrijk dat er op een aantal fronten concrete stappen worden gezet. In dit hoofdstuk noemen we de belangrijkste acties die we als gezamenlijke partijen in willen zetten. We noemen daarbij ook de verschillende verantwoordelijkheden en noodzakelijke betrokkenheid.

7.1 Ruimtelijk-economische ontwikkelingen

De potentiële ontwikkelingen rond Kostverloren, Dorpsstraat, 't Schilt en Voorstraat zijn significant. De resultaten zijn van groot belang voor de toekomstige winkelstructuur. Het is dan ook van belang dat hier op een goede manier regie op gevoerd wordt. Vanuit deze visie wordt dan ook ingezet op:

1. Inzet van een tijdelijke gemeentelijke regisseur detailhandelsontwikkeling

Deze persoon krijgt, in opdracht van de gemeente en ondersteund door DES, voor een perioden van 1-2 jaar de taak om de verschillende ontwikkelopgaven met daadkracht, kennis en kunde te begeleiden. Het is niet zozeer een uitvoerend projectleider voor de uiteindelijk beoogde ruimtelijke ontwikkeling, maar veel meer de persoon die de belangen bijeen brengt, met marktpartijen schakelt en een ambitieuze, maar realistische strategie formuleert richting een eindoplossing; met daarbij oog voor het grotere plaatje (zowel de totale detailhandelsstructuur als de leefbaarheid). Het is daarmee de persoon die de kaders van het project formuleert en (ook tijdens uitvoering) oog houdt voor nieuwe kansen.

De activiteiten betreffen:

- het faciliteren van marktpartijen op de ontwikkellocaties, op basis van een duidelijke stip op de horizon en aandacht voor samenhang, haalbaarheid, beleid en randvoorwaarden;
- het formuleren van een realistisch eindbeeld en het formuleren van een project-en vastgoedstrategie om tot dit eindbeeld te komen;
- het begeleiden van individuele ondernemers en eigenaren in hun opgave voor de komende jaren: verplaatsingsambities, herontwikkelmogelijkheden, etc.
- het ontwikkelen en benutten van stimuleringsregelingen (zie hieronder).

Primaire verantwoordelijkheid: gemeente
Noodzakelijke betrokkenheid: belangrijkste eigenaren en ondernemers per opgave (met name Kostverloren en 't Schilt)

2. Projectgestuurde en integrale aanpak deelprojecten Kostverloren en 't Schilt

Onder aansturing van de regisseur detailhandelsontwikkeling worden ontwikkelprojecten opgestart waarin ambities van marktpartijen (ondernemers en eigenaren), gemeentelijk beleid, stedenbouwkundige randvoorwaarden en exploitatie bijeen worden gebracht. Deze projecten dienen uit te monden in heldere ontwerpvoorstellen, exploitaties en faseringen, die ter besluitvorming aan de gemeenteraad kunnen worden voorgelegd.

Primaire verantwoordelijkheid: gemeente
Noodzakelijke betrokkenheid: taskforce (gemeente, DES, vastgoedeigenaren, belangrijkste stakeholders projecten)

3. Uitvoeren functioneringsscan ondernemers

Voor een goed beeld van de situatie en het perspectief van de zittende ondernemers, is er de wens om een functioneringsscan uit te voeren onder detailhandels- en horeca ondernemers in Woudenberg. Uit deze scan ontstaat een beeld van de ambities en perspectieven van ondernemers en de consequenties en kansen die dit heeft voor (de structuur van Woudenberg): welke ondernemer wil verplaatsen of uitbreiden? Welke ondernemer geeft aan binnen afzienbare tijd te willen stoppen, al dan niet vanwege leeftijd? Deze inzichten geven de gemeente een basis om het regie-traject verder invulling te geven. Zo kan bijvoorbeeld in de vastgoedstrategieën geanticipeerd worden op toekomstplannen van ondernemers en/of eigenaren.

Primaire verantwoordelijkheid: gemeente en DES

4. Verkenning instrumentarium stimulering detailhandel

De regisseur detailhandelsontwikkeling kan op basis van de inzichten van de functioneringsscan in beeld brengen wat de grootste opgaves zijn voor individuele ondernemers en in hoeverre daar een aanvullend instrumentarium op ontwikkeld moet worden. Op andere plekken in Nederland bestaan goede ervaringen met bijvoorbeeld verplaatsings- of transformatieregelingen en op provinciaal en landelijk niveau worden regelmatig subsidies ontwikkeld die gemeenten de kans geven dergelijke regelingen op te stellen en uit te voeren. Deze kansen willen we ook in Woudenberg benutten.

Primaire verantwoordelijkheid: gemeente
Noodzakelijke betrokkenheid: taskforce centrum

5. Actualiseren planologisch kader

Op basis van deze visie is het belangrijk om op zo kort mogelijke termijn bestemmingsplannen te actualiseren, of de consequenties van de visie te verwerken in de Omgevingsvisie en het Omgevingsplan. Het betreft dan met name de gebieden waar de beoogde ontwikkelingen plaats zullen vinden en de gebieden waar verkleuring meer dan nu wordt gefaciliteerd (Voorstraat, Henschoterhof, Weteringse Hof). Dit is een belangrijke stap om de ambities en kaders uit deze visie ook daadwerkelijk te kunnen voeren.

Primaire verantwoordelijkheid: gemeente
Noodzakelijke betrokkenheid: taskforce centrum

6. Verkenning tweerichtingsverkeer Dorpsstraat

Om te bepalen of herintroductie van tweerichtingsverkeer in de Dorpsstraat een wenselijke optie is, zullen hiervoor de mogelijkheden worden verkend. Hierbij zal rekening gehouden worden met (volwaardige en aantrekkelijke) toegankelijkheid voor fietser en voetganger, die ook een belangrijke doelgroep vormen voor Woudenberg en haar ondernemers. In deze verkenning speelt een goede verkeersafwikkeling rond het nieuwe toekomstige gebied Kostverloren een rol.

