

# Koersdocument

## Spijkenisse Centrum

Koersdocument en uitvoeringsprogramma voor  
transitie van 'winkelgebied' naar 'stadshuiskamer'  
Actualisatie 2024

**Datum:** Actualisatie juni 2024 o.b.v. origineel december 2021

**Opdrachtgever:** Driepartijenoverleg Centrum Spijkenisse

**Origineel door:** ArnoRuigrok-PPP ('s-Hertogenbosch)  
De Zwarte Hond (Rotterdam)

**Actualisatie door:** Hans van Scheerdijk (Stadspartner Hans)



<b>INHOUD</b>			
1	STARTPUNT EN KADERZETTING	3	
	1.1 Aanleiding		
	1.2 Opdrachtgevers		
	1.3 Vertrekpunten		
	1.4 Relatie andere beleidstrajecten		
	1.5 Probleemschets		
	1.6 Doel koersdocument		
	<b>DE KOERS VOOR HET CENTRUM VAN SPIJKENISSE</b>		
2	PROGRAMMATISCHE KOERS	6	
	2.1 Functionele opgave		
	2.2 Profiel van het centrum		
	2.3 Programmatische uitgangspunten		
3	RUIMTELIJKE KOERS	11	
	3.1 Dynamiek en perspectief centrumdelen		
	3.2 Strategieën en interventies structuurkenmerken		
4	ORGANISATORISCHE KOERS EN SAMENWERKING	15	
	<b>HET UITVOERINGSPROGRAMMA</b>		
5	UITVOERINGSAGENDA	18	
6	OPGAVES EN PROJECTEN	22	
	Transformatie Kolkplein		
	Transformatie Noordpassage		
	Transformatie en verkleuring Zuidpassage (incl. Saturnpand)		
	Transformatie Diamant		
	Transformatie en verkleuring Stoep / Breestoep		
	Verbinding Uitplein – Nieuwstraat		
	Verbinding en herstructurering Centrumpassage		
	Verbinding en herstructurering Kop Kopspijker		
	Ontwikkeling Oude Haven		
	Verkleuring Voorstraat		
	Openbare ruimte: strategie en lange termijn		
	Supermarkten IN het centrum		
7	GEBIEDSPROFIELEN	29	
	7.1 Gebiedsprofielen ‘hart centrum’		
	7.2 Gebiedsprofielen ‘rondje dorp’		
	7.3 Gebiedsprofielen: transformatielocaties		
	<b>ONDERLIGGENDE ANALYSES EN VERDIEPING</b>		
	<b>BIJLAGE 1: MARKTANALYSE</b>	34	
	B.1.1 Trends in retail en winkelgebieden		
	B.1.2 Lokale en regionale marktcontext		
	B.1.3 Monitoring marktpotentieel en data		
	B.1.4 Kwantitatief kader		
	B.1.5 Ontwikkeling winkelareaal centrum		
	B.1.6 Krimpogave		
	<b>BIJLAGE 2: FUNCTIONELE ANALYSE</b>	38	
	B.2.1 Verdeling functies en leegstand		
	B.2.2 Verdeling winkelbranchering		
	B.2.3 Bronpunten parkeren en stallen		
	B.2.4 Passantenstromen		
	B.2.5 Andere functies en betekenissen		
	<b>BIJLAGE 3: RUIMTELIJKE ANALYSE EN OPGAVES CENTRUM</b>	44	
	B.3.1 Hart van de stad maar betekenis verandert		
	B.3.2 Diversiteit plekken met uiteenlopende karakters		
	B.3.3 Netwerk openbare ruimtes met discontinuïteiten		
	B.3.4 Vier deelgebieden met eigen kansen en opgaven		
	<b>BIJLAGE 4: RUIMTELIJKE STRATEGIEEN EN INTERVENTIES</b>	54	
	B.4.1 Ankerpunten		
	B.4.2 Supermarkten		
	B.4.3 Routing en winkelstructuur		
	B.4.4 Verbindingen		
	B.4.5 Verblijfsplekken		

## 1. STARTPUNT EN KADERZETTING

### 1.1 Aanleiding

Vastgoedeigenaren, gemeente en ondernemers zien mogelijkheden om door gezamenlijke aanpak te zorgen voor een aantrekkelijker, vitaler en meer toekomstbestendig centrum van Spijkenisse.

Daar zijn problemen ontstaan door de dynamiek in de winkelmarkt en door de structuur en omvang die het centrum nu heeft. Er is een samenwerking gegroeid tussen ondernemers, eigenaren en gemeente. Die leidt nu tot ideeën voor grote ingrepen: dit is daardoor hét moment om vervolgstappen te zetten die bepalend zijn voor de toekomst van het centrum.

Een heldere, breed gedragen koers is nodig om plannen te maken voor – en besluiten te nemen over de aanpak van het centrum. Dit is ook nodig om overtuigend te communiceren naar consumenten en vestigingskandidaten.

Dit document bestaat uit drie delen.

#### De Koers

In de hoofdstukken 2 en 3 wordt ingegaan op de functionele en de ruimtelijke koers voor de aanpak van het centrum. Hoofdstuk 4 gaat vervolgens in op de organisatorische aanpak van de transitie.

#### Het Uitvoeringsprogramma

Hoofdstuk 5 gaat in op de uitvoeringsagenda en hoofdstuk 6 beschrijft de belangrijkste opgaves en projecten. Hoofdstuk 7 bevat de gebiedsprofielen die leidend zijn bij de sturing op de ontwikkeling van de delen van het centrum.

#### De analyses

Vier bijlages gaan in op onderliggende analyses of geven verdere verdieping.

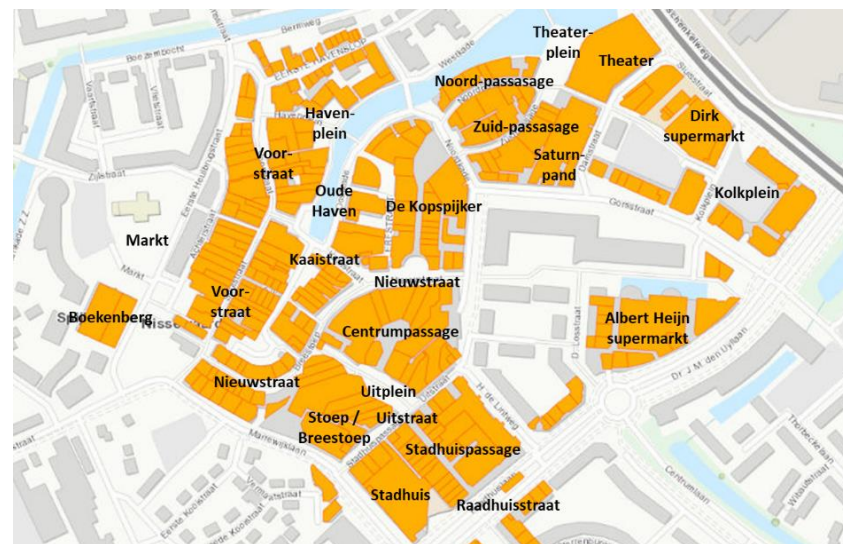
### 1.2 Opdrachtgevers

Opdrachtgevers voor dit koersdocument zijn 3 partijen die een rol spelen in het centrum en verbonden zijn in het Driepartijenoverleg: de BIZ Spijkenisse Centrum, betrokken vastgoedeigenaren en de gemeente Nissewaard.

In de BIZ zitten alle eigenaren en alle ondernemers uit het kernwinkelgebied. De BIZ is onlangs voor 5 jaar verlengd. De door de BIZ ingeschakelde Centrummanager was betrokken bij dit koersdocument.

Betrokken vastgoedeigenaren zijn: Staete Invest, Kralingsch Beheer (Subaev), Vivesta Winkelbeleggingen, Manhave Vastgoed en ARC Real Estate Partners;

De gemeente is betrokken via de portefeuille Economie en Stadscentrum en heeft ook belang op portefeuilles Openbare Ruimte, Parkeren en Financiën.



### 1.3 Vertrekpunten

De opdrachtgevers hebben in hun samenwerking de laatste jaren veel bereikt. Dat heeft geleid tot diverse ideeën om locaties aan te pakken. Dit koersdocument structureert en onderbouwt maatregelen, verbindt die met elkaar en is een aanzet voor versnelling en concrete afspraken. Vertrekpunten zijn o.a.:

- Intenties en afspraken uit het Driepartijenoverleg na de Boekenberg-sessie in 2018 (waaronder het convenant d.d. 20 januari 2020);
- Verlenging van de BIZ Spijkenisse Centrum na de eerste 5 jaar;
- De Herijking Meerjarenvisie Stadscentrum Spijkenisse (2018);
- 'The History Store' (dna en identiteit, 2018) legt een basis voor uitwerking in toekomstige aanpak van marketing en communicatie;
- Plannen voor o.a. \*) transformatie Kolkplein, \*) Noord-/Zuidpassage, incl. Saturnpand, \*) Stoep/Breestoeplein, \*) kantoren Uitstraat.

#### 1.4 Relatie andere beleidstrajecten

Het koersdocument wil concreet en uitvoeringsgericht zijn. De grotere kaders, uit gemeentelijke beleidsoptiek, worden gezet in andere, op dit moment actuele trajecten. Daartoe heeft uitwisseling plaatsgevonden om afstemming te waarborgen. Dat betreft:

- Omgevingsvisie Centrum Spijkenisse (Definitief Ontwerp);
- Nissewaard 2040;
- Branding / City-marketing (Brand Urban Agency).

#### 1.5 Probleemschets

De winkelfunctie van het centrum van Spijkenisse krimpt. Er is structurele leegstand en met het sluiten van winkels verdwijnen delen van het aanbod. De volgende oorzaken liggen hieraan ten grondslag:

1. beperkte omvang van het marktgebied;
2. de structuurverandering in de winkelmarkt door de groei van online
3. discontinuïteiten in de ruimtelijke structuur
4. onvolkomenheden in sfeer, verblijfskwaliteit en ruimtelijke inrichting

De aantrekkingskracht en de verzorgende functie van het centrum en daarmee de relevantie voor bepaalde doelgroepen en koopmomenten staat hierdoor onder druk. De Covid-pandemie heeft dit proces versneld.

Ad 1: Door regionale en lokale concurrentie heeft het centrum van Spijkenisse niet de regionaal verzorgende functie bereikt die aanvankelijk beoogd was. Nu de winkelmarkt krimpt, staat vooral het aanbod dat een grote markt nodig heeft onder druk (mode, delen van de non-food sector).

Ad 2: De winkelmarkt verandert structureel en onomkeerbaar. Het online kanaal wint sterk aan belang en dat dwingt alle winkelbedrijven tot heroriëntatie op hun strategie. Vooral de centra van middelgrote kernen en bepaalde branches en marktsegmenten staan onder druk.

Ad 3: Het moeizaam functioneren wordt ook veroorzaakt door enkele fysieke discontinuïteiten en doordat een duidelijke hiërarchie ontbreekt. Voor consumenten maakt dit het centrum lastig leesbaar en minder aantrekkelijk. Voor winkelbedrijven maakt dit het centrum instabiel en risicovol.

Ad 4: Naast problemen door wijldropigheid, onduidelijke routing en ontbreken van heldere profielen van deelgebieden zijn ook de sfeer en verblijfskwaliteit in het centrum onvoldoende. In stedenbouwkundige zin (ruimte-vorming) laat de kwaliteit van de ruimtelijke inrichting te wensen over.

Verder komt de functie als ‘Huiskamer-van-de-Stad’ onvoldoende uit de verf. Verbreding van het aanbod (naast winkels ook andere voorzieningen) en de ruimtelijke kwaliteit (structuur en inrichting) zijn hiervoor belangrijk.

Wat ook niet helpt is het ontbreken van een aansprekend verhaal over wat dit centrum wil zijn: waar en op wie richt dit centrum zich. Dat is belangrijk in de communicatie naar consumenten en ook naar potentiële huurkandidaten. De citymarketing aanpak (Brand Urban Agency) kan hiervoor de basis leggen.

Afgelopen jaren is gemeentebreed werk gemaakt van de citymarketingaanpak en placebranding onder de noemer ‘Maak het jouw Nissewaard’.

Bovendien wordt door gemeente Nissewaard en een grote groep belanghebbenden gewerkt aan de Omgevingsvisie; ambitie is om deze medio 2024 gereed te hebben. Zie <https://www.toekomstnissewaard.nl/over+de+omgevingsvisie/default.aspx>

#### 1.6 Doel koersdocument

De functionele toekomst van het centrum en de daarbij passende ruimtelijke opbouw en inrichting moeten scherper geschetst worden. Om het centrum meer levensvatbaar, aantrekkelijker en duurzamer te maken is het volgende nodig:

- a. een **compleet** voorzieningenpakket (meer dan alleen winkels);
- b. een **herkenbare structuur**;
- c. **aantrekkelijk verblijf** door invulling panden en inrichting van de ruimte
- d. een **compact** centrum door de krimp goed te geleiden.

#### 1.7 Actualisatie 2024

Op verzoek van het Driepartijenoverleg Centrum Spijkenisse heeft Hans van Scheerdijk (Stadspartner Hans), procesbegeleider van het driepartijenoverleg, in voorjaar 2024 het bestaande koersdocument geactualiseerd. In het driepartijenoverleg van 6 maart 2024 is besproken dat het bestaande koersdocument

op veel vlakken nog concreet en actueel is en nog steeds een zeer relevant document, maar dat er toch behoefte is aan een actualisatie. Welke ontwikkelingen en trends zijn er geweest? Welke programmatische uitgangspunten en acties zijn gerealiseerd en wat heeft dat opgeleverd? En welke (nog) niet? De nadruk ligt hierbij op het actualiseren van de (transformatie)projecten in de **Uitvoeringsagenda**. Kortom: het bestaande, nog steeds goed bruikbare koersdocument, updaten en verrijken met actuele informatie, als basis om de komende jaren op voort te borduren.

Deze actualisatie is uitgevoerd op basis van diverse gesprekken met / input van leden van het driepartijenoverleg, diverse documenten (gemeente Nissewaard, BIZ Stadscentrum Spijkenisse), kennis van markt en trends bij Stadspartner Hans en andere betrokkenen en de periodieke bijeenkomsten met het driepartijenoverleg.

In 2024 geactualiseerde onderdelen zijn zoveel als mogelijk per hoofdstuk dan wel paragraaf gegroepeerd. Om snelle leesbaarheid van het koersdocument te bevorderen zijn de updates zoveel als mogelijk in een geel kader geplaatst. De originele tekst van het koersdocument uit 2021 is overal intact gelaten, ook als er inmiddels voortschrijdende inzichten zijn (deze zijn dan in de geel gearceerde updates opgenomen).

## **DE KOERS VOOR HET CENTRUM VAN SPIJKENISSE**

2	PROGRAMMATISCHE KOERS	6
	2.1 Functionele opgave	
	2.2 Profiel van het centrum	
	2.3 Programmatische uitgangspunten	
3	RUIMTELIJKE KOERS	11
	3.1 Dynamiek en perspectief centrumdelen	
	3.2 Strategieën en interventies structuurkenmerken	
4	ORGANISATORISCHE KOERS EN SAMENWERKING	15

## 2. PROGRAMMATISCHE KOERS

De aanleidingen om de rol, betekenis en marktpositionering van het centrum van Spijkenisse tegen het licht te houden zijn:

- Structuurverandering in de winkelmarkt: nieuwe kanalen, ander koopgedrag en nieuwe vestigingsvoorkeuren vereisen dat rol en betekenis van het winkelgebied opnieuw scherp worden gesteld;
- Feitelijke marktomvang: Spijkenisse heeft primair vooral een lokaal verzorgende functie; daarmee moet invulling gegeven worden aan de begrippen compleetheid en aantrekkelijkheid.
- De krimp-opgave bedraagt 15.000 a 18.000 m<sup>2</sup> vwo. Begin 2021 had het centrum 48.000 m<sup>2</sup> winkels en leegstand terwijl het reëel metrage voor winkels incl. frictieleegstand op dat moment 30.000 a 33.000 m<sup>2</sup> vwo was. Het Kolkplein neemt de eerste 6.000 m<sup>2</sup> vwo uit de markt.

Inventarisatie in mei 2024 laat zien dat het winkelmetsrage in centrum Spijkenisse is gedaald van 48.000 m<sup>2</sup> naar 37.656 m<sup>2</sup>, waarvan 3.857 m<sup>2</sup> leegstand; d.w.z. 10,2% (bron: Locatus). Dit is, net als de cijfers uit 2021, exclusief horeca. Wanneer horeca wordt meegenomen, is de actuele situatie 43.283 m<sup>2</sup>, waarvan 3.857 m<sup>2</sup> leegstand (8,9%). De eerste pak 'm beet 10.000 vierkante meter zijn dus inmiddels uit de markt genomen. Goed om te blijven meten, en ook in het driepartijenoverleg te herijken of de ambitie om uit te komen om 30.000 tot 33.000 vierkante meter nog wenselijk en realistisch is.

Voor onderliggende marktanalyses en functionele analyses zie bijlagen 1 en 2.

### 2.1 Functionele opgave

De centra van middelgrote steden en van new-towns worstelen met dezelfde problemen. Het midden van de markt staat onder druk: dit geldt voor retailers en voor aankoopplaatsen. Dat vergt een heroriëntatie op rol en marktpositie.

**Afbouw van non-food en modisch:** Voor Spijkenisse Centrum betekent dit dat de rol als (regionaal) centrum voor vergelijkend winkelen (modisch, breed en diep in non-food) herzien moet worden. In een krimpende markt kiezen veel retailers voor minder filialen en voor de grootste steden. Daarmee staan non-food en mode niet volledig ter discussie, maar wel de omvang en samenstelling ervan: die zijn beperkter dan 10 jaar geleden werd gedacht.

**Versterking van convenience:** Het centrum moet meer gericht worden op de lokale markt en op regelmatige aankopen waarvoor de consument efficiency, comfort en gemak zoekt. Dit vergt boodschappenwinkels die ook in wijkcentra zitten; in een stadscentrum kun je dit breder invullen met specialistische food-winkels, huishouden-gerichte non-food winkels en diensten. Dit is een versterking van de rol als gemakcentrum (convenience). Hierbij passen supermarkten met directe aansluiting op de centrumrouting.

**Binnenstad meer dan winkelcentrum:** Stadscentra hebben van oudsher een brede functie als plek voor uitwisseling (van goederen, mensen, gedachten). Sinds WO II is de rol van het centrum veelal verengd tot de winkelfunctie: dat maakt centra eenzijdig. Functieverandering gaat vaak uit van wonen. Maar nu is er een kans om ook andere voorzieningen naar het centrum te halen. Dit stimuleert winkels en versterkt de convenience-focus. Dus ook 'verkleuren' (andere publieksfunctie) naast 'transformeren' (naar wonen). Het bestemmingsplan moet voor die verbreding de ruimte bieden.

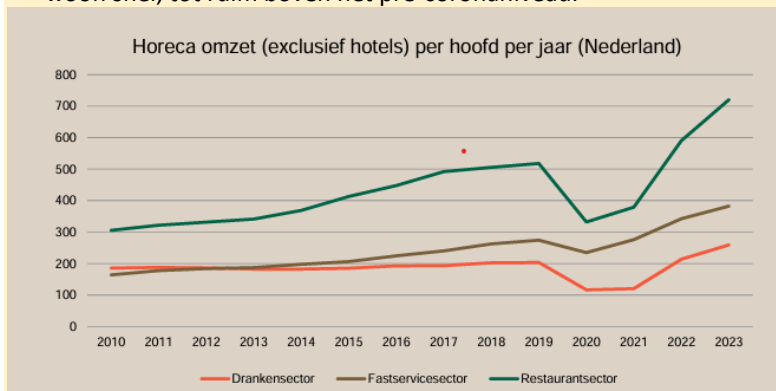
**Opwaarderen Huiskamer-van-de-Stad:** Mensen houden behoefte aan contact en ontmoeting. Veel dingen doe je liever in een winkel dan online en mensen willen elkaar zien en elders afspreken. De samenleving is door stijgende welvaart meer gericht op afspreken, eten en drinken buitenshuis. Die behoefte blijft en dus ook die rol voor het centrum. Dat is een rol als Huiskamer-van-de-Stad. Dat vergt een compleet pakket aan functies en voorzieningen maar ook sfeer en belevingswaarde in de openbare ruimte.

**Nieuw ondernemerschap en buy-local:** Op 2 vlakken is vernieuwing in retail zichtbaar: a) er is weer sprake van nieuw ondernemerschap in winkels, vaak op basis van 'passie' voor een product (Jeremy's chocolaterie, b) door corona (al langer door milieu-denken) kopen mensen bewuster, onder meer bij lokale ondernemers als die een verantwoord en vertrouwenwekkend product bieden. Niet duidelijk is of dit doorzet en het vult geen grote volumes, maar de centrummanager signaleert dit fenomeen ook in Spijkenisse.

Het gros van bovenstaande trends die de functionele opgave beïnvloeden zijn ook anno 2024 nog actueel. Sommige trends hebben zich sinds de oplevering van het Koersdocument in 2021 nog verder versterkt.

- De eet- en drinkcultuur is afgelopen jaren versneld veranderd. We eten steeds meer buiten de deur; van lokaal koffietentje tot uitgebreid dineren. Een dagje winkelen is tegenwoordig ook lang op het terras zitten. Kortom:

eten en drinken worden (zijn?) het nieuwe winkelen en de binnenstad is meer dan een winkelcentrum. De opwaardering van de 'Huiskamer-van-de-Stad-functie' blijft belangrijk. Zie ook onderstaande grafiek: na coronaperiode stijgen de uitgaven aan horeca, met name restaurants, buitengewoon snel, tot ruim boven het pre-coronaniveau.



Bron: BRO - Trends in centrumgebieden

- Food is en blijft een belangrijke factor. De bestedingen in supermarkten blijven stijgen, versspecialisten houden hun positie vast. We zien landelijk groei van kleinere doelgroepsupermarkten (Pools, Turks, e.d.) in panden die voor reguliere supermarkten niet meer interessant zijn en doorzettende schaalvergroting van reguliere supermarkten.
- De rol van convenience en gemak, ook voor de binnenstad, blijft onverminderd groot. Nabijheid is nog steeds het belangrijkste bezoeks-motief. Even snel wat kopen of drinken versus beleving.
- Landelijk zagen we de afgelopen jaren (na 2021) een dalende winkelleegstand, maar de afgelopen maanden stijgt deze weer. Ook het aantal faillissementen in retail neemt weer toe. Bovendien daalt de verhuurbaarheid van grotere panden in veel centrumgebieden en stijgt de omloopsnelheid van ondernemers (veel wisselingen). Bron: BRO – Trends in centrumgebieden april 2024
- Een bredere functiemix (maatschappelijke diensten, ambachten, wonen, meer horeca en food) zal voor veel binnensteden de komende jaren aan de orde en/of noodzakelijk zijn. Deze beweging is in Spijkenisse de afgelopen jaren, onder meer dankzij het Koersdocument, al in gang gezet en zal

ook de komende jaren van betekenis (moeten) blijven. Daarnaast is de afgelopen jaren de noodzaak van investeren in groen, water en klimaatbestendigheid/hitstress steeds duidelijker geworden. Veel binnensteden investeren daar fors in. Naast klimatologisch noodzakelijk, vaak ook een goede brenger van sfeer. Ook voor het vrij 'stenige' centrum van Spijkenisse is dit een thema dat aandacht vraagt.

- De positie van nieuw ondernemerschap en buy local is en blijft belangrijk. Veel formules zijn afgelopen jaren uit het straatbeeld verdwenen (denk aan Score, Big Bazar, banken en andere dienstverleners). Daarnaast ook opkomst en groei van een aantal ketens (bijv. Dunkin, Taco Bell) en in veel steden en winkelcentra een blijvende aanwas van nieuwe, veelal lokale ondernemers, zowel in retail als dienstverlening (schoonheidssalons, tattoo, e.d.).

## 2.2 Profiel van het centrum

Belangrijk zijn twee programmatische vertrekpunten: 1) versterken van de convenience-functie voor retail, en 2) verbreden met andere functies en voorzieningen. Dit moet het centrum in de breedte completer maken voor alle inwoners, voor meer bezoeks-momenten en voor diverse bezoeks-motieven. Het centrum wordt minder 'winkelcentrum' en meer 'stadscentrum'.

Aansluiting is nodig bij de door Brand Urban Agency genoemde invalshoeken 'starters-mentaliteit', 'menselijke maat' en 'doeners/lef'. Spijkenisse Centrum is jong, modern en no-nonsense. Dit kan de basis vormen voor profilering van het centrum (het 'verhaal') en de marketing en communicatie (deel 5 in 'Hoofdpijnen Uitvoeringsagenda Placebranding 2021-2022').

Andere thema's waarvan vaak gebruik wordt gemaakt voor branding van het centrum (historie, ruimtelijke kwaliteit, etc.) heeft Spijkenisse-Centrum door z'n ontwikkelingsgeschiedenis onvoldoende. Waardevolle aangrijpingspunten zijn wel enkele bijzondere plekken / gebouwen die meer verbijzonderd kunnen worden.

Bij dat laatste is het belangrijk om in de ruimtelijke (verblijfs)kwaliteit van het centrum te investeren, gekoppeld aan bijzondere gebouwen en op plekken die (potentieel) geschikt zijn voor 'verblijf'. Dat kan door inrichtingselementen maar er zijn ook stedenbouwkundige maatregelen vereist (ruimtevorming en creëren van aangename plekken met identiteit). Ook stevige vergroening is



belangrijk: dit versterkt sfeer en welbevinden en is goed voor klimaatadaptatie. En door het hele winkelgebied is meer dag-horeca (met terras) nodig om de kwaliteit voor verblijf te versterken.

### 2.3 Programmatische uitgangspunten

Samengevat betekent dit dat de volgende keuzes gemaakt moeten worden:

- Prioriteit voor centrum (beperken van ontwikkeling / vestiging elders);
- Afschalen van retail (volume) en actief geleiden van krimp;
- Geringere positie voor non-food (modisch / ketens);
- Versterken convenience / boodschappen functie;
- Verruiming mogelijke functies in het bestemmingsplan;
- Supermarkten directer koppelen aan het centrum;
- Faciliteer starters en ondersteun 'buy local';
- Versterken non-retail: voorzieningen op gebied van leisure, cultuur, zorg, onderwijs, maatschappelijk (voorbeelden zie bijlage B.2.5);
- Ruimte voor kleine, ambachtelijke bedrijvigheid aan de randen;
- Versterk rol als 'Huiskamer-van-de-Stad': functioneel (convenience, non-retail) en ruimtelijk (verblijfsplekken, kwaliteit van inrichting);
- Versterk wonen in het centrum.

