



# Adviesrapport Actualisatie Retailperspectief *Centrum Zeist*

Oktober 2023 | 's Hertogenbosch

Opdrachtgever:



Gemeente Zeist



# Inleiding

Voor u ligt ons adviesrapport voor de actualisatie van het huidige Retailperspectief "Centrum als de Ontmoetingsplek van Zeist". In het centrum van Zeist zijn de afgelopen jaren veel plannen en projecten uitgevoerd, die positief bijdragen aan het aantrekkelijker maken van het centrum van Zeist. Dit rapport is ons advies aan het college van Zeist, op basis waarvan het huidige Retail perspectief geactualiseerd kan worden, met een bijbehorend uitvoeringsprogramma, en daarmee verder gewerkt kan worden aan de ambitie van het centrum van Zeist, van 'place to buy naar place to be'.

Het huidige Retailperspectief is in 2019 door de raad van Zeist vastgesteld en beschrijft wat het centrum wil zijn, de ontwikkelingsrichting van het centrum en op welke bezoekers Zeist zich wil focussen. In het huidige Retailperspectief (2019) staan 8 opgaven centraal om die ambitie te realiseren, te weten:

- Samenwerking versterken
- Focus aanbrengen
- Een compact kernwinkelgebied
- Uitstraling
- Zeist op de kaart
- Verbinden evenementen én cultuur én recreatie én toerisme én sport
- Hulp in vestiging van (nieuwe) ondernemers
- Parkeergemak

Aan iedere opgave zijn acties gekoppeld om deze te realiseren.

Een centrum is altijd in ontwikkeling. Sinds de vaststelling van het Retailperspectief zijn stappen gezet. Tegelijkertijd hebben zich ontwikkelingen voorgedaan die ook van invloed zijn op de toekomst van het centrum. In 2020 heeft de raad van Zeist de Propositie van Zeist vastgesteld, een verbeelding van de toekomst van Zeist. Daarin worden in onderzoeksrichting 3 'Het kloppend hart van Zeist', ideeën verwoord en suggesties gedaan om het centrum van Zeist tot een levendig en aantrekkelijk

centrum te ontwikkelen, met de focus op ontmoeten. Het Retailperspectief, het uitvoeringsprogramma en het nieuwe College met haar ambities, leveren belangrijke input voor de uitwerking en uitvoering van deze onderzoeksrichting. Nu de uitvoering van het Retailperspectief al enige jaren plaatsvindt en zich nieuwe ontwikkelingen hebben voorgedaan, vindt de gemeente dit een goed moment om het perspectief op inhoud en proces van uitvoering, te actualiseren. Centraal staat de vraag of de acties en activiteiten nog bijdragen aan de ambities en of en zo ja waar, bijgestuurd en aangevuld moet worden.

De gemeente heeft bureau Ginder gevraagd om een adviesrapport op te stellen dat de voorloper is van het te actualiseren Retailperspectief. In het voorliggende adviesrapport hebben wij de opgaven uit het Retailperspectief geactualiseerd en concreter omschreven. Daarmee vormen ze de basis voor het nog op te stellen uitvoeringsprogramma, die onderdeel uitmaakt van het te actualiseren Retailperspectief.

**Stichting Hart van Zeist:** *is een samenwerkingsvorm tussen gemeente Zeist, ondernemers en vastgoedeigenaren. De stichting houdt zich onder meer bezig met de uitvoering van het huidige retailperspectief. Tijdens het opstellen van dit adviesrapport is bekend geworden dat de stichting in het 2e kwartaal van 2024 wordt opgeheven. Dit betekent dat er in dit adviesrapport alleen wordt gesproken over de stichting als het gaat om acties die in het verleden door hen zijn uitgevoerd. In dit adviesrapport wordt, aangegeven dat acties die relevant zijn voor het op te stellen uitvoeringsprogramma, en voorheen door de stichting uitgevoerd zou kunnen worden, gezamenlijk door gemeente, ondernemers en vastgoedeigenaren opgepakt worden. Wij gaan er van uit dat de gemeente Zeist bij het opstellen van het geactualiseerde retailperspectief en uitvoeringsprogramma kan aangeven op welke wijze uitvoering gegeven gaat worden aan de acties uit uitvoeringsprogramma die voorheen door de stichting opgepakt zouden worden.*

# Het proces

Het adviesrapport is op de volgende wijze tot stand gekomen.

