

# Terugkoppeling gebiedsprofiel sessies Binnenstad



21 mei 2024





# Welkom & kennismaking

**Jan-Willem Speetjens**

Transformatiemanager



**GINDER**<sup>®</sup>

komt het tot leven

# Programma

- Aanleiding en proces
- Toelichting gebiedsprofielen
- Wat is opgehaald voor alle gebiedsprofielen
- Enkele gebiedsprofielen uitgelicht
- Hoe ziet vervolg eruit
- Info-markt in souterrain

# Aanleiding

- Landelijk is al jaren sprake van een overschot aan winkelruimte, ook in Apeldoorn
- Leegstand in de binnenstad gedaald, maar nog steeds aanzienlijk
- In 2020 is door gemeente Apeldoorn een visie op de binnenstad vastgesteld: 'Het Stadspark van Apeldoorn'
- Centraal staat het stevig vergroenen van de binnenstad, zodat ook de binnenstad de uitstraling heeft als de hoofdstad van de Veluwe.
- Gestreefd wordt naar een compactere binnenstad, met minder winkels, en meer andere functies: wonen, werken, verblijven.

# Project Transformatie Binnenstad

- Voorjaar 2023 is door gemeente externe transformatiemanager aangesteld met als doel:
  - Gezamenlijk tot breed gedragen gebiedsprofielen te komen;
  - Middels transformatie-ingrepen de gewenste gebiedsprofielen realiseren
- Gebiedsprofielen geven de visie weer op toekomstige ontwikkeling van gebieden, hebben impact en moeten breed worden gedragen; vooral door ondernemers en vastgoedeigenaren;
- Door nu vóór te sorteren en de juiste keuzes te maken, ontstaat een basis voor een gezonde en toekomstbestendige binnenstad !

# Waarom gebiedsprofielen?

- Gebiedsprofielen geven aan op welke locaties, welke functies gewenst (en ongewenst) zijn;
- Op basis van toekomstpotenties en door clustering van soortgelijke functies, zodat die van elkaars nabijheid kunnen profiteren;
- Leidt tot aantrekkelijke en herkenbare gebieden, zodat per gebied een helder bezoekdoel ontstaat.

# Een toekomstbestendige binnenstad biedt:

- The comfort of the known  
&
- The excitement of the new!



# Instrumenten

- Actieve begeleiding ondernemers en eigenaren door transformatiemanager
- Subsidie:
  - Ondernemers: gericht op verhuizen, van randgebied naar kerngebied; instrument oa. verhuissubsidie;
  - Eigenaren: gericht op functiewijziging pand, zodat winkelmeters uit de markt worden gehaald; instrument oa. subsidie voor verbouwing.
- Visie gebiedsprofielen vastleggen in nieuwe omgevingsplannen (voorheen bestemmingsplan)
- Acquisitie: landelijk, regio, lokaal



# Processtappen

**Stap 1:** Bouwstenen, positionering Apeldoorn-centrum, kansen en bedreigingen scherp in beeld;

**Stap 2:** Gebiedsprofielen opgesteld met ambtelijk team van deskundigen;

**Stap 3:** Oprichting transformatie-team;

**Stap 4:** In gesprek met ondernemers/ vastgoedeigenaren in het centrum (februari/maart 2024), met als doel ophalen reacties en doorvoeren wijzigingen (mei 2024)

**Stap 5:** Nieuw omgevingsplan maken met functiekaart gebaseerd op gebiedsprofielen;

**Stap 6:** Individueel in gesprek met ondernemers / vastgoedeigenaren in het centrum, met als doel verplaatsingen en transformaties te realiseren, zodat een compacter centrum zonder leegstand ontstaat.