Primaire verantwoordelijkheid: taskforce centrum (met name ondernemers en gemeente)

7. Optimaliseren parkeerverwijzingen

Op basis van een gezamenlijke schouw door gemeente en ondernemers zullen de verbeterpunten qua parkeerverwijzing en -routering in beeld worden gebracht. Naar

verwachting betreffen de verbeterpunten met name de bebording Zodra dit gebeurd is, kan een verbetervoorstel worden opgesteld.

Primaire verantwoordelijkheid: gemeente (schouw en implementatie) en DES (schouw)

8. Inrichtingsplan vergroening en entrees

Uit de analyse komt naar voren dat de afbakening en de entrees van het kernwinkelgebied nog meer herkenbaar en aantrekkelijk kunnen worden gemaakt. Dit bijvoorbeeld door groene accenten aan te brengen aan het begin van een winkelgebied en een verandering in de bestrating (onder andere verhoging), en veel aandacht te hebben voor de gevels van de (hoek)panden aan het begin van dat winkelgebied. Ook banieren of borden kunnen helpen bij het markeren van een entree van een winkelgebied. Hiervoor dienen inrichtingsplannen te worden opgesteld. Vergroening van de winkelstraten blijft een belangrijk aandachtspunt; de komende periode zal bekeken worden op welke wijze vergroening en commerciële uitstraling het beste gecombineerd kunnen worden. Hiervoor zal een ontwerp worden opgesteld en zal met eigenaren van vastgoed verkend worden welke verbeteringen aan hun vastgoed mogelijk zijn.

Primaire verantwoordelijkheid: gemeente
Noodzakelijke betrokkenheid: DES, provincie (i.vm. verantwoordelijkheid N226)

7.2 Samenwerking en ondernemerschap

Ook op het gebied van ondernemerschap en samenwerking zien wij diverse concrete acties voor de komende jaren:

1. Instellen taskforce centrum

Deze visie is een gezamenlijk product van gemeente Woudenberg en DES en is begeleid door een kerngroep met daarin ook de horeca. De ambitie is om structureel overleg tussen deze partijen ook na oplevering van deze visie voort te zetten, idealiter ook met inbreng vanuit het vastgoed. Voor deelname vanuit het vastgoed dient overleg met eigenaren plaats te vinden: willen eigenaren één of enkele personen aanwijzen die namens hen optreden in de taskforce? In een taskforce centrum kunnen de ontwikkelingen, aandachtspunten, brancheringsopbouw, problemen en opgaven aan de voorkant besproken worden, in een sfeer van onderling vertrouwen. Ook dient in deze taskforce de voortgang van de uitvoering van deze retailvisie te worden bewaakt. Zo sturen partijen samen op het centrum van Woudenberg, uiteraard met respect voor ieders positie en verantwoordelijkheid.

De detailhandelsregisseur trekt de taskforce en gebruikt als leidraad van de overleggen de uitvoering van het hier gepresenteerde actieplan.

Primaire verantwoordelijkheid: gemeente, DES, KHN, vastgoedeigenaren

2. Marketingstrategie

Om de positie als Boodschappendorp Plus te versterken en te communiceren is een goede marketing- en communicatiestrategie waardevol. De verantwoordelijkheid hiervoor ligt in de basis bij de ondernemers.

Primaire verantwoordelijkheid: DES
Noodzakelijke betrokkenheid: Regionaal Bureau voor Toerisme (RBT)

3. Aanbodversterking

Een goed en samenhangend aanbod trekt bezoekers en daarmee maakt Woudenberg haar positie als Boodschappen Dorp Plus waar. Om dit aanbod verder te versterken is het van belang dat ondernemers en gemeente, ondersteund door de regisseur detailhandels- ontwikkeling, gezamenlijk definiëren welke concepten nog ontbreken en hoe deze toegevoegd kunnen worden. Een en ander dient uiteraard in nauwe afstemming te gebeuren met makelaars en vastgoedeigenaren.

Primaire verantwoordelijkheid: taskforce centrum. Uitvoering via detailhandelsregisseur en lokale makelaars.

4. Advies presentatie en profilering bedrijven

In voorgaande hoofdstukken is al genoemd dat de uitstraling en aantrekkingskracht van het centrum verbeterd kunnen worden door te investeren in mooie gevels en aantrekkelijke entrees en etalages. De kwaliteit is nu sterk wisselend en kan verbeterd worden. De verantwoordelijkheid hiervoor ligt bij ondernemers en eigenaren, maar zij kunnen ondersteund worden met een individueel advies, waarin de huidige situatie beoordeeld wordt en tips gegeven worden om de presentatie van hun bedrijf te versterken. Dit zal de totale beeldkwaliteit en uitstraling van het centrum fors kunnen versterken.

Primaire verantwoordelijkheid: DES en vastgoedeigenaren, uitvoering via ingehuurde expertise

5. Thema avonden Ondernemerschap

Om ondernemers zo goed mogelijk te ondersteunen in hun bedrijfsvoering is het wenselijk als zij met enige regelmaat het aanbod krijgen een workshop of thema-avond bij te wonen, bijvoorbeeld over digitale strategie, klantgerichtheid of verduurzaming. Vanuit deze visie bestaat de ambitie om met enige regelmaat dergelijke avonden te verzorgen.

Primaire verantwoordelijkheid: DES

Bijlage 1 - Trends en ontwikkelingen

Er zijn een aantal trends te onderscheiden die direct of indirect invloed hebben op de Nederlandse winkelgebieden en winkelstructuur. Deze trends op landelijk niveau zijn vaak ook op regionaal of lokaal niveau zichtbaar. De diverse ontwikkelingen zullen vroeg of laat gevolgen hebben voor het te voeren gemeentelijke detailhandelsbeleid. De belangrijkste trends en ontwikkelingen geven we hier weer.