Anno 2024 is het gros van bovenstaande programmatische uitgangspunten nog immer relevant:

- In het driepartijenoverleg is afgelopen jaren werk gemaakt van bovenstaande uitgangspunten, of staan de uitgangspunten nog op de agenda of wensenlijst. In het driepartijenoverleg ligt de focus op het centrum; de ontwikkeling van het centrum heeft prioriteit. Het afschalen van retail (volume) is een uitgangspunt en is de lens waardoor naar ontwikkelingen wordt gekeken, en heeft de afgelopen periode geresulteerd in een afschaling van retailmeters van circa 10.000 (zie ook H2, pag. 7). De in 2021 uitgedachte en ingezette koers werpt zijn vruchten dus af.
- In het driepartijenoverleg wordt het belang van het versterken van de convenience- en boodschappenfunctie breed gedeeld en gevoeld, en ook het daarbij aansluitende besef van de geringere positie voor non-food. Idealiter zouden de twee supermarkten in het centrum een andere locatie hebben in het centrum, waar ze meer voor de aantrekkingskracht en het functioneren van het centrum kunnen betekenen (zo is er nagedacht

over de huidige locatie van het stadhuis), maar realisatie hiervan is afhankelijk van vele factoren en is echt een 'long shot'. Er is ook onderzocht of de supermarkten dichterbij het centrum in konden worden verplaatst. Dit bleek niet mogelijk. Vervolg kan zijn om hiermee verdere stappen te zetten. Enerzijds om de huidige situatie te optimaliseren (signing, routing, andere maatregelen om de supermarkten nauwer bij het centrum te betrekken). Anderzijds verkenningen voor de langere termijn, denk aan in kaart brengen van de huidige huursituatie, wensen van de supermarkten, e.d..

- Verruiming van functies (Omgevingswet) heeft aandacht gehad. Echter, in de praktijk blijkt verruiming niet altijd voordeling te zijn. Vooral nog is de enige actie op het gebied van ruimtelijke ordening het wegnemen van de bestemming Wonen op de begane grond binnen het bestemmingsplan Voorstraat e.o. geweest.
- Spijkenisse heeft de afgelopen jaren, onder andere dankzij de inzet van de centrummanager en initiatieven in de BIZ, ingezet in het bevorderen van een divers en aantrekkelijk winkelaanbod. Dit is gedaan door onder andere het inzetten op het aantrekken van nieuwe winkels, het organiseren van evenementen en activiteiten die de aantrekkingskracht van het winkelgebied vergroten. Ook staat een BID-book op de planning, waarmee Spijkenisse als aantrekkelijk vestigingsgebied wordt gepositioneerd voor retailers en andere partijen voor wie vestiging in Spijkenisse centrum interessant of relevant is. Echter, we zijn er nog niet: onder meer het sterker inzetten op de goede mix van lokale helden en passende (missende) ketens is nog steeds een aandachtspunt. (Meer) handelen naar de geest van het koersdocument en de met elkaar afgesproken gebiedsprofielen en de gewenste branchering is daarin belangrijk. Dit vergt commitment, energie en 'lef' van alle betrokken partijen. Mogelijk kan het inrichten van een taskforce leegstand (nieuwe huurders) helpen, naar het voorbeeld van Den Haag. De betrokken ambtenaar van Den Haag is bereid om uitleg te geven hoe zij samenwerking hebben vormgegeven tussen gemeente, makelaars en vastgoedeigenaren met als doel leegstand en acquisitiemogelijkheden bespreken, in lijn met de in Spijkenisse afgesproken programmering en branchering. Bovendien vraagt naleving van de afspraken in het koersdocument en de status van het driepartijenoverleg blijvende inspanning en commitment van alle partijen; de casus rondom het bestemmingsplan metrostation van afgelopen jaar leert dat het belangrijk is om hierover continue met elkaar in gesprek te blijven en elkaar

aan te spreken, teneinde de afspraken die we met elkaar maken in het overleg van waarde te laten zijn en vertrouwen en de onderlinge samenwerking te versterken.

- Ook het blijvend investeren in infrastructuur, openbare ruimte en toegankelijkheid van het centrum verdient de komende jaren een plaats op de agenda van het driepartijenoverleg. Denk aan zaken als routing, fiets- en voetgangersvriendelijkheid, fietsparkeren, laadmogelijkheden, e.d., of bijvoorbeeld een veiligere oversteekplaats bij de Boekenberg.
- Naast voortgang op uitgangspunten, opgaven, projecten en afspraken die in het koersdocument in 2021 zijn vastgelegd, heeft het driepartijenoverleg ook op een aantal andere zaken, klein en groot, vruchten afgeworpen. Denk aan:
  - Afstemming over kerstverlichting en opslag hiervan: dankzij gezamenlijke inspanning is hier een oplossing voor gevonden.
  - Elkaar aanspreken op zaken als overlast, veiligheid, etc.
  - Bestuurswisselingen die snel zijn ingevuld, hetgeen laat zien dat iedereen er de schouders onder wil zetten.
  - Verkiezing 'Beste ondernemer centrum Spijkenisse'
  - Het verkrijgen van verschillende subsidies
  - Meedoen met de verkiezing 'Meest inspirerende project binnenstad'
  - Gratis parkeren rond de feestdagen
  - Kortere lijnen gecreëerd, elkaar sneller weten te vinden
  - Meer begrip van en voor elkaars situatie, kansen, uitdagingen, business case, e.d.
  - Et cetera

### 3. RUIMTELIJKE KOERS

Het centrum bestaat uit deelgebieden met uiteenlopende kenmerken. Die deelgebieden vervullen verschillende functies in de winkelstructuur. Door marktveranderingen en door fysieke kenmerken (w.o. ligging) zijn er grote verschillen in dynamiek, kwaliteit en functioneren.

Het functioneren van het centrum wordt ook bepaald door enkele structuurkenmerken. Die zijn belangrijk voor de aantrekkelijkheid van het centrum als geheel en ook voor de positionering van de afzonderlijke deelgebieden: zoals bronpunten (auto, fiets), bestemmingen (trekkers), hoofdrotting, verbindingen, verblijfsplekken.

Ten aanzien van de structuurkenmerken en de deelgebieden zijn er voor het centrum van Spijkenisse verbeterpunten. Die komen hierna terug in de uitvoeringsagenda, in opgaves en projecten en in gebiedsprofielen.

Voor onderliggende functionele en ruimtelijke analyse zie bijlagen 2 en 3.

#### 3.1 Dynamiek en perspectief centrumdelen

**Noord- en Zuidpassage** liggen buiten het gebied dat de consument bezoekt en dat als centrum wordt ervaren: de winkelfunctie gaat verloren. De Theatergarage doet hier niets aan af: om als adequaat bronpunt te fungeren is versterking van de entree bij De Kopspijker nodig.

Door de eigenaar is, na een aantal pogingen, besloten om in bovenstaande versterking niet te investeren.

De route via **Stoep/Breestoep**, om de Diamant via de brug naar Centrumpassage is onlogisch en werkt vervreemdend. Logische (en gewenste) keuzes voor winkelrotting lopen niet volgens deze verbinding.

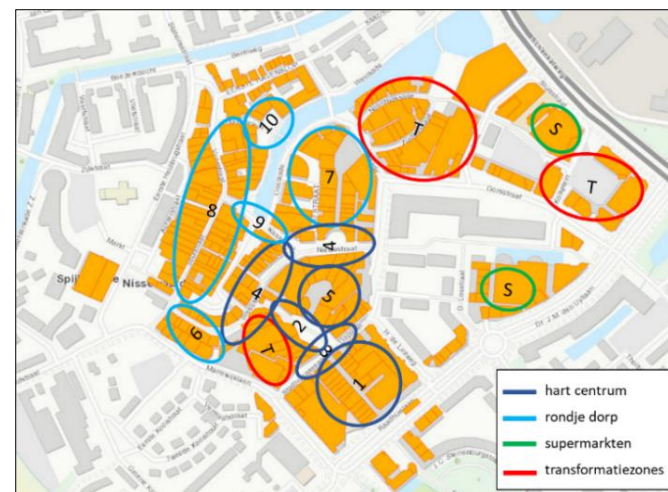
De **Centrumpassage** heeft een redelijke passantenstroom maar trekt toch geen huurders. Deze locatie moet door herontwikkeling meer de rol krijgen van verbinding in het centrum. Dit vergt een andere vormgeving van rotting en entrees. Op het hoge niveau kan een goed winkelmilieu ontstaan; op het lage niveau lijken alleen ruimtes relevant met adres aan het Uitplein. De units achter de roltrap zijn erg moeilijk te verhuren (functieverandering).

De **Stadhuispassage** werkt goed; niet alleen door ligging en uitvoering maar ook door de invulling met winkels die regelmatig bezocht worden (boodschappen doen: convenience). Die functie van het centrum blijkt uitermate waardevol voor het trekken van bezoekers.

De **Nieuwstraat** is de centrale drager tussen diverse delen van het centrum: van daaruit zijn er verbindingen met zowel het oude als het nieuwe centrum. Die centrale functie vereist meer statuur en uitstraling. Ook sfeer en verblijfskwaliteit voldoen niet meer aan hedendaagse eisen voor een centrale winkelstraat. Verbindingen naar aanliggende gebieden, met name naar het Uitplein, zijn niet duidelijk en matig vormgegeven.

**Voorstraat** en **Havenplein** lijken in de luwte van het winkelhart een eigen functie en een stabiele rol te hebben: het Havenplein is een autonoom horeca-cluster en de Voorstraat is een gemengde stadsstraat waar naast beperkt winkels vooral diensten en horeca zitten en starters kunnen ondernemen.

Als onderdeel van een uitvoeringsprogramma worden in hoofdstuk 7 voor de centrumdelen profielen geschetst. Die bevatten de gewenste functionele en ruimtelijke ontwikkeling van deze delen van het centrum. Daarbij wordt als indeling gehanteerd: 'hart-centrum', 'rondje-dorp' en 'transformatiezones'.



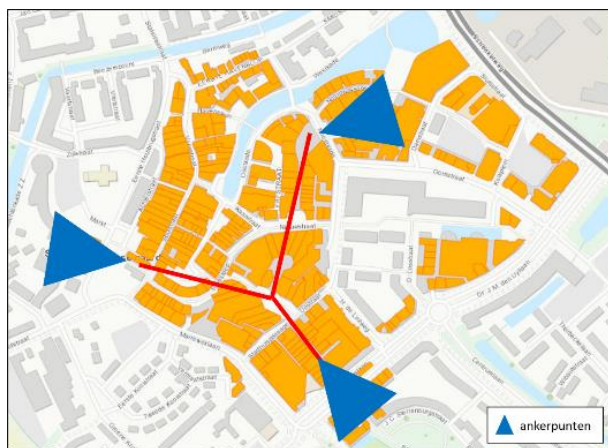
#### 3.2 Strategieën en interventies structuurkenmerken



Rond zes invalshoeken worden de structuurkenmerken van het centrum geschetst. Daarbij worden strategieën en interventies beschreven waarmee het centrum sterker en aantrekkelijker gemaakt kan worden. De structuurkenmerken worden hier kort benoemd en uitgebreider beschreven in bijlage 4.

Het centrum heeft drie **ANKERPUNTEN** (Stadhuis/Raadhuisstraat), Boekenberg/Markt en Theaterplein) met zowel een bronpunt (parkeren, stallen) als een of meer betekenisvolle bestemmingen. Tussen die punten en het hart van het centrum zijn de loopafstanden kort. Met duidelijke en attractieve routes is dit een goede basis voor een sterk en compact centrum.

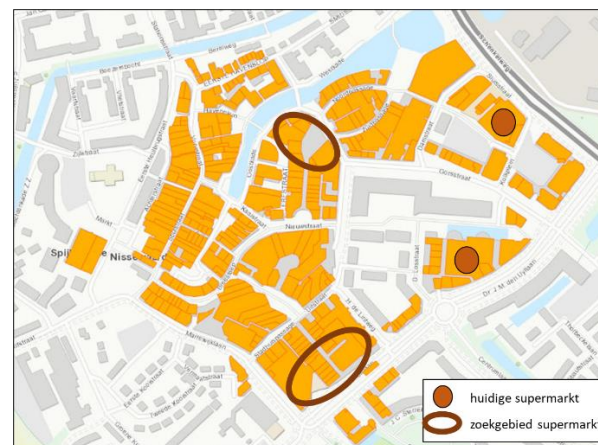
De ankerpunten zijn op lange termijn belangrijk voor evenwichtige voeding van het centrum. Dat vergt aandacht voor onderhoud en uitbouw (ook kwalitatief) van zowel de bronfunctie (parkeren, entrees, fietsstrategie) als van de betekenis als bestemming (winkels maar ook andere functies).



**SUPERMARKTEN** spelen een grote rol in een 'gemakcentrum'. Ze versterken de lokale oriëntatie en verhogen de bezoekersstroom. Winkels voor frequente aankopen worden belangrijker voor de trekkracht van centra van middelgrote kernen vanwege de transitie die de winkelmarkt doormaakt.

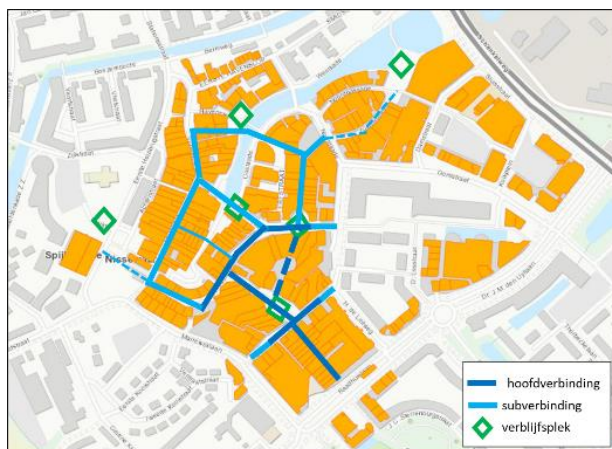
Nu dragen de twee supermarkten door hun geïsoleerde ligging niet bij aan de routing door het centrum. Opname van supermarkten (liefst de al gevestigde formules) in of bij de ankerpunten is ingewikkeld maar wenselijk. Uitgangspunt is dat geen hinder door winkelwagens ontstaat.

Naast verplaatsing van een supermarkt draagt ook vestiging van nieuwe, kleinere formules (to-go concept of doelgroep-formule) bij aan dit doel. Hiervoor bestaan diverse opties. Die zijn fysiek makkelijker inpasbaar en geven minder hinder in hun omgeving



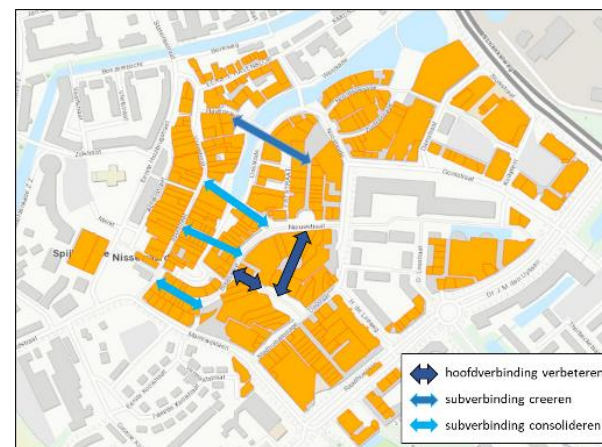
In de **ROUTINGSTRUCTUUR** is de Nieuwstraat de centrale drager: die verbindt alle overige routes en centrumdelen met elkaar. Op basis hiervan worden een hoofdcircuit ('hart centrum') en een subcircuit ('rondje dorp') onderscheiden.

Buiten deze routingstructuur liggen nog andere, voor het centrum relevante gebieden en verbindingen maar die spelen geen belangrijke rol in de winkel-functie van het centrum. Die gebieden dragen wel bij aan centrum (multifunctionaliteit) in brede zin.



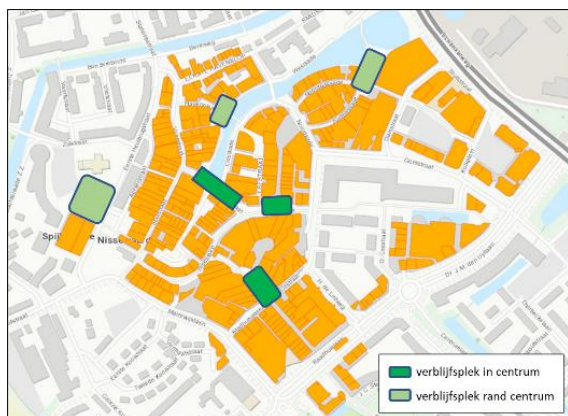
Verbetering van **VERBINDINGEN** is nodig om discontinuïteiten op te heffen en het centrum attractief te maken en zo levensvatbaar en toekomstbestendig te houden. Dit betreft vooral twee verbindingen: tussen Uitplein en Nieuwstraat (roltrap en lift) en tussen Uitplein en Kopspijker (via de Centrumpassage). Aanpak van de Centrumpassage is lastig door de eigendomssituatie. Aanpak van de verbinding Uitplein – Nieuwstraat heeft prioriteit, ook vanwege zichtbaarheid / beeldwaarde en beschikbaarheid na winkelsluiting.

Ook is aandacht nodig voor creëren van nieuwe en verbeteren van bestaande verbindingen tussen het oude en nieuwe centrum om de Voorstraat en het Havenplein duurzaam met het winkelhart te verbinden.



Kwaliteit van **RUIMTELIJKE INRICHTING** is niet aan specifieke locaties gebonden en speelt door het hele centrum. Goede inrichting kent vele dimensies (ruimtevorming door gebouwen, materiaalgebruik, groen, inrichtingselementen) en draagt bij aan aantrekkelijkheid. Dat stimuleert het winkelen en is belangrijk voor invulling van de rol als 'Huiskamer-van-de-Stad'. Ook spreiding van daghoreca (met terras) door het centrum versterkt het verblijfsklimaat.

De kwaliteit van **VERBLIJFSPLEKKEN** in het hart van het centrum is beperkt. Dat heeft te maken met programmeren (o.a. horeca) maar ook met stedenbouwkundig structuur en ruimtelijke inrichting. Om de functie als Huiskamer-van-de-Stad goed te kunnen vervullen is hiervoor aandacht nodig.



**Kader: Concepten en strategieën bij ruimtelijk ingrijpen/veranderen.**

**Transformatie:** ingrijpende wijziging (fysiek en financieel) naar een andere vorm van gebruik waardoor terugkeer naar de oorspronkelijke of daarmee verwante functie niet voor de hand ligt;

**Verkleuring:** aanpassing naar een andere functie die enigszins gebruik maakt van dezelfde pandkenmerken waardoor aanpassing minder ingrijpend en terugkeer naar de oude functie later mogelijk is;

**Comprimeren:** krimp van retail door functieverandering aan de randen van het winkelgebied waardoor het op de consument gerichte gebruiksgebied kleiner wordt;

**Verdunnen:** krimp van retail door in een winkelgebied andere functies op te nemen (vergelijkbaar of wonen) zodat de betreffende straat / zone binnen het gebiedsdomen van de consument blijft;

**Verbinden:** leggen van een nieuwe of verbeteren van een bestaande verbinding om de winkelrouting te versterken. Het kan gaan om verduidelijken, vergemakkelijken of attractief maken (of combinaties hiervan);

**Herstructureren:** dit is een fysiek verdergaande ingreep waarin met behoud van huidige functies de ruimtelijke structuur (verkaveling, routing, plekvorming) in samenhang wordt aangepakt;

**Robuuste plint:** uitvoering van de begane grond van een gebouw met zodanige maatvoering en materialisatie dat deze past in het gevarieerde beeld van een gemengd stedelijk milieu en zodat later functiewisseling mogelijk is.



#### 4. ORGANISATORISCHE KOERS EN SAMENWERKING

De transitie en verbetering van het centrum van Spijkenisse lukt alleen door samenwerking tussen de stakeholders: gemeente, vastgoedeigenaren en ondernemers. In die samenwerking moeten partijen hun eigen rollen vervullen maar zij moeten daarnaast ook elkaar zodanig in positie brengen dat iedereen zijn rol kan spelen.

##### Driepartijenoverleg

Het Driepartijenoverleg bundelt de drie stakeholders (ondernemers, eigenaren en gemeente). Dit overleg is essentieel voor de uitvoering van de strategie voor transitie en verbetering van het centrum. Dit overleg is initiërend en informerend voor de plannen waaraan wordt gewerkt en ziet toe op de voortgang. Om die rol te vervullen is (continuering van de) professionele ondersteuning noodzakelijk.

Het Driepartijenoverleg heeft een gestructureerde agenda die waarborgt dat:

- relevante informatie wordt gedeeld (stand van plannen, marktinformatie, nieuws over huurders/kandidaten);
- voortgang in alle plantrajecten / transformatiedossiers wordt gemonitord (waaronder de voortgang van de krimp);
- na elk overleg worden afspraken / toezeggingen voor actie vastgelegd.

In het Driepartijenoverleg zitten 5 vastgoedeigenaren met omvangrijk bezit en met transformatieopgaves. Verdere verspreiding van initiatief, informatie en kennis is nodig naar meer eigenaren. Dit hoeft niet op frequente basis maar is wel 1 a 2 keer per jaar gewenst.

De afgelopen jaren is gewerkt langs bovenstaande lijnen en met genoemde agenda voor het driepartijenoverleg, hetgeen heeft geresulteerd in voortgang op een groot aantal opgaven en projecten. Aandachtspunt is de verspreiding van initiatief, informatie en kennis naar andere eigenaren; dit is tot op heden nog niet opgepakt en is wel wenselijk.

##### Verbreding stakeholders

Het Centrum is meer dan alleen een winkelgebied: ook andere functies en voorzieningen zijn hier gewenst. Dat kan betekenen dat meer partijen in de toekomst belang hebben bij de ontwikkelingen in het centrum.

Dit kan reden zijn voor een platform waarin ook die andere functies deelnemen, waar informatie en kennis worden uitgewisseld en waar acties worden afgestemd. Zeker voor de BIZ kan dit tot waardevolle informatie leiden en er is potentieel voor samenwerking op gebied van marketing.

Inventarisatie in het driepartijenoverleg leert dat verspreiding van informatie en kennis die voortvloeit uit het driepartijenoverleg (bezoekers- en passanteninformatie, Koersdocument, e.a.) onvoldoende of niet gedeeld worden met andere stakeholders. Denk aan vastgoedeigenaren die niet aan tafel zitten in het driepartijenoverleg, ondernemers, cultuurinstellingen e.d. en zeker ook bewoners; het aantal bewoners in het centrum groeit en zij zijn ook de grootste gebruikers van het centrum. Het is wenselijk om dit komende periode in gang te zetten.

##### Programma

De komende jaren is de opgave in het centrum omvangrijk. Er is veel werk aan de programmatische opgaven en de ruimtelijke ingrepen. Inzet, focus en continuïteit zijn nodig om voortgang te boeken en om het Driepartijenoverleg in de gelegenheid te stellen zijn rol te vervullen.

Dat is in feite een 'programma'. Dat programma moet er op gericht zijn dat:

- initiatieven worden genomen;
- planprocessen worden opgestart;
- voortgang wordt gemonitord;
- per opgave / project worden de juiste partijen samengebracht.

Met het programma wordt regie gevoerd en gezorgd dat individuele partijen op de juiste manier en op het juiste moment in positie worden gebracht.

##### Rollen

Rol van de **gemeente** is om initiatieven en maatregelen met collectief belang (partij-overstijgend) op te pakken. Dit is ook vanuit het belang van de bezoeker / burger. In trajecten met meerdere belangen is de rol van de gemeente:

- initiatiefnemer van (nieuwe) planprocessen;
- stimuleren en binden van relevante stakeholders;
- beleidsvorming en vergunningverlening;
- investeren in de openbare ruimte;

- partijen faciliteren en meedenken over middelen en instrumenten.

Hiermee heeft de gemeente een aantal sleutelrollen: dat maakt de andere stakeholders deels afhankelijk van de gemeente.

De rol van **eigenaren** richt zich primair op het beheer van het eigen bezit en het daartoe onderhouden van een goede relatie met huurders. Van eigenaren moet het volgende verwacht kunnen worden:

- actieve en creatieve inzet op het vinden van huurders voor het vastgoed;
- zorgen voor goede uitstraling van panden die (tijdelijk) leeg staan;
- tijdig en creatief plannen maken voor aanpassing van panden als invulling met winkels duurzaam niet mogelijk blijkt;
- uitvoeren van transformaties conform plannen.

Van **ondernemers** wordt verwacht dat zij:

- met alle facetten van hun winkel (exploitatie) gericht zijn op het maximaal bedienen van bezoekers zodat dit bijdraagt aan de aantrekkelijkheid van het hele centrum;
- bijdragen aan het organiseren van evenementen / collectieve activiteiten die de aantrekkelijkheid van het centrum vergroten;
- hun winkel in de markt profileren en bijdragen aan de marketing van het centrum als geheel.

## Regie

De gemeente staat als hoeder van het collectief belang op diverse momenten tussen de partijen. In die positie kan de gemeente door initiatief te nemen stakeholders in positie brengen zodat zij hun rol (beter) kunnen vervullen. Dat is enerzijds omdat veel informatie bij de gemeente samenkomt. Maar dat is ook omdat voor veel zaken de gemeente een rol speelt (toestemming, vergunning en toezicht). Hierdoor zijn eigenaren en ondernemers op veel momenten afhankelijk van de medewerking van de gemeente.

In een periode van transitie en problemen is het belangrijk dat planprocessen soepel verlopen: snel, flexibel, creatief en met continuïteit. Dit vergt een toegesneden inrichting van de gemeentelijke organisatie en besluitvorming met

- accountmanagement: 1 of 2 mensen waar alle lijnen vanuit gemeente en markt samenkomen, die alle relevante partijen / personen direct kunnen bereiken en kunnen zorgen dat snel gereageerd / gehandeld wordt;
- vast en toegewijd team: goede en frequente interne afstemming binnen de gemeente zodat snel, gecoördineerd en met inhoudelijke continuïteit op initiatieven en ontwikkelingen gereageerd wordt;
- mandatering: waar mogelijk veel ruimte om zonder formele processen snel te kunnen reageren op initiatieven, om ambtelijke inzet te regelen en coördineren en om opdrachten te verstrekken;
- kaders voor planvorming en besluiten.

