

A stylized, abstract illustration of a cityscape. The buildings are represented by various geometric shapes and colors, including red, orange, yellow, blue, and black. The style is modern and graphic, with a focus on bold colors and simple forms. The background is a solid red color.

'SHOPPING IS A FEELING'

Realisatie masterplannen en beleving centrumgebieden gemeente Hardenberg



REGIOPLAN
BELEIDSONDERZOEK

'SHOPPING IS A FEELING'

Realisatie masterplannen en beleving
centrumgebieden gemeente Hardenberg

Roland Oude Ophuis
Piet Renooy

Amsterdam, 4 april 2016

Regioplan
Jollemanhof 18
1019 GW Amsterdam
Tel.: +31 (0)20 - 5315315

Onderzoek, uitgevoerd door Regioplan in
opdracht van de Rekenkamercommissie
Hardenberg.

INHOUDSOPGAVE

1	Inleiding	1
1.1	Vraagstelling.....	2
1.2	Aanpak.....	4
1.3	Leeswijzer	5
2	De plannen	7
2.1	Masterplan Centrum Hardenberg	7
2.2	Masterplan Centrum Dedemsvaart.....	10
3	De context	17
4	Realisatie.....	19
4.1	Centrumplan Hardenberg.....	19
4.2	Centrumplan Dedemsvaart	22
5	De beleving van het centrum van Hardenberg	27
5.1	Algemeen	27
5.2	Aanbod voorzieningen	28
5.3	Beleving van het centrumgebied	31
5.4	Aantrekkelijke centrumgebieden in de regio	33
5.5	Conclusie beleving centrum Hardenberg.....	34
6	De beleving van het centrum van Dedemsvaart	35
6.1	Algemeen	35
6.2	Aanbod voorzieningen	36
6.3	Beleving van het centrumgebied	39
6.4	Conclusie centrum Dedemsvaart	40
7	Professionals over de centrumgebieden	43
7.1	Inleiding.....	43
7.2	Algemeen	43
7.3	Centrumgebied Hardenberg.....	44
7.4	Centrumgebied Dedemsvaart	47
8	Conclusies en aanbevelingen.....	49
8.1	Feitelijke realisering centrumplannen	49
8.2	Belangrijke maatschappelijke ontwikkelingen	53
8.3	Waardering centrumgebieden	54
8.4	Hoofddoelstelling gerealiseerd?	55
8.5	Toekomst centrumgebieden.....	56
	Bijlage	59
	Bestuurlijke reactie	95

1 INLEIDING

Begin 2015 verscheen in het vakblad S+RO¹ een analyse waarin de vitaliteit van stedelijke centra in Nederland werd beoordeeld op basis van vier onderliggende 'drivers'. Die drivers waren het aanwezige voorzieningenniveau, de demografische context, de ruimtelijke kwaliteit en de bereikbaarheid. Het vitaliteitsprofiel van de gemeente Hardenberg behoorde op basis van die criteria – samen met o.a. Kerkrade, Stadskanaal en Terneuzen – tot de tien meest kwetsbare centrumgebieden van Nederland. Hiermee scoort de algehele conditie van het centrum van Hardenberg als zeer zorgelijk. De studie besluit met de woorden dat: "... het weer vitaal maken van deze centra een teamsport is – bestaande uit gemeente, vastgoed, winkeliers, toerisme en horeca – waarbij de aanval de beste verdediging is."

De gemeente Hardenberg heeft al wel lange tijd aandacht voor haar centrum. In 2005 verscheen het Masterplan Plus Centrum Hardenberg, voortbouwend op het Masterplan uit 2002. Het Masterplan Plus schetst de contouren voor een ontwikkeling in de eerste decennia van deze eeuw. Voor de andere kern binnen de gemeente, Dedemsvaart, is eveneens een Masterplan (2011) opgesteld, waarmee het centrum compleet, compact, comfortabel en duurzaam moet worden.

De afgelopen jaren heeft de gemeente langs de lijnen van die masterplannen veel geïnvesteerd in de centra van Hardenberg en Dedemsvaart. De Rekenkamercommissie Hardenberg is benieuwd naar de stand van zaken wat betreft de uitvoering van de plannen en naar de maatschappelijke effecten die de gedane investeringen hebben opgeleverd. De achterliggende gedachten bij dit onderzoek zijn onder meer: wat heeft de gemeente destijds beoogd met het opstellen en uitvoeren van de masterplannen op de terreinen wonen, werken en verblijven en in hoeverre en heeft het (uitvoeren van) de plannen daaraan ook bijgedragen? Tevens is de commissie benieuwd naar de mening van betrokkenen (bewoners, ondernemers, bezoekers) over de uiteindelijke resultaten.

Een laatste vraag van de commissie is of de gemeente voldoende heeft ingespeeld op enkele voor de centra relevante ontwikkelingen die zich hebben voorgedaan in de afgelopen jaren (crisis, internetshoppen, belevingseconomie).

Uiteindelijk dient het onderzoek bij te dragen aan een beleid dat de centra weer vitaliseert. Voor het levendig krijgen en houden van stadscentra bestaan geen toverformules. Maar één ding is wel duidelijk, het gaat niet vanzelf. Om vitalisering te bewerkstelligen dienen er duidelijke keuzes gemaakt te worden over de gewenste ontwikkelingsrichting. De uiteindelijke verantwoordelijkheid

¹ Huffelen, T. van en G. Scheerde (2015). "De ene binnenstad is de andere niet." in: S+RO 2015-2, p.19-24.

voor de keuzes ligt bij het gemeentebestuur. Dit onderzoek is bedoeld om de raad bouwstenen te aanreiken waarmee zij wordt geholpen om die keuzes (mogelijk) te maken. De hier voorliggende resultaten moeten de raad helpen een visie op de ontwikkeling van de centra te ontwikkelen. Hiermee kan de raad ook de kaders aanreiken aan het bestuur.

Actieplannen centrumgebieden

Gedurende de looptijd van het onderzoek bleek dat de gemeente Hardenberg samen met haar stakeholders een Actieplan Centrum Hardenberg aan het opstellen was.²

Met het plan zijn belangrijke bouwstenen voor het versterken van het centrumgebied geleverd. Door deze nieuwe realiteit is ervoor gekozen om tot aanvullende aanbevelingen te komen.

Ook wordt inmiddels voor het centrum van Dedemsvaart een vergelijkbaar actieplan opgesteld. Dit proces was tijdens het uitkomen van het rapport nog in volle gang.

1.1 Vraagstelling

Voor het onderzoek is één hoofdvraag geformuleerd. In die vraag is naast het terugkijken met name ook aandacht voor de toekomst verwoord. De vraag luidt:

Zijn de hoofddoelstellingen en uitgangspunten van de centrumplannen gerealiseerd/in uitvoering en wat zijn de bouwstenen voor zowel een levensvatbare als realistische toekomstige ontwikkeling van beide centrumgebieden?

Vanuit de hoofdvraag heeft de rekenkamercommissie een aantal deelvragen geformuleerd. Deze heeft zij onderverdeeld in een feitelijk deel, een waarderend deel en een vraag gericht op de toekomst.

Deelvragen:

Deel 1 (feitelijk)

- a) Wat waren de hoofddoelstellingen en uitgangspunten van de centrumplannen?
- b) Wat is/wordt tot op heden gerealiseerd? Zijn de plannen volgens planning uitgevoerd of in uitvoering? Zo nee, waarom niet en hoe kan dat in de toekomst beter?
- c) Hebben de plannen voldoende gewerkt als (juridische) onderbouwing om RO-procedures te kunnen doorlopen? Zo nee, waarom niet en hoe kan dat in de toekomst beter?
- d) Zijn de plannen binnen de gestelde financiële kaders uitgevoerd of in uitvoering? Zo nee, waarom niet en hoe kan dat in de toekomst beter?

² Actieplan centrum Hardenberg. Samen kleuren we het centrum (september 2015). Gezamenlijk rapport van de gemeente Hardenberg en zes stakeholders.

Deel 2 (waarderend)

- e) Welke winkel- en vrijetijdstrends en economische ontwikkelingen (internetshoppen, belevingseconomie en crisis) zien we de afgelopen jaren? Hebben raad en college ingespeeld op deze ontwikkelingen tussen de start van de plannen en 2015? Zo nee, waarom niet? Zo ja, op welke onderdelen zijn de plannen en/of doelstellingen aangepast? Heeft dit volgens de betrokken partijen bijgedragen aan het realiseren van de doelstellingen en zo ja, waarop baseren zij dit?
- f) Komen de huidige (regionale) demografische ontwikkelingen (nog) overeen met de prognoses waarop de centrumplannen zijn gebaseerd? Zo nee, wat zijn belangrijke veranderingen?
- g) Waarin onderscheidt het centrumgebied van Hardenberg zich van omliggende stadscentra zoals Ommen, Coevorden en Hoogeveen? In hoeverre concurreren deze centrumgebieden met Hardenberg/Dedemsvaart? Hebben de raad en het college plannen in regionaal verband afgestemd?
- h) Hoe waarderen de bewoners, ondernemers en bezoekers de gerealiseerde ontwikkelingen in de centrumgebieden? Hierbij denken we aan:
- gedifferentieerd voorzieningenaanbod (winkels, wonen, horeca, werk, recreatief, overige);
 - stedenbouwkundige inrichting (gevelwand, openbare ruimte, looproutes);
 - bereikbaarheid;
 - sfeer (identiteit);
 - leefbaarheid.
- i) In hoeverre komt het huidige aanbod overeen met de huidige behoefte wat betreft:
- winkelaanbod/-vloeroppervlak;
 - woonruimte;
 - horeca;
 - recreatie;
 - maatschappelijk vastgoed.

Deel 3 (toekomstgericht)

Wat betekenen de bevindingen uit deel 1 en deel 2 voor het vervolg van de uitvoering van de plannen? Wat zijn belangrijke leerpunten en handvatten voor de toekomst?

1.2 Aanpak

In het onderzoek zijn de volgende activiteiten uitgevoerd om de gestelde onderzoeksvragen te beantwoorden.

1. Wandeling:

In de eerste fase is met de leden van de rekenkamercommissie, twee betrokken wethouders en betrokken ambtenaren van de gemeente een wandeling gemaakt door beide centrumgebieden. Hiermee is 'op ooghoogte' een eerste probleeminventarisatie en een mogelijke aanscherping van de vraagstelling gemaakt

2. Deskresearch:

Via de bestudering van relevant geschreven materiaal is in deze fase inzicht verkregen in de inhoud, uitvoering en realisatie van de plannen vanaf het begin van deze eeuw. Deze fase is ook gebruikt om inzicht te krijgen in exogene en regionale ontwikkelingen (vragen e t/m g) die van belang zijn bij de ontwikkeling van de twee centrumgebieden.

3. Straatinterviews, bewonerspanel en Twitter

Voor het waarderend deel van het onderzoek (vragen h en i) zijn zowel in het centrum van Hardenberg als van Dedemsvaart straatinterviews gehouden met de gebruikers van de centrumgebieden (bewoners, bezoekers en toeristen). De straatinterviews zijn op twee plekken in de beide centra afgenomen op drie verschillende dagen en op verschillende dagdelen begin augustus. De daarvoor gebruikte vragenlijst (zie bijlage) is ook uitgezet onder het digitale bewonerspanel van de gemeente Hardenberg. De deelnemers aan het panel hebben vier weken de mogelijkheid gehad om de lijst in te vullen. In totaal zijn langs beide wegen 298 enquêtes afgenomen. De antwoorden zijn in een SPSS-bestand ingevoerd en geanalyseerd.

Om ook niet-benaderde burgers de mogelijkheid te geven zich uit te spreken over de centrumgebieden zijn burgers via Twitter opgeroepen hun mening te geven over de centrumgebieden. In totaal hebben 23 mensen door middel van het beantwoorden van enkele vragen op deze wijze hun mening gegeven.

Een uitgebreide verantwoording van de methode en de resultaten zijn beschreven in de bijlagen.

4. Interviews professionals

Om beter inzicht te krijgen in gemaakte afwegingen bij de uitvoering van de plannen vanaf het begin van deze eeuw, zijn interviews afgenomen bij ambtelijk en bestuurlijk verantwoordelijken binnen de gemeente.

Daarnaast hebben we door het voeren van gesprekken met ondernemers en overige stakeholders de visie van professionals op de ontwikkelingen in kaart gebracht.

In totaal hebben tien interviews plaatsgevonden. In de bijlage treft u een overzicht van de gesprekspartners.

5. Focusbijeenkomst

Wij hebben onze gesprekspartners uitgenodigd voor een verdiepende bijeenkomst. In die bijeenkomst zijn de eerste resultaten van het onderzoek teruggelegd en besproken, teneinde het inzicht te verdiepen en te komen tot oplossingsrichtingen voor geconstateerde knelpunten. De lijst van deelnemers aan deze bijeenkomst is in bijlage .. opgenomen.

1.3 Leeswijzer

In het tweede hoofdstuk beschrijven we de plannen voor de centra van de kernen Hardenberg en Dedemsvaart. Daarbij is uitgebreid aandacht voor de doelen die worden nagestreefd met de plannen. In hoofdstuk 3 geven we een aantal ontwikkelingen weer die invloed uitoefenen op het realiseren van die plannen.

Die realisatie is het onderwerp van hoofdstuk 4. Centraal staan vragen als wat er daadwerkelijk is gerealiseerd en welke onderdelen van de plannen nog op uitwerking wachten, of misschien wel zijn geschrapt.

De beleving van het centrum in de beide kernen is het thema van hoofdstuk 5 en 6. Het gaat om de beleving van zowel bewoners van de gemeente als van bezoekers.

In hoofdstuk 7 geven we de mening van stakeholders uit beide kernen over hun centra weer en komt input uit de focusbijeenkomst aan de orde.

Het laatste hoofdstuk ten slotte behandelt de beantwoording van de onderzoeksvragen.

Voor geïnteresseerden bevat de bijlage een uitgebreid verslag van de door ons afgenomen enquêtes onder bewoners en bezoekers over de beleving van beide centra.

2 DE PLANNEN

2.1 Masterplan Centrum Hardenberg

De Provincie Overijssel heeft in haar Streekplan Overijssel 2000+ aangegeven dat de kern Hardenberg de functie van streekcentrum heeft. Concreet betekent dit onder andere dat de kern Hardenberg meer mogelijkheden krijgt op het gebied van wonen, werken en voorzieningen. Hardenberg zou een volledig aanbod moeten hebben op dergelijke gebieden om de functie van streekcentrum ook daadwerkelijk te kunnen waarmaken. Daarom is destijds geconstateerd dat het centrum van Hardenberg een impuls nodig had. Een impuls om de aantrekkelijkheid te versterken, zodat wonen, winkelen, werken en recreëren in een aangenamer omgeving kunnen plaatsvinden. Een impuls, zodat meer mensen uit de gemeente Hardenberg en uit de wijde regio de weg zullen weten te vinden naar het centrum van de kern Hardenberg. Een impuls, kortom, met als motto 'Kwaliteit in de Kern'.

De gemeente heeft de hoofdlijnen van de beoogde verbeteringen reeds uiteengezet in de 'Centrumvisie Gemeente Hardenberg' (raad 26 januari 2000). In december 2002 is het 'Masterplan Centrum Hardenberg' vastgesteld. In 2005 verschijnt vervolgens een verdere uitwerking in het Masterplan Plus Centrum Hardenberg. De in dit document geschetste visie moet de ontwikkelingen in de komende vijftien jaar in Hardenberg inkaderen.

De in dit Masterplan Plus geformuleerde uitgangspunten zijn nog steeds actueel en blijven in hoofdzaak de leidraad van de beoogde centrum-ontwikkeling. De doelstelling is de kwaliteit van het centrum van Hardenberg integraal te verbeteren, omdat de gemeente Hardenberg de stad verder wil ontwikkelen tot een kern met een streekfunctie. Tevens is de doelstelling om te komen tot een goede ruimtelijke onderbouwing. Hiermee kunnen de verschillende deelprojecten vlot in procedure worden gebracht. In het licht van deze achtergrond kan de hoofddoelstelling van het Masterplan Plus als volgt worden omschreven:

"Het ontwikkelen van een integraal ruimtelijk plan voor verbetering van de kwaliteit van het centrum van de kern Hardenberg, waarmee – na uitvoering – de kwaliteit van wonen, winkelen, werken en recreëren duurzaam gewaarborgd wordt."

Voor het Masterplan Plus geldt ook dat er meer aandacht is voor het versterken van de ruimtelijke structuur binnen het centrumgebied en voor de ruimtelijke effecten van de verschillende projecten binnen dit gebied. De gemeente Hardenberg heeft de ambitie om een duurzaam centrum te ontwikkelen, inclusief een verantwoord ruimtegebruik. Duurzaamheid maakt daarom integraal deel uit van de planvorming voor de diverse deelprojecten.

Om ervoor te kunnen zorgen dat de diverse projecten binnen het plangebied goed worden ingepast, is deze ruimtelijke totaalvisie noodzakelijk. De in het recente verleden ontwikkelde plannen hadden vaak betrekking op deelfacetten en/of deelgebieden. Zij dienen, samen met andere ontwikkelingstrajecten, te worden geïntegreerd tot één geheel. Een overkoepelend Beeldkwaliteitsplan voor het gehele plangebied is hierbij van belang. Het vormt samen met dit Masterplan Plus de basis voor de ontwikkelingen binnen het centrum.



Bron: Masterplan Plus

2.1.1 Uitgangspunten

Als nadere uitwerking van de hoofddoelstelling staan in het Masterplan Plus de volgende uitgangspunten voor het beleid:

- het concentreren van winkels en voorzieningen in het centrum en het streven naar een winkelscircuit;
- toevoeging van circa 8000 m² bruto winkelvloeroppervlak, met aandacht voor kwaliteitswinkels;
- het versterken van de ruimtelijke identiteit van het centrum ten opzichte van andere identiteiten van de omliggende gebieden, het historisch centrum goed tot zijn recht laten komen en het vergroten van het kenmerkende onderscheid tussen de deelgebieden in het centrum;
- het ontwikkelen van bijzondere recreatieve, maatschappelijke en sociaal-culturele functies van de omgeving van het gemeentehuis tot aan de noordzijde van de Vecht, bijvoorbeeld via concentratie langs uiteinden van de as gemeentehuis-Voorvegher;
- het uitbreiden van de woningvoorraad in het centrumgebied, evenals het gedeeltelijk slopen en renoveren van de voorraad. Gestreefd wordt naar toevoeging van circa 900 woningen binnen het centrumgebied in de periode tot 2020.

Woningbehoefte

De provincie geeft in haar Streekplan (2000) aan dat Hardenberg een positieve bevolkingsontwikkeling gaat doormaken.

In 2004 is voor de gemeente Hardenberg een woningbehoeftenonderzoek gehouden. Belangrijke conclusies hieruit waren:

- Er is een relatief grote vraag naar woningen voor ouderen en starters.
- Het vraagoverschot is veruit het grootst in het centrum van Hardenberg.

- de Vecht als groen/blauwe corridor met relaties richting het centrum;
- het versterken van de entrees en toegangen naar het centrum van Hardenberg;
- het creëren van een viertal zogenaamde bronpunten op de uiteinden van de assen, inclusief parkeerfaciliteiten;
- in het centrum staan bereikbaarheid en leefbaarheid centraal;
- het stationsgebied wordt een aantrekkelijk en goed bereikbaar woon- en werkgebied met een sterke ruimtelijke relatie met het centrum van Hardenberg;
- duurzaamheid geldt als uitgangspunt voor de beoogde ontwikkelingen in het centrumgebied.

Duurzaamheid, het laatste uitgangspunt, dient volwaardig te worden meegewogen in de planontwikkeling voor de diverse projecten in het centrumgebied. Daarbij was het de bedoeling het ambitieniveau op duurzaamheid langzaam op te voeren gedurende de realisatie van het plan.

Voor het Masterplan Plus is er een drietal belangrijke aangrijpingspunten voor duurzaamheid:

- Het Beeldkwaliteitplan voor het centrumplan, waarin een ruimtelijke visie is neergelegd ten aanzien van de ontwikkeling van het openbaar gebied.
- Het ontwikkelingsplan voor de gemeente Hardenberg. Hierin is de toekomstvisie voor de gemeente Hardenberg vastgelegd. Deze toekomstvisie is door de gemeenteraad vastgesteld op 27 mei 2004.
- Het milieuprogramma 2003.

In het Masterplan Centrum Hardenberg wordt met name ingegaan op duurzame stedenbouw. Er wordt gesteld dat duurzame stedenbouw verschillende vormen van duurzaamheid kent, namelijk:

- ecologisch duurzaam: ecologische zones versterken, ruimtelijke samenhang zoeken en duurzaam bouwen;
- functioneel duurzaam: gedifferentieerd leefklimaat en flexibiliteit van openbaar gebied, zodanig dat verschillende functies en activiteiten kunnen plaatsvinden;
- sociaal duurzaam: veiligheid (politiekeurmerk), sociale coherentie en betrokkenheid versterken.



Centrum Hardenberg

2.1.2 Juridische en financiële kaders

Juridische onderbouwing

Het Masterplan Plus is een structuurplan dat is vastgesteld door de gemeenteraad. Het plan geeft op structuurniveau aan op welke wijze het centrum van de kern Hardenberg zich diende te ontwikkelen. Het structuurplan heeft vooral de status van een indicatief ruimtelijk plan. De nadere uitwerking van het structuurplan zou plaats vinden via het vaststellen van een of meerdere bestemmingsplannen dan wel verlening van artikel 19 WRO-vrijstellingen. Hiermee beoogde het Masterplan Plus enerzijds het totale ruimtelijke kader te zijn voor (de afzonderlijke deelprojecten binnen) de ontwikkeling van het centrumgebied en anderzijds als ruimtelijke onderbouwing voor artikel 19 WRO-vrijstellingen.

Financiën

Binnen het beoogde totaalconcept dragen alle 26 voorziene deelprojecten bij aan de totale kwaliteit van het centrum. Hiertoe is een integrale grond-exploitatierkening opgesteld, waarin alle planonderdelen en deelgebieden zijn doorberekend. Onder andere de fasering speelt hierbij een grote rol. De economische uitvoerbaarheid van alle deelprojecten binnen het masterplan-gebied is verantwoord in het raadsvoorstel 'Exploitatie Centrum Hardenberg 2005; annex vaststelling 29^e begrotingswijziging 2005'¹ en de samenvatting 'Masterplanexploitatie Centrumplan Hardenberg 2005'. Tevens is de bedoeling dat in het kader van de verdere planvorming, per deelproject een aparte exploitatierkening gemaakt wordt.

2.2 Masterplan Centrum Dedemsvaart²

De laatste decennia zijn de kwaliteiten van het centrum van Dedemsvaart achtergebleven bij de ontwikkeling van de nieuwe woon- en werkgebieden in

¹ Vastgesteld door de gemeenteraad op 26 mei 2005.

² Bron: *Masterplan Centrum Dedemsvaart* (2011).

en rond de kern. De stedenbouwkundige en architectonische samenhang in het centrumgebied ontwikkelde zich de afgelopen decennia negatief en de inrichting van de openbare ruimte raakte gedateerd en sleets.

Concreet kampte een drietal supermarkten met ruimteproblemen die niet op de bestaande locaties in het centrumgebied oplosbaar bleken. Een bijkomend probleem is de langgerekte structuur van het winkelgebied, waardoor de winkels niet optimaal profiteren van elkaars nabijheid. Voor de synergie binnen het winkelapparaat is juist de circuitvorming voor het winkelend publiek van belang.

Ook de verkeerscirculatie vormde een bron van zorg. Een probleem was het bevoorradende verkeer in de Julianastraat, dat bij het laden en lossen de doorstroming van het verkeer hinderde. Daarnaast veroorzaakte het destijds ingestelde eenrichtingsverkeer veel extra verkeersbewegingen door zoekend en omrijdend autoverkeer. Door dit verkeersbeeld en de toenmalige inrichting werd de Julianastraat als barrière tussen de beide straatwanden ervaren. Dit gold ook voor het huidige marktplaats (Markt), dat feitelijk als één groot parkeerterrein functioneerde.

Als relatief snel gegroeide kern met 12.480 inwoners (1-1-2015) vervult Dedemsvaart een verzorgingsfunctie voor een wijde omgeving. De functie van substreekcentrum die Dedemsvaart heeft, vormt een extra legitimering voor een investering in de centrumkwaliteit; zowel op het gebied van het winkelapparaat, de horeca, de woonkwaliteit als de openbare ruimte. Dedemsvaart is bij de presentatie van het Masterplan wat betreft de verzorgingsfunctie op het omslagpunt gekomen van een dorp waar men zijn dagelijkse boodschappen doet, naar een kleine stedelijke kern waar het ook prettig recreatief winkelen is.

Het is de doelstelling van het Masterplan dat de algehele centrumkwaliteit beter gaat aansluiten bij deze functie; dat Dedemsvaart, naast een plezierige woonkern, ook een plek is waar je als bezoeker en consument graag neerstrijkt en wat langer verblijft, ook in de avonden.