Online winkelen

Het gebruik van internet voor het doen van aankopen is de afgelopen jaren sterk blijven stijgen. Het aantal webwinkels in Nederland is in tien jaar tijd meer dan verdrievoudigd, van circa 15.000 webwinkels in 2010 tot ruim 50.000 in 2020[22]. Ook de online bestedingen zijn flink gestegen; in 2013 bedroeg het nog ongeveer 10 miljard euro, in 2018 ruim 23 miljard euro en in 2019 al bijna 26 miljard euro[23]. Het aandeel bestedingen dat online gedaan wordt aan producten is van bijna 8% in 2014 gestegen naar 13 à 17% in 2018 en dit aandeel stijgt jaarlijks hard door. Zo lag het aandeel online in Q2 van 2019 op 24% en in Q2 van 2020 op 26%[24]. Behalve de branches media, elektronica, mode en speelgoed, laat ook de food sector sterke groeipercentages zien.

Social media vervullen tegenwoordig een grote rol bij het nemen van beslissingen door consumenten. Reviews van influencers/vloggers/bloggers worden steeds belangrijker ten opzichte van reguliere advertentiekanalen. Consumenten hebben tal van keuzemogelijkheden en kunnen gemakkelijk producten met elkaar vergelijken. Daarnaast is de smartphone onontbeerlijk geworden, waarmee potentiële consumenten op elke gewenste plek van de meest actuele aanbiedingen op de hoogte kunnen worden gehouden. Winkels maken veel gebruik van de technische mogelijkheden; apps bieden vele kansen. Dat de smartphone onmisbaar is geworden blijkt uit de cijfers: in 2019 gebruikte 37% van de online kopers wel eens zijn telefoon om een aankoop te doen, in 2020 lag dit percentage al op 43%[25].

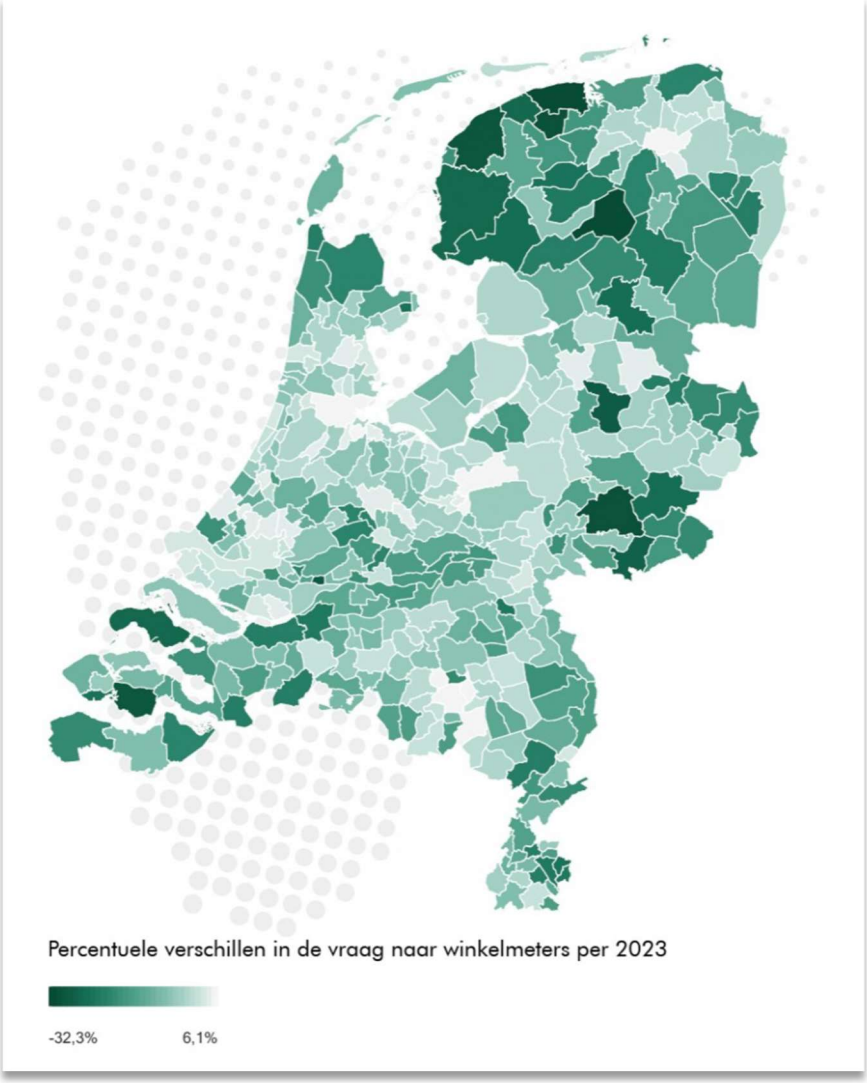
Bepaalde soorten winkels, zoals fotozaken en reisbureaus, zijn door de komst van het internet deels verdwenen, maar er is ook een omgekeerde trend ontstaan waarbij onlineaanbieders ervoor kiezen om ook met een fysieke winkel in de stad aanwezig te zijn (zoals Coolblue). Ontegenzeggelijk is echter het feit dat de grote retailplatformen (Bol.com, Wehkamp, Zalando, Amazon en Ali Express) een groeiend aandeel van de consumentenbestedingen voor hun rekening nemen. Hoe dit uiteindelijk uitpakt in een nieuwe stabiele situatie blijft ongewis. Lokale winkeliers staan daarbij ook voor de vraag: hoe acteer ik in het sociale domein? Werk ik met een (eigen) webshop? Sluit ik me aan bij lokale initiatieven? Maak ik gebruik van een groot retailplatform?