# Structuur Apeldoorn-centrum

- Lineaire structuur, Hoofdstraat als centrale N-Z as
- Deventerstraat-Korenstraat-Asselsestraat als belangrijkste O-W as
- Korenpassage en later Oranjerie toegevoegd met als doel circuitvorming
- Dit loopcircuit is nooit goed van de grond gekomen
- Door functiewijziging Oranjerie én nieuwe ontwikkelingen aan de oostzijde, verschuift het zwaartepunt van het centrum in die richting



# 13 gebiedsprofielen

- Hoofdstraat: 'winkelgebied voor de merken'
- Deventerstraat: 'wijkwinkelcentrum voor de binnenstad' (icm. nabijgelegen weekmarkt)
- Markstraat/Beekstraat/KPN hof: 'creatieve hotspot'
- Mariastraat, Korenstraat, Van Kinsbergenstraat, Kapelstraat en Leienplein: 'Vier straatjes en het plein'



Wat is opgehaald voor alle gebiedsprofielen?

# Parkeren en bereikbaarheid

- Parkeren is belangrijk aandachtspunt voor alle gebieden.
- Parkeertarief: zowel ondernemers als vastgoedeigenaren zijn van mening dat dit tarief te hoog is en bezoekers naar andere steden doet uitwijken. Ook vindt men dat er meer bekendheid nodig is van de lage tarieven in de parkeergarages Koningshaven en Brinklaan.
- Goede bereikbaarheid (met alle vervoer) en voldoende parkeren bepaalt aantrekkelijkheid voor zowel bewoners uit Apeldoorn als bezoekers van buitenaf.
- Vooral maakt men zich zorgen over de auto-bereikbaarheid. Veel ondernemers hebben het idee dat de auto uit de stad wordt verdrongen, terwijl de auto-bezoeker relatief veel besteedt.

=> Tijdens de sessies hebben we al toegelicht dat het uitsluitend de bedoeling is om doorgaand verkeer uit de binnenstad te weren en juist de bereikbaarheid voor alle vormen van vervoer te verbeteren

=> Aan programma-manager en betrokken afdelingen doorgegeven dat deze zorgen breed leven



## Schoon, heel en veilig

- Een schoon, heel en veilig centrum is een basisvoorwaarde voor een centrum om goed te kunnen functioneren en voldoende bezoekers te trekken.
- Hier ontbreekt het vaak aan, gezien het aantal ondernemers wat dit punt tijdens de sessies benoemt als (groot) probleem.

## Groen/groenonderhoud

- Vergaande vergroening van de binnenstad wordt positief beoordeeld. Er wordt echter benadrukt dat goed groenonderhoud een onderbelicht aspect is dat meer aandacht verdient.
- Er moet een goed doordacht onderhoud- en beheerplan komen voor alle groen in de stad, zeker met het oog op de groene ambitie waardoor er op meerdere plekken veel extra groen zal worden toegevoegd

=> Punten zijn bekend bij gemeente en worden zoveel mogelijk opgepakt

## Uniforme openingstijden

Er moet één lijn getrokken worden in de openingstijden van winkels in de binnenstad om verwarring bij ondernemers en bezoekers te voorkomen. Er werd opgemerkt dat bezoekers tegenwoordig verwachten dat alle winkels elke dag geopend zijn, inclusief op (elke) zondag.

## Spreading Evenementen

- Ondernemers hebben aangegeven dat ze het belangrijk vinden dat er meer reuring komt in het centrum; evenementen spelen daarbij een belangrijke rol ('place to be')
- Door evenementen goed te plannen en te spreiden, kan het centrumgebied het hele jaar door aantrekkelijk blijven voor bezoekers. Maak actief gebruik van de nieuwe markthal.

=> Punten zijn bekend bij gemeente en worden zoveel mogelijk opgepakt

## Horeca: niet altijd de oplossing!

- Behoefte aan een gevarieerd aanbod van horecagelegenheden die aansluiten bij de behoeften van verschillende bezoekers,
- Zoals veel variatie in restaurants, cafés en eetgelegenheden, van hoge kwaliteit
- Er is wel een zorg uitgesproken, namelijk dat (nog meer) horeca niet overal de oplossing biedt.
- De basis van de horecavoorzieningen is op de bekende plekken goed op orde, de horeca-gebieden hebben elk een vrij duidelijk profiel.