Historie

In 2007 is de Ruimtelijke Visie opgesteld. Deze visie behelsde de realisatie van nieuwe, deels vervangende woon-/winkelprojecten op een viertal strategische locaties in het zuidelijk centrumgebied, nieuwe woonbebouwing aan het noordelijk deel van de Julianastraat, evenals de herinrichting van het totale openbare centrumgebied.

Kort daarop volgden een verkeers- en parkeerstudie, een branchenota voor de detailhandel, een gemeentelijke specificatie voor het woningbouwprogramma in het centrumgebied en een beeldregieplan. Deze documenten waren als bijlagen toegevoegd aan de Strategische Visie Masterplan Dedemsvaart, die door de gemeenteraad op 12 mei 2009 voor kennisgeving is aangenomen en op hoofdlijnen is vastgesteld.

Om de ingeslagen ontwikkelingsrichting van Dedemsvaart formeel te bezegelen en om een basis te hebben voor de eerste strategische grondaankopen, is deze ontwikkelingsrichting door de gemeenteraad bekrachtigd in de Structuurvisie Dedemsvaart Centrum (16 februari 2010). Op 5 juli 2011 stelde de gemeenteraad het Masterplan Centrum Dedemsvaart vast.

De Strategische Visie is het document waarin de gemeente de kaders heeft vastgesteld voor de voorgestelde ruimtelijke ingrepen. De gemeente wil uitdrukkelijk de regie voeren over de op handen zijnde transformatieprocessen in het centrum van Dedemsvaart. De gemeente heeft voor het gehele centrumgebied een inrichtingsplan opgesteld. Tevens zijn de uitgangspunten voor het parkeren nader gespecificeerd in een parkeerbalans voor Julianastraat-Noord en de Markt en omgeving. Deze producten vormen de basis voor dit Masterplan. In het licht van deze achtergrond kan de hoofddoelstelling van het Masterplan als volgt worden omschreven³:

“Het centrum van Dedemsvaart moet een gemengd en levendig karakter blijven behouden. Naast de functie van koopcentrum voor de dagelijkse behoeften en doelgerichte aankopen dient het gebied ook aantrekkelijk te zijn voor recreatief winkelen, horeca en sociaal-culturele voorzieningen. Ook richt de gemeente zich op het versterken van de woonfunctie in het centrum.”

Het versterken van de woonfunctie was niet alleen ingegeven door de wens om de bestaande ruimte binnen de bebouwde kom intensiever te benutten, maar de woonfunctie is tevens cruciaal voor de levendigheid en de sociale veiligheid in het centrumgebied.

2.2.1 Uitgangspunten

De Strategische Visie (januari 2009), is gebaseerd op de volgende uitgangspunten:

- het vergroten van de wervingskracht van Dedemsvaart door het creëren van een compleet, compact, comfortabel en duurzaam kernwinkelgebied;

³ In het Masterplan zelf staat geen expliciete doelstelling. De tekst komt wel uit het Masterplan.

- het ontwikkelen van het kernwinkelgebied in het zuidelijke deel van het centrum (Julianastraat-Zuid, Markt en Markstraat), om de compactheid te versterken;
- het toevoegen van 4700 m² bruto vloeroppervlak aan winkels, 850 m² gemengde bebouwing en 74 woningen;
- prioriteit geven aan schaalvergroting/ verplaatsing van supermarkten;
- beperkte uitbreiding van horeca (600 m²) en publieksgerichte dienstverlening;
- het verbeteren van de gebruikswaarde en het kwaliteitsbeeld van de Markt;
- het versterken van de eigenheid en identiteit van het centrumgebied;
- versterking van wandvorming met nieuwe bebouwing rond de Markt en stedenbouwkundige afronding van de noordflank (ter hoogte van de Gereformeerde kerk);
- architectonische versterking van de entrees van het centrumgebied;
- rekening houden met ontwikkelingen in vastgoed- en eigendomssituaties;
- koersen op duurzaamheid, waarbij op stedenbouwkundig, civieltechnisch en bouwkundig vlak bewust wordt omgegaan met energie, binnen- en buitenklimaat, water en materialisatie;
- het verbeteren van de verkeerscirculatie in het centrumgebied door het opheffen van het eenrichtingsverkeerregime in de Julianastraat-Zuid en de Wisseling;
- het creëren van voldoende parkeercapaciteit op strategische locaties;
- investeren in het kwaliteitsbeeld van de bestaande winkelpanden en bijbehorende uitstallingen, openbare ruimte, entrees, historische elementen en centrumranden;
- investeren in de historische rand aan de zuidzijde, waarbij de focus wordt gelegd op de centrumtree aan die zijde en op de relatie tussen het centrumgebied en de Hoofdvaart;
- de Wisseling, de Markt, de kerken, de openbare ruimte en het bosgebiedje bij de N.H.-kerk vormen de belangrijkste toekomstige beeld- en imagodragers van het centrumgebied.

De nadruk in dit Masterplan ligt niet op de verschillende ontwikkelprojecten, zoals in het geval van Hardenberg. De inzet van dit Masterplan is erop gericht om voor het totale centrumgebied van Dedemsvaart een programmatisch en stedenbouwkundig samenhangende ontwikkeling in gang te zetten. Als bindende factoren voor de diverse ontwikkelprojecten gelden de stedenbouwkundige hoofdopzet, de verkeers- en parkeerstructuur en – last but not least – het integrale inrichtingsvoorstel voor de openbare ruimte. Dit inrichtingsplan is opgezet vanuit de wens om voor het gehele centrumgebied één samenhangende en herkenbare huisstijl te ontwikkelen.

Binnen het Masterplan Dedemsvaart worden vier deelgebieden onderscheiden, waarin grond- en vastgoedontwikkelingen zijn voorzien. Deze deelgebieden zijn in de grondexploitatie opgenomen. Het gaat hier om de volgende deelgebieden:

- Markt Westzijde (TNT-locatie en omgeving);

- Markt Noordzijde;
- MFC (multifunctioneel centrum);
- Julianastraat-Noord (huidige locatie Aldi/Jumbo incl. bibliotheek en politiebureau).

Daarnaast is nog een aantal studiegebieden benoemd. Verder onderzoek naar deze studiegebieden moet leiden tot besluitvorming of deze studiegebieden worden omgezet naar ontwikkelingsgebieden. Dit heeft ertoe geleid dat in een latere fase het deelgebied 't Olde Postkantoor als ontwikkelingsgebied eraan is toegevoegd.

Duurzaamheid

Op gebouwniveau kiest de gemeente ervoor om de prestatie eisen op duurzaamheid te toetsen met het instrument 'GPR gebouw'. Voor eigen gebouwen wil de gemeente een minimumscore van 7,5 handhaven, voor ontwikkelingsprojecten van derden gaat waarschijnlijk een minimale GPR⁴-eis van 7,0 gelden. De ontwikkelpartijen hebben vastgesteld om een GPR-eis van 7,5 als uitgangspunt te hanteren. Recent is op initiatief van de Dutch Green Building Council (DGBC) BREEAM.NL geïntroduceerd. Dit is een nieuwe methode om duurzaamheid te meten, die breder is dan de reeds bestaande duurzaamheidsmethodieken. Deze methodiek vormt een integrale leidraad tijdens het ontwerpen en het bouwen. Ook is BREEAM.NL beter in staat om winkelformules mee te nemen in de toetsing. De projectontwikkelaar Leyten, waarmee de gemeente lang samenwerkte, ondersteunt de DGBC. Partijen zijn voor het centrumplan Dedemsvaart uitgegaan van een BREEAM score 'pass' maar hebben de ambitie de score 'good' te realiseren.

2.2.2 Juridische en financiële kaders

Juridische onderbouwing

Het Masterplan Centrum Dedemsvaart is een operationalisering van de Strategische Visie uit 2009. In de Visie zijn de onderliggende kaders vastgelegd voor de uitwerking. Op basis van de Structuurvisie uit 2010 kunnen echter bestemmingsplannen worden opgesteld. Daarnaast kan de gemeente de Structuurvisie gebruiken als instrument om een voorkeurspositie in te nemen bij de verwerving van een of meerdere strategische locaties (Wet voorkeursrecht gemeenten).

Financiën

Het tekort op de integrale uitvoering van het Centrumplan Dedemsvaart inclusief het MFC Dedemsvaart wordt geraamd op circa € 1,29 miljoen (netto contante waarde per 1-1-2011). Dit tekort wordt volledig veroorzaakt door de ontwikkeling en bouw van het Multifunctionele Centrum Dedemsvaart.

⁴ GPR Gebouw meet de duurzaamheid van bestaande bouw, nieuwbouw en grootschalige renovatie van woning- en utiliteitsbouw, met rapportcijfers voor aspecten als energie, milieu en gezondheid.

De grondexploitatie voor het Centrumplan Dedemsvaart verloopt met inachtneming van de kosten, opbrengsten en overige dekkingsbronnen inclusief € 1,3 miljoen extra investeringsmiddelen, te dekken uit de voor de periode 2014-2018 gereserveerde middelen, budgettair neutraal.

3 DE CONTEXT

Inleiding

In dit onderzoek staan de realisatie en beleving van de centra van Hardenberg en Dedemsvaart centraal. De plannen voor de beide centra dateren van respectievelijk 10 en 4 jaar terug. Er is in die periode veel gebeurd dat ook invloed heeft gehad op de resultaten van het Hardenbergse beleid. In dit hoofdstuk bespreken we deze kort.

Onderzoek naar de kansen en bedreigingen van binnenstedelijke ontwikkelingen in Nederland geeft aan dat stedelijke kernen als die in Hardenberg en Dedemsvaart onder grote druk staan. Het gaat daarbij om ontwikkelingen waar lokale bestuurders lang niet altijd op kunnen inspelen. Ontwikkelingen die hierin een prominente rol spelen, zijn:

Conjunctuur

Niemand heeft in 2005 kunnen voorzien dat in 2008 een mondiale economische crisis zou uitbreken. De gevolgen daarvan zijn duidelijk;

- een sterke afname van investeringsmogelijkheden en -bereidheid bij particuliere partijen, waar juist de realisering van het Masterplan Plus in Hardenberg mede afhankelijk van was;
- een eveneens aanzienlijke afname van de koopkracht van de bevolking en van de wil tot de aanschaf van met name duurdere consumptiegoederen en de afname van (koop)woningen;
- hierdoor loopt de investeringsbereidheid van ondernemingen terug (winkels, kantoren, woningen);
- een sterke druk op overheidsfinanciën, waardoor ook minder kon worden uitgegeven;
- een terughoudendheid bij banken om ontwikkelingen te financieren via kredieten.

Digitalisering

De snel groeiende populariteit van internet met zijn vele toepassingen heeft grote invloed op de economische en ruimtelijke ontwikkeling van steden. De meest pregnante ontwikkeling is wel de stormachtige groei van de e-commerce. De traditionele winkels ondervinden sterke concurrentie van webwinkels met hun uitgebreide en goedkope assortiment. De opkomst van de webwinkels heeft in vele steden geleid tot druk op het winkelbestand, met winkelleegstand als zichtbaar gevolg.

Behalve op winkels heeft het internet ook zijn invloed op voorzieningen als theaters, bioscopen en bibliotheken. Ook hier is sprake van concurrentie om de aandacht van de consument.

Aan de andere kant biedt de digitalisering ook allerlei nieuwe mogelijkheden en kansen. Het wordt ook makkelijker om het kaartje voor het theater te bestellen, allerhande applicaties (apps) bieden informatie over stedelijke

centra: waar te parkeren, welke horeca te bezoeken, hoe laat de bus vertrekt, waar bepaalde winkels zijn etc.

Demografie

Vergrijzing van de bevolking, met als gevolg veranderende gebruikers- en consumptiepatronen in de stadskernen. Volgens Locatus, marktleider op het gebied van winkelinformatie, is vergrijzing zelfs de belangrijkste voorspeller voor de toekomstige leegstand van winkelpanden in Nederland. In de gemeente Hardenberg is zeker sprake van vergrijzing.¹ Tussen 2000 en 2010 nam het aantal ouderenhuishoudens aanzienlijk toe. Toch slaat de vergrijzing relatief minder hard toe dan in veel omringende gemeenten, zoals Ommen (zie Trendbureau Overijssel 2013) en ook behoudt de gemeente (inclusief Dedemsvaart) jongeren binnen de gemeentegrenzen. Hardenberg heeft ook relatief veel gezinnen met kinderen (42% van de huishoudens tegen 34% voor heel Nederland).

Ook de zogenaamde krimp van de bevolking lijkt in Hardenberg mee te vallen; zowel in het aantal bewoners als huishoudens is sprake van een zekere stabilisatie tot 2040.²

Andere structuur van het winkelbestand

Ten opzichte van enkele decennia geleden is het bestand aan winkels sterk veranderd wat betreft eigendomsstructuur. Was vroeger de winkel in veel gevallen eigendom van de winkelier of ambachtsman, tegenwoordig behoort een aanzienlijk deel van het winkelbestand tot een zogenaamde keten. Dat wil zeggen dat degene die de vestiging leidt niet meer de eigenaar/beslisser is. Dit heeft gevolgen voor onder meer de organisatiegraad, de mogelijkheden tot mobilisering van de winkeliers, de lokale betrokkenheid et cetera.

Ook schaalvergroting en brancheervaging kunnen een rol spelen in het winkellandschap en, mede als gevolg hiervan, verplaatsing van de detailhandel naar perifere aanlooplocaties.

Trends onder consumenten

De consument verandert steeds sneller van voorkeur en bestedingsgedrag. Mede mogelijk gemaakt door de eerder genoemde digitalisering volgen modetrends elkaar steeds sneller op. Maar ook voorkeuren als ecologisch verantwoorde producten, winkelen op zondagen, het combineren van winkelen en 'fun', juist voorkeur voor weidewinkels etc. zetten het winkellandschap onder druk.

¹ Woonvisie Hardenberg 2013-2020 Ruimte voor bewoners. Hardenberg (2013).

² EIB, Scenariostudie Overijssel (2014).

4 REALISATIE

In dit hoofdstuk presenteren we onze bevindingen ten aanzien van de vraag of en in welke mate de plannen voor de centra van Hardenberg en Dedemsvaart zijn gerealiseerd.

4.1 Centrumplan Hardenberg



De markt in Hardenberg

Voor de uitvoering van het Masterplan Plus is de gemeente een samenwerking aangegaan met de ontwikkelaar Multi Vastgoed. Multi ontwikkelt volgens die afspraken drie gebouwen met circa 8000 m² winkels (waarvan 2000m² voor de verplaatste AH-vestiging), 900 m² commerciële voorzieningen, 500 parkeerplaatsen en circa 135 koop- en huurappartementen (deze vallen buiten de verkoop). De gemeente Hardenberg is verantwoordelijk voor het nieuwe openbare gebied, waaronder een nieuw marktplein. Ontwikkelaar Multi verkoopt vervolgens het ontwikkelde vastgoed aan de Kroonenberg Groep. De totale investeringswaarde van het project bedraagt circa 28 miljoen euro.

Anno 2015 is circa twee derde van het ontwikkelprogramma van het Masterplan gerealiseerd.¹ Hieronder lopen we de afzonderlijke onderdelen kort langs.

- Het concentreren van winkels en voorzieningen in het centrum en het streven naar een winkelcircuit, zijn in belangrijke mate gerealiseerd. In enkele gevallen is de concentratie dankzij de tegenvallende economische situatie niet gerealiseerd. Zo zijn de plannen voor winkels op de kop van Oosteinde gesneuveld en vervangen door wonen. De realisatie van de Markt en de looproutes vanaf het stadhuis bieden de mogelijkheid tot het lopen van 'rondjes'. Met het creëren hiervan is ook de ruimtelijke identiteit van het centrum ten opzichte van andere identiteiten van de omliggende gebieden versterkt, het centrum komt duidelijk tot zijn recht.
- Wat betreft de extra toe te voegen vierkante meters is de voorziene 8000 m² bruto winkelvloeroppervlak niet helemaal gehaald. Naar schatting

¹ Bron: Toelichting Grondexploitatie Centrumplan Hardenberg 2015.

is er netto circa 5000 m² winkelvloer toegevoegd aan het centrum. Of dat, zoals gewenst, vooral 'kwaliteitswinkels' zijn, is niet objectief vast te stellen.² Het centrum heeft wel helaas twee modewinkels uit het hogere segment zien vertrekken.

- Het versterken van de ruimtelijke identiteit is onder meer bereikt door het herinrichten van het openbare gebied en het realiseren van een nieuw marktpllein.
- In het Centrum zijn recreatieve, maatschappelijke en sociaal-culturele functies gecreëerd, zoals de vernieuwing van de Voorveghter (bioscoop en theater), de komst van het LOC+ in een nieuw multifunctioneel gebouw en een buurtkamer voor ouderen, huisartsen en tandartsen.
- In het Masterplan Plus werd gestreefd naar een toevoeging van circa 900 woningen binnen het centrumgebied in de periode tot 2020. Naar schatting zijn er eind 2015 tussen de 350 en 400 woningen gerealiseerd. Vanuit het college van B en W wordt hierover aangegeven dat de realisering bewust is getemporiseerd. Daar waar de grondexploitatie het toeliet, is afgewaardeerd in aantal woningen. Naar verwachting zullen er aan het einde van de projectperiode rond de 700 zijn toegevoegd aan de voorraad.
- De gehele Vechtzone heeft nog het karakter van 'studiegebied' en het project Vechtoever bevindt zich eveneens in een fase van planvorming. De Vecht als groen-blauwe corridor met relaties richting het centrum behoeft derhalve nog verdere invulling.
- De entrees en toegangen naar het centrum van Hardenberg zijn versterkt door onder meer de bronpunten (zie volgend punt).
- Een viertal zogenaamde bronpunten op de uiteinden van de assen met parkeerfaciliteiten is voor driekwart realiteit geworden. Er zijn er drie, te weten bij gemeentehuis, de Markt en bij LOC. De vierde, bij Troubadour, is even 'in de ijskast' gezet.
- De gerealiseerde parkeerplaatsen dragen bij aan een leefbare omgeving in het centrum. Ook het weren van auto's door nieuwe hoofdroutes draagt daar aan bij. Het centrum is hierdoor zeer autoluw geworden.
- De aanpak van het stationsgebied is nog in voorbereiding. De planning is dat er eind 2015 een masterplan voor het stationsgebied gereed is.
- Duurzaamheid is als uitgangspunt bij veel ontwikkelingen in het centrumgebied ook daadwerkelijk geëffectueerd. Dat uit zich in het gebruik van duurzame materialen bij de bouw (bijvoorbeeld gebakken in plaats van betonnen materialen), de bouw van het duurzaamste gemeentehuis van Nederland, het scheiden van regenwater en vuilwater, een clean team dat door de stad loopt et cetera.

De realisering van de doelen uit het centrumplan kwam door de financiële crisis die in 2008 losbarstte, in de vertraging. Vanaf het uitbreken van die crisis daalden grond- en vastgoedprijzen en stagneerden de afzet van woningen en de consumentenbestedingen. Projecten in uitvoering werden daarom vertraagd en nog te starten projecten uitgesteld. De belangrijkste projecten

² Wat kwaliteit is, is immers moeilijk te operationaliseren.

binnen het Centrumplan die hierdoor getroffen waren, zijn blok 4 van de Markt e.o. en de vernieuwingswijk Marsch Kruserbrink. Een aantal projecten voor de iets langere termijn, zoals Vechtoever en Vechtzone, zullen worden heroverwogen wat betreft fasering en programmering.

Ook het inmiddels gerealiseerde deel ontkwam niet aan de gevolgen van de crisis. Dalende bestedingen, maar ook veranderingen in koopgedrag (internet) leidden tot uitval van vraag in het centrum. Het gevolg is het voorkomen van leegstand in en rond het centrum. Als reactie daarop heeft de gemeente samen met de Stichting Centrummanagement het initiatief genomen tot het Actieplan Centrum Hardenberg. Dat plan is medio 2015 gepresenteerd en omvat een vijftigtal acties die het Centrum nieuw leven moeten inblazen. De daaruit voortvloeiende tien speerpunten zijn:

1. Aanstellen centrummanager en samenwerking alle belanghebbenden;
2. Verplaatsen en herbestemmen: compacter centrum;
3. Acquisitie nieuwe en vernieuwende winkels
4. Evenwichtige branchering, behoud kwaliteit
5. Vergroting niet-winkelfuncties gericht op beleving
6. Aanpak leegstand
7. Stimuleren nieuw ondernemerschap
8. Terugkerend evenement – regionale uitstraling
9. Marketing en promotie voor meer bezoekers en langer verblijf
10. Aantrekkelijke digitale omgeving voor de online consument.

In het kader van het compact houden van het centrum heeft de gemeente al stappen ondernomen door een aantal winkel-m²'s buiten het centrumgebied uit de markt te nemen. Aan het Oosteinde en de Voorstraat worden respectievelijk 1500 en 250 m² detailhandel weggenomen.

Eén van de belangrijke oorzaken voor de persistentie van de leegstand zijn de relatief hoge huurprijzen. Het zijn voor een belangrijk deel huurprijzen die zijn vastgesteld in de periode voor de crisis. Dergelijke prijzen waren gebaseerd op regionale kengetallen en reflecteerden de situatie destijds. De afspraken tussen de beheerder van het vastgoed en de gemeente zijn nog van kracht en de geldende huurniveaus blokkeren een alternatief gebruik van de ruimtes.

Juridische onderbouwing

Een groot deel van de ruimtelijke ontwikkelingen is via een vrijstellingsprocedure (Artikel 19) uitgevoerd. Bezwaar- en beroepsprocedures hebben nooit geleid tot grote vertragingen in het proces. In een aantal gevallen is er wel planschade uitgekeerd.³

³ Bron: interview ambtenaren.

Financieel kader

Op 1 januari 2015 berekent de gemeente een positief resultaat van circa € 3,6 miljoen op de ontwikkeling van het centrumgebied.⁴ Hierbij zijn alleen de grondopbrengsten voor blok 4 aan het Marktpllein nog niet gerealiseerd.⁵ Deze worden momenteel voorzien in 2018 waarbij mogelijk de begrote opbrengsten naar beneden bijgesteld moet worden.

Stelselwijziging

Het positieve financiële resultaat dient wel enige nuancering. In april 2013 heeft een stelselwijziging plaatsgevonden. Dit heeft ertoe geleid dat het grondexploitatie resultaat van het Centrumplan Hardenberg (en Dedemsvaart) fors is verbeterd doordat investeringen in de hoofdstructuur uit de grondexploitatie zijn gehaald. De investeringen in de hoofdstructuur zijn omgebogen naar een structurele last op de gemeentelijke begroting. Hier tegenover staat wel dat het grondbedrijf de mogelijkheid krijgt om op resultaat-basis jaarlijks winstneming te plegen uit het project. In 2013 heeft uit het Centrumplan Hardenberg een winstneming plaatsgevonden van circa € 4,8 miljoen.

4.2 Centrumplan Dedemsvaart

Voor de realisatie van de plannen uit het Masterplan is de gemeente al in de afrondingsfase van het masterplan op zoek gegaan naar een projectontwikkelaar. Vastgoedontwikkelaar Leyten uit Drachten en Rotterdam kwam na een aanbestedingsprocedure als beste partij uit de bus.⁶

Leyten gaat de ontwikkeling van het centrum van Dedemsvaart in samenwerking met de gemeente nader vormgeven via de zogenaamde co-design-aanpak, met als resultaat een complete integrale visie voor het gebied. Door al in een vroeg stadium samen te werken met een ontwikkelaar, hoopte de gemeente te profiteren van de kennis en kunde van deze marktpartij. In de afspraken krijgt Leyten het recht om bepaalde delen van het plan van de gemeente af te nemen en te ontwikkelen. De gemeente Hardenberg zorgt dat die gronden hiervoor bouwrijp zijn en verzorgt de inrichting van het openbaar gebied en de infrastructuur. De kosten hiervan worden via de grondprijs terugverdiend, zo is de gedachte. De overige kavels geeft de gemeente Hardenberg bouwrijp uit aan geïnteresseerde marktpartijen.

Als eerste deelproject begon de gemeente eind 2010 met de herstructurering van de Julianastraat en de Wisseling. De 600 meter lange winkelstraat Julianastraat is nu volledig ingericht volgens het shared-space-principe en ook

⁴ Toelichting grondexploitatie centrumplan Hardenberg (september 2015). Betreft de netto contante waarde.

⁵ Voor de vernieuwing van de wijk Marsch-Kruserbrink liggen de grondopbrengsten al vast in overeenkomsten.

⁶ Collegebesluit 28-06-2011.

de Wisseling is volgens dit principe ingericht.⁷ De kademuur van de Dedemsvaart is afgebroken en vervangen door een steiger/wandelboulevard. In de zomer is dit bij uitstek geschikt voor terrasjes aan het water, wat de leefbaarheid ten goede komt.

Ook voor de herstructurering van deze straten koos de gemeente voor een contract met een marktpartij volgens het principe van Design & Construct. Daarbij neemt de marktpartij niet alleen de uitvoering, maar ook een belangrijk deel van de voorbereiding voor haar rekening.



