



Van : college van burgemeester en wethouders
Datum : 21 november 2017
Portefeuillehouder(s) : wethouder Haring
Portefeuille(s) : Binnenstad, Economische Zaken
Contactpersoon : O. Terlouw
Tel.nr. : +316 83 33 83 57
E-mailadres : terlouw.o@woerden.nl

Onderwerp:

De actualisering van de nota Kloppende Binnenstad, de visie op de supermarktstructuur en de visie op de horeca.

Kennisnemen van:

- 1) De recent opgestelde binnenstadvisie, getiteld "Woerden Vestingstad".
 - 2) Het rapport getiteld "Stand van zaken en ontwikkelingskansen: streefbeeld horeca in Woerden" van onderzoeksbureau BRO.
 - 3) De supermarktstructuurvisie voor Woerden zoals geüpdatete door het bureau DNTP.
-

Inleiding:

In het Bestuursakkoord 2017 staat dat de actualisering van de nota Kloppende Binnenstad, de visie op de supermarktstructuur en de visie op de horeca in 2017 worden opgesteld en via een integraal voorstel aan de raad worden aangeboden. In 2016 heeft het bureau Droogh Trommelen en Partners (DNTP) de supermarktstructuurvisie voor de gemeente Woerden geactualiseerd. Het college heeft de uitgangspunten uit deze visie in 2016 vastgesteld en aan de raad kenbaar gemaakt via een Raadsinformatiebrief¹. In 2017 is vervolgens verder gewerkt aan de actualisatie van de nota Kloppende Binnenstad en de horecastructuurvisie. De nieuwe visie op de binnenstad, die hiervoor de nota Kloppende Binnenstad heette, gaat nu verder onder de werktitel "Woerden Vestingstad".

Het college wil de rapporten graag met de raad bespreken om de samenhang gezamenlijk goed te kunnen doorgronden en zo te komen tot vervolgstappen. Een raadsinformatieavond zou daarvoor een goed moment zijn. Het college wil vervolgens komen met een raadsvoorstel om de vervolgstappen ten aanzien van de drie stukken vast te leggen.

Kernboodschap:

De binnenstadvisie "Woerden Vestingstad"

Ten aanzien van de binnenstadvisie is met vijf verschillende belanghebbendengroepen uit de binnenstad in co-creatie gewerkt aan een nieuwe visie voor de binnenstad. Deze groep bestond uit (een) vertegenwoordiger(s) van Woerden Marketing, de culturele partners (C5), de Bedrijven Investeringszone (BIZ)-vereniging "Stadshart", de Belangenvereniging Binnenstadbewoners Woerden, het Rijngracht Comité en de gemeente. Het resultaat is een binnenstadvisie die kan rekenen op de steun van een groot deel van de belanghebbenden in de binnenstad. De uitkomsten van het horecaonderzoek zijn meegenomen en de binnenstadvisie is getoetst aan reeds vastgestelde gemeentelijke visies om strijdigheden daarmee te voorkomen.

In de visie is allereerst een droom opgenomen die een beeld schetst van hoe de binnenstad er over vijf jaar uit zou moeten zien. De centrale ambitie die is geformuleerd is als volgt:

¹ RIB nummer: 16R.00678

“Woerden Vestingstad, een binnenstad met een rijke historie en waar het rijke cultuurhistorische aanbod nog op elke locatie in de binnenstad beleefbaar is. De binnenstad vormt het economische, culturele en sociale hart van de gemeente Woerden en heeft een sterke positie als unieke parel in het Groene Hart. De plaats waar je naar toe gaat voor een boodschap, een dagje uit, een ontmoeting of voor verrassend vermaak. De binnenstad heeft een aantrekkelijke, dynamische en unieke woonomgeving en ondernemerschap wordt gefaciliteerd. De binnenstad is van en voor iedere Woerdenaar.”

Vervolgens zijn ambities opgenomen op zes verschillende deelgebieden. Deze zijn als volgt verwoord.

1. Cultuur en recreatie:

- Door verschillende activiteiten zijn de monumenten en het rijke verleden van de binnenstad van Woerden nadrukkelijker op de kaart gezet.
- Naast het uitlichten van het bestaande cultuurhistorische aanbod zijn er op verschillende plaatsen van de binnenstad unieke culturele iconen toegevoegd.
- Het Cultuur Platform Woerden heeft een sterk netwerk opgebouwd in de stad en cultuur is een centraal onderdeel van de stad.
- De waterrecreatie heeft een sterke impuls gekregen.
- Het water stroomt weer in volle glorie door de straat, de Rijngracht.
- De gevels hebben nu een karakteristieke uitstraling.
- Dankzij KUVVO komen alle kinderen en jongeren in aanraking met kunst en cultuur. Talenten worden op deze manier ontdekt. De cultuurinstellingen (C5) zetten zich gezamenlijk om het Woerdens talent verder te ontwikkelen en te stimuleren via talentenklassen, subsidieregelingen en opleidingen.
- Cultuur vormt echt een rode draad in de stadsbeleving van Woerden en is bereikbaar voor iedereen.

2. Evenementen

- Jaarlijks worden er verschillende evenementen georganiseerd. Van grote tot kleine evenementen, voor kinderen tot volwassenen.
- Evenementen leveren een belangrijke bijdrage aan de levendigheid en aantrekkelijkheid van de binnenstad.

3. Wonen

- De woonkwaliteit in de binnenstad van Woerden is hoog.
- Het wonen in de binnenstad van Woerden kent verschillende vormen. De binnenstad van Woerden biedt mogelijkheden voor jong en oud.
- De reuring van binnenstad wordt doorgetrokken naar de woongebieden, waardoor dynamiek in de gehele binnenstad voelbaar is.
- Door de aanwezigheid van de parken Westdampark, Exercitieveld en de vele kleinschalige groengebieden in de binnenstad heeft de binnenstad een groen karakter.

4. Detailhandel

- Samen met de Voorstraat, Nieuwstraat, Kerkplein en Groenendaal vormt de Rijnstraat het centrale en compacte winkelgebied van Woerden.
- De winkelruimten zijn gevuld en er is nauwelijks leegstand aanwezig.
- Met name deze unieke zelfstandige winkels zorgen ervoor dat de binnenstad van Woerden een aantrekkelijk winkelgebied is voor iedere doelgroep.
- Het actieve beleid, waarbij ruimte wordt gecreëerd voor ondernemerschap, is de concurrentiepositie van de binnenstad van Woerden sterk door het onderscheidend aanbod ten opzichte van omliggende steden en kernen.
- De Nieuwstraat is nog met de auto bereikbaar en in deze straat zijn met name winkels gevestigd die verbonden zijn aan de verkoop van grootschalige doelgerichte aankopen.
- De Wagenstraat is de afgelopen jaren omgevormd tot een cluster van verschillende winkel- en horecazaken gericht op Food.
- De supermarkt is uitgebreid en verbeterd.

5. Horeca

- Het Kerkplein, de Kazerne en omliggende straten maken onderdeel uit het horecaconcentratiegebied van Woerden.

De horeca in Woerden is divers en heeft zich de afgelopen jaren verder ontwikkeld. Zowel in aantal zaken, als in kwaliteit.

- Door de goede verbinding met het winkelgebied en de uitstraling van alle horecazaken worden bezoekers verleid om langer in de binnenstad te verblijven.

6. Bereikbaarheid en routing

- Aan de hand van informatieborden en bewegwijzering word ik naar de binnenstad begeleid.
- Via een helder parkeerverwijssysteem word ik naar een beschikbare parkeerplaats begeleid.
- De autovrije binnenstad zorgt voor meer ruimte voor andere functies, terwijl ik mijn auto nog prima aan de randen van de binnenstad kan parkeren.

Onderzoeksrapport “Stand van zaken en ontwikkelingskansen: streefbeeld horeca in Woerden” van BRO

Gezien het belang van de horeca voor zowel de binnenstad als de omliggende gebieden is het noodzakelijk dat een horecastructuurvisie (en het daaruit voortvloeiende beleid) is gestoeld op gedegen kennis van zaken. Daarom heeft het college het onderzoeksbureau BRO gevraagd om – alvorens een nieuwe horecastructuurvisie op te stellen – een onderzoek te doen naar de stand van zaken van de Woerdense horeca en om aanbevelingen te doen voor een nieuwe visie. Dit heeft geleid tot het bijgevoegde BRO rapport. Uit dit rapport kunnen de volgende uitgangspunten worden gedestilleerd die van belang zijn bij het opstellen van de nieuwe visie:

- Eventuele uitbreiding van de horeca zou primair moeten plaatsvinden in de binnenstad.
- Er is ruimte om het horecakerengebied uit te breiden, waarbij de Rijnstraat als kansrijk vestigingsmilieu kan worden beschouwd.
- Het horecakerengebied kan versterkt worden met nieuwe, complementaire aanbieders,
- Ondergeschikte horeca activiteiten bij winkels kunnen binnen de regels van de drank en horecawet toegestaan worden.
- Indien er aantoonbaar geen fysieke ruimte in de binnenstad is voor een bepaald concept dan kan uitgeweken worden naar randlocatie.
- Aan vestiging van nieuwe horeca elders wordt meegewerkt indien het primair een ondersteunende functie heeft voor het dorp, de wijk of het bedrijventerrein, of dient ter versterking van toeristische knooppunten en recreatievoorzieningen.
- Er moet een ‘gelijke behandeling’ voor horeca-activiteiten bestaan.

Visie supermarktstructuur Woerden

Het college heeft al in 2016 de uitgangspunten van de supermarktstructuurvisie vastgesteld². De uitgangspunten uit de Supermarkten structuurvisie 2016 zijn:

- De binnenstad van Woerden heeft als middelgroot centrum een kwetsbare positie. In de toekomstige positionering van middelgrote centra wordt de frequente aankoopfunctie (verhoudingsgewijs) steeds belangrijker. Het huidige beleid voor wat betreft supermarktaanbod in de binnenstad (verwoord in de detailhandelsstructuurvisie en notitie “Kloppende binnenstad” is nog steeds actueel. Het blijft gewenst het supermarktaanbod in het centrum (binnen de singels) te versterken (schaalvergroting bestaande supermarktlocatie, evt. toevoeging tweede supermarkt in het aanvullende marktsegment).
- Om op lange termijn een vitale winkelstructuur te behouden wordt bij voorkeur medewerking verleend aan schaalvergroting van de bestaande supermarkten in de binnenstad, Tournoysveld en de dorpscentra.
- In wijkcentrum Molenvliet en Snel en Polanen is ruimte voor een tweede supermarkt, bij voorkeur een verplaatsing van een solitair gelegen supermarkt zodat het verspreide aanbod afneemt.
- Solitaire en perifere ontwikkelingen kunnen de positie van de winkelcentra op de langere termijn verzwakken en gaan ondermijnen en zijn daarom ongewenst. Voor deze ontwikkelingen kan in voorkomend geval wel gebruik worden gemaakt van eventuele bestaande ruimte in bestemmingsplannen.
- Webshop distributie is wel toegestaan op bedrijventerreinen, maar afhaal/verkooppunten niet. Afhaalpunten bij voorkeur in bestaande winkelgebieden faciliteren; alleen toegestaan in panden met een detailhandelsbestemming.

² RIB nummer: 16R.00678

De randen van de binnenstad, de wijkwinkelcentra en de dorpscentra zijn goede vestigingslocaties.

Financiën:

N.v.t.

Vervolg:

Het college stelt voor om de drie stukken in samenhang te bespreken en toe te lichten tijdens een raadsinformatiebijeenkomst. Op basis van de uitkomsten van de input van de raad zal het college vervolgens een raadsvoorstel opstellen en in procedure brengen om de vervolgstappen vast te leggen.

Bijlagen:

- De binnenstadsvisie "Woerden Vestingstad", geregistreerd onder corsanummer: 17i.05167
 - Het onderzoeksrapport van BRO getiteld "Stand van zaken en ontwikkelingskansen: streefbeeld Horeca in Woerden, geregistreerd onder corsanummer: 17i.05168
 - De visie supermarktstructuur Woerden, geregistreerd onder corsanummer: 16.022758
-

De secretaris,



drs. M.H.J. van Kruijsbergen MBA

De burgemeester,



V.J.H. Molkenboer



Visie supermarktenstructuur Woerden

·dtnp·

Droogh Trommelen en Partners (DTNP)
Adviseurs voor Ruimte en Strategie
Graafseweg 109
6512 BS Nijmegen

T 024 - 379 20 83
E info@dtnp.nl
W www.dtnp.nl

Opdrachtgever: gemeente Woerden
Contactpersoon: mevrouw M. Luyt

Projectleider DTNP: de heer J. Vlek

Projectnummer: 1692.0216
Datum: 2 mei 2016

Visie supermarktenstructuur Woerden

·dtnp·

Inhoudsopgave

| | | |
|-----------|---------------------------------|-----------|
| 1 | Inleiding | 1 |
| 1.1 | Aanleiding | 2 |
| 1.2 | Vraagstelling | 2 |
| 1.3 | Leeswijzer | 2 |
| 2 | Huidige situatie | 3 |
| 2.1 | Verhouding vraag-aanbod | 4 |
| 2.2 | Spreiding supermarkten | 4 |
| 2.3 | Conclusie | 7 |
| 3 | Trends en ontwikkelingen | 8 |
| 3.1 | Relevante landelijke trends | 9 |
| 3.2 | Lokale ontwikkelingen | 11 |
| 4 | Toekomstvisie | 12 |
| 4.1 | Beleiduitgangspunten | 13 |
| 4.2 | Marktmogelijkheden | 15 |
| 4.3 | Gewenste structuur | 16 |
| 4.4 | Beleidskader | 19 |
| Bijlage 1 | Indicatie marktmogelijkheden | 22 |



1 Inleiding

1.1 Aanleiding

In 2009 heeft DTNP in opdracht van de gemeente Woerden een detailhandelsstructuurvisie opgesteld. Hierin is ingegaan op de gewenste winkelstructuur en een passend beleidskader. Ingezet is op versterking van de binnenstad als hoofdcentrum, levensvatbare wijkwinkelcentra en behoud van het voorzieningenniveau in de kleine kernen.

Sindsdien doen zich, mede door de opkomst van internetwinkelen, structurele wijzigingen voor in de detailhandel en het consumentengedrag. Deze ontwikkelingen vragen om een actualisering van de beleidskaders. Net als in veel andere plaatsen is de supermarktbranche in Woerden behoorlijk in beweging. Een aantal supermarkten heeft wensen of plannen voor uitbreiding, en er zijn aanvragen voor nieuwe concepten zoals afhaalpunten. Daarnaast staat het functioneren van de dorpssupermarkten onder toenemende druk, terwijl deze voor de leefbaarheid in de kleine kernen van groot belang kunnen zijn. Om op adequate wijze te kunnen reageren op deze ontwikkelingen heeft de gemeente Woerden behoefte aan een actuele visie op de supermarktenstructuur.

1.2 Vraagstelling

Doel is te komen tot een actualisatie van de visie op de supermarktstructuur die inspeelt op landelijke trends en lokale ontwikkelingen. De volgende vragen worden beantwoord:

1. Hoe ziet de huidige vraag- en aanbodstructuur van supermarkten in de gemeente Woerden en omgeving eruit? Welke mutaties hebben zich voorgedaan sinds 2009?
2. Welke ontwikkelingen doen zich voor bij vraag en aanbod in Woerden en omgeving?
3. Welke relevante trends en ontwikkelingen doen zich voor in de detailhandel, de supermarktbranche in het bijzonder en het consumentengedrag?
4. Welke vigerende beleidsuitgangspunten en -doelstellingen van de gemeente zijn van belang voor het bepalen van de gewenste supermarktenstructuur?
5. Hoe verhouden de (toekomstige) vraag en het aanbod in de supermarktbranche in de gemeente Woerden zich tot elkaar? Hoe groot zijn de marktpotenties?
6. Welke supermarktenstructuur is gewenst voor de lange termijn?

7. Welke gemeentelijk beleidskader past daarbij, mede ook rekening houdend met planologisch-juridische aspecten?

1.3 Leeswijzer

In hoofdstuk 2 wordt ingegaan op de huidige situatie van vraag (inwoners) en aanbod (ligging en omvang supermarkten) in Woerden. De situatie wordt vergeleken met die van 2009.

In hoofdstuk 3 wordt beknopt stilgestaan bij actuele trends en ontwikkelingen in de landelijke winkelmarkt en bij relevante ontwikkelingen in Woerden.

Hoofdstuk 4 bevat de visie op de toekomstige gewenste supermarktstructuur. Deze wordt mede bepaald op basis van gemeentelijke uitgangspunten en een berekening van de marktruimte. Tenslotte wordt ingegaan op het passend gemeentelijk beleidskader.



2 Huidige situatie

2.1 Verhouding vraag-aanbod

De gemeente Woerden telt circa 50.600 inwoners en bestaat uit vier woonkernen. Woerden is met ruim 36.000 inwoners de grootste kern. Harmelen, Kamerik en Zegveld bestaan (inclusief omringend buitengebied) respectievelijk uit circa 8.000, 4.000 en 3.000 inwoners* (kaart 1). In de hele gemeente zijn op dit moment elf supermarkten gevestigd met een totale omvang van circa 10.700 m² winkelvloeroppervlak (wvo). Met 211 m² wvo per 1.000 inwoners heeft Woerden een iets kleiner supermarktaanbod dan gemiddeld in Nederland (244 m² wvo per 1.000 inwoners) (figuur 1).



Een van de twee supermarkten in Harmelen



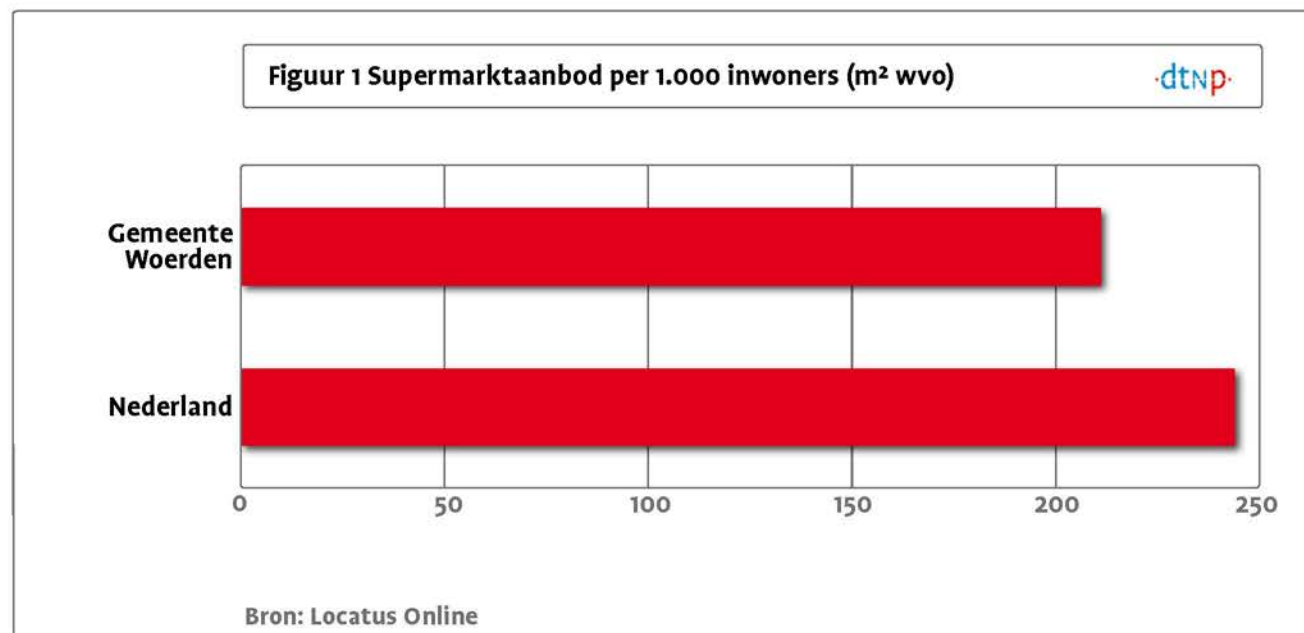
Lidl aan de Iepenlaan in Woerden

2.2 Spreiding supermarkten

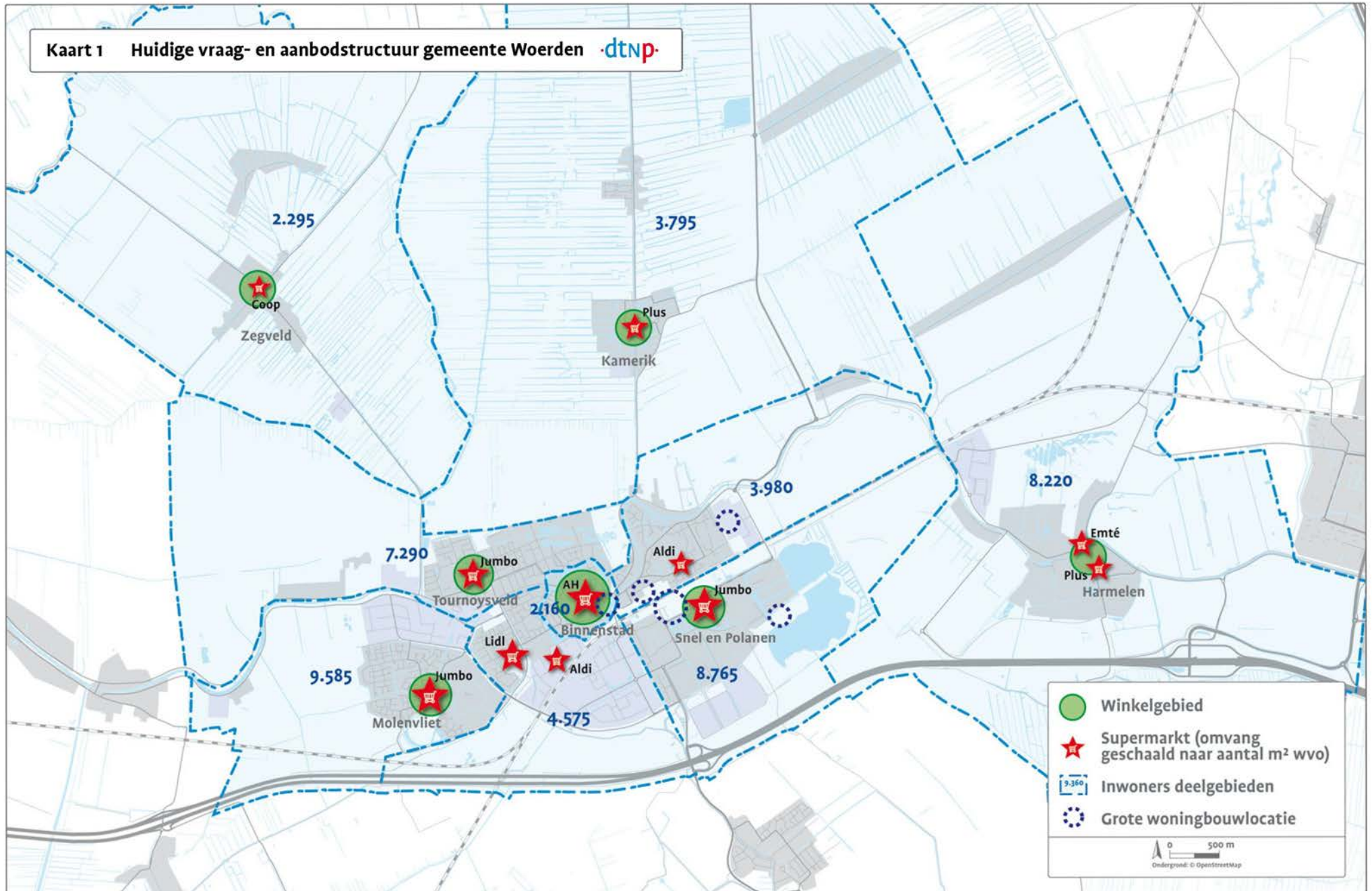
De huidige aanbodstructuur in Woerden bestaat uit de volgende winkelcentra en supermarktlocaties (kaart 1):

- **Binnenstad:** De binnenstad is met circa 23.000 m² wvo het hoofdcentrum van Woerden. Het aanbod bestaat voor het grootste deel uit niet-dagelijks winkelaanbod. Er is één supermarkt aanwezig: Albert Heijn aan de Wagenstraat

* Bron: CBS Statline (2016)



Kaart 1 Huidige vraag- en aanbodstructuur gemeente Woerden ·dtnp·



(circa 985 m² vvo). De omvang van deze supermarkt is naar huidige maatstaven beperkt. Deze supermarkt is de enige in het hoofdcentrum van Woerden. In veel andere, vergelijkbare hoofdcentra zijn vaak twee of meer supermarkten gevestigd. De aanwezige supermarkt is zowel gericht op de bezoekers van de binnenstad (uit Woerden en omliggende plaatsen), als op bewoners van de binnenstad en directe omgeving (ruim 2.000 inwoners). Na de ontwikkeling van 225 woningen op het Defensie-eiland zal het inwonertal hier nog gaan toenemen.

- **Winkelcentrum Tournoyveld:** In Tournoyveld is supermarkt Jumbo (1.060 m² vvo) de belangrijkste winkel. Dit centrum heeft een verzorgende functie voor de buurten Schilderskwartier, Vogelkwartier en Rietveld (samen ruim 7.000 inwoners). Het centrum heeft te maken met leegstand en maakt een wat verouderde indruk. Wel bestaat er een concreet plan voor toevoeging van Action aan het winkelcentrum.
- **Winkelcentrum Molenvliet:** De wijk Molenvliet in het westen van Woerden (± 9.500 inwoners) heeft ook een winkelcentrum met supermarkt Jumbo. Met een omvang van

circa 1.500 m² vvo is dit de grootste supermarkt van Woerden. Daarnaast is een compleet aanvullend pakket aan boodschappenwinkels aanwezig met een functie voor de eigen wijk en directe omgeving (ruim 9.000 inwoners). Het winkelcentrum maakt over het algemeen een verzorgde indruk.

- **Winkelcentrum Snel en Polanen:** In winkelcentrum Snel en Polanen is de derde vestiging van Jumbo (circa 1.420 m² vvo) aanwezig. Ook hier is dit de enige supermarkt in het centrum, dat verder bestaat uit een compleet aanbod boodschappenwinkels. Op dit moment telt het verzorgingsgebied, bestaande uit de buurten Snel en Polanen, Waterrijk en Cattenbroek circa 8.700 inwoners. Met de verdere ontwikkeling van Waterrijk (200 woningen) en Snellerpoort (300 woningen tot 2020, daarna nog 400) zal het aantal inwoners hier nog flink toenemen.
- **Supermarkt Staatsliedenkwartier:** De bijna 4.000 inwoners van het Staatsliedenkwartier, Breeveld en Geestdorp hebben niet de beschikking over een winkelcentrum, wel is er een kleine discountsupermarkt (Aldi, circa 700 m² vvo). Mogelijk neemt het

draagvlak iets toe met de ontwikkeling van het Campinaterrein (230 woningen) en Den Oudstenterrein (100 woningen).

- **Supermarkten Bloemen- en bomenkwartier/ Honthorst:** Ten westen van de binnenstad liggen op korte afstand van elkaar twee solitaire (discount)supermarkten: Lidl (circa 1.165 m² vvo) en Aldi (circa 800 m² vvo). Mede door de ligging aan een doorgaande route en het onderscheidende segment hebben deze supermarkten een verzorgingsfunctie voor de hele gemeente.
- **Centrum Harmelen:** De tweede kern in de gemeente is Harmelen met ruim 8.000 inwoners. In het centrum zijn twee relatief kleine supermarkten gevestigd: Emté (circa 800 m² vvo) en Plus (circa 750 m² vvo). Deze supermarkten hebben een verzorgingsfunctie voor inwoners uit Harmelen (en omliggend buitengebied).
- **Centrum Kamerik:** Ten noorden van Woerden ligt de kern Kamerik (circa 3.800 inwoners). Hier is supermarkt Plus (circa 785 m² vvo) de belangrijkste aanbieder. Het verzorgingsgebied bestaat uit Kamerik en het omliggende buitengebied.



Dorpssupermarkt in Kamerik



Wijkcentrum snel & Polanen

- **Centrum Zegveld:** De kleinste kern in de gemeente is Zegveld. Hier is een kleinschalige supermarkt CoopCompact (circa 570 m² vvo). gevestigd. Het verzorgingsgebied (kern Zegveld en buitengebied) telt in totaal circa 2.300 inwoners.

De supermarktstructuur in Woerden is sinds 2009 nauwelijks gewijzigd. Wel zijn enkele vestigingen gewijzigd van formule, soms in combinatie met een beperkte uitbreiding: de C1000-winkels zijn omgebouwd tot Jumbo, Super de Boer in Staatsliedenkwartier is vervangen door Aldi en Emté in Harmelen was voorheen Golf.

2.3 Conclusie

Geconcludeerd kan worden dat er in Woerden over het algemeen sprake is van een evenwichtige en fijnmazige spreiding van supermarkten over de gemeente. Wel valt op dat een aantal supermarkten een kleine omvang hebben in vergelijking met moderne maatstaven. Daarnaast heeft de binnenstad een relatief beperkt supermarktaanbod. Veel middelgrote centra met een omvang vergelijkbaar met Woerden, hebben vaak een belangrijke verzorgingsfunctie voor de aankoop

van frequent benodigde artikelen* en supermarkten spelen daarbij een belangrijke publieksaantrekkende rol waar andere winkels van kunnen profiteren. In de binnenstad van Woerden is slechts één supermarkt van beperkte omvang aanwezig (<1.000 m² vvo).

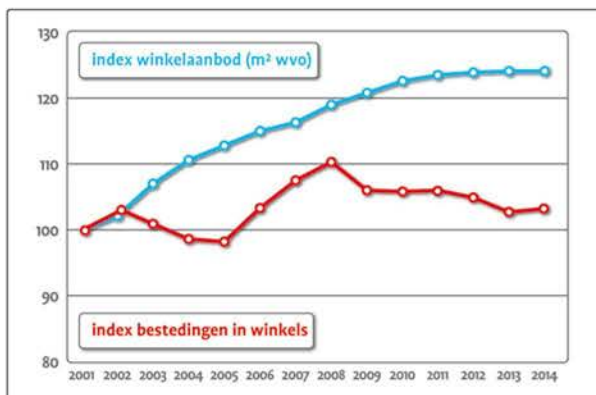
Op wijkniveau is sprake van een heldere structuur. Woerden heeft drie wijkcentra die elk beschikken over een eigen boodschappen-centrum met een supermarkt als belangrijkste trekker (Tournovsveld, Snel en Polanen, Molenvliet). Wel zijn er relatief veel (3) solitaire supermarkten aanwezig die geen trekkende rol vervullen voor andere winkels. De supermarkt in Staatsliedenkwartier is relatief klein en heeft met nog geen 4.000 inwoners een beperkt verzorgingsgebied. De solitaire (discount) supermarkten ten westen van de binnenstad hebben geen duidelijk eigen verzorgingsgebied en trekken klanten uit de hele gemeente.

De kleine kernen in de gemeente hebben elk de beschikking over (beperkt) supermarktaanbod. Door het beperkte draagvlak (aantal inwoners) zijn deze supermarkten wel kwetsbaar.

* Bezoekers in middelgrote centra komen gemiddeld 2x per week (Bron: DTNP (2015), Onderzoek bezoekersgedrag middelgrote centra)



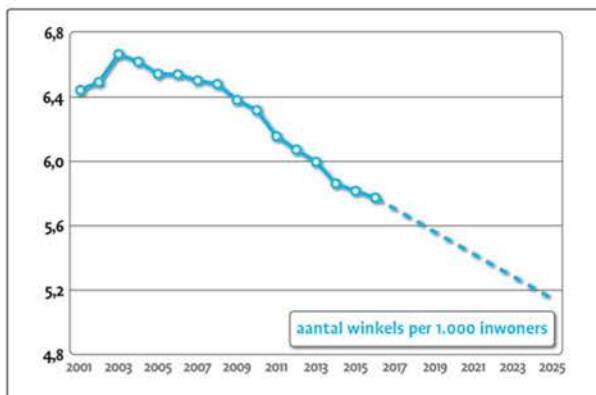
3 Trends en ontwikkelingen



Winkelmarkt structureel onder druk



Faillissementsgolf in niet-dagelijkse sector



Verwachting: verdere afname van het aantal winkels

3.1 Relevante landelijke trends

Voordat ingegaan wordt op de mogelijkheden voor supermarkten in Woerden is het van belang inzicht te hebben in een aantal actuele trends en ontwikkelingen in de detailhandel en consumentengedrag.

Winkelmarkt onder grote druk

De laatste jaren staat de winkelmarkt onder toenemende druk. Er is sprake van een aantal structurele trends die ingrijpend zijn en elkaar onderling versterken. Aan de ene kant is het winkeloppevlak in Nederland het afgelopen decennium enorm gegroeid (+25%). Aan de andere kant nemen bezoekers aan centrumgebieden en bestedingen in winkels structureel af.

Consumenten besteden minder als gevolg van de nasleep van de economische recessie. Ook vergrijzing en ontgroening hebben een nadelig effect op de omzet: ouderen besteden gemiddeld minder in winkels dan de leeftijdsgroepen tussen de 20 en 65 jaar (gezinsvorming, carrière, groter wonen, etc.). Dit heeft vooral gevolgen voor bestedingen in de niet-dagelijkse sector. Daarnaast vindt een verschuiving plaats van bestedingen naar webwinkels. Het marktaandeel van internet-

aankopen in de totale detailhandelsbestedingen groeide van minder dan 1% in 2002 naar ruim 6%. In de niet-dagelijkse sector heeft internet inmiddels een marktaandeel van 11%. Vooral in de niet-dagelijkse sector wordt de komende jaren een verdere groei van het internet verwacht (20 à 30% marktaandeel in 2020).