=> We zijn voor alle gebiedsprofielen nogmaals kritisch nagegaan of horeca daar centraal staat in de oplossing en enkele deelgebieden daarop aangepast.

## Enkele gebiedsprofielen uitgelicht:

- korte toelichting
- wat hebben we opgehaald
- wat hebben we daarmee gedaan

# Opbouw gebiedsprofiel

1. Wat is het gebied vandaag? Hoe ontwikkelt het zich?
2. Waar willen we met het gebied naar toe: aansprekende propositie (eindbeeld: de beleving van het gebied over 10 jaar)
3. Hoe gaan we hier naar toe werken?
  - Strategie
  - Actiepunten



# Gebiedsprofiel Hofstraat/Kanaalstraat en Brinklaan



## Hofstraat/Kanaalstraat: wat is het nu?

- Hofstraat: aanloopstraat, discountkarakter, als winkelstraat (veel) te breed om uitwisseling te faciliteren tussen beide zijden. Er loopt ook een busbaan. De straat is erg stenig en de Grift is weinig beleefbaar.
- De Hofstraat heeft geen duidelijk profiel. Commercieel loopt de straat dood op de Nieuwstraat/ het Amaliapark.
- Kanaalstraat: aanloopstraat, weinig aantrekkelijke verbinding tussen bronpunt Koningshaven en kernwinkelgebied.

### Functies nu:

- Consumentgerichte en zakelijke diensten, (discount)winkels en daghoreca.





## Waar willen we met het gebied naar toe?

- Het gebied gaat cf. stadsparkvisie sterk vergroend worden. Bussen gaan er uit en de het wordt een groene fiets- / wandelpromenade.
- Dat kan de straat een identiteit geven van **sport & leisure zone**, waar sport-, fietswinkels, outdoor winkels, galerie, creatieve winkel, boekhandel ed. uitstekend in passen
- Op die manier ontstaat een onderscheidend en nieuw (zelfs uniek?) gebiedsprofiel, waarmee Apeldoorn zich kan profileren.

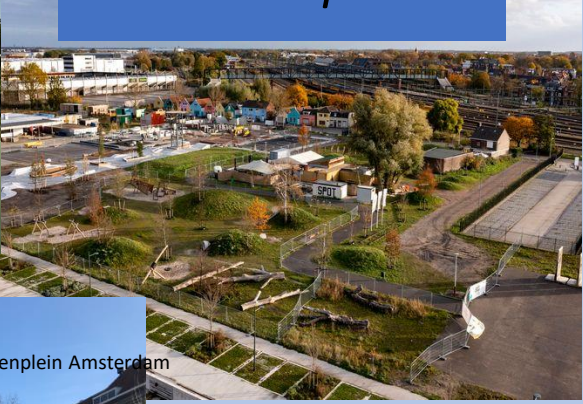
**Propositie: sport- en leisure straat**



# Urban sports



Urban Sportpark Eindhoven



Urban Sportpark Stadsoever Roosendaal



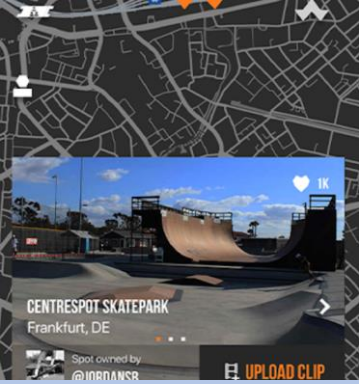
Koningswei Tilburg



Highline New York

# Groen

CityLegends app: ontdekken en uitdagen



Yoga Vondelpark Amsterdam



Van Beuningenplein Amsterdam



Fenix Rotterdam, culturele ontmoetingsplaats



Emmapassage Tilburg



Shopperhal Amsterdamse Poort



Magische kijker Efteling

Pop up sappenbar Middelburg



# Unieke en passende concepten



Stationsplein Leiden



# Hoe gaan we hier naartoe werken?

**Strategie:** Conceptuele doorvertaling van wat je met de commerciële ruimten wil, passend bij vergroening Hofstraat

## **Actiepunten:**

- De openbare ruimte wordt sterk vergroend, maar moet een '**actief**' gebied worden.
- Maximaal inzetten op fiets-, wandel- en hardlooprouten, sport en spel;
- Inzetten op aantrekkelijke nieuwe invullingen in de commerciële plinten, passend bij thema sport/leisure;
- Nagaan of de ontwikkeling Van Berlo terrein (invulling BG) kan aansluiten op thema sport/leisure.



