

## **Notitie van aanbevelingen**

*Aanbevelingen vanuit de Buxtelse gemeenschap ten bate van het opstellen  
van een nieuwe Horeca- en Detailhandelsvisie voor Buxtel*

## 1 Inleiding

De voorzitters van de ondernemersverenigingen hebben gezamenlijk het initiatief genomen om tot een nieuwe detailhandels- en horeca visie te komen. Een nieuwe visie is nodig om een aantal redenen:

- De oude visie is vijf jaar geleden opgesteld, vlak voor het moment dat de economische crisis in alle hevigheid los barstte. Sinds die tijd is er een hoop veranderd. Tijden van groei zijn veranderd in tijden van krimp. Nieuwe manieren van winkelen (internet) zijn sterk in opkomst. De nieuwe visie moet inspelen op de huidige tijd en een *behulpzaam sturingsmiddel zijn in Boxtel*.
- Een nieuwe visie helpt om een nieuw wenkend perspectief te geven aan inwoners, gemeente en ondernemers en stuurt en stimuleert in die richting.
- Een nieuwe visie is nodig om ondernemers, eigenaren van panden en investeerders houvast en richting geven. Binnen die richting kunnen zij zelf initiatief ontplooien. De visie kan de ondernemers ook uitdagen om meer ondernemerschap te tonen en de samenwerking op te zoeken.

Startpunt of uitgangspunt voor dit traject is de analyse die bureau BRO heeft gemaakt. De vraag aan BRO was om een analyse te maken van de huidige situatie. Hoe staat de detailhandel en horeca in Boxtel er voor? Hoe waarderen bewoners van Boxtel de detailhandel en horeca? Welke landelijke trends gelden ook voor Boxtel. En wat betekent dat voor hoe Boxtel aan de slag kan? Welke scenario's zijn denkbaar?

De analyses en scenario's zijn gepresenteerd op een bewonersavond op 8 november 2014. De avond werd bezocht door ruim 130 mensen. Het rapport was al eerder digitaal beschikbaar, daarom zijn ook via social media reacties beschikbaar.

Daarop is een vervolgvond georganiseerd waar in de belangrijkste vraagstukken uit de analyses meer in de diepte zijn verkend door ruim 50 aanwezigen.

## 2 Doel van het participatietraject?

Zo veel mensen zo veel meningen. Een detailhandels- en horecavisie kun je vanuit heel veel verschillende perspectieven invullen. Heel veel belangen spelen een rol. Ondernemers, gemeenteambtenaren, politiek bestuurders, bewoners, toeristen, vastgoedeigenaren, investeerders, allemaal kijken ze vanuit hun eigen perspectief naar de opgave en vinden ze andere dingen belangrijk. Deze verschillende perspectieven maken dat we het vaak niet eens zijn over oplossingen, sterker nog, dat we het al niet eens zijn over wat de opgave nu eigenlijk is.

Doelstellingen van het participatietraject zijn:

- Overeenstemming bereiken over waar de belangrijkste opgaven liggen voor de toekomst van detailhandel en horeca in Boxtel.
- Verkennen van scenario's (mogelijke oplossingsrichtingen) en verkennen van de verschillende belangen die een rol spelen in deze oplossingsrichtingen.
- Doen van aanbevelingen voor het opstellen van een nieuwe horeca- en detailhandels visie.

De aanbevelingen die in het gelopen traject zijn opgehaald hebben, zijn per gebied uitgewerkt. Daarnaast zijn er nog een tweetal thema's die voor alle gebieden gelden.

## **Selissen en Liempde**

Selissen en Liempde zijn als winkelcentra sterk ontwikkeld. Ondernemers uit deze gebieden onderschrijven de analyse van BRO. Om ze ook in de toekomst sterk te houden doen ondernemers een aantal aanbevelingen:

### *Keuze voor identiteit*

- Beide centra moeten echt boodschappencentra blijven. Daar ligt de kracht. Alle aanbevelingen die worden gedaan voor de toekomstige ontwikkelingen zijn gericht op het versterken van deze kwaliteit:

### *Verbeteringen in de fysieke ruimte*

- Uitbreiding van de blauwe zone zodat parkeren nog eenvoudiger wordt
- Parkeren tussen Banier/Ridder
- Er zijn nu te weinig fiets-parkeerplekken bij de Plus en de Severusstraat.
- Voor Vuurijzer geldt dat de toegang aantrekkelijker gemaakt zou kunnen worden.