De opeenstapeling van deze trends heeft vooral impact op niet-dagelijks winkelaanbod. De afgelopen jaren is er sprake van een grote faillissementsgolf van landelijke winkelketens (o.a. V&D, Perry Sport, Halfords, Mexx).

Minder winkels

Gevolg van bovengenoemde trends is dat het aantal winkels per inwoner al jaren afneemt. Deze trend zet naar verwachting de komende jaren door. Dit gaat gepaard met een (dreigende) toename van de leegstand, een minder compleet voorzieningsniveau en minder aantrekkelijke centra.

Ontwikkelingen in de foodbranche

In de dagelijkse sector (o.a. supermarkten) is nog wel sprake van enige omzetgroei en is het aandeel van internetbestedingen nog beperkt. Wel zijn er steeds meer initiatieven die inspelen op het online boodschappen doen. Supermarktorganisaties zijn bezig met het ontwikkelen van

pick up points, gekoppeld aan bestaande winkels of op perifere locaties. Daarnaast leveren diverse organisaties boodschappenboxen aan huis (o.a. HelloFresh, Streekbox, Allerhandebox, MarleySpoon).

Vooralsnog is het aandeel online bestedingen in de food nog beperkt. Wel is de verwachting dat de consument in de toekomst veel vaker online boodschappen gaat doen. Momenteel bedraagt het internetaandeel van de omzet van supermarkten circa 1,6%. Dit zal naar verwachting fors gaan groeien (tot 9% in 2025*). Wat de gevolgen zijn voor de winkel- en supermarktenstructuur is nog onzeker. Wel zal de omzet per m² gaan afnemen.

Daarnaast is een trend van schaalvergroting bij supermarkten zichtbaar als strategie om te overleven in de huidige markt. Om aan de toenemende wensen van consumenten te voldoen (assortiment, gemak, comfort) hebben supermarkten een steeds groter oppervlak nodig. Naast de schaalvergroting staat ook de opkomst van biologische supermarkten (o.a. Ekoplaza, Marqt, Estafette) die over het algemeen een wat kleinere omvang hebben (tot 1.000 m² wvo).

* ABN Amro (2016), Branche-update supermarkten

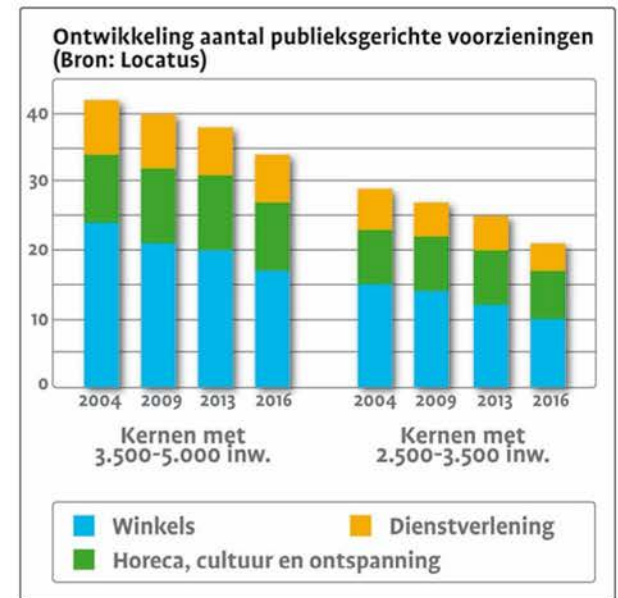
Positie middelgrote centra

De gewijzigde winkelmarkt heeft grote gevolgen voor alle typen winkellocaties. Wel is onderscheid te maken in kansrijke en kwetsbare centra. Centra met een onderscheidende sfeer en beleving (zoals grote binnensteden) blijven kansrijk. Met de opkomst van internetwinkelen wordt het bezoek aan een centrum meer een dagje uit, dan een vooraf bedacht koopdoel. Niet meer 'the place to buy' maar 'the place to be'. Ook grote dorps- en wijkcentra hebben nog goede kansen. Consumenten willen gemakkelijk en efficiënt de dagelijkse boodschappen kunnen doen. Centra met voldoende keuze (aanbod), een goede bereikbaarheid en voldoende parkeren zijn kansrijk voor het doen van boodschappen.

Middelgrote stadscentra (20.000 á 60.000 m² wvo) hebben een kwetsbare positie, omdat ze vaak onvoldoende onderscheidend vermogen hebben (tussen tafellaken en servet). Ze zijn te groot voor efficiënt boodschappen doen en te klein voor een dagje winkelen. Het grote aandeel winkels in het middensegment is kwetsbaar in het huidige internettijdperk. Ondanks dat de leegstand (nog) beperkt is, heeft ook de binnenstad van Woerden als middelgroot centrum een kwetsbare positie. In de toekomstige positionering van middelgrote



Opkomst afhaalpunten voor boodschappen



Structurele afname voorzieningen in kleine kernen

centra wordt de frequente aankoopfunctie (verhoudingsgewijs) steeds belangrijker.

Voorzieningenniveau in kleine kernen

Ook kleine dorps- en buurtcentra zijn kwetsbaar omdat ze vaak een beperkt aanbod hebben. Consumenten zijn steeds kritischer en mobieler en kiezen al snel voor centra met een groter en completer aanbod, ook al liggen deze op grotere afstand. De laatste jaren neemt het winkelaanbod in kleine kernen dan ook structureel af. Kleine dorpswinkels verdwijnen langzaam, zeker als ook nog sprake is van bevolkingskrimp in het verzorgingsgebied. Als (supermarkt)ondernemers het pand in eigendom hebben, kan ondanks het beperkte draagvlak een gezonde exploitatie mogelijk blijven.

3.2 Lokale ontwikkelingen

Toename bevolkingsomvang

Naar verwachting zal het aantal inwoners in de gemeente Woerden de komende jaren nog verder gaan toenemen, mede als gevolg van diverse woningbouwlocaties (Snellerpoort, Waterrijk, Defensie-eiland, Campinaterrein, Den Oudstenterrein). In de woonvisie van de gemeente wordt uitgegaan van circa 53.810

inwoners in 2025*. Dat is een toename van ruim 3.000 inwoners (+6%).

De woningbouw vindt vooral plaats in het oostelijke deel van de kern Woerden. Dat biedt extra omzetpotenties voor supermarkten in dit deel van Woerden (zie kaart 1).

Naar verwachting zal het aantal inwoners in de kleine kernen stabiliseren of zelfs licht gaan afnemen (krimp kleine kernen). Hierdoor komt het draagvlak voor de supermarkten in de kleine kernen verder onder druk te staan.

Supermarktplannen

Net als in veel andere plaatsen is de supermarktbranche in Woerden behoorlijk in beweging. Er zijn diverse plannen en ontwikkelingen in de supermarktbranche:

- Lidl heeft een uitbreidingsplan op de huidige locatie aan de Iepenlaan.
- Albert Heijn in de binnenstad heeft behoefte aan uitbreiding. In de binnenstad lijken de ruimtelijke mogelijkheden op de huidige locatie daarvoor echter beperkt.

- Er bestaan ideeën voor de ontwikkeling van 'De Hallen' op een bedrijventerrein aan de zuidkant van de historische vesting. Het initiatief bestaat uit drie pijlers: een markthal, innovatiehal en een grootschalige supermarkt (circa 2.000 m² wvo) met 150 parkeerplaatsen op eigen terrein.
- Er zijn diverse aanvragen voor nieuwe concepten zoals afhaalpunten en pick up points (o.a. bij tankstations).

Om de wenselijkheid en haalbaarheid van deze initiatieven te kunnen beoordelen, is een duidelijk en actueel beleidskader nodig. Deze visie op de supermarktenstructuur dient hiervoor de kaders te bieden. In het volgende hoofdstuk wordt hierop ingegaan.

* Gemeente Woerden (2015), Woerden Woont, Woonvisie 2015-2020 (bron inwonerprognoses: Provincie Utrecht (2012), Planmonitor)



4 Toekomstvisie



Sterk supermarktaanbod gewenst in binnenstad



Dorpssuper Zegveld: belangrijk voor leefbaarheid

4.1 Beleiduitgangspunten

Coalitie-akkoord

In het coalitie-akkoord uit 2014 zet het college van B&W voor de komende jaren onder meer in op een goed ondernemersklimaat om de (toekomstige) leefbaarheid van en werkgelegenheid in Woerden en de kernen te garanderen*.

Kloppende Binnenstad

Daarnaast wordt actief gewerkt aan versterking van de binnenstad. In de notitie 'De kloppende binnenstad' wordt onder andere ingezet op versterking van het dagelijkse aanbod door schaalvergroting van de bestaande supermarkt en eventueel een tweede supermarkt. De trekkracht van supermarkten wordt voor de binnenstad van groot belang geacht**. DTNP onderschijft dit belang, zeker gelet op de kwetsbare positie van het niet-dagelijkse aanbod in de binnenstad van Woerden en de positie als middelgroot centrum. Zowel de positie als sociaal en cultureel hart als de dagelijkse aankoopfunctie voor boodschappen zijn van groot belang om de binnenstad op lange termijn vitaal te houden. Supermarkten zorgen gedurende de hele week voor een

continue stroom van consumenten. Het overige winkelaanbod kan van deze bezoekersstromen profiteren. Uit onderzoek blijkt dat circa 75% van supermarktbezoekers ook andere winkels bezoekt. Daarvoor is dan wel een goede ruimtelijke verbinding nodig bestaande uit korte onderlinge loopafstanden zonder barrières en een goede zichtrelatie (zie kader blz. 14).

Detailhandelsstructuurvisie

In de detailhandelsstructuurvisie uit 2009 *** is ingezet op de volgende uitgangspunten:

- Versterking van de binnenstad als hoofdcentrum van de gemeente
- Een fijnmazige en levensvatbare winkelstructuur op buurt- en wijkniveau
- Behoud van (basis)voorzieningen in kleine kernen in verband met de leefbaarheid.

Om deze doelstellingen te halen, voert de gemeente een restrictief beleid. De bestemming 'detailhandel' blijft voorbehouden aan de bestaande centra. In andere gebieden (o.a. bedrijventerreinen) wordt ingezet op het afbouwen van de bestemming detailhandel (zie ook notitie 'Kloppende binnenstad').

* Gemeente Woerden (2014), Coalitie-akkoord "Samen werken aan het Woerden van morgen"

** Gemeente Woerden (2014), De Kloppende Binnenstad

*** DTNP (2009), Detailhandelsstructuurvisie Woerden

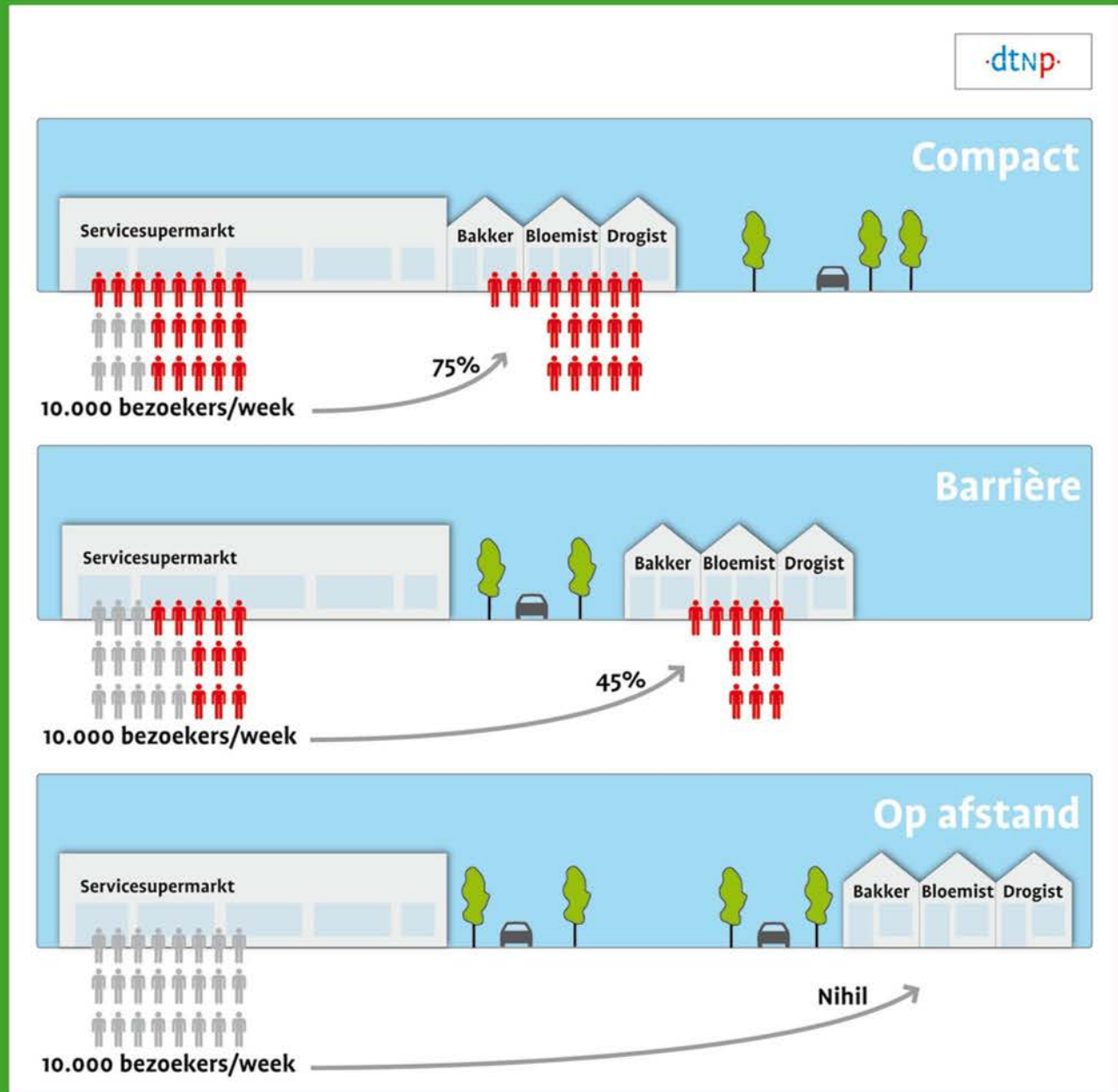
Combinatiebezoek supermarkten en overige winkels

Het combinatiebezoek tussen supermarkten en overige winkels is groot. Uit grootschalig onderzoek* onder 4.750 supermarktbezoekers in 30 winkelcentra in Nederland blijkt dat gemiddeld 65% van de supermarktklanten één of meer andere winkels binnenloopt tijdens hetzelfde bezoek aan het winkelgebied.

In centra waar de supermarkt op zeer korte afstand (tot 50 meter) van het overige winkelaanbod ligt (met de entree in het zicht) is het combinatiebezoek aanzienlijk hoger (75%) dan in situaties waar de ruimtelijke relatie minder goed is. Het combinatiebezoek neemt dan heel snel af.

Uit het onderzoek blijkt tevens dat de omvang van de supermarkt geen invloed heeft op het aandeel (%) supermarktklanten dat het bezoek combineert met andere winkels.

* DTNP (2010), Combinatiebezoek supermarkten en dagelijkse speciaalzaken



De benoemde uitgangspunten zijn nog steeds actueel voor deze visie op de supermarktenstructuur. Ontwikkelingen in de supermarktbranche dienen daar zoveel mogelijk aan bij te dragen. Juist supermarkten zijn structuurbepalend voor de gehele winkelstructuur op de lange termijn.

4.2 Marktmogelijkheden

Distributie-planologisch onderzoek

Om te bepalen in hoeverre sprake is van marktmogelijkheden in de supermarktbranche in Woerden maken we, aan de hand van kengetallen en bestaand onderzoek, een distributieve analyse voor het supermarktaanbod in de hele gemeente. In bijlage 1 is een uitgebreide toelichting opgenomen. We gaan hier in op de belangrijkste conclusies.

Uitgaande van de huidige inwoneraantallen en gemeten koopstromencijfers, komt uit de berekening een behoorlijke uitbreidingsruimte naar voren van circa 2.800 m² wvo. Als voor de toekomst uitgegaan wordt van een toename van de bevolkingsomvang tot ruim 53.000 inwoners, neemt de marktruimte verder toe (tot 3.700 m² wvo in 2025).

Dit zijn, zeker in een overwegend verzadigde markt in Nederland, behoorlijke uitbreidingspotenties. Wel kunnen bij de berekeningen enkele kanttekeningen worden geplaatst:

- Het is gebruikelijk in dergelijke distributieve berekeningen uit te gaan van de landelijk gemiddelde vloerproductiviteit. Daarin wordt echter ook slecht functionerend aanbod meegenomen. Voor een aanbodstructuur die bestaat uit moderne, prijsvriendelijke servicesupermarkten is een hogere vloerproductiviteit dan het landelijk gemiddelde nodig. Als uitgegaan wordt van een marktconforme vloerproductiviteit, neemt de uitbreidingspotentie ook af.
- Naar verwachting zal het onlinekanaal voor het doen van boodschappen de komende jaren een behoorlijke vlucht gaan nemen (o.a. bezorgboxen, afhaalpunten). Dit zal gaan leiden tot een afname van bestedingen in fysieke winkels en een drukkend effect hebben op het haalbare supermarktaanbod in heel Nederland.
- De uiteindelijke potenties zijn voor een deel afhankelijk van hoe de woningbouw zich zal gaan ontwikkelen. Daarnaast zal woningbouw vooral voor een aantal deelgebieden in Woerden (vooral oostelijke

delen) gaan leiden tot toenemende marktpotenties.

Desondanks is, net als in de detailhandelsstructuurvisie uit 2009, een behoorlijke uitbreidingspotentie te berekenen. Dit sluit aan bij de eerdere constatering dat het aantal m² wvo supermarktaanbod per 1.000 in Woerden lager ligt dan het landelijk gemiddelde (zie paragraaf 2.1).

Marktpotenties inzetten voor behalen ambities

Het is verstandig om de aanwezige marktpotenties zoveel mogelijk te benutten voor het behalen van de beleidsdoelstellingen en de winkelstructuur als geheel zoveel mogelijk te versterken, zeker ook gelet op de krimpende markt en toenemende leegstand in winkelcentra. Dit betekent medewerking verlenen aan nieuwe marktontwikkelingen op locaties waar de economische en maatschappelijke meerwaarde het grootst is en terughoudend beleid op locaties waar de winkelstructuur ondermijnd wordt.

4.3 Gewenste structuur

De gemeente zet in haar beleid in op een vitale binnenstad, een evenwichtige wijkstructuur (fijnmazig én levensvatbaar) en zoveel mogelijk behoud van voorzieningen in de kleinere kernen. Om deze doelstellingen te behalen zullen de marktpotenties ook zoveel mogelijk op deze locaties ingezet moeten worden. Rekening houdend met de positie van de verschillende centra, ontwikkelingen in de markt en het (toekomstige) aantal inwoners in elk verzorgingsgebied, is het voor de toekomstige (supermarkt)structuur gewenst een hiërarchie van winkelcentra te hanteren waarbij de fijnmazige structuur blijft behouden (kaart 2).

Binnenstad Woerden

Het beleid van de gemeente Woerden is al jaren gericht op het versterken van het supermarktaanbod in de binnenstad (detailhandelsstructuurvisie, rapport kloppende binnenstad). Het huidige supermarktaanbod met maar één, niet al te grote aanbieder is beperkt. Onderzoek toont echter steeds weer aan dat supermarkten in centra van deze omvang belangrijke publiekstrekkingen zijn. Juist deze middelgrote centra zijn kwetsbaar: te klein voor een recreatieve winkelfunctie ('een dagje naar de stad') en te groot voor een goede

efficiënte boodschappenfunctie. Door faillissementen of gewijzigde vestigingsstrategieën van winkelformules neemt het niet-dagelijks aanbod in dit type centra snel af, vaak met leegstand als gevolg. De frequente aankoopfunctie wordt steeds belangrijker. Dit geldt ook voor de binnenstad van Woerden. Meer dan ooit is het daarom van belang in te (blijven) zetten op versterking van het supermarktaanbod: schaalvergroting van de bestaande supermarkt, en (bij voorkeur) toevoegen van een tweede supermarkt (in een aanvullend marktsegment). De deels historische omgeving maakt het in de binnenstad echter niet eenvoudig. Desondanks is het van groot belang alle mogelijkheden te onderzoeken om dit (op termijn) toch mogelijk te maken.

Het primaire verzorgingsgebied voor supermarkten in de binnenstad (inwoneraantal binnen de vesting) is beperkt. De supermarkten in het centrum dienen daarom in omvang en/of formule onderscheidend te zijn, zodat voldoende consumenten uit heel Woerden (en omgeving) aangetrokken kunnen worden. Om voldoende onderscheidend te kunnen zijn, is het gewenst dat de centrumsupermarkten in omvang de grootste van de gemeente zijn (indicatie 1.500 tot 2.000 m² wvo). De berekende marktpotenties worden daarom bij

voorkeur grotendeels ingezet voor versterking van het supermarktaanbod in de binnenstad. Ook een nu nog ontbrekend segment (bijvoorbeeld biologisch) kan interessant zijn voor de binnenstad. In dit geval kan uitgegaan worden van een wat kleinere omvang.

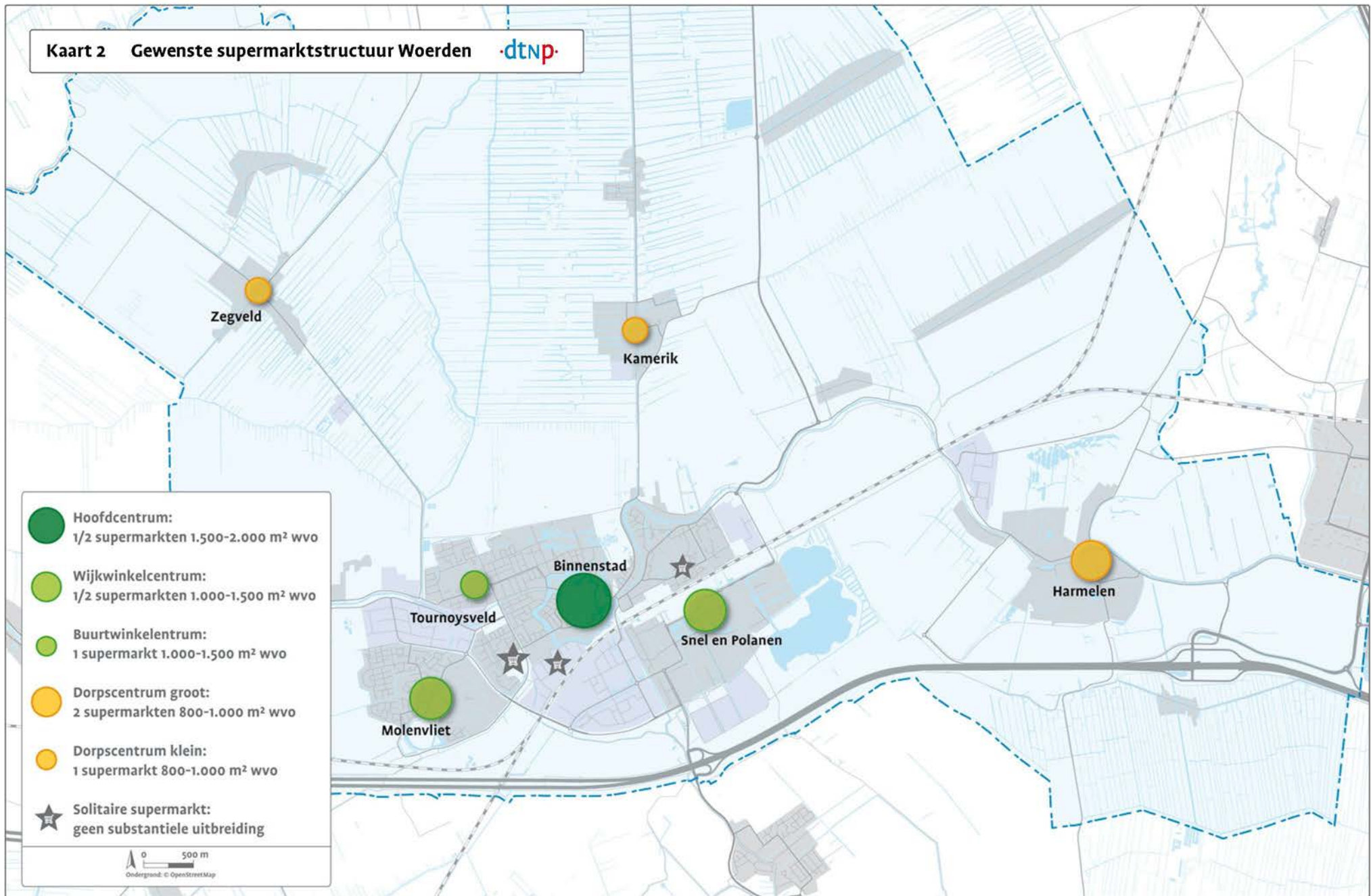
Geconcludeerd kan worden dat het beleid voor wat betreft het supermarktaanbod in de binnenstad (verwoord in de detailhandelsstructuurvisie en notitie 'Kloppende binnenstad') nog steeds actueel is.

Wijkcentra Molenvliet en Snel en Polanen

In de wijken is het de uitdaging een goed evenwicht te behouden tussen een fijnmazige winkelstructuur (met winkels op korte afstand van de consument) en een gezonde duurzame structuur (met voldoende draagvlak voor moderne supermarkten). De huidige spreiding van de wijkwinkelcentra biedt een goed uitgangspunt voor de toekomstige structuur.

De winkelcentra Molenvliet en Snel en Polanen hebben beiden een (toekomstig) verzorgingsgebied van circa 10.000 inwoners. Dit is ruim voldoende voor een compleet en divers dagelijks aanbod. Beide centra beschikken nu over één supermarkt als publiekstrekker, met een eigentijdse omvang (circa 1.500 m² wvo).

Kaart 2 Gewenste supermarktstructuur Woerden ·dtnp·



Omwille van de positie van de binnenstad van Woerden (en de rol van de supermarkten daarbinnen) en de huidige reeds eigentijdse omvang, is er geen aanleiding deze supermarkten te vergroten.

Wel kan het supermarktaanbod in deze centra nog versterkt worden door toevoeging van een tweede supermarkt, bij voorkeur in een aanvullend marktsegment. Twee supermarkten (en een positie als compleet wijkwinkelcentrum) bieden nog meer basis voor een sterk en gevarieerd overig aanbod voor de dagelijkse boodschappen op de lange termijn. Als een supermarkt wordt toegevoegd, dan gaat het bij voorkeur om verplaatsing van een van de huidige solitaire supermarkten (Lidl, Aldi).

Buurtcentrum Tournoyveld

Winkelcentrum Tournoyveld heeft met circa 7.000 inwoners een beperkter draagvlak dan de twee andere wijkcentra. Het primaire verzorgingsgebied blijft groot genoeg voor één volwaardige supermarkt als belangrijkste publiekstrekker en een positie als buurtwinkelcentrum. Dit biedt voldoende basis om hier een divers overig (dagelijks) aanbod te behouden. Enige schaalvergroting van de bestaande supermarkt naar een eigentijdse omvang (maximaal 1.500 m² vvo) is hier

mogelijk en gewenst. Uitbreiding van de supermarkt hier kan ook (financiële) mogelijkheden bieden voor een algehele kwaliteitsverbetering van dit verouderde winkelcentrum.

Dorpscentrum Harmelen

De ambitie voor het centrum van Harmelen is om de twee huidige supermarkten in het dorp ook op langere termijn in het centrumgebied te behouden. Met twee supermarkten is er diversiteit en dus keuze in het aanbod. Dit biedt een goed basis om zoveel mogelijk inwoners en koopkracht aan het eigen centrum te blijven binden. Een sterk supermarktaanbod is ook hier de basis voor overige voorzieningen en van cruciaal belang voor het centrum. Alleen als de supermarkten op korte afstand van de overige winkels zijn gelegen, kan synergie en combinatiebezoek ontstaan.

Gelet op het beperkte draagvlak is het gewenst dat de supermarkten niet te groot worden (indicatie 800 à 1.000 m² vvo), dat er evenwicht blijft bestaan in de omvang ten opzichte van elkaar.

Dorpscentra Zegveld en Kamerik

In de kleine kernen Kamerik en Zegveld is het draagvlak voor behoud van een volwaardige

supermarkt beperkt. Ambitie is desondanks om de huidige voorzieningen in beide kernen zoveel mogelijk te behouden. Daarom wordt (desgewenst) meegewerkt aan een beperkte uitbreiding van de supermarkt. Dit kan nodig zijn om een voldoende gevarieerd assortiment te kunnen blijven bieden, of om voldoende ruimte te hebben voor uitstalling van producten, loopruimte etc. In deze kernen wordt uitgegaan van één supermarkt met een maximale omvang van 800 à 1.000 m² vvo.

Solitaire supermarkten

De solitaire supermarkten in Woerden leveren door hun solitaire ligging (geen kansen voor combinatiebezoek met andere winkels) geen bijdrage aan de winkelstructuur als geheel. Juist in winkelgebieden fungeren supermarkten als publiekstrekker. In deze visie op de gewenste aanbodstructuur worden marktpotenties dan ook ingezet voor versterking van het supermarktaanbod in winkelcentra.

Aan de solitaire supermarkten wordt bij voorkeur geen medewerking verleend voor uitbreiding. Verplaatsing naar één van de winkelgebieden, waar conform dit beleid wel ruimte is voor een extra supermarkt (zoals binnenstad, wijkcentra Snel en Polanen en Molenvliet) behoort wel tot de mogelijkheden.



Opwaardering winkelcentrum Tournoyveld gewenst



Doelstelling: behoud aanbod kleine kernen

Daar kunnen ze een bijdrage leveren aan versterking van de winkelstructuur. Een verplaatsing kan ook gepaard gaan met schaalvergroting tot een moderne omvang die past het winkelcentrum.

4.4 Beleidskader

Het beleid van de gemeente Woerden voor supermarkten is bij voorkeur primair gericht op het bereiken van de gewenste aanbodstructuur (kaart 2). Bestaande (en toekomstige) marktinitiatieven kunnen worden beoordeeld en getoetst op de bijdrage ze het daaraan leveren.

Toetsing op bijdrage aan doelstellingen

Om voor de lange termijn een vitale winkelstructuur te behouden wordt bij voorkeur medewerking verleend aan schaalvergroting van bestaande supermarkten (tot een omvang passend bij het verzorgingsgebied) in de binnenstad, Tournoyveld en de dorpscentra. In Molenvliet en Snel en Polanen is ruimte voor een tweede supermarkt, bij voorkeur een verplaatsing van een solitair gelegen supermarkt zodat het verspreide aanbod afneemt. Omdat versterking van het supermarktaanbod van groot belang wordt geacht voor het toekomstig functioneren van de

binnenstad als geheel, is hier een tweede, nieuwe supermarkt mogelijk. De marktruimte hiervoor is ruimschoots aanwezig.

Samenvattend is de volgende supermarktenstructuur is gewenst:

- Binnenstad: één of twee supermarkten met een omvang van 1.500 tot 2.000 m² wvo
- Wijkcentra Molenvliet, Snel en Polanen: één of twee supermarkten van 1.000 tot 1.500 m² wvo (toevoeging supermarkt bij voorkeur door verplaatsing solitaire vestiging).
- Buurtcentrum Tournoyveld: schaalvergroting van de supermarkt tot 1.500 m² wvo.
- Dorpscentrum Harmelen: twee supermarkten van 800 á 1.000 m² wvo.
- Dorpscentra Zegveld en Kamerik: één supermarkt van 800 á 1.000 m² wvo.

Ruimtelijke inpassing

Bij nieuwe supermarktontwikkelingen in een van de winkelcentra, is het van belang in te zetten op een goede ruimtelijke inpassing van de supermarkten. Belangrijke aspecten zijn de ligging in de structuur van een centrum, afstand tot andere winkels, een goede zichtrelatie en parkeren. Dit zijn belangrijke voorwaarden om de synergie-effecten voor andere winkels optimaal te kunnen benutten. Bij voorkeur wordt

alleen meegewerkt aan uitbreidingen als de functioneel-ruimtelijke relatie met de overige winkels goed kan worden gelegd.

Initiatieven buiten de gewenste winkelstructuur

Om de beleidsdoelstellingen te behalen, zijn nieuwe supermarktontwikkelingen buiten de gewenste bestaande structuur ongewenst (uitbreidingen of nieuwe supermarktlocaties). Dit sluit aan bij het reeds restrictieve beleid van de gemeente voor detailhandel op verspreide en perifere locaties (o.a. bedrijventerreinen).

Nieuwe supermarktontwikkelingen worden bij voorkeur zoveel mogelijk ingezet voor versterking van de centra en kunnen dienen als belangrijke (financiële) drager voor de noodzakelijke investeringen in winkelgebieden. Solitaire en perifere ontwikkelingen kunnen de positie van de winkelcentra op de langere termijn verzwakken en gaan ondermijnen.

Effecten supermarkt Markthal-concept

Onlangs is een idee ingediend voor de ontwikkeling van een Markthal-concept op een solitaire bedrijvenlocatie aan de Singel. Onderdeel daarvan is een grootschalige supermarkt (circa 2.000 m² wvo). Als aanvulling op het voorgaande heeft de gemeente Woerden behoefte aan een globale inschatting van de

mogelijke effecten die dit kan hebben voor de (beoogde) aanbodstructuur.

De benodigde omzetclaim van een dergelijke supermarkt kan worden ingeschat op € 16 mln per jaar (2.000 m² wvo x de landelijk gemiddelde omzet/m² voor supermarkten van € 8.000). Verwacht mag worden dat een groot deel van deze omzet afkomstig zal zijn uit de directe omgeving. Nabijheid speelt voor consumenten (in combinatie met de omvang van het assortiment) een grote rol bij de keuze voor een locatie om voedingsmiddelen en dergelijke aan te schaffen.