## **Van deskresearch naar bouwstenenrapport**

Ginder heeft eerst een 'bouwstenen'- rapport opgesteld. Het bouwstenenrapport vormt de onderlegger voor het adviesrapport en is het resultaat van bureaustudie. Ginder heeft hiervoor een verdiepende inventarisatie en analyse van bestaande documenten en eerder uitgevoerde onderzoeken gedaan. Denk hierbij o.a. aan de Propositie Zeist, Centrumvisie Zeist, Evaluatierapport stichting Hart van Zeist en de procesevaluatie, het Coalitieakkoord, Cultuurvisie, Mobiliteitsvisie etc. Verder heeft Ginder de ontwikkelgeschiedenis van Zeist bestudeerd en is een analyse op de doelgroepen, trends en ontwikkelingen uitgevoerd. Deze bouwstenen vormen samen het bouwstenenrapport.

## **Van bouwstenenrapport naar adviesrapport**

Samen met een kopgroep\*, en op basis van een serie gesprekken met ondernemers, vastgoedeigenaren, ambtenaren en de centrummanager, heeft Ginder een herijking uitgevoerd van alle opgaven zoals opgenomen in het Retailperspectief en op basis van ervaring en expertise, voorzien van suggesties en adviezen. De opgaven zijn opgedeeld in deelopgaven en voor elke deelopgave is de vraag gesteld of deze al dan niet (of deels) is uitgevoerd. Van nog niet uitgevoerde deelopgaves is nagegaan of deze nog actueel zijn of moeten worden bijgesteld. Ook zijn enkele nieuwe opgaven toegevoegd. De uitkomsten zijn vastgelegd in dit adviesrapport.

## **Van adviesrapport naar geactualiseerd Retailperspectief**

Het adviesrapport zal aan het college worden voorgelegd met de vraag om deze uit te werken naar een geactualiseerd Retailperspectief en uitvoeringsprogramma.

***\*Kopgroep:** bestaande uit vertegenwoordigers van ondernemers, vastgoedeigenaren, horeca, Stichting Hart van Zeist en gemeente. Ginder werkt vaak met een kopgroep. Deze breed samengestelde groep (naast gemeente, ondernemers en eigenaren, kunnen ook bewoners of de culturele sector in een kopgroep zitten) wordt aan het begin van het traject opgericht. Doel is de kopgroepleden te betrekken en laten meedenken over de visie en de uitvoering daarvan. De deelnemers worden zorgvuldig gekozen, waarbij wordt gekeken naar bekendheid, draagvlak (bij de achterban), neutraliteit en het vermogen om het niveau van een heel centrumgebied mee te denken en zich in te leven in elkaars belangen.*



# Leeswijzer

Dit **adviesrapport actualisatie Retailperspectief Centrum Zeist** beschrijft de ambitie het centrum van Zeist, een voorstel voor de te actualiseren opgaven, inclusief adviezen, de uitwerking van de opgaven en een eerste aanzet tot het uitvoeringsprogramma. Een houvast om toekomstgericht aan de slag te gaan naar een centrum als verblijfsplek. Dit deel vormt de basis voor het te actualiseren Retailperspectief.

## **Bijlagen**

Er zijn twee documenten als bijlagen gerealiseerd die een basis en onderlegger vormen voor het adviesrapport. De bijlagen zijn als volgt:

### ***Evaluatie Retailperspectief Centrum Zeist (2019)***

De onderlegger voor het geactualiseerde Retailperspectief, of te wel de evaluatie met de stand van zaken van het oude Retailperspectief is ook gerealiseerd door Ginder. Het geeft antwoord op de vragen: Wat is al uitgevoerd/gerealiseerd uit het Retailperspectief? Wat is nog relevant voor de toekomst? Op basis van deze evaluatie, vormt het adviesrapport het geactualiseerde Retailperspectief.