[22] Hoeveel webwinkels zijn er in Nederland? (Thuiswinkel.org, 2020)
[23] Nederlandse consumenten geven online €25,8 miljard uit in 2019 (Thuiswinkel.org, maart 2020)
[24] Infographic Thuiswinkel Markt Monitor Q2 2020 (Thuiswinkel.org, 2020)
[25] Nederlandse online consumentenbestedingen stijgen in Q2 met 12% naar €6,36 miljard (Thuiswinkel.org, september 2020)

Afnemende behoefte aan fysieke winkelmeters

De vraag naar vierkante meters winkelruimte neemt af. De groei van het online winkelen is hierbij een belangrijke factor, maar ook demografische ontwikkelingen (vergrijzing, bevolkingskrimp) en veranderende consumentenbestedingen (meer bestedingen aan diensten in plaats van goederen) zorgen ervoor dat er minder behoefte is aan fysieke winkelmeters. Ondernemers in fysieke winkels opereren in een dynamischere omgeving dan voorheen, waarin consumenten kritischer zijn op hun uitgaven, meer waarde hechten aan beleving en waarin transparantie door internet de retail onder druk zet. Hoe groot en of er een afname is van het aantal vierkante meters is afhankelijk van het type winkelgebied. Winkelgebieden met veel niet-dagelijks aanbod ervaren bijvoorbeeld een sterkere concurrentie van het internet dan gebieden waar de focus voornamelijk ligt op de dagelijkse sector. Figuur 1 geeft voor alle Nederlandse gemeentes weer waar een afname of toename van de vraag naar winkelmeters wordt verwacht. In tegenstelling tot het midden van het land en de Randstad, worden in delen van Friesland, Groningen, Drenthe, oost-Overijssel, oost-Gelderland, Limburg en Zeeland sterke afnames verwacht.

Figuur 1: Vraag naar winkelmeters per gemeente



Bron: CBRE, 2019

Schaalvergroting en -verkleining

Er vindt een schaalvergroting plaats in de voorzieningenstructuur. De consument verwacht tegenwoordig een completer assortiment, of het nu gaat om levensmiddelen, mode of meubelen. In zowel de dagelijkse als niet-dagelijkse sector neemt de noodzakelijk benodigde massa (= aantal m² WVO) toe. Tien jaar geleden was een supermarkt van 600 à 800 m² WVO voldoende groot, tegenwoordig heeft een full service supermarkt minimaal het dubbele nodig. Ondernemers hebben daardoor soms een groter pand nodig om zich te huisvesten. Mede gezien de gewenste bereikbaarheid voor de consument en een efficiënte bevoorrading groeit de vraag naar een vestiging buiten, of aan de rand van, bestaande winkelcentra.

Hier staat tegenover dat een groot aandeel van de ondernemers niet kiest voor groot, groter grootst, maar er juist voor kiest om op een relatief beperkt oppervlak te ondernemen. Persoonlijke aandacht, authenticiteit en beleving staan daarbij centraal. In sommige gevallen wordt het minder brede assortiment in de winkel gecompenseerd met een online bestelmogelijkheid.

Branchevervaging en blurring

Samenhangend met de schaalvergroting is de trend van de branchevervaging. Winkels verbreden hun assortiment om de consument meer te kunnen bieden. Eenieder kent de voorbeelden in zijn eigen omgeving: bouwmarkten verkopen ook planten, tuincentra verkopen ook huishoudelijke artikelen en supermarkten verkopen ook mediaproducten. Hier is sprake van een onomkeerbaar proces; de consument is er nu aan gewend dat deze mogelijkheden er zijn. ‘Blurring’ ontstaat wanneer diverse sectoren zich met elkaar mengen, zoals horecaconcepten met detailhandelsverkopen en omgekeerd. Meerdere disciplines worden onder één dak aangeboden, zoals retail, horeca, cultuur en vermaak. Een al langer bestaand voorbeeld is de bakker met lunchroom, maar ook in het kader van de behoefte aan beleving komen steeds meer nieuwe concepten in beeld.

Figuur 2: Bakker Haafs en Boomker Boeken in het centrum van Haren (Groningen) vinden elkaar letterlijk in het midden via een bakkerscafé annex leesgedeelte

Bron: Oogst Groningen

Consumentengedrag

Door veranderingen in de wensen van de consument is het consumentengedrag de afgelopen decennia sterk veranderd. Verblijf in en beleving van winkelgebieden is in toenemende mate van belang. Zowel in de detailhandel als in de horeca wordt de vraag naar service en gemak steeds groter. Ook is de consument tegenwoordig meer klimaatbewust en zijn thema's als duurzaamheid en social impact van grote invloed bij keuzegedrag. Een andere ontwikkeling is dat afstand, door de opkomst van de e-bike, niet meer een allesbepalende factor is bij het bezoeken van winkelgebieden. De e-bike is niet gebonden aan autoparkeerplaatsen, waardoor de consument tot in het centrum kan komen. Onder andere door deze ontwikkeling is de consument mobieler dan voorheen en stelt hij/zij andere eisen aan een bezoek aan de stad.