Gelet op de beoogde locatie van het plan aan de Singel (op een bedrijventerrein zonder eigen primair verzorgingsgebied) en de bestaande ruimtelijke (verkeers)structuur, zal een groot deel van de benodigde omzet naar verwachting afkomstig zijn uit de direct omliggende wijken Bloemen- en Bomenkwartier, Binnenstad, Molenvliet en Schilderskwartier (westelijk deel Woerden). Als uitgegaan wordt van 50%, dan gaat het om een bedrag van circa € 8 mln dat ten koste gaat van de bestaande supermarkten in dit gebied. Deze supermarkten (Albert Heijn binnenstad, Jumbo's in Tournoysveld en Molenvliet, Lidl en Aldi) hebben gezamenlijk een omzetclaim van circa € 44 mln per jaar

(5.500 m² wvo x € 8.000). Na de komst van een grootschalige supermarkt aan de Singel, zal de totale omzet voor deze supermarkten gezamenlijk met circa 18% kunnen gaan dalen.

Met name voor de supermarkten in de binnenstad en winkelcentrum Tournoysveld kan dit behoorlijk nadelige effecten gaan hebben. Door de kleinschalige omvang en het relatief beperkte primaire verzorgingsgebied zijn dit de supermarkten met een relatief zwakke positie. Juiste deze supermarkten (met name in de binnenstad) zijn van cruciaal belang voor het functioneren van het hele winkelgebied waar ze onderdeel van uitmaken. De komst van een grote solitaire supermarkt aan de Singel kan daarnaast de basis wegnemen die nodig is om te komen tot de gewenste versterking van deze aanbieders en de centra als geheel.

De bijdrage die het initiatief zal gaan hebben voor het kernwinkelgebied in de vesting van Woerden door combinatiebezoek zal naar verwachting ook zeer beperkt blijven. Ten eerste zal het concept een beperkte regionale aantrekkingskracht gaan hebben. Nabijheid speelt bij de aanschaf van voedingsmiddelen immers een grote rol. Daarnaast is de afstand tot het kernwinkelgebied te groot. Er wordt wel een verbinding gelegd met de vesting door een



Supermarkten dragen bij aan een vitale binnenstad

fiets- en wandelbrug die uitkomt op de Julianastraat, maar vanaf de Singel tot de Voorstraat (hoofdwinkelstraat) is het dan nog circa 10 minuten lopen. Een supermarkt kan alleen een bijdrage leveren aan het functioneren van een winkelgebied als sprake is van een korte loopafstand (maximaal 50m) en een directe zichtrelatie zonder barrières (zie kader blz. 14). Dit is hier niet het geval.

Geconcludeerd kan worden dat de ontwikkeling van een grote supermarkt aan de Singel (als onderdeel van De Hallen) niet bijdraagt aan de (beoogde) winkelstructuur en niet past binnen deze visie.

Pick-up points/afhaalpunten

In de gemeente Woerden bestaan initiatieven voor de ontwikkeling van afhaalpunten. Bij voorkeur worden dergelijke initiatieven zoveel mogelijk in bestaande winkelgebieden gefaciliteerd. De meeste supermarktorganisaties zetten hier zelf ook op in.

Indien een consument in een pand artikelen kan bekijken, betalen of afhalen is sprake van een ruimtelijke detailhandelsactiviteit, die planologisch ook als zodanig beoordeeld dient te worden. Dit betekent dat afhaalpunten (maar ook internetwinkels of showrooms), die ingericht

zijn voor het bezoek van consumenten, alleen zijn toegestaan in panden met een detailhandelsbestemming of brede centrumbestemming waarbinnen detailhandel is toegestaan. Er is geen aanleiding om voor dit type detailhandelsactiviteit een uitzondering in het beleid te maken.

Afhaalpunten kunnen juist in winkelcentra een goede invulling zijn voor leegstaande panden. Daarnaast kan het synergie-effecten opleveren met nabijgelegen winkels (combinatiebezoek). In de praktijk vinden dergelijke ontwikkelingen ook al plaats. Diverse supermarkten in woerden hebben een afhaalpunt ontwikkeld die direct aan de fysieke winkel is gekoppeld.

Voorwaarde voor deze functie is wel dat de autobereikbaarheid goed is en dat er parkeergelegenheid voor de deur is. De randen van de binnenstad, de wijkwinkelcentra, en de dorpscentra zijn goede vestigingslocaties voor afhaalpunten.



Afhaalpunt gekoppeld aan de winkel in Tournoyveld

Bijlage 1 Indicatie marktmogelijkheden

Distributie-planologisch onderzoek (dpo)

In vroegere dpo's werd het haalbare winkelaanbod vaak nauwkeurig berekend. De voorspellende waarde van een distributieve berekening op basis van beschikbare kengetallen uit het recente verleden is in de sterk wijzigende winkelmarkt echter zeer beperkt. Bovendien moeten door grote onderlinge verschillen in typen winkelgebieden, branches en winkelformules dergelijke berekeningen genuanceerd worden beoordeeld. De haalbaarheid van winkels wordt veel meer bepaald door de potentiële functie en kwaliteit van winkelgebieden. Niettemin kan een kwantitatieve analyse van vraag en aanbod een indicatie geven van de aanwezige marktruimte.

Variabelen

Bij deze kwantitatieve analyse gaat het om de verhouding tussen vraag en aanbod. De vraagzijde wordt bepaald door de omzet per hoofd, de omvang van het verzorgingsgebied (aantal inwoners), de mate waarin het omzetcapotentieel uit dit verzorgingsgebied terecht komt in winkels in Woerden (koopkrachtbinding) en de mate waarin omzet van elders toevloeit (koopkrachttoevloeiing). Aan de aanbodzijde spelen de omvang (m² winkelvloeroppervlak) en benodigde omzet per m² vwo (vloerproductiviteit) een rol.

Verzorgingsgebied

Het primaire verzorgingsgebied voor supermarkten in de gemeente Woerden wordt gevormd door inwoners uit de eigen gemeente. Het huidige inwonertal van de gemeente is 50.575. Op basis van beschikbare prognoses* gaan we uit van een groei van het aantal inwoners naar circa 53.810 in 2025.

* Gemeente Woerden (2015), Woerden Woont, Woonvisie 2015-2020, Provincie Utrecht (2012), Planmonitor

Omzet per hoofd

In distributieve berekeningen als deze wordt uitgegaan van de landelijk gemiddelde omzet per hoofd van de bevolking per jaar. Bij deze gemiddelde omzet per hoofd van de bevolking zijn niet alleen bestedingen van consumenten meegenomen, maar ook bestedingen van bedrijven in winkels. In Nederland is de gemiddelde omzet per hoofd van de bevolking in supermarkten per jaar € 2.017**.

Het is gangbaar dit landelijk gemiddelde omzetcijfer aan te passen indien het gemiddeld besteedbaar inkomen in het verzorgingsgebied afwijkt van het Nederlands gemiddelde. Omdat het gemiddeld besteedbaar inkomen in Woerden 11% boven het landelijk gemiddelde ligt***, gaan we uit van een hoger omzetcijfer per inwoner. Voor supermarkten is het gebruikelijk het omzetcijfer per hoofd te corrigeren met ¼ van het percentage dat het inkomen lager of hoger is dan het Nederlands gemiddelde. In dit geval gaan we dus uit van € 2.071 (€ 2.017 + (¼ x 11% x € 2.017)).

Koopkrachtbinding en -toevloeiing

Het aandeel van de totale bestedingen van inwoners in de gemeente Woerden dat terecht komt in de eigen winkels noemen we koopkrachtbinding. Het aandeel binnen de totale omzet dat besteed wordt door consumenten van buiten het primaire verzorgingsgebied noemen we de koopkrachttoevloeiing. Voor de gemeente Woerden zijn in 2011 de koopstromen in beeld gebracht****. In dit koopstromenonderzoek is voor de gemeente Woerden voor de dagelijkse sector een koopkrachtbinding gemeten van 90%. Dit is een normaal percentage voor plaatsen van deze omvang. Supermarkten zijn sterk bepalend binnen de dagelijkse sector. Rekening houdend met

** Detailhandel.info (peildatum april 2016), bewerking DTNP

*** CBS (2016), StatLine databank

**** I&O Research (2011), Koopstromenonderzoek Randstad 2011

landelijke trends (o.a. toenemende afvloeiing van bestedingen richting het onlinekanaal in de levensmiddelenbranche), kan de in 2011 gemeten koopkrachtbinding van 90% als maximum worden beschouwd.

In het koopstromenonderzoek is daarnaast gemeten dat 13% van de omzet in de dagelijkse sector van buiten de gemeente Woerden afkomstig is (toevloeiing). Ook voor het aandeel vreemde koopkracht (toevloeiing) gaan we voor de toekomst uit van een gelijkblijvend percentage.

Vloerproductiviteit

In Nederland bedraagt de gemiddelde omzet per m² (uit de verkoop aan consumenten en bedrijven) in supermarkten € 8.040,- (excl. BTW) (Detailhandel.info, bewerking DTNP). De landelijk gemiddelde vloerproductiviteit is de resultante van vraag (omzet) en aanbod (m²). Omzetten staan landelijk gemiddeld onder druk (overaanbod). Ook in Woerden dient deze landelijk gemiddelde vloerproductiviteit daarom als ondergrens voor winkels te worden beschouwd om consumenten een kwalitatief goed aanbod en serviceniveau te kunnen bieden.

Indicatie distributieve mogelijkheden supermarkten gemeente Woerden

Op basis van bovenstaande uitgangspunten kan anno 2016 een potentieel supermarktaanbod in de gemeente Woerden worden berekend van circa 13.500 m² wvo (zie tabel 1). Dit is circa 2.800 m² wvo meer dan het aanwezige aanbod. Als daarnaast uitgegaan wordt van een toename van het aantal inwoners tot 2025, neemt de marktruimte verder toe (tot 3.700 m² wvo).

Tabel 1 Indicatie marktruimte supermarkten gemeente Woerden

| | 2016 | 2025 |
|--|-----------------------|-----------------------|
| Inwoners primair verzorgingsgebied | 50.575 | 53.810 |
| Omzet per inwoner (excl. BTW) | € 2.071 | € 2.071 |
| Koopkrachtbinding | 90% | 90% |
| Gebonden omzet Woerden | € 94,3 mln | € 100,3 mln |
| | | |
| Koopkrachttoevloeiing | 13% | 13% |
| Totale potentiële omzet Woerden (excl. BTW) | € 108,4 mln | € 115,3 mln |
| | | |
| Gem. omzet per m ² NL (excl. BTW) | € 8.040 | € 8.040 |
| Potentieel supermarktaanbod Woerden (wvo) | 13.480 m ² | 14.340 m ² |
| Aanwezig supermarktaanbod Woerden (wvo) | 10.670 m ² | 10.670 m ² |
| Marktruimte supermarkten Woerden (wvo) | 2.810 m ² | 3.670 m ² |

Stand van zaken en ontwikkelingskansen

Streefbeeld Horeca in Woerden



Stand van zaken en ontwikkelingskansen

Streefbeeld Horeca in Woerden

| | |
|-------------------------------|---|
| Rapportnummer: | 204X00604.092842_7 |
| Datum: | 26 oktober 2017 |
| Contactpersoon opdrachtgever: | Ingrid Baggen, Carolien van Dam |
| Projectteam BRO: | Jan Carel Jansen Venneboer, Daan Goos |
| Trefwoorden: | Horeca, binnenstad, ontwikkelingskansen, vernieuwing, perspectief, beleid, trends |
| Bron foto kaft: | BRO |
| Beknopte inhoud: | Inventarisatie van het aanbod en visie op de ontwikkelingskansen voor de horeca in de gemeente Woerden, met een accent op de binnenstad. De visie is primair bedoeld als input voor de nieuwe Binnenstadvisie, maar beschrijft ook het ontwikkelingsperspectief elders in Woerden |

BRO
Hoofdvestiging
Bosscheweg 107
5282 WV Boxtel
T +31 (0)411 850 400
E info@bro.nl

| Inhoudsopgave | pagina |
|--|---------------|
| 1. INLEIDING | 2 |
| 2. SAMENVATTING EN AANBEVELINGEN | 4 |
| 3. AANBODANALYSE HORECA WOERDEN | 5 |
| 3.1 Inleiding | 5 |
| 3.2 Horeca in Woerden in perspectief | 5 |
| 3.3 Horeca Woerden geografisch | 9 |
| 3.4 Horeca in de binnenstad | 11 |
| 3.5 Horeca in de regio | 14 |
| 4. VRAAGANALYSE, TRENDS, MARKTRUIMTE EN SWOT | 16 |
| 4.1 Inleiding | 16 |
| 4.2 Bevolking en ontwikkeling | 16 |
| 4.3 Doelgroepen regionaal en bovenregionaal | 18 |
| 4.4 Relevante plannen | 20 |
| 4.5 Landelijke trends en ontwikkelingen | 20 |
| 4.6 Indicatie uitbreidingsruimte horeca Woerden | 23 |
| 4.7 SWOT analyse | 25 |
| 5. ONTWIKKELINGSPERSPECTIEF HORECA WOERDEN | 26 |
| 5.1 Inleiding | 26 |
| 5.2 Conclusies analyse horeca gemeente Woerden | 26 |
| 5.3 Primaire uitgangspunten voor het streefbeeld | 27 |
| 5.4 Streefbeeld per thema | 30 |
| 6. AANZET UITWERKING STREEFBEELD VOOR DE BINNENSTAD | 33 |
| 6.1 Introductie gebiedsprofielen | 33 |
| 6.2 Horecagebieden in Woerden | 35 |
| 6.3 Profielen horeca naar deelgebied | 36 |
| BIJLAGEN | |
| Bijlage 1: Indeling horeca naar sector | 1 |
| Bijlage 2: Verslag gesprek horecaondernemers | 2 |

1. INLEIDING

Achtergrond en vraagstelling

De gemeente Woerden signaleert de afgelopen jaren een grote dynamiek in de horecasector, met veel aanvragen voor nieuwe zaken. De binnenstad geniet beleidsmatig prioriteit als vestigingsgebied voor horeca, waarbij in het verleden een horecaconcentratiegebied is vastgelegd. Veel initiatieven richten zich evenwel op andere locaties in of buiten de binnenstad. Daaronder vallen ook bedrijventerreinen (bijvoorbeeld Middelland) en het buitengebied. Daarnaast willen diverse winkels ook horeca-activiteiten ontplooiën (*blurring*). Om initiatieven beter te kunnen toetsen wenst de gemeente meer inzicht in de wenselijke horecatypen naar deelgebied.

Dit rapport is een analyse t.b.v. de actualisering van de horecastructuurvisie 2010-2015 (BRO, 2010) en de door de gemeente Woerden opgestelde Beleidsbrief Horeca (19 februari 2015). Het beschrijft op basis van de stand van zaken (marktvraag en aanbod), bestaande plannen en trends een streefbeeld met aanbevelingen (uitgangspunten) voor horecabeleid, primair gericht op de binnenstad. Het streefbeeld is opgesteld door BRO en vormt de basis voor verdere uitwerking en actualisering van beleid en toetsingskaders door de gemeente Woerden.

Het onderzoek is mede bedoeld als input voor de nieuwe binnenstadvisie 'Kloppende binnenstad', die in ontwikkeling is. Dit streefbeeld voor de horeca is dan ook afgestemd met de opstellers van de binnenstadvisie.

Werkwijze

De horeca in de gemeente is uitgebreid verkend, middels bureauanalyse en ter plekke. Daarnaast werden diverse partijen betrokken bij de totstandkoming van dit streefbeeld, middels de onderstaande procesmomenten:

- gesprek met een ambtelijke vertegenwoordiging van de gemeente (4 mei en 24 mei 2017);
- participatie BRO in de opstelling van de Binnenstadvisie;
- gesprek met een vertegenwoordiging van de horecaondernemers en Kon. Horeca Nederland (28 juni 2017, zie verslag in bijlage 2);
- gesprek met wethouder Hans Haring, met als portefeuille o.a. Economische Zaken en Binnenstad (24 augustus 2017);
- diverse overlegmomenten met opdrachtgever (ambtelijk), telefonisch en via e-mail.

Bij de verschillende gesprekken stonden het functioneren, de knelpunten en ontwikkelingskansen voor de horecasector centraal, met name in de binnenstad. Deze input is zo goed mogelijk verwerkt in het streefbeeld, voor zover passend binnen de reikwijdte hiervan. Het onderzoek werd begeleid door de gemeente Woerden.

Opzet van het rapport

Dit door BRO aanbevolen streefbeeld voor de horeca kan dienen als voorzet voor een toetsingskader voor initiatieven uit de sector. In het streefbeeld komen de volgende onderdelen aan de orde:

- Samenvatting en aanbevelingen beleid (hoofdstuk 2);
- Aanbodanalyse en beleid (hoofdstuk 3);
- Vraagpotentieel, trends en uitbreidingsruimte (hoofdstuk 4);
- Ontwikkelingsperspectief horeca gemeente Woerden algemeen (hoofdstuk 5);
- Ontwikkelingsperspectief naar deelgebied (hoofdstuk 6).

2. SAMENVATTING EN AANBEVELINGEN

Een sterkere positie van horeca in de binnenstad

Woerden heeft een belangrijke regionale verzorgingsfunctie. Overheid, bedrijfsleven, bewoners en andere betrokkenen werken er nauw samen aan een sterke en vitale binnenstad, geënt op de eigen kernkwaliteiten. De horeca in Woerden is redelijk gevarieerd en kwalitatief overwegend goed, ook qua uitstraling en inrichting van de buitenruimte (terrassen). In verhouding tot het lokale en regionale consumentendraagvlak is het aanbod in aantal zaken evenwel, zeker in de binnenstad, opvallend bescheiden.

De huidige en toekomstige algemene groei en dynamiek in de horecasector biedt ook voor Woerden veel kansen voor productverbreding en uitbreiding. Een veelzijdiger horeca-aanbod versterkt de woon-, werk- en vrijetijdsbestemming van de gemeente en draagt zo bij aan een grotere economische en maatschappelijke betekenis, naamsbekendheid en een sterker imago. Bovendien is de interactie van horeca met andere centrumfuncties als detailhandel, warenmarkt, cultuur en dienstverlening groot. De sector is daarnaast een belangrijk bindend element in de toeristische en zakelijke ontwikkeling van de stad. Uitbreiding van de horeca moet primair plaatsvinden in de binnenstad, zowel gericht op bezoekers overdag als 's avonds. Het bestaande horecaconcentratiegebied moet hiertoe worden uitgebreid, waarbij vooral de Rijnstraat als een kansrijk vestigingsmilieu wordt beschouwd.

Nieuwe horecazaken moeten bij voorkeur complementair zijn aan het bestaande aanbod, met onderscheidende concepten (qua product, vormgeving, inrichting en uitstraling) die inspelen op de veranderende consumentenvraag. Ondergeschikte horeca-activiteiten bij winkels (blurring) voorzien in een duidelijke consumentenbehoefte en kunnen (onder voorwaarden) worden toegelaten in de binnenstad. Juist dit soort 'bijzondere' horeca trekt immers nieuwe doelgroepen. Belangrijk is een 'gelijk speelveld' voor horeca-activiteiten (bijvoorbeeld t.a.v. bouwkundige- en inrichtingseisen, terrassen, handhaving, etc.), ook bij horeca-activiteiten vanuit detailhandel, dienstverlening, cultuur en andere bedrijven.

Ook elders in Woerden perspectief voor nieuwe horeca

In de horeca bestaat landelijk een onmiskenbare trend naar schaalvergroting. Indien voor nieuwe grootschalige horecazaken aantoonbaar geen fysieke ruimte kan worden gevonden in de binnenstad, moet worden gezocht naar een randlocatie. Middelland-Noord biedt hiervoor de beste kansen, gecombineerd met een integrale herontwikkeling van dit gebied en een goede fiets-voetverbinding met de binnenstad.

Vestiging van nieuwe horeca elders in Woerden is alleen wenselijk indien het primair een ondersteunende functie heeft voor een woonwijk, dorp of bedrijventerrein. In het buitengebied is horeca een essentiële functie ter versterking van toeristische knooppunten en recreatievoorzieningen.

In hoofdstuk 5 en 6 worden het ontwikkelingsperspectief en de randvoorwaarden voor (nieuwe) horeca in Woerden nader beschreven.

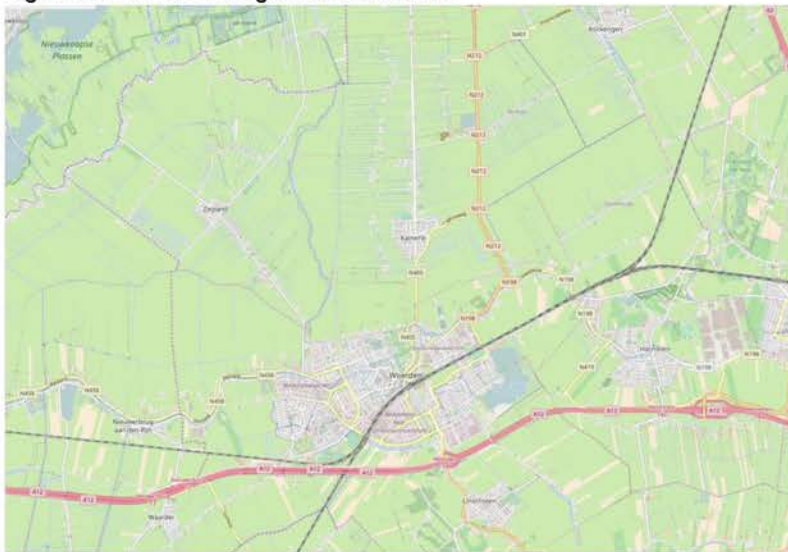
3. AANBODANALYSE HORECA WOERDEN

3.1 Inleiding

We starten met het in beeld brengen van het huidige horeca-aanbod in de gemeente Woerden. Allereerst wordt ingegaan op de horeca in de totale gemeente. Vervolgens wordt specifiek ingezoomd op het aanbod en het functioneren daarvan in de binnenstad en elders in Woerden. We sluiten af met de relevante ambities van de gemeente Woerden.

De aanbodcijfers zijn (tenzij anders vermeld) afkomstig van HorecaDNA, die het databestand heeft overgenomen van het voormalige Bedrijfschap Horeca en Catering. Deze cijfers zijn mede afkomstig van het CBS en worden door veel onderzoeksbureaus gehanteerd vanwege hun actualiteit en eenduidigheid. Voor dit onderzoek zijn voor Woerden de meest actuele gegevens opgevraagd. Voor elke gemeente in Nederland is het bestand op dezelfde wijze opgezet. Voor de gehanteerde definities en brancheafbakeningen van HorecaDNA verwijzen we naar bijlage 1.

Figuur 3.1: Kernen in de gemeente Woerden



3.2 Horeca in Woerden in perspectief

Ontwikkeling horeca in de gemeente

De horecasector in de gemeente Woerden telt in totaal 92 bedrijven. Er zijn vier hotels, met totaal circa 135 kamers.

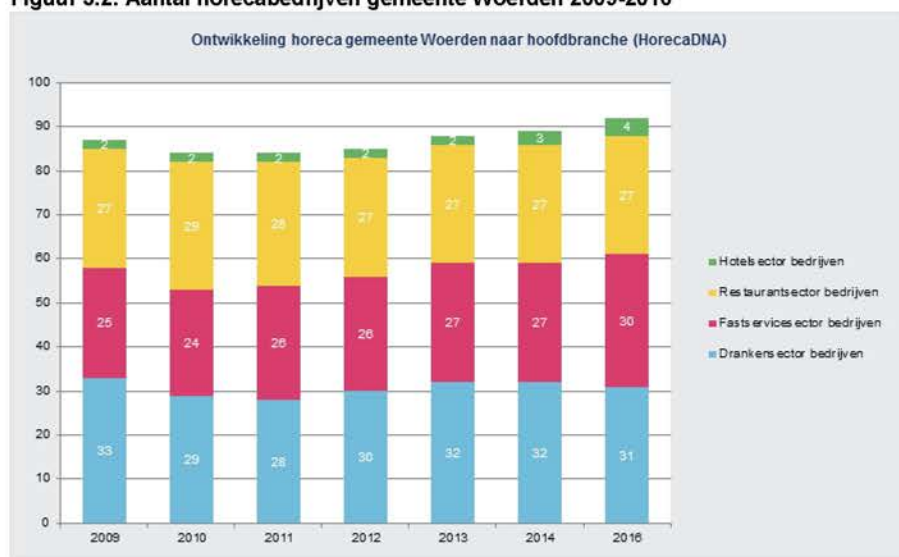
Tabel 3.1: Aantal horecabedrijven gemeente Woerden 2009-2016

| | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2016 |
|------------------|------|------|------|------|------|------|------|
| Drankensector | 33 | 29 | 28 | 30 | 32 | 32 | 31 |
| Fastfoodsector | 25 | 24 | 26 | 26 | 27 | 27 | 30 |
| Restaurantsector | 27 | 29 | 28 | 27 | 27 | 27 | 27 |
| Hotelsector | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 4 |
| Totaal | 87 | 84 | 84 | 85 | 88 | 89 | 92 |

Bron: HorecaDNA, 2017

Het aantal horecazaken is in Woerden sinds 2009 toegenomen met per saldo 5 zaken. In 2010 en 2011 was er met totaal 84 zaken een duidelijke 'dip' in het aanbod.

Figuur 3.2: Aantal horecabedrijven gemeente Woerden 2009-2016



Bescheiden horeca-aanbod

Ten opzichte van het landelijke gemiddelde beschikt de gemeente Woerden qua omvang over een nogal beperkt horeca-aanbod. Per 10.000 inwoners zijn er 17,2 horecazaken beschikbaar t.o.v. 23,2 zaken gemiddeld in Nederland. Met name het aanbod aan drankverstrekkers (cafés, bars) en restaurants is benedengemiddeld. We benadrukken overigens dat aantallen niet allesbepalend zijn voor de attractiviteit van de sector: kwaliteiten, presentatie, service en onderscheidend vermogen zijn in de horeca in wezen veel belangrijker.

Tabel 3.2: Aantal horecabedrijven gemeente Woerden naar sector per 10.000 inwoners

| | Woerden | Nederland |
|------------------|---------|-----------|
| Drankensector | 6,1 | 9,9 |
| Fastfoodsector | 5,9 | 6,8 |
| Restaurantsector | 5,3 | 6,6 |
| Totaal | 17,2 | 23,3 |

Bron: HorecaDNA, 2017

De horecazaken in de gemeente zijn met gemiddeld 164 m² verkoopvloeroppervlak exact even groot als landelijk. Wel zijn er duidelijke verschillen tussen branches. De drankenverstrekkers (w.o. eetcafés) zijn ca. 31% groter dan landelijk, maar de fastfoodzaken en restaurants zijn juist kleiner (resp. 16% en 21%). In de laatste twee branches is de landelijke schaalvergroting dus nog niet goed zichtbaar.

Tabel 3.3: Gemiddelde omvang horecabedrijven gemeente Woerden naar sector

| | Woerden | Nederland |
|------------------|---------|-----------|
| Drankensector | 298 | 228 |
| Fastfoodsector | 58 | 69 |
| Restaurantsector | 130 | 165 |
| Totaal | 164 | 164 |

Bron: HorecaDNA, 2017

Er zijn in de gemeente geen restaurants met een bekroning van Michelin. Wel heeft JanZen (Rietveld, in buitengebied) een Bib Gourmand.



Overwegend goede kwaliteit...

De horeca in de gemeente Woerden kan in algemene zin worden omschreven als goed, gevarieerd en met een overwegend verzorgde uitstraling. Voor een belangrijk deel is het aanbod echter wat traditioneel van karakter, bijvoorbeeld qua menukeuze, nationaliteit keuken, inrichting en uitstraling. Vooral rond het Kerkplein (Arsenaal, Van Rossum) en in de Rijnstraat hebben zich de afgelopen jaren enige opvallende nieuwe zaken gevestigd.

De diverse restaurants elders in de hoofdkern Woerden zijn opvallend verspreid gevestigd. Er is geen sprake van heldere concentratiegebieden, waarbij zaken optimaal van elkaars wervingskracht en andere functies (detailhandel, cultuur, etc.) kunnen profiteren. Diverse zaken bevinden zich op bedrijventerreinen. Grotere Woerdense leisurebedrijven als Starbowling (Houttuinlaan), De Pretfabriek en Golf in the Dark hebben eigen, ondersteunende horeca. Horecazaken met een belangrijke zakelijke 'meeting' functie zijn Kasteel Woerden (centrum), MeetINOffice (Middelland Noord) en de Hall (Middelland Zuid).

Bijzondere trekkers in het buitengebied zijn Kameryck, De Boerinn en Kasteel Huize Harmelen. Opvallend is dat deze relatief grote bedrijven zich, zowel op de particuliere als de zakelijke markt richten. Dit

mede door hun moderne en hoogwaardige product en in combinatie met allerlei recreatieve en zakelijke activiteiten.

... maar weinig beeldbepalende concepten en nieuwe horecaformules

Hoewel het bestaande aanbod van horeca overwegend goed inspeelt op de behoefte zijn er maar weinig echt bijzondere, onderscheidende concepten. Dergelijke 'iconische', vaak innovatieve zaken kunnen in praktijk veel extra bezoekers trekken, ook van buiten de gemeente. Ook de andere zaken in de stad profiteren daarvan. Innovatieve horecazaken onderscheiden zich bijvoorbeeld o.b.v. hun omvang, menukeuze, vormgeving/uitstraling, unieke productcombinaties, vestigingslocatie of (meervoudige) doelgroepen. Hoewel dit soort zaken zeker niet altijd succesvol zijn, kunnen ze het lokale horeca-aanbod wel verbreden en nieuwe doelgroepen aantrekken.

Een aantal *willekeurige* voorbeelden van innovatieve horecaconcepten staat hieronder vermeld. Het betreft een beknopte selectie van vooral Nederlandse concepten, bedoeld als illustratie wat het begrip 'innovatie' in de horecasector zoal kan omvatten.

-
- **Villa Augustus** (Dordrecht) => Unieke combinatie horeca, hotel, eigen moestuin en vergaderen. Gevestigd in een voormalige watertoren met pompgebouw; bijzondere architectuur.
 - **Down Town Gourmet Market** Eindhoven=> 20 complementaire eet- en drinkgelegenheden samen in sfeervolle ruimte in binnenstad, deels met eigen outlet aan straatzijde. Groot en sfeervol gezamenlijk terras.
 - **Foodhall Mout** (Hilversum) => Bijzondere combinatie van een stadsbrouwerij met restaurant, bar en een kleine foodcourt. Gevestigd in een monumentaal garagepand aan de rand van het centrum.
 - **Bierfabriek** (3 steden) => Brouwerij met restaurant (beperkte kaart), self-service taptafels. Robuuste vormgeving en interieur. Ruim opgezet.
 - **Radio Royaal** (Eindhoven) => Groot restaurant met een Frans-Duitse keuken in het voormalige energiehuis van Philips op Strijp-S, in opvallende industriële en robuuste entourage.
 - **Brouwerij Jopenkerk** (Haarlem) => Grand Café, restaurant, proeverijen en zalenverhuur in een voormalige kerk. Het bier wordt ter plekke gebrouwen en geniet een toenemende naamsbekendheid.
 - **Mr Mofongo** (Groningen) => Kleurrijke cocktailbar met bijzondere vormgeving en spectaculaire, computergestuurde robotarm die de cocktails maakt. Tevens Rooftop Wine Bar & Greenhouse.
 - **Zandfoort aan de Eem** (Amersfoort) => Horeca- en feestlocatie in Beach- en Loungesfeer, in sfeervol aangeklede industriële loods. Inclusief groot terras en strand met zicht op de Eem. Officiële trouwlocatie.
 - **Vroeg** (Bunnik) => Combinatie ambachtelijke bakkerij, restaurant, vergaderzalen en verkoop streekproducten in een monumentale boerderij.
 - **Restaurant Loopings** (wereldwijd) => Entertainment pur sang: elk gerecht wordt via een rollercoaster-systeem, zichtbaar voor iedereen, naar de juiste tafel gebracht. Bestelling via touchscreens.
 - **Eataly** (internationaal) => Trendsettende combinatie van verkoop, horeca (veelzijdig), voorlichting, bijeenkomsten en andere activiteiten rond thema 'Slow Food'. Hoogwaardige vormgeving.
 - **Maatschappelijke concepten** => Zie paragraaf trends.
-

Ook het aantal moderne, relatief grootschalige familie- en buffetrestaurants is in Woerden beperkt, ondanks de grote landelijke dynamiek in deze sector. Eetcafé De Beren (Utrechtsestraatweg) is een

voorbeeld, maar deze zaak is in tegenstelling tot de meeste zusterbedrijven matig bereikbaar per auto.

Ook in relatie tot verzorgingsfunctie beperkte horecacapaciteit in Woerden

Ook ten opzichte van in diverse opzichten vergelijkbare plaatsen beschikt Woerden over een beperkte horecacapaciteit (per 10.000 inw.). De referentieplaatsen hebben een vergelijkbaar inwonertal en evenals Woerden een duidelijke hoofdkern, primair lokaal verzorgende functie, geen uitgesproken toeristische functie en liggen 15 tot 25 kilometer van een grotere stad. In Woerden is vooral de drankensector relatief beperkt, maar ook het aantal restaurants is in de meeste andere plaatsen beduidend hoger. Er bestaat in Woerden dan ook marktruimte voor aanvullend aanbod van horecazaken. Deze marktruimte wordt in paragraaf 4.6 nader becijferd.