### *Aanbeveling organisatie*

- Belangrijk dat winkeliers samen één team, één geheel blijven. Gezamenlijk ondernemerschap zorgt voor een sterk centrum.

### *Aanbevelingen branchering*

- Leegstaande winkels zo veel mogelijk opvullen met winkels/wonen of zorg/welzijn. Zo blijft de identiteit behouden voor de wijk.
- Ruimte voor meer winkels in Vuurijzer (wonen/huis/tuin)
- Zorg er voor dat het opkrikken van het centrum niet ten koste gaan van Selissen en Liempde.

### 3 Oosterhof

Winkelcentrum Oosterhof was in de beide bijeenkomsten vaak onderwerp van gesprek. Uit de analyses van BRO kwam één scenario naar voren waarbij voorgesteld werd om winkels uit Oosterhof (met name de supermarkt) te verplaatsen naar het Centrum. Het Centrum heeft een publiekstrekker nodig, dat zou goed een supermarkt kunnen zijn. Echter, Oosterhof ligt te dicht bij (en Boxtel is te klein) om extra meters in het Centrum toe te voegen. In het scenario werd daarom een verplaatsing voorgesteld.

Dit scenario stuit op forse weerstand bij ondernemers uit Oosterhof en bewoners van Oost. Overige ondernemers en inwoners van Boxtel geven aan het een lastige keuze te vinden. Ze geven daarvoor een aantal redenen:

- De huidige ligging is heel sterk. Het winkelcentrum is goed bereikbaar, heeft voldoende parkeergelegenheid en voldoende bezoekers.
- Het winkelcentrum loopt nu goed, er ligt al jaren een verzoek om uit te breiden in supermarktmeters. Het is maar zeer de vraag of het winkelcentrum zo sterk blijft als het verplaatst wordt naar het centrum.
- Het winkelcentrum heeft een hele sterke wijkfunctie, er is sprake van 20.000 bewegingen, toevallige ontmoetingen.
- Ondernemers uit Oosterhof benadrukken dat als Oosterhof puur gericht is op boodschappen en het centrum op funshoppen, er geen concurrentie hoeft te zijn tussen de gebieden.
- Naast deze redenen twijfelen ondernemers aan het uitgangspunt van BRO dat 45% van de supermarktbezoekers aan combinatiebezoek doet. Landelijk onderzoek lijkt dit uit te wijzen maar winkeliers twijfelen hier zeer aan. Volgens hen bestaat dat combinatiebezoek vooral uit bezoek aan food sector (bakker/visboer/groentewinkel) en niet aan de non-food sector. Daarmee twijfelen ze eraan of het verplaatsen van een

supermarkt naar het centrum werkelijk de trekker gaat zijn die het centrum nodig heeft.

#### *Keuze identiteit*

- Ondernemers en bewoners willen dat het winkelcentrum Oosterhof een sterk boodschappencentrum blijft, eventueel uitgebreid met een visboer en bloemen/plantenzaak (naar behoefte). Dat betekent de huidige situatie consolideren, supermarkt waar gewenst uitbreiden en waar mogelijk het centrum opknappen.

#### *Aanbevelingen in de fysieke ruimte*

- Opknappen van het winkelcentrum zodat het weer een moderne uitstraling heeft.
- Maak een verbinding tussen het Centrum en Oosterhof door groene of fysieke verbinding waardoor mensen uitgenodigd worden om van beide tegelijk gebruik te maken en niet voor de één of de ander te kiezen.
- Verbeter de 'ingang' van het Centrum vanuit Oosterhof, zodat er een betere verbinding tussen deze twee kan ontstaan.