Identiteit, authenticiteit, beleving

De laatste jaren zijn identiteit en authenticiteit belangrijke thema's in het ruimtelijk beleid, en een middel om een gebied onderscheidend vermogen te geven. Hierdoor kan een stad, wijk of regio op de kaart en in de markt geplaatst worden. De consument is door de toegenomen mobiliteit en behoefte aan andere vormen van tijdsbesteding bereid om langere afstanden af te leggen naar aantrekkelijke winkelcentra. Het onderscheid tussen het doen van boodschappen en shoppen is steeds duidelijker geworden. Wanneer de consument ervoor kiest om te gaan shoppen, zijn omgeving, sfeer en ambiance heel belangrijk. Deze beleving van een winkelgebied wordt bepaald door diverse elementen. Het gaat dan onder andere om de servicegraad, de parkeergelegenheid, de inrichting van de openbare ruimte, de aanwezigheid van evenementen, de kwaliteit van de (dag)horeca en technologische snufjes

zoals gratis wifi en apps met aanbiedingen. Bij parkeren gaat het niet alleen om de beschikbaarheid van een parkeerplaats, maar ook of deze gratis is, voldoende maatvoering heeft en op welke afstand van de winkels hij ligt. Dit alles draagt sterk bij aan het realiseren van een eigen identiteit van een stad of kern.

Wegvallen van het middensegment

De afhankelijkheid van een keten of franchiseformule brengt risico's met zich mee. Diverse bedrijven hebben afgelopen jaren te kampen gekregen met een faillissement. Met name het middensegment heeft hier hinder van ondervonden. De profilering is niet altijd meer de juiste, waardoor de bedrijfseconomische situatie voor meerdere ketens nijpender is geworden. Door onvoldoende onderscheidend eigen gezicht zijn reeds diverse formules omgevallen. De omgevallen formules beperken zich niet alleen tot middelgrote spelers, maar ook de grote formules met weinig eigen profilering hebben het erg lastig. Bekende voorbeelden die moeilijke tijden doormaken zijn onder meer HEMA en Blokker, maar zij hebben het tij nog kunnen keren. Voor onder meer V&D, Coolcat, Steps, Didi en Miller&Monroe is dit niet gelukt. Doordat sommige eigenaren meerdere formules hebben, zien we ook dat door herprofilering formules wegvallen.

Wijzigend trekkerbeeld

Tot in de jaren '90 van de vorige eeuw waren vooral de Nederlandse warenhuizen belangrijke ankerpunten in de verzorgingsstructuur van winkelgebieden. Het succes van de drie grote Nederlandse warenhuizen (V&D, Bijenkorf en HEMA) is de afgelopen tijd echter zeer wisselend geweest; V&D is inmiddels verdwenen, terwijl Bijenkorf zich succesvol heeft geherpositioneerd in het luxe segment op toplocaties in voornamelijk het westen van het land. De komst van Hudsons Bay naar Nederland was even bombastisch als kortstondig. Andere winkelketens bepalen daarom nu de looproutes in winkelgebieden. De positionering van formules als de Mediamarkt, Zara of (zoals vanouds) een HEMA of Action en lokale bekende ondernemers (in kleinere plaatsen) is voor de winkelstructuur zeer belangrijk.

Sanering supermarkten

Ongeveer sinds het begin van dit millennium is er sprake van een langdurige strijd tussen supermarkten, die geleid heeft tot een saneringsslag binnen de supermarktsector. Naast het verdwijnen van de kleinere supermarkten zijn ook diverse supermarktformules, waaronder Edah, Konmar, Nieuwe Weme, C1000 en EmTé verdwenen. Een verdere reorganisatie van de branche is niet ondenkbaar. Dit kan gevolgen hebben voor de supermarktstructuur in de bestaande winkelgebieden. Tevens hebben sommige formules verschillende prijsranges binnen hun winkels doorgevoerd; afhankelijk van de ligging in het land (gestuurd door kracht concurrentie) of in een plaats (bijvoorbeeld centra van grotere steden) kan een ander prijsbeleid gevoerd worden. Afgezien van een daling van het aantal formules is de omvang van de supermarkten gemiddeld wel gestegen (schaalvergroting); dit loopt redelijk synchroon met de landelijke daling van het aantal speciaalzaken.

Opvolgingsproblematiek

De vergrijzing onder Mkb'ers stijgt en de komende jaren bereiken veel ondernemers de pensioengerechtigde leeftijd. Veel zelfstandige ondernemers hebben de laatste jaren echter problemen met de opvolging van hun bedrijf. Het automatisme van 'overdracht van vader op zoon' verdwijnt. Dat betekent uiteindelijk dat veel winkels leeg komen te staan of van gedaante veranderen. Dit speelt zowel in grote als kleine kernen, maar de effecten zijn niet

overal gelijk. In grotere plaatsen komt wellicht een filiaalbedrijf in het pand, mede afhankelijk van de locatie van de winkel. In kleinere kernen met een beperkt draagvlak en op minder goede locaties ontstaat vaker leegstand. De ondernemer heeft het door de vaak lage vaste lasten nog lang kunnen volhouden, maar voor een nieuwe start na overname is de exploitatie niet meer rendabel te maken. Behalve leegstand in een kern geeft dit voor de ondernemer ook problemen, aangezien het pand vaak dienstdeed als pensioenvoorziening.

Financiering en huurniveau

Bij gewenste investeringen in een onderneming - of het nu gaat om de start van een onderneming, een vergroting, of een interieuraanpassing - lopen ondernemers vaak aan tegen een financieringsprobleem. Banken blijken veelal niet, of alleen tegen zeer forse tarieven, bereid tot financiering. Alternatieve vormen van financiering komen steeds meer in beeld; zo bieden crowdfunding en kredietunies nieuwe financieringskansen voor ondernemers. Niet alleen de financiering zorgt voor problemen, maar ook de huurprijzen geven vaak aanleiding tot discussies. De afgelopen jaren zijn op diverse locaties de huurniveaus gedaald, maar niet in alle gevallen is het huurprijsniveau aangepast aan de huidige werkelijkheid. Bovendien blijkt bij onderhandelingen over de huurprijs dat vastgoedpartijen vaak te weinig flexibel zijn om tot een acceptabele constructie voor de huur te komen.