### ***Bouwstenenrapport***

In beide rapporten, het adviesrapport en de evaluatie, wordt verwezen naar het door Ginder opgestelde bouwstenenrapport. Het bouwstenenrapport omvat alle informatie vanuit bureaustudie. Hierin is informatie te vinden als historie van Zeist, ontwikkelingen in het centrum (ook beleidsmatig) en analyses (doelgroepen, Locatus etc.).



# Ambitie & visie



Oktober 2023 | 's Hertogenbosch

Opdrachtgever:



# INHOUD

## Inleiding

## Overkoepelende ambitie

## Geactualiseerde opgaven

**Opgave 1:** Samenwerking versterken

**Opgave 2:** Focus op kansrijke doelgroepen

**Opgave 3:** Een compact kernwinkelgebied

**Opgave 4:** Uitstraling panden en openbaar gebied

**Opgave 5:** Zeist op de kaart

**Opgave 6:** Versterken verbinding tussen evenementen, recreatie en identiteit Zeist

**Opgave 7:** Bereikbaarheid en parkeren

**Opgave 8:** Gebiedsprofielen

# Inleiding

## Inleiding

Dit adviesrapport beschrijft de ambitie voor het centrum van Zeist, een voorstel voor de te actualiseren opgaven, inclusief adviezen, de uitwerking van de opgaven en een eerste aanzet tot het uitvoeringsprogramma. Een houvast om toekomstgericht aan de slag te gaan, op weg naar het centrum als verblijfsplek.

## Leeswijzer

Het adviesrapport Retailperspectief Zeist is opgebouwd per opgave. Binnen deze opgaven worden vanuit verschillende bouwstenen, de evaluatie en gesprekken met ondernemers en eigenaren, een ambitie en visie vormgegeven. Onderstaande leeswijzer geeft per opgave (hoofdstuk) weer hoe de uitwerking is gerealiseerd:

- 1. Ambitie van de opgave:** als start van het hoofdstuk en leidraad voor de verdere uitwerking van de actualisatie. De ambitie van de opgave wordt hier omschreven, inclusief de context. Zodat er een duidelijke basis ontstaat van waaruit de deelopgaven vorm krijgen;
- 2. Deelopgaven:** de opgave wordt opgesplitst in deelopgaven om zo nog specifiek te krijgen wat we willen bereiken;
- 3. Eerste aanzet uitvoeringsprogramma:** als afsluitende paragraaf geven we een aanzet van actie(s) voor het nieuwe uitvoeringsprogramma.

De eerste 7 opgaven omvatten bovengenoemde structuur. Opgave 8: gebiedsprofielen, vormt hierop een uitzondering. In deze opgaven zijn de gebiedsprofielen uitgewerkt.

Deze gebiedsprofielen hebben een overkoepelende ambitie en zijn daarna stuk voor stuk uitgewerkt voor het centrum, langs de volgende lijn:

- ✓ Wat is het gebied nu
- ✓ Ontwikkelrichting/perspectief
- ✓ Samenvattende propositie
- ✓ Opgave (mogelijkheid voor transformatie ja/nee)
- ✓ Acties

Op de volgende pagina volgt de overkoepelende ambitie om de lezer mee te nemen in het perspectief dat geldt voor alle opgaven. Daarna worden alle opgaven uitgewerkt met een specifieke ambitie, deelopgaven en een aanzet voor het uitvoeringsprogramma.

# OVERKOEPELENDE AMBITIE

Het centrum als kloppend hart van Zeist. Een plek waar je heen gaat omdat het er aangenaam is en omdat je er wil zijn, alleen of met anderen. Dat is waar Zeist voor wil staan.