## HET UITVOERINGSPROGRAMMA

5	UITVOERINGSAGENDA	18
6	OPGAVES EN PROJECTEN	22
	Transformatie Kolkplein	
	Transformatie Noordpassage	
	Transformatie en verkleuring Zuidpassage (incl. Saturnpand)	
	Transformatie Diamant	
	Transformatie en verkleuring Stoep / Breestoep	
	Verbinding Uitplein – Nieuwstraat	
	Verbinding en herstructurering Centrumpassage	
	Verbinding en herstructurering Kop Kopspijker	
	Ontwikkeling Oude Haven	
	Verkleuring Voorstraat	
	Openbare ruimte: strategie en lange termijn	
	Supermarkten IN het centrum	
7	GEBIEDSPROFIELEN	29
	7.1 Gebiedsprofielen 'hart centrum'	
	7.2 Gebiedsprofielen 'rondje dorp'	
	7.3 Gebiedsprofielen: transformatielocaties	



## 5. UITVOERINGSAGENDA

De stakeholders in het centrum van Spijkenisse (gemeente, eigenaren, ondernemers) staan samen voor de transitie-opgave. Het centrum wordt zo minder door winkels gedomineerd; andere functies (ook wonen) worden belangrijker. Het wordt een voorzieningshart voor de eigen inwoners.

Het gaat niet alleen om verbreding van functies en voorzieningen, maar ook om versterking van de ruimtelijke structuur en verhoging van de sfeer en verblijfskwaliteit.

Dit is een vervolgstap in de evolutie van het centrumgebied waardoor die steeds meer de rol als 'Huiskamer-van-de-Stad' kan vervullen.

### Transitie van het centrum naar 'huiskamer-van-de-stad'

Aan die transitie van 'winkelcentrum' naar 'huiskamer-van-de-stad' moeten alle stakeholders met ieder hun eigen middelen en mogelijkheden bijdragen. Dat heeft tot doel om het volgende te bereiken;

- ❖ **COMPLEET CENTRUM:** a) primair gericht op de eigen inwoners, b) met brede invulling (minder winkels, meer cultuur, vermaak, horeca, zorg, diensten, maatschappelijk), c) met meer focus op dagelijkse en gemak-aankopen (convenience) en minder op mode, en d) met meer wonen;
- ❖ **HERKENBARE STRUCTUUR:** sterk en goed leesbaar voor zowel bezoekers als bedrijven, met a) goede ankerpunten (bronpunten/bestemmingen), b) heldere routing en winkelstructuur, c) krachtige verbindingen en d) herkenbare plekken;
- ❖ **AANTREKKELIJK VERBLIJF:** 'Huiskamer-van-de-Stad' door a) een breed pakket functies en voorzieningen waarvoor veel mensen vaak komen, b) goede bereikbaarheid (route naar centrum, parkeren, stallen), en c) sfeer en hoge verblijfskwaliteit (attractieve, groene inrichting);
- ❖ **COMPACTE SETTING:** een overzichtelijk en goed beloopbaar gebied met krimp van het winkelareaal (-15 a 18.000 m<sup>2</sup>) door verkleuring naar een bredere functiemix of transformatie naar wonen.

### Gezamenlijke aanpak

Dit Koersdocument beschrijft strategieën, ingrepen en maatregelen, voorzien van analyses en onderbouwingen, om het centrum de noodzakelijke transitie door te laten maken.

Samenwerking is noodzakelijk om tot verbetering van het centrum te komen. Het is een proces van lange adem waarbij onderweg monitoring en bijsturing nodig is. Aan een opbouw van die samenwerking is de afgelopen tijd gewerkt: dat moet nu verder groeien.

In zo'n complex proces met diverse partijen en lange looptijd is het niet alleen belangrijk om de eigen rol te vervullen maar ook om eraan bij te dragen dat andere partijen in een goede positie komen om hun rollen te vervullen. Een proactieve houding is noodzakelijk.

In dit proces hebben alle stakeholders een rol. Rollen hangen samen met de specifieke taken en verantwoordelijkheden van de partijen, met de aard en omvang van hun belang en met de middelen waarover zij beschikken. Dat is niet alleen geld maar ook de inzet van andere middelen en instrumenten waar die partijen over kunnen beschikken.

In het Driepartijenoverleg komen de belangen samen. Dit overleg is daarom belangrijk voor uitvoering van het gezamenlijke programma: om initiatieven te starten en om de continuïteit van uitvoering te bewaken. Partijen bespreken hier hoe ze optimaal van elkaars inzet en mogelijkheden gebruik kunnen maken om samen maximaal resultaat te behalen.

In het driepartijenoverleg is een aantal personele wisselingen geweest. Zo heeft Huib Lubbers (Bureau RMC) medio 2023 de voorzittershamer van de BIZ Stadscentrum Spijkenisse overgenomen van Rob Vester en is Hans van Scheerdijk (Stadspartner Hans) augustus 2023 gestart als procescoördinator, als opvolger van Sandra Suijkerbuijk (Kadaster). Bovendien heeft de afgelopen jaren geleerd dat er een zeer goede representatie is van de verschillende vastgoedeigenaren in het driepartijenoverleg; het belang van dit overlegorgaan wordt gezien en gevoeld.

### Uitdagingen gemeente:

Dit betreft niet alleen specifieke eigen taken van de gemeente maar ook het in positie brengen van marktpartijen om de juiste dingen te doen en om uitvoering te stimuleren. De gemeente speelt vaak een initiërende rol bij de start van ontwikkelingen die later door marktpartijen gerealiseerd worden.

- Het Stadscentrum heeft prioriteit voor winkels die hier passen en bijdragen aan de aantrekkelijkheid van het centrum; ontwikkeling in wijkcentra en kleine kernen blijft mogelijk mits passend bij hun marktpositie;
- Toelaten van winkels op non-retail locaties en nieuwe winkelontwikkeling worden vermeden. Als er reden is om hiervan af te wijken wordt dit tijdig gemeld in het Driepartijenoverleg

Bovenstaande twee bullets vergen een gezamenlijke inspanning van gemeente, vastgoedeigenaren en BIZ/centrummanagement; hierin zijn stappen gezet, maar het blijft zaak om in de geest van het koersdocument, de gebiedsprofielen en het brancheringsplan te handelen. Het is goed te zien dat dit vaak gebeurt, maar het is nog niet altijd een vanzelfsprekendheid, of er wordt afgeweken bij opportuniteit.

- Overige publieksfuncties en voorzieningen op het centrum richten. Inventarisatie van relevante voorzieningen (nieuw en reeds aanwezig) en inzet op oriëntatie op het centrum (voorbeelden zie bijlage B.2.5);  
Wat betreft het focussen op overige publieksfuncties en voorzieningen (onderwijs en educatie, zorg, cultuur, leisure, bedrijvigheid, wonen): er is op sommige plekken geïnvesteerd in transformatie naar (o.a.) wonen en cultuur, maar een brede inventarisatie of inzet op deze opgave verdient de komende periode nog aandacht.
- Verruimen mogelijkheden in bestemmingsplan voor functiemix: non-retail op moeilijk invulbare locaties en horeca in het hele winkelgebied;  
Verruiming van functies (Omgevingswet) heeft aandacht gehad. Echter, in de praktijk blijkt verruiming niet altijd voordeling te zijn. Vooralsnog is de enige actie op het gebied van ruimtelijke ordening het wegnemen van de bestemming Wonen op de begane grond binnen het bestemmingsplan Voorstraat e.o. geweest.

- Versterken positie 'Huiskamer-van-de-Stad': focus op convenience, meer overige voorzieningen, heldere ruimtelijke structuur, kwaliteit ruimtelijke inrichting, faciliteren activiteiten/evenementen;  
De afgelopen jaren is vooral geïnvesteerd (zowel tijd als middelen) in het aanpassen van de ruimtelijke structuur, de kwaliteit van de ruimtelijke inrichting en het faciliteren van evenementen en activiteiten. Zie verderop in H6 bij de update van de opgaven en projecten voor meer details.
- Onderzoek naar verplaatsing supermarkten: (laten) ontwikkelen van plannen en business-cases, gesprek met ondernemers / eigenaren;  
Hierop is afgelopen jaren weinig voortgang geboekt. Dit is iets voor de langere termijn, vooralsnog wordt hierop niet actief ingezet. Mochten zich kansen voordoen, dan acteren.
- Initiatief voor verbeteren van hoofdroutes (Uitplein-Nieuwstraat, route Centrum-passage, Kopspijker-Havenplein); betrekken eigenaren en samen ontwikkelen van plannen en business-cases;  
Er is (en wordt de komende periode) volop geïnvesteerd in en gewerkt aan deze drie opgaven. Het ene project is in een verder stadium dan het andere. Zie verderop in H6 bij de update van de opgaven en projecten voor meer details.
- Stimuleren van transformaties door inzet van gemeentelijke instrumenten en besluiten om die mogelijk te maken;
- Beleid en instrumenten om starters (winkels, andere publieksfuncties) te helpen met vestiging; in samenwerking met de BIZ;
- Verbetering bronpunten (entree Theatergarage, fietsstrategie, stallingen voor de fiets in/bij centrum) en betrekken van marktpartijen bij realisatie;
- Stimuleren van ontvlechting splitsingsakte en vereenvoudiging van het eigendom van de Centrumpassage;  
Dit project is opgestart, notaris is betrokken. In juni 2024 zal Nieuw Holland Vastgoed bovendien hun adviesrapport opleveren met daarin oplossingsrichtingen voor de Centrumpassage, met een visie en plan voor de toekomst.
- Meenemen van het centrum als een van de hoofdelementen in de aanpak van de citymarketing / branding van Spijkenisse;
- Uitdragen gebiedsprofielen en als vertrekpunt hanteren bij plannen en besluiten voor nieuwe ontwikkelingen en transformaties;

Bovenstaande werkwijze, met de gebiedsprofielen als vertrekpunt, is goed omarmd.

- Plan en strategie voor verbetering van verblijfsplekken, verhoging aantrekkelijkheid openbaar gebied;  
Hierop is afgelopen jaren ingezet, en heeft (zie ook de verschillende opgaven en projecten in H6) in een verbeterd en aantrekkelijker openbaar gebied. Dit blijft ook voor komende periode een aandachtspunt.
- Uitvoering van de plannen voor meer groen in het centrum;  
Hierop is afgelopen jaren ingezet en heeft geresulteerd in verplaatsbaar groen in zogenaamde boombakken en nieuwe bomen in de grond. Er wordt momenteel uitwerking gegeven aan mogelijk gevelgroen en zitelementen in combinatie met groen.
- Onderzoek naar mogelijkheden voor juridisch en financieel instrumentarium (subsidies) ter stimulering van transformaties, etc.  
In verschillende projecten is er subsidie gezocht en gevonden. Zo is er subsidie gekregen uit de Impulsaanpak Winkelgebieden van RVO (EZK) voor de verbinding Uitstraat-Nieuwstraat en transformatie Breestoep (ruim EUR 1,2 miljoen) en Kopspijker (herstructurering Noordkop, ruim EUR 500k). Ook voor het onderzoek naar en planvorming voor de Centrumpassage is (provinciale) subsidie gevonden.

#### **Opdracht eigenaren:**

- Continuïteit acquisitie-inspanning voor winkels, horeca/diensten, andere voorzieningen;  
Dit loopt 'business as usual'; geen extra projecten of trajecten voor opgestart. De acquisitie-inspanningen hebben voornamelijk niet geleid tot een substantiële stroom nieuwe retailers. Het BID-book, waaraan in 2024 gewerkt gaat worden, kan hieraan een verdere impuls geven.
- Uitdragen gebiedsprofielen en als vertrekpunt hanteren bij plannen en besluiten voor nieuwe ontwikkelingen en transformaties;  
Bovenstaande vergt een gezamenlijke inspanning van gemeente, vastgoedeigenaren en BIZ/centrummanagement; hierin zijn stappen gezet, maar het blijft zaak om in de geest van het koersdocument, de gebiedsprofielen en het brancheringsplan te handelen. Het is goed te zien dat dit

vaak gebeurt, maar het is nog niet altijd een vanzelfsprekendheid, of er wordt afgeweken bij opportuniteit.

- Proactieve planontwikkeling voor alle transformatielocaties;  
Op de meeste opgaves en projecten is de afgelopen jaren door eigenaren, in samenwerking met gemeenten en/of andere stakeholders, proactief gehandeld. Zie bijvoorbeeld Noord- en Zuidpassage, Diamant, verbinding Uitplein – Nieuwstraat en Kopspijker, of worden momenteel de eerste stappen gezet (Centrumpassage). Actieve benadering en behandeling in driepartijenoverleg is en blijft noodzakelijk, om elkaar te informeren, plannen te initiëren, financiering (incl. mogelijke subsidie) te realiseren, e.d. De gemeente Nissewaard (programmanager Koersdocument / Iddo Ketel) heeft in alle trajecten gefungeerd als aanjager en motor van de ontwikkeling.
- Deelname aan collectieve plantrajecten die meerdere eigendommen raken (gebiedsontwikkelingen, verbindingen);  
Zie o.a. bullit hierboven.
- Ontvlechting van de splitsingsakte en vereenvoudiging van het eigendom van de Centrumpassage;  
Dit project staat in de beginfase: in juni 2024 zal Nieuw Holland Vastgoed hun adviesrapport opleveren met daarin oplossingsrichtingen voor de Centrumpassage, met een visie en plan voor de toekomst.
- Inzet van kennis, netwerk en ervaring voor ondersteuning van planontwikkeling door gemeente en door andere eigenaren. Het doen van onderzoek naar en het creëren van bezoekersprofielen voor centrum Spijkenisse zouden daarbij waarde kunnen toevoegen.
- Het maandelijks rapporteren van bezoekersaantallen in het centrum.
- Het maandelijks rapporteren van de verzorgingsgebieden: waar wonen de shoppers die winkelen in het centrum van Spijkenisse?
- Bij verkoop van bezit spannen eigenaren zich ervoor in dat een volgende eigenaar ook weer deelneemt aan het Driepartijenoverleg.  
Nieuwe eigenaren worden actief benaderd en nemen hun plek in het driepartijenoverleg in.
- Faciliteren van verbetering van bronpunten (zowel auto als fiets).  
De gewenste entree Theatergarage nabij de Kopspijker is ondanks diverse pogingen niet van de grond gekomen (eigenaar investeert niet mee). Bin-

nen het project 'Doorsteek Kopspijker Havenplein' zitten wel verbeteringselementen t.a.v. het bronpunt (verplaatsing ingang, direct in verbinding met overdekte fietsenstalling).

#### **Opdracht BIZ / centrummanager:**

- Uitdragen gebiedsprofielen en als vertrekpunt hanteren bij plannen en besluitvorming voor nieuwe ontwikkelingen en transformatie;  
Bovenstaande vergt een gezamenlijke inspanning van gemeente, vastgoedeigenaren en BIZ/centrummanagement; hierin zijn stappen gezet, maar het blijft zaak om in de geest van het koersdocument, de gebiedsprofielen en het brancheringsplan te handelen. Het is goed te zien dat dit vaak gebeurt, maar het is nog niet altijd een vanzelfsprekendheid, of er wordt door eigenaren afgeweken bij opportuniteit.
- Business-development: identificeren en benaderen van lokale / regionale helden (zelfstandige ondernemers in Spijkenisse of de regio) die mogelijke kandidaat voor vestiging zijn;  
In het driepartijenoverleg worden ieder kwartaal nieuw gevestigde bedrijven met elkaar besproken. Advies om het driepartijenoverleg uit te breiden met een agendapunt om wenselijke aanbieders met elkaar te bespreken, (acquisitie)tips proactief te delen, e.d.
- Identificeren en benaderen van in Spijkenisse zittende bedrijven die mogelijk kandidaat zijn voor verplaatsing (retailers, andere voorzieningen);  
De centrummanager en accountmanager gemeente van het centrum trekken hier gezamenlijk in op als aanspreekpunt en helpen de (startende) ondernemer in hun zoektocht naar de juiste plek.
- Begeleiden van starters bij initiatieven om zich in het centrum te vestigen;
- Initiëren van innovaties in logistiek (city-hub, CO2 neutrale distributie);  
Er is afgelopen jaren geïnvesteerd in een onderzoek naar de kansen van een stadshub. Eco2City heeft dit onderzoek uitgevoerd, met als toenmalig uitgangspunt dat deze hub in het voormalige Saturnpand gevestigd zou kunnen worden. In de tussentijd heeft dat pand een andere invulling gekregen en was dit niet langer kansrijk. Advies van Eco2City op hoofdlijnen luidde: eerst inzetten op duidelijker en steviger beleid (o.a. met betrekking

tot goederenvervoer en stadslogistiek), daarna thema stadslogistiek in gezamenlijkheid weer oppakken, in combinatie met investeren in emissieloos centrum. In driepartijenoverleg besloten dit onderwerp voorlopig te laten rusten, temeer omdat de gemeente Nissewaard momenteel geen ambitie heeft om centrum Spijkenisse emissieloos te maken en/of auto's te weren, onder meer door de vele werkgelegenheid van inwoners in de haven en de autoafhankelijkheid die daarbij komt kijken.

- Ontwikkeling van een evenementenkalender;  
Centrummanagement en BIZ hebben hierin geïnvesteerd, resulterend in een actief evenementenbeleid, o.a. braderieën in voor- en najaar, activiteiten rondom Sinterklaas en kerstshoppen. Centrummanagement heeft een nieuw evenementenbureau ingezet.
- Ontwikkeling B2C marketing / communicatie centrumgebied;  
Centrummanagement en BIZ hebben hierin geïnvesteerd en blijven dit doen. Zo wordt in 2024 een project opgestart om leegstandscommunicatie gezamenlijk met het driepartijenoverleg (uitvoering door centrummanager) op te pakken.
- B2B communicatie naar regionale / nationale makelaars;
- B2B communicatie naar brancheorganisaties en retail-netwerken.  
Het (laten) opstellen van een BID-book, waarmee Spijkenisse als aantrekkelijk vestigingsgebied wordt gepositioneerd voor retailers en andere partijen voor wie vestiging in Spijkenisse centrum interessant of relevant is, staat voor 2024 op de planning. Hiermee wordt ingespeeld op een aantal van bovenstaande bullets (B2B communicatie naar brancheorganisaties en retailnetwerken, naar regionale en nationale makelaars, naar landelijke retailketens, naar starters, lokale of regionale interessante spelers.



## 6. OPGAVEN EN PROJECTEN

Hier worden de belangrijkste fysieke opgaves en projecten geschetst die van belang zijn voor de transitie van het centrum. Deze hebben een verder strekkende invloed: die overstijgt doorgaans de locatie.

Enkele projecten zijn al in voorbereiding. De meeste hieronder beschreven opgaven moeten vooral gezien worden als opstart van **haalbaarheidsstudies**. Het Driepartijenoverleg wil planontwikkeling en samenwerking bevorderen. Uiteindelijke realisatie is aan direct betrokken partijen: die moeten daartoe zelf besluiten nemen.

Met dit Koersdocument spreken de partijen commitment uit aan de opstart en uitvoering van de haalbaarheidsstudies. Besluitvorming over investeringen volgt later nog.

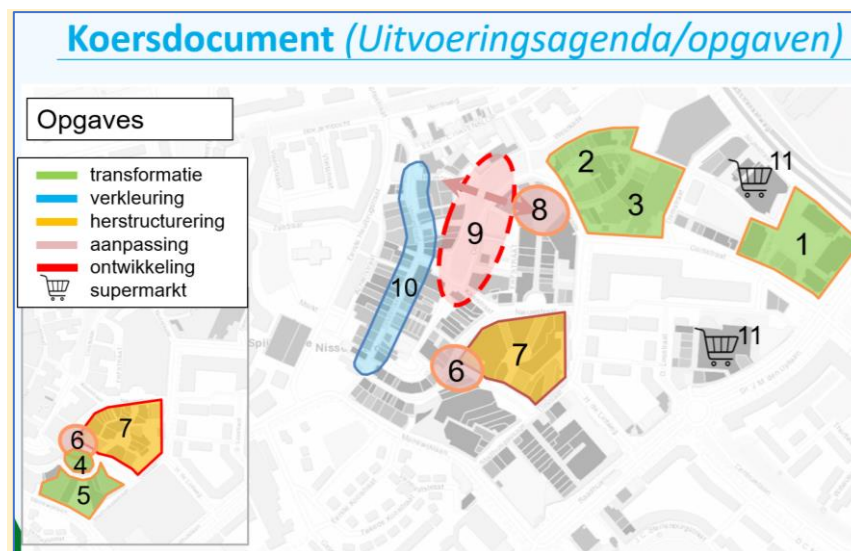
Er is bijna altijd sprake van meerdere belanghebbenden. Verder is bijna altijd openbaar gebied in het geding en is publieke besluitvorming en/of vergunningverlening nodig. Dat maakt dat de gemeente in alle projecten een rol heeft. Vaak is die rol initiërend en faciliterend; soms regisserend of zelfs realiserend. Wisselend zijn eigenaren betrokken, afhankelijk van direct eigendom of indirect effect van ingrepen.

Er zijn vele kleine fysieke aanpassingen nodig met minder grote invloed. Die zijn ook belangrijk voor de winkelfunctie en de verblijfskwaliteit. Ook in die kleinere projecten is sprake van betrokkenheid in verschillende rollen van zowel eigenaren als de gemeente.

Naast de fysiek projecten zijn er programmatische en/of thematische benaderingen (beschreven bij de uitvoeringsagenda).

Sinds de totstandkoming van het Koersdocument in 2021, is in het driepartijenoverleg de afgelopen jaren structureel en in het algemeen op een positief-kritische, opbouwende manier met elkaar samengewerkt om de verschillende opgaven en projecten te realiseren, of in ieder geval in gang te zetten. Vanzelfsprekend is niet op alle opgaven en projecten evenveel voortgang geboekt; sommige zijn (zo goed als) gerealiseerd, andere zijn nog in de beginfase. De gemeente Nissewaard (programmanager Koersdocument / Iddo Kettel) heeft in alle trajecten gefungeerd als aanjager en motor van de ontwikkeling.

Onderstaand kaartje toont op hoofdlijnen de verschillende opgaven en projecten.



### Legenda:

1. *Transformatie Kolkplein*
2. *Transformatie Noordpassage*
3. *Transformatie en verkleuring Zuidpassage (incl. Saturnpand)*
4. *Transformatie Diamant*
5. *Transformatie en verkleuring Breestoep*
6. *Verbinding Uitplein / Nieuwstraat*
7. *Verbinding en herstructurering Centrumpassage*
8. *Verbinding en herstructurering Kop Kopspijker (doorsteek Kopspijker – Havenplein)*
9. *Ontwikkeling Oude Haven*
10. *Verkleuring Voorstraat*
11. *Supermarkt*

Hierna volgen de opgaven en projecten zoals die opgenomen zijn in het originele Koersdocument uit 2021, met een korte update met de stand van zaken anno voorjaar 2024.

### Transformatie Kolkplein

Door inzet van gemeente en provincie is overeenstemming met de eigenaar bereikt om de winkelfunctie op te heffen en na sloop woningen te realiseren.

De fitness krijgt een andere plek in het centrum en Action zit in de Kopspijker; andere winkels stoppen of verplaatsen naar locaties elders in Spijkenisse. In de nieuwe situatie komt geen retail (winkels of horeca of diensten).

*Initiatief:* Gemeente en provincie (functieverandering, ontmanteling)

*Initiatief:* Eigenaar / ontwikkelaar (vervolgstap planontwikkeling)

*Betrekken:* Gemeente (faciliterend)

*Realisatie:* Eigenaar / ontwikkelaar (gemeente openbare gebied)

Deze opgave is inmiddels succesvol afgerond. Hiermee is 7.000 m2 detailhandel uit de markt genomen (een belangrijke bijdrage in de overall doelstelling van 15.000 tot 18.000 m2 detailhandel saneren) en is de eerste belangrijke stap gezet in het compacter maken van het Stadscentrum en het terugdringen van de leegstand. Op het Kolkplein worden appartementen gebouwd (fase 1 is reeds gerealiseerd), waarmee ook bijgedragen wordt aan het investeren in een goede functiemix in het centrum, met ruimte voor wonen. Winkels die er zaten, zoals Action en Scapino, zijn verhuisd naar de Kopspijker. De fitnessondernemer is verhuisd naar het voormalige Saturn-pand aan de Zuidpassage.

### **Transformatie Noordpassage**

Voor aanpak van deze passage bestaan plannen: die wachten op uitwerking, besluitvorming en realisatie.

Bestaande winkelruimte is vaak moeilijk om te zetten naar wonen door maatvoering, situering aan straten met winkelfprofiel en door functies daarboven. Toch is transformatie naar wonen vaak gewenst omdat extra wonen bijdraagt aan draagvlak, levendigheid na winkeltijd en sociale veiligheid en omdat dit onder de huidige marktcondities een kansrijke functie is.

Voor het noordelijk deel is omzetting naar wonen mogelijk, mede doordat aan de achterzijde opening naar het water mogelijk is. Voor het zuidelijk deel is dit lastiger maar wel mogelijk op basis van een specifiek woningtype.

Aanpassing van de openbare ruimte is noodzakelijk om een passende woon sfeer te laten ontstaan en om te zorgen voor privacy in de woningen.

*Initiatief:* Staete Invest

*Betrekken:* Gemeente (faciliterend)

*Realisatie:* Staete Invest (gemeente openbaar gebied)

De opgave om de Noordpassage te transformeren is inmiddels deels gerealiseerd. Er heeft hier transformatie plaatsgevonden van winkels naar woningen.

De buitenruimte moet nog worden aangepast van winkelstraat naar semi-privé / openbare woonstraat.

### **Transformatie en verkleuring Zuidpassage (incl. Saturn-pand)**

Voor aanpak van deze passage bestaan plannen: die wachten op de uitkomst van haalbaarheidsonderzoek en besluitvorming naar aanleiding daarvan.

Omzetting van winkelruimte stuit in de Zuidpassage op problemen. Door de gebouwdiepte is lichttoetreding en daardoor het aantal mogelijke functies beperkt. Vanwege de ligging van het theater is enig publieksgericht programma gewenst op de route daarnaartoe. De Zuidpassage biedt daarvoor kansen.

Het noordelijk deel van de Zuidpassage kan door verkleuring bestemd worden voor kleine werkunits maar samen met de aanpak van de zuidzijde van de Noordpassage is ook transformatie naar wonen mogelijk.