Ontwikkeling leegstand

Het afgelopen decennium is de leegstand in het land aanzienlijk toegenomen. De economische crisis was een belangrijke oorzaak, maar ook de opkomst van de aankopen via internet hebben de toename van de leegstand snel doen groeien. Toch waren de leegstandspercentages niet overal in het land en in elk type winkelgebied even hoog. Vooral aan de randen van het land (specifiek de krimpgebieden) en in middelgrote steden lag de leegstand op een erg hoog niveau[26]. Mede door diverse ingezette acties is de afgelopen jaren de leegstand teruggedrongen; deels had dit te maken met het feit dat vooral horeca zich in de leegkomende panden ging vestigen, maar ook door bijvoorbeeld transformatie naar andere functies.

Bij de horeca lijkt inmiddels het verzadigingspunt bereikt te zijn. Vanaf medio 2019 is de leegstand, ook landelijk, weer gestegen. Er is nog steeds sprake van voortgaande groei van online bestedingen, met diverse faillissementen als gevolg, vooral in de modische sector. Het algemene beeld is dan ook dat de komende jaren de leegstand mogelijk nog weer verder gaat toenemen, nu ook het aantal passanten in de echte A-1 gebieden van de grote steden aan het afnemen is. Leegstand, online bestedingen en faillissementen zullen door de huidige coronacrisis alleen maar verder oplopen.

[26] Winkelleegstand in de drie noordelijke provincies (Broekhuis Rijs Advisering, augustus 2018); Transformatie winkelpanden vervolg; Drie Noordelijke provincies (Broekhuis Rijs Advisering, april 2019)

Bijlage 2 - Bevolkingsontwikkeling Woudenberg

De voorspellingen van het CBS geven aan dat het aantal inwoners in de gemeente Woudenberg de komende jaren zal toenemen. Er wordt voorspeld dat in 2050 het inwonertal is opgelopen tot 17.100[27]. Ook het aantal huishoudens zal de komende decennia blijven stijgen, van 5.200 in 2020 tot 7.100 in 2050[28]. Ten opzichte van andere kernen nabij Woudenberg, zoals Leusden en Scherpenzeel, is de stijging in het aantal huishoudens vrij fors. In Woudenberg wordt tot 2050 een stijging van bijna 37% verwacht, terwijl dit in Leusden en Scherpenzeel respectievelijk circa 11% en 23% is. Deze stijging in het aantal huishoudens is enerzijds te verklaren door de groei van het aantal inwoners en anderzijds door de groei van het aantal eenpersoonshuishoudens, de zogenaamde ‘gezinsverdunning’. Tabel 1 geeft een overzicht van de prognose van het aantal inwoners en het aantal huishoudens voor de komende decennia.

Tabel 1: Prognose aantal inwoners en huishoudens in Woudenberg

Jaartal	Aantal inwoners	Aantal huishoudens
2020	13.400	5.200
2025	14.300	5.700
2030	14.900	6.000
2035	15.600	6.300
2040	16.200	6.600
2045	16.700	6.800
2050	17.100	7.100

Bron: CBS Statline, 2019, bewerking door BRDG Advies

[27] Regionale prognose 2020-2050; bevolking, intervallen, regio-indeling 2018 (CBS Statline, 2019)
[28] Regionale prognose 2020-2050; huishoudens, intervallen, regio-indeling 2018 (CBS Statline, 2019)

Bijlage 3 - Demografische ontwikkelingen

Woudenberg heeft te maken met vergrijzing, maar niet met ontgroening, zoals dat in veel delen van het land wel het geval is. Het aandeel ouderen stijgt en het aandeel jongeren blijft vrij constant. Hieronder worden beide ontwikkelingen verder toegelicht.

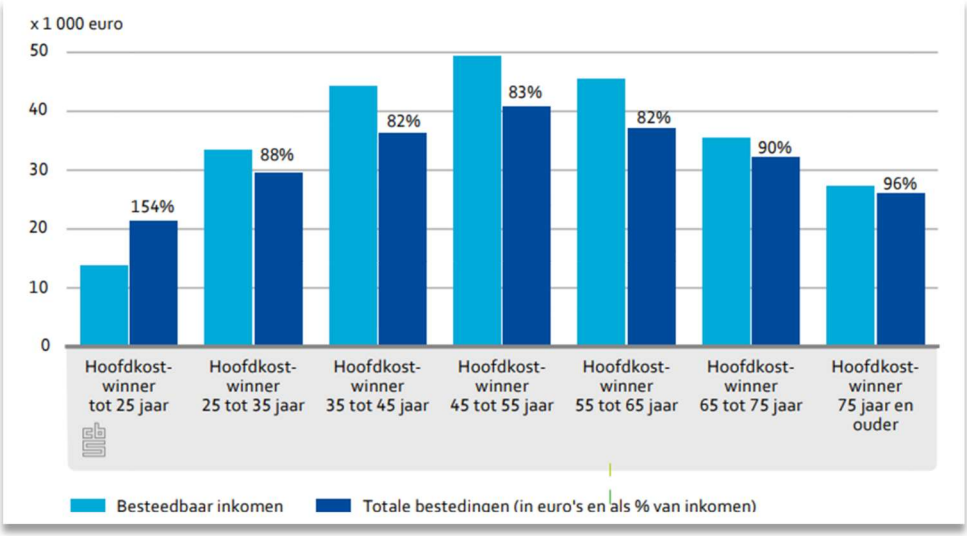
Vergrijzing

Nederland vergrijst nog steeds. Momenteel is de 'grijze druk' in Nederland 33,1%[13]. Dit is opnieuw een stijging ten opzichte van het jaar ervoor, toen dit percentage nog op 32,6% lag. Een grijze druk van 33,1% betekent dat tegenover elke honderd potentiële arbeidskrachten (20- tot 64-jarigen) ruim 33 personen van 65 jaar of ouder staan. Zeventig jaar geleden waren dit er slechts 14. De grijze druk zal de komende jaren verder toenemen en rond 2040 haar hoogtepunt bereiken met bijna 50%. Na die tijd zal de grijze druk afnemen, omdat de naoorlogse generatie 'babyboomers' dan voor een groot deel overleden zal zijn.