Tabel 3.4: Aantal horecabedrijven naar sector in referentiegemeenten

| | Woerden | Barneveld | Doetinchem | Oosterhout | Schagen | Waalwijk |
|----------------------------|-----------|-----------|------------|------------|---------|----------|
| Aantal inwoners | 51.161 | 55.441 | 56.877 | 54.018 | 46.159 | 47.021 |
| Horecazaken totaal* | 88 | 113 | 125 | 106 | 132 | 95 |
| Drankensector | 31 | 45 | 48 | 45 | 68 | 30 |
| Per 10.000 inw. | 6,1 | 8,1 | 8,4 | 8,3 | 14,7 | 6,4 |
| Fastservice | 30 | 33 | 48 | 35 | 27 | 32 |
| Per 10.000 inw. | 5,9 | 6 | 8,4 | 6,5 | 5,8 | 6,8 |
| Restaurants | 27 | 35 | 29 | 26 | 37 | 33 |
| Per 10.000 inw. | 5,3 | 6,3 | 5,1 | 4,8 | 8 | 7 |

Bron: HorecaDNA, 2017.

Zichtbare kwaliteitsverbetering

Sinds 2010 (de vorige horecavisie) hebben zich enige opvallende ontwikkelingen voorgedaan in de Woerdense binnenstad:

- kwaliteitsversterking in algemene zin (in de beoordeling van BRO zichtbaar in o.a. een verbeterde presentatie/uitstraling, inrichting, menukeuze);
- vestiging Stadshotel en innovatieve horecaformule Van Rossum (unieke vormgeving, combinatie verschillende activiteiten/horecatypen in één zaak, laagdrempelig karakter);
- enige nieuwe zaken op het Kazerneplein, deels vervanging bestaande zaken;
- toenemende, consumentgerichte functiemenging detailhandel en horeca (Bakker Van Maanen, OOK, etc.);
- dynamiek (vestiging nieuwe horecazaken) in noordwestelijk deel Rijnstraat.

In het buitengebied deden zich weinig ontwikkelingen voor in de horecasector.

3.3 Horeca Woerden geografisch

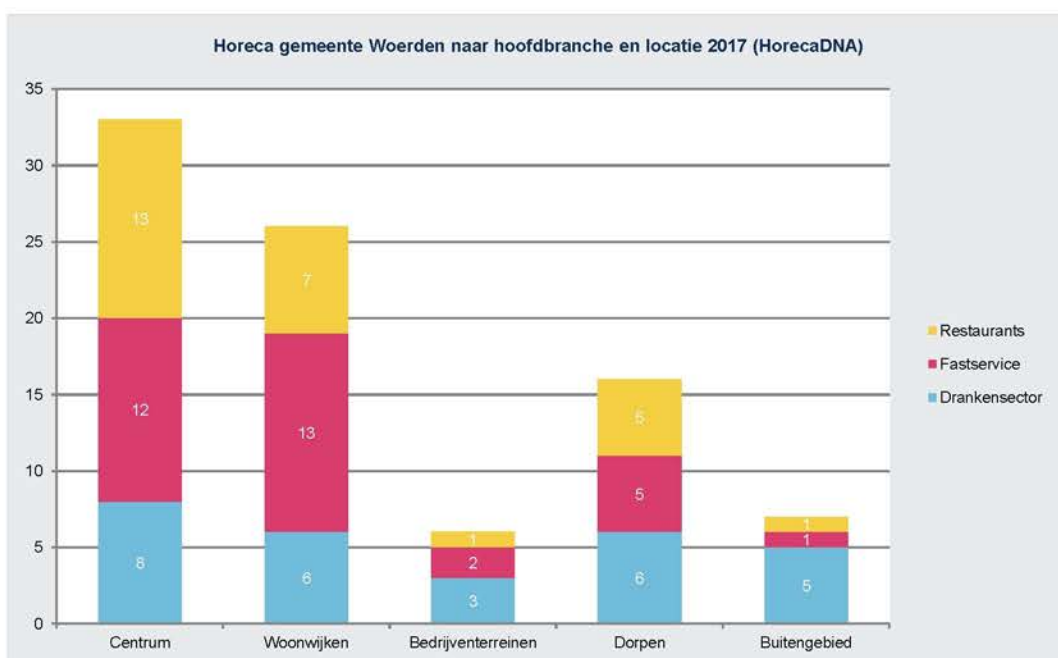
Woerden is een goed bereikbare stad, op korte afstand van de stad Utrecht. De gemeente bestaat uit de kernen Woerden, Harmelen, Kamerik en Zegveld. Woerden ligt aan de rand van het Groene Hart,

het relatief dunbevolkte maar toeristisch-recreatieve zeer attractieve veenweidegebied binnen de Randstad.

Gemeente

Het horeca-aanbod in de hoofdkern Woerden (bijna 37.000 inwoners) bevindt zich voor een groot deel in het centrum i.c. de binnenstad (totaal 33 zaken), maar de concentratiegraad is met 38% van het gemeentelijke aanbod relatief laag. In de woonwijken zijn namelijk 26 horecazaken gevestigd (30% van het totaal), met een accent op fastfood (snackbars etc.). Vijf zaken zijn op bedrijventerreinen gevestigd, vooral op Middelland. In de dorpen Harmelen, Kamerik en Zegveld bevinden zich 16 zaken, met een zeer gevarieerd branchepatroon. In het buitengebied tenslotte zijn zeven horecazaken gevestigd, waarvan de meeste een bredere recreatieve functie hebben.

Figuur 3.3: Aantal horecabedrijven gemeente Woerden naar deelgebied



Kern Woerden

De horeca in de binnenstad is onderwerp van par. 3.4. In de woonwijken is de horeca vooral gesitueerd in en rond de belangrijkste wijk- en buurtcentra, maar ook verspreid bevinden zich diverse zaken, waaronder enkele restaurants. Het accent op fastfood is gebruikelijk in woonwijken; vaak betreft het wijkverzorgende snackbars en andere fastfoodconcepten (w.o. delivery). Zes zaken zijn gevestigd op bedrijventerreinen, waaronder McDonald's (Botnische Golf), Proeflokaal Bregje, Heinde en Ver (Middelland-Noord, naast Star Bowling) en de Hall (Korenmolenstraat).

Kamerik

Het horeca-aanbod in de kernen Kamerik en Kanis bestaat uit twee eetcafés, een café en een ijssalon. Daarnaast zijn in het nabijgelegen buitengebied gevestigd:

- Kameryck: een moderne, veelzijdige horeca- en recreatiebestemming, die ook beschikt over zakelijke faciliteiten en eigen verblijfseenheden.
- De Boerinn is primair een recreatiebedrijf gericht op groepen. Daarnaast heeft het eigen horeca.

Harmelen

In Harmelen zijn vijf restaurants gevestigd, in diverse marktsegmenten. Ook hotel Het Wapen van Harmelen biedt een restaurant. Daarnaast zijn in dit dorp 3 fastservicezaken en twee cafés gevestigd. Kasteel Huize Harmelen, in het buitengebied, is primair een vergaderlocatie.

Zegveld

Het horeca-aanbod in Zegveld bestaat uit een café, fastservicezaak (Grieks restaurant) en Gasterij De Milandhof (tevens party- en vergadercentrum).

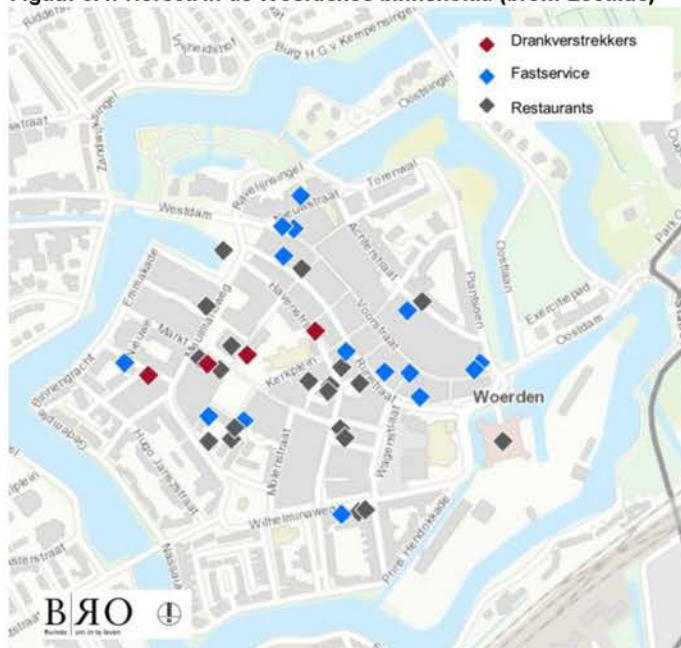
3.4 Horeca in de binnenstad

Huidige situatie

De horeca in de Woerdense binnenstad (totaal 33 zaken) is nogal verspreid. In het gebied Hogewoerd/ Groenendaal/Kazerne (het huidige horecaconcentratiegebied) zijn de meeste zaken gevestigd. Het betreft vooral restaurants, maar er zijn ook twee drankenverstrekkers gevestigd. Tevens bevindt zich hier het grootste terrasplein in de binnenstad. Het monumentale 'decor' van de Petruskerk, het Arsenaal en de Kazerne geeft het gebied een geheel eigen sfeer. Vooral het Kazerneplein kan worden getypeerd als een bijzonder en sfeervol horecaplein, maar het ligt wat verscholen t.o.v. het Kerkplein. Er is ruime terrascapaciteit.

Het horecaconcentratiegebied kent met ca. tien zaken een relatief bescheiden omvang en variatie. Daarbij moet wel worden aangetekend dat de loopafstanden in de (compacte) binnenstad kort zijn. In het concentratiegebied is geen vastgoed meer beschikbaar, dat fysiek en bouwkundig geschikt is (te maken) voor zelfstandige horecazaken.

Figuur 3.4: Horeca in de Woerdense binnenstad (bron: Locatus)



Een andere clustering van horeca ligt in de Havenstraat, tussen Kerkplein en Hogewoerd. Hier betreft het alleen restaurants. Ook in de Rijnstraat bevinden zich diverse zelfstandige horecazaken, verspreid over de gehele straatlengte. Ook in de Voorstraat (verspreid) en de Wilhelminaweg (westelijk van de Prinses Beatrixstraat) zijn diverse horecazaken gevestigd. Daarnaast liggen er diverse horecazaken (in alle branches) verspreid over de binnenstad. Het Kasteel is primair een evenementen- en vergaderlocatie.

Veel horecazaken in de binnenstad hebben zowel een dag- als een avondfunctie en trekken dus zowel winkelend publiek, toeristen als uitgaanspubliek aan. In ruimtelijke zin zijn dag- en avondfuncties ook gemixt. De horeca in het centrum van Woerden presenteert zich overwegend verzorgd, maar er zijn opvallend weinig vernieuwende en/of eigenzinnige concepten en de oriëntatie op jongere doelgroepen is opvallend bescheiden. De bijdrage van de horeca aan de centrumfunctie en recreatieve aantrekkingskracht van de binnenstad is qua omvang en variatie de afgelopen jaren onmiskenbaar toegenomen, maar nog steeds relatief bescheiden.



Ontwikkeling binnenstad

Op onderstaande afbeelding is de ontwikkeling van de horeca in de binnenstad tussen 2009 (de vorige horecavisie) en 2017 inzichtelijk gemaakt, naar branche¹. Het aanbod in de binnenstad is in deze periode toegenomen van 32 naar 39 zaken, dus met per saldo +22%. Vooral het aantal café-restaurants (+5), zaken gericht op bezorgen/halen (delivery, +3), lunchrooms en restaurants (beide +2) nam toe.

Figuur 3.5: Ontwikkeling horeca binnenstad Woerden 2009-2017



Opvallendste nieuwkomers sinds 2009 is het Stadshotel met daaronder restaurant Van Rossum in het monumentale Arsenaal. Overigens zijn ook elders in dit gebied en de overige binnenstad diverse mutaties geweest. In de Voorstraat en Rijnstraat doet zich een toenemende blurring (branchevermenging) voor in de vorm van winkels die ook horeca-activiteiten ontplooiën. Voorbeelden zijn Bakker Van Maanen, Hema en OOK (hoewel retail en horeca hier fysiek zijn gescheiden is het in de beleving van veel bezoekers één zaak).



¹ De cijfers voor dit gebied zijn afkomstig van het landelijke bedrijvenregister Locatus, omdat HorecaDNA (die we in dit kader als basis gebruiken, geen uitsplitsingen kan maken voor voorgaande jaren op dit gebiedsniveau.

Aanbod binnenstad in perspectief

Met totaal 39 zaken² is de horeca in de Woerdense binnenstad in kwantitatief opzicht opvallend bescheiden. Dit blijkt uit onderstaand overzicht, met de horecacapaciteit in binnensteden van (naar inwonertal) vergelijkbare gemeenten als Woerden. Gemiddeld zijn in deze binnensteden 66 horecazaken gevestigd. Het Woerdense aanbod ligt dus 41% lager.

Tabel 3.5: Aantal horecazaken in binnensteden van referentiegemeenten

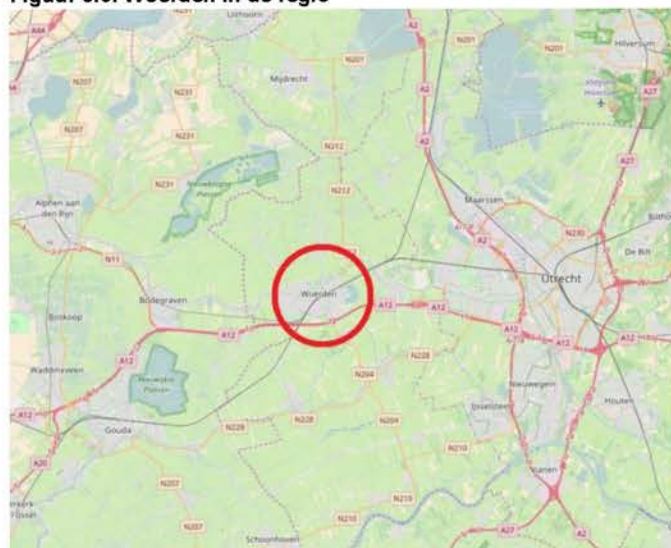
| | Aantal horecazaken in binnenstad/hoofdwinkelcentrum |
|--------------------------------------|---|
| Doetinchem | 82 |
| Kampen | 62 |
| Oosterhout | 71 |
| Schagen | 48 |
| Waalwijk | 40 |
| Weert | 87 |
| Zutphen | 71 |
| Gemiddeld referentiegemeenten | 66 |
| Woerden | 39 |

Bron: Locatus, 2017

3.5 Horeca in de regio

In tabel 3.6 wordt de horeca in Woerden vergeleken met de capaciteit in de omliggende gemeenten.

Figuur 3.6: Woerden in de regio



² Conform opgave Locatus.

Het horeca-aanbod in Woerden ligt met name in de drankensector en de hotelsector beduidend onder het gemiddelde in de regio, omgerekend per 10.000 inwoners. Ook het fastserviceaanbod en het restaurantaanbod is minder ruim vertegenwoordigd. In de omgeving van Woerden is het centrum van Utrecht de enige uitgaanskern met een duidelijke (boven)regionale betekenis. De horeca in Utrecht profiteert bovendien sterk van het toenemende aantal toeristische bezoekers in de stad.

Tabel 3.6: Aantal horecagelegenheden per 10.000 inwoners in Woerden en omliggende gemeenten

| | Woerden | Bode- graven- Reeuwijk | Nieuw- koop | De Ronde Venen | Stichtse Vecht | Utrecht | Mont- foort | Oude-wa- ter | Gemid- delde |
|------------------------------|---------|------------------------------|----------------|----------------------|-------------------|---------|----------------|-----------------|-----------------|
| Drankensector | 6,1 | 7,8 | 12 | 7,8 | 7,6 | 9,1 | 5,8 | 15,9 | 8,9 |
| Fastservicesector | 5,9 | 5,4 | 3,3 | 4 | 4,7 | 8 | 3,6 | 3 | 6,6 |
| Restaurantsector | 5,3 | 5,4 | 3,3 | 5,4 | 6,6 | 8,4 | 6,5 | 4 | 7,4 |
| Totaal zaken per 10.000 inw. | 17,2 | 18,6 | 18,6 | 17,2 | 18,9 | 25,5 | 15,9 | 22,9 | 22,9 |
| Totaal aantal horecazaken | 88 | 62 | 51 | 73 | 121 | 865 | 22 | 23 | 1217 |

Bron: HorecaDNA

4. VRAAGANALYSE, TRENDS, MARKTRUIMTE EN SWOT

4.1 Inleiding

In dit hoofdstuk beschrijven we de belangrijkste ontwikkelingen en trends, van invloed op het toekomstperspectief voor de horeca in Woerden. We gaan eerst in op de te verwachten bevolkingsontwikkeling in de gemeente en vervolgens op de potentiële (boven)regionale doelgroepen. Daarna beschrijven we de relevante plannen, landelijke trends, de indicatieve marktruimte in Woerden. We sluiten af met een sterkte-zwakteanalyse.

4.2 Bevolking en ontwikkeling

Primair draagvlak groeit

De gemeente Woerden telt 51.161 inwoners³. Hiervan wonen er 36.866 in de hoofdkern Woerden. Andere kernen in de gemeente zijn Harmelen (8.185 inwoners) Kamerik (3.805 inwoners) en Zegveld (2.305 inwoners). De verwachting is dat het totaal aantal inwoners van de gemeente Woerden nog zal groeien naar ca. 53.300 inwoners in 2025 en 54.000 inwoners in 2030⁴, een groei derhalve van +5,5% t.o.v. 2017.

Tabel 4.1: Leeftijdopbouw gemeente Woerden t.o.v. provincie en Nederland

| | Woerden | Provincie Utrecht | Nederland |
|--------------------|---------|-------------------|-----------|
| Jonger dan 20 jaar | 25% | 24% | 22% |
| 20 tot 40 jaar | 22% | 26% | 25% |
| 40 tot 60 jaar | 29% | 28% | 28% |
| 60 jaar of ouder | 20% | 18% | 20% |
| Totaal leeftijden | 100% | 100% | 100% |

Woerden is een jonge gemeente; een kwart van de inwoners is jonger dan 20 jaar. Voor cafébezoek is deze leeftijdscategorie overwegend te jong, maar ze zijn (vaak samen met hun ouders en vrienden) vooral georiënteerd op (moderne) familierestaurants, lunchrooms en 'hippe' koffiezaken. Ook festivals en evenementen (muziek, sport) zijn zeer in trek. De groep 20 tot 40 jaar is iets kleiner dan gemiddeld. Het betreft voor een belangrijk deel gezinnen met jongere inwonende kinderen, maar ook één- en tweepersoonshuishoudens. Deze leeftijdscategorie heeft een veelal actief vrijetijdspatroon en voelt zich aangetrokken tot alle horecatypen, waaronder kindvriendelijke familierestaurants in het budget- en middensegment. De gezinssituatie is daarbij sterk bepalend. Delivery wordt steeds populairder vanwege de volle agenda's.

³ CBS, Statline, wijken en buurten, april 2017

⁴ PBL / CBS regionale bevolkings- en huishoudensprognose 2016-2040

Bij de 'middengroep' 40 tot 60 jaar zijn de kinderen deels al uitwonend, waardoor men vaak een actiever recreatiegedrag buitenshuis heeft en in kleiner verband (stellen). De koopkracht is bij deze groep veelal wat groter dan in de jongere categorie en men bezoekt graag restaurants en terrassen. De groep 60+-ers ligt in Woerden rond het landelijk gemiddelde, maar iets boven het provinciale cijfer. Senioren worden steeds actiever, bezoeken graag en veelvuldig horeca overdag, zowel in binnensteden als in het buitengebied. Deze relatief koopkrachtige groep voelt zich vaak sterk aangetrokken tot cultuur(historie) en hecht aan service en een persoonlijke benadering.

Verbreding draagvlak essentieel voor productversterking

Woerden is een aantrekkelijke woonstad en het lokale consumentendraagvlak voor de horeca neemt door de bevolkingsgroei nog verder toe. Horeca is van wezenlijk belang in de integrale ontwikkeling en marketing van een gemeente, stad of dorp. Het verhoogt het onderscheidend vermogen en kan de aantrekkelijkheid voor en verblijfstijd van bezoekers aanmerkelijk verruimen. De ontwikkeling zal gericht moeten zijn op verschillende doelgroepen, die deels hun eigen voorkeuren hebben, maar elkaar vaak ook overlappen.

Zowel individuele horecazaken als de sector als geheel moeten zich in Woerden naar de mening van BRO richten op verbreding van product en doelgroepen. Dit betekent naast gasten uit de gemeente zelf (nu de belangrijkste doelgroep) meer bezoekers van buiten de gemeente, zoals inwoners uit de regio (incl. Leidsche Rijn), recreanten en zakelijke bezoekers. De structuurversterking van het centrum en de groeiende recreatie in het buitengebied bieden hiertoe zeker kansen. In het streefbeeld komen we hierop terug.

Toekomstige ontwikkeling economie en toerisme zeer positief

In 2016 bedroeg het Nederlandse bruto binnenlands product (bbp) in ruim 702 miljard euro⁵. Het bbp omvat de totale geldwaarde van alle geproduceerde finale goederen en diensten gedurende een jaar. De ontwikkeling van het bbp (waarde in werkelijke prijzen) vertoonde tussen 2007 en 2016 een groei van 14%, ondanks de economische recessie in die periode. De Nederlandsche Bank verwacht voor de komende jaren landelijk een economische groei van gemiddeld ca. 2% per jaar. In praktijk kan de nogal conjunctuurgevoelige horeca (hotels, cafés, restaurants, fastfoodzaken) hier sterk van profiteren.

Het aantal buitenlandse gasten in Nederland is de afgelopen jaren aanzienlijk toegenomen⁶. In 2016 werden 15,8 mln. buitenlandse gasten (toeristisch en zakelijk) verwelkomd. Op basis van de actuele trends en andere ontwikkelingen (lage euro, Brexit, terrorisme, etc.) verwacht het NBTC voor het inkomend toerisme in Nederland tot 2020 een jaarlijkse groei van gemiddeld 2%. Voor het binnenlands toerisme geldt in grote lijnen dezelfde toekomstverwachting. Ook dit is een positief gegeven voor de horeca.

⁵ CBS, betreft voor 2016 voorlopige cijfers.

⁶ Bron: NBTC; Toerisme in perspectief, juli 2016.

4.3 Doelgroepen regionaal en bovenregionaal

Regionaal draagvlak groeit

Door de ligging in de Randstad en de korte afstand tot de stad Utrecht en de grootschalige nieuwbouwwijk Leidsche Rijn kent de gemeente Woerden een relatief dichtbevolkte omgeving. In totaal wonen er in de omliggende gemeenten ca. 537.500 inwoners. Inclusief Woerden zelf omvat de regio zelfs ca. 588.685 inwoners.

Tabel 4.2: Inwonertal omliggende gemeenten

| | 2017 | 2025 | 2030 |
|---------------------|----------------|----------------|----------------|
| Bodegraven-Reeuwijk | 33.744 | 33.200 | 32.800 |
| Nieuwkoop | 28.020 | 28.500 | 28.500 |
| De Ronde Venen | 42.969 | 42.600 | 42.500 |
| Stichtse Vecht | 64.411 | 67.100 | 67.600 |
| Utrecht | 344.384 | 384.700 | 405.600 |
| Montfoort | 13.852 | 13.500 | 13.200 |
| Oudewater | 10.144 | 10.100 | 10.000 |
| Totaal | 537.524 | 579.700 | 600.200 |

Bron: CBS

De bevolking in de vermelde omliggende gemeenten zal tot 2025 groeien tot naar verwachting 579.700 inwoners in 2025 en 600.200 inwoners in 2030, een groei derhalve van +11,7% tot 2030⁷. Deze groei is verhoudingsgewijs groter dan in de gemeente Woerden, maar dit komt vooral door de verdere ontwikkeling van Leidsche Rijn.

Toerisme en recreatie bieden veel perspectief

De gemeente Woerden ligt midden in het Groene Hart, het grootste Nationale Landschap van Nederland. Met 95% agrarisch gebied is dit bovendien het meest agrarische Landschap, waardoor het een geheel eigen karakter en uitstraling heeft. Het Groene Hart heeft een zeer belangrijke recreatieve functie voor de inwoners van de Randstad. De belangrijkste recreatieve activiteiten zijn fietsen, wandelen en varen, maar ook voor zakelijke bijeenkomsten wordt het steeds populairder. Door de aspecten groen, rust en ruimte onderscheidt het gebied zich in hoge mate van het omliggende stedelijk gebied. Ook de gemeente Woerden kent enige toeristisch-recreatieve trekkers in het buitengebied.

De toeristische functie van het centrum van Woerden neemt toe, maar is nog steeds relatief bescheiden. Kansen zijn er evenwel genoeg, door de Romeinse geschiedenis en het verleden als vestigingsstad. Het is allemaal nog goed zichtbaar in de ruimtelijke structuur, het Kasteel, Arsenaal, de singels en de stadsgrachten. In 2016 ontving het Stadsmuseum ruim 12.000 bezoekers, ook van buiten de gemeente. Het 'Drive-in Museum' in de Castellumgarage is uniek in Nederland. Ook kunnen in Woerden rondvaarten worden gemaakt met een replica van een Romeins vrachtschip. In Het Klooster worden frequent theatervoorstellingen geprogrammeerd, met vooral een lokale verzorgingsfunctie. Een

⁷ PBL / CBS regionale bevolkings- en huishoudensprognose 2016-2040

verdere versterking van de toeristisch-recreatieve structuur in Woerden, gebaseerd op de belangrijkste kernwaarden van de stad, genereert extra bestedingspotentieel voor de horeca.

Het enige jaren geleden geopende, sfeervolle en relatief kleinschalige Stadshotel (25 kamers) is gehuisvest in het monumentale Arsenaal aan het Kerkplein. Juist buiten de oude binnenstad ligt het recent ingrijpend gerenoveerde Best Western City hotel, met totaal 64 kamers. In Harmelen is Hotel Het Wapen van Harmelen (42 kamers) een belangrijke logiesverschaffer voor particuliere en zakelijke gasten.

Aan de Middellandbaan (zuidelijk van de spoorlijn) bevindt zich bioscoop AnnexCinema en aan de Houttuinlaan Star Bowling. In de Prefabriek (Oostzee) bevindt zich zowel een binnenspeeltuin als een indoor midgetgolfbaan (Golf in the Dark).

In het buitengebied is een bescheiden aanbod van verblijfscreatie. Er is één reguliere camping (Batenstein) en een aantal minicampings in het buitengebied. Kameryck verhuurt bijzondere 'Veldhuysjes'. Er voeren vele fiets-, wandel- en vaarroutes door de gemeente.

Zakelijke markt is kansrijk, maar kritisch

De zakelijke markt kent in Woerden een groeiende betekenis. Woerden ligt zeer centraal in Nederland en is goed bereikbaar per auto en openbaar vervoer. Woerden kan worden beschouwd als 'toegangspoor' tot de Randstad. Met de beoogde komst van een nieuw Van der Valk hotel langs de A12 zal de zakelijke markt voor Woerden sterk in betekenis toenemen.

De zakelijke markt is in Woerden en de omliggende gemeenten omvat in totaal respectievelijk 4.910 en 55.120 bedrijfsvestigingen en respectievelijk 26.610 en 316.800 arbeidsplaatsen⁸. Gezamenlijk genereren zij een omvangrijk en groeiend draagvlak voor de lokale en regionale horeca. Hun behoefte richt zich vooral op:

- nette vergaderruimten i.c.m. goede catering en faciliteiten (ICT, projectie-apparatuur);
- hoog serviceniveau;
- ruimte voor (bedrijfs)borrels en productpresentaties;
- mogelijkheden voor aansluitende recreatieve activiteiten (teambuilding);
- voldoende parkeergelegenheid voor auto's;
- overnachtingsmogelijkheden in de omgeving (bij meerdaagse bijeenkomsten);
- et cetera.

Behalve de horeca richten ook andersoortige voorzieningen zich steeds meer op deze relatief koopkrachtige markt. Voorbeelden zijn theaters, musea, vermaakscentra, landhuizen en kastelen. De horeca kan hier op inspelen middels het bieden van catering, arrangementen en andere samenwerkingsvormen.

⁸ Zowel voltijd- als deeltijdbanen. Bron: LISA 2017.

4.4 Relevante plannen

In de gemeente zijn de volgende, hier relevante, plannen bekend.

Plannen in binnenstad

- Vanuit het concept 'Woerden Boerenmarkstad' moet de stad met o.a. de kaasmarkt, streekmarkt, koeienmarkt en graskaasdag uitgroeien tot dé marktplek in de regio, met een attractieve toeristisch-recreatieve uitstraling.
- Sinds mei 2017 is het Kaaspakhuis geopend. Het is gevestigd aan de Emmakade en gehuisvest in een eigentijds pand. Dit unieke proef- en smaakcentrum is geheel gericht op het product kaas, waarbij leren, kijken en proeven centraal staan.
- Voor de Wagenstraat bestaan diverse (nog niet concrete) ideeën voor een ruimtelijk-functionele herontwikkeling.
- Vestiging van een culturele functie met horeca in het voormalige Wasserijsgebouw/Ketelhuis (Defensierrein).

Plannen elders in Woerden

- Het noordelijk deel van bedrijventerrein Middelland kent veel leegstand van m.n. kantoorruimten. Er bestaan (richtinggevende) plannen voor een transformatie tot een gemengd gebied, waaronder wonen en ondersteunende functies als detailhandel en horeca. Het zuidelijk deel van Middelland blijft werkgebied.
- Aanleg recreatieplas Cattenbroek, inclusief speelvoorzieningen, horeca en ruimte voor evenementen.
- Vestigingsplannen Hotel van der Valk met restaurant en vergaderaccommodatie nabij afrit A12.
- Vestiging van een theehuis annex restaurant in de Brediusboerderij (Kievitstraat 44) in het Brediuspark. De gemeente stelt als voorwaarde, dat de zaak qua formule en uitstraling moet aansluiten op de bijzondere landschappelijke en cultuurhistorische kwaliteiten van het Brediuspark.

4.5 Landelijke trends en ontwikkelingen

Er hebben zich de afgelopen jaren veel ontwikkelingen voorgedaan in de (restaurantieve) horeca, zowel aan de vraag- als de aanbodzijde. We beperken ons in dit overzicht tot de hoofdlijnen, aangezien er in en rond de zeer veelzijdige horecasector vele trends spelen, zowel op macro- als microniveau. Voor de beschrijving hebben we geput uit vele bronnen, onderzoeken (o.a. CBS, HorecaDNA, NRIT, KHN), horeca- en algemene media en vele gesprekken met ondernemers en grote horecaformules.

Er zijn in Nederland bijna **41.000 horecazaken**, waaronder bijna 17.000 drankverstrekkers, 12.300 fastservice-zaken (snackbars, etc.) en 11.600 restaurants. In 2015 realiseerde de restaurantieve horeca (dus excl. hotels) een totale omzet van **ca. 13,6 miljard euro**. Hoewel de bestedingen in de sector de afgelopen jaren fors zijn gestegen en de **toekomstverwachting** eveneens **positief** is, bestaat er landelijk een overaanbod van 'traditionele' horeca. Er is 'teveel van hetzelfde'. Anno 2017 bestaan er vooral ontwikkelingskansen voor zaken die zich qua thema, product, service en marketing sterk en

onderscheidend profileren. Opvallend is de recente opkomst van (soms grootschalige) buffetrestaurants, tapasformules, koffie- en 'craft'-bierconcepten.

De **vrijtijdseconomie** toont nog steeds een sterke expansie. Vrijwel elke Nederlander bezoekt tegenwoordig wel eens een horecazaak, in welk verband en met welk motief dan ook. Bovenal verwacht men een aantrekkelijke, al dan niet bijzondere '**beleving**' en men is in het algemeen bereid daarvoor een faire prijs te betalen. Daarnaast laten steeds meer mensen zich echter leiden door kortingsacties. De groeiende groep (**koopkrachtige**) **ouderen** wil optimaal genieten van haar ruime vrije tijd. Ook het groeiende aantal kleine huishoudens leidt tot extra consumptie buitenshuis. Het aantal dagelijkse 'eetmomenten' neemt nog steeds toe. Tenslotte leveren de sterk toenemende overnachtingen van **buitenlandse toeristen** veel extra vraagpotentieel voor de horeca.

In toenemende mate wordt het **economisch en sociaal-maatschappelijk belang** van een sterke horecasector erkend, ook door overheden. Horeca richt zich steeds meer op **vermaak en beleving** en moderne zaken zijn actief bezig met productontwikkeling, marketing en organisatie van activiteiten en arrangementen. Sterke horeca zet een gebied op de kaart, ook voor bovenlokale bezoekers. Dit heeft ook effecten op de ruimtelijke eisen en structuur van de sector.