# Brinklaan: waar willen we met gebied naar toe?

## Functies:

- Voorste deel straat: winkels en dienstverlening
- Achterste deel: veel mutaties, leegstand, weinig loop

**Propositie:** aanloopstraat, combinatie winkelen en wonen

## Opgave:

- Deels transformatie en deels behoud van winkels in samenhang met route naar de Oranjerie.
- Daartoe het voorste deel als gemengd winkelgebied behouden, het achterste deel richting woongebied ontwikkelen



# Wat hebben we opgehaald en wat is /wordt daarmee gedaan?

<i>Opgehaald Hofstraat/Brinklaan</i>	<i>Aanpassing gebiedsprofiel</i>	<i>Komt in actieplan</i>	<i>Komen we op terug</i>	<i>In gang gezet</i>
Hofstraat: verplaats passende winkels (uit centrum of daarbuiten) en zoek andere invullingen voor sport/ leisurestraat		✓		
Hofstraat: nagaan of Hofstraat toch gedeeltelijk gevuld moet blijven met discount-winkels		✓		
Brinklaan: haalbaarheid onderzoeken <i>verbinding</i> met Hofstraat ter hoogte van kiosk	✓			
Brinklaan: naast woningen, mogelijk ook <i>werklokaties</i> toevoegen	✓			