In vergelijking met de landelijke situatie is de grijze druk in Woudenberg met 35,3% iets hoger. De verwachting is dat deze druk, net als in de rest van Nederland, verder zal toenemen de komende jaren. Het aandeel 65+'ers in de gemeente Woudenberg ligt weliswaar wat lager dan het Nederlands gemiddelde (19,0% tegenover 19,5%), maar de grijze druk is toch hoger, omdat het aandeel jongeren vrij fors is en daardoor het aandeel 20- tot 65-jarigen kleiner is.

Vergrijzing gaat lang niet altijd samen met meer vrij besteedbaar inkomen en meer consumptieve bestedingen. De zorg neemt een grotere hap uit het inkomen en er worden soms nieuwe hypothecaire verplichtingen aangegaan om de oude dag verzekerd te hebben. In absolute zin dalen de totale bestedingen gemiddeld na 55 jaar; personen met een leeftijd van 75 jaar of ouder besteden circa 2/3e van wat personen tussen de 45 en 55 jaar besteden. Posten waar ouderen (relatief) meer aan uitgeven zijn bijvoorbeeld woninginrichting en huishoudelijke apparaten. Aan mode, onderwijs, horeca en vervoersmiddelen wordt juist minder besteed[29].

Figuur 3: Inkomens en bestedingen huishoudens



Bron: CBS 2017

[29] 65-plusser besteedt naar verhouding groot deel inkomen (CBS, 2017)

De effecten van de vergrijzing op de bestedingen zijn afhankelijk van de specifieke situatie in een verzorgingsgebied, maar lijken over het algemeen niet positief. Vergrijzing betekent in ieder geval dat ondernemers op de hoogte moeten blijven van wensen en bestedingspatronen van ouderen, zodat producten en diensten hierop kunnen worden afgestemd. Denk hierbij bijvoorbeeld aan meer behoefte aan opticien- en audicien-producten en persoonlijke aandacht in winkels.

Ontgroening / vergroening

Waar het aandeel ouderen toeneemt, daalt het aandeel van de werkzame bevolking en het aandeel van de kinderen/jongeren in veel delen van het land. Dit laatste wordt ontgroening genoemd. Momenteel is de 'groene druk' in Nederland 36,9%[13]. Dit betekent dat tegenover elke honderd potentiële arbeidskrachten (20- tot 64-jarigen) circa 37 personen staan met een leeftijd tussen de 0 en 20 jaar. In Woudenberg ligt dit percentage op 50,3% en is daarmee een stuk hoger.

Veel delen van het land hebben te maken met een sterke ontgroening van de bevolking, maar er zijn uitzonderingen, zoals Woudenberg. In tabel 2 is te zien dat het aandeel 0- tot 20-jarigen tussen 2010 en 2020 met 0,8 procentpunt is gedaald in Woudenberg. In Nederland is het sterker gedaald, namelijk met 2,1 procentpunt. Ook de vergrijzing gaat in een minder hoog tempo dan het landelijk gemiddelde. In Woudenberg is deze de afgelopen tien jaar met 3,6 procentpunt gestegen, in heel Nederland met 4,2 procentpunt.

Tabel 2: Leeftijdsopbouw gemeente Woudenberg en Nederland

	Woudenberg 2010	Woudenberg 2020	Nederland 2010	Nederland 2020
0-20 jaar	27,9%	27,1%	23,7%	21,6%
20-65 jaar	56,7%	53,9%	61,0%	58,9%
> 65 jaar	15,4%	19,0%	15,3%	19,5%

Bron: CBS Statline, 2020

Bijlage 4 - Relevante kaders en regelgeving

Bij het formuleren van detailhandelsbeleid is het belangrijk in beeld te hebben welke relevante beleidskaders en regelgeving er op (inter)nationaal, regionaal en lokaal niveau zijn. Deze regelgeving biedt een kader voor het detailhandelsbeleid in Woudenberg: het geeft richting en mogelijkheden en op onderdelen zeker ook beperkingen. In dit hoofdstuk beschrijven we de relevante kaders die een rol spelen bij het opstellen van een detailhandelsvisie. Er zijn feitelijk twee categorieën kaders:

- Europees, landelijk en regionaal beleid: de gemeente Woudenberg heeft hier geen directe invloed op, maar dient deze kaders wel in acht te nemen
- Lokaal beleid: de gemeente Woudenberg heeft hier direct invloed op.

5.1 Europese, landelijke en regionale kaders

Europese Dienstenrichtlijn

De Dienstenrichtlijn is in 2006 door het Europees Parlement en de Raad van de Europese Unie vastgesteld. Op 30 januari 2018 heeft het Europees Hof in een uitspraak bevestigd dat de Europese Dienstenrichtlijn ook van toepassing is op de detailhandel. Dit betekent dat de vestiging van detailhandel niet zomaar beperkt kan worden door een (lokale) overheid: de Dienstenrichtlijn beoogt namelijk een vrij verkeer van (in dit geval) diensten. Om in een gemeentelijk detailhandelsbeleid toch te kunnen sturen op de detailhandelsstructuur, dient een goede onderbouwing te worden opgesteld.

Uit nadere uitwerking en jurisprudentie, zoals de recente zaak 'Appingedam'[30] in 2019, blijkt dat de Europese Dienstenrichtlijn zich niet verzet tegen het opnemen van branchebeperkingen, mits aan alle in artikel 15 lid 3 van de Dienstenrichtlijn genoemde voorwaarden wordt voldaan. Concreet betekent dit dat moet worden voldaan aan het discriminatieverbod en de eisen van noodzakelijkheid en evenredigheid.