De belangrijkste trends zijn als volgt, inclusief de relevantie voor Woerden, die verder wordt toegelicht in de toekomstvisie:

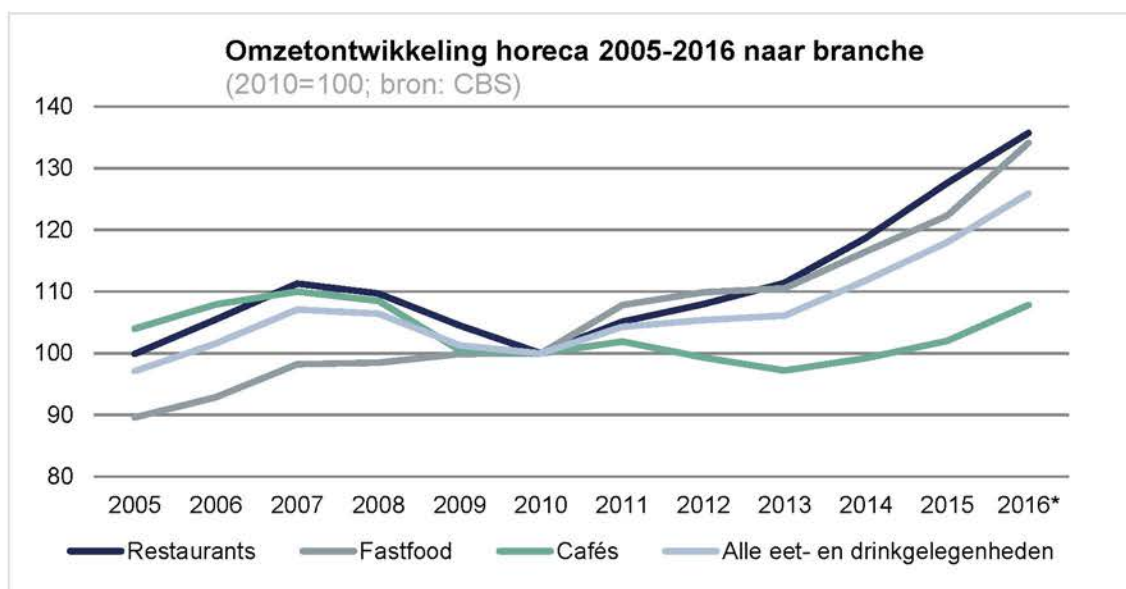
- **Multifunctionaliteit:** horecabedrijven bieden een steeds bredere menukeuze, met per dagdeel soms verschillende doelgroepen. Ook worden vaker recreatieve en culturele activiteiten georganiseerd.
⇒ *Voor Woerden een kansrijke trend, ook vanwege de groeiende toeristisch-recreatieve betekenis van de gemeente.*
- **Vervlechting horeca, detailhandel en cultuur:** Traditioneel baseren bestemmingsplannen zich primair op hoofdfuncties als horeca (al dan niet met verkoop alcoholhoudende dranken), cultuur of detailhandel. Mede door de veranderende consumentenwensen, multifunctionaliteit en 'blurring' ontstaan steeds meer combinatievormen. Bijvoorbeeld een dagelijkse of niet-dagelijkse winkel (mode, woninginrichting, boeken, etc.) of bibliotheek met gelegenheid voor koffiedrinken of lunchen. Vanuit de landelijke regelgeving is hier overigens in principe alleen consumptie van niet-alcoholhoudende dranken toegestaan.
⇒ *Deze ontwikkeling is ook in Woerden zichtbaar, ook in het kernwinkelgebied. Aangezien het soms unieke en beeldbepalende zaken/concepten betreft kunnen ze de verzorgingsfunctie van Woerden versterken, wat leidt tot extra bezoekers.*

- **Schaalvergroting:** de ruimtebehoefte van horecazaken neemt toe, vanwege de gewenste multifunctionaliteit, consumentenbehoefte en/of omzeteisen. De opkomst van de zogenaamde Wereldrestaurants (grootschalige buffetrestaurants met een mondiale keuken) en andere 'fast casual'formules (La Place, Happy Italy, Vapiano) vormen de meest recente exponenten hiervan.
 - ⇒ *De Woerdense binnenstad biedt slechts beperkte fysieke mogelijkheden voor grootschalige horecaformules. Er moet voor sommige bedrijfstypen worden gezocht naar een alternatief vestigingsmilieu, bij voorkeur op loopafstand (max. 600-700 meter) van het centrum.*
- **Opkomst traffic-locaties:** doelgericht bezochte horecaketens gericht op fastservice en 'casual dining' (met doorgaans een relatief grote ruimtebehoefte) oriënteren zich steeds meer op lokaal en regionaal goed bereikbare voorzieningenconcentraties met ruime parkeergelegenheid. Vaak betreft het locaties langs snelwegen. In Woerden is alleen McDonald's een voorbeeld.
 - ⇒ *In Woerden bestaan wellicht opties rond het centrum of nabij de A12.*
- **Vestiging horeca in industrieel of militair erfgoed:** De robuuste, ongepolijste en 'stoere' uitstraling van dit soort vastgoed, beschikbare ruimte en parkeerruimte bieden bijzondere kansen voor bijzondere horecaconcepten en aanverwante activiteiten. Ook wel gekenschetst als 'Nouveau Ruig'.
 - ⇒ *In Woerden zijn het Stadshotel/Van Rossum (Arsenaal) en de horeca in de historische kazernegebouwen goede voorbeelden. Ook het Defensieterrein (De Wasserij) biedt potenties voor dergelijke horeca.*
- **Opkomst drankspecialiteiten:** Cafés waren in Nederland van oudsher sterk gericht op het schenken van bier, met een beperkte keuze aan andere dranken. Hoewel speciaalbieren ('Craft Beers') weer in opkomst zijn, is ook de groeiende populariteit van wijn en gedestilleerd (cocktails, whiskey, gin) opvallend. Soms betreft het zelfstandige horecazaken. Het aantal koffiezaken groeit sterk, met landelijke spelers als Starbucks en Coffeecompany. Voor jongeren en ZZP-ers hebben deze zaken vaak een belangrijke ontmoetingsfunctie. Voor de vermelde horecatypen is vooral de binnenstad een kansrijk vestigingsmilieu.
 - ⇒ *In Woerden vestigen zich steeds meer koffieformules en horecazaken leggen een groter accent op speciaalbieren. In de overige drankspecialiteiten is de ontwikkeling vooralsnog beperkt.*
- **Opkomst horeca met maatschappelijke betrokkenheid** en inzet van personeel met een achterstand tot de arbeidsmarkt. Voorbeelden zijn Brownies&downieS, The Colour Kitchen en Bakkerij/lunchcafé Driekant te Zutphen. Restaurant Instock kookt alleen met voedseloverschotten of producten met een afwijkende maat of uiterlijk. Mede vanwege de maatschappelijke functie zijn deze zaken soms zeer populair.
 - ⇒ *In Woerden is een vestiging van lunchcafé Brownies&downieS (inzet mensen met een verstandelijke beperking of achterstand tot de arbeidsmarkt), maar door de brede verzorgingsfunctie zijn er in de binnenstad meer van dit soort zaken mogelijk. Ze verbreden het aanbod en trekken deels nieuwe doelgroepen.*
- **Toenemende betekenis buitenfestivals met een accent op het thema food.** Vaak zijn er foodtrucks aanwezig en wordt vooral vers, biologisch en 'streekeigen' voedsel aangeboden, binnen een breed programma met entertainment, muziek en cultuur.
 - ⇒ *De functie en positionering van Woerden in het Groene Hart biedt in dit opzicht bijzondere kansen, zoals het festival StraatVoer reeds bewees.*

4.6 Indicatie uitbreidingsruimte horeca Woerden

Perspectief voor onderscheidende horeca

Mensen eten steeds meer 'buiten de deur'. Deze markt is inmiddels al goed voor een derde van de consumentenbestedingen aan eten. Het gaat daarbij niet alleen om 'reguliere' horeca, maar ook om eten binnen nieuwe winkelconcepten, foodfestivals, op het werk, etc. Goede horeca is essentieel voor een sterke (toeristische) gebiedsontwikkeling. Het belichaamt immers de brede toegankelijkheid en gastvrijheid. De horecasector stond jarenlang economisch onder druk, maar vertoont sinds enige jaren landelijk weer opvallend positieve cijfers. Dit geldt met name voor de fastfoodbranche en restaurants en hotels. Alleen in de branche cafés blijft de groei wat achter.



De horeca is kortom een veerkrachtige sector. Nog steeds onderscheiden zaken zich in Nederland evenwel onvoldoende van elkaar. Het is 'teveel van hetzelfde', wat in wezen ook geldt voor de gemeente Woerden. Voor onderscheidende horecaformules (in het hogere en lagere segment), die creatief inspelen op de gebiedskwaliteiten en consumententrends bestaat veel toekomstperspectief. De ondernemers zullen deze uitdagende kansen overigens zelf moeten invullen. De vermelde voorbeelden in paragraaf 2.2 geven slechts een beknopte selectie wat allemaal mogelijk is.

Indicatie marktruimte horeca in Woerden

Op basis van de landelijke omzetcijfers kunnen we per branche de gemiddelde besteding per inwoner ramen. Als referentie voor het aanbod en het primaire verzorgingsgebied voor deze horecabranches hanteren we in dit kader de gemeente Woerden.

De totale bestedingen in horecazaken vanuit een bepaald gebied noemen we het '**bestedingspotentieel**'. Dit bedrag is berekend als de vermenigvuldiging van het gemeentelijke inwonertal en de gemiddelde besteding (gebaseerd op landelijke cijfers) naar horecatype. Het bestedingspotentieel is in de

gemeente anno 2017 als weergegeven in tabel 4.3 (alle cijfers incl. BTW)⁹. Deze bestedingscijfers zijn nadrukkelijk indicatief en alleen beschikbaar op landelijk en niet op regionaal niveau. De gemiddelde besteding per Nederlander houdt bovendien geen rekening met inkomende en uitgaande horecabestedingen naar/vanuit Nederland. Cijfers hierover ontbreken. Als een gebied per saldo meer horecabestedingen aantrekt dan dat er afvloeien (zoals in toeristische steden of regio's) resulteert dat in een hoger bestedingspotentieel en dus meer ontwikkelingskansen voor horeca.

Er zijn in de gemeente Woerden momenteel 31 drankverstrekkers, 30 fastfoodzaken (snackbars, grillrooms, etc.) en 27 restaurants (zie par. 3.2). Wanneer we hierop de gemiddelde Nederlandse omzetcijfers voor deze horecatypen (conform de indeling van HorecaDNA) toepassen, dan ontstaat de zogenaamde **omzetclaim** voor de gemeentelijke horeca ¹⁰. Deze is eveneens weergegeven in onderstaande tabel.

Tabel 4.3: Indicatie marktruimte horeca naar branche (in € miljoen)

| | Vraagpotentieel vanuit gemeente | Omzetclaim gevestigde horeca gemeente | Verschil (indicatie marktruimte) |
|------------------|---------------------------------|---------------------------------------|----------------------------------|
| Drankensector | 9,2 | 5,6 | 3,7 |
| Fastfoodsector | 10,0 | 8,9 | 1,1 |
| Restaurantsector | 18,7 | 14,8 | 3,9 |
| Totaal | 37,9 | 29,3 | 8,6 |

Bron: HorecaDNA, 2017

De totale bestedingen in de horeca door inwoners uit de gemeente bedragen momenteel ca. € 37,9 mln. per jaar. Dit bedrag ligt duidelijk hoger dan de 'claim' van het gevestigde aanbod (€ 29,3 mln.). Dit impliceert een zekere marktruimte voor nieuwe horeca, waarbij wel van belang is dat in middelgrote steden als Woerden het horecabezzoek doorgaans nogal is gericht op de weekeinden. Dit beperkt de marktruimte voor nieuwe zaken enigszins.

Overigens zullen de horecabestedingen waarschijnlijk nog aanzienlijk toenemen in de komende jaren, ook in Woerden. Dit genereert extra marktruimte. Voorwaarde is wel dat het nieuwe aanbod inspeelt op de consumententrends en zoveel mogelijk complementair is aan het bestaande aanbod.

⁹ Gebaseerd op het inwonertal van de gemeente (51.161) en de meest actuele cijfers van het CBS / HorecaDNA (over 2014). Landelijk is de gemiddelde besteding per inwoner bij drankverstrekkers € 180,-, in fastfoodzaken € 196,- en in restaurants € 365,- per inwoner per jaar (incl. btw).

¹⁰ Normcijfer gemiddelde omzet per drankverstrekker € 179.000,-, fastfoodzaak € 298.000,- en per restaurant € 547.000,- (inclusief BTW, meest recente cijfers over 2014). Bron: CBS / HorecaDNA.

4.7 SWOT analyse

Hieronder beschrijven we kort en bondig de belangrijkste factoren die bepalend zijn voor het toekomstperspectief van de horeca in de gemeente Woerden. Het overzicht is gebaseerd op de voorgaande analyses en de diverse gesprekken in het kader van dit streefbeeld.

| Sterk, kansen | Zwak, bedreigingen |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none">• Groeiend horeca-aanbod, vooral in de binnenstad• Compacte binnenstad, korte loopafstanden• Bijzondere atmosfeer Kazerneplein• Overwegend verzorgde terrassen in horecaconcentratiegebied• Groeiende betekenis en bekendheid Woerden als toeristisch-recreatieve bestemming• Groeiende recreatiefunctie Groene Hart• Steeds meer evenementen samen met horeca• Relatief hoog besteedbaar inkomen in gemeente• Veel lokale ondernemers in de horeca• Diverse aansprekende horecabedrijven met bovenlokale functie in buitengebied• Ruimtelijke mogelijkheden Defensie-Eiland (Wasserijgebouw/Ketelhuis)• Potenties zakelijke markt• Verwachte komst hotel/vergaderaccommodatie Van der Valk (nieuwe doelgroepen, zakelijke markt)• Groeiende uitgaanscultuur landelijk, ook onder oudere doelgroepen• Woningnieuwbouw Leidsche Rijn; voor hen kan het 'overzichtelijke' en goed bereikbare Woerden (per auto, OV en fiets) een goed alternatief zijn voor de drukke Utrechtse binnenstad. | <ul style="list-style-type: none">• De binnenstad heeft een relatief beperkt aanbod van horeca• Horecaconcentratiegebied heeft relatief beperkte omvang (massa) en keuze• In huidig horecaconcentratiegebied is geen geschikt vastgoed (fysiek, bouwkundig, geluidsisolatie woningen) meer beschikbaar voor horecafuncties• Beperkt aantal onderscheidende, 'spraakmakende' zaken in de binnenstad• Concurrentie stad Utrecht (vooral t.a.v. doelgroep jongeren)• Beperkt aantal toeristische trekkers in/rond binnenstad• Horeca-activiteiten detailhandel (blurring) kunnen leiden tot een 'ongelijk speelveld' en minder bestedingen in reguliere horeca• Toenemende horeca op bedrijventerreinen kan horecafunctie binnenstad ondermijnen• Paracommercie vanuit verenigingen, instellingen met andere hoofdfunctie• Groeiend aantal (food)festivals• In algemene zin stijgende kosten voor ondernemers door toenemende milieueisen, (lokale) lasten en heffingen• Onduidelijke wet- en regelgeving t.a.v. functiemenging horeca met andere functies (w.o. detailhandel), wat eenduidige handhaving bemoeilijkt. |

5. ONTWIKKELINGSPERSPECTIEF HORECA WOERDEN

5.1 Inleiding

In de volgende hoofdstukken wordt het streefbeeld (ontwikkelingsperspectief) voor de horeca in de gemeente Woerden verder uitgewerkt, met een verdieping voor de binnenstad. Het accent ligt hierbij op de reguliere, als zodanig ingeschreven 'restaurantieve' horecazaken. Dit is dus exclusief hotels, pensions, B&B-accommodaties en ondergeschikte horeca-activiteiten in bijvoorbeeld winkels, sportaccommodaties en culturele voorzieningen (zie indeling bijlage 1).

Eerst beschrijven we de algemene conclusies en uitgangspunten voor het streefbeeld en de kerndoelen, gevolgd door een verdieping vanuit de vijf belangrijkste thema's. In hoofdstuk 6 beschrijven we de concrete mogelijkheden voor (nieuwe) horeca per deelgebied. Voor de motivering en achtergronden verwijzen we naar de analyses in de voorgaande hoofdstukken.

Dit rapport presenteert een richtinggevend streefbeeld voor de horeca in de gemeente Woerden, met als primair uitgangspunt een optimale verzorgingsfunctie voor de gemeentelijke inwoners en bezoekers van buiten de gemeente. Andere belangrijke uitgangspunten zijn versterking van de binnenstad, de dynamiek en trends in de horecasector en uiteraard de huidige horecastructuur (aanbod) in Woerden. Het streefbeeld en de aanbevelingen in dit rapport zijn opgesteld door BRO. De uitwerking van dit streefbeeld in een beleidskader en relevante beleidsmatige aspecten volgt in een later stadium.

5.2 Conclusies analyse horeca gemeente Woerden

Algemene conclusies horeca in de gemeente

- De horeca heeft in Woerden, evenals elders, een veelzijdige betekenis en effecten:
 - Economisch (inkomen en werkgelegenheid);
 - Sociaal-maatschappelijk (ontmoetingsfunctie, sfeer, etc.);
 - Centrumversterkend (vergroot de wervingskracht van de binnenstad);
 - Imago (het zet de gemeente en de binnenstad 'op de kaart').Door versterking van de horecastructuur kunnen deze effecten worden versterkt in positieve zin.
- De lokale horeca functioneert in algemene zin goed en heeft een overwegend verzorgde uitstraling.
- Het aanbod is kwantitatief beperkt, gegeven het inwonertal en de verzorgingsfunctie van Woerden. Dit geldt voor de gemeente als geheel, maar zeker voor de binnenstad.
- Er is marktruimte aanwezig voor uitbreiding van de horeca, die bij voorkeur complementair moet zijn aan het bestaande aanbod.
- De sector heeft primair een lokale verzorgingsfunctie, maar de regionale en toeristische functie groeit.
- Zowel in de binnenstad als het buitengebied zijn enige markante 'trekkers' gevestigd.

- Het aanbod is overwegend wat 'traditioneel' van karakter, met relatief weinig bijzondere, eigenzinnige zaken. De horeca in Woerden heeft wat meer 'smoel'.
- Hoewel het doelgroepenprofiel breed is, is er een relatief beperkte oriëntatie op jongeren.
- De horecasector is, als 'gastheer', essentieel voor versterking van de toeristisch-recreatieve functie van Woerden.
- In het huidige horecaconcentratiegebied bestaat een grote schaarste aan geschikt horecavastgoed. Feitelijk zijn er momenteel geen geschikte panden beschikbaar voor nieuwe zaken.

Conclusies horeca in de binnenstad

- De horecapaciteit is tussen 2009 en 2017 toegenomen van 32 naar 39 zaken (vooral lunchrooms, restaurants).
- Het horecaconcentratie Hogewoerd/Groenendaal/Kazerne is de meest markante blikvanger, met grote terrascapaciteit.
- De monumentale 'decor' Petruskerk, Arsenaal en Kazerne geeft het gebied een geheel eigen sfeer.
- Er ontbreekt een (beeldbepalend) concentratiegebied met voldoende massa en keuze
- Ook in de Havenstraat (tussen Kerkplein en Hogewoerd) en het westelijk deel van de Rijnstraat bestaat een (beperkte) clustering van horeca.
- De loopafstanden in het centrum zijn relatief klein.
- De horeca is in het algemeen kwalitatief goed en richt zich vooral op het middensegment, maar er zijn in Woerden weinig nadrukkelijk onderscheidende en/of innovatieve horecaconcepten ('iconen').
- De inrichting en presentatie zaken, terrassen, ambiance, etc. is overwegend attractief en verzorgd.
- Een matige oriëntatie op jongere doelgroepen.

5.3 Primaire uitgangspunten voor het streefbeeld

Achtergrond

Voor een stad met de omvang en verzorgingsfunctie van Woerden is het aanbod van horeca opvallend beperkt. Dit geldt zeker voor de binnenstad, zoals blijkt uit paragraaf 2.4. Een ruimer en meer veelzijdig aanbod van horeca zal de gemeente versterken als woon-, werk- en vrijetijdsbestemming en aldus bijdragen aan een grotere economische en maatschappelijke betekenis, naamsbekendheid en een sterker imago.

De horeca in Woerden moet qua product, doelgroepen en uitstraling zo goed mogelijk aansluiten op het 'DNA' van de gemeente. Dat DNA is op hoofdlijnen als volgt:

- compacte en sfeervolle binnenstad met 'menselijke maat';
- lange en 'voelbare' geschiedenis in brede zin (handel, marktstad, vestingstad, etc.);
- authentiek, toeristisch attractief veenweidelandschap;
- populaire woonstad;

- locatie middenin het Groene Hart;
- uitstekende bereikbaarheid.

Het streefbeeld kort en krachtig

Het streefbeeld voor de horeca in de gemeente Woerden is gebaseerd op de beschreven analyses (kwantitatief en kwalitatief), diverse gesprekken (gemeente, horecasector, binnenstadsvisie) alsmede de landelijke trends.

Het streefbeeld kan worden samengevat in de volgende vier **kerndoelen**:

- **Productverbreding** gericht op alle doelgroepen, ook regionaal
- **Concentratie** meer horeca in binnenstad en vooral de kerngebieden
- **Synergie** meer spin-off (bestedingen) bezoekers horeca t.b.v. detailhandel, cultuur, leisure, etc.
- **Innovatie** nieuwe trekkers in de horeca en ruimte voor schaalvergroting

Deze kerndoelen hebben op hoofdlijnen de volgende implicaties voor de in dit kader belangrijkste gebiedstypen in Woerden. De matrix vormt de basis voor de gebiedsgerichte uitwerking in het volgende hoofdstuk.

Tabel 5.1: Globale betekenis kerndoelen horeca voor het streefbeeld en de belangrijkste gebiedstypen in de gemeente

| | Binnenstad | Overig kern Woerden | Dorpen | Buitengebied |
|--------------------------|---|--|--|--|
| Productverbreding | Essentiële opgave voor binnenstad in algemeen Uitbreiding aanbod horeca, zowel drankensector, fastservice, restaurants en mengvormen Alle doelgroepen | Horeca primair wijkverzorgende functie Buiten centra alleen indien in binnenstad geen fysieke ruimte beschikbaar | Verbreding met horeca versterkt economische vitaliteit en leefbaarheid Aansluiting op toeristisch-recreatieve functie | Aansluiting op toeristisch-recreatieve functie |
| Concentratie | Binnenstad is belangrijkste concentratiegebied voor horeca in gemeente | Alleen bescheiden concentraties in wijkverzorgende centra. Daarnaast moet een goed bereikbare locatie worden aangewezen voor grootschalige zaken, bij voorkeur in of nabij de binnenstad. | Versterking dorpscentra (ruimtelijk, functioneel) | Aansluiting op toeristisch-recreatieve knooppunten |
| Synergie | Zeer veelzijdige synergie vanuit horeca: met detailhandel, cultuur, toerisme, dienstverlening, etc. | Versterking verzorgingsfunctie wijkcentra Ondersteuning hoofdfunctie bedrijventerreinen | Versterking dorpscentra en leefbaarheid Combinaties met detailhandel, cultuur, hotels/gastenkamers | Versterking toeristisch-recreatieve functie en leefbaarheid platteland |
| Innovatie | Belangrijk voor sterkere profilering en toekomstperspectief binnenstad, ook in samenhang met winkel- en vrijetijdsfunctie | Betreft vooral aanbod in wijkcentra en trafficlocaties Ruimte voor grootschalige horeca nabij binnenstad verbreedt aanbod en doelgroepen | Zie boven | Streven naar beeldbepalende, unieke trekkers in het buitengebied |

De binnenstad centraal

Uitbreiding van de horecacapaciteit moet primair plaatsvinden in de Woerdense binnenstad, met een verruiming van en meer keuze in de kerngebieden. Vestiging van nieuwe horeca buiten de binnenstad is alleen geoorloofd indien het primair een ondersteunende functie heeft voor een woonwijk, dorp, bedrijventerrein of het buitengebied. Ook voor (nieuwe) horecazaken, waarvoor in de binnenstad vanwege hun specifieke omvang en/of bereikbaarheidseisen aantoonbaar geen geschikte locatie beschikbaar is, kan in voorkomende gevallen een uitzondering worden gemaakt. In hoofdstuk 6 gaan we hier nader op in, inclusief de potenties voor horeca naar deelgebied.

De horeca in de binnenstad moet nadrukkelijk appelleren aan met name de volgende kernpunten uit de Nota De Kloppende Binnenstad:

- De binnenstad moet als ontmoetingsplek met historie, cultuur, horeca en markten de retailfunctie versterken.
- Aandacht voor service en gastvrijheid.
- Woerden meer bekendheid geven en mensen verleiden om de stad te bezoeken.

Daarnaast is voor de horeca in de binnenstad van belang:

- Een heldere ruimtelijk-functionele zonering, gebaseerd op doelgroepen en bezoekgedrag.
- Versterken, uitbreiden en sterker profileren concentratiegebied horeca.
- Meer synergie met en spin-off richting andere functies (detailhandel, cultuur, toerisme).
- Horeca nadrukkelijker inzetten als toeristische troef van Woerden.
- Meer samenwerking tussen partijen (horeca, toerisme, cultuur, detailhandel) en intensivering van de stadsmarketing gericht op deze functies (Woerden Marketing).
- Structureel overleg tussen ondernemers en gemeente, gericht op productversterking en oplossen knelpunten. De huidige frequentie van twee tot vier maal per jaar is een goed uitgangspunt.

5.4 Streefbeeld per thema

Het streefbeeld voor de horeca en de benoemde kerndoelen worden hieronder uitgewerkt in algemene zin in de vijf belangrijkste thema's (aspecten). In hoofdstuk 6 wordt dit perspectief gebiedsgericht omschreven en toegelicht, inclusief de relevante aspecten en voorwaarden.

Omvang & branchering

- Uitbreiding van de horecacapaciteit in de binnenstad voor meer wervingskracht (indicatief + 5-8 reguliere horecazaken met DHW-vergunning).
- Uitbreiding van het huidige concentratiegebied voor horeca, omdat hier nauwelijks geschikt horecavastgoed meer beschikbaar is. Met name de Rijnstraat biedt goede vestigingsopties voor nieuwe horecazaken. Soms zijn daarbij fysieke aanpassingen van het vastgoed noodzakelijk (ventilatie, geluidsisolatie, afvoer/ontgeuren/filteren keukengeuren, etc.).
- Meer mogelijkheden voor horeca met een mengvorm tussen de branches drankenverstrekkers, fastservice en restaurants (een opvallende landelijke trend). Hiertoe moeten panden voldoende schaalgroottes hebben.
- Meer variatie in restaurants, inspeland op doelgroepen Woerden.
- Ruimte voor nieuwe fastfoodformules (gezond, streekeigen, trendy, delivery, etc.).
- Mogelijkheden tijdelijke horeca indien versterkend voor wervingskracht Woerden.
- Kwaliteit prefereert altijd boven kwantiteit.

Kwaliteiten & doelgroepen

- Toevoeging bijzondere, innovatieve concepten (par. 3.2) op de meest geschikte locaties.
- Sterkere verzorgingsfunctie horeca voor jongeren in Woerden, bijvoorbeeld door vernieuwende concepten ('louge' of 'club'-sfeer, dancing) en ruimte voor doelgroepgerichte activiteiten en evenementen.
- Duidelijke onderlinge profilering vestigingslocaties horeca in binnenstad en elders, zowel door branchering, kwaliteitsniveau en doelgroepen als de inrichting van de buitenruimte, etc.
- Grotere oriëntatie op de zakelijke markt, voorsorteren op komst zakenhotel nabij de A12 (plan Van der Valk).

Ruimtelijke structuur

- Uitbreiding horeca primair in de binnenstad, daarbuiten alleen met goed onderbouwde motivering van bijzonder/innovatief karakter en complementariteit aan bestaande aanbod (nieuwe doelgroepen).
- Zonering horecagebieden in binnenstad, gebaseerd op doelgroepen en bezoekgedrag (zie gebiedsprofilen).
- Versterking kerngebied horeca, met ruimte voor nieuwe aanbieders.
- Defensie-Eiland biedt ruimte voor vernieuwende, 'eigenzinnige' horeca, onderscheidend van de horeca in de binnenstad.
- Ruimte bieden voor schaalvergroting restaurants (buffetformules, familierestaurants) met ruime parkeerbehoefte en optimale regionale bereikbaarheid. Middelland-Noord biedt hiervoor veel kansen, tenzij in de binnenstad fysieke ruimte kan worden gerealiseerd voor de betreffende horeca-formule(s).
- Reguliere, wijkverzorgende horeca in Middelland-Noord alleen indien voldoende woningbouw t.b.v. consumentendraagvlak.
- Behoud van sterke, levensvatbare horeca in de wijken, dorpen en het buitengebied, ook t.b.v. de leefbaarheid ter plekke.
- Wijkverzorgende horeca bij voorkeur aansluitend op buurt- en wijkcentra (tenzij aldaar geen fysieke ruimte bestaat).
- Ruimte voor (nieuwe) horeca in het buitengebied gekoppeld aan recreatiebedrijven en toeristisch-recreatieve knooppunten.
- Heldere keuzes gemeente in beleid en voorwaarden (extra) horeca per deelgebied.

Synergie met andere functies

- Meer interactie, samenwerking met andere functies (detailhandel, cultuur, toerisme, groen en water), aangestuurd vanuit professioneel centrummanagement.
- Horecafunctie nadrukkelijker integreren in toeristisch beleid gemeente Woerden, vanwege wederzijdse belangen.
- Mogelijkheden voor consumentgerichte blurring-formules in detailhandel met heldere voorwaarden (zie gebiedsprofilen).
- Horeca in ondergeschikte vorm alleen onder strikte voorwaarden (ruimtelijk, functioneel), zie gebiedsprofilen.

- Stimuleren komst groot zakenhotel aan afrit A12, complementair aan huidig hotelaanbod (nieuwe doelgroepen).
- Actief retailbeleid ook van belang voor de horeca (extra bezoekers).
- Sterkere, gezamenlijke toeristisch-recreatieve productontwikkeling en profilering (door ondernemers, toeristische en culturele partners en gemeente).
- Tegengaan ongewenste paracommercie, handhaving regels.

Omgevingskwaliteiten

- Verzorgde beeldkwaliteiten en inrichting/uitstraling openbare ruimte is essentieel voor ontwikkelingsperspectief horeca.
- Ruimte voor representatieve terrassen, mits niet belemmerend voor passanten, evenementen en hulpdiensten. Bij winkels met horeca-activiteiten alleen terrassen mogelijk onder voorwaarden (zie hoofdstuk 6).
- Heldere parkeerstructuur en veilige wandelroutes naar/vanuit horecalocaties.
- Aantrekkelijke, veilige looproutes tussen horecalocaties binnenstad onderling en met kernwinkelgebied, culturele en toeristische voorzieningen.
- Blijvende aandacht schoon, heel en veilig als kernkwaliteit Woerden.
- Consequente handhaving gemeentelijk horecabeleid, ook om ontwikkelingsperspectief horeca in de binnenstad niet te ondermijnen.

6. AANZET UITWERKING STREEFBEELD VOOR DE BINNENSTAD

Dit hoofdstuk geeft een eerste aanzet tot uitwerking van het horecabeleid naar deelgebied in de binnenstad. Dit op basis van de beschreven ontwikkelingskansen voor de sector. De gebiedsgerichte perspectieven worden in een later stadium nader uitgewerkt door de gemeente Woerden in beleid en regelgeving.

6.1 Introductie gebiedsprofielen

Waarom gebiedsprofielen?

Het belangrijkste uitgangspunt van dit streefbeeld is het consumentengedrag. Hun huidig en toekomstig bezoekgedrag vormt immers de basis voor een attractieve, levendige binnenstad en andere (winkel)centra en vrijetijdsbestemmingen. De horecasector ontvangt vele doelgroepen, elk met hun eigen voorkeuren en bezoekgedrag. Horecabezoek is in hoge mate afhankelijk van het bezoekmotief: de ene keer bezoekt men Woerden om te winkelen, de andere keer om iets te drinken of uit eten te gaan en weer een andere keer om een theatervoorstelling te bezoeken. Soms zoekt men keuze, soms heeft men genoeg aan één bepaalde kroeg of restaurant.

Daarom schetsen we in dit kader het toekomstbeeld voor Woerden aan de hand van de meest relevante deelgebieden, elk met hun eigen aanbodprofiel, kwaliteiten, sfeer, ligging, relatie met andere functies, etc. Samen vormen ze een sterke en duurzame horecastructuur, die de sociaal-maatschappelijke, economische en toeristisch-recreatieve functie van de gemeente versterkt. Dit geldt zeker voor de binnenstad.

Inspirerend en richtinggevend, maar niet dwingend

We benadrukken dat de hieronder benoemde gebiedsprofielen slechts een richtinggevend karakter hebben en dienen als inspiratie voor bedrijfsleven en overheid. Uiteindelijk is het aan de ondernemers zelf om daar invulling aan te geven. Er moet in elk geval altijd beleidsmatige ruimte bestaan voor vernieuwende en onderscheidende (maar vaak onvoorspelbare) concepten die inspelen op de continu veranderende consumentenbehoeften, zeker in het vrijetijdsgedrag. Kortom: gebieden die attractief zijn voor bezoekers en kansrijk voor ondernemers.

Concentratie voor meer wervingskracht

Aantrekkelijke concentraties zijn voor veel horecatypen essentieel voor de exploitatie. Voldoende keuze en sterke omgevingskwaliteiten vergroten de economische potenties voor bestaande en nieuwe zaken. Horecaconcentraties kunnen een stad nadrukkelijk op de kaart zetten, wat leidt tot een groter verzorgingsgebied, langere verblijfsduur en hogere bestedingen door bezoekers. Tevens hebben ze een belangrijke ontmoetingsfunctie, voor jong en oud. Overigens hebben bepaalde horecaconcepten juist baat bij solitaire vestiging, zoals grote familierestaurants, partycentra en wijkverzorgende snackbars.