De zuidzijde van de Zuidpassage is gemaakt voor winkels en kan hierdoor ook verkleuren naar leisure, cultuur (galerie), voorziening (zorg, maatschappelijk) en kleine werkunits, als hier vraag naar is. Een grote, doelgericht bezochte winkel die niet elders in het centrum past maar die je bij het centrum wilt behouden is ook nog mogelijk.

Aanpassing van de openbare ruimte is nodig naar een gemengde stadsstraat. Hierin passen de diverse functies; ook wonen op de begane grond.

Voor het Saturn-pand ligt een plan dat uitgaat van wonen op etage en deels op de begane grond en voor een commerciële functie op de begane grond in aansluiting op het publieke karakter van het Theaterplein (fitness).

*Initiatief:* Staete Invest

*Betrekken:* Gemeente (faciliterend)

*Realisatie:* Staete Invest (gemeente openbaar gebied)

Dit project is inmiddels afgerond. Een deel van de Zuidpassage is ingericht voor doelgerichte detailhandel: relocatie van kringloopwinkel RataPlan van buiten het centrum van Spijkenisse naar de Zuidpassage, alsmede verplaatsing van winkels van de Noordpassage naar de Zuidpassage. Op de begane grond van het voormalige Saturn-pand is de fitnesszaak geland die voorheen aan het Kolkplein zat. De 1<sup>e</sup> verdieping van het Saturn-pand wordt getransformeerd naar woningen; werkzaamheden zijn gestart. Hiermee worden de doelstellingen (transformatie en verkleuring) voor de Zuidpassage gerealiseerd.

## Transformatie Diamant

De Diamant is op etage en aan de omloop slecht verhuurbaar. De omloop om de Diamant is als route niet logisch. Op de kop van dit volume is een winkel nodig voor continuïteit van winkelbeeld aan de Nieuwstraat. Verder is transformatie naar wonen mogelijk. Dit staat in relatie met de aanpak van de tegenover liggende wand met diepe units (Stoep / Breestoep).

Voor aanpak van De Diamant bestaan plannen: die wachten op uitwerking, besluitvorming en realisatie.

Er is mogelijk sprake van wonen met zorgsignatuur. Door centrale ontsluiting en mogelijk enig semi-publiek programma voor bewoners, kan dit passen bij het publiekgerichte karakter van de omgeving.

De omloop om de Diamant via de brug naar de Centrumpassage krijgt door transformatie een andere betekenis; zeker als ook het tegenoverliggend volume Stoep / Breestoep verandering ondergaat.

Het aansluitend openbaar gebied is in bezit van vastgoedeigenaren: aandacht is nodig voor aanpak hiervan in het verlengde van de aanpak van gebouwen.

*Initiatief:* Vivesta

*Betrekken:* Gemeente (faciliterend), ARC RE

*Realisatie:* Vivesta (marktpartijen openbaar gebied)

De transformatie van de Diamant is momenteel ongoing.

Onderdeel van de transformatie van de Diamant is het project “De Spijkse Trap”. Het ontwerp is afgerond en de indiening van de omgevingsvergunning wordt voorbereid. Het project Spijkse Trap omvat een nieuwe opgang van de Uitstraat naar de Nieuwstraat en de renovatie en uitbreiding van het Centrum voor de Kunsten Spijkse (CvdKS) en draagt bij aan diverse doelen: oplossen van leegstand, toevoegen van nieuwe functies (ruimte voor cultuur, oefenruimte voor bands, openbaar toilet, Huiskamer-van-de-Stad) en zorgt voor een sterk verbeterde aanblik en doorloop/routing in het centrum van Spijkse. Het project is april 2024 genomineerd voor de prijs van ‘meest inspirende binnenstadsproject’. Voor dit project is, naast investering door de bovengenoemde betrokken partijen, ook Rijkssubsidie (RVO) aangevraagd en ontvangen. De samenwerkingsovereenkomst is ondertekend. Hieronder beknopt de planning:

Maart 2024 Definitief Ontwerp

April 2024 Aanbesteding uitvoering

April 2024 Indienen bouwaanvragen

Sep-dec 2024 Start voorbereiding bouw

Okt-nov 2024 Vergunningverlening

Q1 2025 Start bouw

In de Diamant transformeert Vivesta 1.260 m<sup>2</sup> (leegstaande) winkelruimte naar 20 woningen; de omgevingsvergunning wordt in Q2-2024 ingediend. VvE-splitsingsakten moeten nog wel worden aangepast.

Ook hier wordt derhalve gewerkt in de geest van de transformatiedoelstellingen die met elkaar zijn vastgelegd.

## Transformatie en verkleuring Stoep / Breestoep

De units op het hoge niveau van Stoep / Breestoep zijn ook moeilijk verhuurbaar door ligging aan de slecht als verbinding werkende route via de omloop van de Diamant. De diepe units zijn lastig te transformeren.

Voor aanpak van Stoep / Breestoep bestaan geen plannen: studie op verkleuring / transformatie is wenselijk.

Door de moeilijke verhuurbaarheid en bij functieverandering van de Diamant lijkt wijziging van functie wenselijk. Vanwege de grote diepte ligt verkleuring voor de hand naar een functie die daarmee uit de voeten kan (zorg, onderwijs, maatschappelijk, werkunits). Als winkel kan gedacht worden aan grote winkels uit de categorie in/om huis die doelgericht bezocht worden

Bij transformatie naar wonen is afstemming nodig met transformatie van de Diamant. Mogelijk kunnen invullingen elkaar versterken; de tussenliggende openbare ruimte kan dan vanuit één visie aangepast worden.

Het aansluitend openbaar gebied is in bezit van vastgoedeigenaren: aandacht is nodig voor aanpak hiervan in het verlengde van de aanpak van gebouwen.

*Initiatief:* ARC RE en andere eigenaren

*Betrekken:* Gemeente (faciliterend), Vivesta

*Realisatie:* ARC RE en andere eigenaren (marktpartijen openbaar gebied)

De mogelijke transformatie van de zuidkant van de Breestoep is lastig gebleken vanwege de diepte van de units, die daardoor voor wonen moeilijker geschikt zijn te maken (gebrek aan daglicht). Voorlopig wordt ingezet op het be-

houden van de winkels en vulling van de leegstaande winkels met detailhandel met een meer doelgericht karakter (en dus minder afhankelijk van traffic). Gezien de complexe situatie lijkt dit een oplossing die weliswaar suboptimaal, maar voor nu wel maximaal haalbaar is. Het initiatief ligt bij ARC Re en de overige eigenaren. De vraag is hoe deze straat zich zal ontwikkelen wanneer de Diamant aan de overkant getransformeerd is naar woningen.

### **Verbinding Uitplein – Nieuwstraat**

Uitplein en Nieuwstraat maken samen deel uit van de hoofwinkelstructuur en de verbinding tussen die twee is daarom cruciaal. In de praktijk werkt deze verbinding slecht door de uitvoeringskenmerken. Het Uitplein loopt dood op een winkelwand met zijdelings een lift en roltrap (die vaak in storting zijn).

Er is ruimte nodig om een aantrekkelijke, uitnodigende en comfortabele verticale verbinding te maken. Het stijgpunt moet over de volle lengte van het Uitplein zichtbaar zijn; de uitstraling van het hoge niveau moet ertoe uitnodigen de verbinding naar de Nieuwstraat te benutten.

Met aan alle zijden winkels van verschillende eigenaren is dit een complexe opgave: er bestaat geen evidente oplossing. Daarom is studie van dit knooppunt vereist om te verkennen wat de mogelijkheden zijn. Daarbij spelen naast de gemeente ook de aanliggende eigenaren een rol.

Van de twee verbindingen in het hoofdcircuit heeft deze een hogere prioriteit dan die via de Centrumpassage. Op realisatie van deze verbinding is meer grip, deze is sterker beeldbepalend door ligging in de buitenruimte en is dag en nacht beschikbaar (de Centrumpassage gaat 's-avonds dicht).

*Initiatief:* Gemeente, Manhave

*Betrekken:* Vivesta, aanliggende eigenaren / VvE Centrumpassage

*Realisatie:* Gemeente (openbaar gebied), stijgpunt; eigenaren (vastgoed)

In het kader van bovenstaande opgaven (hoog-laagverbinding Uitstraat/Nieuwstraat, Spijkse Trap) heeft de gemeenteraad besloten het CvdKS (Centrum voor de Kunsten Spijkenisse)-pand te verwerven. Meer informatie over project 'De Spijkse Trap' staat hierboven bij opgave 'Transformatie Diamant'. Gesprekken met vastgoedeigenaar Van Herk, die in 1<sup>e</sup> instantie niet positief tegenover bedoelde ontwikkeling stond, lijken vruchten af te werpen.

### **Verbinding en herstructurering Centrumpassage**

De Centrumpassage is ontwikkeld als naar binnen gekeerd centrum om mensen vast te houden rond een stijgpunt dat ook als plein werkt. Door latere ontwikkelingen is de positie van de passage in het centrum veranderd: die zou nu vooral als verbinding tussen Uitplein en Kopspijkerplein moeten werken.

Als de verbindende functie goed wordt vervuld en de passage een attractieve aankleding en sfeer heeft, kan die een grote rol spelen in de hoofdcirculatie met grote passantenstroom. Ook voor achterliggende delen van het centrum (b.v. De Kopspijker) is dit belangrijk.

Ook dit is een complexe opgave die verkenning vergt. Essentie is het recht-trekken van de passage op het hoge niveau, draaien van de roltrap, versterken van de signaalwaarde van de entrees (zijde Uitplein over twee lagen) en herschikken van winkelunits op het hoge niveau.

Op het lage niveau lijken units alleen retail betekenis te hebben bij adres aan het Uitplein. Verplaatsing van de roltrap creëert meer verhuurbare ruimte; maar die blijft verstopt met slechte diepte-breedte verhouding. Kansen voor herindeling van het lage niveau met oriëntatie op het Uitplein zijn beperkt. Andere opties vergen verkenning (-1 aansluiten bij units aan de Nieuwstraat of met andere functie ontsluiten op de H. de Lintweg).

Groot probleem is de eigendomsstructuur en de slechte financiële situatie van de VvE. Door een ingewikkelde splitsing moeten eigenaren met sterk uiteenlopende belangen besluiten over - en betalen aan ingrepen waarin zij ongelijk belang hebben. Dit leidt tot verlamming in initiatief en besluitvorming. Ontvlechting van de splitsing en vereenvoudiging van het eigendom (minder eigenaren met meer bezit) is vereist om tot aanpak te komen.

*Initiatief:* Gemeente

*Betrekken:* eigenaren Centrumpassage, Driepartijenoverleg, Staete Invest

*Additioneel:* Beheerder VvE

*Realisatie:* eigenaren Centrumpassage

In bovenstaande, complexe opgave zijn het afgelopen jaar een paar stappen gezet. Stichting BIZ Stadscentrum Spijkenisse en de gemeente hebben bij de provincie subsidie aangevraagd voor de inhuur van vastgoedexpert Nieuw Holland Vastgoed. Deze partij (onder aanvoering van David Coster) is in maart 2024 aan de slag gegaan en zal de verschillende eigenarenposities in kaart brengen (wat zijn hun plannen? Welke partijen willen eventueel van het vastgoed af? Welke partijen willen en kunnen investeren?). Uit die gesprekken en analyse daarvan volgt een SWOT en worden denkbare oplossingen in kaart



gebracht, waarna Nieuw Holland Vastgoed in juni 2024 definitieve analyse, business case en advies oplevert op basis waarvan vervolgstappen kunnen worden bepaald. Kortom: de eerste (verkenkende) stap is gezet.

### **Verbinding en herstructurering kop Kopspijker**

De context van de kop van De Kopspijker verandert. De betekenis van de twee uitgangen wijzigt als de Stadspleinpassages van functie veranderen (lopende haalbaarheidsstudies moeten uitwijzen of dit mogelijk is). De entree van de Theatergarage aan de Noordkade moet belangrijker worden door routing en signing in de garage en door uitstraling en signing van de entree op straat. De Kopspijkergarage is en blijft een 'abonnementengarage'.

De Kopspijker heeft in het 'rondje dorp' de functie van aanloopstraat. Door de ligging op een hoek van het centrum nabij parkeren is dit ook een ankerpunt. Action heeft nu die rol. Ook een supermarkt zou passend zijn (zat er vroeger ook). Door de huidige verhuursituatie is dit voorlopig niet aan de orde.

De Kopspijker krijgt meer betekenis in de routing als de verbinding via de loopbrug naar Havenplein en Voorstraat wordt geactiveerd. Dit versterkt het 'rondje dorp'. De nieuwe positie van de Kopspijker kan reden zijn voor aanpak van de uitvoering van de passage (maat, materialisatie, overkapping).

Een verkenning van de mogelijkheden voor herstructurering van de kop van De Kopspijker kan verbonden worden met een studie naar mogelijkheden voor ontwikkeling en kwaliteitsverbetering van de Oude Haven.

*Initiatief:* Gemeente primair (voor verbinding); Kopspijker bv / Staete Invest secundair (voor aanpassing vastgoed)

*Betrekken:* Eigenaren Oostkade, stakeholders Havenplein en Voorstraat

*Uitvoering:* Gemeente, Staete Invest en Kopspijker bv (zie Oude Haven)

Ook voor het project doorsteek Kopspijker /Havenplein is subsidie aangevraagd en toegekend uit de 'Impulsaanpak Winkelgebieden'-regeling van het RVO. De eerste verkennende afspraken tussen eigenaren en gemeente om te komen tot een sluitende business case zijn gevoerd, waarbij er op moment van schrijven nog geen sluitende business case gevonden is; de subsidie dekt slechts een deel (1/3) van de onrendabele top.

Tegelijkertijd voert de gemeente verkennende gesprekken met een eigenaar aan de Voorstraat over de herontwikkeling van het Havenplein; de doorsteek is hierbij van doorslaggevend belang. Het vliegwieleffect van investeren in de Kopspijker en verbinding naar het Havenplein en omgeving wordt daarmee

duidelijk; ook vastgoedeigenaren aan de 'overkant' onderzoeken ontwikkelmogelijkheden.

### **Ontwikkeling Oude Haven**

Rond de Oude Haven (Oostkade, Kaaistraat, Westkade) bestaat een rommelig beeld met slechte kwaliteit en lage gebruiksintensiteit. Dit staat in schril contrast met de aanwezigheid van robuust stedelijk water dat elders aanleiding is voor een sterk en hoogwaardig stedelijk woonmilieu. Dit hoeft niet gepaard te gaan met hoge gebruiksintensiteit (commerciële functies): dit is ook mogelijk op basis van wonen.

Vooraf voor wonen zijn er mogelijkheden door (her)ontwikkeling van panden en terreinen aan zowel de Oostkade als de Westkade. Dit vergt ruimtelijke studie en verkenning van mogelijkheden (programma, financieel). Dat richt zich op de idee om huidige bebouwing te vervangen door nieuwbouw.

Wonen kan in de plint aangevuld worden met ruimte voor horeca (terras op de zon) en voor diensten en voorzieningen. Dat kan ook het kantoor voor de woningbouwvereniging zijn. Winkels worden hier niet voorzien.

Door gebiedsontwikkeling kan een nieuwe verbinding vanuit de Kopspijker naar de voetgangersbrug over de haven in een grotere context geplaatst worden. Hierdoor kunnen ruimtelijke en financiële opties voor deze gecombineerde ontwikkeling toenemen.

*Initiatief:* Gemeente en eigenaren vastgoed

*Betrekken:* Eigenaren Oostkade (en Westkade)

*Realisatie:* Eigenaren ontwikkellocaties, gemeente regie en openbaar gebied

Momenteel vinden er gesprekken plaats over mogelijke herontwikkeling van het Havenplein. Deze bevinden zich nog in de oriëntatiefase.

### **Verkleuring Voorstraat**

De Voorstraat heeft zijn winkelfunctie grotendeels verloren; er vestigen zich andere publieksfuncties. Hierdoor ontstaat het profiel van een gemengde stadsstraat. Toename van horeca versterkt dit profiel. Ook voor starters heeft de Voorstraat een functie. Dat is prima voor de rol in het 'rondje dorp'. Zo blijft de betekenis van deze straat (historie, authentiek beeld) behouden.

Ook wonen op de begane grond past in een gemengde stadsstraat; niettemin zijn commerciële functies sterker voor dit beeld. Daarom wordt bij herinvulling van panden op de begane grond eerst naar een commerciële invulling ge-

streefd. Dit kan ook een werkfunctie zijn. Als dit niet realistisch blijkt, is invulling met (of herontwikkeling naar) wonen wenselijk. Dit is onder voorwaarde dat op begane grond wordt uitgegaan van een robuuste plint (maatvoering en materialisatie die bijdragen aan een gevarieerde stedelijk beeld waardoor later functie-omzetting mogelijk is).

Transformaties, soms door herontwikkeling met nieuwbouw, zijn nodig om tot goede nieuwe bestemmingen te komen die bijdragen aan het beeld en het functioneren van de Voorstraat. Voor haalbaarheid van plannen en voor optimalisatie van het beeld kan een creatieve aanpak, b.v. voor planvolumes, nodig zijn. Gemeente en eigenaren spannen zich hier samen voor in.

*Initiatief:* Eigenaren (i.s.m. ondernemers)

*Betrekken:* Gemeente (regie en faciliterend)

*Realisatie:* Eigenaren (gemeente openbaar gebied)

Er zijn de afgelopen periode verschillende stappen gezet om verkleuring van de Voorstraat te realiseren. Zo is per 1 januari 2024 een zogeheten Gevelfonds door de gemeente ingesteld, met als doel te investeren in gevels in de Voorstraat. Op moment van schrijven hebben zich 11 verschillende eigenaren gemeld en is er een bedrag van EUR 50.000,- beschikbaar gesteld door de raad. Het 'gevelteam' heeft met de betrokken partijen gesproken, ter voorbereiding op mogelijke indiening van subsidieaanvragen. Ook komt er een beeldkwaliteitsplan.

Daarnaast zijn beleidsregels opgesteld ten behoeve van het wegbestemmen van 'wonen' van panden op de begane grond aan de Voorstraat; deze zijn door het College en door de Raad vastgesteld.

De opgave 'Verkleuring Voorstraat' is een doorlopend proces, waarin de eerste veelbelovende stappen zijn gezet. In Q3-2024 vindt er een eigenarenavond voor eigenaren aan de Voorstraat plaats.

### **Openbare ruimte: strategie en lange termijn**

Dit is geen locatie-specifiek project maar een benadering die voor het hele centrum geldt. Bovendien komt de openbare ruimte in bijna ieder hierboven geschetste opgave voor.

Doorgaans is de gemeente verantwoordelijk voor het openbaar domein, zoals eigenaren dat zijn voor gebouwen. Waar investeringen in gebouwen en openbaar gebied parallel kunnen lopen, kan kosten-efficiency bereikt worden.

Investeren in het openbaar domein moet gebaseerd zijn op een lange termijn strategie en een consistent plan. Die strategie kan deels samenvallen met de lange termijn onderhoudsplanning, met investeringen in ondergrondse infrastructuur en met investeringen in aanpalende gebouwen.

Langs de lijnen van de verschillende bovenstaande opgaven en (transformatie)projecten is de afgelopen jaren op diverse plekken geïnvesteerd in de openbare ruimte.

Een wens is en blijft om, passend in de brede trend in (binnen)stedelijk Nederland, blijvend te investeren in vergroening en klimaatadaptatie in het vrij stegige centrum van Spijkenisse. Met voldoende groen en blauw in het centrum snijdt het mes aan twee kanten: het vergroot de aantrekkingskracht van het centrum en draagt bij aan klimaatbestendigheid (tegengaan hittestress, waterhuishouding op orde bij droogte of juist zware regenval) en daarvoor voor een aangenaam verblijfsklimaat waar retail, horeca maar ook bewoners en bedrijven/werknemers in het centrum zullen profiteren.

### **Supermarkten IN het centrum**

De twee supermarkten leiden tot one-stop-shopping: er is nauwelijks spin-off naar centrumbezoek. De toekomst van Spijkenisse Centrum ligt bij de lokale consument en bij gemakswinkelen (convenience). Hierin spelen supermarkten een grote rol.

Supermarkten stellen eisen aan maatvoering, parkeren en bevoorrading. Hierdoor is het aantal opties voor een supermarkt binnen de beoogde winkelkern beperkt. De Stadhuispassage biedt mogelijkheden (door verplaatsing en herontwikkeling). De Kopspijker ligt vanwege recente verhuringen minder voor de hand. Bij de Boekenberg zijn er geen afdoende mogelijkheden.

Bij voorkeur wordt uitgegaan van verplaatsing van één van de nu bij het centrum gevestigde winkels (Dirk, AH). Daarmee zijn de belangen van die bedrijven in het geding en ook van de eigenaren van de betreffende panden. Voor die locaties zijn alternatieven nodig. Ook voor de parkeergarages heeft dit effect; dit kan kansen bieden voor andere functies of nieuwe ontwikkelingen.

In de Stadhuispassage lijken er bijvoorbeeld mogelijkheden om een supermarkt te integreren op de plek van de begane grond van het gemeentehuis. Recent heeft de gemeente hier verbouwd: Mogelijk kan de inpassing van een

supermarkt parallel lopen met gemeentelijke heroriëntatie op – en vernieuwing van haar huisvesting, uiteraard met behoud van alle publieksfuncties.

*Initiatief:* Gemeente

*Betrekken:* eigenaren vastgoed, eigenaren optie-locaties, supermarkten

*Realisatie:* eigenaren optie-locaties, gemeente regie; supermarkten

Bovenstaande analyse en advies met betrekking tot de rol van en de plek van supermarkten in het stadscentrum van Spijkenisse zijn nog steeds actueel. De Albert Heijn en Dirk van den Broek-supermarkten dragen maar beperkt bij aan het succes van het centrum; er is weinig kruisbestuiving en centrumondernemers profiteren nauwelijks van de supermarkttraffic. De relocatie van (één van) de supermarkten is nog steeds wenselijk, maar is ook een proces van de lange adem en de lange termijn. Er zijn ook pogingen geweest andere supermarkten te interesseren voor een positie in centrum Spijkenisse; zo is er inventariserend contact geweest met Lidl, maar een voor Lidl passende locatie (maatvoering, gebouwhoogte, parkeersituatie, e.d.) is niet voor handen.

De gemeente geeft aan naar mogelijkheden te willen kijken wanneer kansen zich voordoen, maar er nu niet actief op te acteren. Het verdient aanbeveling om, vanuit het driepartijenoverleg, hier een proactievere houding in te nemen; bijvoorbeeld het in kaart (laten) brengen van de huidige huursituaties en wensen van betrokken partijen en/of het in kaart brengen van haalbaarheid van potentiële nieuwe supermarktlocaties.

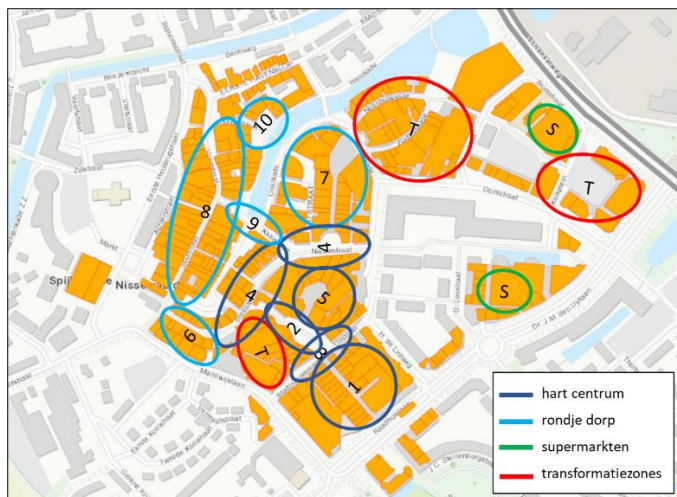
## 7. GEBIEDSPROFIELEN

Die beoogde basisstructuur heeft gevolgen voor de gewenste ontwikkeling van deelgebieden, ook door kleinere ingrepen. Om daarop te sturen worden gebiedsprofielen geschetst. Die geven ruimtelijk en functioneel een beeld van de in de toekomst gewenste ontwikkeling.

De gebiedsprofielen zijn niet 'in beton gegoten' maar zijn richtinggevend voor de gewenste kleuring van het centrum. Naast focus zijn ook variatie en flexibiliteit gewenst in elk deelgebied en marktkansen moeten benut worden als die zich voordoen.

Sturing op gebiedsprofielen gebeurt door overleg en advies 'in de geest van dit koersdocument'. Vestiging is vrij en een eigen beslissing van ondernemers. De profielen werken stimulerend voor potentiële vestigers en zijn een signaal naar retailers om zich af te vragen of zij wel op de goede plek zitten.

De gebiedsprofielen zijn opgedeeld in 3 groepen.



**'Hart centrum'**: hier zit de kernbranchering. Nadruk ligt op winkels en ketens met per deelgebied accentverschillen in branches. Zo is er onderscheid naar modisch accent en nadruk op gemakwinkels. Maar ook winkels die meer doelgericht bezocht worden kunnen tot accentverschil leiden. Op bepaalde plekken is winkelbezoek ondersteunende horeca (daghoreca) gewenst.

**'Rondje dorp'**: dit zijn vooral zones ten oosten van het centrum rond de Voorstraat. Hier zit de aanvullende branchering. Dat zijn winkels die in zekere mate doelgericht bezocht worden. Maar hier zit ook het zwaartepunt van avondhoreca en dienstverlening. Dit zijn bij uitstek plekken waar zelfstandige ondernemers en specialistische winkels zich vestigen. Hier is sprake van *colour local* ten opzichte van het door ketens gedomineerde hart van het centrum.

**'Transformatie-locaties'**: een aantal locaties zal de winkelfunctie volledig (of gedeeltelijk) verliezen. Omzetting naar een andere functie is daar aan de orde. Dit kan bestaan uit 'verkleuring' naar een andere vorm van gebruik (maar nog wel gericht op bezoekers) of uit 'transformatie' naar een wezenlijk andere vorm van gebruik, voornamelijk wonen.

### 7.1 Gebiedsprofielen: 'hart centrum'

In het hart van het centrum zit de kernbranchering. Hier ligt de nadruk op winkels en op ketens met per deelgebied accentverschillen in branches.