De Julianastraat

Ook het MultiFunctioneel Centrum (de Baron) is door de gemeente opgeleverd, maart 2014. Het gebouw, met circa 1550m² vloeroppervlak, bevat een bibliotheek, horeca (125m²), een theater en er zijn diverse instellingen die er ruimte huren. Daarnaast zijn circa 108 parkeerplaatsen gerealiseerd, met een uitbreidingsmogelijkheid naar 166. Het complex is na oplevering aangekocht door woningbouwvereniging De Veste⁸ en leidde voor de gemeente tot een verliespost van rond de 700.000 euro.

Deze activiteiten, waarbij de gemeente zelf aan het roer staat als opdrachtgever, zijn relatief vlot verlopen.

Minder voortvarend gaat het met de projecten die door ontwikkelaar Leyten gerealiseerd zouden worden.

De ontwikkelaar is in najaar 2014 gestart met de bouw van het woon-winkelcomplex het Hof van Dedem, aan de westzijde van de Markt. Aldaar is 3100m² winkelruimte voorzien op de begane grond. Daarboven zijn 19 luxere appartementen gepland. De eerder geplande parkeervoorziening onder het gebouw is komen te vervallen. Oplevering van dit complex, waarin onder meer de Hema en Jumbo zich zullen vestigen, is gepland voor voorjaar 2016.

⁷ Gedeeld ruimtegebruik: alle verkeersdeelnemers maken van de ruimte gebruik en worden daarbij op hun eigen verantwoordelijkheidsgevoel aangesproken.

⁸ Deze transactie ging uiteindelijk niet zonder slag of stoot en kostte de toenmalige directeur van de Veste zijn baan.

In de zomer van 2015 werd echter bekend dat Leyten zich terugtrekt uit een aantal andere projecten uit het Masterplan, te weten de Markt-Noordzijde en de Julianastraat Noord.

Aan de noordkant van de Markt kon de bouw van een woon-winkelcomplex niet van start gaan, omdat de daar voorziene Aldi-supermarkt in de zomer van 2013 besloot af te zien van een verhuizing naar deze locatie. Er was een complex gepland met 1500 m² commerciële ruimte, met daarboven 12 woningen. De gemeente heeft vervolgens de bestemming supermarkt van het perceel gewijzigd.⁹ De veranderingen in de plannen leidden ook tot lagere grondwaarden en dus een lagere verwachte opbrengst voor de gemeente. In de grex is een negatief resultaat van bijna 1 miljoen euro voorzien.

Er werd op moment van onderzoek (december 2015) met een nieuwe partij gesproken die 800 m² in het complex wil invullen. De gemeente lijdt hierdoor financiële verliezen.

In het plangebied Julianastraat Noord zijn 34 rijtjeshuizen (goedkoper segment), 4 appartementen en parkeerruimte (128 plaatsen) gepland. Deze plannen zijn door Leyten ook 'teruggelegd' bij de gemeente. Momenteel 'oriënteert' de gemeente zich op vervolgstappen voor dit gebied.

Als reden voor de breuk tussen gemeente en Leyten verwijzen de partijen naar de 'veranderingen in de retailwereld' die zich hebben voorgedaan de laatste jaren. De crisis raakt ook de detailhandel en grote ketens heroverwegen hun vestigingsbeleid, wat vooral negatieve effecten voor kleinere kernen kan hebben.¹⁰ Het college benadrukt dat de breuk met Leyten 'sec' geen financiële gevolgen heeft. Echter, doordat de ontwikkelingen op de locaties Markt Noord en Julianastraat Noord voorlopig niet doorgaan, mist de gemeente de inkomsten van grondverkoop. De grondprijzen dienden na het afhaken van Leyten ook opnieuw te worden vastgesteld. Door de dalende vastgoedprijzen levert de toegepaste systematiek van grondwaardeberekening (de residuele methode) een lagere grondwaarde en dus een in de toekomst lagere verwachte opbrengst op.

De herontwikkeling van 't Olde Postkantoor is in 2013-2014 uitgevoerd door ontwikkelaar Heering Vastgoed. Op de locatie van de aanbouw is een markthal gerealiseerd van circa 400 m². In de markthal is detailhandel en horeca op de begane grond toegestaan. De eerste en tweede verdieping van het oude gedeelte zijn bestemd voor wonen of kantoorruimte (inclusief vergaderruimte). Verder is ook de herinrichting van de openbare ruimte Markt Zuid gerealiseerd, waardoor 't Olde Postkantoor en de directe omgeving volledig zijn afgerond.

⁹ Het uitgangspunt is nu 800 m² bvo commercieel en 16 sociale huurappartementen.

¹⁰ Beantwoording schriftelijke vragen VVD fractie inzake Masterplan Centrum Dedemsvaart, 1 september 2015.

Juridische onderbouwing

De RO-procedures die tot op heden zijn gelopen, zijn zorgvuldig uitgevoerd en hebben niet geleid tot vertragingen. In het traject van de bestemmingsplannen zijn wel zienswijzen ingediend, maar dit heeft niet geleid tot beroepsprocedures.¹¹

Financieel kader

Op 1 januari 2015 berekent de gemeente een positief resultaat van circa € 0,2 miljoen op de ontwikkeling van het centrumgebied.¹² Echter, de grootste risico's hangen samen met de afzet van gronden in de deelgebieden Markt Noord en Julianastraat Noord. Het geraamde resultaat van het deelgebied Marktzijde Noord bedraagt een tekort van circa € 1,2 miljoen en voor de Julianastraat Noord is er een geraamd tekort van € 2,5 miljoen.¹³ Het MultiFunctioneel Centrum leidde voor de gemeente al eerder tot een verliespost van rond de € 0,7 miljoen.

¹¹ Bron: interview ambtenaren.

¹² Toelichting grondexploitatie centrumplan Dedemsvaart (september 2015). Betreft het netto contante resultaat.

¹³ Op 1 januari 2015 is het netto contante resultaat een tekort van respectievelijk € 1 en 2 miljoen.

5 DE BELEVING VAN HET CENTRUM VAN HARDENBERG

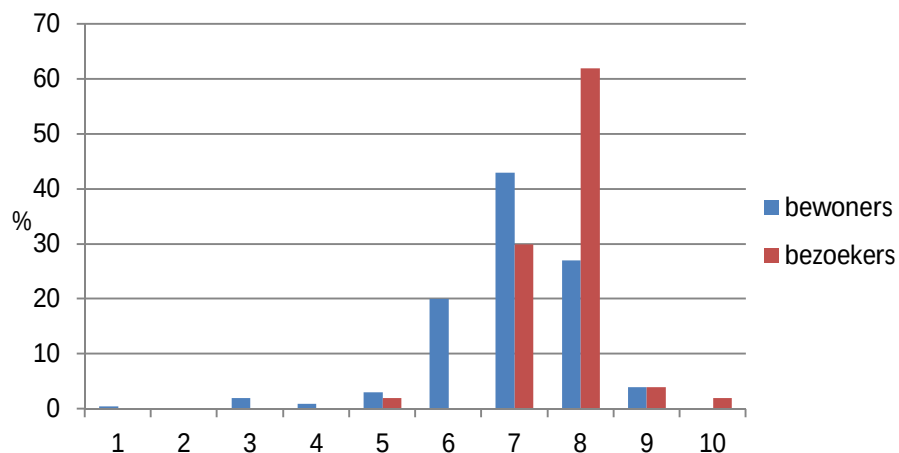
In dit hoofdstuk komt de beleving van het centrumgebied van Hardenberg van zowel Hardenbergers als bezoekers aan de orde. We doen dit op basis van de enquêtes die we hebben afgenomen en de Twitteroproep. In de bijlagen staat de verantwoording.

In paragraaf 5.1 kijken we wat het totaaloordeel is over het centrum. Paragraaf 5.2 gaat in op de tevredenheid over het aanbod van voorzieningen en 5.3 over de beleving van het Marktplaatsplein en overige winkelstraten. Dan komt de positie van het centrum in de regio aan de orde en we eindigen met een conclusie.

5.1 Algemeen

Bewoners en bezoekers zijn over het algemeen tevreden over het centrum van Hardenberg. De meeste bewoners waarderen het centrum met rapportcijfer 7. De bezoekers, waaronder veel vakantiegangers, zijn nog wat positiever en 62 procent geeft het centrum een 8.¹

Figuur 5.1 Rapportcijfer voor het centrum van Hardenberg



Bron: Regioplan-enquête

Dit cijfer is een resultante van de opvattingen van bezoekers en bewoners over een aantal kenmerken van het centrum. In de onderstaande paragrafen bespreken we deze afzonderlijk.

¹ Gemiddeld geven bewoners een 7,0 en bezoekers een 7,7.

5.2 Aanbod voorzieningen

5.2.1 Aanbod winkels en horeca

Winkels

Ruim driekwart van zowel de bewoners als de bezoekers oordeelt positief over het aanbod van winkels voor dagelijkse boodschappen.

Tabel 5.1 Wat vindt u van het aanbod aan winkels voor dagelijkse boodschappen?

	Voldoende tot goed	Neutraal	Onvoldoende tot slecht	Weet niet/geen mening
Bewoner gem. Hardenberg	77%	11%	5%	7%
Bezoeker/vakantieganger	77%	0%	2%	21%

Bron: Regioplan-enquête

Met name het aantal winkels, maar ook de variatie erin worden genoemd als sterke punten. Gevraagd naar wat men op dit gebied mist, noemt een aantal mensen de Lidl als plek voor de 'snelle' boodschappen. Verder wijzen respondenten vooral op het gemis van speciaalzaken, zoals een toko, biologische winkels, hobbywinkels, fietsreparatiezaken en fotospeciaalzaken. Gevraagd naar de mening over winkels voor niet-dagelijkse boodschappen, zijn de bewoners van Hardenberg minder positief dan de bezoekers.

Tabel 5.2 Wat vindt u van het aanbod aan (overige) winkels?

	Voldoende tot goed	Neutraal	Onvoldoende tot slecht	Weet niet/geen mening
Bewoner gem. Hardenberg	50%	25%	22%	4%
Bezoeker/vakantieganger	77%	9%	9%	6%

Bron: Regioplan-enquête

De helft van de bewoners oordeelt positief, bijna een kwart is niet tevreden. Onder de bezoekers heerst bij driekwart tevredenheid over het aanbod in deze categorie.

Positief zijn Hardenbergers vooral over de variatie in het aanbod. Toch mist een deel variatie binnen het speciaal-aanbod en in het bijzonder kleine speciaalzaakjes, bijvoorbeeld in de sfeer van kleding of schoenen voor de jongere doelgroep. Uit het recent gehouden koopstromenonderzoek blijkt ook dat de Hardenberger voor kleding (en schoenen) relatief sterk is georiënteerd op buurgemeenten als Twenterand en Ommen. Uit dat onderzoek komt overigens een relatief sterke binding aan de kern Hardenberg naar voren voor zowel dagelijkse als niet-dagelijkse inkopen.

Horeca

Over het aanbod van horecavoorzieningen lopen de meningen van bewoners en bezoekers meer uiteen. Minder dan de helft van de bewoners (47%) beoordeelt dit aanbod als voldoende of goed. Een kwart is negatief over het aanbod en ook een kwart heeft geen uitgesproken mening over dit thema. Van de bezoekers is 70 procent positief over het horeca-aanbod.

Tabel 5.3 Wat vindt u van het aanbod aan horeca?

	Voldoende tot goed	Neutraal	Onvoldoende de tot slecht	Weet niet/geen mening
Bewoner gem. Hardenberg	47%	18%	24%	10%
Bezoeker/vakantieganger	70%	2%	11%	17%

Bron: Regioplan-enquête

Het beperkte enthousiasme van de Hardenbergers over het horeca-aanbod is terug te voeren op een gemis aan gezelligheid in het centrum, met name door een tekort aan terrassen. Meer terrassen, liefst ruimtelijk geconcentreerd, worden door verschillende respondenten als gewenst genoemd. Anderen noemden het ontbreken van een 'eetcultuur' als gemis. Meer kwalitatief hoogwaardige restaurants werden genoemd als wens.

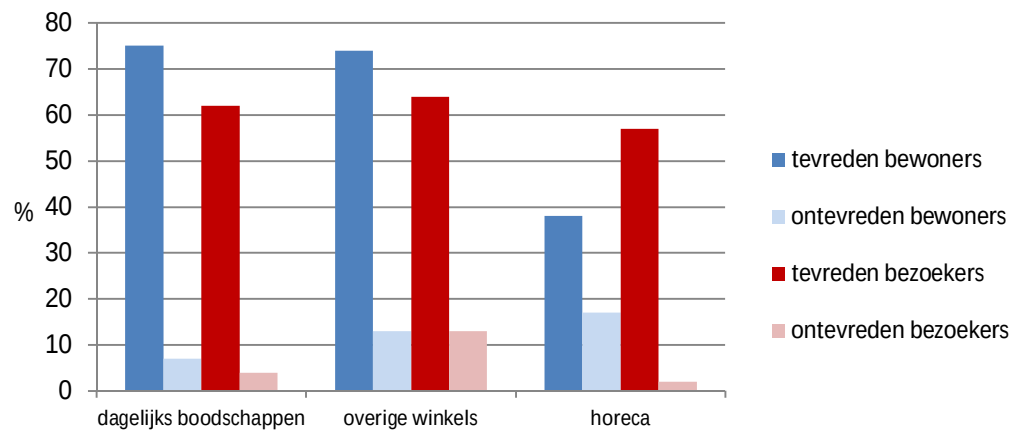
Openingstijden

Driekwart van de bewoners is tevreden over de openingstijden van winkels. Het relatief kleine deel van de respondenten dat ontevreden is, is dat vooral omdat de winkels op zondag zijn gesloten en, in iets minder mate, omdat winkels te vroeg dicht gaan.

Over de openingstijden van de horeca blijken twee van de vijf Hardenbergers tevreden. Degenen die hierover niet (zo) te spreken zijn (17%), noemen onder meer het feit dat er horecagelegenheden zijn die op zondag hun deuren gesloten houden.

In het algemeen geldt dat bezoekers een minder uitgesproken mening hebben over de openingstijden.

Figuur 5.2 Tevredenheid openingstijden winkels en horeca Hardenberg



Bron: Regioplan-enquête

5.2.2 Aanbod cultuur en evenementen

Culturele voorzieningen

Over het aanbod aan culturele voorzieningen is slechts acht procent van de bewoners en zes procent van de bezoekers negatief gestemd. Het theater en de bioscoop worden gewaardeerd door de Hardenbergers. De bezoekers geven in meerderheid aan niet (goed) op de hoogte te zijn van dit aanbod.



Theater De Voorveghter (bron: website)

Evenementen en festiviteiten

Gevraagd naar hun mening over het aanbod van evenementen en festivals in de gemeente, oordeelt elf procent van de inwoners en negen procent van de bezoekers negatief. Ze noemen onder meer het geringe aanbod in de winterperiode en een tekort aan doelgroepgerichte evenementen, bijvoorbeeld wat meer eigentijdse festiviteiten voor jongeren.

5.2.3 Bereikbaarheid

Circa de helft van respondenten komt meestal met de auto naar het centrum en ongeveer veertig procent met de fiets. Ongeveer driekwart van respondenten heeft (bijna) nooit moeite met het vinden van een parkeerplek. Wel wordt het betaald parkeren geheld en als één van de minst sterke punten van het centrum genoemd. De fiets parkeren levert nauwelijks tot geen problemen op.

5.3 Beleving van het centrumgebied

Los van het aanbod van voorzieningen en winkels is voor het bezoeken van het centrum van belang hoe de omgeving wordt beleefd. Waar men over het concrete aanbod redelijk positief is, oordeelt men over zaken als sfeer en inrichting over het algemeen wat gereserveerder.

5.3.1 Sfeer

De sfeer in het centrum van Hardenberg wordt door net de helft van de Hardenbergers als prettig ervaren. Vier van de tien zijn neutraal en 10 procent oordeelt negatief. Bezoekers zijn veel positiever; 85 procent oordeelt positief.

Tabel 5.4 Wat vindt u van de sfeer in het centrum?

	(Zeer) prettig	Neutraal	(Zeer) onprettig	Weet niet/geen mening
Bewoner gem. Hardenberg	47%	40%	10%	3%
Bezoeker/vakantieganger	85%	11%	2%	2%

Bron: Regioplan-enquête

Hardenbergers die positief zijn, vinden het centrum gezellig en men vindt de mensen gastvrij en aardig. Bewoners die negatief zijn, missen juist gezelligheid en beleving. De aankleding van de straten vindt men niet sfeervol en terrassen worden gemist. In die zin is ook de waardering van de diverse voorzieningen gemeten in het Koopstromenonderzoek illustratief (zie kader)

Koopstromenonderzoek²

Uit dit onderzoek blijkt dat de drie meest gewaardeerde aspecten van het centrum van Hardenberg de veiligheid, de bereikbaarheid en de stallingsmogelijkheden voor de fiets zijn. De sfeer in het centrum scoort in dit onderzoek een 7,1. In 2010 werd nog een 7,5 gegeven en binnen de referentiegemeenten ligt het cijfer op 7,3.

² I&O Research, *Kijken, kijken naar kopen. Koopstromenonderzoek Oost-Nederland 2015 rapport kern Hardenberg*. Oktober 2015.

Bezoekers zijn veel positiever over de sfeer in Hardenberg centrum. Maar liefst 85 procent van hen oordeelt positief.

5.3.2 Inrichting Marktplein en winkelstraten

Marktplein

Het uiterlijk van Marktplein zorgt voor weinig enthousiasme onder de geïnterviewde Hardenbergers. Ongeveer een derde is positief, eveneens een derde heeft of geen mening en nog eens een derde vindt het uiterlijk (erg) onaantrekkelijk.

Tabel 5.5 Wat vindt u van het uiterlijk van het Marktplein?

	(Zeer) aantrek- kelijk	Neutraal	(Erg) onaantrek- kelijk	Weet niet/geen mening
Bewoner gem. Hardenberg	32%	35%	31%	2%
Bezoeker/vakantieganger	81%	11%	6%	2%

Bron: Regioplan-enquête

De Hardenbergers die positief zijn over het vernieuwde plein, noemen als belangrijkste pluspunten dat het plein autovrij is en dat de inrichting aantrekkelijk is. De Hardenbergers die negatief zijn, hebben als belangrijkste grieven de saaie uitstraling en onaantrekkelijke architectuur. Uit de mond van de ontevreden geïnterviewde Hardenbergers zijn kwalificaties op te tekenen als saai, sfeerloos, dood, leeg, en een tochtgat. Als nadeel ziet men ook dat wanneer de winkels sluiten er weinig leven meer is in het centrum. Men pleit voor terrasjes, groen, bankjes, een fonteintje, een kiosk of voor andere verlichting.



Net als bij de ervaren sfeer tonen ook de bezoekers zich veel positiever; 81 procent van de ondervraagde bezoekers vindt het uiterlijk van het Marktplein (zeer) aantrekkelijk.

Overige winkelstraten

Ook over de overige winkelstraten zien we dat bezoekers beduidend positiever zijn dan de bewoners. Nog geen derde van de geïnterviewde Hardenbergers is te spreken over de winkelstraten. Ze vinden deze een aantrekkelijke inrichting hebben, het is er autovrij en/of schoon. Een vijfde van de bewoners is negatief over de winkelstraten. Hiervan vinden nogal wat respondenten de uitstraling saai. In het bijzonder de aanwezigheid van lege panden stoort de respondenten.

Tabel 5.6 Wat vindt u van het uiterlijk van de (overige) winkelstraten?

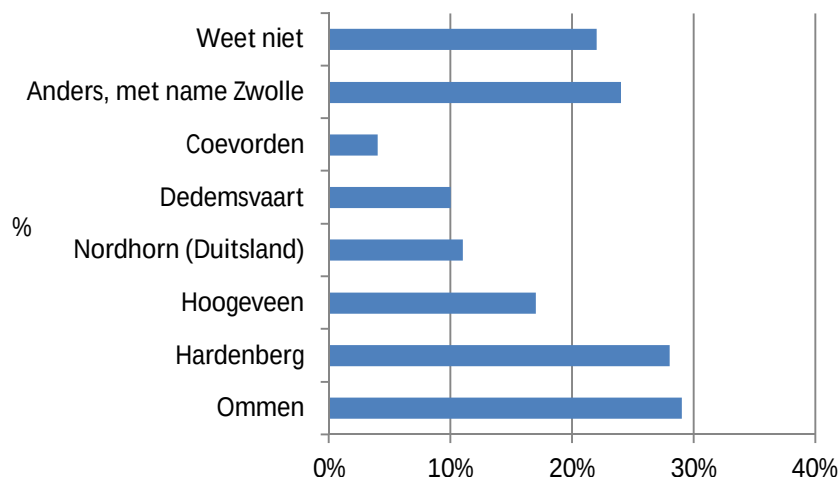
	(Zeer) aantrekkelijk	Neutraal	(Erg) onaantrekkelijk	Weet niet/geen mening
Bewoner gem. Hardenberg	29%	49%	20%	2%
Bezoeker/vakantieganger	77%	19%	2%	2%

Bron: Regioplan-enquête

5.4 Aantrekkelijke centrumgebieden in regio

Aan alle respondenten (ook die voor Dedemsvaart de enquête hebben ingevuld) is gevraagd welk stadscentrum in de regio volgens hen het leukst is. Ommen en Hardenberg worden het meest genoemd. Daarnaast wordt Zwolle door veel respondenten (spontaan) genoemd. Overige stadscentra in de regio zijn beduidend minder populair. Het centrum van Dedemsvaart wordt door tien procent van de respondenten als leuk ervaren.

Figuur 5.3 Stad in de regio met het leuk(ste) centrum*



* Meer antwoorden mogelijk

Bron: Regioplan-enquête

De redenen die worden genoemd om een bepaald stadscentrum als leukste te ervaren, bevatten de volgende componenten:

- sfeer:
 - gezellig en gemoedelijk;
 - historisch centrum;
 - genoeg en leuke horecagelegenheden;
- ruim en gevarieerd winkelaanbod;
- bereikbaarheid en gratis parkeren;
- minder of geen leegstand.

Binding met eigen centrum

Uit een bestedingsonderzoek van de Rabobank uit 2011 blijkt dat bestedingen in het centrum van Hardenberg grotendeels van bezoekers uit de eigen kern of uit de rest van de gemeente komen (circa driekwart). Voor het centrumgebied van Dedemsvaart zijn bestedingen voor een groot deel afkomstig uit de eigen kern.

5.5 Conclusie beleving centrum Hardenberg

Uit een analyse van de vitaliteit van kernwinkelgebieden, uitgevoerd door bureau Goudappel Coffeng begin 2015, rolde Hardenberg als één van de tien meest kwetsbare centra van ons land. Interessant is dat Hardenberg daarbij bij de vier samenstellende dimensies van het begrip vitaliteit, geen enkele keer in de 'flop 10' eindigde. Zaken als een concreet aanbod van voorzieningen en bereikbaarheid waren blijkbaar niet zo kwetsbaar.

Dat enigszins tweeslachtige beeld komt ook uit ons onderzoek naar voren. Enerzijds is er vrij brede waardering voor het concrete aanbod van winkels en voorzieningen en voor de bereikbaarheid (uitgezonderd het betaald parkeren), anderzijds is men minder positief over de sfeer en de beleving. Dit blijkt niet alleen uit de enquêtes, maar ook uit de antwoorden op onze Twitteroproep. En juist die beleving is een centraal punt in het moderne 'shoppen'. Niet voor niets zei David Byrne van de Talking Heads al in 1986 (True Stories): "Shopping is a feeling." Het is daarom terecht dat het Actieplan Centrum Harderberg beoogt het centrum meer te laten zijn dan een plek van alleen boodschappen doen. Dat is precies de uitdaging.

6 DE BELEVING VAN HET CENTRUM VAN DEDEMSVAART

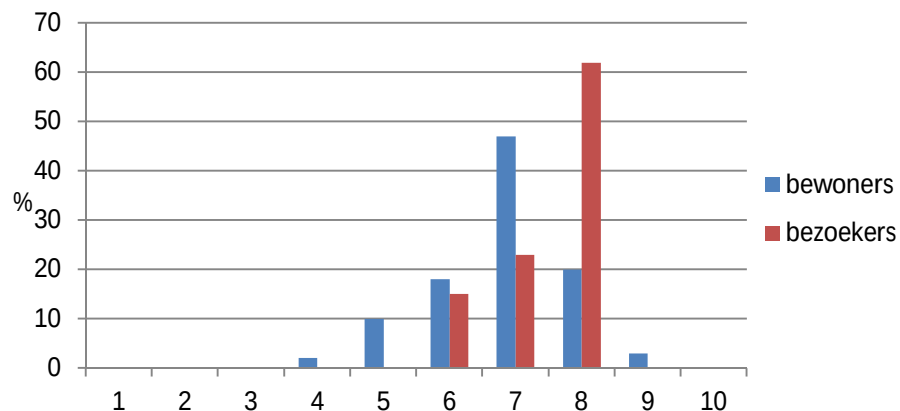
In dit hoofdstuk komt de beleving van het centrumgebied van Dedemsvaart van zowel Hardenbergers als bezoekers aan de orde. We doen dit op basis van de enquêtes die we hebben afgenomen en de Twitteroproep. In de bijlagen staat de verantwoording.