# Gebiedsprofiel Hoofdstraat A-1, Hoofdstraat A-2 en Hoofdstraat-Noord

**Hoofdstraat-Noord**

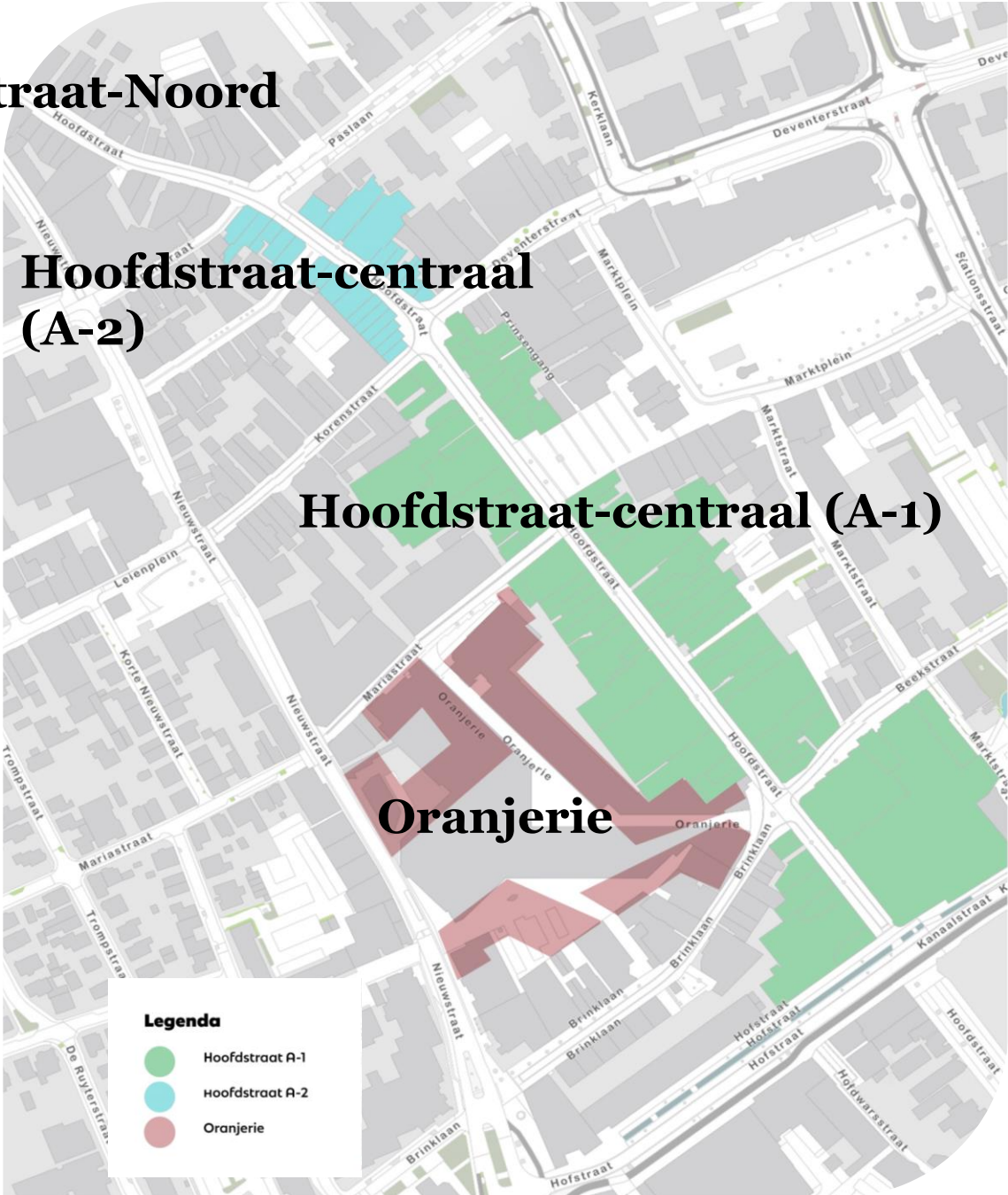
**Hoofdstraat-centraal  
(A-2)**

**Hoofdstraat-centraal (A-1)**

**Oranjerie**

**Legenda**

- Hoofdstraat A-1
- Hoofdstraat A-2
- Oranjerie







## Hoofdstraat-centraal (A-1); wat is het nu?

- Het centrale deel van de Hoofdstraat: de straat met de hoogste passanten-aantallen en huren in Apeldoorn
- Bekende filiaalbedrijven geconcentreerd: vooral de branches mode, schoeisel, vrije tijd, luxe artikelen en warenhuis
- Het winkelfront is ononderbroken en bevindt zich aan twee zijden van de (autovrije) straat
- Maar: veel winkel(ketens) hebben het moeilijk - leidt tot leegstand, zelfs op goede (dure) locaties

**Functies nu:** winkels, horeca, diensten



**Hoofdstraat-centraal (A-1)**

## Waar willen we met het gebied naartoe?

- De straat waar de inwoner van Apeldoorn, bezoeker uit de regio of toerist terecht kan om te winkelen. De nadruk ligt sterk op ketens, aangevuld met lokaal winkelbedrijf.
- Daarnaast is de Hoofdstraat ook geschikt voor vernieuwende concepten zoals (tijdelijke) pop-up stores of mengconcepten. Aantrekkelijke gevels en puien en vergroening dragen bij aan de beleving.

**Propositie:** winkelgebied voor de merken

**Opgave:** consolideren met passende (winkel)aanvullingen.



# Hoe gaan we hier naartoe werken?

**Strategie:** marktwerking faciliteren en ketens/ondernemers werven.

## **Actiepunten:**

- A-1 profiel handhaven en voortzetten, nieuwe invullingen uitsluitend winkels, met de nadruk op bekende ketens;
- Op zoek naar ketens die nog niet in Apeldoorn zitten (maar wel in vergelijkbare andere steden), bijvoorbeeld Cotton Club, Pull & Bear.
- Om deze en andere winkels naar Apeldoorn te trekken, oprichten acquisitieteam die actief winkels gaat benaderen.
- Invulling leegstaande panden zoveel mogelijk met winkels, ter hoogte van Raadhuisplein mag dat ook horeca zijn.
- A-1 profiel winkels en gevels qua architectonische kwaliteit versterken, zodat er meer samenhang ontstaat.
- Identiteit Apeldoorn beleefbaar maken middels 'touchpoints' typisch Apeldoornse attracties