De **Stadhuispassage (1)** is aantrekkelijk voor ketenbedrijven in het middensegment. In principe is deze geschikt voor alle centrumbranches maar er is nu al sprake van een accent op gemakwinkels (convenience). De passage heeft een intensief en consumptief karakter; dat past minder bij hoog in de markt gepositioneerde (fashion-) winkels en zaken met specialistische assortimenten. Minimaal 1 trekker is essentieel. Dat is nu Hema; een supermarkt past hier goed bij. Mogelijk kan de supermarkt in de plaats van Hema indien die een meer centrale locatie zou overwegen. De Stadhuispassage is gericht op bewegen en niet op verblijf: daarom is hier take-away horeca op z'n plaats maar dat geldt veel minder voor zit-horeca (geen terras).

Het **Uitplein (2)** is ook aantrekkelijk voor ketenbedrijven in het middensegment en voor vele branches; hier is echter van nature meer focus op fashion. De maat van het Uitplein geeft meer ruimte en meer statuur. Daardoor leent deze plek zich ook bij uitstek voor daghoreca; vooral met terras versterkt dit de verblijfskwaliteit van deze centrale plek. Dit is het hart van het centrum hetgeen normaal gesproken via relatief hogere huren leidt tot winkels met aanzienlijke omzetten en marges en flinke passantenaantallen. Ketens in het modische of daaraan gelieerde sectoren passen hierbij.



De **Uitstraat (3)** kruist de aansluiting van Stadhuispassage en Uitplein. Door de beperkte lengte sluit in een groot deel van deze straat de branchering vanwege nabijheid en zichtbaarheid aan bij de branchering van Uitplein en Stadhuispassage. Aan beide uiteinden valt de passantenstroom sterk terug: dit milieu is daarom meer geschikt voor gespecialiseerde retailers (zoals de fietswinkels), horeca (met name take-away) en op de koppen ook dienstverlening.

De **Nieuwstraat (4)** is de centrale drager van het winkelgebied tussen de diverse centrumdelen. Deze straat is geschikt voor non-food branches met focus op de modische en luxe sector (winkels die bezocht worden door 'kijken en vergelijken'). Door de ruimtelijke setting heeft deze straat van nature meer allure. Hierbij past sterker dan in de eerder genoemde straten een invulling met gespecialiseerde winkels met een gemiddeld hogere kwaliteit. Door de aard van dit winkelmilieu en de bezonningssituatie is horeca alleen op specifieke locaties mogelijk waar een passende maat bestaat: voor de Kopspijker en in de aansluiting naar de Kaaistraat.

Voor de **Centrumpassage (5)** geldt grotendeels dat daar gevestigde winkels zich op het Uitplein, de Uitstraat of de Nieuwstraat richten en daar dus al beschreven zijn. In de huidige situatie heeft het binnengebied (de passage) op het hoge niveau een onbestemd profiel: sfeerloos, drukkend en vooral gebruikt om snel doorheen te lopen. Door ligging en passantenstroom kan dit, na herontwikkeling, een vergelijkbaar profiel krijgen als de Nieuwstraat. Het lage niveau moet zich zoveel mogelijk op het Uitplein richten en daarmee qua invulling het karakter van die ruimte aannemen. Als de gewenste ontwikkeling tot verbinding werkelijk gestalte krijgt, kan dit betekenen dat een deel van het volume op het lage niveau op een andere wijze toegankelijk gemaakt of gebruikt moet worden.

## 7.2 Gebiedsprofielen: 'rondje dorp'

In der zone ten noorden van het centrum bevindt zich de aanvullende branchering. Hier ligt meer nadruk op horeca en diensten, op zelfstandig ondernemerschap en op specialistische bedrijven.

De **Kromme Nieuwstraat (6)** (tussen Breestoep en Voorstraat) heeft geen directe zichtrelatie met de kern van de Nieuwstraat en maakt daardoor geen deel uit van het hart van het centrum dat zich op 'kijken en vergelijken' richt. Dit is meer een aanloopmilieu (vanaf de Boekenberg) en een uitloper naar de Voorstraat. Dit stuk van de Nieuwstraat leent zich daarom minder sterk voor fashion en meer voor de andere non-food-branches. Het aandeel zelfstandig ondernemersschap en gespecialiseerde bedrijven is hier hoger dan in het hart van het centrum.

De **Kopspijker (7)** is na ernstige leegstand weer tot leven gekomen door actief management. Door de positie in de veranderende structuur van het centrum is De Kopspijker een uitloper en tevens onderdeel van het 'rondje dorp'. Bij de positie als uitloper past een brede invulling: beperkt mode en vooral winkels die bewust bezocht worden, bijvoorbeeld boodschappen, vrije tijd of huishouden gericht. Daarnaast is dit een plek waar specialistische aanbieders en zelfstandige ondernemers passen. Maar ook doelgericht bezochte winkels passen hier (b.v. met prijspositionering zoals Action of een supermarkt). De veranderde positie in het systeem vergt ruimtelijke aanpassing om die rol duurzaam te kunnen vervullen. De parkeergarage is geschikt als 'abonnementengarage', voor bewoners en werknemers in het centrum

De **Voorstraat (8)** heeft zijn winkelfunctie grotendeels verloren. Dit is een gemengde stadsstraat die een functie vervult die aanvullende is aan het hart van het centrum. De Voorstraat is geschikt voor de groeiende categorie dienstverlening. Verder heeft deze straat een sterk horeca accent. De oude bebouwing met authentiek karakter versterkt de aantrekkelijkheid voor horeca. Op deze wijze houdt de Voorstraat een betekenisvolle rol voor het centrum, zonder accent op winkels. Voor zover er winkels zitten, betreft dit zelfstandige ondernemers uit alle branches met sterk gespecialiseerd aanbod in kleine units. Dit is ook een geschikte plek voor startende ondernemers.

Binnen de Voorstraat is er een onderscheid. Het gedeelte tussen Kaaistraat en Havenplein heeft vrijwel volledige focus op horeca en diensten (in aansluiting bij het Havenplein). Het deel tussen Kaaistraat en Kromme Nieuwstraat heeft wel nog een aantal (gespecialiseerde) winkels, in aansluiting bij het bronpunt Boekenberg en de korte verbindingen naar de Nieuwstraat.

De **Kaaistraat** (9) is een korte verbinding tussen Nieuwstraat en Voorstraat en maakt dat er meerdere rondjes gelopen kunnen worden. Vanwege de beperkte lengte is verder opvulling met functies niet nodig onder voorwaarde dat de zijanten van panden aan de Voorstraat en de Nieuwstraat een aantrekkelijk beeld bieden. Ten opzichte van de huidige situatie is een flinke verbetering nodig vanwege het rommelige beeld, de achterkanten en geparkeerde auto's. Door de maat en de relatie met het water heeft deze ruimte potentieel voor (dag-)horeca om de verbinding aantrekkelijk te maken.

Het **Havenplein** (10) heeft inmiddels naam opgebouwd als horeca-concentratie (avond- en uitgaanshoreca). Van hieruit vindt uitwaaiing plaats van horeca naar de Voorstraat. Versterking van de verbinding met het hart van het centrum (via de Kopspijker) kan deze plek meer functie en betekenis geven voor het hart van het centrum en het winkelklimaat.

### 7.3 Gebiedsprofielen: transformatielocaties

Een aantal locaties zal de winkelfunctie volledig (of gedeeltelijk) verliezen. In-grijpende omzetting naar een andere functie is daar aan de orde.

Dit geldt als eerste voor het **Kolkplein** waar de winkelfunctie in zijn geheel vanaf gaat. Door herontwikkeling wordt hier een omvang woonprogramma gerealiseerd. Hier komen geen commerciële functies terug (winkels, diensten of horeca). Hiermee wordt ca 6.000 m<sup>2</sup> wvo winkelruimte uit de markt genomen.

Voor de **Noordpassage** geldt dat daar redelijke mogelijkheden bestaan om deze aan beide zijden te transformeren naar wonen. De buitenruimte kan door herprofilering beter afgestemd worden op de woonfunctie, zodat een samenhangend woonmilieu ontstaat. Op de koppen aan het Theaterplein ligt behoud van een commerciële unit (b.v. voor horeca) voor de hand. Hiermee wordt ca 1.900 m<sup>2</sup> wvo winkelruimte uit de markt genomen.

Delen van de **Zuidpassage** zijn lastiger te transformeren, vooral de grote units aan de zuidzijde. Verder is er behoefte aan behoud van een route met enig publiek karakter naar het theater. In dit beeld kan de noordwand van de Zuidpassage wonen worden (samen met de zuidwand van de Noordpassage) of kleinschalige werkunits. Voor de zuidwand is transformatie mogelijk naar

werkunits, leisure (escape-room, bowling/snooker, gaming), galerie of een andere voorziening (zorg, maatschappelijk). Het Saturnpand biedt deels potentieel voor wonen maar hier is ook fitness voorzien. Een incidentele grote, doelgericht bezochte winkel die niet mogelijk of wenselijk is in het centrum maar die je wel direct aangesloten wilt hebben op het centrum is ook mogelijk (supermarkt, kringloopwinkel, o.i.d.). Hiermee wordt ca. 2.800 m<sup>2</sup> wvo winkelruimte uit de markt genomen.

De gebiedsprofielen Noord- en Zuidpassage die hierboven als transformatielocatie beschreven staan, zijn de afgelopen jaren veranderd. Er is flink geïnvesteerd in transformatie naar wonen.

De opgave om de **Noordpassage** te transformeren is inmiddels deels gerealiseerd. Er heeft hier transformatie plaatsgevonden van winkels naar woningen. De buitenruimte moet nog worden aangepast van winkelstraat naar semi-privé / openbare woonstraat.

Transformatie van de **Zuidpassage** is inmiddels gerealiseerd. Dit project is inmiddels afgerond. Een deel van de Zuidpassage is ingericht voor doelgerichte detailhandel: relocatie van kringloopwinkel RataPlan van buiten het centrum van Spijkenisse naar de Zuidpassage, alsmede verplaatsing van winkels van de Noordpassage naar de Zuidpassage. Op de begane grond van het voormalige Saturnpand is de fitnesszaak geland die voorheen aan het Kolkplein zat. De 1<sup>e</sup> verdieping van het Saturnpand wordt getransformeerd naar woningen; werkzaamheden zijn gestart. Hiermee worden de doelstellingen (transformatie en verkleuring) voor de Zuidpassage gerealiseerd.

Voor de **Diamant** is een wooninvulling mogelijk op het Nieuwstraat niveau en op de etage. Uitgangspunt moet wel zijn dat in aansluiting op de Nieuwstraat ruimte blijft voor een winkelunit om de winkelcontinuïteit van de Nieuwstraat in stand te houden. Dit geldt ook voor de overzijde van de omloop om de Diamant. Hiermee wordt ca. 1.000 m<sup>2</sup> uit de markt genomen.

Voor de **Stoep / Breestoep** units op het hoge niveau aan de omloop om de Diamant ligt ook (gefaseerd) transformatie of verkleuring voor de hand. In dit geval wordt gedacht aan ruime bestemmingsmogelijkheid. Diverse typen

voorzieningen, leisure, maar ook wonen en werkunits zijn voorstelbaar, afhankelijk van wat in de praktijk mogelijk blijkt. Maar ook een grote winkel die zeer doelgericht bezocht wordt en die zich normaliter niet in het centrum vestigt of kan vestigen, behoort tot de mogelijkheden

## **ONDERLIGGENDE ANALYSES EN VERDIEPING**

BIJLAGE 1: MARKTANALYSE	23
B.1.1 Trends in retail en winkelgebieden	
B.1.2 Lokale en regionale marktcontext	
B.1.3 Monitoring marktpotentieel en data	
B.1.4 Kwantitatief kader	
B.1.5 Ontwikkeling winkelareaal centrum	
B.1.6 Krimpogave	
BIJLAGE 2: FUNCTIONELE ANALYSE	38
B.2.1 Verdeling functies en leegstand	
B.2.2 Verdeling winkelbranchering	
B.2.3 Bronpunten parkeren en stallen	
B.2.4 Passantenstromen	
B.2.5 Andere functies en betekenissen	
BIJLAGE 3: RUIMTELIJKE ANALYSE EN OPGAVES CENTRUM	44
B.3.1 Hart van de stad maar betekenis verandert	
B.3.2 Diversiteit plekken met uiteenlopende karakters	
B.3.3 Netwerk openbare ruimtes met discontinuïteiten	
B.3.4 Vier deelgebieden met eigen kansen en opgaven	
BIJLAGE 4: RUIMTELIJKE STRATEGIEEN EN INTERVENTIES	54
B.4.1 Ankerpunten	
B.4.2 Supermarkten	
B.4.3 Routing en winkelstructuur	
B.4.4 Verbindingen	
B.4.5 Verblijfsplekken	



## Bijlage 1: Marktanalyse

### B.1.1 Trends in retail en winkelgebieden

De winkelmarkt verandert structureel en onomkeerbaar door wijzigingen in zowel het consumentengedrag als in het vestigingsgedrag van retailers.

De **consument** beschikt over een snel groeiend nieuw kanaal: online kopen met thuisbezorging en Covid-19 versnelt die groei. Tegelijk wordt de markt door internet hypertransparant met prijsdruk als gevolg. Dit heeft effect op de continuïteit van winkels. Maar dit leidt ook tot groei van 'lokaal kopen', minder bezoek (maar hogere kassa-aanslag), doelgericht bezoek, focus op gezond / duurzaam en focus op prijs.

Wat blijft bij de consument is de behoefte aan ontmoeting en vermaak. Daarvoor blijven mensen graag naar het centrum gaan. Maar de intrinsieke motivatie ligt minder bij winkelen en steeds meer bij andere activiteiten.

Veel nieuwe **retailers** verkopen alleen via internet en met succes, ook door logistieke innovaties. Bestaande retailers moeten zich aanpassen en hun fysieke winkel integreren met aanwezigheid op internet (multi-channel). Hierbij moeten zij hun relevantie voor de consument opnieuw bepalen door keuzes voor klant oriëntatie: a) experience (shoppen), b) convenience (efficiënt kopen), c) serviceverlening (of combinaties hiervan).

Veel ketens kunnen toe met minder filialen. Multi-channel strategieën leiden tot andere rollen voor winkels (marketing-tool, showroom, service-punt, pick-up point) met gevolgen voor locatiekeuze en metrage. En veel zelfstandige ondernemers stoppen omdat zij die verandering niet kunnen of willen volgen.

Die herschikking van de winkelmarkt is nog in gang en wordt versneld door de corona. Het eindbeeld is nog niet helder maar zeker is dat dit leidt tot afname van de benodigde winkelruimte en toename van leegstand. De verschillen zijn groot: tussen branches, maar ook tussen typen winkelgebieden.

Ook winkelgebieden moeten daarom hun profiel herzien: wat is de betekenis voor de consument? Voor elk winkelgebied geldt: non-retail (andere functies) wordt belangrijker, om klanten te trekken en om ruimtes te vullen.

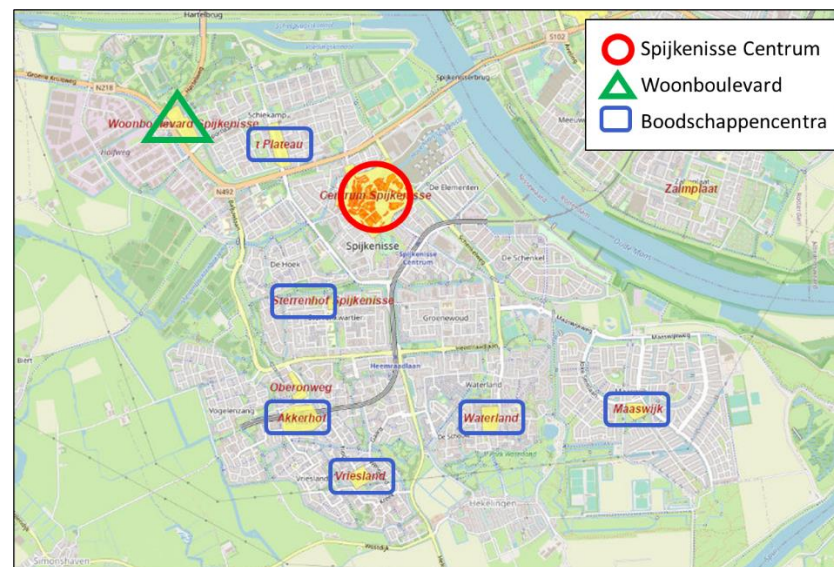
Hierbij is sprake van polarisatie tussen experience (vergelijkend, recreatief winkelen) en convenience (efficiënt boodschappen doen, doelgericht kopen).

Ook zijn er grote verschillen naar schaal en marktomvang: tussen de centra van de grootste steden en die van middelgrote steden, maar ook tussen stadscentra en boodschappencentra in woongebieden.

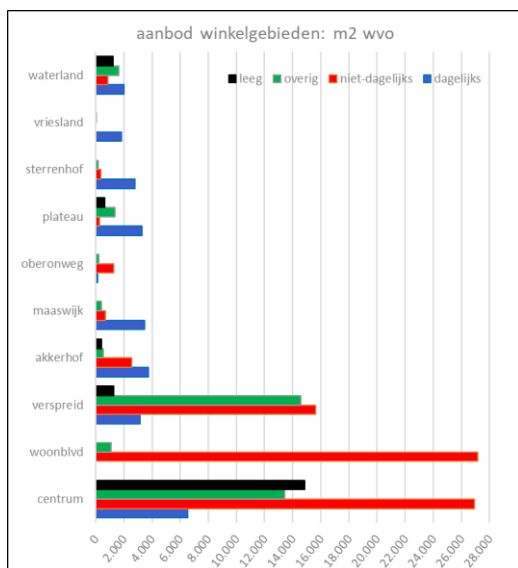
De centra van middelgrote steden verliezen marktpositie. De noodzaak voor ingrijpen is daar groot. Dat betekent: a) herdefiniëring van rol en betekenis in het marktgebied, b) herbepaling van het daarbij passend winkelaanbod, c) identificatie van (andere) relevante functies, d) herbestemming van panden en locaties. Spijkenisse Centrum zit in deze categorie van centra.

### B.1.2 Lokale en regionale marktcontext

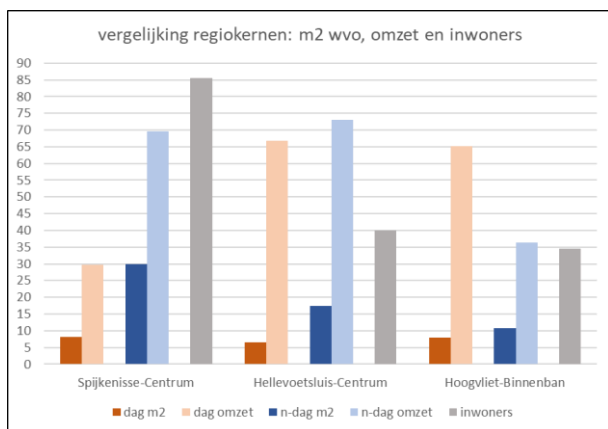
Het marktpotentieel van Spijkenisse Centrum is beperkt, voornamelijk tot de gemeente Nissewaard.



**Lokaal** kent het winkelaanbod in het centrum forse concurrentie. Spijkenisse heeft een omvangrijk aanbod in wijkcentra en vooral een omvangrijk en breed ingevuld aanbod op de woonboulevard. Voor 'boodschappen' hebben weinig inwoners reden naar het centrum te gaan. Voor doelgericht kopen (non-food) is het aanbod op de woonboulevard omvangrijk en divers.



**Regionaal** (Voorne-Putten) heeft het centrum niet de beoogde verzorgende functie door de sterke positie van retail in Hellevoetsluis en Hoogvliet. Die kernen zijn daardoor nauwelijks op Spijkenisse gericht en trekken zelf koopkracht uit de (gezamenlijke) regio. Opvallend is ook de sterke convenience component in die centra als basis voor lokale trekkracht.



**Bovenregionaal** marktpotentieel ontbreekt door de geïsoleerde ligging op een semi-eiland en door waterverband met beperkte verkeersverbindingen.

**Afvloeiing** van koopkracht is makkelijk, onder meer door de metroverbinding. Zowel Rotterdam Centrum als Zuidplein zijn uitstekend bereikbaar. Door de Covid-19 pandemie is dit wat afgenomen maar de vraag is of dit structureel is.

Spijkenisse Centrum heeft primair een functie voor de eigen inwoners (Spijkenisse en kleine kernen) en beperkt voor Rozenburg. Een groter bereik is incidenteel van aard. Die markt is beperkter van omvang dan het uitgangspunt was bij de planning van het centrum.

De functie en marktpositie van Spijkenisse Centrum moeten herzien worden: aanpassing is nodig bij de nieuwe marktrealiteit. Dit centrum heeft vooral een functie voor de eigen inwoners; slechts beperkt voor consumenten van daarbuiten. Voor die eigen inwoners moet de basis niet alleen liggen bij niet-dagelijkse goederen (shoppen), maar ook bij dagelijks aanbod (convenience).

### B.1.3 Monitoring marktpotentieel en data

Actualisatie van het marktpotentieel door kwantitatieve doorrekening is niet mogelijk. Door de Covid-pandemie heeft de winkelmarkt vanaf begin 2020 abnormaal gefunctioneerd. De update van cijfers voor bestedingen en omzetten is hierdoor niet mogelijk. Voor onderzoek is het advies uit te gaan van 2019, het laatste 'normale' jaar. Dit is slechts 1 jaar na de laatste berekening voor Spijkenisse Centrum op basis van het koopstromenonderzoek uit 2018 en is daarmee nutteloos.

Recent is een nieuw koopstromenonderzoek (KSO) aanbesteed. Resultaten worden laat in 2022 verwacht. Dit nieuwe KSO is nauwkeuriger dan het laatste, gaat beter in op het effect van online-verkoop en tegen dit tijd zijn ook de effecten van corona zichtbaar. Dat nieuwe KSO is daarom een betere bron voor kwantitatieve verkenning dan het materiaal dat nu beschikbaar is.

De dynamiek in de winkelmarkt vergt regelmatige updates om bij te sturen. Eind 2022 ontstaat een moment voor een nieuwe update van het marktpotentieel. Daarmee kan de koers voor de winkelfunctie in het centrum aangescherpt worden. Voor dit moment wordt teruggegrepen op de resultaten uit 2018 met een kwalitatieve beschouwing daarvan.

#### B.1.4 Kwantitatief kader

Het aantal **inwoners** van Nissewaard was in 2005 nog 87.500 en neemt sindsdien af tot 85.500 in 2021. Rond de haven (bij het centrum) wordt veel nieuwbouw gerealiseerd; in het centrum zijn de komende jaren door transformatie en verdichting nog eens 500 a 600 woningen voorzien. Vooral nog is de nieuwbouw voldoende om de gezinsverdunding in andere delen van de stad op te vangen: er is geen sprake van netto groei van inwoners.

**Nieuwbouw** in en nabij het centrum leidt tot versterking van het draagvlak, vooral voor dagelijkse artikelen (boodschappen / convenience). Dit is echter beperkt van omvang en dit potentieel moet gedeeld worden met wijkcentra waarvoor gekozen kan worden.

Het besteedbaar **inkomen** is redelijk en ligt ca. 2% onder het gemiddelde. Dit heeft een beperkt effect op de gemiddelde besteding. De gemiddelde particuliere **vermogens** zijn laag. Dit leidt tot een gering potentieel voor luxe aankopen. Die winkels ontbreken dan ook in Spijkenisse. Andere kernen op Voorne Putten met hogere inkomens en vermogens voorzien in het op welvarende doelgroepen gericht aanbod of er wordt uitgeweken naar grotere streken.

De lokale **koopkrachtbinding** aan het eigen centrum is laag; voor dagelijkse artikelen (11% in 2018) en vooral voor niet-dagelijkse artikelen (22% in 2018). Dit laatste betekent dat andere winkellocaties in de gemeente (o.a. woonboulevard), regio-plaatsen (o.a. Rotterdam) en steeds meer het internet (al ruim boven 25%) sterke concurrenten zijn. Door erosie van het aanbod neemt de trekkracht op bezoekers van buiten de gemeente verder af; mede hierdoor is ook de **toevloeiing van koopkracht** uit de regio zeer beperkt.

Door versterking van het centrum (en beperking van locaties elders in de gemeente) kan de lokaal verzorgende functie geconsolideerd worden. Dit kan vooral zijn beslag krijgen door versterking van de boodschappenfunctie (convenience) waarmee wordt ingespeeld op de aankopen die met vrij hoge frequentie worden gedaan. De afname van de functie voor laagfrequente (o.a. modische) aankopen is een autonome tendens die voor kernen als Spijkenisse Centrum onomkeerbaar is.

Door de combinatie van lage bestedingen en een te omvangrijk winkelareaal staan de **omzetten per m2** zwaar onder druk. Dit is de graadmeter voor het

presteren van winkels. Volgens het KSO 2018 lag de gemiddelde omzet in de dagelijkse sector op de helft van het benchmark gemiddelde. In de niet-dagelijkse sector lag de omzet per m2 op twee-derde van het benchmark gemiddelde. Dit is een ongezonde situatie voor het gemiddelde van de winkels in het centrum en leidt dan ook tot het vertrek van de nodige winkels.

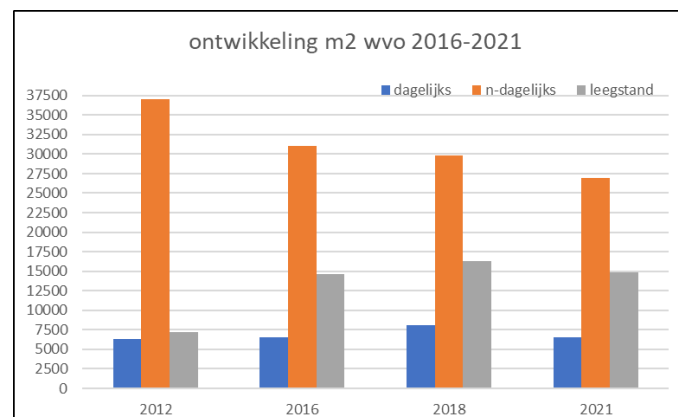
#### B.1.5 Ontwikkeling winkelareaal centrum (ijkpunt: begin 2021)

Tussen 2012 en 2021 groeide het winkelaanbod in de dagelijkse sector licht. Het aantal winkels nam toe van 27 naar 31 en het winkelareaal groeide met 300 m2 tot ruim 6.500 m2 wvo.

Tussen 2012 en 2021 nam het winkelaanbod in de niet-dagelijkse sector sterk af. Het aantal winkels nam af met ruim 32% af (van 154 tot 104 begin 2021). Het winkelvolume nam af met 27% tot 27.000 m2 wvo in begin 2021.