#### *Aanbeveling organisatie*

- Leg een verbinding tussen Oosterhof en Centrum door bijvoorbeeld acties te combineren.
- Zoek voor Oosterhof nog meer de wijk op: acties in samenwerking met de Rots bijvoorbeeld.

#### *Aanbeveling Branchering*

- Uitbreidingswens van supermarkten
- Naar behoefte uitbreiding met een visboer of bloemen/planten zaak.

## 4 Centrum

Alle partijen zijn het er zonder twijfel over eens dat de grootste opgave in het Centrumgebied ligt en dat een stevige en integrale aanpak de enige manier is om het tij te keren. En daarvoor moeten keuzes gemaakt worden. Die zullen soms pijn doen, maar ze moeten wel gemaakt worden door de gemeente. Geen heldere keuzes maken is de doodsteek voor het Centrumgebied. Iedereen is het ook eens over de onderdelen in deze integrale aanpak die door BRO worden aangedragen:

- Een impuls aan openbare ruimte en beleving;
- Maak gebruik van de kracht van de horeca, verweving van horeca en winkels;
- Maak meer gebruik van evenementen en activiteiten;
- Zorg voor een betere bereikbaarheid en duidelijke parkeervoorzieningen;
- Zichtbaar ondernemerschap, je trekt klanten met beleving. Door de opkomst van internet moet je in je winkel meer bieden dan alleen een product;
- Gezamenlijke aanpak van de leegstand;
- Zorg voor een publiekstrekker;

### *Keuze Identiteit*

Iedereen is het er over eens dat het centrum puur gericht moet zijn op Boxtel zelf. Het is een illusie om te denken dat het centrum van Boxtel een regionale functie heeft en bezoekers kan trekken uit omliggende dorpen. Dat betekent dus ook dat de visie zou moeten sturen op een klein en compact centrum. Omliggende dorpen hebben een sfeervoller centrum met meer ketens in het lage segment. Dat zou voor Boxtel ook kunnen werken.

### *Aanbevelingen Parkeren en Bereikbaarheid:*

- Centrale en vaste plekken voor fietsers met voldoende stalling (geen nietjes), wellicht kunnen deze plekken aan de rand van het

centrum een plek krijgen zodat het centrum zo veel mogelijk fiets- en scooterrij kan worden.

- Zorg dat de fietsroute van Oost naar het Station buiten het centrum om gaat.
- Zorg er voor dat bereikbaarheid en parkeren voor autobezoekers geen irritatie oplevert, randvoorwaarden en ideeën daarvoor zijn:
  - Parkeren maximaal 200 meter van de winkels
  - Hanteer een blauwe zone, gratis parkeren.
  - Offer iets op om er uiteindelijk iets voor terug te krijgen (parkeren in de boomgaard)
  - Markt autovrij, seizoensparkeren werkt hier alleen als er hele duidelijke afspraken gelden.
  - Ondernemers zien graag dat vergunningsplekken meer naar de rand van het centrum gaan en deze plekken ten goede komen aan bezoekers. Bewoners van het centrum zien dat anders.
- Hanteer en controleer vaste laad- en lostijden en plekken. Kies de plekken in overleg met de winkeliers en chauffeurs.

### *Aanbevelingen branchering (wat nog toe te voegen)*

- Kies voor goedkopere retail winkels als trekker.
- Meer speciaalzaken (bakker/visboer/bloemen/delicatesse/snoepwinkeltje/ambacht/pizzeria) In dit kader is vaker het 'bazaar' concept genoemd. Een soort markthal waarin verschillende speciaalzaken bij elkaar zitten. Dit wordt kennelijk niet als bedreiging gezien voor de supermarkt. De vraag is wel of een dergelijk concept levensvatbaar is zonder supermarkt in de buurt.
- Modewinkels
- Kies voor karakter, beken kleur. Zet bijvoorbeeld in op fairtrade en eco-producten.
- Winkels buiten het centrum faciliteren om naar het centrum te komen (bijvoorbeeld door een verhuissubsidie)

- Meer activiteiten en beleving rondom retail en ander ondernemingen nodig om mensen naar het centrum te trekken.
- Verder genoemd: Rituals en Bioscoop
- Kleinschalige winkeltjes die de beleving van het winkelen vergroten.