Bezoekgedrag als basis voor profilering van deelgebieden

Het **bezoekgedrag/motief** is in dit streefbeeld leidend bij de profilering van de deelgebieden en de toelaatbaarheid van horeca aldaar. De 'traditionele', nogal aanbodgerichte branche-indeling (dranken, fastfood, restaurants) blijkt door de toenemende multifunctionaliteit en branchevervaging van/bij horecazaken immers steeds minder goed toepasbaar als ontwikkelings- en toetsingskader. Illustratief is het vervagende onderscheid tussen enerzijds eetcafés en fastfoodzaken en anderzijds restaurants. Zowel qua uitstraling, profilering als bezoekgedrag lijken ze steeds meer op elkaar. De belangrijkste relevante bezoekmotieven worden in onderstaand overzicht toegelicht.

| | |
|--|--|
| Horecabezoek tijdens winkelen, overig dagbezoek | Horeca met een functie die veelal is gekoppeld aan de winkelopeningstijden. Zij richten zich op dezelfde doelgroep, maar ook op andere dagbezoekers met bijvoorbeeld een cultureel bezoekmotief. Vaak betreft het de branche fastfood, zoals lunchrooms, koffiezaken, ijssalons, etc. Deze horecagelegenheden geven over het algemeen geen overlast. |
| Borrelen | Meestal een doelgerichte activiteit, bijvoorbeeld om na werktijd of in het weekend even bij te praten in een café of op een terras. Het tijdstip ligt ruwweg tussen 16 en 20 uur. Borrelen gaat vaak vooraf aan restaurantbezoek. Vanwege tijdstip en doelgroepen nauwelijks overlast. Meestal betreft het drankenverstrekkers. |
| Uit eten | Bedrijven waarbij de nadruk ligt op de avondfunctie, maar soms ook op lunches. Met name restaurants vallen in deze categorie. Deze horecagelegenheden (veelal restaurants) geven over het algemeen geen overlast. |
| Uitgaan | Horeca met vooral een avondfunctie, maar ook vaak 's nachts open. Het betreft vooral cafés en andere drankenverstrekkers. Deze bedrijven kunnen overlast veroorzaken voor omwonenden of bezoekers, bijvoorbeeld vanwege een terras, vertrekkende of buiten rokende bezoekers. Overigens bieden cafés steeds vaker ook maaltijden aan. |
| Gemakkelijke maaltijd | Horecazaken die inspelen op de toenemende tijdsdruk bij mensen, waardoor men geen zin/tijd meer heeft om zelf te koken. Het betreft veelal fastfoodzaken, zoals snackbars, grillrooms en de zeer expansieve delivery-formules (Domino's, lokale formules). Vaak bevinden deze zaken zich in of nabij wijk- en buurtcentra. Overigens ondervindt deze branche steeds meer concurrentie van supermarkten en maaltijdboxen. |
| Recreatie in buitengebied | Het betreft hier een breed scala aan horecatypen, met vaak een belangrijke ondersteunende functie voor wandel-, fiets- en vaarroutes. In toenemende mate is (ook vanwege exploitatie-eisen) sprake van een combinatie met recreatieve of culturele activiteiten. |
| Ondergeschikte horeca | Horeca als ondersteunende functie van bedrijven met een andere hoofdfunctie, zoals leisure, cultuur of ontspanning. Horeca kan hier vele vormen hebben. |

6.2 Horecagebieden in Woerden

Voor de horeca in de Woerdense binnenstad beoordelen we de toekomstpotenties, geredeneerd vanuit de *primaire bezoekmotieven van consumenten* en het hiervoor beschreven streefbeeld (zie par. 5.3 en 5.4). Dit doen we voor de belangrijkste drie deelgebieden in de binnenstad.

De term 'kerngebied horeca' vervangt in dit streefbeeld het oorspronkelijke 'horecaconcentratiegebied'. Het laatste begrip kwam oorspronkelijk uit de Wet Milieubeheer en was primair gericht op de handhaving van openbare orde en veiligheid. Aangezien de horeca tegenwoordig een wezenlijke en zelfs beeldbepalende bijdrage levert aan de uitstraling en wervingskracht van centra, de overlast aanzienlijk is verminderd en er bovendien in een binnenstad meerdere clusters kunnen bestaan (vaak gericht op verschillende doelgroepen) hanteren we in dit streefbeeld de term 'kerngebieden horeca'. Middels aantrekkelijke looproutes naar het kernwinkelgebied en een duidelijke routing versterken deze tevens de winkel- en recreatiefunctie van de Woerdense binnenstad.

Bijlage 3 beschrijft de gebiedsprofielen (vestigingsmilieus) voor horeca buiten de binnenstad, inclusief de ontwikkelingskansen en randvoorwaarden.

6.3 Profielen horeca binnenstad naar deelgebied

1. Kerngebied horeca binnenstad

| | |
|------------------------|--|
| Deelgebied(en) | <ul style="list-style-type: none"> • Kerkplein (tevens accentgebied Uitgaan/drankenverstrekkers met DHW-Vergunning) • De Kazerne (idem) • Hogewoerd (tussen Meulmansweg en Kerkstraat/Kruisstraat), idem • Rijnstraat (Accenten Uit eten, Gemakkelijke maaltijd). • Argumenten verruiming kerngebied met Rijnstraat: de actuele vestiging van nieuwe horeca, noodzaak voor een functionele versterking van dit gebied en de goede ruimtelijk-functionele aansluiting op de huidige kerngebieden voor horeca en detailhandel |
| Ambitie en perspectief | <ul style="list-style-type: none"> • Dè ontmoetingsplek van de binnenstad • Genieten voor iedereen, in een historische ambiance • Eten en drinken voor jong en oud • Gastronomische en culturele delicatessen • Bijzondere activiteiten, het gehele jaar door • Beeldbepalend 'visitekaartje' voor heel Woerden |
| Doelgroepen | <ul style="list-style-type: none"> • Lokaal: inwoners gemeente, zakelijke ontmoeting • Regionaal: dagbezoekers, winkelend publiek, zakelijke gasten • Bovenregionaal: dagbezoekers, recreanten en toeristen, zakelijke markt |
| Ontwikkelingsrichting | <ul style="list-style-type: none"> • Gevarieerd en attractief horeca-aanbod, breed doelgroepenprofiel • Uitbreiding aanbod wenselijk en mogelijk (zie onder) • Meer onderscheid tussen zaken (product, presentatie, inrichting, etc.) • Aantrekken onderscheidende, innovatieve concepten • Mengvormen horeca-detailhandel-cultuur (binnen landelijk beleid en regelgeving Drank- en Horecawet) • Ruimte voor kleine, doelgroepgerichte evenementen |
| Terrassen | <ul style="list-style-type: none"> • Terrassen zijn sterk bepalend voor sfeer en uitstraling gebied • Verzorgde inrichting en uitstraling, met ruimte voor looproutes, hulpdiensten en incidentele evenementen • Terrasafschermingen, parasols etc. moeten passen in straatbeeld • Op eigen terrein alleen indien aansluitend aan inpandige horeca, geen ongewenste effecten op woon- en leefklimaat omgeving en passend binnen gemeentelijke uitgangspunten veiligheid, openbare orde, etc. • Sluitingstijden terras mede afhankelijk van woon- en leefklimaat in omgeving |
| Ruimtelijke aspecten | <ul style="list-style-type: none"> • Sterkere zichtlijn en looproute tussen horeca Kerkplein en Kazerne • Attractieve looproute naar kernwinkelgebied • Serres alleen indien ruimtelijk-stedenbouwkundig passend in straatbeeld • Adequaate beheer openbare ruimte, handhaving schoon-heel-veilig • Omvang per zaak: onbegrensd • Ook horeca op verdieping mogelijk, mits ruimtelijk passend en geen overlast |

| | | |
|---|--|--|
| Overige aspecten | <ul style="list-style-type: none"> • Bijzondere aandacht verlichting en veiligheid 's avonds en 's nachts • Via exploitatievergunning sturen op kwaliteiten horeca (doelgroepen, aansluiting op bestaande aanbod, uitstraling, overlastbestrijding, etc.) en kwantiteit horeca (omvang, verwachte druktebeeld) • Consequente handhaving beleid en regelgeving | |
| Voorstel programma naar bezoekmotief | <ul style="list-style-type: none"> • Horecabezoek tijdens winkelen, overig dagbezoek • Borrelen & Uit eten • Uitgaan • Gemakkelijke maaltijd • Uitbreiding totaal | <u>Potenties uitbreiding:</u> + + + 0 Aanbeveling + 4-6 zaken (indicatief) |
| Suggesties voor Aanvulling | <ul style="list-style-type: none"> • Toonaangevende horecazaak ('icoon') • Cultuurcafé, galerie, podium | <ul style="list-style-type: none"> • Stadsbrouwerij • Kookstudio |

2. Kernwinkelgebied

| | |
|------------------------|--|
| Deelgebied(en) | <ul style="list-style-type: none">• Voorstraat, Kerkstraat, Kruisstraat, Nieuwstraat, Hogewoerd |
| Ambitie en perspectief | <ul style="list-style-type: none">• Horeca ondersteunend en ondergeschikt aan winkelfunctie en overig dagbezoek binnenstad• Meer 'beleving' en langere verblijfsduur bezoekers• Ondergeschikte horeca primair ter versterking winkelfunctie zaken |
| Doelgroepen | <ul style="list-style-type: none">• Lokaal: inwoners gemeente• Regionaal: recreatief winkelen, dagbezoekers• Bovenregionaal: dagbezoekers, recreanten en toeristen |
| Ontwikkelingsrichting | <ul style="list-style-type: none">• Rustplekken tijdens het winkelen (incl. terras waar ruimtelijk mogelijk)• Meer eigentijdse formules voor aantrekkelijker winkelklimaat• Beperkte uitbreiding in aantal horecazaken• Kansen voor blurring (binnen wettelijke kaders, zie Overige aspecten) |
| Terrassen | <ul style="list-style-type: none">• Terrassen in openbare ruimte alleen indien niet hinderlijk voor doorstroming passanten en hulpdiensten• Maximering terraszone in meters vanaf de gevel, afhankelijk van straatbreedte, intensiteit passantenstromen en toegankelijkheid hulpdiensten. Maximaal 2,5 meter.• Verzorgde inrichting en uitstraling• Geen vaste terrasafschermingen, parasols, etc.• Op eigen terrein alleen indien aansluitend aan inpandige horeca, geen ongewenste effecten op woon- en leefklimaat omgeving en passend binnen gemeentelijke uitgangspunten veiligheid, openbare orde, etc.• Sluitingstijden terras niet-horecafuncties gelijk aan winkelopeningstijden |
| Ruimtelijke aspecten | <ul style="list-style-type: none">• Verzorgde inrichting en beheer openbare ruimte• Aandacht beeldkwaliteit panden• Blijvende aandacht schoon, heel en veilig• Heldere looproutes richting de kerngebieden voor de horeca• Geen horeca op verdieping (vermijden overmatige groei en effecten horeca) |
| Overige aspecten | <ul style="list-style-type: none">• Horeca bij detailhandel en dienstverlening alleen in ondergeschikte vorm en aantoonbaar ondersteunend aan hoofdfunctie. De activiteit horeca mag in dat geval maximaal 20 m² WVO omvatten en niet meer dan 25% van het totale WVO van betreffende zaak. Geen verkoop alcoholische dranken voor gebruik ter plaatse (cf. landelijk beleid).• Via exploitatievergunning sturen op kwaliteiten en omvang aanbod horeca (zie toelichting bij kerngebied horeca)• Consequente handhaving beleid en regelgeving bij alle zaken met horeca-activiteiten ('gelijk speelveld') |

| | | |
|--------------------|---|---|
| | | <u>Potenties uitbreiding:</u> |
| Voorstel programma | • Horecabezoek tijdens winkelen, overig dagbezoek | + |
| naar bezoekmotief | • Borrelen & Uit eten | 0 |
| | • Uitgaan | 0 |
| | • Gemakkelijke maaltijd | + |
| | • Uitbreiding totaal | Aanbeveling + 2-3 zaken (indicatief) |

Suggesties voor
aanvulling

- Vers fastfood (Bagels&Beans,
Subway, La Place)

- Verse sappen
 - koffie/ thee specialiteiten
-

3. Overige binnenstad

| | |
|------------------------|---|
| Deelgebied(en) | <ul style="list-style-type: none">Binnenstad m.u.v. kerngebied(en) horeca en kernwinkelgebied |
| Ambitie en perspectief | <ul style="list-style-type: none">Verrassende en gevarieerde horeca ondersteunend aan recreatief bezoek gericht op winkelen, cultuur, evenementen, etc.Potenties vanuit primaire bezoekmotieven: Dagbezoek, Uit eten, Gemakkelijke maaltijd |
| Doelgroepen | <ul style="list-style-type: none">Lokaal: inwoners gemeenteRegionaal: recreatief winkelen, dagbezoekersBovenregionaal: dagbezoekers, recreanten en toeristen |
| Ontwikkelingsrichting | <ul style="list-style-type: none">Horeca ter ondersteuning van woonfunctie (voorziening lokale inwoners), stadswandelingen, cultuurbezoek, etc.Gevarieerd aanbod, breed doelgroepenprofielMeer onderscheidend vermogen tussen zaken (product, presentatie, activiteiten)Aantrekken nieuwe, eigentijdse conceptenBeperkte uitbreiding aanbod mogelijk |
| Terrassen | <ul style="list-style-type: none">Terrassen in openbare ruimte alleen indien niet hinderlijk voor voetgangersroutes en overig verkeer.Maximering terraszone in meters vanaf de gevel, afhankelijk van straatbreedte, intensiteit passantenstromen en toegankelijkheid hulpdiensten. Maximaal 2,5 meter.Verzorgde inrichting en uitstralingToegestane inrichtingselementen afhankelijk van ruimtelijke situatie ter plekke.Op eigen terrein alleen indien aansluitend aan inpandige horeca, geen ongewenste effecten op woon- en leefklimaat omgeving en passend binnen gemeentelijke uitgangspunten veiligheid, openbare orde, etc.Sluitingstijden terras mede afhankelijk van woon- en leefklimaat in omgeving (zie vigerend APV) |
| Ruimtelijke aspecten | <ul style="list-style-type: none">Verzorgde inrichting en beheer openbare ruimteAandacht beeldkwaliteit pandenAantrekkelijke looproutes naar de kerngebieden voor horecaBlijvende aandacht schoon, heel en veiligDefensie-eiland (Wasserijgebouw/Ketelhuis): mogelijkheid nieuwe, complementaire horeca met nadrukkelijk onderscheidend profiel en uitstralingHeldere looproutes richting de kerngebieden horecaGeen horeca op verdieping (vermijden overmatige groei en effecten horeca op leefbaarheid) |

| | | |
|--------------------------------------|--|---|
| Overige aspecten | <ul style="list-style-type: none"> • Horeca bij detailhandel en dienstverlening alleen in ondergeschikte vorm en aantoonbaar ondersteunend aan hoofdfunctie. De activiteit horeca mag in dat geval maximaal 20 m² WVO omvatten en niet meer dan 25% van het totale WVO van betreffende zaak. Geen verkoop alcoholische dranken voor gebruik ter plaatse (cf. landelijk beleid). • Heldere randvoorwaarden t.a.v. woon- en leefklimaat in omgeving • Altijd toetsing effecten horeca op openbare orde/veiligheid, woon- en leefklimaat • Via exploitatievergunning sturen op kwaliteiten en omvang aanbod horeca (zie toelichting bij kerngebied horeca) • Consequente handhaving beleid en regelgeving | |
| Voorstel programma naar bezoekmotief | <ul style="list-style-type: none"> • Horecabezoek tijdens winkelen, overig dagbezoek • Borrelen & Uit eten • Uitgaan • Gemakkelijke maaltijd • Uitbreiding totaal | <p><u>Potenties uitbreiding:</u></p> <p>+</p> <p>+</p> <p>0</p> <p>+</p> <p>Aanbeveling 1-3 zaken (indicatief)</p> |
| Suggesties voor Aanvulling | <ul style="list-style-type: none"> • Hoogwaardig restaurant • Moderne fastserviceformule | <ul style="list-style-type: none"> • Restaurant algemeen • Cultuurcafé met podium (Defensie-eiland) |

BIJLAGEN

Bijlage 1: Indeling horeca naar sector

HorecaDNA hanteert een bedrijfstypenindeling gebaseerd op het product dat wordt verstrekt (dranken, ijs, etc.), op de specifieke ligging van het bedrijf (strand, camping, etc.) en op een aantal andere onderscheidende kenmerken. Deze bedrijfstypen worden hieronder beschreven.

Indeling horecabedrijven naar sector

Drankensector

- café/bar
 - discotheek
 - coffeecorner
 - kiosk
 - horeca bij recreatiebedrijf (w.o. pool/biljartcentra, amusementscentra, bioscopen)
 - horeca bij sportaccommodatie
 - strandbedrijf
 - ontmoetingscentrum
 - zalen-/partycentrum
-

Fastfood/fastservice

- ijssalon
 - snackbar/cafetaria
 - fastfoodrestaurant
 - shoarmazaak
 - lunchroom
 - crêperie
 - restauratie
 - spijsverstrekkers n.e.g., delivery
-

Restaurantsector

- bistro
 - restaurant
 - café-restaurant
 - wegrestaurant
-

Bijlage 2: Verslag gesprek horecaondernemers

Op 28 juni 2017 heeft BRO een gesprek gehad met een vertegenwoordiging van de horecaondernemers in de gemeente Woerden, inclusief de regiomanager van Koninklijke Horeca Nederland. In dit gesprek stonden het functioneren, de knelpunten en ontwikkelingskansen voor de horecasector centraal.

De visie van de ondernemers, zoals die werd gecommuniceerd tijdens dit gesprek, is als volgt.

Bezoekersprofiel

- Hoewel de horeca in Woerden in algemene zin redelijk goed functioneert ligt er qua bezoek een duidelijk accent op de weekenden. Op werkdagen komen er relatief weinig gasten.
- De toeristisch-recreatieve betekenis van Woerden groeit geleidelijk, maar de sector profiteert hier nog maar beperkt van. Evenementen als Woerden Bruist hebben wel een zeer positieve spin-off voor de horeca.
- De horecagasten in Woerden zijn verhoudingsgewijs redelijk koopkrachtig, maar wel kritisch t.o.v. product en service.
- De horeca in Woerden is overwegend goed en biedt een verzorgde aanblik. Het is volgens de ondernemers echter geen stad voor zeer vooruitstrevende of overmatig 'hippe' concepten. Dit hangt ook samen met de wat 'traditionele' voorkeuren van de lokale inwoners.
- De indruk bestaat dat de jongeren uit Woerden tegenwoordig meer uitgaan in hun eigen stad dan in het verleden, toen de stad Utrecht lange tijd zeer populair was.

Aanbodstructuur en speelveld

- Elk bedrijf dat horeca-activiteiten ontplooit moet, aldus de ondernemers, aan dezelfde normen voldoen als 'reguliere' horecazaken. Dus zowel qua milieu- en inrichtingseisen, de eisen vanuit het Bouwbesluit en de Drank- en Horecawet (indien relevant), voedselhygiëne, aanwezigheid toiletten, et cetera.
- De sector wenst een "gelijk speelveld" voor alle bedrijven met horeca-activiteiten (waaronder detailhandel), zonder willekeur in handhaving en toetsing van wet- en regelgeving.
- Horeca-activiteiten door winkels (blurring) zijn in de optiek van de horecaondernemers ongewenst, ook omdat zij lagere kosten hebben dan de reguliere horeca door beperktere inrichtingseisen. Dit wordt door ondernemers als "oneerlijke concurrentie" beschouwd. Deze visie betreft overigens ook agrarische bedrijven met horeca-activiteiten. Bovendien kunnen branchevreemde aanbieders door hun soms matige productkwaliteit en uitstraling het imago van de horecasector in algemene zin aantasten.
- In het in het verleden afgebakende horecaconcentratiegebied is geen vastgoed meer beschikbaar, dat fysiek geschikt is voor nieuwe horecazaken (o.a. vanwege ontbreken ruimte voor ventilatie/afzuiging, onvoldoende geluidsisolatie woningen).
- Vestiging van horecabedrijven buiten de binnenstad moet worden tegengegaan. Dit geldt ook voor bedrijventerreinen. De gemeente moet de geldende sluitingstijden voor horeca op bedrijventerreinen strakker handhaven.

- De “drempel” om een nieuwe horecazaak te beginnen is, volgens de ondernemers te laag. Daardoor starten er teveel “goudzoekers” met onvoldoende professionaliteit en kwaliteit, die vaak na korte tijd al weer moeten sluiten en het imago van de sector verzwakken.
- Handhaving van de wet- en regelgeving t.a.v. horeca moet door de gemeente worden toegepast op alle bedrijven met horeca-activiteiten, in welke vorm ook.

Gebruik buitenruimte en overige opmerkingen

- De kwaliteit en uitstraling van de terrassen moet in algemene zin worden verbeterd.
- Voor terrassen bij winkels moeten dezelfde voorwaarden en tarieven gelden als voor reguliere horecazaken.
- De ondernemers wensen meer openbare toiletten, om te voorkomen dat hun sanitair teveel wordt benut door niet-gasten.
- De parkeertarieven in Woerden zijn te hoog.
- De toeristenbelasting moet door de gemeente daadwerkelijk worden ingezet ter stimulering van toerisme en recreatie in de gemeente.
- In algemene zin wenst de horeca in Woerden meer erkenning door de gemeente voor haar belangrijke economische betekenis. De gemeentelijke leges voor vergunningen zijn relatief hoog en de behandeling vergt te veel tijd om als ondernemer slagvaardig en marktgericht te kunnen handelen en investeren.

Bijlage 3: Ontwikkelingskansen voor horeca buiten de binnenstad

In deze bijlage worden de ontwikkelingskansen en randvoorwaarden voor horeca buiten de binnenstad beschreven in de vorm van 'profielen' voor de relevante vestigingsmilieus.

1. Bedrijventerrein Middelland-Noord

| | |
|------------------------|---|
| Deelgebied(en) | <ul style="list-style-type: none">• Noordelijk deel van huidig bedrijventerrein Middelland (noordelijk van Middellandbaan). Gebied moet nog nader worden afgebakend o.b.v. gemeentelijke planvorming. |
| Ambitie en perspectief | <ul style="list-style-type: none">• Ruimtelijk-functionele transformatie gebied vanwege aanzienlijke leegstand bedrijven (kantoren) en ligging nabij binnenstad. Planvorming tendeert momenteel vooral naar een gemengd woon-werkgebied met een diversiteit aan wonen, werken en bijpassende voorzieningen. |
| Doelgroepen | <ul style="list-style-type: none">• Toekomstige inwoners gebied• Inwoners gemeente en regio (indien vestiging grootschalige horeca en/of verwante functies) |
| Ontwikkelingsrichting | <ul style="list-style-type: none">• Maximaal twee zelfstandige horecazaken, mede ter ondersteuning van werkfunctie. Bestaande horeca overschrijdt dit aantal reeds. Derhalve geen verdere uitbreiding zelfstandige horeca, TENZIJ hier in de toekomst een woonprogramma met voldoende primair draagvlak wordt gerealiseerd (zie voorstel programma).• Ondersteunende horeca binnen leisurebedrijven (hoofdfunctie ontspanning, sport, etc., zie onder)• Ondergeschikte horeca binnen andere bedrijven (zie onder)• Ruimte bieden voor horecazaken, die vanwege hun omvang en/of sterke afhankelijkheid van 'eigen' parkeervoorzieningen aantoonbaar niet terecht kunnen in de binnenstad.• Vergaderaccommodaties |
| Ruimtelijke aspecten | <ul style="list-style-type: none">• Directe voet-fietsverbinding met binnenstad wenselijk voor optimale synergie en spin-off• Indicatie minimale maat 'grootschalige' zaken: 350 à 400 m² bvo per bedrijf• Ruime 'eigen' parkeergelegenheid zaken• Voorkeur clustering horeca langs Polanerbaan, Houttuinlaan (Spoorzone), vanwege bereikbaarheid en nabijheid binnenstad.• Mogelijkheid terrassen afhankelijk van ruimtelijke situatie ter plekke en (effecten op) woon- en leefklimaat in omgeving |
| Overige aspecten | <ul style="list-style-type: none">• De daadwerkelijke kansen voor horeca in Middelland-Noord worden sterk bepaald door de toekomstige functionele en ruimtelijke invulling van het gebied.• Het is belangrijk om tijdens het gehele planproces de potenties voor (complementaire) horeca inclusief vergaderaccommodaties (congresfunctie) consequent mee te nemen.• Ondersteunende horeca binnen leisurebedrijven: max. 200 m² bvo en 20% van totale bvo van betreffende bedrijf.• Ondersteunende horeca bij bedrijven met een andere hoofdfunctie (bijv. kantoor, productie, logistiek): alleen in ondergeschikte vorm en aantoonbaar ondersteunend aan hoofdfunctie. De activiteit horeca mag in dat geval maximaal 75 m² bvo omvatten en niet meer dan 10% van het totale bvo van betreffende bedrijf. Geen verkoop alcoholische dranken voor gebruik ter plaatse.• Consequente handhaving beleid en regelgeving |

| | |
|----------------------------|---|
| Voorstel programma | <ul style="list-style-type: none"> • Er zijn in dit gebied reeds diverse horecazaken gevestigd, die ook overdag zijn geopend. Uitgaande van het huidige functiepatroon (vooral bedrijven) is geen extra reguliere, wijkverzorgende horeca wenselijk. • Grootschalige horecaconcepten, eventueel in combinaties met congres-/vergaderfaciliteiten, ruimtelijk en functioneel geïntegreerd in integrale toekomstvisie gebied (zie ruimtelijke aspecten) • Extra reguliere (kleinere) horecazaken (met een wijkverzorgend karakter) zijn in dit gebied alleen mogelijk, indien er in de toekomst voldoende primair consumentenpotentieel ontstaat vanuit woningbouw in dit gebied. Voorbeelden: café-restaurant, snackbar/grillroom, delivery (Categorie Gemakkelijke maaltijd). • Tijdens het herontwikkelingsproces van Middelland-Noord tot een veelzijdige stadswijk kan horeca worden ingezet ter versterking van de 'placemaking', (toekomstige) identiteit en beeldvorming naar buiten omtrent het plangebied. Al dan niet tijdelijke horecaformules ('Pop-Up') kunnen bovendien een ontmoetingsfunctie vervullen voor nieuwe gebruikers, bewoners en plannenmakers. • Maximaal 1 standplaats voor een snackwagen, met max. ruimtebeslag van 20 m² bvo. |
| Suggesties voor Aanvulling | <ul style="list-style-type: none"> • Grootschalige horecaformules: Sumo Sushi&Grill, Vandaag, Wereldkeuken, Wokrestaurant (diverse formules), Seats2Meet |

2. Bedrijventerrein Middelland-Zuid, Jaap Bijzerweg

| | |
|------------------------|--|
| Deelgebied(en) | <ul style="list-style-type: none">• Zuidelijk deel van huidig bedrijventerrein Middelland (zuidelijk van Middellandbaan) en Bedrijventerrein Jaap Bijzerweg. |
| Ambitie en perspectief | <ul style="list-style-type: none">• Primaire functie Middelland-Zuid: Werkgebied• Jaap Bijzerweg: Functieverruiming |
| Doelgroepen | <ul style="list-style-type: none">• Werkers in het gebied |
| Ontwikkelingsrichting | <ul style="list-style-type: none">• Maximaal twee zelfstandige horecazaken, mede ter ondersteuning van werkfunctie. Bestaande horeca (De Hall, Napkins) voldoet hier qua profiel en functioneren reeds aan. Derhalve geen verdere uitbreiding zelfstandige horeca.• Ondergeschikte horeca binnen bedrijven (zie onder) |
| Ruimtelijke aspecten | <ul style="list-style-type: none">• Zelfstandige horeca: voorkeur hoofdroute Korenmolenlaan• Mogelijkheid terrassen afhankelijk van ruimtelijke situatie ter plekke en (effecten op) woon- en leefklimaat in omgeving |
| Overige aspecten | <ul style="list-style-type: none">• Ondersteunende horeca bij bedrijven met een andere hoofdfunctie (bijv. kantoor, productie, logistiek): alleen in ondergeschikte vorm en aantoonbaar ondersteunend aan hoofdfunctie. De activiteit horeca mag in dat geval maximaal 75 m² bvo omvatten en niet meer dan 10% van het totale bvo van betreffende bedrijf. Geen verkoop alcoholische dranken voor gebruik ter plaatse.• Consequente handhaving beleid en regelgeving |
| Voorstel programma | <ul style="list-style-type: none">• Er zijn hier reeds twee horecazaken gevestigd. Bij het huidige functiepatroon (vooral bedrijven) is geen extra reguliere horeca wenselijk.• Maximaal 1 standplaats voor een snackwagen, met max. ruimtebeslag van 20 m² bvo |

3. Overige bedrijventerreinen gemeente Woerden

| | |
|------------------------|--|
| Deelgebied(en) | <ul style="list-style-type: none">• Polanen• Barwoutswaarder <p>Op de overige, kleinere bedrijventerreinen is geen zelfstandige horeca wenselijk.</p> |
| Ambitie en perspectief | <ul style="list-style-type: none">• Primaire functie: Werkgebied |
| Doelgroepen | <ul style="list-style-type: none">• Werkers in het gebied |
| Ontwikkelingsrichting | <ul style="list-style-type: none">• Elk bedrijventerrein: één zelfstandige horecazaak ter ondersteuning van werkfunctie• Ondergeschikte horeca binnen bedrijven |
| Ruimtelijke aspecten | <ul style="list-style-type: none">• Zelfstandige horeca: voorkeur entreegebied of centrale locatie binnen gebied• Bedrijventerrein Polanen: vestiging hoogwaardig, representatief en snelweggebonden zakenhotel met restaurant en vergaderaccommodatie op zichtlocatie aan A12 ('Voortuin A12') |
| Overige aspecten | <ul style="list-style-type: none">• Ondersteunende horeca bij bedrijven met een andere hoofdfunctie (bijv. kantoor, productie, logistiek): alleen in ondergeschikte vorm en aantoonbaar ondersteunend aan hoofdfunctie. De activiteit horeca mag in dat geval maximaal 75 m² bvo omvatten en niet meer dan 10% van het totale bvo van betreffende bedrijf. Geen verkoop alcoholische dranken voor gebruik ter plaatse.• Consequente handhaving beleid en regelgeving |
| Voorstel programma | <ul style="list-style-type: none">• Maximaal één zelfstandige horecazaak per bedrijventerrein (drankverstreker, fastfood of restaurant), met aantoonbare meerwaarde voor de functie als bedrijventerrein (verzorging werknemers en bezoekers).• Op Polanen is McDonald's reeds gevestigd, aldaar derhalve geen extra zelfstandige horeca wenselijk.• Alle bedrijventerreinen: Maximaal 1 standplaats voor een snackwagen, met max. ruimtebeslag van 20 m² bvo |

4. Buurt- en wijkcentra

| | | |
|----------------------------|--|---|
| Deelgebied(en) | <ul style="list-style-type: none"> • Molenvliet, Snel en Polanen, Tournoyveld | |
| Ambitie en perspectief | <ul style="list-style-type: none"> • Vitale buurt- en wijkcentra • Versterken ontmoetingsfunctie en leefbaarheid in de wijken | |
| Doelgroepen | <ul style="list-style-type: none"> • lokaal: wijkbewoners, inwoners Woerden • regionaal: n.v.t. • bovenregionaal: n.v.t. | |
| Ontwikkelingsrichting | <ul style="list-style-type: none"> • behoud en waar mogelijk versterken van horeca met primair een wijkfunctie, ook ter ondersteuning van de winkelfunctie | |
| Ruimtelijke aspecten | <ul style="list-style-type: none"> • Goed bereikbaar en voldoende parkeren • Aantrekkelijke omgeving • Schoon, heel en veilig • Mogelijkheden en sluitingstijden terrassen afhankelijk van ruimtelijke situatie ter plekke en (effecten op) woon- en leefklimaat in omgeving | |
| Overige aspecten | <ul style="list-style-type: none"> • Horeca kan leefbaarheid ter plekke versterken, leegstand verminderen en winkelfunctie ondersteunen • Consequente handhaving beleid en regelgeving | |
| Voorstel programma | <ul style="list-style-type: none"> • Horecabezoek tijdens winkelen, overig dagbezoek • Borrelen & Uit eten • Uitgaan • Gemakkelijke maaltijd • Maximaal 1 standplaats voor een snackwagen, met max. ruimtebeslag van 20 m² bvo | <p>Wensbeeld</p> <p>} Per initiatief toetsen</p> |
| Suggesties voor Aanvulling | <ul style="list-style-type: none"> • Gezonde fastfood • Delivery | <ul style="list-style-type: none"> • combinaties met detailhandel dagelijkse artikelen, terras |

5. Overig kern Woerden

| | | |
|------------------------|--|--|
| Deelgebied(en) | <ul style="list-style-type: none"> n.v.t. | |
| Ambitie en perspectief | <ul style="list-style-type: none"> Consoliderend beleid Bijzondere concepten per initiatief toetsen In voorkomende gevallen combinaties met leisure (recreatie) en zakelijke functies | |
| Doelgroepen | <ul style="list-style-type: none"> lokaal: brede doelgroep regionaal: brede doelgroep bovenregionaal: brede doelgroep | |
| Ontwikkelingsrichting | <ul style="list-style-type: none"> horeca ondersteunend aan recreatiefunctie gebieden (bijvoorbeeld bij recreatieplas Cattenbroek of in Brediuspark), passend bij gebiedsprofiel, complementair aan bestaande aanbod en bij voorkeur met vernieuwend karakter | |
| Ruimtelijke aspecten | <ul style="list-style-type: none"> goede omgevingskwaliteit, zichtbaarheid voldoende parkeermogelijkheden goede bereikbaarheid niet structuurverstorend voor horecafunctie centrum Woerden Mogelijkheden en sluitingstijden terrassen afhankelijk van ruimtelijke situatie ter plekke en (effecten op) woon- en leefklimaat in omgeving | |
| Overige aspecten | <ul style="list-style-type: none"> Horeca kan leefbaarheid ter plekke versterken, leegstand verminderen en winkelfunctie ondersteunen Consequente handhaving beleid en regelgeving | |
| Voorstel programma | <ul style="list-style-type: none"> Horecabezoek tijdens winkelen, overig dagbezoek Borrelen & Uit eten Uitgaan Gemakkelijke maaltijd | <p>Wensbeeld</p> <p>} Per initiatief toetsen</p> |

6. Dorpskernen

| | |
|----------------------------|---|
| Deelgebied(en) | <ul style="list-style-type: none"> • Harmelen, Kamerik, Zegveld |
| Ambitie en perspectief | <ul style="list-style-type: none"> • Versterken ontmoetingsfunctie en leefbaarheid dorpen • Faciliteren lokale verenigingsleven • Bijdrage aan toerisme en recreatie |
| Doelgroepen | <ul style="list-style-type: none"> • lokaal: wijkbewoners, inwoners Woerden • regionaal: recreanten • bovenregionaal: recreanten en toeristen |
| Ontwikkelingsrichting | <ul style="list-style-type: none"> • behoud en waar mogelijk versterken van horeca, ook ter ondersteuning van de winkelfunctie • product vernieuwing en –verbreding • kwaliteitsverbetering • aandacht externe presentatie • attractieve terrassen |
| Terrassen | <ul style="list-style-type: none"> • Verzorgde inrichting en uitstraling, met ruimte voor looproutes, hulpdiensten en incidentele evenementen • Terrasafschermingen, parasols etc. moeten passen in straatbeeld • Op eigen terrein alleen indien aansluitend aan inpandige horeca, geen ongewenste effecten op woon- en leefklimaat omgeving en passend binnen gemeentelijke uitgangspunten veiligheid, openbare orde, etc. • Sluitingstijden terras mede afhankelijk van woon- en leefklimaat in omgeving (zie vigerend APV) • Via exploitatievergunning sturen op kwaliteit (inrichting, uitstraling) en kwantiteit (omvang) |
| Ruimtelijke aspecten | <ul style="list-style-type: none"> • Hoge omgevingskwaliteit, sfeer en ambiance • inrichting en beheer openbare ruimte (Schoon, heel en veilig) • Goed bereikbaar en voldoende parkeren • Mogelijkheden en sluitingstijden terrassen afhankelijk van ruimtelijke situatie ter plekke en (effecten op) woon- en leefklimaat in omgeving |
| Overige aspecten | <ul style="list-style-type: none"> • Horeca kan leefbaarheid ter plekke versterken, leegstand verminderen en winkelfunctie ondersteunen • Consequente handhaving beleid en regelgeving |
| Voorstel programma | <ul style="list-style-type: none"> • Borrelen & Uit eten • Uitgaan • Gemakkelijke maaltijd • Maximaal 1 standplaats voor een snackwagen, met max. ruimtebeslag van 20 m² bvo <div style="text-align: right; margin-right: 50px;"> <p>Wensbeeld</p> <p>} Per initiatief</p> <p>} toetsen</p> </div> |
| Suggesties voor Aanvulling | <ul style="list-style-type: none"> • Horeca ter versterking van de dorpscultuur • Combinaties van eten en drinken |

7. Buitengebied

| | | |
|----------------------------|--|---|
| Deelgebied(en) | <ul style="list-style-type: none"> Buitengebied gemeente Woerden | |
| Ambitie en perspectief | <ul style="list-style-type: none"> Horeca t.b.v. functieverbreiding buitengebied versterking van dag- en verblijfsrecreatie versterken zakelijke ontmoetingsfunctie in buitengebied | |
| Doelgroepen | <ul style="list-style-type: none"> lokaal: inwoners gemeente regionaal: recreanten, zakelijke bezoekers bovenregionaal: recreanten en toeristen, zakelijke bezoekers | |
| Ontwikkelingsrichting | <ul style="list-style-type: none"> Horeca ondersteunend aan recreatievoorzieningen Inspelen op omgevingskwaliteiten en routestructuren Beperkte horeca bij agrarische bedrijven, ondersteunend en ondergeschikt aan hoofdfunctie Nieuwe zelfstandige horeca alleen op toeristisch-recreatieve knooppunten Aandacht externe presentatie Attractieve terrassen | |
| Ruimtelijke aspecten | <ul style="list-style-type: none"> Ondersteunende horeca alleen indien aantoonbaar ondersteunend aan de hoofdbestemming Goede bereikbaarheid en voldoende parkeergelegenheid Versterken van het netwerk voor wandelaars en fietsers Hoge omgevingskwaliteit, sfeer en ambiance Voldoende eigen parkeergelegenheid Mogelijkheden en sluitingstijden terrassen afhankelijk van ruimtelijke situatie ter plekke en (effecten op) woon- en leefklimaat in omgeving | |
| Overige aspecten | <ul style="list-style-type: none"> Horeca kan belangrijke bijdrage leveren aan functieverbreiding buitengebied en de ontwikkeling van nieuwe economische dragers Consequente handhaving beleid en regelgeving | |
| Voorstel programma | <ul style="list-style-type: none"> Borrelen & Uit eten Uitgaan Gemakkelijke maaltijd | <p>Wensbeeld</p> <p>} Per initiatief } toetsen</p> |
| Suggesties voor Aanvulling | <ul style="list-style-type: none"> boerderijcafé met landwinkel theetuin | <ul style="list-style-type: none"> 'Groene Hart Restaurant' (streek-eigen producten) |



Woerden Vestingstad

‘Zou eigenlijk niet elke woonplaats stiekem Woerden willen zijn?’