In paragraaf 6.1 kijken we wat het totaaloordeel is over het centrum. Paragraaf 6.2 gaat in op de tevredenheid over het aanbod van voorzieningen en 6.3 over de beleving van het Marktplaatsplein. We eindigen met een conclusie.

6.1 Algemeen

Bewoners en bezoekers zijn over het algemeen tevreden over het centrum van Dedemsvaart. De meeste bewoners waarderen het centrum met rapportcijfer 7. De bezoekers, waaronder veel vakantiegangers, zijn net als in het geval Hardenberg nog wat positiever en 62% geeft het centrum een 8.¹

Figuur 6.1 Rapportcijfer voor het centrum van Dedemsvaart



Bron: Regioplan-enquête

Dit cijfer is een resultante van de opvattingen van bezoekers en bewoners over een aantal kenmerken van het centrum. In de onderstaande paragrafen bespreken we deze afzonderlijk.

¹ Gemiddeld geven bewoners een 6,8 en bezoekers een 7,5.

6.2 Aanbod voorzieningen

6.2.1 Winkels en horeca

Winkels

Driekwart van de bewoners oordeelt positief over het aanbod van winkels voor dagelijkse boodschappen. De bezoekers beoordelen bijna allemaal het aanbod als voldoende tot goed.

Tabel 6.1 Wat vindt u van het aanbod aan winkels voor dagelijkse boodschappen?

	Voldoende tot goed	Neutraal	Onvoldoende tot slecht	Weet niet/geen mening
Bewoner gem. Hardenberg	75%	13%	3%	10%
Bezoeker/vakantieganger ²	92%	0%	0%	8%

Bron: Regioplan-enquête

Zowel het aantal als de variatie worden genoemd als sterke punten. De ondervraagden in Dedemsvaart stellen niets te missen in het aanbod voor dagelijkse boodschappen.

Gevraagd naar de mening over winkels voor niet-dagelijkse boodschappen, is men minder uitgesproken positief. Iets minder dan de helft van de bewoners (46%) oordeelt positief, bijna evenveel bewoners zijn neutraal of ontevreden. Onder de bezoekers heerst bij 54 procent tevredenheid over het aanbod in deze categorie. Een respondent van onze Twitteroproep hierover: *“Je kunt er rustig winkelen met goede service en opvallend veel kwaliteit.”*

Het is met name het gebrek aan variatie en aan bijzondere winkels, speciaalzaakjes, dat leidt tot de mindere tevredenheid. Specifiek werden genoemd: kledingwinkels, en dan in het bijzonder voor doelgroepen zoals grote maten en jongeren.

Tabel 6.2 Wat vindt u van het aanbod aan (overige) winkels?

	Voldoende tot goed	Neutraal	Onvoldoende tot slecht	Weet niet/geen mening
Bewoner gem. Hardenberg	46%	31%	12%	12%
Bezoeker/vakantieganger	54%	15%	15%	15%

Bron: Regioplan-enquête

² Ondanks dat n=13, gebruiken we voor de vergelijkbaarheid met de bewoners uit Hardenberg percentages. Dit doen we bij alle tabellen.



Horeca

Drie van de vijf bewoners van Hardenberg zijn positief over het aanbod aan horecavoorzieningen in Dedemsvaart.

Tabel 6.3 Wat vindt u van het aanbod aan horeca?

	Voldoende tot goed	Neutraal	Onvoldoende tot slecht	Weet niet/geen mening
Bewoner gem. Hardenberg	59%	16%	3%	22%
Bezoeker/vakantieganger	54%	0%	8%	39%

Bron: Regioplan-enquête

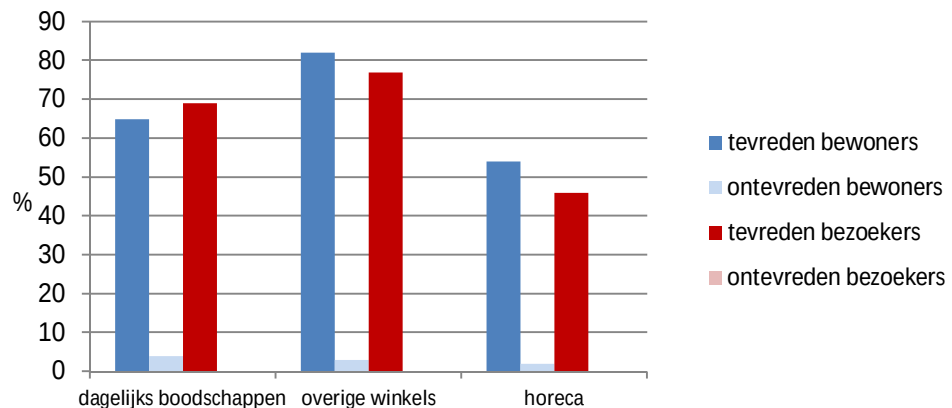
Bijna niemand toont zich negatief over het aanbod, hoewel er wel gevraagd wordt om “gezellige en betaalbare restaurantjes” “jazz-/bluescafé” en “iets voor kinderen en jongeren”. Van de bezoekers is 54 procent positief over het horeca-aanbod, bijna 40 procent heeft daarover geen mening.



Openingstijden

Hoewel niet alle bewoners en bezoekers uitgesproken tevreden zijn over de openingstijden van de winkels en horeca, is er maar een zeer klein deel dat aangeeft ontevreden te zijn (variërend van twee tot vier procent).

Figuur 6.2 **Tevredenheid openingstijden winkels en horeca Dedemsvaart**



6.2.2 Cultuur en evenementen

Culturele voorzieningen

In Dedemsvaart is geen bioscoop of museum gevestigd. Dit leidt niet tot een sterk negatief oordeel over het culturele aanbod; 10 procent van de bewoners en 15 procent van de bezoekers oordeelt negatief. Een derde van de bewoners heeft een positief oordeel over het culturele aanbod. Men noemt podium Gashouder en de bibliotheek als positieve zaken in het dorp en zou wel graag een bioscoop hebben.

De bezoekers geven overigens in grote meerderheid aan niet (goed) op de hoogte te zijn van het aanbod.

Evenementen en festiviteiten

Gevraagd naar hun mening over evenementen en festivals in Dedemsvaart, oordeelt 51 procent van de inwoners en 62 procent van de bezoekers positief. Respectievelijk vijf en acht procent is ontevreden. Net als in Hardenberg noemt men het geringe aanbod in de winterperiode. Ook missen enkelen een rommelmarkt en ervaren enkele bewoners overlast van de evenementen.

6.2.3 Bereikbaarheid

Een ruime meerderheid van de respondenten komt meestal met de auto naar het centrum, een minderheid met de fiets. Ongeveer driekwart van respondenten heeft (bijna) nooit moeite met het vinden van een parkeerplek. De twaalf procent die zegt er wel moeite mee te hebben, noemt als redenen: te weinig parkeerplaatsen (voor invaliden) en/of een onveilige parkeersituatie. De fiets parkeren levert nauwelijks tot geen problemen op.

6.3 Beleiving van het centrumgebied

Los van het aanbod van voorzieningen en winkels, is het voor het bezoeken van het centrum van belang hoe de omgeving wordt beleefd. Is men over het concrete aanbod redelijk positief, over de zaken als sfeer en inrichting oordeelt men duidelijk wat gereserveerder.

6.3.1 Sfeer

De sfeer in het centrum van Dedemsvaart wordt door 42 procent van de bewoners als prettig ervaren. Evenveel bewoners zijn neutraal in dezen en 7 procent oordeelt negatief. Bezoekers zijn nauwelijks positiever, 46 procent oordeelt positief.

Tabel 6.4 Wat vindt u van de sfeer in het centrum?

	(Zeer) prettig	Neutraal	(Zeer) onprettig	Weet niet/geen mening
Bewoner gem. Hardenberg	42%	42%	7%	10%
Bezoeker/Vakantieganger	46%	39%	15%	0%

Bron: Regioplan-enquête

Hardenbergers die positief zijn, vinden in het centrum gezelligheid en aardige en gastvrije mensen. Bewoners die minder positief zijn, missen juist gezelligheid. De aankleding van de staten vindt men niet sfeervol, de terrassen worden gemist. Ook het gebrek aan een echt 'hart' wordt genoemd.

6.3.2 Inrichting de Markt en winkelstraten

De Markt

In de enquêtes hebben we de mening van de respondenten gevraagd over de inrichting van de Markt, die nog midden in een vernieuwing zit. Nog net geen twintig procent van de bewoners vindt de Markt, in de huidige situatie, aantrekkelijk ingericht. Bijna dertig procent beoordeelt de Markt als (erg) onaantrekkelijk en veertig procent is neutraal.

De Hardenbergers die over het plein positief zijn, noemen als belangrijkste pluspunten de aantrekkelijke inrichting en dat het er schoon is.

Degenen met een negatief oordeel noemen niet alleen een saaie uitstraling en onaantrekkelijke architectuur, maar ook de aanwezigheid van (geparkeerde) auto's. De auto's zorgen voor onveilige verkeerssituaties en geven het plein een chaotische aanblik. Over het aanzicht van het plein wordt gezegd: "droevige, sfeerloze uitstraling" en "te modern, kaal, past niet echt bij een dorp". Respondenten wensen meer terrassen, horeca en groen en/of ruimere parkeervakken.

Tabel 6.5 Wat vindt u van het uiterlijk van de Markt?

	(Zeer) aantrek- kelijk	Neutraal	(Erg) onaan- trekkelijk	Weet niet/geen mening
Bewoner gem. Hardenberg	19%	40%	29%	12%
Bezoeker/vakantieganger	46%	23%	15%	15%

Bron: Regioplan-enquête

De overige winkelstraten

Ook over de overige winkelstraten (Julianastraat en Marktstraat) zijn met name de Hardenbergers niet erg positief. Hoewel een deel het een aantrekkelijke inrichting vindt, is ook hier veel onvrede over de verkeerssituatie en dan met name in de Julianastraat. De 'shared space' in deze straat maakt het voor voetgangers en/of fietsers onoverzichtelijk.³ Respondenten vinden dat hier aanpassingen nodig zijn. Daarnaast vinden respondenten die negatief zijn dat de winkelstraten een ziellose uitstraling hebben en de inrichting geen recht meer doet aan het historische karakter. Daarnaast noemen respondenten dat er wat aan de leegstand in de Julianastraat moet gebeuren.

Tabel 6.6 Wat vindt u van het uiterlijk van de (overige) winkelstraten?

	(Zeer) aantrek- kelijk	Neutraal	(Erg) onaan- trekkelijk	Weet niet/geen mening
Bewoner gem. Hardenberg	18%	49%	24%	9%
Bezoeker/vakantieganger	54%	46%	0%	0%

Bron: Regioplan-enquête

6.4 Conclusie centrum Dedemsvaart

Over het aanbod van voorzieningen, zowel winkels als cultuur, is men over het algemeen redelijk tot goed te spreken. Het is net als in het centrum van Hardenberg dat de sfeer niet als optimaal wordt ervaren. Dat kan mede het gevolg zijn van de nog aan de gang zijnde bouwwerkzaamheden aan de Markt, maar genoemd worden ook het gebrek aan een sfeervolle invulling van het plein (terrasjes, groen) en de rommelige uitstraling door het vele aanwezige 'blik'. Daarnaast wordt de verkeerssituatie op zowel de Markt als in de Julianastraat door respondenten als onveilig ervaren.

³ Dit is overigens juist een van de doelen van de shared space. Door een verhoogd gevoel van onveiligheid dient men voorzichtig te worden en neemt de objectieve veiligheid toe.

Bij revitaliseren van het centrum van Dedemsvaart moet echter niet de functie die het heeft als boodschappencentrum uit het oog worden verloren. Ook uit onze Twitteruitvraag blijkt dat respondenten gratis parkeren en de bereikbaarheid de grootste kwaliteit en van Dedemsvaart vinden. Respondenten komen er kortom met andere verwachtingen dan bijvoorbeeld in het centrum van de kern Hardenberg. Zij geven dan ook aan dat het centrum van Dedemsvaart vooral geschikt is voor een snel bezoek. Voor een dagje uit of winkelen gaan zij naar een andere centrumgebieden.

7 PROFESSIONALS OVER DE CENTRUMGEBIEDEN

7.1 Inleiding

Niet alleen de gebruikers hebben een mening over de centrumgebieden, maar ook de ondernemers en overige stakeholders hebben hun eigen visie op de ontwikkelingen. Om dit in beeld te krijgen hebben we gesprekken gevoerd met zes stakeholders. Het betreffen vertegenwoordigers van de volgende partijen¹:

- Stichting Centrum Management (SCM);²
- Rabobank Hardenberg;
- Dedemsvaartse Middenstand Centrale;
- INretail;
- Lokaal Toeristisch Infopunt;
- Provincie Overijssel.

In deze interviews zijn we ingegaan op de waardering van de centrumgebieden en behoeftes, onderscheidende kenmerken van Hardenberg in de regio en de betekenis hiervan voor de toekomstige ontwikkeling van de twee centrumgebieden.

Daarnaast hebben we een focusbijeenkomst georganiseerd waarbij naast stakeholders ook ambtenaren en bestuurders aanwezig waren.³ In de bijeenkomst zijn de eerste resultaten van het onderzoek teruggelegd en besproken, teneinde het inzicht te verdiepen en te komen tot oplossingsrichtingen voor geconstateerde knelpunten. De belangrijkste resultaten uit de bijeenkomst zijn eveneens in dit hoofdstuk verwerkt.

7.2 Algemeen

Zowel de ondernemers in Hardenberg als in Dedemsvaart zijn positief over de samenwerking met de gemeente Hardenberg. Er zijn wel meningsverschillen, maar de gemeente luistert goed, stelt zich proactief op en denkt mee bij knelpunten.

De inrichting van de openbare ruimte door de gemeente wordt door betrokken ondernemers uit zowel Hardenberg als Dedemsvaart als zeer positief ervaren.

De gemeente Hardenberg wordt provinciaal en landelijk gezien als een ondernemende gemeente. De provincie Overijssel is een nota voor de revitalisering van de binnensteden aan het opstellen. Hardenberg is hierin voor

¹ In de bijlage staan de respondenten.

² Handelsvereniging Hardenberg vertegenwoordigt de ondernemers die buiten het centrum vallen.

³ In de bijlage staan de deelnemers.

de provincie één van de drie gemeentelijke gesprekspartners, mede omdat ze haar RO-zaken goed op orde heeft, aldus informanten. Hardenberg fungeert ook als een voorbeeldgemeente in de landelijke INretail-agenda.

7.3 Centrumgebied Hardenberg

7.3.1 Algemeen

Hardenberg is een *boodschappen-plus-stad*: naast boodschappen doen kunnen consumenten er ook winkelen en flaneren. Het winkelbestand is lager- en middensegment. Voor hoger segment is geen markt, aldus de respondenten.

Stakeholders zijn van mening dat het goed is dat het centrumgebied is vernieuwd. Als dit destijds niet was gebeurd, stond Hardenberg er veel minder goed voor. Hoewel respondenten aangeven dat het Masterplan te ambitieus was, begrijpen ze dat de gemeente destijds niet kon voorzien dat de exogene omstandigheden zo sterk zouden veranderen.

Het Actieplan Centrum Hardenberg (zie ook paragraaf 4.1) komt voort uit een commissie leegstand die in 2013 werd opgericht, waarin zowel gemeente als ondernemers zitting hadden. Dit werd verbreed naar een Werkgroep Actieplan Hardenberg 2020. Er was behoefte aan nieuwe visie op het centrumgebied.

Ondernemers hadden bij het opstellen van het Actieplan twee belangrijke eisen aan de gemeente:

- Het opstellen van een detailhandelsvisie. Voor ondernemers is het belangrijk om de kaders voor toekomst te weten. De gemeente is de visie momenteel aan het opstellen.
- Het uitzetten van koopstromenonderzoek. Inmiddels is dit gebeurd.

Respondenten zijn het erover eens dat in het centrumgebied van Hardenberg nog meer beleving en sfeer moet komen. Dit houdt in dat er meer reuring is, evenementen worden georganiseerd en het winkelbestand uit meer speciaalzaken moet bestaan. Hierbij worden de volgende opmerkingen geplaatst:

- Er worden (in de zomermaanden) al veel activiteiten en festiviteiten georganiseerd. Zaak is om dit vooral vast te houden.
- Het Marktplaatsplein wordt (nog) als kaal en saai ervaren. Inmiddels is het plein beplant en krijgt het steeds meer terrassen. De wens is om dit verder uit te bouwen. Hierbij dient wel rekening gehouden te worden met bewoners en de marktcommissie, omdat deze groepen niet voor elke aanpassing open staan.

- Over de koopzondag zijn de ondernemers sterk verdeeld, zo blijkt uit een recente enquête die SCM onder haar eigen achterban hield.⁴ Niet alleen de geloofsovertuiging speelt hierin een rol, maar ook verwacht niet iedereen dat zijn of haar omzet zal stijgen. Koopzondagen zijn vooral interessant voor kledingwinkels en horeca.
- Daarnaast zijn ondernemers het erover eens dat het centrumgebied compacter moet. Door versnippering van eigendom is het echter lastig om dit te realiseren.

Meer beleving creëren

In de focusbijeenkomst is de deelnemers gevraagd naar nieuwe initiatieven om meer beleving te creëren in de centrumgebieden. De volgende ideeën werden aangedragen:

- cultureel aanbod in leegstaande panden;
- meer horeca, meer inzetten op uitgaan in het weekend;
- meer speciaalzaken en verswinkels (goede groenteboer);
- winkeliers en burgers kunnen een positiever beeld uitstralen;
- toevoegingen (op het Marktpllein) door het (tijdelijk) plaatsen van bijvoorbeeld een draaimolen, oliebollekraam, een ijsbaan en een klimrek.
- gebruik wisselende thema's om consumenten te trekken.

Dedemsvaart:

- Trek de aandacht: verf panden in een andere kleur, gebruik onderscheidend straatmeubilair en doe iets met de belichting.

7.3.2 Aandachtspunten bij het verbeteren centrumgebied

Bij het uitvoeren van de Actieplan zijn de volgende aandachtspunten benoemd door de respondenten:

- a) parkeertarieven;
- b) hoge huren en leegstand;
- c) betrokkenheid ondernemers;
- d) borging Actieplan;
- e) rol gemeente;
- f) regionale afstemming.

Ad a) Parkeertarieven

- In centrumgebied Hardenberg zijn de parkeerfaciliteiten goed. Een discussiepunt ligt in de parkeertarieven. Gemeente en ondernemers hebben tegengestelde belangen. Voor de gemeente zijn inkomsten uit parkeergelden van belang, ondernemers willen meer klanten trekken door lage parkeertarieven.
- Volgens de ondernemers is onbekend wat het effect is van het parkeertarief op het aantal bezoekers. Ondernemers wensen een pilot met lagere parkeertarieven om het effect te kunnen meten. Er ligt van hen een voorstel om op koopavond geen parkeergeld te heffen omdat de koopavond steeds minder goed bezocht wordt.

⁴ Enquête: ondernemers over de winkelopeningstijden in Hardenberg (oktober 2015).

- In 2016 wordt een drie jaar oud parkeerconvenant tussen gemeente en ondernemers herzien. Het biedt volgens de ondernemers een kans om de discussie over de tarieven aan te gaan.

Ad b) Hoge huren en leegstand

- Kroonenberg Groep bezit veel winkelpanden aan het Marktpllein:
 - de Groep hanteert huurtarieven uit een periode van hoogconjunctuur;
 - de Groep heeft geen tot weinig lokale betrokkenheid.
- Respondenten zien wel kansen. Met de Kroonenberg Groep is er één grote gesprekspartner, de Groep participeert in het Actieplan en de tienjarige huurcontracten lopen de komende jaren af.
- Er moet meer rekening worden gehouden met de eindgebruiker. Huren zouden bijvoorbeeld vastgesteld kunnen worden op basis van gemaakte omzet.

Ad c) Betrokkenheid

Steeds meer ondernemers zien het gemeenschappelijke belang van samenwerken. Het doel is gezamenlijk consumenten de stad in krijgen. Respondenten ervaren ook nog uitdagingen om de betrokkenheid van ondernemers bij het versterken van het centrumgebied te stimuleren.

- Er is sprake van een kopgroep van actieve ondernemers. Een deel van de ondernemers onttrekt zich hieraan.
- Horeca is niet tot nauwelijks betrokken bij het opstellen van het Actieplan.
- Campinghouders zijn niet goed georganiseerd en zijn geen overlegpartner voor SMC. Campinghouders investeren veel in het vasthouden van eigen klanten op de camping (zwembad, eetgelegenheden), wat een negatief effect kan hebben op het bezoek aan het centrum.

Ad d) Borging Actieplan

Respondenten zijn positief over de het Actieplan, maar maken zich ook zorgen:

- Wie gaat de acties betalen?
- Er is geen fasering.
- Er zijn erg veel actiepunten en wat is de prioritering?

Ad e) Rol gemeenten

Ondernemers zien voor de gemeente de volgende taken:

- faciliteren: onderhoud en inrichten openbare ruimte;
- handhaving: Niet alleen bij parkeren handhaven, maar ook bij uitstallingen van winkeliers.

Ad f) Regionale afstemming

- In het verleden en heden is geen afstemming met omliggende gemeenten. Zo waren Ommen, Coevorden en Hardenberg alle drie bezig met een Masterplan zonder afstemming.
- De provincie Overijssel heeft steeds meer aandacht voor revitalisering van binnensteden. Momenteel is men bezig met een conceptnota om beleid omtrent binnensteden voor de provincie te formuleren. Dit zal, zo is nu de verwachting, medio 2016 vastgesteld worden. Voor het opstellen van de nota zijn ze in gesprek met drie gemeenten, waaronder Hardenberg.

7.3.3 Toerisme in Hardenberg

In de zomermaanden zijn er veel toeristen in Hardenberg:

- Profiel van toerist: veel grote gezinnen met kinderen en met christelijke grondslag die overnachten in stacaravans en veel zelf doen (koken e.d.). Het is een groep die relatief weinig buiten de deur besteedt.
- Er komen bij het Toeristen Infopunt nauwelijks negatieve signalen binnen over de beleving van Hardenberg. Toeristen zien Hardenberg vooral als gezellig.
- De mening is dat Hardenberg een beter aanbod van winkels heeft dan Ommen. Ommen wordt op de zondagen juist door toeristen bezocht omdat er een beter horeca-aanbod is.

7.4 Centrumgebied Dedemsvaart

7.4.1 Algemeen

Dedemsvaart is een *boodschappencentrum*. Uit de omgeving komt men met de auto voor de alledaagse boodschappen. Overige winkels zijn uit het lagere segment.

Het Masterplan werd breed gedragen door ondernemers. Voor Dedemsvaart wordt analoog aan dat van Hardenberg momenteel ook een Actieplan gemaakt. Waarschijnlijk is dat de komende zomer gereed. Ondernemers zijn hier positief over, ook over de rol van de gemeente.

Dedemsvaart is tien jaar geleden gefuseerd met Hardenberg. Men is van mening dat zonder deze fusie er veel minder bereikt was dan nu het geval is. Dedemsvaart was van oudsher georiënteerd op Hoogeveen. Door de fusie en komst van het LOC+ en ziekenhuis is er ook meer wisselwerking ontstaan met Hardenberg.

In de zomer komen relatief veel bewoners uit Ommen naar Dedemsvaart, die hun eigen drukke centrum in die periode ontvluchten.

7.4.2 Aandachtspunten bij het verbeteren centrumgebied

- a) Ontwikkeling complex aan noordzijde van de Markt.
- b) Verhuizing ondernemers van noordelijk naar zuidelijk deel Julianastraat.
- c) Dedemsvaart kwetsbaar.
- d) Verantwoordelijkheid ondernemers.
- e) Invulling Marktstraat.

Ad a) Ontwikkeling complex aan noordzijde Markt

Ondernemers vinden het belangrijk dat de Markt wordt afgemaakt aan de noordzijde. Wel is er discussie over wat dit doet met de parkeerdruk. Op dit moment wordt het deel dat moet worden ontwikkeld intensief als parkeervoorziening gebruikt door consumenten. Een deel van de ondernemers wil niet dat:

- het huidige aantal parkeerplekken wordt opgegeven;
- er extra vloeroppervlak bijkomt, wat de parkeerdruk verder verhoogt.

Ad b) Verhuizing ondernemers van noordelijk naar zuidelijk deel Julianastraat

- Een deel van de ondernemers werkt hier niet aan mee (zie ook Aldi).
- De focus van het aanjaagteam ligt op het verhuizen van ondernemers. De vraag wordt opgeworpen of de focus in de toekomst niet meer moet komen te liggen op het binnenhalen van nieuwe ondernemers.