In die periode groeide de leegstand van ruim 7.000 naar bijna 15.000 m2 wvo. Dit is iets lager dan de piek van ruim 16.000 m2 in 2018. Begin 2021 was er sprake van veel dynamiek: er vertrokken winkels (b.v. H&M) maar er was ook sprake van herinvulling van leegstand (b.v. De Kopspijker).

In 2012 was het totale winkeloppervlak, incl. leegstand, ruim 50.000 m2. Na een piek van 54.000 m2 in 2018 is dit afgenomen tot ruim 48.000 m2 in 2021. Er is dus duidelijk sprake is van onttrekking van m2's aan de detailhandel en transformatie naar andere functies. Vooral dienstverlening en horeca zijn de laatste jaren gegroeid. In Spijkenisse Centrum is die groei 45%: van 88 zaken in 2012 naar 128 zaken begin 2021.



### B.1.6 Krimpogave

De laatste marktberkening is van 2018 op basis van het KSO 2018. Toen werd de krimpogave geraamd op ruim 20.000 m2 (combinatie van leegstand en overcapaciteit vanwege te lage omzet). Het reëel metrage voor winkels werd op dat moment geraamd op ca. 34.000 m2 wvo (totaal 54.000 m2 – 20.000 m2 krimp). Dit is exclusief metrage voor horeca en diensten.

Een volgende kwantitatieve doorrekening is pas eind 2022 mogelijk wanneer geactualiseerde data en het nieuwe KSO beschikbaar zijn.

Nu wordt teruggevallen op de rekenanalyse uit 2018, rekening houdend met kwalitatieve overwegingen vanwege ontwikkelingen in de laatste 3 jaar:

- + groei 'lokaal kopen' en daarmee enige toename van lokale binding
- + nieuwe zelfstandige ondernemers (door afname huurrisico)
- - sterke groei van de omzet via online
- - heroriëntatie winkels (m2, locatie) i.v.m. integratie on-/offline

Op basis hiervan wordt een bandbreedte bepaald die richtinggevend is voor het programmeren van de transformaties en aanpassingen in het centrum:

- Consolidatie aanbod dagelijkse goederen 6.500 a 7.000 m2
- Huidig aanbod niet-dagelijkse goederen 27.000 m2
- Overcapaciteit niet-dagelijks (10% a 20%) - 3.000 a - 6.000 m2
- Frictieleegstand: 4 a 5% bijna 50.000 m2 \*) 2.000 m2

Alle m2's in dit overzicht betreft m2 winkelvloeroppervlak (wvo) cf. Locatus

\*) Frictieleegstand gaat over alle commerciële voorzieningen; naast ca. 32.000 m2 wvo winkels (dagelijks en niet-dagelijks) ook ca. 15.000 m2 horeca en diensten.

Op basis van deze vertrekpunten komt het reëel metrage voor winkelruimte (incl. frictie-leegstand) uit op 30.000 a 33.000 m2 wvo.

Met als vertrekpunt ruim 48.000 m2 wvo voor winkels en leegstand per begin 2021 komt de krimpogave op 15.000 a 18.000 m2 wvo. Met de transformatie van het Kolkplein wordt eind 2021 de eerste 6.000 m2 wvo weggenomen.

Hierin is het metrage voor horeca en diensten niet meegenomen: dat beslaat nog eens ca. 15.000 m2 en is extra op het hiervoor berekende volume. Totaal brengt dit het volume voor commerciële functies (winkels, horeca, diensten en incl. frictieleegstand) in het centrum op 45.000 a 48.000 m2 wvo.

## Bijlage 2: Functionele analyse

Structuur en verschijningsvorm van de winkelfunctie in Spijkenisse Centrum zijn bepaald in de laatste 50 jaar. Dat was eerst de aanwijzing als groeikern waardoor Spijkenisse snel groeide van klein dorp tot middelgrote stad. Verder is dat de planmatige ontwikkeling van het centrum in enige stappen waarvan de laatste ca 10 jaar geleden is gezet. Het centrum groeide schoksgewijs: de samenhang tussen oud (Voorstraat) en nieuw komt niet goed uit de verf.

### B.2.1 Verdeling functies en leegstand

Het centrum is lang vooral als 'winkelgebied' gezien en ook als zodanig ontwikkeld. Theater, bibliotheek en stadhuis staan op de hoekpunten van het centrum: daarbinnen is bijna uitsluitend sprake van winkels, gemengd met horeca en consumentgerichte diensten.

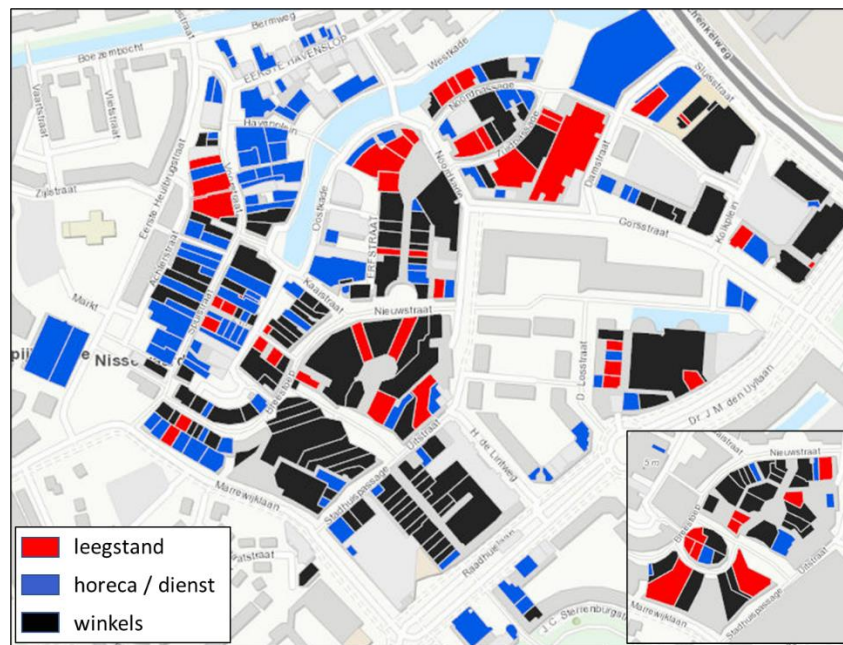
In het centrum zijn enkele autonome (soms naar binnen gerichte) winkelcentra gerealiseerd; soms als verbinding maar soms ook als op zichzelf staande plek. Door die verschillende uitgangspunten en doordat verbindingen tussen die centra vaak niet goed zijn, kent het centrum niet de logische continuïteit en samenhang zoals je die graag zou zien.

Dit leidt tot het centrum zoals dat zich nu laat schetsen aan de hand een kaart met winkels, horeca/diensten en leegstand. Dit maakt in één oogopslag de opbouw van het centrum en het functioneren daarvan duidelijk.

**Leegstand** is geconcentreerd en vaak structureel in enkele centrumdelen:

- Kolkplein: dat is nog niet op deze kaart zichtbaar maar inmiddels is er veel leeg; hier wordt transformatie naar wonen voorbereid;
- Noord- en Zuidpassages: die verbinden het centrum met het nieuwe theater; zij kennen structurele leegstand vanaf oplevering;
- De Kopspijker: aanvankelijk was de leegstand veel ernstiger; met actief management (en komst Action) is die weer grotendeels ingevuld;
- lage deel Centrupassage achter de roltrap waar ooit Albert Heijn en Blokker als trekkers zaten: dit ligt buiten beeld en buiten de routing;
- hoge deel Stoep / Breestoep, vooral de omloop naar de Centrupassage; dit is een structuurvreemd element buiten de routing;

- tegenover de solitaire supermarkten zit ruimte voor kleine winkels die moeilijk functioneren (vooral tegenover AH in CityPlaza);
- er is regelmatig leegstand aan de Voorstraat; die wordt vaak weer opgevuld, met functieverandering, en is daardoor niet structureel.



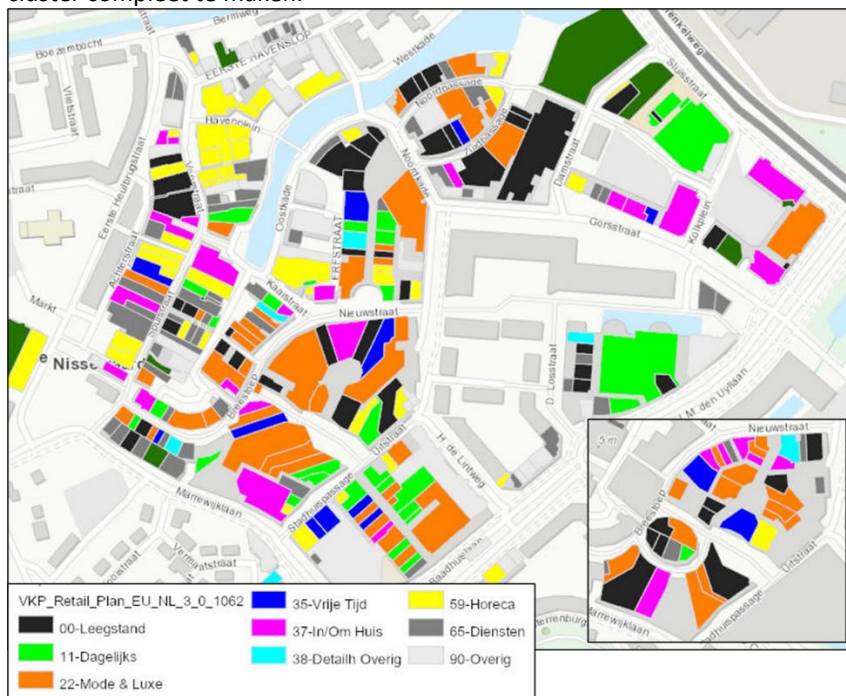
**Dienstverlening, horeca en cultuur** zijn geconcentreerd aan de randen van het centrum. Opvallend zijn de concentraties in de Voorstraat en het Havenplein (avondfunctie). Nieuw is de vestiging van afhaalhoreca aan de uitlopers. De Voorstraat heeft na het verlies van winkels een nieuwe rol als gemengde stadstraat met horeca en diensten.

**Winkels** zijn geconcentreerd in kernwinkelgebied. De laatst aan het centrum toegevoegde delen (Noord-/Zuidpassage, hoge deel van Stoep / Breestoep) functioneren moeizaam. Het zwaartepunt van de winkelfunctie ligt in de Stadhuispassage, het Uitplein, de Nieuwstraat en de Centrupassage (de buitenschil). Opvallend zijn de twee solitaire gelegen supermarkten (AH en Dirk).



### B.2.2 Verdeling winkelbranchering

Winkels voor **dagelijkse artikelen** zijn tot enigszins geclusterd in/bij de Stadhuispassage. Hierdoor is er sprake van een herkenbaar convenience cluster (gemakwinkelen). De goede bereikbaar (parkeren en voor de fiets aan de rand van het centrum) ondersteunen dit. In feite ontbreekt een supermarkt om het cluster compleet te maken.



De winkels uit de **modische sector** en **verwante branches** zijn geconcentreerd rond Uitplein, Nieuwstraat en Centrumpassage (buitenranden). Deze winkels moeten het hebben van kijken en vergelijken en richten zich daarom op locaties met veel passanten dus in het hart van het centrum. In de Zuidpassage zitten nog wat modewinkels maar dit is een residu van eerste verhuur bijna 10 jaar geleden; deze situatie is niet lang meer houdbaar.

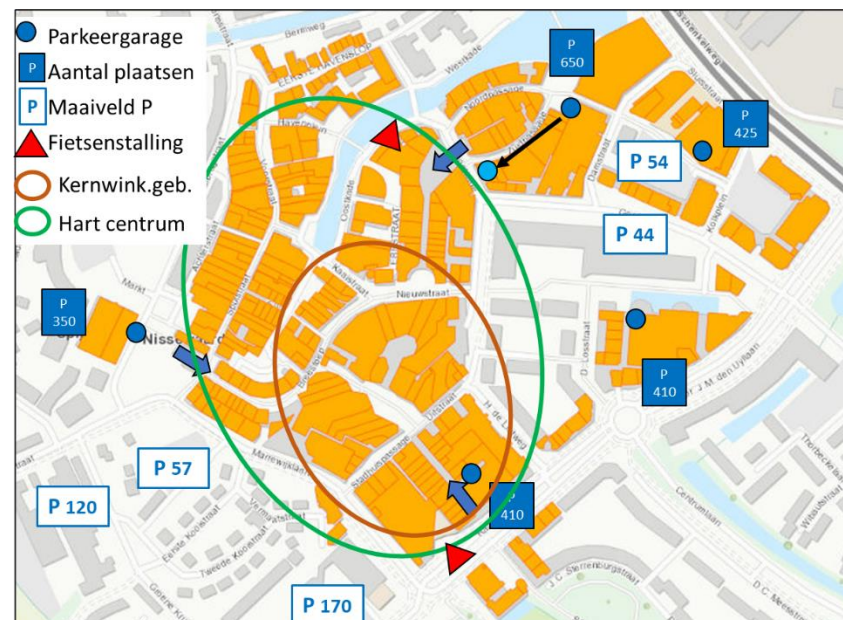
Winkels voor **'vrije tijd'** en **'in/om het huis'** zitten aan de centrumrand en in aanloopzones. Dit stemt overeen met het meer doelgerichte bezoek aan die winkels: zij bieden goederen waarvoor de consument minder gericht is op kijken en vergelijken en meer op gemak en efficiency.

De twee **supermarkten** zitten buiten het centrum en functioneren autonoom. Zij leiden tot one-stop-shopping: in de verbinding tussen parkeergarage en supermarkt is er geen relatie met de winkels in het centrum. Gunstig voor de supermarkten zijn de bevoorrading en het parkeren. Voor de winkels in het centrum is dit een gemiste kans: die kunnen sterk profiteren van de trekkracht van supermarkten en hun passantenstromen.

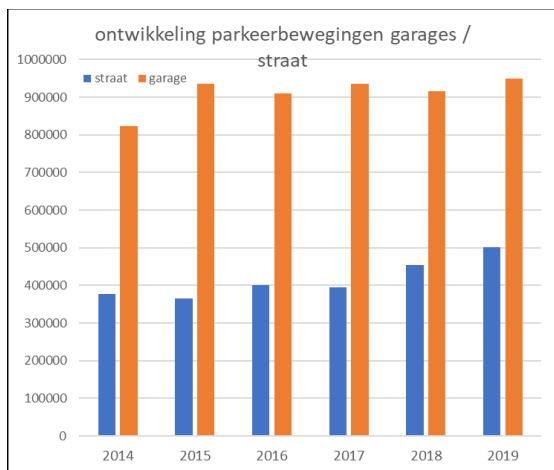
De winkels aan het **Kolkplein** zijn nog ingekleurd maar zijn over enkele maanden leeg in aanloop naar de transformatie naar wonen. De fitness lijkt voor het centrum behouden te blijven en Action ging naar De Kopspijker; andere winkels die hier zitten stoppen of vestigen zich elders in Spijkenisse.

### B.2.3 Bronpunten parkeren en stallen

Parkeervoorzieningen zijn verspreid in een ring rond het centrum in een 5-tal garages en op een aantal maaiveldlocaties die doorgaans wat verder weg liggen. Er zijn 2 geconcentreerde stallingslocaties voor fietsen waarvan de kwaliteit in meerdere opzichten te wensen over laat.



Van de parkeerbewegingen is 2/3 in garages en 1/3 op maaiveld. De meeste maaiveldlocaties liggen op enige afstand van het hart van het centrum.



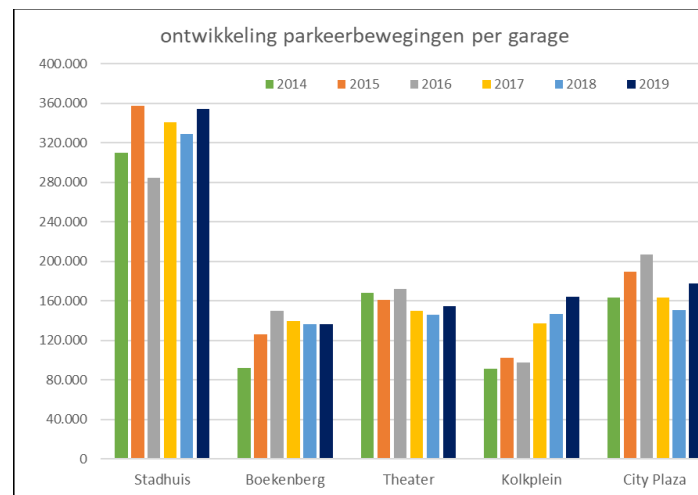
Het aantal parkeerbewegingen in de 5 garages in/bij het centrum bleef tussen 2014 t/m 2019 (pre corona) redelijk gelijk. Het parkeren op maaiveld lijkt toegenomen maar dat is vanwege een betere betaalmoraal door gemak van de betaallapp en doordat strenger werd gecontroleerd.

De belangrijkste garages (Stadhuisgarage, Boekenberggarage, Theatergarage) zijn evenwichtig verdeeld over de hoekpunten van het centrum en zijn zo geschikt voor adequate voeding van de routes naar/in het centrum. Doordat de Noord- en Zuidpassage hun winkelfunctie verliezen is het noodzakelijk dat de tweede entree van de Theatergarage tegenover de Kopspijker wordt opgevoerd tot volwaardige hoofdentree.

De Stadhuisgarage is verreweg het meest populair: gebruik hiervan is meer dan dubbel zo hoog als van de Boekenberg- of de Theatergarage. Het stadhuis speelt hierin uiteraard een rol. Maar ook de boodschappenfunctie in en rond de Stadhuispassage en de sterke positie die deze passage samen met het Uitplein in het centrum heeft, komt hierin tot uiting.

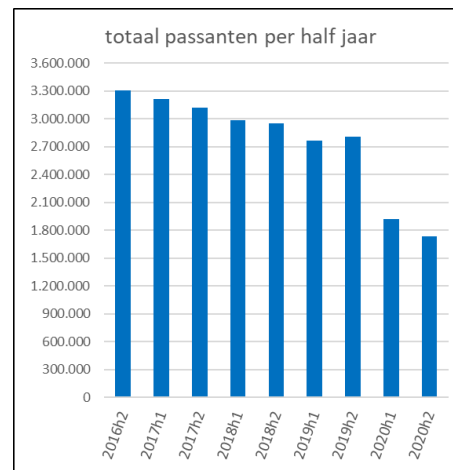
De Boekenberggarage heeft een belangrijke functie aan de westzijde van het centrum, voor de Voorstraat in de inloop via de Nieuwstraat. Daarmee is deze garage, samen met de op dinsdag gehouden weekmarkt, een ankerpunt. Geleidelijk bereikt deze garage een gebruik vergelijkbaar met de (veel grotere) Theatergarage.

De groei in het gebruik van de Kolkpleingarage valt samen met de formulewisseling van de supermarkt van Coop naar Dirk.



#### B.2.4 Passantenstromen

Het totaal aantal passanten in het centrum loopt terug. Per half jaar nam het aantal bezoekers tussen de tweede helft van 2016 en de eerste helft van 2019 af. Het verval daarna is volledig toe te schrijven aan corona maatregelen.



De conclusies met betrekking tot passantenstromen zijn gebaseerd op door RMC tussen 2016 en 2019 uitgevoerde tellingen. Dit is in verband gebracht met in het voorjaar door Locatus uitgevoerde tellingen. De beelden uit beide data-sets versterken elkaar.

De verschillen tussen de locaties in het centrum zijn groot. Het Havenplein en de Voorstraat zijn het minst druk maar de stroom bezoekers is tussen 2016 en 2019 constant. Ook de supermarktlocaties zijn stabiel in passantenstroom.

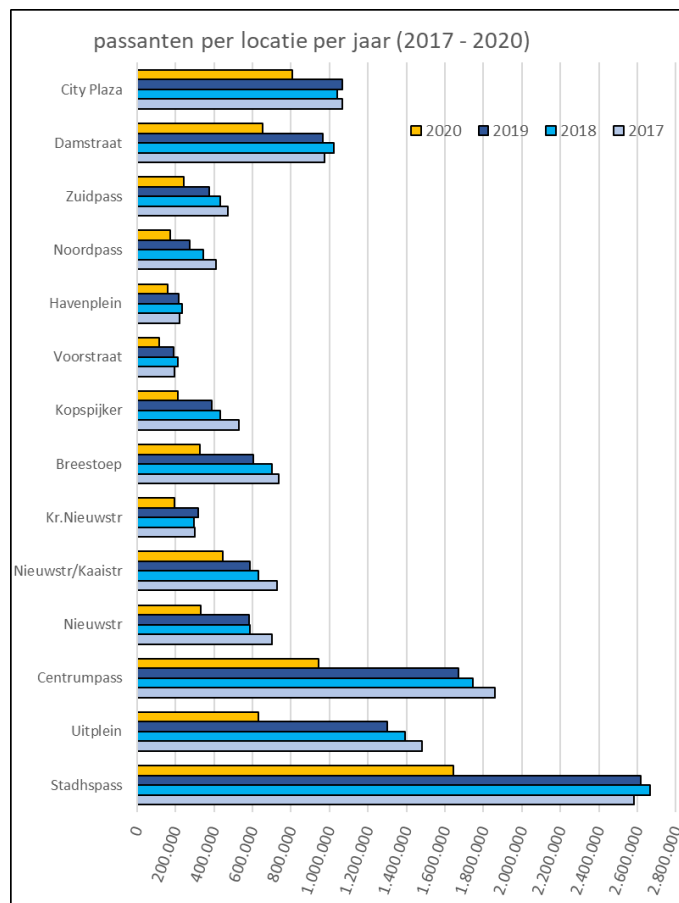
Evident is dat de Stadhuispassage, op afstand gevolgd door Centrupassage en Uitplein, het drukst is. De Stadhuispassage is dominant. Dat is mede omdat die als verbinding naar andere plekken in het centrum fungeert en omdat niet-winkelbezoekers met uiteenlopende motieven in de Stadhuisgarage parkeren.

Opvallend is het aantal passanten in de Centrupassage. Dit stemt niet overeen met het ‘gevoel’ dat je krijgt bij bezoek. De Centrupassage wordt zeer doelgericht gebruikt: op de route tussen Nieuwstraat (Kopspijker) en Uitplein. De passantenstroom is nauwelijks een koopstroom: dat blijkt uit het gebrek aan belangstelling onder retailers om zich hier te vestigen.

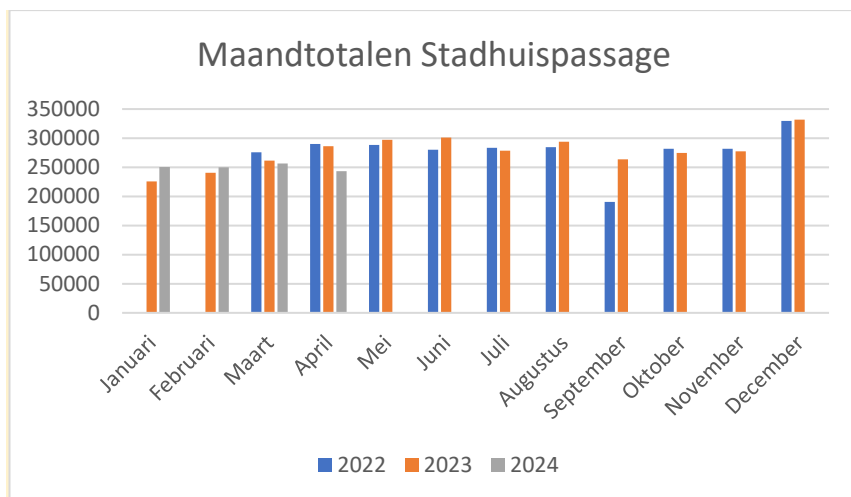
Bemoedigend is dat Kromme Nieuwstraat (inloop vanaf de Voorstraat) zelfs licht is gegroeid qua passanten en daarmee in de routing zijn positie redelijk lijkt te kunnen behouden.

Alle andere locaties verloren in de periode 2016-2019; het sterkst was dit in de Noord- en Zuidpassage en De Kopspijker met meer dan 20% verval. Door verplaatsing van Action en recente verhuringen ligt het voor de hand dat De Kopspijker aan traffic wint. Dit wordt bevestigd in recent passantenonderzoek van Locatus waaruit blijkt dat ook door de Zuidpassage (gericht op de parkeergarage) weer sprake is van een wat toegenomen loopstroom.

Kansloos lijkt de verbinding Breestoep, om de Diamant, over de brug naar de Centrupassage. Over dit gehele traject is het aantal passanten zeer laag voor een locatie zo dicht bij het hart van het centrum. Dit bevestigt de eerder geponeerde stelling dat deze route een structuurvreemd element is in de centrumrouting.



Wanneer we in mei 2024 kijken naar de ontwikkeling van de passantenaantallen op het drukste punt van het centrum van Spijkenisse, de Stadhuispassage, dan zien we de volgende ontwikkeling (zie onderstaande grafiek). Omwille van goede vergelijkbaarheid (vertekening van de cijfers in de coronaperiode), zijn hier de maandtotalen vanaf maart 2022 opgenomen.



Bron: Bureau RMC

In de maanden waarin we 2022 en 2023 met elkaar kunnen vergelijken, zien we in de meeste maanden een stabiele situatie, met kleine afwijkingen naar zowel boven als beneden. Wanneer we 2024 in de vergelijking betrekken, valt op dat januari en februari 2024 drukker zijn dan in 2023, maar dat maart en april rustiger zijn dan zowel 2022 als 2023. Globaal lijken de passantenaantallen hier zich te stabiliseren

### B.2.5 Andere functies en betekenissen

Het centrum van Spijkenisse is ontwikkeld als **'winkelcentrum'** met de ambitie een regionale functie te vervullen; **horeca** en **diensten** hebben hierin een rol. De laatste jaren is er een sterke afname van winkels; daarentegen groeien diensten en horeca. Het centrum wordt hiermee completer voor de lokale consument en heeft minder nadruk op winkels.

Als tweede functie speelt **wonen** een grote rol: deels op winkelgebouwen en deels in velden achter de winkellocaties. Dit draagt in de open delen van het centrum bij aan levendigheid buiten winkeluren en aan sociale veiligheid.

**Kantoren** zijn er nauwelijks: hiervoor heeft het centrum geen profiel omdat dit centrum als plek voor consumptie en wonen is vormgegeven. De markt voor kantoren is in Spijkenisse beperkt en lokaal gericht. Mogelijkheden hiervoor zijn beter op andere locaties, o.a. de randen van het centrum.