COLOFON

Dit is een publicatie van:

BIZ Vereniging Stadshart Woerden
Koninklijke Horeca Nederland, afdeling Woerden
Woerden Marketing
Culturele organisatie Woerden (C5)
Rijngracht Comité
Bewoners Binnenstad Woerden
BRO

Eindredactie / Vormgeving
BRO

Fotografie
Woerden Marketing
Lakerveld - Fotodesign

Woerden, oktober 2017

WOERDEN

Als een ster aan de hemel
Staat de stad aan de platte polder
Stadig te stralen in het groen
Attractief als een magneet
Trekt het centrum mensen aan
En wordt voortdurend dik bedolven
Onder de vreugde van de dag
De lach van het bestaan
Het wemelt in dit Woerden
Van de wonderrijke mensen
Als mieren in een hoop
Doorkruizen ze heel wat
Met huppelende benen
En springende gedachten
Leven zij hun leven
Met hun voeten op de stad

Als deze stad, dit sieraad
Om de arm van de Rijn
Zou leren woorden vormen
Zou het wel weldra willen weten:
Zou eigenlijk niet elke woonplaats
Stiekem Woerden willen zijn?

Nienke Gorter

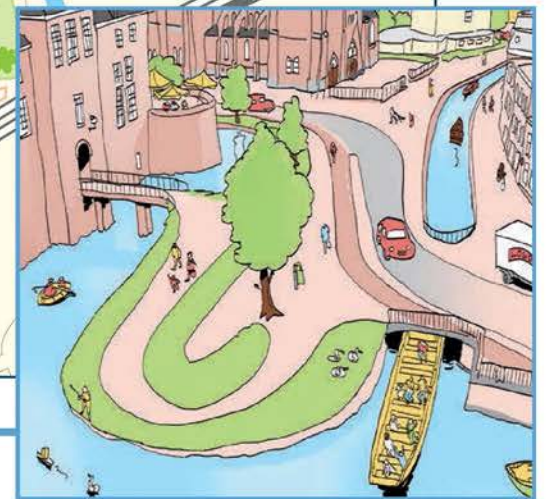


1. WOERDEN VESTINGSTAD

.... Donderdag 15 september 2022. Woerden viert vandaag haar 650ste verjaardag. Vandaag stond daarom een dagje uit gepland in de binnenstad van Woerden. De plek waar ik ongeveer 10 jaar geleden elke dag te vinden was. Ik woonde in een kleine studie boven de Gall&Gall in de Rijnstraat. Hoewel de binnenstad een leuke leefomgeving was, ben ik toch verhuisd naar een andere stad. De kwaliteit van de leefomgeving liep terug en winkelen deed ik niet meer in Woerden door het ontbreken van unieke winkels en de toenemende leegstand. 5 jaar later bezocht ik weer voor het eerst de binnenstad van Woerden. Ik had vele verhalen gehoord dat de binnenstad van Woerden de afgelopen jaren sterk is veranderd. Ik was benieuwd hoe de stad er nu uit zag.

De binnenstad van Woerden is het hart van de gemeente en heeft daardoor een belangrijke functie voor de kernen Harmelen, Kamerik, Woerden en Zegveld. Woerden, en met name de binnenstad van Woerden, profileert zich sterk als een bijzondere, historische parel in het Groene Hart. In de gehele regio wordt de binnenstad van Woerden gepromoot en gewaardeerd om haar historische en gastvrije kwaliteiten. Al ver voor ik uiteindelijk de binnenstad bereik, presenteert de binnenstad van Woerden zich in het landschap en is het DNA zichtbaar. Aan de hand van informatieborden en bewegwijzering word ik naar de binnenstad begeleid.

WOERDEN ANNO 2022



Woerden heeft de afgelopen jaren sterk geïnvesteerd in de gebieden rondom de Binnenstad. Zodra ik met mijn auto de A12 afsla en de straten van Woerden bereik, krijg ik een warm welkomstgevoel. Het gebied Middelland vormde voorheen een centraal bedrijventerrein van Woerden. Door de herontwikkeling van dit gebied, waarbij woon- en werkfuncties zich hebben gemengd, maakt dit gebied nadrukkelijker onderdeel uit van de binnenstad. De inrichting van de openbare ruimte, maar ook de gebouwen langs de straten hebben een hoogwaardige uitstraling waarbij aandacht is voor het rijke historische verleden van Woerden. Na enkele minuten duiken de vestingwerken van de binnenstad op en rijd ik de binnenstad van Woerden binnen.

Mijn vriendin waarmee ik vandaag een dagje naar Woerden ga, stuurde mij ook al geweldige foto's van de route vanaf het station naar de binnenstad. Het station ligt op loopafstand van de binnenstad en is via de Nelson Mandelabrug binnen enkele minuten te bereiken met de fiets en te voet. De inrichting van de openbare ruimte vanaf het station over de Nelson Mandelabrug, naar de binnenstad, heeft een hoogwaardige kwaliteit en voelt als een rode loper richting de binnenstad. Aan de hand van onder andere historisch ogende lantaampalen langs de weg, laanbomen en karakteristieke verharding merk je zodra je maar één stap de trein uitzet dat je in de binnenstad van Woerden bent, een binnenstad met ruim 2000 jaar geschiedenis.

De bereikbaarheid van de binnenstad is optimaal. Via een helder parkeerverwijssysteem word ik naar een beschikbare parkeerplaats begeleid. Een groot gedeelte van de historische binnenstad is niet meer bereikbaar met de auto. Dit zorgt voor minder blik op straat, waardoor de historische kwaliteit meer tot uitdrukking komt. Deze autovrije binnenstad zorgt voor meer ruimte voor andere functies, terwijl ik mijn auto nog prima aan de randen van de binnenstad kan parkeren. Het parkeerverwijssysteem

geeft aan dat de parkeergarages Castellum en Defensie-eiland vol zijn. Het is druk in de binnenstad, maar gelukkig heeft Woerden geïnvesteerd in de verschillende parkeergarages. Zowel in de parkeergarage onder het Exercitieveld als onder de Wagenstraat is nog ruimte. Ook vanuit de parkeergarage word ik op een gastvrije wijze naar de binnenstad begeleid. Bij ieder bronpunt in de binnenstad (parkeergarages, fietsenstellingen en station) en bij het VVV in het Kaaspakhuis is informatie over de binnenstad en een volledig overzicht van de activiteiten/evenementen te vinden.

Mijn vriendin en ik treffen elkaar bij de Gracht rondom het Kasteel van Woerden. De Gracht maakt onderdeel uit van de Limes, een route langs de bezienswaardigheden uit de Romeinse geschiedenis van Woerden. Het Kasteel is dagelijks geopend. Naast evenementen en partijen worden er ook rondwandelingen georganiseerd. Lokale gidsen nemen je tijdens een rondwandeling door het Kasteel mee terug in de tijd en laten je tijdens de wandeling even beleven hoe het was om in de 15e eeuw te leven. Het Kasteel is echter niet het enige historische pareltje van de stad. De binnenstad van Woerden is enorm rijk aan historische monumenten, van rijksmonumenten tot aan gemeentelijke monumenten. Het Klooster, de Molen de Windhond, de vestingwerken rondom de stad, het Kaaspakhuis, de Petrustoren, maar ook de vele historische panden verspreid door de binnenstad vormen hier enkele voorbeelden van. Toen ik nog in de binnenstad woonde waren deze elementen ook aanwezig, maar ze waren onvoldoende uitgelicht. Door onder andere de verschillende cultuurhistorische stadswandelingen, de interactieve informatieborden bij de monumenten, het aanlichten van panden en de georganiseerde evenementen rondom een cultuurhistorisch thema (zoals de Koeiemart) zijn de monumenten en het rijke verleden van de binnenstad van Woerden nadrukkelijker op de kaart gezet.

Naast het uitlichten van het bestaande cultuurhistorische aanbod zijn er op verschillende plaatsen van de binnenstad unieke culturele iconen toegevoegd. Zo wordt er een kunstroute georganiseerd over de vestingwerken en de singels en vertellen de kunstwerken aan de gevels van panden het verhaal van de geschiedenis van Woerden. Het Klooster is uitgebouwd en biedt naast cursussen en lessen in muziek, dans en theater, ook podium aan topartiesten en lokaal talent. In de kelder hebben jongeren nu een eigen plek om creativiteit te ontwikkelen. In het monumentale pand huist ook KUVVO, dat ik nog ken uit mijn basis- en middelbare schooltijd. Ze organiseren nog steeds leuke educatieve activiteiten onder schooltijd en daarbuiten. Dankzij KUVVO komen alle kinderen en jongeren in aanraking met kunst en cultuur. Talenten worden op deze manier ontdekt. De cultuurinstellingen (C5) zetten zich gezamenlijk om het Woerdens talent verder te ontwikkelen en te stimuleren via talentenklassen, subsidieregelingen en opleidingen.

Ook het aanbod van het stadsmuseum is uitgebreid en is verbonden met de exposities in de tuin van de Petruskerk. De zolder van het museum vormt sinds enkele jaren de 'Woerdens avontuurlijkste zolder', waarbij de geschiedenis van Woerden op een aantrekkelijke wijze wordt verbeeld en beleefbaar wordt voor de jeugd. Door het rijke aanbod aan cultuurhistorie en iconen wacht op elke hoek van de straat wel weer een nieuwe verrassing. Een wandeling door de binnenstad van Woerden vormt daardoor een tocht vol belevenissen en verhalen. Tijdens ons bezoek aan de binnenstad van Woerden komen we het logo van het Cultuur Platform Woerden steeds tegen op posters en op andere zaken die zij gesubsidieerd hebben of ondersteunen. Het is synoniem voor het sterke netwerk dat het Platform heeft opgebouwd in de stad. Cultuur vormt echt een rode draad in de stadsbeleving van Woerden en is bereikbaar voor iedereen.

Mijn vriendin en ik maken een rondje rond het Kasteel. Het Kasteel wordt nu omringd door water. Door de investeringen in beweegbare bruggen en het toevoegen van water in de binnenstad is het gebruik van het water enorm toegenomen. De waterrecreatie heeft een sterke impuls gekregen. Dit is ook te zien aan de vele bezoekers die met bootjes het Kasteel vanaf het water komen aanschouwen en de boten die in de passantenhaven aan de Haven liggen.

Vanaf het Kasteel volgen wij het water richting de Rijnstraat. Het water stroomt weer in volle glorie door deze straat, de Rijngracht, waarmee een stukje van de rijke geschiedenis weer terug is gegeven aan de stad. De Rijngracht is een belangrijk onderdeel van de Limes. Langs het water zijn aantrekkelijke terrassen van volwaardige horeca met uniforme uitstraling aanwezig. De Rijnstraat is omgevormd tot een aantrekkelijk verblijfsgebied, waar bewoners en bezoekers elkaar ontmoeten. Wanneer wij door de straat lopen staan enkele bezoekers aan de rand van het water en aanschouwen de bootjes die voorbij varen. De gehele Rijnstraat straalt allure en historie uit. In de binnenstad is geïnvesteerd in de uitstraling van de panden. De gevels hebben nu een karakteristieke uitstraling.

De investeringen in de binnenstad van Woerden hebben ook zijn vruchten afgeworpen op de winkelstraten. Onder andere in de Voorstraat is inmiddels het groen weeldering aanwezig door middel van bomen en plantenbakken. Samen met de Voorstraat, Nieuwstraat, Kerkplein en Groenendaal vormt de Rijnstraat het centrale en compacte winkelgebied van Woerden. De winkelruimten zijn op een duurzame manier gevuld. In de aaneengesloten winkelstraten vind ik hier alle formules passend bij Woerden. Wat uitblinkt, is het ruime aanbod aan ambachten en specialistische winkels. Met name deze unieke zelfstandige winkels zorgen ervoor dat de binnenstad van Woerden een aantrekkelijk winkelgebied is voor iedere doelgroep. Het actieve beleid, waarbij ruimte wordt gecreëerd voor ondernemerschap,

is de concurrentiepositie van de binnenstad van Woerden sterk door het onderscheidend aanbod ten opzichte van omliggende steden en kernen. Mixfuncties (o.a. met horeca en cultuur) zijn in de binnenstad van Woerden te vinden en maken de binnenstad van Woerden extra aantrekkelijk.

Enkele gebieden binnen het compacte centrum zijn specifiek aangewezen voor bepaalde branches. Zo is de Nieuwstraat nog met de auto bereikbaar en zijn in deze straat met name winkels gevestigd die verbonden zijn aan de verkoop van grootschalige doelgerichte aankopen. De Wagenstraat is de afgelopen jaren omgevormd tot een cluster van verschillende winkel- en horecazaken gericht op Food. Het proeven en ruiken van verschillende smaken en gerechten staan hierbij centraal. De centrale trekker in dit gebied vormt een gemoderniseerde supermarkt. De supermarkt heeft een belangrijke functie in de binnenstad. Bewoners zijn voor hun dagelijkse aankopen aangewezen op de Albert Heijn. Het foodcluster wordt daarnaast aangevuld met kleinschalige versspecialisten en specialistische horecazaken.

Na een korte wandeling door de binnenstad ploffen we neer op een van de terrassen op het Kerkplein. Het uitzicht vanaf mijn terrasstoel is geweldig. Het Kerkplein is omgetoverd tot een gezellig en aangenaam plein met groen en knusse zitgelegenheden. Naast de weekmarkt biedt het plein ruimte aan evenementen en ontmoeten.

Jaarlijks worden er verschillende evenementen georganiseerd. Van grote tot kleine evenementen, voor kinderen tot volwassen. Op het Exercitieveld en het Kerkplein worden grote evenementen georganiseerd, maar de kleinschalige evenementen vinden overal in de binnenstad plaats. Evenementen leveren een belangrijke bijdrage aan de levendigheid en aantrekkelijkheid van de binnenstad.

Het Kerkplein, de Kazerne en omliggende straten maken onderdeel uit het horecaconcentratiegebied van Woerden. De horeca in Woerden is divers en heeft zich de afgelopen jaren verder ontwikkeld. Zowel in aantal zaken, als in kwaliteit. Lokale producten worden gepromoot, altijd met een knipoog naar het historische verleden van Woerden. Binnen Woerden is een goede spreiding van horecagelegenheden gericht op restaurants, cafés en avondgelegenheden. Ook op het Defensie-eiland is een horecagelegenheid gecreëerd (de Wasserij), wat gezorgd heeft voor een impuls van de levendigheid in dat gebied. Door de goede verbinding met het winkelgebied en de uitstraling van alle horecazaken worden bezoekers verleid om langer in de binnenstad te verblijven. Wij worden geholpen door de vriendelijke bediening, die naast een goed advies over onze koffie ook nog op een gastvrije manier de leuke plekjes in de binnenstad verteld.

Na een koffie op het Kerkplein lopen wij samen via Meulmansweg richting de Haven. Bij de Nieuwe Markt moeten we even inhouden, omdat we worden ingehaald door een aantal kinderen. Zij rennen naar het speeltuintje verderop. De woonkwaliteit in de binnenstad van Woerden is hoog. Investerings in speel- en sportgelegenheden in de openbare ruimte, de ontwikkeling van passend woningaanbod voor alle doelgroepen aan de randen en de vergroening van de straten hebben het leefklimaat verbeterd. Het wonen in de binnenstad van Woerden kent verschillende vormen: van wonen boven de winkels in het winkelgebied, wonen in de moderne woningen op het Defensie-eiland tot aan het wonen in de cultuurhistorische panden. De binnenstad van Woerden biedt mogelijkheden voor jong en oud. De reuring van de binnenstad wordt daarbij doorgetrokken naar de woongebieden, waardoor dynamiek in de gehele binnenstad voelbaar is.

Ter hoogte van de Haven draai ik mijn hoofd in de oostelijke richting. De plaats waar ik vroeger mijn boeken haalde, is omgevormd tot een levendige plek in de binnenstad: de Huiskamer van de Stad. Met het samengaan



van partijen en functies is het een actieve plek voor ervaring, educatie, ontmoeting en creatie geworden. Een plek waar bezoekers samenkomen om te verblijven, te leren en te ontmoeten. Een neutrale publieke plek waar iedereen zich thuis voelt en binnenloopt: jong en oud. De koffie is er blijkbaar erg lekker want het leesterras en het leescafé zitten vol. Erg handig ook dat je er nu ook je paspoort kunt ophalen bij het gemeenteloket.

Wij lopen verder richting het Westdampark. Door de aanwezigheid van de parken Westdampark, Exercitieveld en de vele kleinschalige groengebieden heeft de binnenstad een groen karakter. De parken hebben naast een belangrijke functie voor de groene kwaliteit van de stad, ook een bijdrage aan activiteiten in de binnenstad. In het Westdampark is bijvoorbeeld een stadsstrand gerealiseerd.

Na een avontuurlijke dag in de binnenstad van Woerden lopen wij over de met sfeerverlichting aangeklede vestingwerken richting de parkeergarage. Vanaf de vestingwerken heb je een geweldig uitzicht over het water en de binnenstad. Uiteindelijk rijdt ik de parkeergarage uit op weg naar huis. Met de binnenstad van Woerden verdwijnend in mijn achteruitkijkspiegel, zeg ik tegen mezelf: "Zou eigenlijk niet elke woonplaats stiekem Woerden willen zijn?"





2. INLEIDING

2.1 Aanleiding

De dynamiek in binnensteden is groot. Winkelketens maken plaats voor nieuwe concepten. Consumenten zijn sterker op zoek naar een unieke beleving en willen vermaakt worden. Het horeca- en culturele aanbod hebben een grotere rol toebedeeld gekregen in de binnenstad. Wonen in de binnenstad en de kwaliteit van de leefomgeving in de binnenstad staan nadrukkelijker op de kaart. Deze ontwikkelingen vragen om veranderingen in de binnenstad om er voor te zorgen dat de ruimte beter aansluit op de wensen en behoeften. Een flexibele binnenstad die, zowel qua aanbod, regelgeving en plannen, kan inspelen op veranderingen. Op die manier wordt voorkomen dat vraag en aanbod onvoldoende in verbinding staan, met dalende bezoekersaantallen een afname van de leefbaarheid en leegstand tot gevolg. Een integrale visie en actieplan voor de binnenstad is van belang om de binnenstad van Woerden te laten mee bewegen met de ontwikkelingen en haar positie als Vestingstad te kunnen waarmaken. De visie op de binnenstad fungeert als richtinggevend beleid en toetsingskader voor nieuwe initiatieven in de binnenstad. De visie vormt nadrukkelijk geen star kader, maar zorgt voor voldoende flexibiliteit om te kunnen inspelen op de veranderende vraag.

2.2 Proces

De visie voor de binnenstad van Woerden is het resultaat van een intensieve samenwerking tussen alle partners in de binnenstad. Een werkgroep is gezamenlijk actief aan de slag gegaan met het vormgeven van de visie. De werkgroep vormt een vertegenwoordiging van partners van de binnenstad en hun achterban.

De visie is geschreven door en voor de stad. Dit betekent dat rekening is gehouden met alle belangen binnen de gemeente Woerden.

2.3 Samenwerking gemeente Woerden

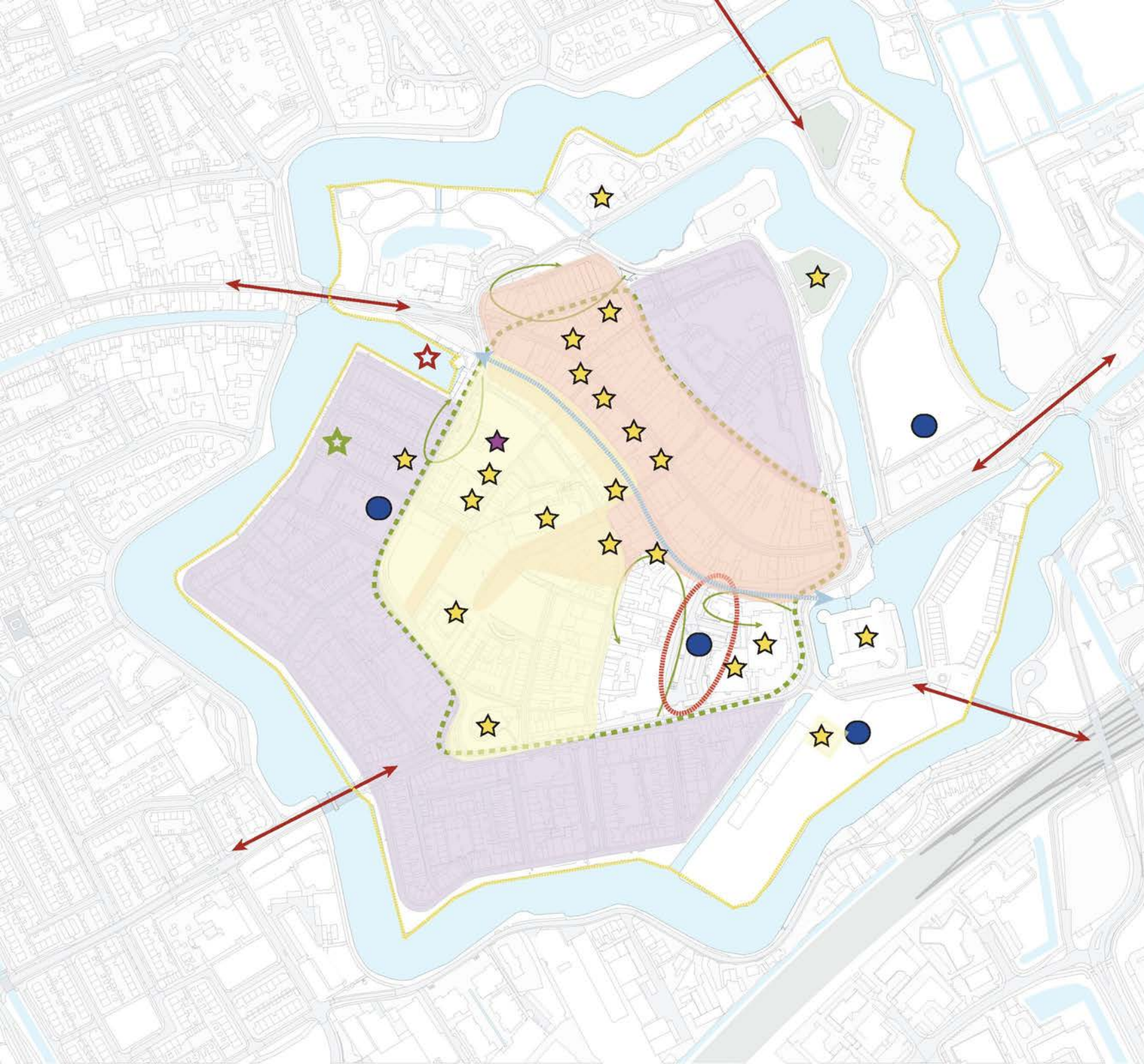
Voor het zetten van succesvolle stappen richting de visie van Woerden is een goede samenwerking met de gemeente en de Vestingsraad van belang. Voor de opstelling van deze visie is daardoor ook nadrukkelijk de samenwerking opgezocht met de gemeente en de wens is om deze samenwerking ook tijdens de uitwerking en implementatie van de visie voort te zetten.

2.4 Woerden Vestingstad

Om de beschreven visie van Woerden Vestingstad te bereiken, is het van belang de binnenstad te versterken en mee te bewegen met nieuwe ontwikkelingen zonder de huidige kwaliteiten te vergeten. Voor de binnenstad van Woerden is de volgende centrale ambitie geformuleerd:

Woerden Vestingstad, een binnenstad met een rijke historie en waar het rijke cultuurhistorische aanbod nog op elke locatie in de binnenstad beleefbaar is. De binnenstad vormt het economische, culturele en sociale hart van de gemeente Woerden en heeft een sterke positie als unieke parel in het Groene Hart. De plaats waar je naar toe gaat voor een boodschap, een dagje uit, een ontmoeting of voor verrassend vermaak. De binnenstad heeft een aantrekkelijke, dynamische en unieke woonomgeving en ondernemerschap wordt gefaciliteerd. De binnenstad is van en voor iedere Woerdenaar.





-  woongebieden
-  horecaconcentratiegebied
-  kernwinkelgebied
-  autovrije binnenstad
-  vestingwerken
-  foodcluster
-  autolussen
-  parkeergarages
-  rijksmonumenten
-  huis van de binnenstad
-  VVV
-  verbindingen binnenstad
-  Rijngracht
-  haven



3. DE VISIE UITGEWERKT

3.1 Inleiding

De visie op de binnenstad van Woerden is in dit hoofdstuk per thema verder uitgewerkt. Per thema zijn de ambities benoemd en zijn concrete (meetbare) doelstellingen geformuleerd.

3.2 Ambities en doelstellingen

Cultuur en recreatie

- *“Door verschillende activiteiten zijn de monumenten en het rijke verleden van de binnenstad van Woerden nadrukkelijker op de kaart gezet”*
- *“Naast het uitlichten van het bestaande cultuurhistorische aanbod zijn er op verschillende plaatsen van de binnenstad unieke culturele iconen toegevoegd”*
- *“Het Cultuur Platform Woerden heeft een sterk netwerk opgebouwd in de stad en cultuur is een centraal onderdeel van de stad”*
- *“De waterrecreatie heeft een sterke impuls gekregen”*
- *“... de vergroening van de straten hebben het leefklimaat verbeterd”*
- *“Het water stroomt weer in volle glorie door de straat, de Rijngracht”*
- *“De gevels hebben nu een karakteristieke uitstraling”*
- *“Dankzij KUVVO komen alle kinderen en jongeren in aanraking met kunst en cultuur. Talenten worden op deze manier ontdekt. De*

cultuurinstellingen (C5) zetten zich gezamenlijk om het Woerdens talent verder te ontwikkelen en te stimuleren via talentenklassen, subsidieregelingen en opleidingen”

- *“Cultuur vormt echt een rode draad in de stadsbeleving van Woerden en is bereikbaar voor iedereen”*

Kunst en cultuur bieden levendigheid en geven plekken uitstraling, verrassen en geven een middel om te laten zien wie je bent. Kunst en cultuur kunnen een reden vormen om een binnenstad te bezoeken, om er te wonen of te verblijven. Investerings- en verblijfsaanpak betalen zich dan ook terug. Hoe aantrekkelijker het aanbod van kunst en cultuur, hoe hoger de belevings- en verblijfsaanpak van het gebied. Dit heeft een effect op de aantrekkingskracht op bezoekers en is van invloed op bestedingspatronen. Het onderscheidende culturele aanbod in de binnenstad van Woerden wordt grotendeels georganiseerd door vrijwilligers. Hun activiteiten zijn daardoor niet alleen aantrekkelijk voor Woerdenaren maar bieden mogelijkheden om de recreatie en toeristische ambities van de binnenstad te versterken.

Dit sluit ook aan bij de doelen zoals geformuleerd door het Klooster, Stadsmuseum, KUVVO, Bibliotheek Het Groene Hart en Cultuur Platform Woerden in de ambitie ‘Woerden, meest creatieve stad van Nederland (voorbij het gemiddelde)’ voor de periode 2016 – 2019. De vijf culturele partijen zetten in op het versterken van culturele aanbod en educatie.