Ad c) Dedemsvaart kwetsbaar

Er wordt voor gewaarschuwd dat Dedemsvaart een kwetsbaar centrum heeft, waar het risico van een negatieve spiraal op de loer ligt. De redenen hiervoor zijn onder andere:

- Voor elke winkel die vertrekt komt lager segment of niets terug.
- Deels verdwijnen winkels omdat:
 - het ondernemersbestand vergrijsd en er geen opvolgers zijn;
 - er te hoge huurprijzen worden gevraagd;
 - wanneer het hogere segment verdwijnt, heeft dit ook een negatief effect op het lagere segment.
- Ook maatschappelijke voorzieningen verdwijnen.

Ad d) Verantwoordelijkheid ondernemers

Bij een deel van de ondernemers is een cultuuromslag nodig:

- Pandeigenaren vragen nog te hoge huren.
- Pandeigenaren moeten zich actiever opstellen om nieuwe huurders te vinden.

Ad e) Invulling Marktstraat

Het is belangrijk dat de Marktstraat, als verbindingsstraat tussen de Markt en de Julianastraat, een goede invulling van aantrekkelijke winkels heeft.

8 CONCLUSIES EN AANBEVELINGEN

Inleiding

De Rekenkamercommissie Hardenberg heeft een onderzoek uitgevoerd naar de realisatie van de centrumplannen voor zowel de kern Hardenberg als Dedemsvaart. De commissie wilde weten in hoeverre de hoofddoelstellingen van de centrumplannen zijn gerealiseerd; of de gemeente bij het opstellen van de plannen de juiste bouwstenen heeft geselecteerd; wat de rol van maatschappelijke en economische ontwikkelingen hierin is geweest; hoe bewoners, ondernemers en bezoekers de (vernieuwde) centrumgebieden waarderen en wat bouwstenen zijn voor zowel een levensvatbare als realistische toekomstige ontwikkeling van beide centrumgebieden.

In dit hoofdstuk formuleren we de belangrijkste conclusies, door de onderzoeksvragen te beantwoorden.

8.1 Feitelijke realisering centrumplannen

8.1.1 Onderzoeksvragen a en b

Een eerste doelstelling van het onderzoek was het vaststellen in hoeverre de beide plannen op dit moment gerealiseerd zijn en hoe de toekomstige ontwikkeling valt te schetsen. De onderzoeksvragen die daarbij hoorden, zijn:

- a) Wat waren de hoofddoelstellingen en uitgangspunten van de centrumplannen?
- b) Wat is/wordt tot op heden gerealiseerd? Zijn de plannen volgens planning uitgevoerd of in uitvoering? Zo nee, waarom niet en hoe kan dat in de toekomst beter?

8.1.2 Gerealiseerd in centrumgebied kern Hardenberg:

De hoofddoelstelling van het Masterplan Plus voor de kern Hardenberg was “Het ontwikkelen van een integraal ruimtelijk plan voor verbetering van de kwaliteit van het centrum van de kern Hardenberg, waarmee – na uitvoering – de kwaliteit van wonen, winkelen, werken en recreëren duurzaam gewaarborgd wordt.”

Of deze doelstelling is behaald, beantwoorden we in paragraaf 8.4. Hieronder kijken we naar de realisering van de uitgangspunten.

Uitgangspunt centrumgebied (beknopt)¹	Realisatie (beknopt)²
1. Concentreren van winkels en voorzieningen en streven naar een winkelcircuit.	In belangrijke mate gerealiseerd
2. Circa 8000 m ² bruto winkelvloeroppervlak extra, met aandacht voor kwaliteitswinkels	Deels gerealiseerd: 5000 m ² extra; 'kwaliteitswinkels' is niet objectief meetbaar (zie waarderend deel)
3. Het versterken van ruimtelijke identiteit	Fysiek gerealiseerd: herinrichten openbare gebied en vernieuwd Marktplaats (zie ook punt 1). Objectieve beleving zie waarderend deel.
4. Toevoegen van recreatieve, maatschappelijke en sociaal-culturele functies	In belangrijke mate gerealiseerd
5. Toevoeging van circa 900 woningen (tot 2020)	Deels gerealiseerd: circa 350 à 400 woningen
6. De Vecht als groen/blauwe corridor met relaties richting het centrum	Niet gerealiseerd: nog studiegebied en in planvorming
7. Versterken van entrees en toegangen naar het centrum	In belangrijke mate gerealiseerd
8. Toevoegen van viertal zogenaamde bronpunten met parkeerfaciliteiten	In belangrijke mate gerealiseerd. Drie bronpunten gerealiseerd.
9. Bereikbaarheid en leefbaarheid staan centraal	Fysiek gerealiseerd (parkeervoorzieningen en autoluw). Objectieve beleving zie waarderend deel.
10. Het stationsgebied aantrekkelijk en goed bereikbaar woon- en werkgebied met sterke ruimtelijke relatie met het centrum	Nog niet gerealiseerd: masterplan voor gebied wordt opgesteld
11. Duurzaamheid uitgangspunt voor de beoogde ontwikkelingen	In belangrijke mate gerealiseerd

Naar aanleiding van de financiële crisis (2008) en veranderingen in koopgedrag is een derde deel van de plannen niet gerealiseerd en is er sprake van structurele leegstand in het centrum. De leegstand wordt deels in stand gehouden door de relatief hoge huurprijzen die zijn vastgesteld in de periode voor de crisis.

Als reactie op de leegstand heeft de gemeente samen met de Stichting Centrummanagement het initiatief genomen tot het Actieplan Centrum Hardenberg.

8.1.3 Gerealiseerd in centrumgebied Dedemsvaart:

De hoofddoelstelling uit de Strategische Visie was dat "het centrum van Dedemsvaart een gemengd en levendig karakter moet blijven behouden. Naast de functie van koopcentrum voor de dagelijkse behoeften en doelgerichte aankopen dient het gebied ook aantrekkelijk te zijn voor recreatief winkelen, horeca en sociaal-culturele voorzieningen. Ook richt de gemeente zich op het versterken van de woonfunctie in het centrum."

¹ Zie hoofdstuk 2 voor een uitgebreide beschrijving.

² Zie hoofdstuk 4 voor een uitgebreide beschrijving.

Of deze doelstelling is behaald, beantwoorden we in paragraaf 8.4. Hieronder kijken we naar de realisering van de uitgangspunten.

Uitgangspunt centrumgebied (beknopt)³	Realisatie (beknopt)⁴
1. Vergroten van wervingskracht door compleet, compact, comfortabel en duurzaam kernwinkelgebied	Deels gerealiseerd (zie punt 2). Vergroten wervingskracht zie waarderend deel
2. Ontwikkelen kernwinkelgebied in zuidelijke deel, om compactheid te versterken	Deels gerealiseerd (o.a. west- en zuidzijde van de Markt, verhuizing Jumbo)
3. Toevoegen 4700 m ² bruto vloeroppervlak winkels, 850 m ² gemengde bebouwing en 74 woningen	Groot deel gerealiseerd: 3500 m ² bruto vloeroppervlak, 1500m ² gemengde bebouwing (MFC de Baron) en 19 woningen gerealiseerd
4. Prioriteit aan schaalvergroting/verplaatsing van supermarkten; beperkte uitbreiding van horeca (600m ²) en publieksgerichte dienstverlening	Deels gerealiseerd: Jumbo verhuist, de Aldi niet. Horeca in MFC de Baron (125 m ²) en in Markthal (<200 m ²)
5. Verbeteren gebruikswaarde en kwaliteitsbeeld Markt	Deels gerealiseerd: zie punt 2
6. Versterken van eigenheid en identiteit	Fysiek gerealiseerd: herinrichten openbare gebied. Objectieve beleving zie waarderend deel.
7. Versterking wandvorming rond de Markt en stedenbouwkundige afronding van noordflank	Deels gerealiseerd: zie punt 2. Noordzijde niet gerealiseerd.
8. Architectonische versterking van entrees	Deels gerealiseerd
9. Rekening houden met ontwikkelingen in vastgoed- en eigendomssituaties	Gedaan
10. Koersen op duurzaamheid	Gedaan
11. Verbeteren van verkeerscirculatie door opheffen eenrichtingsverkeerregime (Julianastraat Zuid en Wisseling)	Gerealiseerd: Shared Space en opheffen eenrichtingsverkeer
12. Voldoende parkeercapaciteit op strategische locaties	Deels gerealiseerd. Pr. Bernardstr. wel, Markt (Jumbo) en Julianastr. Noord niet. Zie verder waarderend deel.
13. Investeren in kwaliteitsbeeld bestaande winkelpanden en bijbehorende uitstallingen, openbare ruimte, entrees, historische elementen en centrumranden	Deels gerealiseerd: Markthal/postkantoor, herinrichting openbare ruimte
14. Investeren in historische rand aan zuidzijde	Gerealiseerd: Markthal/opknappen postkantoor
15. Wisseling, de Markt, de kerken, de openbare ruimte en het bosgebiedje bij N.H.-kerk vormen belangrijkste toekomstige beeld- en imago dragers	Belangrijke stappen gezet: zie o.a. punt 2 en 13, 14

De belangrijkste plannen die niet zijn gerealiseerd, zijn het woonwinkelcomplex aan de noordzijde van de Markt en de woningen aan Julianastraat Noord. Ook de verhuizing van winkels uit de noordzijde van de Julianastraat naar het compacte centrum verloopt moeizaam. Ook in Dedemsvaart is door ondernemers en gemeente het initiatief genomen om een actieplan voor het centrumgebied op te stellen.

³ Zie hoofdstuk 2 voor een uitgebreide beschrijving.

⁴ Zie hoofdstuk 4 voor een uitgebreide beschrijving.

8.1.4 Onderzoeksvragen c en d

Een tweede doelstelling van het onderzoek was het vaststellen in hoeverre beide plannen een doeltreffende (juridische) onderbouwing hadden en binnen de financiële kaders werden uitgevoerd. De onderzoeksvragen die daarbij hoorden, zijn c en d:

- c) Hebben de plannen voldoende gewerkt als (juridische) onderbouwing om RO-procedures te kunnen doorlopen? Zo nee, waarom niet en hoe kan dat in de toekomst beter?

Hardenberg-kern

Het Masterplan Plus fungeerde als structuurvisie en biedt zo het kader voor ruimtelijke plannen. Het plan heeft voldoende gewerkt als (juridische) onderbouwing om RO-procedures te doorlopen. Een groot deel van de ruimtelijke ontwikkelingen is via een vrijstellingsprocedure (Artikel 19) uitgevoerd. Bezwaar- en beroepsprocedures hebben nooit geleid tot grote vertragingen in het proces.

Dedemsvaart

In Dedemsvaart is het Masterplan een nadere uitvoeringsgerichte vertaling van de Structuurvisie uit 2010. Strategische Visie, Structuurvisie en Masterplan hebben voldoende gewerkt als (juridische) onderbouwing om RO-procedures te doorlopen. De RO-procedures die tot op heden zijn gelopen, zijn zorgvuldig uitgevoerd en hebben niet geleid tot vertragingen.

- d) Zijn de plannen binnen de gestelde financiële kaders uitgevoerd of in uitvoering? Zo nee, waarom niet en hoe kan dat in de toekomst beter?

Hardenberg-kern

Ja, voor een belangrijk deel is men binnen de gestelde financiële kaders gebleven. Op 1 januari 2015 berekent de gemeente een positief resultaat van circa € 3,6 miljoen op de ontwikkeling van het centrumgebied. Hierbij is alleen de grondopbrengst voor blok 4 aan het Marktplaats nog onzeker.

Dedemsvaart

Nee, men is tot op heden voor een belangrijk deel niet binnen de gestelde financiële kaders gebleven. Ondanks een positief resultaat van circa € 0,2 miljoen op de grex van het centrumgebied, zijn er aanzienlijke tekorten op drie projecten:

- Multifunctionele Centrum Dedemsvaart: € 0,7 miljoen verlies;
- Marktzijde Noord: € 1,2 miljoen tekort;
- Julianastraat Noord: € 2,5 miljoen tekort.

In totaal gaat het om een huidig verlies/tekort van circa € 4,4 miljoen, waarvan onduidelijk is welke toekomstige opbrengsten er tegenover zullen staan.

8.2 Belangrijke maatschappelijke ontwikkelingen

8.2.1 Onderzoeksvragen e, f en g

Een derde doelstelling van het onderzoek was na te gaan welke belangrijke maatschappelijke ontwikkelingen zich hebben voorgedaan sinds de plannen, hoe de gemeente hierop heeft ingespeeld en op welke wijze de centrumgebieden zich regionaal onderscheiden. De onderzoeksvragen die daarbij hoorden, zijn e, f en g :

- e) Welke winkel- en vrijetijdstrends en economische ontwikkelingen (internetshoppen, belevingseconomie en crisis) zien we de afgelopen jaren? Hebben raad en college ingespeeld op deze ontwikkelingen tussen de start van de plannen en 2015? Zo nee, waarom niet? Zo ja, op welke onderdelen zijn de plannen en/of doelstellingen aangepast? Heeft dit volgens de betrokken partijen bijgedragen aan het realiseren van de doelstellingen en zo ja, waarop baseren zij dit?

De belangrijkste ontwikkelingen zijn:

- economische crisis vanaf 2008;
- vergrijzing;
- opkomst internet en webwinkels;
- opkomst ketens, schaalvergroting, branchevervaging en verplaatsing naar periferie gebieden;
- veranderde bestedingspatronen consumenten.

De gemeente Hardenberg heeft ingespeeld op deze ontwikkelingen door onder andere:

- temporiseren en heroverwegen plannen;
- (nog) sterker concentreren van het winkelaanbod binnen kernen;
- in bestemmingsplannen m² winkelvloer verminderen;
- in samenwerking met stakeholders opstellen actieplannen.

- f) Komen de huidige (regionale) demografische ontwikkelingen (nog) overeen met de prognoses waarop de centrumplannen zijn gebaseerd? Zo nee, wat zijn belangrijke veranderingen?

De huidige demografische ontwikkelingen komen nog enigszins overeen met de prognoses waarop de centrumplannen zijn gebaseerd. Hoewel in de gemeente Hardenberg (zowel Hardenberg als Dedemsvaart) sprake van vergrijzing is, slaat deze relatief minder hard toe dan in veel omringende gemeenten. Ook behoudt de gemeente jongeren binnen de gemeentegrenzen. Hardenberg heeft relatief veel gezinnen met kinderen. Daarnaast lijkt de zogenaamde krimp van de bevolking in Hardenberg mee te vallen; zowel in aantal bewoners als huishoudens is sprake van een zekere stabilisatie tot 2040.

Wel zijn door de economische crisis de woningbouwprognoses aanzienlijk naar beneden bijgesteld; niet alleen in aantallen, maar ook in prijsniveau. De woningmarkt is veranderd van een aanbodgestuurde in een vraaggedreven markt.

- g) Waarin onderscheidt het centrumgebied van Hardenberg zich van omliggende stadscentra zoals Ommen, Coevorden en Hoogeveen? In hoeverre concurreren deze centrumgebieden met Hardenberg/ Dedemsvaart? Hebben de raad en het college plannen in regionaal verband afgestemd?

Bewoners en bezoekers noemen het vaakst Ommen en/of Hardenberg als het leukste stadscentrum in de regio. Daarnaast wordt Zwolle door veel respondenten genoemd. Het centrum van Dedemsvaart wordt door een beduidend kleiner deel van de respondenten als leuk ervaren. Stakeholders zijn van mening dat het centrum van Hardenberg een beter aanbod van winkels heeft dan Ommen. Ommen heeft daarentegen een beter horeca-aanbod.

Tot op heden is er geen afstemming met omliggende gemeenten. De provincie Overijssel, die steeds meer aandacht heeft voor de revitalisering van binnensteden, schrijft momenteel aan een beleidsnota binnensteden.

8.3 Waardering centrumgebieden

8.3.1 Onderzoeksvragen h en i

Een vierde doelstelling van het onderzoek was het vaststellen in hoeverre beide centrumgebieden door bewoners en bezoekers wordt gewaardeerd. De onderzoeksvragen die daarbij hoorden zijn h en i:

- h) Hoe waarderen de bewoners, ondernemers en bezoekers de gerealiseerde ontwikkelingen in de centrumgebieden?
- i) In hoeverre komt het huidige aanbod aan winkels en voorzieningen overeen met de huidige behoefte?

8.3.2 Waardering van centrum kern Hardenberg

Gemiddeld waarderen bewoners het centrum met een rapportcijfer 7,0. De bezoekers, waaronder veel vakantiegangers, zijn positiever en geven gemiddeld een 7,7.

Bewoners hebben enerzijds een vrij brede waardering voor het concrete aanbod van winkels en voorzieningen en voor de bereikbaarheid (uitgezonderd het betaald parkeren), anderzijds is men minder enthousiast over de sfeer en beleving.

Stakeholders zijn van mening dat het goed is dat het centrumgebied is vernieuwd. Als dit destijds niet was gebeurd, stond Hardenberg er veel minder goed voor. De inrichting van de openbare ruimte door de gemeente wordt door betrokken ondernemers als zeer positief ervaren. Stakeholders zijn het erover eens dat in het centrumgebied Hardenberg nog meer beleving en sfeer moet komen.

8.3.3 Waardering van centrum Dedemsvaart

Gemiddeld waarderen bewoners het centrum met een rapportcijfer 6,8. De bezoekers zijn positiever en geven gemiddeld een 7,5.

Over het aanbod van voorzieningen, zowel winkels als cultuur, is men over het algemeen redelijk tot goed te spreken. Net als in centrum Hardenberg wordt de sfeer niet als optimaal ervaren. Dat kan mede het gevolg zijn van de nog aan de gang zijnde bouwwerkzaamheden aan de Markt, maar genoemd worden ook het gebrek aan een sfeervolle invulling van het plein en de rommelige uitstraling door het vele aanwezige 'blik'.

Het Masterplan werd breed gedragen door ondernemers. De inrichting van de openbare ruimte door de gemeente wordt door hen als zeer positief ervaren. Ondernemers vinden het belangrijk dat de Markt aan de noordzijde wordt afgemaakt, hoewel dit wel discussie oplevert over de parkeerdruk.

8.4 Hoofddoelstelling gerealiseerd?

Voor de aanpak van de centrumgebieden Hardenberg en Dedemsvaart heeft de gemeente Hardenberg voor elk gebied hoofddoelstellingen geformuleerd. Hieronder geven we aan wat hiervan is bereikt.

Centrumgebied Hardenberg

De gemeente Hardenberg heeft met het Masterplan een integraal ruimtelijk plan opgesteld. Een groot deel van de fysieke doelen is gerealiseerd, waarbij onder meer het Marktpllein grondig is vernieuwd, de openbare ruimte gehierarchiseerd en het centrum deels compacter is geworden met meer winkelvloeroppervlak. Wel is het zo dat de nieuwe woonwinkelcomplexen aan het Marktpllein zijn gebouwd op basis van door de tijd ingehaalde groeiprognozes, waardoor de exploitabiliteit onder druk staat en leegstand het gevolg is. Met de kennis van nu kan worden geconstateerd dat de gemeente een kritischer opstelling had kunnen aannemen bij het sluiten van de overeenkomst met Multi, waardoor de huurprijzen mogelijk binnen de perken waren gebleven. Ondernemers zijn, met de wetenschap dat alle maatschappelijke veranderingen destijds niet te voorzien waren, over het algemeen overigens tevreden over de aanpak van de gemeente. Bewoners (en bezoekers) waarderen het centrum qua aanbod van winkels en voorzieningen, maar hebben behoefte aan meer sfeer en beleving. Omdat er geen eerdere metingen naar de

beleving van het centrum zijn verricht, is niet aan te geven of de revitalisering van het centrum heeft geleid tot een hogere waardering.

Beleving en sfeer waren mogelijk ten onrechte geen belangrijke, uitgewerkte bouwstenen in de oorspronkelijke plannen. Voor zover daar wel aandacht voor was ('leefbaarheid'), waren bij de plannen geen duidelijke (toetsbare) doelen geformuleerd.

Concluderend kunnen we stellen dat er met de aanpak een belangrijke kwalitatieve basis is gelegd voor het wonen, winkelen, werken en recreëren. Gemeente, winkeliers en pandeigenaren zullen echter blijvend moeten inspringen op veranderingen in trends en behoeftes om de kwaliteit duurzaam te waarborgen.

Centrumgebied Dedemsvaart

Het Masterplan van Dedemsvaart is wat betreft de fysieke uitgangspunten deels gerealiseerd. De bouw van een woon-winkelcomplex aan de Markt en woningen aan de Julianastraat hebben vooralsnog niet plaatsgevonden. De economische crisis en nieuwe inzichten van stakeholders zijn mede de oorzaak van de vertraging. De gemeente zit nog in het proces om de deelplannen uit het Masterplan af te ronden. Dit is niet alleen uit financieel perspectief wenselijk, maar ook om het centrum van Dedemsvaart een enigszins gemengd en levendig karakter te laten behouden. Het centrum van Dedemsvaart heeft onmiskenbaar de functie van koopcentrum voor de dagelijkse behoeftes en doelgerichte aankopen. Bewoners (en bezoekers) waarderen dit aanbod in het lagere segment. Over het aanbod van recreatief winkelen, horeca en sociaal-culturele voorzieningen, dat ten opzichte van de centrum van Hardenberg beperkt is, zijn bewoners niet negatief. Dat hier waardering voor is, heeft mogelijk met verwachtingen te maken. Net als in de kern Hardenberg hebben de gebruikers ook behoefte aan iets meer sfeer en beleving. Ondernemers waarderen op hun beurt dat de openbare ruimte is aangepakt, maar waarschuwen wel dat het centrum van Dedemsvaart kwetsbaar is. Concluderend kunnen we stellen dat er een lange adem nodig is om de fysieke doelen te realiseren en dat parallel hieraan de aandacht moet liggen op het verbeteren van de sfeer met kleine ingrepen.

8.5 Toekomst centrumgebieden

Nu we weten in hoeverre de hoofdoelstellingen zijn gehaald, komen we bij de laatste doelstelling van het onderzoek, namelijk het formuleren van aanbevelingen om het centrum verder te vitaliseren. De onderzoeksvraag die daarbij hoort is:

- j) Wat betekenen de bevindingen uit de vragen voor het vervolg van de uitvoering van de plannen? Wat zijn belangrijke leerpunten en handvatten voor de toekomst?

Door de gemeente Hardenberg en haar stakeholders is met de actieplannen al doortastend gereageerd op de veranderde omstandigheden. Wij kunnen ons vinden in het merendeel van de uitgangspunten en bijbehorende acties in deze plannen en sporen de partijen aan ze uit te voeren. Echter, op basis van het feiten- en waarderend onderzoek willen we het belang van sommige van deze uitgangspunten en acties extra benadrukken en/of aanvullen met de volgende aanbevelingen die niet alleen voor de kern Hardenberg gelden, maar ook van toepassing zijn op Dedemsvaart.

- Focus op meer sfeer en beleving

Uit het onderzoek komt duidelijk naar voren dat er voor beide centrumgebieden winst te behalen is wat betreft sfeer en beleving. In algemene zin is het winkelaanbod in beide centrumgebieden redelijk in orde, maar schiet het op het vlak van gezelligheid en klein vermaak tekort. En juist dit is een centraal punt in het moderne winkelen. Het motto 'Shopping is a feeling' dient, bij wijze van spreken, bij iedere betrokken bestuurder en ambtenaar, winkelier en pandeigenaar boven het bed te hangen.⁵

- Bewoners en omwonenden meer betrekken

Bewoners van Hardenberg, die veruit de belangrijkste doelgroep zijn van beide centrumgebieden, en omwonenden van de centrumgebieden, die met eventuele overlast van doen hebben, dienen wat betreft het vitaliseren van de centrumgebieden meer bij de planvorming en uitvoering betrokken te worden. In zowel de Masterplannen als het huidige Actieplan hebben zij nauwelijks tot geen rol, wat enigszins vreemd is gezien het feit dat alles draait om het winnen van de 'hearts en minds' van de consument. Organiseer deze betrokkenheid door bijvoorbeeld bewoners en omwonenden uit te nodigen voor bijeenkomsten, waar praktische zaken worden besproken, maar waar ook wordt gedroomd en gebrainstormd over de toekomst.

- Stel vooraf meetbare waarderingsdoelen

In lijn met deze betrokkenheid en met de wens om de beleving te verbeteren, dienen vooraf doelen gesteld te worden over de waardering van beide centrumgebieden. Maak deze doelen smart. Stel een gewenst tevredenheidsniveau op dat na een aantal jaar gehaald dient te zijn en doe dit voor diverse onderdelen, zoals het aanbod van winkels en voorzieningen en sfeer en beleving. Blijf de resultaten vervolgens monitoren en stel eventueel doelen bij. De waarderingsresultaten uit deze rapportage kunnen als 0-meting dienen.