In het toekomstbestendig centrum van Zeist staat ontmoeten centraal, we zijn onderweg van een **place-to-buy** naar een **place-to-be**. Het centrum van Zeist wordt (door)ontwikkeld tot een compact centrum en levendige ontmoetingsplek, met winkels en verblijfsfuncties. Er is de bijzondere mix van de monumentale Slotlaan, het moderne Emmaplein (verder te ontwikkelen tot groen plein) en de potentie van de zone Markt/Voorheuvel, waar straks een groot plein kan ontstaan met de markt en met een blikvangend nieuw transparant pand met verschillende functies. Het Rond, inclusief het Walkartpark, is een stukje klassiek en groen Zeist, met uitzicht op het historische Slot Zeist. Al met al een dorp met allure, die in het centrum voelbaar en beleefbaar is.

Door de kwaliteit van de lokale winkels, de dienstverlening en het vakmanschap onderscheidt het centrum van Zeist zich ten opzichte van centrumvoorzieningen van de omliggende plaatsen. Onderscheidende winkels die Zeist kenmerken omdat ze alleen hier aanwezig zijn. Denk aan winkels als De Notenwinkel van Zeist, Kramer en Van Doorn, Sunny Camp, Duetz, Top's Edelgebak en vele andere bijzondere, lokale ondernemingen. Juist dit soort zelfstandige ondernemers geeft profiel aan het centrum.

Om de nieuwe ambitie goed te verwezenlijken, wordt het centrum compacter, en versterken we de verblijfsfunctie. De verschillende deelgebieden krijgen een duidelijk en herkenbaar profiel, zodat de consument nog beter weet waar hij voor wat terecht kan. Om dit alles te bereiken, vormt samenwerking tussen ondernemers, gemeente en vastgoedeigenaren de basis.

Tot slot de rol van de gemeente: deze rol is actief als het gaat over de openbare ruimte en de inrichting daarvan, en meer faciliterend als het gaat om compactiseren en functieverandering van winkelgebied.



# Opgave 1

Samenwerking  
versterken



### Opgave 1: Samenwerking versterken

*Het centrum van Zeist transformeert van place-to-buy naar place-to-be, een compact dorpshart en levendige ontmoetingsplek. Samenwerking vormt hierin de basis. Alleen met een sterke verbinding tussen de partijen binnen de gouden driehoek, gemeente, vastgoedeigenaren en ondernemers, is ontwikkeling richting place-to-be de toekomst van Zeist centrum haalbaar.*

#### Deelopgaven:

##### 1. Samenwerking versterken tussen gemeente, ondernemers en vastgoedeigenaren.

In het voorjaar 2022 is een evaluatie van stichting Hart van Zeist uitgevoerd, een brede evaluatie van het functioneren van de Stichting. Uit de evaluatie volgt een nieuwe deelopgave die bestaat uit het oppakken en verder concreet maken van de aan gemeente, ondernemers en eigenaren toegekende verantwoordelijkheden:

- De gemeente voert strakkere regie op haar opgestarte trajecten;
- Ondernemers sturen de centrummanagement activiteiten gericht op city-dressing en marketing strak aan;
- Eigenaren brengen kennis in met betrekking tot centrummanagement, branchering en leegstand.

De evaluatie geeft duidelijk aan dat de samenwerking verbetering en verandering behoeft. Belangrijk is dat het bestuur dit met elkaar bewaakt, maar ook elkaar hierop gaat aanspreken.

##### 2. Onderlinge samenwerking tussen vastgoedeigenaren versterken.

De deelopgave om samenwerking tussen vastgoedeigenaren tot stand te brengen, blijft staan. Gesprekspartners geven aan dat tot dusver

veel eigenaren een afwachtende houding aannemen. Zij hebben twijfels bij nut en noodzaak van samenwerken. De centrummanager geeft aan dat er tot dusver nog geen serieuze poging is gedaan om eigenaren bij elkaar te brengen en ze mee te nemen in de voordelen die meer samenwerking kan bieden.

##### 3. Onderlinge samenwerking tussen ondernemers versterken.

Een betere samenwerking tussen ondernemers is gewenst, om het winkelgebied als geheel beter te laten functioneren. Een deelopgave hierin is het verbeteren van de communicatie.