In de keuze tussen kantoren en woningen is wonen te verkiezen voor versterking van het centrum (b.v. door transformatie). Dit versterkt het draagvlak, zorgt voor sociale veiligheid en draagt bij aan levendigheid na winkelsluiting. Bovendien is er evident vraag naar wonen. Daarbij speelt wel de opgave om de parkeerbehoefte bij nieuwe woningen binneplannen op te vangen.

Het centrum kent drie andere functies van omvang en statuur die een lokale (deels regionale) functie hebben: het **Stadhuis**, de **bibliotheek** en het **theater**. Die zitten op de drie hoekpunten van het centrum, alle drie gecombineerd met een parkeergarage. Dit bepaalt de buitencontour van het centrum. Behoud en verdere uitbouw van deze drie ankers draagt bij aan het duurzaam functioneren van het daartussen gelegen centrumhart.

In het centrum zijn **leisure** en **cultuur** slechts beperkt vertegenwoordigd. Ook voorzieningen uit de domeinen **zorg**, **educatie**, **maatschappelijk**, etc. zijn beperkt in de directe omgeving van het centrum aanwezig. Dit is een gemiste kans: stapeling van functies en voorzieningen werkt versterkend. Winkels profiteren van de passantenstroom gericht op andere functies (b.v. ouders die een kind afzetten bij de muziekschool of een boodschap doen na bezoek aan de tandarts), het verhoogt het druktebeeld en daarmee de levendigheid en het versterkt de exploitatiebasis voor parkeervoorzieningen. Het kader hiernaast bevat een overzicht van functies en voorzieningen ter suggestie

Het begrip **Huiskamer-van-de-Stad** wordt door de veranderende winkelmarkt veel belangrijker voor de toekomst van binnensteden. Die toekomst zal minder uit winkels en meer uit andere functies en voorzieningen bestaan. De mix van functies wordt belangrijker voor het centrum. Daarbij gaat het ook om ruimtelijke dimensies zoals sfeer en belevingswaarde. Op dat vlak is in het centrum van Spijkenisse veel aan kwaliteit te winnen. Daarmee kan ook beter ingespeeld worden op de verschuiving naar convenience in de winkelfunctie.

#### Kader: Suggesties voorzieningen voor verbreding van het centrum

Het is wenselijk dit in beeld te brengen (uit een vestigingenbestand o.i.d.) en te bepalen of er zinvol actie mogelijk is op verplaatsing (als een gelegenheid zich daartoe voordoet). Maar vooral relevant is het om nieuwe potentiële vestigers te sturen naar het centrum van Spijkenisse of de flanken daarvan.

**Onderwijs / educatie:** Alle vormen van zelfstandig, kleinschalig onderwijs / educatie of onderwijs dat door grotere onderwijsinstellingen op andere locaties wordt gegeven (dit varieert van bijles, praktijklessen, bureaus die in specifieke educatie of coaching voorzien, dansschool, toneelwerkplaats, andere culture oefenvoorzieningen, etc.);

**Zorg:** alle vormen van vrij gevestigde zorgverleners (huisarts (incl. uiteenlopende typen praktijkondersteuners), tandarts, diverse andere vormen van mondzorgverlening zoals mondhygiëne, orthodontie, tandprothese), fysiotherapie, apotheek, thuisverpleging, kraamzorg, maatschappelijk werk, psychologen en consultatiebureaus), etc. Dit betreft niet alleen de hiervoor genoemde vormen van eerstelijnszorg maar kan ook specifieke onderdelen van tweedelijnszorg betreffen (voorbeeld: het cluster van zorgverleners aan de Lentekerkers, t.o. winkelcentrum Akkerhof);

**Cultuur:** diverse vormen van kunst- en cultuurbeoefening, tot en met uitvoering; denk aan ateliers, oefenruimtes, kleine podia/theaters tot en met bibliotheek en theater die al in het centrum zitten. Het gaat hierbij niet alleen om gemeentelijke instellingen maar ook om particuliere initiatieven;

**Leisure:** denk aan gaming, fitness, snooker/biljart, bowling, bioscoop, etc.).

**Bedrijvigheid:** Naast voorzieningen voldoen ook vele soorten kleinschalige bedrijvigheid (kantoor, ambacht, atelier / productie) aan fysieke kenmerken die relevant zijn voor vestiging in het centrum en daar kunnen bijdragen aan vergroting van bezoeksstromen, verlevendiging van het beeld en versterking van de exploitatiebasis van parkeervoorzieningen.



### Bijlage 3: Ruimtelijke analyses – van en opgaves voor het Centrum

#### B.3.1 Hart van de stad maar betekenis verandert

#### 4.1 Hart van de stad maar betekenis verandert

De Nederlandse winkelmarkt verandert en verschillende stadscentra kampen met leegstand. Spijkenisse is daar een van. Ondanks het verdwijnen van winkels blijft het stadscentra een belangrijk ontmoetingshart van de stad. Er is behoefte aan een nieuw verhaal en een richtinggevend perspectief.

Het centrum van Spijkenisse is het kloppend hart van de stad.



Het is goed bereikbaar en ligt op loopafstand van het metrostation.

Het uitplein als hart van het centrum  
In de toekomst blijft winkelen een belangrijk onderdeel



Maar ontmoeting en vermaak worden steeds belangrijker

### B.3.2 Diversiteit plekken met uiteenlopende karakters

## 4.2 Grote diversiteit plekken met uiteenlopende karakters

Een veelheid aan plekken met een eigen gebruik, karakter en programma kenmerken het centrum van Spijkenisse. Dit is een kwaliteit om op voort te boorduren. Sommige plekken functioneren nog goed, anderen hebben in de loop der jaren hun betekenis verloren door gebrek aan kwaliteit of een ongunstige ligging.

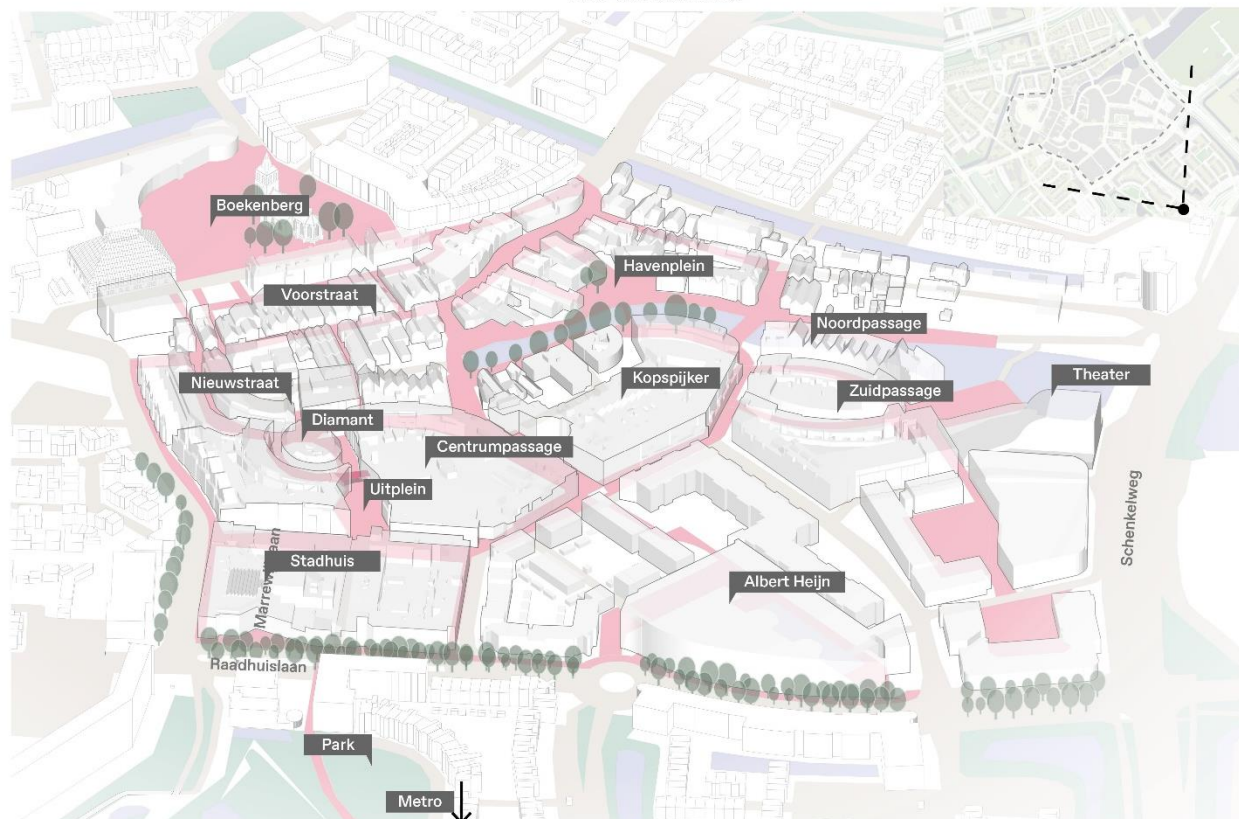
Uitplein



Theaterplein



Het centrum nu





**Nieuwstraat**



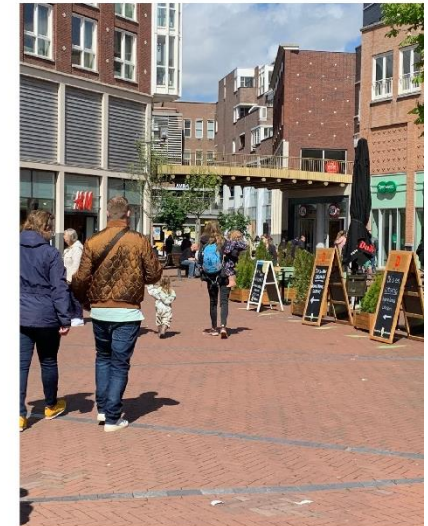
**Breestoeop**



**Noord/Zuid passage**



**Uitplein**



**Stadhuispassage**



**Kopspijker**



**Centrumpassage**



**Spuistraat**





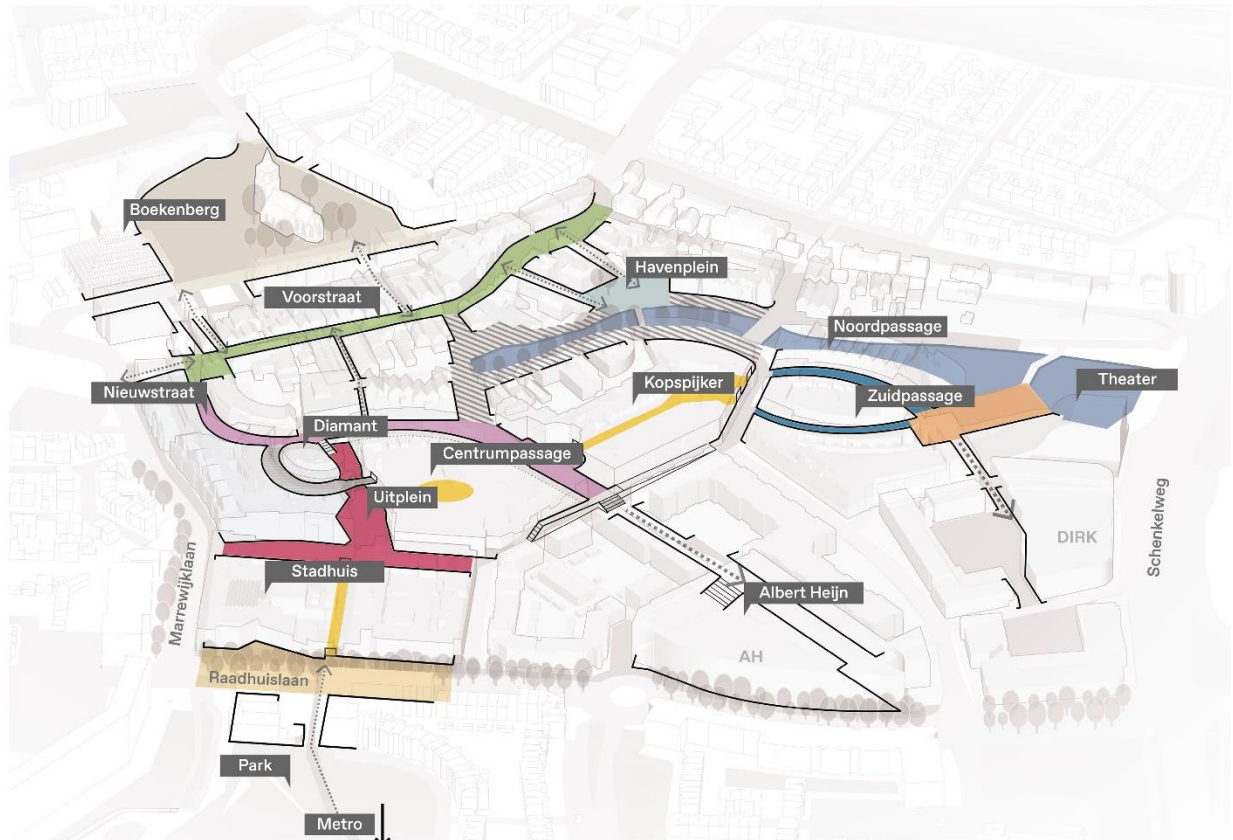
Voorstraat



Oostkade



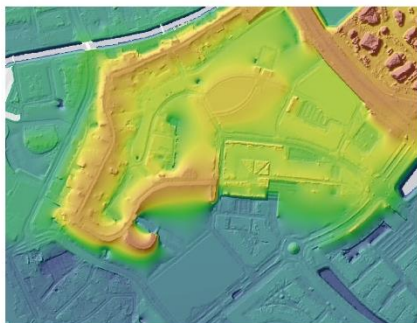
Op te delen in zones met onderscheidende kwaliteiten



### B.3.3 Netwerk openbare ruimtes met discontinuïteiten

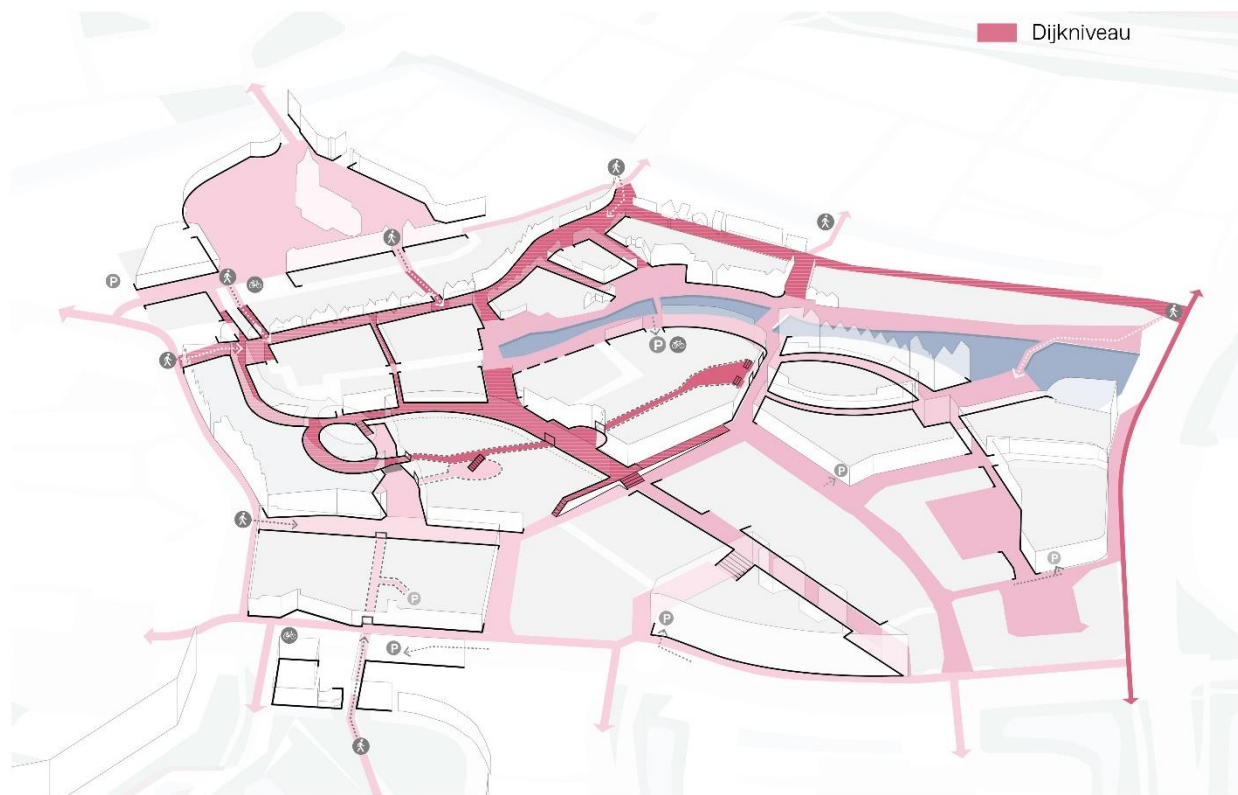
## 4.3 Netwerk van openbare ruimtes met diverse discontinuïteiten.

Het is dus belangrijk om te kijken naar het huidige openbare ruimte netwerk. Hiërarchie ontbreekt en verschillende conflicten zoals hoogteverschillen en slecht zichtbare entree's maken het centrum onoverzichtelijk en slecht leesbaar.



De niveauverschillen binnen de passages en de barrièrewerking die ontstaat bij overgangen van hoog naar laag en van binnen naar buiten zorgen voor een complexe en onoverzichtelijke situatie.

Opgangen en aangrenzende bebouwing is soms van lage kwaliteit waardoor het weinig uitnodigend is om door te lopen.





**Een gebied van contrasten:  
hoog-laag, binnen-buiten, oud-nieuw.**

**Hoog vs laag**



Hoogteverschillen zorgen voor een sterke barrières en onoverzichtelijkheid

**Binnen vs Buiten**



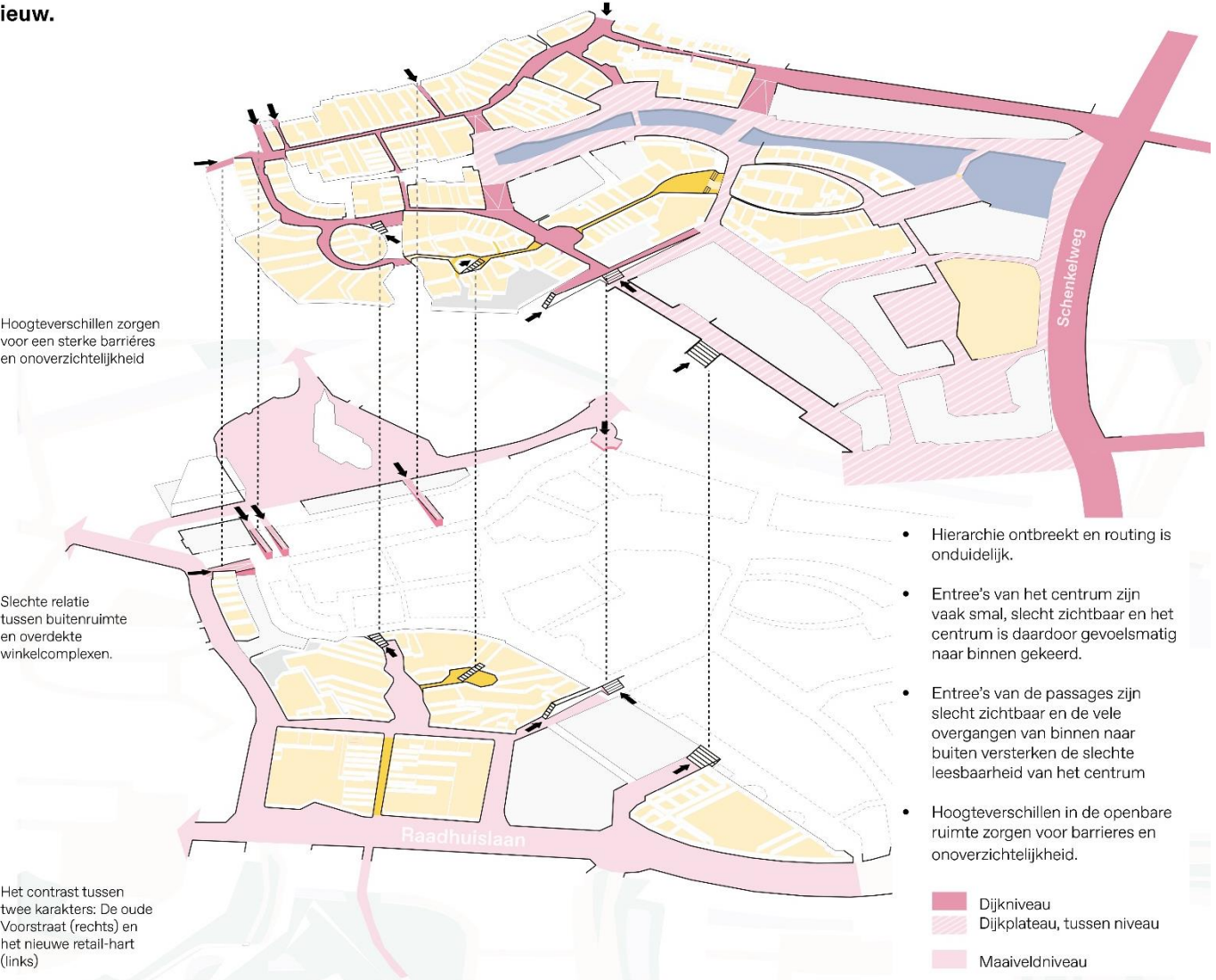
Slechte relatie tussen buitenruimte en overdekte winkelcomplexen.

**Oud vs Nieuw**



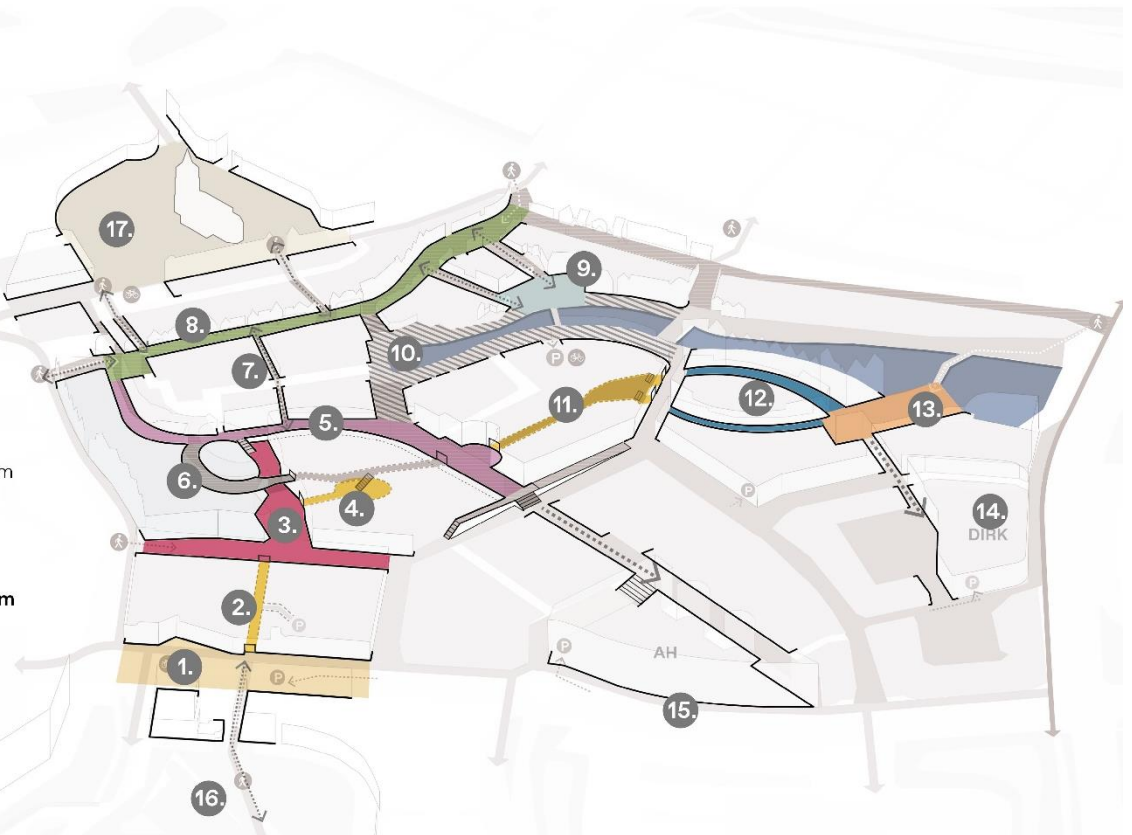
Het contrast tussen twee karakters: De oude Voorstraat (rechts) en het nieuwe retail-hart (links)

**Daardoor ontstaan veel schakelmomenten**



## Zones met onderscheidende functies, kenmerken en kwaliteiten

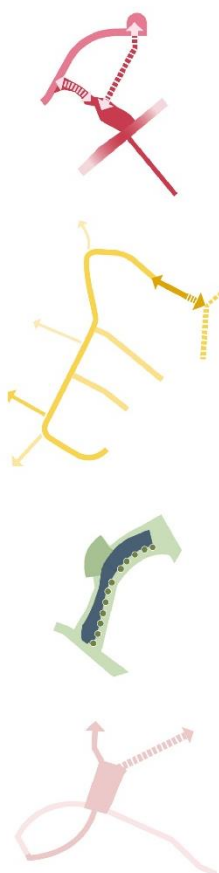
1. **Raadhuislaan**  
Belangrijke entree van het centrum vanaf de metro. Stedenbouwkundige kwaliteit en kwaliteit openbare ruimte laag.
2. **Stadhuispassage.** Goed gebruikte passage. Belangrijke entree van het centrum.
3. **Uitplein** en Uitstraat als hart van het centrum. Vanuit hier centrumpassage en Nieuwstraat (via hoogteverschillen) te bereiken
4. **Centrumpassage** Ligt op een cruciale plek in het netwerk en is onderdeel van het hoofdwinkelcircuit. Wel veroorzaakt het hoogteverschil en de onduidelijke entree voor een barrière.
5. **Nieuwstraat** heeft een wisselend beeld/kwaliteit: deel vanaf Voorstraat tot Breestoepp en deel na de Kopspijker verandert snel in een rustig milieu met 'uitloper' kenmerken.
6. **Breestoepp.** Slecht te verhuren zijpoot van de nieuwstraat. Werkt desoriënterend in de winkelrouting.
7. **Spuistraat.** Doorsteek tussen de Nieuwstraat en de Voorstraat. Ondanks smalle en lage doorgang en lage kwaliteit bebouwing is het een levendige plek door de gebruikers van de plek.
8. **Voorstraat** als karakteristieke, historische straat. Verliest winkelfunctie. Kansrijk voor horeca.
9. **Havenplein.** Op delen van de dag redelijk gebruikt voor horeca. Ligt niet goed op de route.
10. **Onderbenutte zone** rondom het water.
11. **Kopspijker.** Heeft door komst van nieuwe formules en de action een nieuwe betekenis gekregen. Het is geen onderdeel van de hoofdroute en kan worden gezien als uitloper.
12. **Noord/Zuidpassage.** Wordt slecht gebruikt door ligging uit de route. Kansrijk voor transformatie naar wonen en leisure
13. **Theaterplein.** Wordt slecht gebruikt door ligging uit de route en onprettig klimaat. Theater
14. **Dirk.** Losgekoppeld van centrum
15. **Cityplaza. Albert Heijn.** Losgekoppeld van centrum
16. **Route naar/van Metro Centrum** Route door het park. Geen opbouw, overgangszone of het gevoel dat je naar een binnenstad loopt
17. **Markt** met historische kwaliteit maar relatief losgekoppeld van het winkelhart. Boekenberg.