- Winkeliers, pandeigenaren en toeristenbranche meer/blijven betrekken

Naast de consumenten (en omwonenden) dient de gemeente ook ondernemers actief te (blijven) betrekken bij de ontwikkelingen van de centrumgebieden. Zo zijn onder meer de horeca en campinghouders nog nauwelijks of niet betrokken bij toekomstige planontwikkelingen en houdt een

⁵ De leuze 'Shopping is a feeling' komt van David Byrne (Talking Heads), True Stories (1986).

deel van de winkeliers zich afzijdig. Daarnaast is, met het oogpunt van verbeteren van de beleving, een cultuuromslag bij winkeliers nodig om het serviceniveau op een hoger peil te brengen. Ook zijn pandeigenaren onmisbaar voor marktconforme huurprijzen en het compact maken van de centrumgebieden.

Benader de partijen actief en beleg bijeenkomsten waar zij bij uitgenodigd zijn.

- Benut regionale potenties en zoek de samenwerking

De gemeente Hardenberg maakt deel uit van het toeristische Vechtdal en biedt daardoor volop kansen om op regionaal niveau acties te bedenken. Met name samenwerking en afstemming met de gemeente Ommen, en in mindere mate Coevorden, kunnen bijdrage aan het aantrekken en uitwisselen van meer toeristen en het benoemen en benadrukken van onderscheidende kwaliteiten tussen de verschillende centrumgebieden. Ook de potentie van de rivier de Vecht voor recreatieve activiteiten (beleving!) kan in regionaal verband verder worden verzilverd.

- Flexibiliteit en kleinschaligheid met de eindgebruiker als uitgangspunt

Maak plannen flexibel en houd ze kleinschalig, zodat er snel bijgestuurd kan worden. Stel de eindgebruiker, de consument of winkelier, bij de plannen centraal. Pas ook op met actief grondbeleid, want de aanpak in het centrumgebied Dedemsvaart leert ons dat hier (financiële) risico's aan verbonden zijn.

- Compacter maken en afronden ontwikkeling marktplainen e.o.

Het blijven inzetten op het concentreren van winkels en voorzieningen moet een leidraad voor de nabije toekomst blijven. Daarnaast is het uit zowel financieel oogpunt als in stedenbouwkundig opzicht van belang, wat geen uitgebreid betoog behoeft, dat in de omgeving van de marktplainen voorgenomen projecten een invulling gaan krijgen (respectievelijk Blok 4 kern Hardenberg en Noordzijde Markt Dedemsvaart).

BIJLAGE

1 STRAATINTERVIEWS, BEWONERSPANEL EN TWITTER**Inleiding**

Om de waardering van de gebruikers van de centrumgebieden Hardenberg en Dedemsvaart te meten en om een gevarieerde doelgroep (niet alleen bewoners, maar ook bezoekers en toeristen) te bereiken, hebben we drie methoden ingezet. Het betreffen het enquêteren op straat en het digitaal enquêteren van het bewonerspanel van de gemeente Hardenberg en het via Twitter inwoners van de gemeente Hardenberg oproepen om een beknopte digitale vragenlijst in te vullen.

Straatinterviews

In de periode juli – augustus 2015 hebben drie interviewers in het centrum van Hardenberg en Dedemsvaart enquêtes afgenomen op drie verschillende dagen (zie tabel 1.1).

Tabel 1.1 Tijdstip straatinterviews in Hardenberg en Dedemsvaart

	Centrumgebied Hardenberg	Centrumgebied Dedemsvaart
Donderdag 6 augustus	Middag en koopavond	-
Vrijdag 7 augustus	Ochtend	Middag
Woensdag 26 augustus	Middag	Ochtend (markt)

De interviewers stonden gepositioneerd rond het Marktpllein van Hardenberg en rond de Markt van Dedemsvaart. Op deze locaties werd het wandelend publiek aangesproken en gevraagd deel te nemen aan de enquête. Hoewel een kleine meerderheid bereid was om deel te nemen, was er ook aanzienlijk deel dat geen tijd wilde vrij maken voor het beantwoorden de vragen. De deelnemende respondenten vulde vervolgens samen met de interviewer de schriftelijke vragenlijst in. De vragenlijst bestond uit 18 vragen. Om de vragenlijst kort te houden vroegen we de respondenten alleen de laag gewaardeerde onderdelen toe te lichten ("Waarom beoordeelt u het als onvoldoende tot slecht?"; "Wat mist u het meest?").

Bewonerspanel

De gemeente Hardenberg heeft een eigen bewonerspanel van 247 burgers, die een aantal maal per jaar digitaal worden bevraagd over het beleid en de dienstverlening van de gemeente. Wij hebben deze burgers in de periode van 24 augustus tot 18 september, digitaal dezelfde vragen voorgelegd als de mensen op straat. Hierbij hebben we panelleden gevraagd om, naast het toelichten van laag gewaarde onderdelen, dit ook te doen voor positief

gewaardeerde onderdelen ("Waarom beoordeelt u het als voldoende tot goed?"; "Wat mist u nog eventueel?"). Daarnaast werden de panelleden gevraagd om, indien men bekend was met beide centra, zowel de vragen voor het centrumgebied Hardenberg als die van Dedemsvaart in te vullen. De vragenlijst kende hierdoor een maximum van 37 vragen.

Twitter

Om ook niet-benaderde burgers de mogelijkheid te geven zich uit te spreken over de twee centrumgebieden in de gemeente, is via de Twitter-account van de gemeenteraad op 25 augustus 2015 de vraag uitgezet "wat vindt u van het centrum van Hardenberg en het centrum van Dedemsvaart!". Via de daarin aangegeven link konden burgers op de website van RegioPlan tot 1 oktober 2015 vier vragen beantwoorden: twee over het centrumgebied van Hardenberg en twee over die van Dedemsvaart.

Respons

In totaal hebben 298 respondenten deelgenomen aan de twee enquêtes, waarvan 168 via straatinterviews en 130 via het bewonerspanel.¹ De antwoorden zijn in één SPSS-bestand ingevoerd en geanalyseerd.

Van de 298 respondenten komen er 112 uit Hardenberg en 52 uit Dedemsvaart. Daarnaast komen er 74 uit een van de overige kernen in Hardenberg. 60 respondenten komen van buiten Hardenberg.

Tabel 1.2 Status bezoeker (bewoner, bezoeker, vakantieganger)

Status bezoeker	Abs.	Perc.
Bewoner uit Hardenberg	112	38%
Bewoner uit Dedemsvaart	52	17%
Overige bewoner gem. Hardenberg	74	25%
Bezoeker	22	7%
Vakantieganger	38	13%
Totaal	298	100%

Op onze Twitter-oproep hebben in totaal 23 mensen gereageerd en hun mening gegeven. Hiervan hebben allen antwoord gegeven op de twee vragen over het centrumgebied van Hardenberg en tien hebben dit ook gedaan voor Dedemsvaart.

Leeswijzer

Paragraaf 2 tot en met 4 geven de gezamenlijke resultaten van de straatinterviews en de enquête onder het bewonerspanel. In paragraaf 2 geven we per vraag de resultaten van de enquête die is gehouden over het centrumgebied van Hardenberg en in paragraaf 3 doen we dit voor

¹ Van het bewonerspanel heeft 54% deelgenomen aan de enquête.

Dedemsvaart.² In beide paragrafen maken we in de analyses standaard een onderscheid tussen enerzijds bewoners uit de gemeente Hardenberg en anderzijds bezoekers en vakantiegangers. Paragraaf 4 gaat in op aantrekkelijke centrumgebieden in de regio. In paragraaf 5 komen de resultaten van de Twitter-oproep aan bod.

2 ANALYSES HARDENBERG

2.1 Achtergrondinformatie

Er zijn in totaal 233 mensen bevraagd (109 via bewonerspanel en 124 door middel van straatinterviews) over het centrumgebied van Hardenberg. 186 respondenten (80%) komen uit een van de kernen van de gemeente Hardenberg en 47 (20%) komen van elders. Een kleine meerderheid is man. De gemiddelde leeftijd van de respondenten is 50 jaar (de jongste respondent is 13 jaar en de oudste 85 jaar).

Tabel 2.1 Status respondent: Is de respondent een bewoner, bezoeker of vakantieganger?

Status bewoner	Abs.	Perc.
Bewoner uit Hardenberg	106	45%
Bewoner uit Dedemsvaart	17	7%
Overige bewoner gem. Hardenberg	63	27%
Bezoeker	17	7%
Vakantieganger	30	13%
Totaal	233	100%

Tabel 2.2 Geslacht respondenten

Geslacht	Abs.	Perc.
Man	134	58%
Vrouw	99	43%
Total	233	100%

² Omdat 51 respondenten van het bewonerspanel de enquête voor zowel het centrumgebied van Hardenberg als het centrumgebied van Dedemsvaart hebben ingevuld, is de optelsom van het aantal respondenten van paragraaf B2 en paragraaf B3 hoger dan het totaal aantal respondenten dat heeft deelgenomen.

Tabel 2.3 Leeftijd respondenten

Leeftijd	Abs.	Perc.
13 – 17	15	6%
18 – 35	41	18%
36 – 50	53	23%
51 – 65	71	31%
65+	52	22%
Onbekend	1	>0%
Totaal	233	100%

2.2 Aanbod voorzieningen Hardenberg

2.2.1 Aanbod winkels dagelijkse boodschappen

Tabel 2.4 Wat vindt u van het aanbod aan winkels voor dagelijkse boodschappen?

	Voldoende tot goed	Neutraal	Onvoldoende tot slecht	Weet niet/ geen mening
Bewoner gem. Hardenberg	77%	11%	5%	7%
Bezoeker/vakantieganger	77%	0%	2%	21%

Tabel 2.5 Waarom beoordeelt u het als onvoldoende tot slecht? (n=10, meer antwoorden mogelijk)

	Aantal
Te weinig winkels	1
Te weinig variatie in het aanbod	9
Anders, namelijk	1

Open antwoord anders namelijk

De respondent geeft bij anders namelijk aan: "Ik wil graag de Lidl erbij, maar de gemeente houdt het tegen."

Wat mist u het meest?

Het ontbreken van de supermarkt Lidl wordt het vaakst als verklaring genoemd om het aanbod aan winkels voor de dagelijkse boodschappen als onvoldoende tot slecht te beoordelen.

Tabel 2.6 Waarom beoordeelt u het als voldoende tot goed? (n=180, meer antwoorden mogelijk) ³

	Aantal	Perc.
Genoeg winkels	127	71%
Variatie in het aanbod	91	51%
Anders, namelijk	11	6%

³ Dit is het enige onderdeel in de straatinterviews waarbij we ook bij een positieve waardering vragen naar de reden hiervan.

Open antwoorden anders namelijk

Wederom wordt het ontbreken van de Lidl als gemis genoemd. Voor de vlugge boodschappen is het aanbod echter wel voldoende/goed.

❖ Wat mist nog eventueel? (alleen bewonerspanel)

Een groot aantal respondenten geeft aan de supermarkt Lidl te missen in het centrumgebied Hardenberg. Daarnaast geven respondenten aan een groenteboer en speciaalzaken (o.a. fotozaak, fietsreparatiezaak, hobbywinkel, biologische winkel, Aziatische toko) te missen.

Tabel 2.7 Wat vindt u van de openingstijden van winkels voor dagelijkse boodschappen?

	Voldoende tot goed	Neutraal	On-voldoende tot slecht	Weet niet/geen mening
Bewoner gem. Hardenberg	75%	9%	7%	9%
Bezoeker/vakantieganger	62%	0%	4%	34%

Tabel 2.8 Waarom beoordeelt u het als onvoldoende tot slecht? (n=14, meer antwoorden mogelijk)

	Aantal
Te vroeg dicht	5
Te laat open	-
Op zondagen gesloten	4
Anders, namelijk	7

Open antwoorden anders namelijk

Bijna alle respondenten (straatinterviews) zeggen het jammer te vinden dat er geen zondagopening is.⁴

❖ Wat mist nog eventueel? (alleen bewonerspanel)

Bijna alle respondenten die deze vraag hebben ingevuld, geven aan een zondagopening te willen. Enkele respondenten voegen eraan toe dat het invoeren van koopzondagen in het hoogseizoen (zomermaanden) of met feestdagen een minimum vereiste is. Eén respondent wil graag kwijt dat supermarkten beter toegankelijk gemaakt moeten worden voor rolstoelgebruikers.

⁴ Het antwoord 'op zondagen gesloten' was nog niet opgenomen in de straatinterviews.

2.2.2 Aanbod (overige) winkels

Tabel 2.9 Wat vindt u van het aanbod aan (overige) winkels?

	Voldoende tot goed	Neutraal	Onvoldoende tot slecht	Weet niet/geen mening
Bewoner gem. Hardenberg	50%	25%	22%	4%
Bezoeker/vakantieganger	77%	9%	9%	6%

Tabel 2.10 Waarom beoordeelt u het als onvoldoende tot slecht? (n=44, meer antwoorden mogelijk)

	Aantal	Perc.
Te weinig winkels	11	25%
Te weinig variatie in het aanbod	36	82%
Anders, namelijk	10	23%

Open antwoorden anders namelijk

Een groot aantal respondenten heeft bij deze vraag aangegeven vooral speciaal- of kleinere zaken in het centrumgebied van Hardenberg te missen (diversiteit aan winkels). Daarnaast wordt ook de leegstand in het centrumgebied als negatief ervaren. Winkelen in Hardenberg is daardoor meer sfeerloos.

Wat mist u het meest?

Idem als de vraag hiervoor.

❖ Alleen bewonerspanel

Tabel 2.11 Waarom beoordeelt u het als voldoende tot goed? (n=58, meer antwoorden mogelijk)

	Aantal	Perc.
Genoeg winkels	33	57%
Variatie in het aanbod	41	71%
Anders, namelijk	1	2%

Open antwoorden anders namelijk

De antwoorden die respondenten geven op deze vraag variëren/liken vooral gebaseerd te zijn op individuele voorkeuren voor bepaalde winkelketens en stijlen. De ene respondent wil graag een Bristol, de ander een Esprit of een Sting. Jonge respondenten zeggen wel vooral wat meer goedkopere kleding- of schoenenwinkels in Hardenberg te willen (bijv. Primark en H&M).

Wat mist nog eventueel?

Wederom wordt het ontbreken van vooral speciaal- of kleinere zaken en de leegstand in het centrumgebied als gemis genoemd.

Tabel 2.12 Wat vindt u van de openingstijden van (overige) winkels? (n=132⁵)

	Voldoende tot goed	Neutraal	Onvoldoende tot slecht	Weet niet/geen mening
Bewoner gem. Hardenberg	74%	4%	13%	9%
Bezoeker/vakantieganger	64%	4%	13%	19%

Tabel 2.13 Waarom beoordeelt u het als onvoldoende tot slecht? (n=17, meer antwoorden mogelijk)

	Aantal
Te vroeg dicht	8
Te laat open	2
Op zondagen gesloten	-
Anders, namelijk	10

Open antwoorden anders namelijk

Respondenten geven aan het vooral jammer te vinden dat er geen koopzondag is. De meningen verschillen over het hebben van een koopavond. De ene respondent zegt graag twee keer in de week een koopavond te willen hebben, de ander heeft het graag op de donderdag en weer een ander graag op een vrijdag.

❖ Wat mist nog eventueel? (alleen bewonerspanel)

De antwoorden op deze vraag zijn te vergelijken met het antwoord hiervoor.

2.2.3 Aanbod horeca

Tabel 2.14 Wat vindt u van het aanbod aan horeca?

	Voldoende tot goed	Neutraal	Onvoldoende tot slecht	Weet niet/geen mening
Bewoner gem. Hardenberg	47%	18%	24%	10%
Bezoeker/vakantieganger	70%	2%	11%	17%

Tabel 2.15 Waarom beoordeelt u het als onvoldoende tot slecht? (n=50, meer antwoorden mogelijk)

	Aantal	Perc.
Te weinig horeca	26	52%
Te weinig variatie in het aanbod	22	44%
Te weinig terrassen	9	18%
Anders, namelijk	12	24%

Open antwoorden anders namelijk

Een veelgenoemd antwoord bij deze vraag is het ontbreken van gezelligheid en (gezellige) terrasjes in Hardenberg. Daarnaast geven een aantal jongeren

⁵ Van het bewonerspanel hebben slechts 9 respondenten deze vraag ingevuld. Dit heeft waarschijnlijk te maken met een fout in de routing van de digitale vragenlijst.

aan dat het jammer is dat er geen discotheken of andere op jongere-georiënteerde horecagelegenheden in Hardenberg zijn.

Wat mist u het meest?

Respondenten zeggen vooral goede (internationale) restaurants te missen. Bijvoorbeeld een BBQ restaurant of een Japans restaurant. Een echte 'eetcultuur' ontbreekt volgens hen. Daarnaast geven respondenten veelvuldig aan dat het jammer is dat er te weinig terrassen zijn in Hardenberg. Als suggestie wordt genoemd dat het goed is om de terrassen wat meer te concentreren op één locatie, bijvoorbeeld op het marktplaatsplein. Verder noemt één respondent een bruin café te missen en zegt één andere respondent een kindvriendelijke horecagelegenheid in Hardenberg te willen zien (met bijvoorbeeld een ballenbak).

❖ **Alleen bewonerspanel**

Tabel 2.16 Waarom beoordeelt u het als voldoende tot goed? (n=52, meer antwoorden mogelijk)

	Aantal	Perc.
Voldoende horeca	35	67%
Variatie in het aanbod	27	52%
Voldoende terrassen	19	37%
Anders, namelijk	-	-

Wat mist nog eventueel?

De antwoorden op deze vraag zijn te vergelijken met de antwoorden op de vraag 'wat mist u het meest' bij Tabel 2.15, namelijk: een goed (internationaal) restaurant en meer terrasjes.

Tabel 2.17 Wat vindt u van de openingstijden van de horeca?

	Voldoende tot goed	Neutraal	Onvoldoende tot slecht	Weet niet/geen mening
Bewoner gem. Hardenberg	38%	23%	17%	22%
Bezoeker/vakantieganger	57%	4%	2%	36%

Tabel 2.18 Waarom beoordeelt u het als onvoldoende tot slecht? (n=32, meer antwoorden mogelijk)

	Aantal	Perc.
Te vroeg dicht	15	47%
Te laat open	3	9%
Anders, namelijk	18	56%

Open antwoorden anders namelijk

Bijna alle respondenten die deze vraag hebben ingevuld zeggen het jammer te vinden dat de horecagelegenheden op de zondag niet geopend zijn.

Daarnaast is er volgens een aantal respondenten in de avonduren (na sluitingstijd van winkels) en/of tijdens de wintermaanden niet veel te beleven valt in het centrumgebied. Ook dit wordt als jammer ervaren.

❖ Wat mist nog eventueel? (alleen bewonerspanel)

Enkele respondenten geven aan graag te willen zien dat horecagelegenheden ook op zondagen open zijn. Enkele jongeren willen ook wat meer langere openingstijden in de weekendavonden voor uitgaangelegenheden; "bijvoorbeeld tussen 21:00 en 2:00 uur", aldus een respondent van het bewonerspanel.

2.2.4 Aanbod culturele voorzieningen

Tabel 2.19 Wat vindt u van het aanbod aan culturele voorzieningen (bibliotheek, bioscoop, musea)?

	Voldoende tot goed	Neutraal	Onvoldoende tot slecht	Weet niet/geen mening
Bewoner gem. Hardenberg	64%	18%	8%	10%
Bezoeker/Vakantieganger	34%	4%	6%	55%

Tabel 2.20 Waarom beoordeelt u het als onvoldoende tot slecht? (n=17, meer antwoorden mogelijk)

	Aantal
Te weinig culturele voorzieningen	14
Te weinig variatie in het aanbod	4
Anders, namelijk	2

Open antwoorden anders namelijk

De antwoorden van de twee respondenten zijn: "moeilijk te vinden hier" en "het is er allemaal wel, maar het is net niks. Vind ook niet dat het moet komen want dat is veel te duur en Hardenberg is er veel te klein voor".

Wat mist u het meest?

Enkele respondenten geven aan vooral musea te missen in Hardenberg.

❖ **Alleen bewonerspanel**

Tabel 2.21 Waarom beoordeelt u het als voldoende tot goed? (n=65, meer antwoorden mogelijk)

	Aantal	Perc.
Voldoende culturele voorzieningen	49	75%
Variatie in het aanbod	29	45%
Anders, namelijk	3	5%

Open antwoorden anders namelijk

Volgens de drie respondenten die deze vraag hebben ingevuld ontbreekt er niets in Hardenberg qua culturele voorzieningen; er is een goede bioscoop en ook een goed theater.

Wat mist nog eventueel?

Antwoorden op deze vraag zijn wisselend: “een mooi museum” tot “alternatieve podia” tot “een plek waar oude ambachten worden beoefend en waar je deze ook als cursus kunt volgen” tot “meer jazz en klassiek”.

2.2.5 Aanbod evenementen en festiviteiten

Tabel 2.22 Wat vindt u van het aanbod aan evenementen en festiviteiten?

	Voldoende tot goed	Neutraal	Onvoldoende tot slecht	Weet niet/geen mening
Bewoner gem. Hardenberg	56%	22%	11%	11%
Bezoeker/vakantieganger	60%	2%	9%	30%

Tabel 2.23 Waarom beoordeelt u het als onvoldoende tot slecht? (n=25, meer antwoorden mogelijk)

	Aantal	Perc.
Te weinig evenementen en festiviteiten	11	44%
Te weinig variatie in het aanbod	6	24%
Te weinig over het jaar gespreid	1	4%
Anders, namelijk	10	40%

Open antwoorden anders namelijk

Respondenten geven bij de open vraag vaak aan dat het aanbod in de wintermaanden tegenvalt. Wel is er volgens de ondervraagden genoeg te doen in de zomerperiode. Een betere spreiding van het aanbod aan evenementen en festiviteiten is volgens hen wenselijk. Twee respondenten voegen eraan toe dat er teveel aandacht wordt besteed aan Hardenberg (vanuit het idee om in te spelen op de toeristen) en dat daardoor niet genoeg wordt geïnvesteerd in het aantrekkelijk maken van andere omliggende steden/dorpen.

Wat mist u het meest?

Zoals ook hiervoor genoemd, geeft een groot gedeelte van de respondenten aan vooral een goed aanbod aan evenementen in de winterperiode te missen. Verder willen respondenten (a) een meer gevarieerder aanbod (bijvoorbeeld meer muziekevenementen, braderieën en beurzen) en (b) aanbod dat ook meer toegespitst is op de verschillende doelgroepen (bijvoorbeeld ‘hippe’ feesten die ook interessant zijn voor jongeren).

❖ Alleen bewonerspanel

Tabel 2.24 Waarom beoordeelt u het als voldoende tot goed? (n=55, meer antwoorden mogelijk)

	Aantal	Perc.
Voldoende evenementen en festiviteiten	47	85%
Variatie in het aanbod	14	25%
Voldoende spreiding over het jaar	12	22%
Anders, namelijk	1	2%

Open antwoorden anders namelijk

Het antwoord van de respondent: "Voor Hardenberg zijn er veel activiteiten in de zomermaanden en als men wil zijn er nog veel meer activiteiten mogelijk.

Wat mist nog eventueel?

Respondenten die deze vraag hebben ingevuld geven aan tevreden te zijn over het aanbod, maar zij willen graag ook wat meer activiteiten in de winterperiode en op de zondagen. Twee respondenten zeggen een Pleinfeest in Hardenberg te missen. Twee andere respondenten willen graag wat meer muziektickets (bijv. jazz).

2.3 Inrichting Hardenberg

2.3.1 Uiterlijk Marktplaats

Tabel 2.25 Wat vindt u van het uiterlijk van het Marktplaats?

	(Zeer) aantrekkelijk	Neutraal	(Erg) onaantrekkelijk	Weet niet/geen mening
Bewoner gem. Hardenberg	32%	35%	31%	2%
Bezoeker/vakantieganger	81%	11%	6%	2%

Tabel 2.26 Waarom beoordeelt u het als (erg) onaantrekkelijk? (n=61, meer antwoorden mogelijk)

	Aantal	Perc.
Onaantrekkelijke architectuur/saai	42	69%
Leegstaande panden	19	31%
Onaantrekkelijke gevelwand	9	15%
Onaantrekkelijke bestrating	8	13%
Te druk, rommelig (reclame, te veel meubilair, etc.)	4	7%
Aanwezigheid auto's/parkeren	1	2%
Vervuiling/zwerfvuil	-	-
Anders, namelijk	45	74%

Open antwoorden anders namelijk

Het Marktpllein wordt als ongezellig ervaren. Enkele labels die respondenten hiervoor gebruiken zijn: 'sfeerloos', 'doods leeg plein', 'grote kale oppervlakte', 'één groot tochtgat'. Daarnaast geven enkele respondenten aan dat het plein te modern is geworden; ze vinden het jammer dat het oude karakteristieke van Hardenberg verloren is gegaan.

Wat moet beslist anders?