## Hoofdstraat-centraal (A-2); wat is het nu?

- Voortzetting van de Hoofdstraat A-1 winkelzone, maar dan met minder filiaalbedrijf en minder druk belopen;
- Is nog wel tweezijdig bewinkeld, maar gaat in noordelijke richting als een nachtkars uit
- Geen duidelijke trekker die dit gebied aan de noordzijde afrondt;
- Zoeken naar een geschikte trekker in dit gebied.

**Functies nu:** winkels en daghoreca





## Waar willen we met het gebied naar toe?

Handhaven huidige profiel van rustiger deel van de Hoofdstraat. Minder drukte, minder ketens, maar meer 'verrassing'. Mix van landelijke, regionale winkels en daghoreca.

**Propositie:**  
recreatief winkelgebied

**Opgave:** kruispunt met Paslaan als rond een thema (kleinschalige woninginrichting) versterken (sticky corner) en een trekker toevoegen als afronding van de A-zone

# Hoe gaan we hier naartoe werken?

**Strategie:** marktwerking faciliteren en ketens/ondernemers werven.

## **Actiepunten:**

- Nieuwe invullingen winkels of horeca, eventueel diensten, geen woningen.
- Een fietsenstalling in deze zone is belangrijk en gewenst, mogelijk kan hiervoor een alternatieve plek gevonden worden.
- Onderzoek naar een haalbare invulling voor een trekker op deze prominente locatie (uiteinde A-zone). Indien een winkeltrekker niet haalbaar is, nagaan of vergelijkbare trekkracht gevonden kan worden in een cluster van meerdere soortgelijke winkels, bij voorkeur woninginrichting

# Wat hebben we opgehaald en wat is /wordt daarmee gedaan?

<i>Opgehaald Hoofdstraat</i>	<i>Aanpassing gebiedsprofiel</i>	<i>Komt in actieplan</i>	<i>Komen we op terug</i>	<i>In gang gezet</i>
Zowel aan de noord- als zuidkant van de lange Hoofdstraat zoeken naar een 'afroldende' <b>trekker</b>	✓			
In A-2 gebied, nagaan of cluster van <b>bijzondere woon- en livingwinkels</b> haalbaar is	✓			
Aantrekken (web)winkel van een bepaald merk met een fysiek punt ( <b>touchpoint</b> )		✓		
<b>Verhuursuccessen</b> breed delen				✓
Trek <b>nieuwe ketens</b> aan, via actieve benadering		✓		
Hoofdstraat-Noord: commerciële invulling handhaven (geen woningen!)	✓			

# Belangrijke aanpassingen in overige gebieden

- De 4 straatjes en het plein: werkgroep formeren die gebiedsprofiel nader uitwerkt, met accent op gezamenlijke uitstraling, promotie en ook profiel Mariastraat gaat bepalen;
- Stationsstraat: onderscheid aanscherpen Stationsstraat Noord (winkels) en Zuid (overige functies en wonen);
- Hoofdstraat-Noord: vasthouden aan commerciële invulling, met accent op maatschappelijke / creatieve ondernemers, in samenwerking met partijen als Passerel en De Kabath plan maken;



# Belangrijke aanpassingen in overige gebieden

- Caterplein: onderscheid aanscherpen tussen Caterplein Middenplein en Caterplein Uitgaansstraat;
- Caterplein: meer samenwerken zoeken met (nabijgelegen!) culturele functies
- Markstraat/Beekstraat eo: met een aantal betrokkenen en deskundigen na te denken over **place making**;
- Deventerstaat, oostelijk deel meer dagelijks, westelijk deel onderdeel A-1 zone Hoofsstraat;
- Asselsestraat, óók duidelijk benoemd welke branches niet passen.