*Aanbevelingen met betrekking tot aanpakken van leegstand*

- Onderzoek of de huur omzetafhankelijk gemaakt kan worden zodat starten makkelijker wordt.
- Eensgezindheid onder ondernemers ook met betrekking tot openingstijden (koopzondag)
- Subsidiepot voor winkeliers die naar een compact en aantrekkelijk centrum willen verhuizen.
- Stel de weekmarkt anders op (ruggen tegen elkaar)
- Probeer zo veel mogelijk allerlei aanvragen op verschillende gebieden naar het centrum toe te leiden (horeca/retail/dokters/fitness/bibliotheek/apotheek).
- Het echte centrum is de markt met de horeca. Onderzoek of de winkels daar weg kunnen en naar de winkelstraat kunnen verhuizen, zo goed mogelijk gefaciliteerd met oa. parkeren.
- Het aantal m<sup>2</sup> per winkel zal alleen maar omlaag gaan te komende jaren (steeds meer gaat via internet), wellicht kunnen winkels combineren in één pad?
- Maak hele duidelijke keuzes in het bestemmingsplan over waar wel en waar geen winkels. Zet daarbij in op een zo compact mogelijk centrum. Wees scherp op het afgeven van vergunningen en stimuleer verhuizen naar het centrum.
- Winkeliers uitdagen om ook zelf te zorgen voor zo aantrekkelijk mogelijke winkels, door bijvoorbeeld bijzondere etalages in te richten.

## 5 Ondernemerschap en samenwerking

Een sterke horeca- en detailhandel in Boxtel wordt niet alleen gemaakt door een goede visie. Heldere keuzes door de Gemeente zijn belangrijk, maar ondernemers spelen er zelf een minstens zo belangrijke rol in. Veel genoemd is de samenwerking tussen ondernemers die sterk kan verbeteren waardoor de diverse winkelcentra meer publiek kunnen trekken. Adviezen van ondernemers aan ondernemers zijn:

- Ga voor eenheid in openingstijden (denk daarbij aan koopzondag)
- Meer overleg met elkaar, ook over de verschillende sectoren heen (horeca, winkeliers en markt samen, en niet in losse groepen. Luister naar elkaar en respecteer elkaars mening. Ga voor gezamenlijke acties en denk na over spreiding van acties.
- Versterk de verbinding tussen cultuur, ondernemerschap en toerisme. Denk daarbij aan de cultuurhistorische as of het Rondje Boxtel. Speel er als ondernemer op in.
- Straal met elkaar een eenheid uit, wees met elkaar trots op Boxtel, op je eigen onderneming en op je collega ondernemers.
- Betere en transparantere communicatie tussen verschillende groepen ondernemers en gemeente.
- Gebruik de kennis van de landelijke ketens die er al zijn in Boxtel.
- Werk samen aan duurzaam ondernemen.

Opgesteld door Pamela van den Berg

## 6 Wat kan er op korte termijn al gebeuren en wat kan je zelf doen?

Grote ingrepen kosten tijd en geld. De herinrichting van het Centrum gaat niet van vandaag op morgen. Toch zijn er zaken die al wel snel aangepakt kunnen worden en die een groot verschil kunnen maken. Het laaghangend fruit dat ondernemers zien:

- Schaf zo snel mogelijk betaald parkeren af en kies voor de blauwe zone.
- Een koppeling tussen de diverse centra. Ondernemersverenigingen met elkaar in overleg.
- Maak vaart met de herinrichting van de markt.
- Een (gezamenlijk) loyaliteitssysteem.
- Positiever zijn als winkeliers, zie vooral ook de mogelijkheden en sta niet alleen stil bij wat er niet goed gaat.
- Wees een goede gastheer/gastvrouw in je eigen winkel.
- Creëer met elkaar sfeer en beleving in de verschillende centra.
- Schoonmaken van de centra door gemeente en ondernemers. Nu komt de schoonmaakploeg in de middag als alle borden en fietsen al buiten staan. Als ze in de ochtend komen kan er veel effectiever schoon gemaakt worden.