Alle respondenten die deze vraag hebben ingevuld zeggen meer gezelligheid en sfeer op het Markplein te willen. Het plein wordt nu als kaal, leeg en sfeerloos ervaren. Terrasjes op het plein, meer groen en een andere indeling met bijvoorbeeld een kiosk of fontein in het midden worden als oplossing genoemd. Ook zeggen enkele respondenten meer verlichting en bankjes op het plein te willen.

❖ **Alleen bewonerspanel**

Tabel 2.27 **Waarom beoordeelt u het als (zeer) aantrekkelijk? (n=17, meer antwoorden mogelijk)**

	Aantal
Autovrij/-luw	15
Aantrekkelijke inrichting	12
Aantrekkelijke bestrating	8
Aantrekkelijke architectuur	6
Schoon	4
Aantrekkelijke gevelwand	3
Anders, namelijk	1

Open antwoorden anders namelijk

De respondent die deze vraag heeft ingevuld, zegt: "Middelpunt van de stad hetgeen uitnodigt om tal van activiteiten te houden."

Wat kan eventueel nog aantrekkelijker? (alleen bewonerspanel)

De antwoorden zijn te vergelijken met de antwoorden van respondenten bij de vraag "wat moet beslist anders?" bij Tabel 2.27. Respondenten willen meer gezelligheid en sfeer op het Markplein. Ideeën die veelvuldig genoemd worden zijn wederom: meer terrasjes, meer groen (incl. een fontein), leuke versiering/aankleding.

2.3.2 Uiterlijk (overige) winkelstraten

Tabel 2.28 Wat vindt u van het uiterlijk van de (overige) winkelstraten?

	(Zeer) aan- trekkelijk	Neutraal	(Erg) onaan- trekkelijk	Weet niet/geen mening
Bewoner gem. Hardenberg	29%	49%	20%	2%
Bezoeker/vakantieganger	77%	19%	2%	2%

Tabel 2.29 Waarom beoordeelt u het als (erg) onaantrekkelijk? (n=38, meer antwoorden mogelijk)

	Aantal	Perc.
Leegstaande panden	24	63%
Onaantrekkelijke architectuur/saai	17	45%
Te druk, rommelig (reclame, te veel meubilair, etc.)	8	21%
Onaantrekkelijke bestrating	8	21%
Onaantrekkelijke gevelwand	8	21%
Vervuiling/zwerfvuil	4	11%
Aanwezigheid auto's/parkeren	0	0%
Anders, namelijk	13	34%

Open antwoorden anders namelijk

Enkele respondenten attenderen erop dat de bestrating (schuin aflopend en geul in het midden) het centrumgebied minder toegankelijk (en zelfs gevaarlijk) maakt voor rolstoelgebruikers (en soms ook fietsers). Verder vinden een paar respondenten het jammer dat het oude, karakteristieke karakter van het centrumgebied verloren is gegaan. Een respondent van het bewonerspanel verwoordt dit als volgt: "alles wat oud is, wordt gesloopt, enig behoud van oude cultuur gaat verloren. Zoek de combinatie in oud en nieuw samen qua bouwstijl."

Wat moet beslist anders?

Veel respondenten willen dat de leegstand in het centrumgebied van Hardenberg wordt aangepakt. Meer opvulling of een creatieve aankleding van de panden is volgens de respondenten wenselijk. Ook willen respondenten dat winkels beter bereikbaar worden gemaakt voor rolstoelgebruikers en mindervaliden. Een respondent van het bewonerspanel zegt hierover: "Mensen met een beperking kunnen zeer moeilijk bij diverse winkels komen, bijvoorbeeld bij de HEMA en ook andere zaken is veel te ver lopen. Parkeerplaatsen voor mensen met een handicap staan vaak ver weg van betaalautomaten en van de winkels." Verder noemen enkele respondenten dat ze een fietsverbod willen in het centrumgebied. Ook willen enkele respondenten dat het parkeerbeleid wordt veranderd. Door het invoeren van betaald parkeren is het winkelen minder aangenaam (meer stressvol).

❖ Alleen bewonerspanel

Tabel 2.30 (alleen bewonerspanel) **Waarom beoordeelt u het als (zeer) aantrekkelijk? (N=14, meerdere antwoorden mogelijk)**

	Aantal
Aantrekkelijke inrichting	7
Schoon	7
Autovrij/-luw	6
Aantrekkelijke architectuur	6
Aantrekkelijke bestrating	5
Aantrekkelijke gevelwand	2
Anders, namelijk	1

Open antwoorden anders namelijk

De respondent die deze vraag heeft ingevuld, zegt: "het gevarieerde winkel aanbod"

Wat kan eventueel nog aantrekkelijker? (alleen bewonerspanel)

Enkele suggesties die door respondenten worden genoemd om het centrumgebied nog aantrekkelijker te maken zijn: aanpakken van leegstand, fietsverbod in het centrum, nostalgisch karakter herstellen (vooral de oude gevels), meer bankjes en bloembakken in de winkelstraten. Ook vinden enkele respondenten dat de indeling van centrum anders moet. Enkele suggesties die daartoe worden gedaan zijn: het centrum meer als circuit indelen in plaats van straten die dood lopen en de 'buitenstraten' (Europaweg of Stationsstraat) meer bij het centrum betrekken.

2.4 Sfeer Hardenberg

Tabel 2.31 **Wat vindt u van de sfeer in het centrum?**

	(Zeer) prettig	Neutraal	(Zeer) onprettig	Weet niet/geen mening
Bewoner gem. Hardenberg	47%	40%	10%	3%
Bezoeker/vakantieganger	85%	11%	2%	2%

Tabel 2.32 **Waarom beoordeelt u het als (zeer) onprettig? (n=20, meer antwoorden mogelijk)**

	Aantal	Perc.
Saai/weinig publiek	11	55%
Voelt niet gastvrij	9	45%
Op zondagen is het (te) stil	5	25%
Te druk/te veel publiek	2	10%
Onaardige mensen	1	5%
In de winter is het (te) stil	1	5%
Anders, namelijk	9	45%

Open antwoorden anders namelijk

De redenen die respondenten noemen zijn uiteenlopend: van “bekrompen sfeer door wellicht verschil in geloofsovertuiging” tot ‘vakantielopers lopen je in de weg’, tot ‘je wordt aangekeken als je bijzonder kleding/sieraden draagt.’

Wat mist u het meest?

Respondenten die deze vraag hebben ingevuld, zeggen vooral gezelligheid als geheel te missen in het centrumgebied. Dit kan bewerkstelligd worden door een leuke aankleding van de winkelstraten, door het creëren van een ‘horecaplein’ (c.q. meer terrasjes op het Marktplaatsplein).

❖ **Alleen bewonerspanel**

Tabel 2.33 Waarom beoordeelt u het als (zeer) prettig? (n=41, meer antwoorden mogelijk)

	Aantal	Perc.
Gezellig (druk)	29	71%
Aardige mensen	22	54%
Gastvrij	21	51%
Anders, namelijk	2	5%

Open antwoorden anders namelijk

De open antwoorden die de twee respondenten hebben gegeven zijn: “ik voel me thuis” en “voel me altijd op mijn gemak”.

Wat mist u nog eventueel? (alleen bewonerspanel)

Veel respondenten geven aan het gratis parkeren (bijvoorbeeld eerste uur), of de eerdere blauwe zones het centrumgebied van Hardenberg te missen. Wederom wordt genoemd dat, buiten de zomermaanden en de openingstijden van de winkels, enige gezelligheid ontbreekt. Eén respondent geeft aan dat een openbaar toilet (‘zoals men vaak in Duitsland ziet’) het centrumgebied ten goede zal komen.

2.5 Bereikbaarheid Hardenberg

Tabel 2.34 (straatinterviews, n=124) Hoe bent u hier in het centrum gekomen?

	Percentage
Auto	40%
Fiets	42%
OV	2%
Te voet	14%
Anders, namelijk	2%

Tabel 2.35 (bewonerspanel, n=109) Hoe gaat u meestal naar het centrum?

	Percentage
Auto	51%
Fiets	38%
OV	2%
Te voet	6%
Anders, namelijk	3%

Tabel 2.36 Kunt u uw auto makkelijk parkeren in het centrum? (n=103)

	Ja	Neutraal	Nee	Weet niet/geen mening
Perc.	77%	9%	15%	0%

Toelichting bij nee (n=15)

Bijna alle respondenten die deze vraag met een 'nee' hebben beantwoord, geven aan het betaald parkeren een slechte zaak te vinden. Eén respondent merkt zelfs op dat hij, door de hoge parkeerkosten, regelmatig in een andere stad gaat winkelen. Twee respondenten (straatinterviews) zeggen dat het, met name op zaterdag, moeilijk is om parkeergelegenheid te vinden.

Tabel 2.37 Kunt u uw fiets makkelijk parkeren in het centrum? (n=93)

	Ja	Neutraal	Nee	Weet niet/geen mening
Perc.	93%	5%	2%	0%

Toelichting bij nee (n=2)

Deze twee respondenten hebben geantwoord: "weinig plaats de ingang van de Fortuinstraat" en "te weinig centrale plekken en huidige voorzieningen zijn hinderlijk en storend voor winkeliers."

Tabel 2.38 Kunt u het centrum makkelijk bereiken per OV? (n=5)

	Ja	Neutraal	Nee	Weet niet/geen mening
Aantal	4	-	1	-

Toelichting bij nee (n=1)

Antwoord van deze respondent: "ze zijn momenteel bezig met het spoor, moest daarom een stopbus nemen. Normaal wel goed te bereiken."

2.6 Onderscheidend karakter Hardenberg

2.6.1 Positieve punten

Wat vindt u het leukst aan het centrum?

Enkele punten die veelvuldig zijn genoemd bij deze vraag:

- De gemoedelijkheid, ongedwongenheid en gezelligheid/sfeer in het centrum en in de winkels;
- De compactheid van het centrum (alles zit dicht bij elkaar maar toch ruim genoeg opgezet);
- De goede bereikbaarheid van het centrumgebied;
- Het ruime winkelaanbod (er is veel variatie);
- De evenementen in de zomerperiode (er is dan altijd wel wat te doen);
- De gezellige cafétjes en terrasjes;
- Enkele losse plekken: gebied rondom de HEMA, het theater de Voorveghter, de Voorstraat, (het gebied rondom) de Vecht, de loempiakar;

2.6.2 Minder sterke punten

Wat vindt u het minst leuk aan het centrum?

Vooraf het betaald parkeren en de leegstand wordt erg vaak als minpunt genoemd door de respondenten.

Andere punten die vaak worden genoemd zijn:

- Ontbreken van een zondagopening voor horecagelegenheden (en daarmee het ontbreken van gezelligheid op de zondag);
- Ontbreken van een fietsverbod in het centrum;
- Kale inrichting van het Marktplaats;
- Dat er na sluitingstijd van de winkels niet veel te doen is in het centrum;
- Uiterlijk van het gemeentehuis: het gebouw past volgens veel respondenten niet bij de rest van Hardenberg;
- Ontbreken van grote en goedkope winkelketens (vooral door jongeren genoemd);
- Bestrating (aflopend en geul in het midden) is onhandig en gevaarlijk voor rollators, kindervagens en fietsers.
- Het Marktplaats is bij slecht weer winderig / een tochtgat;
- Het verdwijnen van het karakteristieke karakter van Hardenberg (modernisering).

2.6.3 Rapportcijfer

Gemiddeld geven respondenten als rapportcijfer een 7,1 voor het centrumgebied van Hardenberg. Hierbij geven inwoners van Hardenberg een 7,0 en bezoekers een 7,7.

Tabel 2.39 Wat voor een rapportcijfer geeft u het centrum als geheel?
(n=229)

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Bewoner gem. Hardenberg	0,5%	0%	2%	1%	3%	20%	43%	27%	4%	0%
Bezoeker/vakantieganger	0%	0%	0%	0%	2%	0%	30%	62%	4%	2%

3 ANALYSES DEDEMSVAART

3.1 Achtergrondinformatie

Er zijn in totaal 116 mensen bevraagd (72 via bewonerspanel en 44 door middel van straatinterviews) over het centrumgebied van Dedemsvaart. 103 respondenten (89%) komen uit een van de kernen van de gemeente Hardenberg en 13 (11%) komen van elders. Een kleine meerderheid is man. De gemiddelde leeftijd van de respondenten is 52 jaar (de jongste respondent is 14 jaar en de oudste 84 jaar).

Tabel 3.1 Status respondent: Is de respondent een bewoner, bezoeker of vakantieganger?

Status bewoner	Abs.	Perc.
Bewoner uit Hardenberg	30	26%
Bewoner uit Dedemsvaart	49	42%
Overige bewoner gem. Hardenberg	24	21%
Bezoeker	5	4%
Vakantieganger	8	7%
Totaal	116	100%

Tabel 3.2 Geslacht respondenten

Geslacht	Abs.	Perc.
Man	65	56%
Vrouw	51	44%
Total	116	100%

Tabel 3.3 Leeftijd respondenten

Leeftijd	Abs.	Perc.
13 – 17	3	3%
18 – 35	17	15%
36 – 50	27	23%
51 – 65	45	39%
65+	23	20%
Onbekend	1	1%
Totaal	116	100%

3.2 Aanbod voorzieningen Dedemsvaart

3.2.1 Aanbod winkels dagelijkse boodschappen

Tabel 3.4 Wat vindt u van het aanbod aan winkels voor dagelijkse boodschappen?

	Voldoende tot goed	Neutraal	Onvoldoende tot slecht	Weet niet/geen mening
Bewoner gem. Hardenberg	75%	13%	3%	10%
Bezoeker/vakantieganger ^b	92%	0%	0%	8%

Tabel 3.5 Waarom beoordeelt u het als onvoldoende tot slecht? (n=3, meer antwoorden mogelijk)

	Aantal
Te weinig winkels	0
Te weinig variatie in het aanbod	3
Anders, namelijk	0

Wat mist u het meest?

Drie respondenten hebben deze vraag ingevuld. De antwoorden zijn: "vrij parkeren", "alternatieve en buitenlandse winkeltjes" en "qua prijsklasse iets tussen de AH en de Aldi. Bijvoorbeeld een COOP".

Tabel 3.6 Waarom beoordeelt u het als voldoende tot goed? (n=89, meer antwoorden mogelijk)⁷

	Aantal	Perc.
Genoeg winkels	69	78%
Variatie in het aanbod	61	69%
Anders, namelijk	2	2%

Open antwoorden anders namelijk

De twee respondenten die deze vraag hebben ingevuld refereren wederom naar een uitgebreid aanbod (zowel qua winkel als assortiment).

❖ Wat mist nog eventueel? (alleen bewonerspanel)

De antwoorden die respondenten op deze vraag hebben gegeven behoren bij overige winkels'

⁶ Ondanks dat n=13 gebruiken we voor de vergelijkbaarheid met de bewoners uit Hardenberg percentages. Dit doen we bij alle tabellen.

⁷ Dit is het enige onderdeel in de straatinterviews waarbij we ook bij een positieve waardering vragen naar de reden hiervan.

Tabel 3.7 Wat vindt u van de openingstijden van winkels voor dagelijkse boodschappen?

	Voldoende tot goed	Neutraal	Onvoldoende tot slecht	Weet niet/geen mening
Bewoner gem. Hardenberg	65%	10%	4%	21%
Bezoeker/vakantieganger	69%	0%	0%	31%

Tabel 3.8 Waarom beoordeelt u het als onvoldoende tot slecht? (n=4, meer antwoorden mogelijk)

	Aantal
Te vroeg dicht	1
Te laat open	-
Op zondagen gesloten	2
Anders, namelijk	1

Open antwoorden anders namelijk

Het antwoord van de respondent: "het zou ook mooi zijn als de winkels ook op de zondag open waren."

❖ Wat mist nog eventueel? (alleen bewonerspanel)

Bijna alle respondenten geven niets te missen qua openingstijden van winkels voor de dagelijkse boodschappen. Eén respondent pleit voor een zondagsopening terwijl twee andere respondenten het zo juist prima vinden.

3.2.2 Aanbod (overige) winkels?

Tabel 3.9 Wat vindt u van het aanbod aan (overige) winkels?

	Voldoende tot goed	Neutraal	Onvoldoende tot slecht	Weet niet/geen mening
Bewoner gem. Hardenberg	46%	31%	12%	12%
Bezoeker/vakantieganger	54%	15%	15%	15%

Tabel 3.10 Waarom beoordeelt u het als onvoldoende tot slecht? (n=14, meer antwoorden mogelijk)

	Aantal
Te weinig winkels	4
Te weinig variatie in het aanbod	10
Anders, namelijk	3

Open antwoorden anders namelijk

De respondenten die ze vraag hebben ingevuld, vinden het jammer dat er leegstand is en er geen speciaalzaken in Dedemsvaart zijn.

Wat mist u het meest?

Respondenten geven vooral aan goede kledingwinkels te missen in Dedemsvaart: kledingswinkels voor grote maten, voor oudere mensen en de wat hippere winkels voor de jongeren.

❖ **Alleen bewonerspanel**

Tabel 3.11 Waarom beoordeelt u het als voldoende tot goed? (n=32, meer antwoorden mogelijk)

	Aantal	Perc.
Genoeg winkels	19	59%
Variatie in het aanbod	27	84%
Anders, namelijk	2	6%

Open antwoorden anders namelijk

Antwoorden van de twee respondenten zijn: "Alles wat ik wil kopen en nodig heb is er te koop" en "jammer van de leegstand".

Wat mist nog eventueel?

Veel respondenten geven aan een goede schoenenwinkel te missen. Daarnaast worden enkele losse winkeltypes genoemd. Voorbeelden hiervan zijn: sportwinkel, boekenhandel, muziekwinkel, bouwmarkt, tuinmarkt, gereedschapswinkel, goede lingeriezaak, elektronica en witgoedwinkel.

Tabel 3.12 Wat vindt u van de openingstijden van (overige) winkels? (n=46⁸)

	Voldoende tot goed	Neutraal	Onvoldoende tot slecht	Weet niet/geen mening
Bewoner gem. Hardenberg	82%	9%	3%	6%
Bezoeker/vakantieganger	77%	0%	0%	23%

Tabel 3.13 Waarom beoordeelt u het als onvoldoende tot slecht? (n=1, meer antwoorden mogelijk)

	Aantal
Te vroeg dicht	-
Te laat open	1
Op zondagen gesloten	-
Anders, namelijk	-

❖ Wat mist nog eventueel? (alleen bewonerspanel)

Deze vraag is niet ingevuld door respondenten.

⁸ Van het bewonerspanel hebben slechts 2 respondenten deze vraag ingevuld. Dit heeft waarschijnlijk te maken met een fout in de routing van de digitale vragenlijst.

3.2.3 Aanbod horeca

Tabel 3.14 Wat vindt u van het aanbod aan horeca?

	Voldoende tot goed	Neutraal	Onvoldoende tot slecht	Weet niet/geen mening
Bewoner gem. Hardenberg	59%	16%	3%	22%
Bezoeker/vakantieganger	54%	0%	8%	39%

Tabel 3.15 Waarom beoordeelt u het als onvoldoende tot slecht? (n=4, meer antwoorden mogelijk)

	Aantal
Te weinig horeca	2
Te weinig variatie in het aanbod	2
Te weinig terrassen	-
Anders, namelijk	-

Wat mist u het meest?

Slechts één respondent heeft deze vraag ingevuld. Zijn/haar antwoord is: "aantrekkingskracht".

❖ **Alleen bewonerspanel**

Tabel 3.16 Waarom beoordeelt u het als voldoende tot goed? (n=35, meer antwoorden mogelijk)

	Aantal	Perc.
Voldoende horeca	27	77%
Variatie in het aanbod	20	57%
Voldoende terrassen	14	40%
Anders, namelijk	1	3%

Open antwoorden anders namelijk

Het antwoord van de respondent: "markthal/oude postkantoor: terras aan de verkeerde kant"

Wat mist nog eventueel?

De antwoorden van de respondenten zijn uiteenlopend: 'gezellige en betaalbare restaurantjes', 'meer aanbod voor de jeugd', 'iets voor kinderen en jongeren', 'jazz/blues café', 'variatie in afhaal/bezorg'. Daarnaast heeft één respondent van het bewonerspanel bij een andere vraag een opmerking gemaakt over het aanbod aan horeca: "Indonesisch restaurant. Goede echte Griek of Turks restaurant, dus geen snackbars waarvan er voldoende zijn. Kwaliteit!"

Tabel 3.17 Wat vindt u van de openingstijden van de horeca?

	Voldoende tot goed	Neutraal	Onvoldoende tot slecht	Weet niet/geen mening
Bewoner gem. Hardenberg	54%	16%	2%	28%
Bezoeker/vakantieganger	46%	0%	0%	54%

Tabel 3.18 Waarom beoordeelt u het als onvoldoende tot slecht? (n=2, meer antwoorden mogelijk)

	Aantal
Te vroeg dicht	2
Te laat open	-
Anders, namelijk	-

❖ Wat mist nog eventueel? (alleen bewonerspanel)

Eén respondent heeft deze vraag ingevuld: “restaurants die ook nog wat later de keukens open hebben.”

3.2.4 Aanbod culturele voorzieningen

Tabel 3.19 Wat vindt u van het aanbod aan culturele voorzieningen (bibliotheek, bioscoop, musea)?

	Voldoende tot goed	Neutraal	Onvoldoende tot slecht	Weet niet/geen mening
Bewoner gem. Hardenberg	33%	29%	10%	28%
Bezoeker/vakantieganger	8%	0%	15%	77%

Tabel 3.20 Waarom beoordeelt u het als onvoldoende tot slecht? (n=12, meer antwoorden mogelijk)

	Aantal
Te weinig culturele voorzieningen	8
Te weinig variatie in het aanbod	4
Anders, namelijk	1

Open antwoord anders namelijk

Het antwoord van de respondent: “bioscoop wordt gemist”

Wat mist u het meest?

Zeven van de acht respondenten die deze vraag hebben beantwoord, geven aan een bioscoop te missen in Dedemsvaart.

❖ Alleen bewonerspanel

Tabel 3.21 Waarom beoordeelt u het als voldoende tot goed? (n=20, meer antwoorden mogelijk)

	Aantal	Perc.
Voldoende culturele voorzieningen	16	80%
Variatie in het aanbod	8	40%
Anders, namelijk	4	20%

Open antwoorden anders namelijk

Eén respondent is tevreden met Gashouder, een andere is tevreden met de aanwezigheid van een bibliotheek. De twee andere respondenten vinden het aanbod voldoende voor een dorp als Dedemsvaart.

Wat mist nog eventueel?

Ook weer hier geldt dat een bioscoop in Dedemsvaart gemist wordt (vijf van de zes respondenten die deze vraag hebben ingevuld).

3.2.5 Aanbod evenementen en festiviteiten

Tabel 3.22 Wat vindt u van het aanbod aan evenementen en festiviteiten?

	Voldoende tot goed	Neutraal	Onvoldoende tot slecht	Weet niet/geen mening
Bewoner gem. Hardenberg	51%	21%	5%	23%
Bezoeker/vakantieganger	62%	0%	8%	31%

Tabel 3.23 Waarom beoordeelt u het als onvoldoende tot slecht? (n=6, meer antwoorden mogelijk)

	Aantal
Te weinig evenementen en festiviteiten	3
Te weinig variatie in het aanbod	4
Te weinig over het jaar gespreid	1
Anders, namelijk	-

Wat mist u het meest?

Twee respondenten willen dat de festiviteiten meer over het jaar worden verspreid (in plaats van enkel gebundeld tijdens Dedemsvaart). Twee andere respondenten willen grotere en andere festiviteiten (variatie in aanbod), bijvoorbeeld een rommelmarkt. Eén respondent wil meer 'muziek'.

❖ Alleen bewonerspanel

Tabel 3.24 Waarom beoordeelt u het als voldoende tot goed? (n=26, meer antwoorden mogelijk)

	Aantal	Perc
Voldoende evenementen en festiviteiten	20	77%
Variatie in het aanbod	6	23%
Voldoende spreiding over het jaar	11	42%
Anders, namelijk	1	4%

Open antwoorden anders namelijk

Het antwoord van de respondent is: "leuke actieve DMC-ver!"

Wat mist nog eventueel?

De antwoorden op deze vraag zijn gevarieerd. Drie respondenten vinden dat er teveel overlast wordt veroorzaakt tijdens de evenementen (door o.a. het veelvuldig drankgebruik, overlast in de nacht door herrie). Eén respondent vindt het jammer dat de activiteiten vooral op jongeren zijn gericht, terwijl andere respondent graag wat meer activiteiten in Dedemsvaart willen.

3.3 Inrichting Dedemsvaart

3.3.1 Uiterlijk Markt

Tabel 3.25 Wat vindt u van het uiterlijk van de Markt?