Hoe gaan we verder?

# Hoe verder: transformatie langs drie sporen

Wij zien voor komende periode een gebieds- én pandgerichte aanpak, waarbij tegelijk **meerdere sporen** naast elkaar lopen:

1. Transformatie op gebiedsniveau: het actief transformeren van enkele *gebieden*, zoals de Hofstraat/Kanaalstraat, door het uitvoeren van de voor het gebied geformuleerde acties;
2. Transformatie op pandniveau: het op basis van gesprekken met ondernemers en vastgoedeigenaren, met hulp van de pandenbank (in opbouw) en subsidie, komen tot verplaatsingen (van rand naar kern) en verbouwingen (van winkel naar meestal woning);
3. Transformatie via acquisitie: het actief benaderen van geschikte invullingen, deels op niveau landelijke ketens (vooral A-zone), deels op lokaal/regio niveau (vooral buiten A-zone), met als leidraad de gebiedsprofielen.

# Wie pakt acties op?

Inmiddels hebben we **voor elk deelgebied** een **actieplan** opgesteld, waarin is opgenomen wat er moet gebeuren :

- Waar gaan we aan de slag?
- Wat is de kern van de transformatie-opgave?
- Wat gaan we doen, op gebiedniveau, pandniveau en acquisitieniveau?
- Wanneer gaan we dat doen (prioritering).

Let op: we kunnen en zullen niet alles tegelijk oppakken! Er is een **prioritering** opgesteld.



# Voorbeeld actieplan

Waar gaan we aan de slag?	Wat is de kern van de transformatie opgave?	Wat gaan we doen? En wanneer?		
		Gebiedsniveau	Pandniveau	Acquisitie
Hofstraat / Kanaalstraat	<p>Met toevoeging van groen, sportvoorzieningen &amp; terrassen ontstaat een 'voedingsbodem' voor een sport-/leisurestraat.</p> <p>Dit concept werken we samen met partijen van binnen en van buiten het gebied verder uit (marktverkenning) om de haalbaarheid en vervolgstappen te bepalen.</p> <p><u>Beoogd resultaat:</u> meer sport, gezondheid, minder discount winkels.</p>	<p>Ontwikkeling <u>plintenplan</u> dat zicht geeft op de programmatische mogelijkheden gezien pand- en omgevings-kwaliteiten. Dit vormt de basis voor gesprek / marktverkenning.</p> <p>Q2 2024</p> <p>Transformatieladder doorlopen om mogelijkheden gezien maatvoering panden en gemeentelijke kaders (beleid, planologie, apv e.d.) in beeld te brengen.</p> <p>Als casus bespreken in Transformatieteam</p> <p>Q2 2024</p>	<p>Gesprekken met Action en discounters over plannen komende 5-10 jaar irt. het plintenplan en potenties elders in de binnenstad.</p> <p>Gesprek Broekhuis over hoe inspelen op sport/leisure concept</p> <p>Q2-3 2024</p>	<p>Gesprek met mogelijk passende winkels</p> <p>Q3 2024</p>

# Voorbeeld aanpak panden

Elke invulling wordt getoetst aan gebiedsprofiel:

- Groen: past
- Oranje: neutraal
- Rood: past niet



# Afrondend: next steps

- Op korte termijn versturen wij de samenvatting van alle opgehaalde informatie aan alle aanwezigen;
- De aangepaste concept-gebiedsprofielen worden ter besluitvorming voorgelegd aan College en zijn na vaststelling te zien als beleid (medio 2024);
- Vervolgens worden de gebiedsprofielen doorvertaald in nieuwe omgevingsplannen, die juridisch bindend zijn;
- Er wordt een keuze gemaakt voor een aantal (prioritaire) gebieden waarmee we als eerste aan de slag gaan, op gebieds- en/of pandniveau;
- Transformatiemanager gaat in gesprek met ondernemers (willen ze verplaatsen) en met eigenaren (willen ze transformeren)