1. Non-discriminatie betekent dat het verboden is om bedrijven of personen te beperken op grond van nationaliteit;
2. Branchebeperkingen zijn alleen mogelijk als er algemene belangen zijn die worden gediend. Algemene belangen kunnen belangen zijn t.a.v. milieu, volksgezondheid of openbare veiligheid. Onder milieu wordt ook het stedelijk milieu of de ruimtelijke ordening gevat;
3. Een verbod/regeling moet evenredig zijn aan het doel. Als het probleem op een andere manier kan worden opgelost door het nemen van bepaalde maatregelen, dan kan een algeheel verbod op vestiging van (een bepaalde vorm van) detailhandel op een bepaalde plek te zwaar zijn.

Op grond van bovenstaande regelgeving en uit jurisprudentie blijkt dat het voorkomen van leegstand en het behouden van leefbaarheid voldoende relevante argumenten zijn om te bepalen wáár detailhandel gevestigd kan worden. Ook kunnen via een brancheringsregeling in een detailhandelsvisie en via bestemmingplannen voor specifieke gebieden beperkingen aan de branchering worden gesteld. Hiermee wordt het belang van een heldere detailhandelsvisie, die op kwalitatieve en kwantitatieve basis is gestoeld, benadrukt.

[30] Uitspraak 201309296/6/R3 van de Raad van State, te vinden op https://www.raadvanstate.nl/actueel/nieuws/@116671/201309296-6-r3/

Ladder voor Duurzame Verstedelijking

In 2012 is het Besluit ruimtelijke ordening (Bro) gewijzigd, door het toevoegen van de zogenaamde 'Ladder voor Duurzame Verstedelijking'; per 1 juli 2017 is deze Ladder geactualiseerd. Doel van de Ladder is een zorgvuldig en duurzaam ruimtegebruik, met oog voor toekomstige ruimtebehoefte en ontwikkelingen in de omgeving. Gemeenten moeten plannen die een nieuwe stedelijke ontwikkeling mogelijk maken, motiveren conform de opbouw van de Ladder. In deze motivatie dient, in ieder geval op gebied van detailhandel, te worden ingegaan op:

- De vraag of het initiatief een (nieuwe) stedelijke ontwikkeling betreft;
- Het ruimtelijk verzorgingsgebied;
- De mate van behoefte aan het initiatief;
- De vraag of het initiatief binnen stedelijk gebied geplaatst wordt. Zo niet, dan dient beargumenteerd te worden waarom dit niet mogelijk is.

Een detailhandelsvisie, zoals deze detailhandelsvisie voor Woudenberg en de bijbehorende kwantitatieve en kwalitatieve analyse, biedt een belangrijke basis voor een dergelijke motivatie. Echter, uiteindelijk vereist iedere significantie nieuwe ontwikkeling een nadere verdieping.

Provinciale Omgevingsvisie Utrecht (2021)

In de provinciale omgevingsvisie van de provincie Utrecht wordt aandacht besteed aan de rol van winkelcentra voor de leefbaarheid in vitale dorpen. Specifiek wordt benoemd dat een duurzame retailstructuur een essentiële voorwaarde is voor het behoud van de leefkwaliteit van steden en dorpen in Utrecht. Het provinciaal beleid is er daarom op gericht om de nieuwvestiging van retail te concentreren in het bestaand winkelgebied. De provincie wil zich met de gemeenten en ondernemingen inzetten voor een beleid gericht op versterking van de vitaliteit in binnensteden en dorpen. Voor detailhandel in overwegend volumineuze goederen, waarvoor in de bestaande centra geen ruimte is, is volgens de provincie in plannen die van kracht zijn nog voldoende planologische ruimte beschikbaar.

5.2 Gemeentelijke kaders

Coalitieprogramma: Sterk Woudenberg = Samen Doen (2018-2022)

In het huidige gemeentelijke coalitieprogramma wordt ruim aandacht besteed aan het belang van een vitale economisch dorp met een levendig dorpshart. Benoemd wordt dat de gemeente streeft naar een winkelstraat met een gevarieerd aanbod en weinig leegstand en meer horeca; samenwerking met de DES wordt beoogd. Ook wordt in het programma benoemd dat de herinrichting van het centrum zal worden geëvalueerd.

Structuurvisie Woudenberg (2013)

Een belangrijke basis voor de dorpsstructuur van Woudenberg en daarbinnen in het centrum is de structuurvisie. Ook in de structuurvisie is een aantrekkelijk dorpscentrum uitgangspunt, centraal gelegen en goed bereikbaar. Het gemis van een echt dorpshart wordt al in de structuurvisie geconstateerd: het centrum is vooral functioneel ingericht. De ambitie uit de structuurvisie is dan ook om het centrum een integrale kwaliteitsverbetering

te geven om zo inwoners, maar ook regiobezoekers en toeristen te verleiden het centrum vaker te bezoeken. In de ambitie worden onder andere benoemd:

- Een compact centrum met enkele aanloopgebieden;
- Heldere profilering van het centrum, o.a. door thematisering;
- Verbetering van de verblijfsruimte Dorpsstraat;
- Optimalisatie verkeerscirculatie;
- Versterking van de entrees;
- Vergroening van de openbare ruimte en verbetering van de bebouwing.

Tot slot wordt de zone rond de kruising Stationsweg – Parallelweg als concentratiegebied voor perifere detailhandel aangewezen.

Broekhuis Rijs & De Gier Advisering

Wederik 1
9801 LX Zuidhorn

0594-528358

info@brdgadvies.nl

www.brdgadvies.nl

BROEKHUIS RIJS & DE GIER
ADVISERING *Ruimtelijk economisch Advies & Procesmanagement*