### B.3.4 Vier deelgebieden met eigen kansen en opgaven

Er zijn ingrepen nodig om dit netwerk te verbeteren. We schetsen vier hoofd deelgebieden met een eigen profiel. Ieder deelgebied heeft eigen kansen en opgaven voor de toekomst.



#### Hart van het centrum

Het Uitplein en omgeving als ontmoetingshart en hoofd-winkelcircuit. Hier zal de focus blijven liggen op winkelen. Belangrijkste opgaven is het slechten van de barrières. De Centrumpassage als duidelijke en prettige route (2.) en het maken van een betere verbinding tussen het Uitplein en de Nieuwstraat (3). Daarnaast is dit gebied kansrijk om de openbare ruimte meer in te richten voor verblijf en ook de Raadhuislaan als belangrijke entree van het centrum meer kwaliteit te geven. (1)

#### Rondje dorp

Een secundair netwerk verbindt het oude deel van het centrum met het nieuwe deel. De Voorstraat verkleurt verder naar een gemengde stadsstraat waar een mix is van winkels, horeca, diensten en woningen. (4.) Om het rondje compleet te maken is de verbinding vanuit de Kopspijker naar het havenplein kansrijk en de moeite waard om te onderzoeken. (6.) Dit in combinatie met de transformatie van de Kopspijker naar een meer open winkelstraat. Ook hier verdienen de entrepunten het centrum in aandacht (5).

#### De Oude Haven

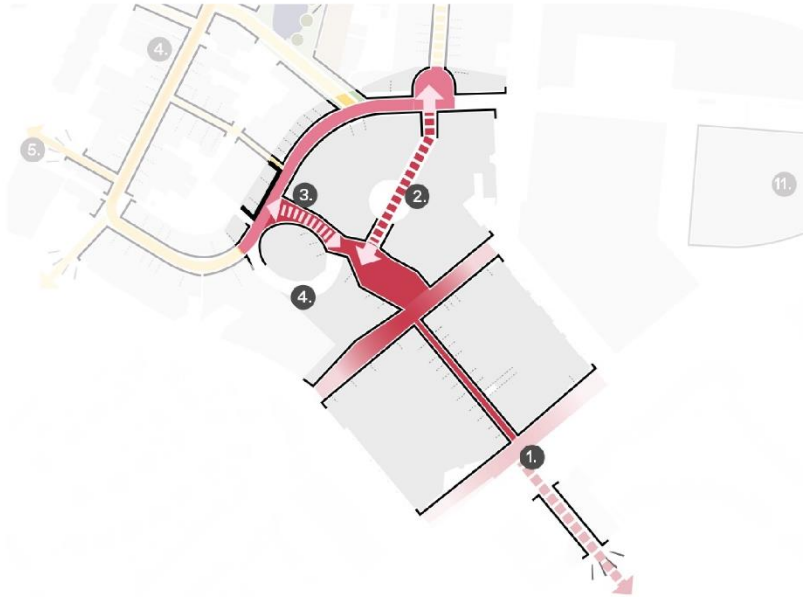
De Oude haven kan een verbeterde schakel vormen tussen het oude en het nieuwe deel van het centrum. Door de verbinding (6.) kan deze plek meer betekenis krijgen. Dit gebied is kansrijk om nieuwe woningen aan het water toe te voegen (7.) en om te onderzoeken hoe het water zelf beter kan worden benut als verblijfsplek.

#### Theater cluster

Dit gebied zal geen onderdeel meer zijn van het hoofd-winkelcircuit en zal verkleuren naar wonen (vooral in de Noordpassage) en meer op leisure gerichte functies. (vooral Zuidpassage). Deze functies sluiten aan op de huidige functies in dit gebied zoals het theater en het casino. Het maken van een verbinding met Haven Noord (9.) is ook een belangrijke opgave om te onderzoeken.

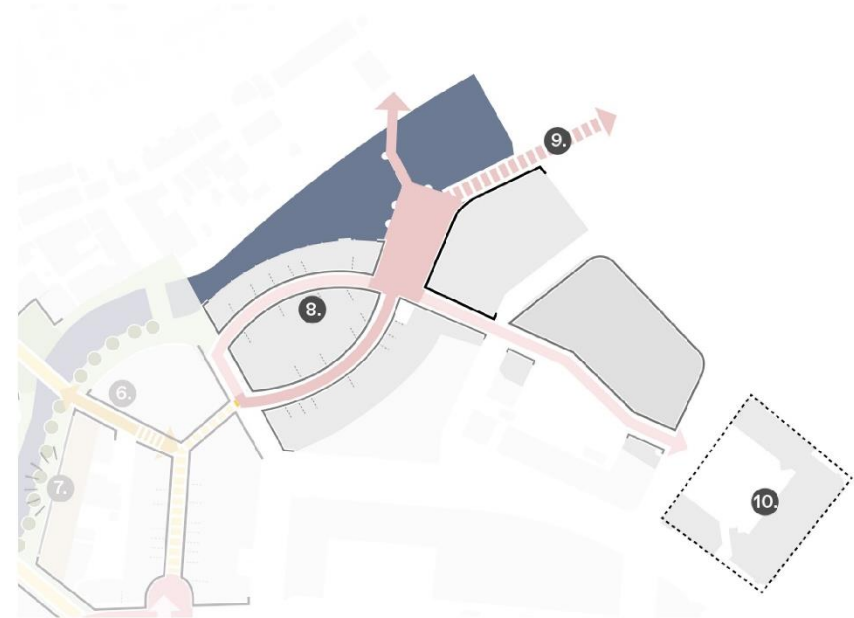


## Hart van het centrum



- Het Uitplein en omgeving als ontmoetingshart en hoofd-winkelcircuit. Hier zal de focus blijven liggen op winkelen.
- Alleen de Breestoep, een zijpoot van de Nieuwstraat zal geen onderdeel meer zijn van het hoofdwinkelcircuit en worden gezocht naar nieuw programma waaronder wonen. **(4)**
- Belangrijkste opgaven is het slechten van de barrières. De Centrumpassage als duidelijke en prettige route **(2)** en het maken van een betere verbinding tussen het Uitplein en de Nieuwstraat **(3)**.
- Daarnaast is dit gebied kansrijk om de openbare ruimte meer in te richten voor verblijf en ook de Raadhuislaan als belangrijke entree van het centrum meer kwaliteit te geven. **(1)**.

## Theatercluster



- Dit gebied zal geen onderdeel meer zijn van het hoofd winkelcircuit en zal verkleuren naar wonen (vooral in de Noordpassage) en meer op leisure gerichte functies. (vooral Zuidpassage) **(8)**. Deze functies sluiten aan op de huidige functies in dit gebied zoals het theater en het casino.
- Het maken van een verbinding met Haven Noord **(9)** is ook een belangrijke opgave om te onderzoeken.
- Het Kolkplein is geen onderdeel meer van het winkelgebied en zal worden herontwikkeld naar wonen. **(10)**

## Rondje dorp



- Een secundair netwerk verbindt het oude deel van het centrum met het nieuwe deel.
- De Voorstraat verkleurt verder naar een gemengde stadsstraat waar een mix is van winkels, horeca, diensten en woningen. (4)
- Een nieuwe verbinding vanuit de Kopspijker naar het havenplein is kansrijk en de moeite waard om te onderzoeken. (6) Hiervoor zijn drie hoofdredenen:  
A) Een nieuwe verbinding naar de Voorstraat en het Havenplein om die beter te verankeren in de routing en meer perspectief te geven.  
B) Het herstructureren van de routing richting het theater door de functieverandering van de noord- en zuidpassage (zie Theatercluster).  
C) Het versterken van de aantrekkelijkheid van de hele Kopspijker voor retail op lange termijn.
- Dit in combinatie met de transformatie van de Kopspijker naar een meer open winkelstraat.
- Ook hier verdienen de entrepunten naar het centrum aandacht (5).

## De Oude haven



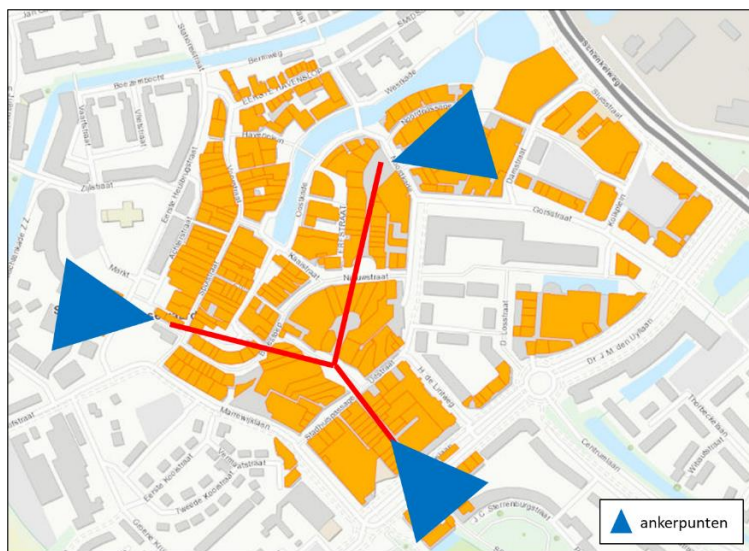
- De Oude haven kan een verbeterde schakel vormen tussen het oude en het nieuwe deel van het centrum.
- Door de kansrijke nieuwe verbinding (6) kan deze plek meer betekenis krijgen.
- Dit gebied is kansrijk om nieuwe woningen aan het water toe te voegen (7) en om te onderzoeken hoe het water zelf beter kan worden benut als verblijfsplek.



## BIJLAGE 4: RUIMTELIJKE STRATEGIEËN EN INTERVENTIES

### B.4.1 Ankerpunten

Het centrum heeft drie ankerpunten met zowel een bronpunt (parkeren van auto's, stallen van fietsen) als één of meerdere betekenisvolle bestemmingen. Tussen die punten en het hart van het centrum zijn de loopafstanden kort. Bij een heldere en aantrekkelijke routing is dit een goede basis voor het publieksgericht functioneren van een compact centrum.



Het anker **Stadhuis / Raadhuisstraat** heeft de best bezochte parkeergarage en een (rommelige) fietsenstalling. Sterke bestemmingen zijn de winkels (o.a. Hema) en het stadhuis. Die trekkers functioneren overdag, gekoppeld aan winkeltijd. Dit anker is de sterkste motor voor centrumbezoek.

Het anker **Boekenberg / Markt** heeft een sterke rol verworven. De nieuwe parkeergarage wordt goed gebruikt. Trekkers zijn de Boekenberg (bibliotheek, ontmoeting) en de Markt (stedelijk plein) met op dinsdag de weekmarkt. Dit anker voedt de Voorstraat en het hart van het Centrum via de Nieuwstraat.

De omgeving **Theaterplein** is het derde anker. Deze is het zwakst van de drie voor ondersteuning van de winkelfunctie. De bezetting van de garage is laag. Publiek voor het theater is er vooral na winkeltijd. Winkels zijn verdwenen en de voetgangersentree bij de Kopspijker moet meer nadruk en kwaliteit krijgen. Versterking met leisure lijkt mogelijk.

Als **bronpunt** liggen de drie ankers in het centrum (Stadhuisgarage) of op loopafstand (Boekenberg). De Theatergarage ligt ook goed maar hier is versterking van de voetgangersingang aan de Noordkade nodig (tegenover de Kopspijker). Dit geldt zowel voor de entree op maaiveld als voor de routing binnen de garage.

Alle drie kunnen ook een functie vervullen voor fietsbezoek. Dat vergt een fietsstrategie. Zowel grote stallingen (bij de drie ankers) als kleine stallingen door het centrum, moeten daarin opgenomen worden. Inrichting en uitstraling van de stalling bij de Stadhuispassage en zichtbaarheid en toegankelijkheid van de stalling in de kop van De Kopspijker moeten verbeterd worden.

Idealiter hebben de ankers meerdere **bestemmingen**: dat versterkt het bronpunt en leidt tot bezoek door mensen die elders zijn aangekomen. Versterking van de bestemmingen vergt permanent aandacht.

De ankers (Stadhuis) Stadhuispassage en Theaterplein (kop Kopspijker / zuidpunt Zuidpassage) hebben mogelijkheden om de convenience-functie te versterken, b.v. door vestiging van een supermarkt.

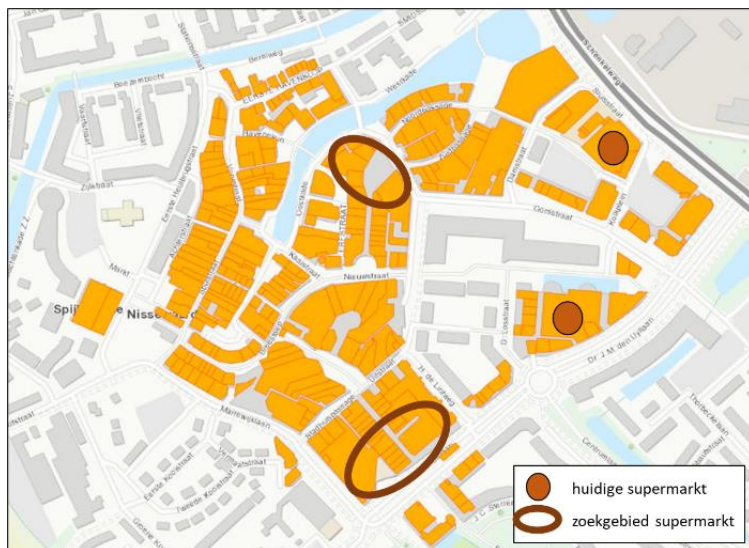
Het anker Boekenberg kan versterkt worden met publieke functies (zorg, maatschappelijk, etc., geen winkels). De Markt biedt mogelijkheden voor programmering met activiteiten / events.

Het anker Theaterplein is het zwakst door de verscholen ligging: aanpak van de kop van De Kopspijker is hiervoor belangrijk. Het ontbreekt aan trekkracht, mede door het wegvallen van winkels; het is wenselijk om de grote units in de Zuidpassage in te vullen met leisure, cultuur of andere publieksfuncties.

### B.4.2 Supermarkten

Deze zijn van belang om de functie als gemakcentrum (convenience) te versterken. Dit benadrukt de lokale oriëntatie en vergroot de passantenstroom in

het centrum waar andere winkels van profiteren. Nu zijn de supermarkten volledig op one-stop-shopping gericht: er is geen relatie met de winkelstraten in het centrum en de verbinding tussen supermarkt en parkeergarage is in beide gevallen inpandig.



Bij voorkeur wordt een reeds gevestigde supermarkt verplaatst zodat er geen uitbreiding van winkelareaal is. Dit is ingewikkeld: behalve een nieuwe plek (waar vaak al een gebruiker zit), gaat het om belangen van zittende bedrijven en van vastgoedeigenaren. Maar het voordeel (nu of op langere termijn) is zo groot dat een inzet hierop (planvorming, overleg) zeer gewenst is.

Aan supermarktlocatie zijn veel eisen verbonden. Belangrijk zijn: directe verbinding met parkeren (vergelijk met de huidige kwaliteit en om karretjes in het openbaar gebied te vermijden), probleemloos bevoorraden, oppervlak, vrije indeelbaarheid en vrije hoogte.

In theorie lenen de ankerpunten zich voor supermarkten. Vanwege bevoorradings, parkeren en schaalgrootte komen zones in de Stadhuispassage en in de kop van de Kopspijker in aanmerking. Recente verhuringen in de Kopspijker lijken het uit te sluiten dat hier op korte termijn een supermarkt gevestigd kan

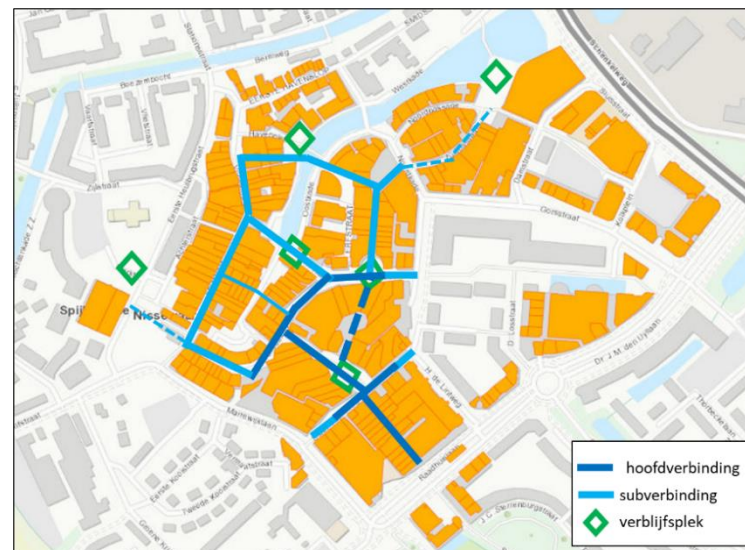
worden: Action vervult hier nu de rol van bestemming. In de Stadhuispassage komen zowel de plek van het Stadhuis als van de Hema in theorie in aanmerking voor een supermarkt: dit is alleen mogelijk op basis van een adequate (voorstelbare) oplossing voor een van de huidige gebruikers.

Naast verplaatsing van een van de grote supermarkten draagt ook vestiging van kleine supermarktconcepten bij aan versterking van de rol als gemakscenrum (to-go concepten of gespecialiseerde / doelgroepsupers).

### B.4.3 Routing en winkelstructuur

Het **'hart van het centrum'** voor winkels bestaat uit Stadhuispassage, Uitplein, Nieuwstraat (van Kopspijker t/m Diamant) en Centrumpassage. De circulatie via deze ruimten is de hoofdwinkelrouting door het centrum.

Het **'rondje dorp'** sluit hierop aan. Die subroute bestaat uit twee aanloopmilieus (Kopspijker en Kromme Nieuwstraat) en de Voorstraat, met extra verbindingen tussen het oude en nieuwe centrum (via Spuistraat en Kaaistraat).



In dit systeem is de Nieuwstraat de **centrale drager**: die verbindt alle overige onderdelen van de hoofd- en sub-routing met elkaar.

**Uitwaaieringen** naar de Boekenberg en het Theaterplein hebben een specifieke betekenis maar geen winkelinvulling.

Locaties buiten deze routing spelen geen rol in de circulatie die het winkelen ondersteunt. De supermarkten liggen separaat met minimale betekenis voor het centrum. Randen met gemengde invulling hebben geringe betekenis voor winkels en zijn niet concurrerend (Gorsstraat, Van Marrewijklaan).

Locaties die tot voor enige tijd winkels hadden maar nu buiten de routing liggen, hebben te maken met structurele leegstand en lijken hun winkelfunctie te verliezen. Dit geldt voor de Noord- en Zuidpassage en het Saturn-pand en dit lijkt ook te gelden voor het hoge deel van Stoep / Breestoep en het lage deel van de Centrumpassage. Deze locaties verliezen geheel of deels hun winkelfunctie. Perspectief is verkleuring naar een gemengd programma (leisure, horeca, diensten, wellicht een enkele doelgericht bezochte winkel) of transformatie (wonen).

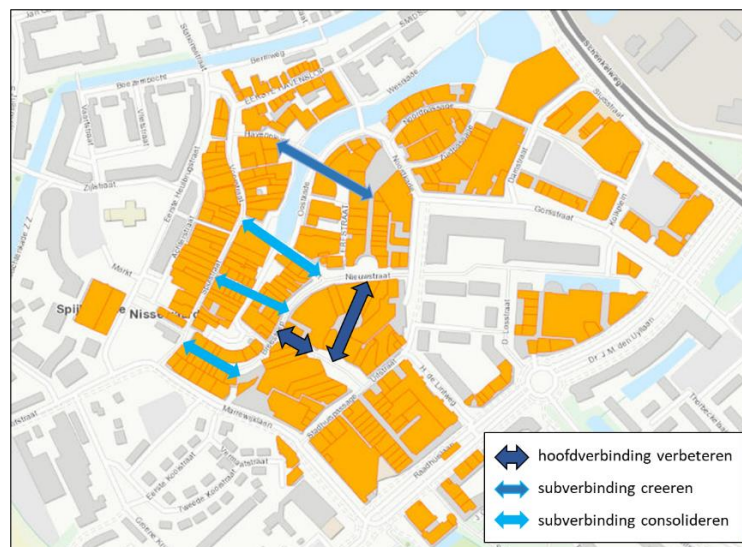
#### B.4.4 Verbindingen

Het centrum kent diverse discontinuïteiten: die belemmeren de overzichtelijkheid en aantrekkelijkheid voor de consument en maakt het centrum moeilijk leesbaar en daardoor risicovol voor winkelbedrijven. Ingrepen in verbindingen zijn nodig om de beoogde structuur krachtig en duurzaam te maken.

Het functioneren van het hart van het centrum wordt belemmerd doordat de twee verbindingen tussen Uitplein en Nieuwstraat allebei slecht zijn. Fundamentele verbetering van beiden is van belang voor het duurzaam functioneren van het centrum.

Tussen **Stoep/Breestoep en Centrumpassage** is nu sprake van een slecht herkenbare en onaantrekkelijke verbinding via een roltrap en een lift. Die zijn vaak in storing en hebben hoge beheerskosten. Op dit punt is een sterkere verbeelding nodig (in het zicht) van de verticale verbinding. Die moet zowel comfortabel als uitnodigend zijn.

Via de **Centrumpassage** moet de relatie naar de Nieuwstraat / Kopspijker helder en uitnodigend zijn. De verbindende betekenis van de Centrumpassage komt nu niet uit de verf. Desondanks komen er nog veel passanten maar die besteden er nauwelijks.



Tussen 'hart Centrum' en 'rondje dorp' is ook veel te verbeteren aan verbindingen om een duurzame aanhechting van de Voorstraat te bereiken. Dit is nodig voor het functioneren van het Havenplein en om de Voorstraat zijn functie als gemengde stadsstraat te laten vervullen.

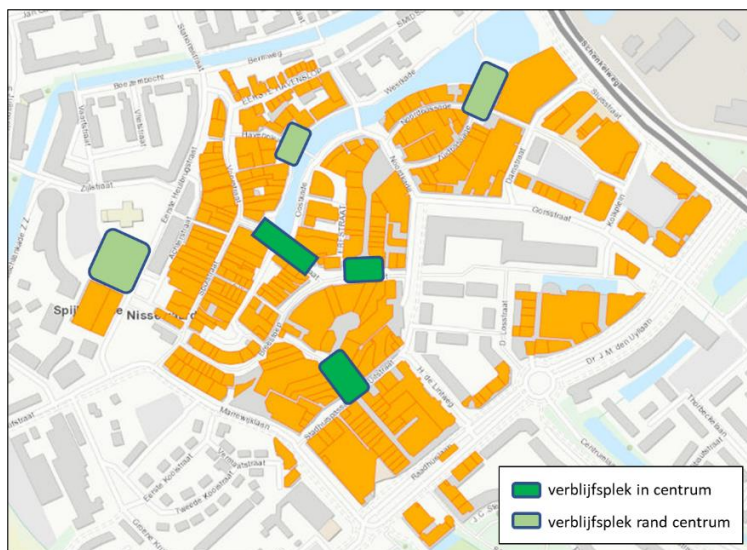
De route **tussen Kopspijker en Voorstraat/Havenplein** is geblokkeerd. De Kopspijker is volledig gericht op de Passages maar voor winkelen valt het belang van die route weg. De relevante relatie via het Havenplein naar de Voorstraat is er nu niet. Zowel voor de toekomst van De Kopspijker als voor het succes van Havenplein en Voorstraat is het van groot belang dat die verbinding mogelijk wordt gemaakt. Dit is overigens slechts één van de redenen voor herstructurering van de kop van De Kopspijker.

Verder zijn er verbindingen tussen Nieuwstraat en Voorstraat via **Kaaistraat, Spuistraat en Kromme Nieuwstraat**. Die verbindingen hebben verschillende rollen in de routing. Voor elk is bewaking (verbetering) van de aantrekkelijkheid nodig. Vooral aan de verbinding via de Kaaistraat is veel te verbeteren. De Spuistraat is van ondergeschikt belang en is een bijzonder element in het centrum. De route via de Kromme Nieuwstraat wordt gevoed door het ankerpunt Boekenberg maar is kwetsbaar voor verval van de winkelfunctie.



### B.4.5 Verblifspots

De verblijfskwaliteit in het hart van het winkelgebied is beperkt. Dat komt door het ontbreken van winkelbezoek ondersteunende daghoreca. Dat hangt mede samen met het ontbreken van attractieve plekken voor verblijf.



Het Uitplein heeft de nodige kwaliteit: hier is meer horeca met terras nodig. De schaal van de plek maakt terras mogelijk en de schakelfunctie in de routing wordt ermee ondersteund. Het Kopspijkerplein en de Kaaistraat tussen water en Nieuwstraat bieden kansen. Beide plekken moeten stedenbouwkundig aangepakt worden om ze aantrekkelijker te maken voor verblijf.

Aan de randen van het centrum liggen plekken die een specifieke rol kunnen vervullen. Het Havenplein is al een herkenbare horeca-concentratie. Het Theaterplein komt niet uit de verf als publieke plek tussen theater en water; door de transformatie van de Passages verandert de context en dat kan aanleiding zijn voor aanpak van dit plein. De Markt is een verstilde plek met iconische beelden; meer betrokkenheid bij het centrum is gewenst (niet voor winkels maar door andere functies die bezoek oproepen).