Doelstellingen

Voor het bereiken van de ambitie wordt er ingezet op de volgende doelstellingen:

- **Zicht- en tastbaar maken van rijke verleden:** De geschiedenis van een binnenstad is voor iedere stad uniek en biedt daardoor kansen om de stad te profileren en zich te onderscheiden van andere binnensteden. De binnenstad van Woerden heeft een rijke geschiedenis. Het Kasteel, de Petruskerk, de Windhond, de Kazerne, het voormalig arsenaal en het Stadsmuseum vormen hier enkele voorbeelden van en zorgen er voor dat de geschiedenis nog steeds voelbaar is in de binnenstad. Ondanks het ruime aanbod bestaan kansen om dit verder te versterken. Dit heeft onder andere betrekking op het ontsluiten van monumenten, het verbinden van culturele hotspots via een logische route door de stad, het verschaffen van informatie/verhalen over de historische elementen en het herstellen van historische elementen. De realisatie van de Rijngracht biedt kansen om de historische kwaliteiten zichtbaar te maken en de uitstraling en beleving van de binnenstad te verbeteren. Ook de vergroening van de straten dragen bij aan beleving en uitstraling van de binnenstad.
- **Volwaardig aanbod:** Het aanbod aan ontspannings- en vrijetijdsvoorzieningen in de binnenstad kan op verschillende wijzen worden verrijkt, waaronder het aanbod voor een avondje uit of de voorzieningen voor jongeren. Het creëren van een volwaardig aanbod voor alle doelgroepen in de binnenstad van Woerden draagt bij aan de verblijfskwaliteit en het verlengen van de verblijfsduur. Ontwikkelingen zoals het vergroten van het aanbod aan waterrecreatie, het realiseren van kwalitatieve locaties voor het vertonen van podiumkunsten, het opzetten van toeristische arrangementen in relatie tot het Groene Hart of de omliggende steden van de Randstad zijn daardoor passend. Bovendien bestaat er de wens om een permanente (culturele) attractie met regionale / (inter)nationale uitstraling en kwalitatief kaliber aan te trekken, naar voorbeeld van de attracties Avifauna en Archeon en hun betekenis voor Alphen.
- **Versterken wisselwerking:** De verbinding tussen cultuur en overige functies in de binnenstad, zoals detailhandel, horeca etc. is essentieel om de verblijfsduur van bezoekers te verlengen en de beleving van de binnenstad te vergroten. Cultuur is in Woerden de (ver)bindende factor.
- **Vergroten overnachtingsmogelijkheden:** Met hetgeen voor ogen staat, is de ontwikkeling op meer toeristenbewegingen van belang. Hierdoor neemt het belang van overnachtingsmogelijkheden toe, en dit bij voorkeur in het centrum. Op dit moment heeft de gemeente Woerden 23 overnachtingsmogelijkheden, waarvan een deel in de binnenstad. In 2019 is de verwachting dat het concern Van der Valk zich zal vestigen in Woerden. Naast de overnachtingsmogelijkheden in de groene omgeving, is het creëren van overnachtingsmogelijkheden in de sfeervolle omgeving van de authentieke stad kansrijk. Een hotel of een bed en breakfast zijn daarbij mogelijkheden.
- **Actieve en eenduidige marketing:** Ingezet wordt op het verbinden van activiteiten van ondernemers, evenementenorganisaties en stakeholders binnen een eenduidige marketingcommunicatie. Door een goede en eenduidige marketingcommunicatie, gastheerschap en informatie worden nieuwe (inter)nationale bezoekers aangetrokken en behouden, met een positief effect voor de lokale economie. Dit wordt gedaan door het merk Woerden en haar specifieke kernwaarden, uit te vergroten en als begrip kenbaar te maken bij bezoekers, bewoners en ondernemers. Hierbij wordt ingezet op de online- en offline promotie, waarbij voor iedere doelgroep een passende communicatiewijze wordt gehanteerd. Er liggen kansen op het gebied van beurzen, campagnes en online promotie via www.beleefwoerden.com.
- **Loyaal Woerden:** Om recreanten en toeristen een warm welkom te bieden, is onder andere recent de nieuwe VVV winkel geopend, die beheerd wordt door Woerden Marketing. De nieuwe VVV biedt

de mogelijkheid om bezoekers op een excellente gastvrije manier te ontvangen en te informeren. Tevens worden er vanuit de VVV verschillende arrangementen ontwikkeld in samenwerking met recreatieve ondernemers. Het vergroten van het loyaliteitsprogramma zal in de komende jaren verder uitgebouwd worden en biedt kansen om bewoners en bezoekers te binden aan de binnenstad en terugkom bezoeken te genereren.

- **Huiskamer van de binnenstad:** Van oorsprong vormt het stadscentrum het verzamelpunt voor maatschappelijke functies en ontmoeten. Door ontwikkelingen in de binnenstad zijn het verenigingsleven en de maatschappelijke functies langzaam verplaatst naar de omliggende wijken. Om de natuurlijke functie van de binnenstad als verzamelplaats voor verenigingen, stichtingen, organisaties, politieke partijen en maatschappelijke bijeenkomsten te herstellen, is het essentieel om dergelijke organisaties ruimte te bieden in het centrum. De huidige bibliotheek aan de Meulmansweg zal zich de komende jaren verder ontwikkelen tot 'Huiskamer van de Stad'. Een centraal ontmoetingscentrum waar zowel jong als oud graag wil verblijven en vaardigheden wil ontwikkelen. Ook kan bibliotheek ruimte bieden voor bijeenkomsten, spreekkamers (UWV, specialisten zoals logopedie en maatschappelijk werk) of cursussen. Het eventueel vestigen van een gemeenteloket, een aangifteloket van de politie en een huisarts (of andere sociaalmaatschappelijke functies) dragen bij aan de centrumfunctie van de bibliotheek. De bibliotheek, in combinatie met een goede horecavoorziening, kan zich op die manier ontwikkelen tot het maatschappelijke hart van de binnenstad.





Evenementen

- *“Jaarlijks worden er verschillende evenementen georganiseerd. Van grote tot kleine evenementen, voor kinderen tot volwassen”*
- *“Evenementen leveren een belangrijke bijdrage aan de levendigheid en aantrekkelijkheid van de binnenstad”*

Woerden kent een volle evenementenkalender en een rijke burgerparticipatie als het gaat op het organiseren van activiteiten en/ of het ondersteunen daarvan. De evenementen dragen bij aan de dynamiek en levendigheid in de binnensteden en leveren bovendien ook vele bezoekers op. De binnenstad van Woerden kent jaarlijks een volle evenementenkalender, waaronder de evenementen zoals de Koeiemarkt. Met deze evenementen richt Woerden zich op haar eigen bewoners, maar ook op de regio. Wekelijks wordt er op het Kerkplein een weekmarkt gehouden. Deze weekmarkt heeft met name een verzorgende functie voor Woerden en de omliggende kleinere kernen.

Doelstellingen

Voor het bereiken van de ambitie wordt er ingezet op de volgende doelstellingen:

- **Evenwichtige evenementenkalender:** De evenementenkalender wordt op dit moment bewerkstelligd door los van elkaar opererende organisaties, waardoor de spreiding over het jaar niet evenwicht is. In de zomermaanden zijn het aantal evenementen beperkt, terwijl de andere maanden vele evenementen kennen. Door in te zetten op een goede afstemming tussen organisaties kan een evenwichtigere evenementenkalender ontstaan met een jaar rond aantrekkelijke evenementen. De evenwichtige dosering is ook van belang in relatie tot het behoud van de kwaliteit van de leefomgeving voor bewoners van de binnenstad.

- **Uniek evenementenaanbod:** Het ruime evenementenaanbod in Woerden is een kracht van de binnenstad. Om er voor te zorgen dat het evenementenaanbod voldoende kwaliteit heeft, is het van belang om het aanbod constant te vernieuwen en te versterken. Jaarlijks terugkerende (culturele) evenementen rondom een bepaald thema (Vestingstad) zijn daarbij gewenst. Deze evenementen zijn sterker aan de stad verbonden en dragen daardoor bij aan het economisch functioneren van de binnenstad. Daarnaast moet ruimte worden gegeven aan ondernemers om lokale kleinschaligere evenementen te organiseren, zoals verschillende soorten markten in de binnenstad.
- **Evenementenlocaties:** Over het algemeen is de gehele openbare ruimte in de binnenstad aangewezen als evenementenlocatie (echter wel verbonden aan een aantal restricties zoals tijd, aantal en jaargetijden). Om evenementen een goede plek te geven in het centrum is het wenselijk om het aantal evenementenlocaties uit te breiden en de huidige locaties te behouden, zoals het Westdampark en Exercitieveld. De binnenstad moet als evenementenlocatie voorzien zijn van goede voorzieningen, zoals een openbaar toilet (beweegbaar).

Wonen

- *“De woonkwaliteit in de binnenstad van Woerden is hoog”*
- *“Het wonen in de binnenstad van Woerden kent verschillende vormen. De binnenstad van Woerden biedt mogelijkheden voor jong en oud”*
- *“... de vergroening van de straten hebben het leefklimaat verbeterd”*
- *“De reuring van binnenstad wordt doorgetrokken naar de woongebieden, waardoor dynamiek in de gehele binnenstad voelbaar is”*
- *“Door de aanwezigheid van de parken Westdampark, Exercitieveld en de vele kleinschalige groengebieden in de binnenstad heeft de binnenstad een groen karakter”*

Wonen vormt een steeds belangrijke functie in de binnenstad en is een essentieel onderdeel van Woerden Vestingstad. Woningen en bewoners dragen bij aan de leefbaarheid en dynamiek in de binnenstad, ook buiten de openingstijden van winkels en horecazaken. Bovendien draagt wonen in de binnenstad bij aan de veiligheid en is een gezond inwonersaantal noodzakelijk om het voorzieningenniveau op peil te houden.

In de afgelopen jaren zijn er diverse woningbouwprojecten gerealiseerd in Woerden, waaronder het Defensie-eiland. Uit de enquête onder bewoners uit de binnenstad van Woerden blijkt dat bewoners over het algemeen de woon- en leefkwaliteit in de binnenstad positief waarderen. De ligging van Woerden, centraal in het Groene Hart, midden in de Randstad en in de nabijheid van grote steden, maakt Woerden als woonstad uniek. Deze uitgangspunten bieden mogelijkheden om dit in de toekomst verder te versterken.

Doelstellingen

Voor het bereiken van de ambitie wordt er ingezet op de volgende doelstellingen:

- **Wonen boven winkels:** In de gehele binnenstad, ook binnen het kernwinkelgebied, liggen kansen om woningen boven winkels te realiseren. Het toevoegen van woningen in de binnenstad verhogen de dynamiek en levendigheid in de binnensteden. Om deze ambitie op een goede wijze vorm te geven, is het van belang om oog te houden voor woonkwaliteit en het ondernemersklimaat. Binnen het kernwinkelgebied blijft gelden dat de belangen van de bestaande en toekomstige ondernemers voor gaan op die van eventuele bewoners. Wonen boven winkels moet de bedrijvigheid in de binnenstad met een publieksfunctie niet in de weg staan. De reuring van de binnenstad en het daarbij passende ondernemersklimaat hoort bij het wonen in de binnenstad.
- **Vergroten woonfunctie in de binnenstad:** Om de leefbaarheid en de dynamiek in de binnenstad te vergroten wordt ingezet op het vergroten van de woonfunctie in de binnenstad door leegstaande winkelpanden te transformeren naar woningen. Dit is niet wenselijk binnen het kernwinkelgebied, aangezien deze afbreuk doet aan de beleving van het winkelgebied. Aan de randen van de binnenstad liggen er meer kansen. Het gebied ten zuiden van de binnenstad, Middelland, is aangewezen als potentiële ontwikkellocatie. Op deze locatie zijn kansen om het woningaanbod uit te breiden. Essentieel bij de ontwikkeling van dit gebied zijn de verbindingen met de binnenstad. De binnenstad kan namelijk een belangrijke verzorgende functie vervullen voor dit toekomstige woon- en werkgebied.
- **Vergroten woonkwaliteit:** Ondanks dat bewoners op dit moment tevreden zijn over de woonkwaliteit in de binnenstad, is het van belang dit ook naar de toekomst toe te behouden. De bereikbaarheid van de binnenstad, de inrichting van de binnenstad, het voorzieningenniveau en de parkeervoorzieningen vormen enkele voorbeelden die bepalend

zijn voor de kwaliteit van wonen, rekening houdend met het feit dat reuring (evenementen en uitgaansleven) horen bij de binnenstad. Ook het toevoegen van meer groenvoorzieningen, het vergroenen van de winkelstraten, parken en speelvoorzieningen zorgen ervoor dat er een aantrekkelijk woonmilieu wordt gecreëerd.

- **Divers woningaanbod:** De binnenstad van Woerden biedt een onderscheidend woonaanbod, zoals het wonen in monumentale panden wat ook verantwoordelijkheden met zich mee brengt. In de binnenstad van Woerden is met name vraag naar betaalbare woningen voor jongeren en ouderen (65+). Bij de herontwikkeling of transformatie van panden vormen deze groepen kansrijke doelgroepen.

- **Duurzaam wonen:** In het beleid van de gemeente Woerden is de wens uitgesproken om te streven naar duurzaamheid. Bij de bouw van woningen dient aandacht besteed te worden aan de toekomstbestendigheid en levensloopbestendigheid van de woningen. Duurzaamheid en energieprestaties zijn zowel van belang bij nieuwbouwwoningen, als het bestaande aanbod.
- **Behoud historische uitstraling:** Hoewel vernieuwing en modernisering belangrijk zijn om ook nieuwe doelgroepen aan te trekken, moet zorgvuldig worden omgegaan met de historische woongebieden. De historische uitstraling van de woongebieden mag niet verloren gaan en moet waar mogelijk versterk worden.



Detailhandel

- *“Samen met de Voorstraat, Nieuwstraat, Kerkplein en Groenendaal vormt de Rijnstraat het centrale en compacte winkelgebied van Woerden”*
- *“De winkelruimten zijn gevuld en er is nauwelijks leegstand aanwezig”*
- *“Met name deze unieke zelfstandige winkels zorgen ervoor dat de binnenstad van Woerden een aantrekkelijk winkelgebied is voor iedere doelgroep”*
- *“Het actieve beleid, waarbij ruimte wordt gecreëerd voor ondernemerschap, is de concurrentiepositie van de binnenstad van Woerden sterk door het onderscheidend aanbod ten opzichte van omliggende steden en kernen”*
- *“De Nieuwstraat is nog met de auto bereikbaar en in deze straat zijn met name winkels gevestigd die verbonden zijn aan de verkoop van grootschalige doelgerichte aankopen”*
- *“De Wagenstraat is de afgelopen jaren omgevormd tot een cluster van verschillende winkel- en horecaken gericht op Food”*
- *“De supermarkt is uitgebreid en verbeterd”*

De binnenstad van Woerden kent een ruim aanbod aan zelfstandige ondernemers, maar biedt daarnaast ook ruimte aan de landelijke formules. Wanneer het aanbod in Woerden vergeleken wordt met het aanbod in vergelijkbare binnensteden blijkt dat Woerden een ruim aanbod heeft op het gebied van persoonlijke verzorging en bruin- en witgoed in de binnenstad (Locatus, 2017). Het aanbod op het gebied van kleding en mode en wonen, blijft daarentegen achter in vergelijking met vergelijkbare binnensteden. Kijkend naar de spreiding van de detailhandelfuncties zijn de detailhandelfuncties voornamelijk gevestigd aan de Voorstraat, Rijnstraat en Kerkplein/Kerkstraat.

In de binnenstad staan in totaal 28 panden leeg, waarvan ruim 70 procent behoort tot de frictie leegstand. In vergelijking met de benchmark is de leegstand in de binnenstad van Woerden beperkt, maar wel beeld- en sfeerbepalend is en derhalve ingrijpend in het winkelstraatbeeld. De leegstand bevindt zich voornamelijk aan de randen, waaronder het gebied nabij de St. Jansteeg.

Doelstellingen

Voor het bereiken van de ambitie wordt er ingezet op de volgende doelstellingen:

- **Winkels primair in centrum:** om de winkelfunctie van de binnenstad te versterken, wordt uitbreiding van recreatief winkelaanbod binnen de gemeentelijke detailhandelsstructuur primair toegestaan in de binnenstad. Dit is in lijn met het detailhandelsbeleid zoals geformuleerd in 2009. Nieuwe winkels worden zo veel mogelijk gestimuleerd om zich binnen het aangewezen winkelgebied te vestigen.
- **Boodschappenfunctie:** Uit het onderzoek van Locatus (2008) blijkt dat ruim een kwart van de bezoekers als hoofdbezoekdoel het doen van boodschappen heeft. Bovendien komt circa 85% van de bezoekers minimaal één keer per week in het centrum. Dit duidt op een belangrijke boodschappenfunctie. In de detailhandelsvisie is aangegeven dat de huidige supermarkt in het centrum een beperkte omvang is. De uitbreiding van het dagelijkse supermarktaanbod is daardoor gewenst. Bij voorkeur wordt er een tweede supermarkt in het centrum toegevoegd in een aanvullend marktsegment (discounter) of modernisering van de bestaande Albert Heijn. Bij eventuele toevoeging van een supermarkt wordt gezocht naar een complementaire toevoeging. Aansluitend op het supermarktaanbod is het wenselijk om het aanbod aan versspeciaalzaken en overige zaken gerelateerd aan food te clusteren rondom de Wagenstraat. Gezamenlijk kan er op deze manier een uniek concept ontstaan rondom het beleven en proeven van voedsel wat een



de gezamenlijke aantrekkingskracht vergroot.

- **Compleet winkelaanbod:** de binnenstad van Woerden moet de huidige diversiteit van het winkelaanbod (grootschalig, kleinschalig, ketens, zelfstandigen, branchering, etc.) behouden. Met name in de modische en de dagelijkse sector kan versterking worden gezocht, door het toevoegen van versspeciaalzaken en unieke kledingzaken en boetieks. Een actief wervingsbeleid is daarbij essentieel.
- **Uniek winkelaanbod:** de aanwezigheid van landelijke ketens zorgen ervoor dat de binnenstad een volwaardig aanbod kan aanbieden als verzorgend centrum. De zelfstandige zaken, jonge ondernemers en unieke concepten zorgen er echter voor dat de binnenstad van Woerden zich kan onderscheiden van binnensteden in de omgeving. Het aanbod aan zelfstandigen zijn van grote waarden voor Woerden wegens de hoge mate van betrokkenheid bij het Stadshart, Woerden en de samenleving. Het is daardoor van belang om ook in te zetten op de aanwezigheid van dit aanbod, waarbij oog moet worden gehouden voor de toekomstbestendigheid van de concepten en de binding met Woerden.
- **Compact:** de winkels dienen voor een groot deel sterk geconcentreerd te zijn met zo min mogelijk onderbrekingen in het winkelfront, zodat ondernemers beter van elkaar kunnen profiteren en er een aangenaam winkelklimaat ontstaat. De leegstand binnen het kernwinkelgebied dient daarbij zoveel mogelijk te worden teruggedrongen. Het blijft daarom van belang om gericht en (pro)actief winkelleegstandsbeleid te voeren. Dit moet niet alleen winkelleegstand tegengaan, maar ook een meer duurzame invulling geven aan de invulling van de leegstaande winkelpanden.
- **Flexibiliteit en functiemenging:** de kracht van de binnenstad van Woerden ligt in de sterke mix tussen winkels, horeca, leisure, cultuur, dienstverlening, maatschappelijke- en zorgvoorzieningen en wonen binnen een compact gebied. Voor de consument is winkelen namelijk steeds meer een 'beleving' en hierin spelen andersoortige functies

(zoals horeca en leisure), maar ook o.a. evenementen en mengfuncties (waarin bijvoorbeeld horeca en detailhandel gecombineerd worden) een belangrijke rol. De diversiteit van functies en daarmee het versterken van de belevingswaarde voor de lokale en regionale bezoeker moet behouden blijven, dan wel versterkt worden. Ten aanzien van functiemenging, waarbij verschillende functies worden gecombineerd binnen één onderneming, moet benadrukt worden dat Woerden uitgaat van een gelijk speelveld voor in regelgeving en regeldruk voor alle ondernemers. Dit betekent dat bijvoorbeeld dat een detailhandelondernemer aan dezelfde voorwaarden moet voldoen voor een terras als een horecaondernemer, te vatten in een op te stellen horecabeleid.

- **Gastvrijheid:** Om de unieke winkelbeleving van de binnenstad van Woerden te vergroten, dient er te worden ingezet op het vergroten van de gastvrijheid. Gastvrijheid vertaalt zich in service, loyaliteit en helderheid.
- **Openingstijden:** de openingstijden in de binnenstad wisselen sterk. Landelijke winkelketens hebben vaak behoefte aan langere openingstijden, terwijl dit voor zelfstandige ondernemers niet altijd wenselijk is. Voor de bezoeker van de binnenstad is het belangrijk te weten wanneer winkels open of gesloten zijn. Een duidelijke en eenduidige communicatie naar de bezoeker is essentieel, om teleurstelling te voorkomen. Waar mogelijk moeten de openingstijden van winkels zoveel mogelijk op elkaar worden afgestemd.

Horeca

- *“Het Kerkplein, de Kazerne en omliggende straten maken onderdeel uit het horecaconcentratiegebied van Woerden. De horeca in Woerden is divers en heeft zich de afgelopen jaren verder ontwikkeld. Zowel in aantal zaken, als in kwaliteit.*
- *“Door de goede verbinding met het winkelgebied en de uitstraling van alle horecazaken worden bezoekers verleid om langer in de binnenstad te verblijven”*

Als onderdeel van de visie op de horecastructuur in Woerden is een analyse gemaakt ten aanzien van de aard, kwaliteiten en knelpunten van het huidige aanbod. De horeca in de binnenstad van Woerden functioneert over het algemeen goed en heeft overwegend een verzorgde uitstraling. In de weekenden is de vraag naar horeca groter dan het aanbod, terwijl doordeweeks een tegenovergesteld beeld laat zien. Complementariteit is daardoor een belangrijk aandachtspunt. De horeca in Woerden heeft primair een lokale verzorgingsfunctie, maar de regionale en toeristische functie groeit. Het horeca aanbod is verspreid over de binnenstad aanwezig, maar concentreert zich met name rondom de Kazerne en het Kerkplein/Hogewoerd en de Rijnstraat. Deze locaties zijn daardoor het horecaconcentratiegebied in de binnenstad. Het aanbod rondom de Kazerne en het Kerkplein/Hogewoerd heeft een duidelijke terrasfunctie vanwege de fysieke ruimte en het plein.

Doelstellingen

Voor het bereiken van de ambitie wordt er ingezet op de volgende doelstellingen:

- **Concentratie:** Nieuwe ontwikkelingen dienen voornamelijk binnen het nieuw vastgestelde horecaconcentratiegebied te landen. Daarbij is het toegevoegde gebied in de Rijnstraat (tussen Meulmansweg

en Kerkstraat) iet enkel gericht op Horeca. Door ruimte te bieden aan horeca en detailhandel in dit gebied, biedt dit kansen om hier de aantrekkelijkheid en functiemenging te versterken. Horecaontwikkelingen buiten de in de binnenstad aangewezen horecaconcentratiegebieden zijn niet toegestaan.

- **Synergie:** de verbinding tussen horeca en overige functies in de binnenstad, zoals detailhandel, cultuur, leisure etc. is essentieel om de verblijfsduur van bezoekers te verlengen en de beleving van de binnenstad te vergroten.
- **Stimuleren ondernemerschap:** Het vergroten van het horeca-aanbod in Woerden wordt gestimuleerd, mits de toevoegingen een verrijking en aanvulling vormen van het bestaande aanbod met een trekkracht op bezoekers (passend binnen landelijk beleid en regelgeving Drank- en Horecawet).
- **Gastvrije terrassen:** terrassen zijn sterk bepalend voor de sfeer en uitstraling van het gebied, de gastvrijheid en de hogere verblijfsgraad. Om de kwaliteit van de terrassen te waarborgen is een verzorgde inrichting en uitstraling van belang. Ook de Rijngracht biedt kansen om terrassen aan het water te maken. Om dit te bewerkstelligen is een stimulerend en gedragen terrassenbeleid gewenst, waarbij de insteek is om de horeca-ondernemingen meer ruimte te bieden voor de ontwikkeling van terrassen, zowel in omvang als qua invulling.



Bereikbaarheid en routing

- *“Aan de hand van informatieborden en bewegwijzering word ik naar de binnenstad begeleid”*
- *“Via een helder parkeerverwijssysteem word ik naar een beschikbare parkeerplaats begeleid”*
- *“De autovrije binnenstad zorgt voor meer ruimte voor andere functies, terwijl ik mijn auto nog prima aan de randen van de binnenstad kan parkeren”*

Doelstellingen

Voor het bereiken van de ambitie wordt er ingezet op de volgende doelstellingen:

- **Autovrije binnenstad:** In de binnenstad van Woerden heeft de auto een prominente rol als gebruiker van de openbare ruimte. De infrastructuur voor het autoverkeer (wegen en parkeren) is met name aan de randen van de binnenstad essentieel voor de toegankelijkheid en bereikbaarheid van de binnenstad. Dit moet behouden blijven via het creëren van lussen (Nieuwstraat, Wagenstraat, Havenstraat/Molenstraat en Haven). Te veel auto's in de binnenstad draagt echter niet positief bij aan de belevingswaarde en het leefklimaat en past bovendien niet binnen het principe van de Vestingstad. Bovendien kan het dominante ruimtegebruik van de auto ook worden ingezet voor andere doeleinden die wel positief bijdragen aan deze elementen, zoals verblijven en spelen. De visie zet in op een afbouw van het autoverkeer in de binnenstad, met het uitgangspunt dat de binnenstad als geheel wel goed bereikbaar blijft voor bezoekers, voor het laden en lossen van goederen en voor bewoners. Met name de Wagenstraat zal bereikbaar blijven voor de auto, gezien de aanwezigheid van de supermarkt. Het gebied rondom de Nieuwstraat biedt door de bereikbaarheid van de auto ruimte voor bedrijven die doelgericht bezocht worden en daardoor afhankelijk zijn van

bereikbaarheid met de auto.

- **Gastvrij parkeertarief:** Het is wenselijk om het parkeertarief in de binnenstad aan te sluiten bij de doelstelling die geformuleerd is binnen deze visie, namelijk een gastvrije binnenstad en met een regionaal verzorgend centrum.
- **Fietsparkeren:** Gelijktijdig met het weren van auto's in de binnenstad is het stimuleren van fietsen in de binnenstad van belang. Om het gebruik van de fiets te stimuleren wordt ingezet op het creëren van goede (gratis) stallingen, oplaadpunten voor elektrische fietsen en voorkomen van ongewenst parkeergedrag. Ook wordt gezocht naar innovatieve fietsparkeeroplossingen om de te verwachte toegenomen fietsmobiliteit in goede banen te leiden.
- **Routing:** Om bezoekers naar de stad toe te trekken, is de leesbaarheid en vindbaarheid van de verschillende delen van de stad van belang. De binnenstad van Woerden is voorzien van een parkeerverwijssysteem wat door een onafhankelijke onderzoekspartij als voldoende wordt beoordeeld. Op het gebied van routing liggen er in de binnenstad van Woerden nog verbeteringen in relatie tot de verbinding vanuit het station naar de stad en de verbinding tussen Kerkplein/Kazerneplein en Rijnstraat/Voorstraat/Havenstraat. Ook liggen er kansen om de routing richting de binnenstad bij het passeren van de gemeentegrens te verbeteren.
- **Vergroting parkeercapaciteit aan de randen:** Op dit moment beschikt de binnenstad van Woerden over een parkeergarage (Castellum) en daarnaast straatparkeren. Om de bereikbaarheid en toegankelijkheid van de binnenstad per auto te borgen en een autovrije binnenstad mogelijk te maken, moet de parkeercapaciteit aan de randen van de binnenstad worden vergroot. Aan de randen van de stad is parkeren op straat nog wel mogelijk. Het autogebruik wordt ontmoedigd. De parkeercapaciteit aan de randen van de binnenstad kan worden vergroot door het toevoegen van een nieuwe parkeergarage, waarbij het Exercitieveld en

het Defensie-eiland kansrijke locaties zijn. De mogelijkheden hiervoor moeten echter nader onderzocht worden. Bovendien dient aandacht te zijn voor het aanbod aan invalidenparkeerplaatsen.

- Aantrekkelijke toegangswegen: De toegangswegen naar de binnenstad vormen de entrees van de binnenstad. Om de sfeer van de binnenstad al vanaf de afslag van de snelweg herkenbaar te laten zijn, is het van belang om ook te investeren in de omgeving van de binnenstad.







HERROLD

MA

BLOK

LEEMANS

KR

Kruidvat

Kruidvat

8 - 21 h.

© lakerveld-fotodesign.nl

4. ACTIEPLAN

Het onderstaande overzicht vormt een voorzet van acties die kunnen worden ingezet om de gestelde ambities en de geschetste visie te realiseren. Deze acties dienen in samenwerking met de Vestingsraad nader worden uitgewerkt. Tussen de verschillende acties en ambities zijn onderlinge verbanden aan te tonen. De verbanden tussen de verschillende ambities zorgen voor een integrale en goed functionerende binnenstad.

Enkele voorbeelden hierbij:

- Investerings in de versterking van het culturele aanbod en evenementen dragen bij aan de aantrekkingskracht van de stad op bezoekers. De veelheid en kwaliteit aan culturele activiteiten en evenementen zorgen voor een verlenging van de verblijfsduur, waardoor bezoekers voor een langere tijd in de binnenstad van Woerden zullen verblijven. Door het faciliteren van goede verbindingen met het horeca- en detailhandelsaanbod kunnen ook deze ondernemers profiteren van de verlenging van de verblijfsduur, doordat bezoekers een hapje eten bij de plaatselijke horeca en een boodschap doen in de winkelstraten.
- Investerings in binnenstad verrijken ook het woonklimaat. Goede voorzieningen, een aantrekkelijke openbare ruimte en historisch gevels dragen bij aan de kwaliteit van de leefomgeving, waar niet alleen bewoners maar ook bezoekers, ondernemers en vastgoedeigenaren van zullen profiteren.
- Investerings in de bereikbaarheid zorgen er voor dat de binnenstad beter bereikbaar is voor bewoners, maar ook bezoekers. Een goed bereikbare binnenstad zal vaker bezocht worden, waardoor ondernemers in de binnenstad zullen profiteren.

| Projecten en acties | Betrokkenen ¹ | Financiën ² |
|--|--------------------------|------------------------|
| Cultuur en recreatie | | |
| 1. Realisatie Rijngracht | G, O, V, B | €€€€€ |
| 2. Uitbreiding Stadsmuseum | G, C | €€€ |
| 3. Herstellen Gracht rondom het Kasteel | G | €€€€€ |
| 4. Herstellen historische gevels | G, O, V, B, C | €€€ |
| 5. Accentueren historische kwaliteiten (uitlichten gevels, informatieborden, wandelroutes) | G, O, V, B, C | €€ |
| 6. Ontwikkeling kelder van het Klooster tot ontmoetings- en ontwikkelingsplek jeugd | C | €€€ |
| 7. Ontwikkeling tuin Petruskerk | C | €€€ |
| 8. Uitbreiden overnachtingsmogelijkheden | G, O | €€€ |
| 9. Ontwikkeling 'Huiskamer van de binnenstad' | G, C, B, V | €€€€ |
| 10. Herinrichting Kerkplein | G, O, B | €€ |
| 11. Wandelpad vestingwerken | G | €€ |
| 12. Ontwikkeling recreatieve en culturele arrangementen (Dagje uit) | G, O, C, M | €€ |
| 13. Verrijken aanbod ontspannings- en vrijetijdsvoorzieningen | G, O, C | €€€ |
| 14. Versterken promotie (VVV, Woerden Marketing) | O, C, M | €€ |
| 15. Versterken netwerk C5 (o.a. Cultuur Platform Woerden) | G, O, V, B, C, M | € |
| 16. Inzetten op permanente (culturele) attractie met regionale / (inter) nationale uitstraling | G, O, C, M | |
| 17. Vergroten foyer van het Klooster in samenhang met reconstructie Wagenstraat | G, C | |
| Evenementen | | |
| 18. Opstellen complete activiteiten- en evenementenkalender | G, O, C, M | € |
| 19. Stimuleren nieuwe evenementen in zomermaanden / terugkerende culturele manifestaties | O, C | €€ |
| 20. Voorzieningen evenementenlocaties op orde brengen | G | € |

¹ G = Gemeente, O = Ondernemers in diverse sectoren, V = Vastgoedeigenaren, B = Bewoners, C = Cultuurpartners, M = Marketing / VVV

² De financiën zijn in deze tabel nog niet doorgerekend. Het aantal eurotekens is een inschatting van de hoeveelheid financiële middelen die noodzakelijk zijn per project/actie. Hoe meer eurotekens hoe meer financiële middelen geïnvesteerd moeten worden. Inzicht in de financiële kosten van een maatregel helpt bij het prioriteren/selecteren.

| Projecten en acties | Betrokkenen ¹ | Financiën ² |
|--|--------------------------|------------------------|
| Wonen | | |
| 21. Herijken beleid wonen in de binnenstad | G, O, V, B | € |
| 22. Stimuleren transformatie naar woningen buiten kernwinkelgebied | G, V | €€ |
| 23. Vergroenen binnenstad | G, B | €€ |
| 24. Toevoegen van speel- en sportvoorzieningen | G, B | €€ |
| 25. Stimuleren duurzaam wonen | G, V, B | €€ |
| 26. Actieve bestrijding verval (behouden uitstraling panden) | G, O, V, B | €€€ |
| Detailhandel | | |
| 27. Veranderen van kernwinkelgebied in bestemmingsplan | G | € |
| 28. Versterken boodschappenfunctie (modernisering Albert Heijn, toevoeging nieuwe supermarkt) | G, O, V | €€ |
| 29. Uitwerken foodconcept Wagenstraat | O | € |
| 30. Opstellen brancheringsplan en kwaliteitsmatrix kernwinkelgebied | O | € |
| 31. Opstellen acquisitieplan | O | € |
| 32. Actieve leegstandsbestrijding | G, O, M | € €€ |
| 33. Aanstellen centrummanager | O | € |
| 34. Stimuleren startende ondernemers | O, M | € |
| 35. Gastvrijheidsprogramma Binnenstad | O | € |
| 36. Afstemming openingstijden | O | € |
| 37. Uitwerking Wagenstraat en Nieuwstraat (grootschalige, doelgerichte goederen) | | |
| Horeca | | |
| 38. Verankeren horecaconcentratiegebied | G | € |
| 39. Opstellen terrassenbeleid | G, O | € |
| 40. Uniforme regelgeving en handhaving | G | € |
| 41. Herijken horecastructuurvisie (irt nieuwe bestemmingsplan) | G, O | € |
| 42. Stimuleringsbeleid terrassen | G, O | € |

| Projecten en acties | Betrokkenen ¹ | Financiën ² |
|---|--------------------------|------------------------|
| Bereikbaarheid en routing | | |
| 43. Uitwerking Autovrije binnenstad (Creëren van autolussen, straatparkeren verwijderen, capaciteit parkeergarages vergroten, oplossing laden en lossen) | G, O, B, V | €€€€€€ |
| 44. Onderzoek parkeertarieven | G, O, B | € |
| 45. Realisatie gratis fietsenstallingen | G | €€ |
| 46. Oplaadpunten elektrische fietsen en auto's | G | €€ |
| 47. Routing binnenstad verbeteren | G | €€ |
| 48. Aantrekkelijkheid toegangswegen vanaf station en snelwegen richting binnenstad vergroten | G | €€€€ |
| 49. Verbindingen tussen woonwijken en centrum centraal stellen en versterken | G | € |
| Algemeen | | |
| 50. Oprichten permanente visiegroep / stuurgroep Binnenstad (o.a. signaleren en wegnemen praktische en beleidsmatige knelpunten) | G, O, V, B, C, M | € |
| 51. Nieuw beleid voor de binnenstad met voldoende flexibiliteit | G, O, V, B, C, M | € |