	(Zeer) aan- trekkelijk	Neutraal	(Erg) onaan- trekkelijk	Weet niet/geen mening
Bewoner gem. Hardenberg	19%	40%	29%	12%
Bezoeker/vakantieganger	46%	23%	15%	15%

Tabel 3.26 Waarom beoordeelt u het als (erg) onaantrekkelijk? (n=33, meer antwoorden mogelijk)

	Aantal	Perc.
Aanwezigheid auto's/parkeren	13	39%
Onaantrekkelijke architectuur/saai	12	36%
Te druk, rommelig (reclame, te veel meubilair, etc.)	6	18%
Onaantrekkelijke gevelwand	6	18%
Onaantrekkelijke bestrating	5	15%
Leegstaande panden	4	12%
Vervuiling/zwerfvuil	3	9%
Anders, namelijk	15	45%

Open antwoorden anders namelijk

De antwoorden die respondenten geven op de open vraag hangen vaak samen met het parkeren en het aanzicht van het plein. Zo zegt één respondent over het parkeren: "Het Marktpllein is chaotisch, je moet van alle kanten uitkijken. Vooral oppassen als je wilt parkeren. Er zijn overal fietsers." Over het aanzicht van het plein wordt gezegd: "droevige, sfeerloze uitstraling" en "te modern, kaal, past niet echt bij een dorp".

Wat moet beslist anders?

De huidige situatie zorgt volgens respondenten voor veel gevaarlijke momenten. Enkele respondenten geven aan dat ze het fietsen op de Markt daardoor vermijden. De oplossingen die respondenten opperen zijn echter tweedelig. Een aantal respondenten wil dat de parkeerplekken ruimer en overzichtelijker worden opgezet, terwijl een ander deel van de respondenten liever een totaal andere invulling van het plein ziet (bijvoorbeeld horecaplein, of leukere aankleding met bomen, met behoud van het historische karakter).

❖ **Alleen bewonerspanel**

Tabel 3.27 **Waarom beoordeelt u het als (zeer) aantrekkelijk? (n=10, meer antwoorden mogelijk)**

	Aantal
Aantrekkelijke architectuur	8
Aantrekkelijke inrichting	8
Aantrekkelijke bestrating	8
Schoon	5
Aantrekkelijke gevelwand	3
Autovrij/-luw	1
Anders, namelijk	1

Open antwoorden anders namelijk

De respondent die een open antwoord heeft gegeven, zegt: "wordt steeds beter, Markthal is een pre".

Wat kan eventueel nog aantrekkelijker?

Een aantal respondenten geeft aan dat het nog lastig is om dit te beoordelen, omdat de bouwwerkzaamheden nog volop in gang zijn. Wel zegt een aantal respondenten meer ruimte per parkeervak en meer gezelligheid op het plein te willen (door bijvoorbeeld het aantal terrasjes bij de markthal uit te breiden of door meer groen/bomen/plantenbakken). Eén respondent wil meer parkeerruimte voor minder validen.

3.3.2 Uiterlijk (overige) winkelstraten

Tabel 3.28 Wat vindt u van het uiterlijk van de (overige) winkelstraten?

	(Zeer) aan- trekkelijk	Neutraal	(Erg) onaan- trekkelijk	Weet niet/geen mening
Bewoner gem. Hardenberg	18%	49%	24%	9%
Bezoeker/vakantieganger	54%	46%	0%	0%

Tabel 3.29 Waarom beoordeelt u het als (erg) onaantrekkelijk? (n=26, meer antwoorden mogelijk)

	Aantal	Perc.
Aanwezigheid auto's/parkeren	13	50%
Onaantrekkelijke bestrating	9	35%
Te druk, rommelig (reclame, te veel meubilair, etc.)	8	31%
Leegstaande panden	6	23%
Onaantrekkelijke architectuur/saai	5	19%
Onaantrekkelijke gevelwand	2	8%
Vervuiling/zwerfvuil	1	4%
Anders, namelijk	14	54%

Open antwoorden anders namelijk

Acht respondenten benoemen in hun open antwoord de onveilige verkeerssituatie in de Julianastraat voor voetgangers en/of fietsers. De 'shared space' maakt de Julianastraat volgens hen onoverzichtelijk. Daarnaast geven vier respondenten aan dat ze het uiterlijk van de winkelstraten/Julianastraat onaantrekkelijk vinden omdat het te modern/zielloos is en geen recht meer doet aan de historie van het centrum. Twee respondenten missen samenhang in het uiterlijk van de winkelstraten. De winkelstraten zien er volgens hen te divers/rommelig uit. Tot slot vindt een enkele respondent het onaantrekkelijk dat kapotte objecten niet worden hersteld en dat de Julianastraat vervelende drempels heeft.

Wat moet beslist anders?

Tien respondenten vinden dat de verkeerssituatie in de Julianastraat overzichtelijker en veiliger moet worden. Met name aandacht/ruimte voor veilig fietsen, duidelijkere bestrating en een betere sturing van auto's zijn verbeterpunten. Vijf respondenten vinden dat de leegstand in de winkelstraten van Dedemsvaart moet worden aangepakt. Tot slot noemt een enkele respondent dat de straten in de winter glad zijn, dat het winkelaanbod uitgebreid moet worden met enkele speciaalzaken en dat er meer parkeergelegenheid moet worden gecreëerd.

❖ **Alleen bewonerspanel**

Tabel 3.30 Waarom beoordeelt u het als (zeer) aantrekkelijk? (n=7, meer antwoorden mogelijk)

	Aantal
Aantrekkelijke inrichting	7
Aantrekkelijke bestrating	5
Aantrekkelijke architectuur	5
Schoon	3
Aantrekkelijke gevelwand	1
Autovrij/-luw	-
Anders, namelijk	-

Wat kan eventueel nog aantrekkelijker?

Het antwoord dat het meest wordt gegeven is het aanpakken van de leegstand (m.n. aan de noordzijde van de Julianastraat). Andere aspecten die volgens enkele respondenten de winkelstraten aantrekkelijker kunnen maken zijn meer groen, meer winkels (in de Julianastraat) en het opknappen van het uiterlijk van (oude) panden. Daarnaast vinden enkele respondenten de verspringende rijbaan in de Julianastraat onaantrekkelijk en onveilig. Overige onaantrekkelijkheden die door een enkele respondent worden genoemd zijn plastic zakken, reclameborden en de coffeeshop.

3.4 Sfeer Dedemsvaart

Tabel 3.31 Wat vindt u van de sfeer in het centrum?

	(Zeer) prettig	Neutraal	(Zeer) onprettig	Weet niet/geen mening
Bewoner gem. Hardenberg	42%	42%	7%	10%
Bezoeker/vakantieganger	46%	39%	15%	0%

Tabel 3.32 Waarom beoordeelt u het als (zeer) onprettig? (n=9, meer antwoorden mogelijk)

	Aantal
Saai/weinig publiek	3
Onaardige mensen	1
Te druk/te veel publiek	-
Voelt niet gastvrij	-
In de winter is het (te) stil	-
Op zondagen is het (te) stil	-
Anders, namelijk	6

Open antwoorden anders namelijk

De open antwoorden die worden gegeven zijn een gebrek aan sfeer/uitstraling, het ontbreken van een kern/hart van het centrum en een gebrek aan samenhang. Daarnaast wordt de drukke en rommelige verkeerssituatie als onprettig ervaren.

Wat mist u het meest?

Slechts 7 respondenten hadden een antwoord op deze vraag. De aspecten die zij noemen zijn gezelligheid, meer terrasjes, mooie aankleding, meer groen, een hart en saamhorigheid.

Tabel 3.33 (alleen bewonerspanel) Waarom beoordeelt u het als (zeer) prettig? (n=20, meer antwoorden mogelijk)

	Aantal	Perc.
Gezellig (druk)	14	70%
Aardige mensen	12	60%
Gastvrij	10	50%
Anders, namelijk	0	0%

❖ Wat mist u nog eventueel?

De antwoorden op deze vraag lopen uiteen. Drie respondenten geven aan dat het centrum van Dedemsvaart alleen geschikt is voor een snel bezoek/dagelijkse boodschappen; voor een dagje uit of winkelen, gaan zij naar een andere/grotere stad. Daarnaast worden er verschillende aspecten eenmalig genoemd: meer parkeerplaatsen voor fietsen, meer parkeerplaatsen voor auto's, goede verlichting, veiligheid, blinden-ribbels, gevarieerde activiteiten, meer groen, meer kraampjes, sfeer, meer respect en vriendelijkheid, en het kanaal van vroeger (dat is gedicht).

3.5 Bereikbaarheid Dedemsvaart

Tabel 3.34 (straatinterviews, n=44) Hoe bent u hier in het centrum gekomen?

	Percentage
Auto	46%
Fiets	43%
OV	0%
Te voet	11%
Anders, namelijk	0%

Tabel 3.35 (bewonerspanel, n=72) Hoe gaat u meestal naar het centrum?

	Percentage
Auto	68%
Fiets	22%
OV	0%
Te voet	6%
Anders, namelijk	4%

Tabel 3.36 Kunt u uw auto makkelijk parkeren in het centrum? (n=70)

	Ja	Neutraal	Nee	Weet niet/geen mening
Perc.	76%	12%	12%	2%

Toelichting bij nee (n=8)

De toelichting die respondenten geven: te weinig parkeerplaatsen, onveilige parkeersituatie, te weinig parkeerplaatsen voor invaliden, schaderisico op de markt.

Tabel 3.37 Kunt u uw fiets makkelijk parkeren in het centrum? (n=34)

	Ja	Neutraal	Nee	Weet niet/geen mening
Perc.	88%	6%	6%	0%

Toelichting bij nee (n=2)

Beide respondenten zijn van mening dat er te weinig plaatsen zijn om je fiets te stallen.

3.6 Onderscheidend karakter Dedemsvaart

3.6.1 Positieve punten

Wat vindt u het leukst aan het centrum?

Het antwoord dat het meest wordt genoemd is het winkelaanbod.

Respondenten noemen het aanbod divers en/of zijn van mening dat alles wat je nodig hebt er is. Andere positieve aspecten die veel worden genoemd zijn gratis (en dicht bij de winkels) parkeren, de gezelligheid en gemoedelijkheid van het centrum en het horeca-aanbod/de terrasjes. Tot slot noemen enkele respondenten de ruimtelijke indeling (enerzijds compact en overzichtelijk, anderzijds ruim opgezet), de feestweek, de wekelijkse markt, koopavond op vrijdag en het kanaal (Hoofdvaart) als pluspunt.

3.6.2 Minder sterke punten

Wat vindt u het minst leuk aan het centrum?

Het aspect dat het meest wordt genoemd is de leegstand. Daarnaast vinden respondenten dat er te weinig parkeerplaatsen zijn en dat de verkeerssituatie in het centrum onveilig is. Een vierde negatief aspect dat duidelijk naar voren komt, is dat het centrum/de Julianastraat te lang gerekt is. Tot slot noemen enkele respondenten de Julianastraat op zich, de coffeeshop, de Tuinstraat en de bestrating in het centrum als negatieve punten.

3.6.3 Rapportcijfer

Gemiddeld geven respondenten als rapportcijfer een 6,9 voor het centrumgebied van Dedemsvaart. Hierbij geven inwoners van Hardenberg een 6,8 en bezoekers een 7,5.

Tabel 3.39 Wat voor een rapportcijfer geeft u het centrum als geheel? (n=116)

	4	5	6	7	8	9
Bewoner gem. Hardenberg	2%	10%	18%	47%	20%	3%
Bezoeker/vakantieganger	0%	0%	15%	23%	62%	0%

4 AANTREKKELIJKE CENTRUMGEBIEDEN IN REGIO

Tabel 4.1 Welke stad/dorp in de regio vindt u – zover u bekend bent – het leukste centrum hebben? (n=298, meer antwoorden mogelijk)

	Aantal	Perc.
Ommen	86	29%
Hardenberg	82	28%
Hoogeveen	50	17%
Nordhorn (Duitsland)	32	11%
Dedemsvaart	29	10%
Coevorden	12	4%
Anders, namelijk	72	24%
Weet niet/geen mening	65	22%

Open antwoorden anders namelijk

Bijna alle respondenten die deze vraag hebben ingevuld, geven aan dat Zwolle het leukste centrum heeft

Kunt u toelichten waarom u dit vindt?

De redenen die genoemd worden om het centrum van een bepaalde dorp/stad als leukste te ervaren:

- Sfeer en gezelligheid:
 - o Gezellige binnenstad
 - o Gemoedelijke sfeer

- o Historisch centrum met sfeer (bijv. door knusse straatjes)
- o Genoeg en leuke horecagelegenheden
- Ruim en gevarieerd winkelaanbod
- Gratis parkeren (winkelen wordt daardoor minder stressvol)
- Minder of geen leegstand
- Kleine afstand / nabijheid

Wilt u nog iets opmerken naar aanleiding van de enquête?

De twee meest genoemde punten zijn:

- Afschaffen van betaald parkeren in Hardenberg
- Meer activiteiten op de zondag

5 TWITTER

Van de 23 respondenten die de vragen hebben beantwoord naar aanleiding van de oproep van Twitter is gemiddelde leeftijd 45 jaar.

5.1.1 Centrumgebied van Hardenberg

Vraag: Als u het centrum van Hardenberg zou moeten aanprijzen aan een buitenstaander, welke sterke punten van het centrum zou u dan beslist benoemen?

Een enthousiaste respondent beantwoordt de vraag als volgt:

“Redelijk uitgebreid winkelaanbod in allerlei branches, prachtig theater, gemoedelijke sfeer, gezellig centrum, activiteiten voor jong en oud gedurende vakantieperiode, vriendelijke inwoners, goed bereikbaar met openbaar vervoer, voldoende parkeergelegenheid, betaald parkeren met mobiele apps”

Het meest noemen respondenten het diverse winkelaanbod en de gezelligheid en sfeer. Daarnaast noemen enkelen het aanbod aan eetgelegenheden, de terrassen, de goede bereikbaarheid en de activiteiten in de zomer. Een bewoner over het laatste punt: *“Er wordt wel in de zomermaanden heel veel georganiseerd door Stad Hardenberg (...) dan leeft het echt. Dat is het sterke punt van Hardenberg.”*

Vraag: Op welke aspecten zou het centrum van Hardenberg (nog meer) onderscheidend kunnen zijn?

Het meest noemen respondenten dat Hardenberg nog gezelliger en meer beleving moet hebben. Respondenten dragen hierbij ook ideeën aan, zoals het creëren van (nog) meer terrassen en het invoeren van de koopzondag. Daarnaast noemen enkelen het tegengaan van leegstand (door een compacter centrum) en een diverser winkelaanbod (speciaalzaken). Ook

vinden enkele respondenten dat (in de zomer) er een fietsverbod in het centrum moet gelden en wil een tweetal respondenten gratis parkeren.

Er worden ook vindingrijke ingrepen voorgesteld om het centrum van Hardenberg nog aantrekkelijker te maken, zoals:

- o Vooral meer rumoerige festijnen en pop up winkels en restaurants
- o Meer bloemen en planten in het centrum en een mooi waterelement op het marktplein.
- o Met horeca het beter benutten van de ligging aan de Vecht (Ommen als voorbeeld) en het Vechtpark als een soort verlengstuk beter betrekken bij het centrum.

5.1.2 Centrumgebied van Dedemsvaart

Vraag: Als u het centrum van Dedemsvaart zou moeten aanprijzen aan een buitenstaander, welke sterke punten van het centrum zou u dan beslist benoemen?

De meeste van de tien respondenten die deze vraag hebben beantwoord vinden het gratis parkeren en de bereikbaarheid de grootste kwaliteit van het centrumgebied van Dedemsvaart. Daarnaast wordt de overzichtelijkheid en gemoedelijkheid geroemd. Ook het aanbod horeca leidt tot tevredenheid en enkelen zijn ook te spreken over het aanbod winkels. Een respondent hierover: *“Je kunt er rustig winkelen met goede service en opvallend veel kwaliteit”*.

Een respondent noemt als sterk punt het festival de Dedemsvaria.

Vraag: Op welke aspecten zou het centrum van Dedemsvaart (nog meer) onderscheidend kunnen zijn?

Het meest noemen respondenten het creëren van een diverser aanbod (van tijdelijke) winkels. Daarnaast noemen enkelen de Julianastraat waar verbeteringen plaats kunnen vinden, zoals het overzichtelijker maken van de straat en het tegengaan van leegstand. Een respondent wijst hierbij er op dat alle supermarkten zich op de Markt concentreren waardoor er in de Julianastraat minder aanloop is.

Ook noemen enkelen het creëren van meer beleving door livemuziek en festiviteiten.

Bronnen

Interviews met:

Respondent	Organisatie
Hessel Posthuma en Maurits Materman	Gemeente Hardenberg
Nijs Stam, Remko Schlepers en Maurits Materman.	Gemeente Hardenberg
Douwe Prinsse	Wethouder gemeente Hardenberg
Jannes Janssen	Wethouder gemeente Hardenberg
Bernd Wiechers en Henk Schoemaker	Stichting Centrum Management (SCSH)
Gerben Kreuze	Rabobank Hardenberg
Bert Linde	Dedemsvaartse Middenstand Centrale (DMC)
Marc Majolée	In Retail
Ineke Reiling	Lokaal Toeristisch Infopunt
Andre Gijssendorfer	Provincie Overijssel

Aanwezigen focusbijeenkomst 19 november 2015 te Hardenberg

Naam	organisatie
Martijn Breukelman	Rekenkamer Hardenberg
Sake Christiaan Stelpstra	Rekenkamer Hardenberg
Jacco rodermond	Rekenkamer Hardenberg
Bert gelling	Rekenkamer Hardenberg
Douwe Prinsse	Wethouder gemeente Hardenberg
Jannes Janssen	Wethouder gemeente Hardenberg
Frank Droste	Gemeente Hardenberg (Griffier)
Paulien Nakken	Rekenkamer Hardenberg
Aljona Wertheim	Rekenkamer Hardenberg
Remco Schlepers	Gemeente Hardenberg
Maurits Materman	Gemeente Hardenberg
Nijs stam	Gemeente Hardenberg
Hessel Posthuma	Gemeente Hardenberg
Henk Schoemaker	SCSH
Otto Fieten	DMC
Fernando Buitenhuis	Centrum Management Dedemsvaart (CMD)
Roland oude Ophuis	Regioplan
Piet Renooy	Regioplan

Ruimtelijk Domein

Rekenkamercommissie gemeente Hardenberg
T.a.v. mevrouw P. Nakken

Postadres Postbus 500
7770 BA Hardenberg
Bezoekadres Stephanuspark 1
7772 HZ Hardenberg
Internet www.hardenberg.nl
Telefoon 14 0523

Uw kenmerk		Behandeld door	dh. Remko Schlepers	
Zaaknummer	1665104	Team	RD Projecten	Hardenberg, 8 maart 2016
Documentnummer				VERZONDEN 8 MRT 2016
Onderwerp	reactie op concept rekenkameronderzoek masterplannen Hardenberg en Dedemsvaart Centrum			

Geachte commissie,

Wij hebben kennisgenomen van uw onderzoek naar de realisatie van de centrumplannen in Hardenberg en Dedemsvaart.

Wij onderschrijven uw conclusie dat er met de uitvoering van de centrumplannen een belangrijke kwalitatieve basis is gelegd voor wonen, werken en recreëren in de beide centrumgebieden. De komende jaren willen wij verder bouwen aan sterkere, toekomstgerichte en levendige centra. Daarvoor werken we samen met ondernemers zoals winkeliers, dienstverleners, vastgoedpartijen en horeca. Samen met deze partners hebben wij voor Hardenberg het actieplan centrum Hardenberg opgesteld, waar u in uw rapport naar verwijst. Ook in het centrum van Dedemsvaart liggen uitdagingen om het winkelgebied vitaal en aantrekkelijk te houden. Daar gaan we gericht mee aan de slag. De eerste stappen hiervoor zijn gezet. De conclusies uit uw rapport bevestigen dat we met deze aanpak op de goede weg zitten. Wellicht ten overvloede plaatsen wij enkele opmerkingen bij uw onderzoek die nog wat meer helderheid kunnen verschaffen.

Centrum Hardenberg

In het rapport geeft u aan dat de hoge huurprijzen volgens stakeholders één van de belangrijkste oorzaken zijn voor het blijven bestaan van leegstand in het centrum van Hardenberg. Wat ons betreft verdient deze constatering een nadere verdieping en onderbouwing. Wij missen in het rapport een benchmark naar de huurprijzen in vergelijkbare centra. Bovendien zijn wij benieuwd wat volgens u andere belangrijke oorzaken zijn van de door stakeholders geconstateerde hoge huurprijzen. Ook missen wij een nadere analyse naar de samenstelling van de leegstand en de plekken waar zich vooral leegstand bevindt.

In het rapport concludeert u dat de gemeente een kritischer houding richting ontwikkelaar Multi had moeten aannemen. Wij missen een sluitende verklaring voor deze conclusie.

Temeer omdat de afspraken die de gemeente destijds met Multi heeft gemaakt, zijn gebaseerd op onderbouwde onderzoeken, waarbij de gemeente niet van het maximale groeiscenario is uitgegaan. De gemeenteraad heeft deze afspraken goedgekeurd.

De afspraken beperkten zich tot ontwikkelafspraken. De exploitatie van het gerealiseerde vastgoed in het centrum van Hardenberg is een zaak van de vastgoedeigenaren. De gemeente heeft dan ook geen invloed op en zeggenschap over de hoogte van de huurprijzen in de centra. Overigens zijn de afspraken met Multi gemaakt in een periode waarin niet was te voorzien dat het economisch en maatschappelijk speelveld drastisch zou veranderen.

Centrum Dedemsvaart

Wij missen in de rapportage de onderbouwing voor de conclusie dat het centrumplan Dedemsvaart niet binnen de oorspronkelijk gestelde financiële kaders is gebleven. Bovendien maakt u in het rapport ten onrechte een vergelijking met de oorspronkelijke kaders. Jaarlijks rapporteren wij middels de nota Grondexploitatie over de grondexploitatie. Hierin motiveren wij programmatische aanpassingen en duiden wij financiële gevolgen. Met het vaststellen van de nota Grondexploitatie 2016, stelt de gemeenteraad de nieuwe/bijgestelde kaders vast, waarmee wij anticiperen op omstandigheden in de projectomgeving. Vanuit deze optiek opereren wij voortdurend binnen de financiële kaders.

Als voorbeeld geldt dat de locaties Markt Noord en Julianastraat noord weliswaar vertraging hebben ondervonden, maar deze tijd is goed gebruikt om te komen tot marktconforme ontwikkelkaders, zoals ook is neergelegd in de grondexploitatie Centrumplan Dedemsvaart 2015. Deze grondexploitatie maakt integraal onderdeel uit van de Nota grondexploitatie 2016 die medio november 2015 is vastgesteld door de raad.

Bijlage

Naar aanleiding van enkele omissies in de rapportage treft u in de bijlage een aantal opmerkingen aan die wij nogmaals onder uw aandacht willen brengen.

Burgemeester en wethouders van de gemeente Hardenberg,

Secretaris,



J.M.G. Waaijer

Burgemeester,



P.H. Snijders

Bijlagen:

- Opmerkingen en vragen onderzoek

Opmerkingen en vragen onderzoeksrapport

Centrumplan Hardenberg

- Blz 21 1^e alinea: toevoegen dat jaarlijks wordt via de afzonderlijke rapportage over de grondexploitatie Centrumplan Hardenberg inzicht gegeven in de stand van zaken en meest recente ontwikkelingen. Deze rapportage maakt integraal onderdeel uit van de Nota Grondexploitatie.
- Blz 33 1^e alinea: 3^e zin heeft geen koppeling met zin ervoor.
- 5.5: verwezen wordt naar de benchmark van Goudappel Coffeng: zoals eerder aangegeven hebben wij twijfels bij de wijze van scoren en daarmee de waarde van de conclusies.
- Blz 46 onder Ad d: bij het actieplan zit een uitvoeringsmatrix waarin is aangegeven wie regiehouders is per actie. Ook is aangegeven in welk jaar de actie uitgevoerd zou moeten worden. Het plan heeft een scope van 3 jaar. Middels periodiek overleg worden acties gemonitord. Stakeholders hebben binnen de 50 acties een top 10 prioritering opgesteld.
- Blz 50 matrix: punt 6 is grotendeels gerealiseerd.
- Blz 50 1^e alinea: conclusie dat 1/3 van de doelen niet gehaald is door de economische crisis en veranderend koopgedrag is te kort door de bocht. De planperiode van het Masterplan is immers nog niet afgerond. We zitten middenin uitvoering van het project. Ook de stelling over de hoger huurprijzen in relatie tot leegstand verdient nadere onderbouwing. Zie ook opmerking eerder.
- Blz 58: laatste zin: blok 4 ligt niet aan het marktplein en er is vanuit stedenbouwkundig oogpunt geen relatie met de Markt.

Centrumplan Dedemsvaart

- blz. 23, 25 en 53 wordt er voortdurend gesproken over een tekort op het Mfc. De conclusie om dit tekort niet mee te nemen in de beoordeling van de grex dient consequent te worden toegepast. Het tekort op het Mfc is immers uit de grex gehaald en het boekverlies is meegenomen in de algemene dienst.

Regioplan Beleidsonderzoek

**Jollemanhof 18
1019 GW Amsterdam
T 020 531 531 5
E info@regioplan.nl
I www.regioplan.nl**