##### 4. Verbinder tussen gemeente, ondernemers en vastgoedeigenaren.

De meeste gesprekspartners geven aan dat de voormalige vestigingscoördinator een nuttige rol vervulde. In de optiek van Ginder is daarmee een deelopgave om deze verbinder tussen gemeente, ondernemers en vastgoedeigenaren opnieuw te vinden en aan te stellen (door de gemeente) met in ieder geval als hoofdtaken: bestaande of potentiële nieuwe ondernemers actief ondersteunen met hun huisvestingsvraag, ondersteunen in transformatie-opgave en actief inspelen op de invulling en uitstraling van leegstaande panden. Invulling van deze functie levert een bijdrage in het compactiseren/vormgeven van bepaalde gebiedsprofielen in een centrum. En voor (bestaande en nieuwe) ondernemers is het van groot belang dat zij een duidelijk aanspreekpunt hebben, dit creëert ook een vertrouwensband en verbetert de samenwerking. De vestigingscoördinator werkt nauw samen met het Ondernemersplein én met de centrummanager.

- 5. Verbeteren verhouding reclamebelasting.** De (retail- en horeca-) ondernemers van het centrum zijn verenigd in Ondernemersvereniging Centrum (voorheen Stichting Centrum-management). Zij betalen 400 tot 600 euro per jaar aan reclamebelasting. Het tarief is alleen gedifferentieerd naar lokatie: kernwinkelgebied / aanloopgebied. Dit wordt als onevenwichtig ervaren. Deze deelopgave heeft als doel deze onevenwichtigheid op te heffen.
- 6. Onderzoeken alternatieven reclamebelasting.** Er zijn ook andere vormen van ondernemersfondsen die voordelen bieden ten opzichte van de huidige vorm (reclamebelasting). Het in beeld brengen van de voor- en nadelen van de alternatieven is een deelopgave om zo tot de best passende vorm voor de Zeister ondernemers te komen.
- 7. Continueer de warenmarkt op de locatie de Markt/Zuidelijk deel Voorheuvel.** De warenmarkt op donderdag en zaterdag is een belangrijke publiekstrekker voor het centrum. De Markt is een van de weinige pleinen in het centrum. Hoewel de positie van de warenmarkt landelijk terugloopt, trekt zij in Zeist nog steeds veel publiek en met het oog op toekomstige gebiedsprofielen is Ginder van mening dat de warenmarkt een trekker is en dat zij in dit deel van het centrum blijft.
- 8. Zorgen voor voldoende meetgegevens met betrekking tot bezoekers/consumenten.** Er is onvoldoende zicht op hoe Zeist-centrum wordt bezocht, hoe het wordt gewaardeerd en wat er wordt besteed. Er is behoefte aan meer data, meetgegevens over bezoekers / consumenten, als basis voor acties en ingrepen. Daartoe is de opgave continu inzicht te krijgen in ontwikkeling van bezoekersaantallen, bestedingen, bezoekdoel, bezoekgedrag en ook wensen van consumenten (gemiste winkels ed.).

## Eerste aanzet uitvoeringsprogramma

Onderstaande punten zijn een eerste aanzet voor acties die bij opgave 1 horen.

- 1. Samenwerking versterken tussen gemeente, ondernemers en vastgoedeigenaren.** Alle partijen richten zich sterker op een effectieve samenwerking:
  - ✓ Partijen moeten als eerste stap nadenken over het vormgeven van een samenwerking nu de Stichting Hart van Zeist in het 2e kwartaal van 2024 wordt opgeheven.
  - ✓ Partijen moet werken aan betere representatie van hun eigen achterban;
  - ✓ En partijen gaan méér het gesprek voeren over strategische zaken en beleid voor het gehele centrum.
  - ✓ Zodra een nieuwe samenwerking is vormgegeven is een evaluatie na twee jaar nodig. Deze evaluatie zal gezamenlijk, door betrokkenen van de gemeente, ondernemers en vastgoedeigenaren, worden uitgevoerd. De focus moet liggen op het verder versterken van de samenwerking: wat gaat er goed en wat kan er verder verbeterd worden.
- 2. Onderlinge samenwerking tussen vastgoedeigenaren versterken.**
  - ✓ Verkenning uitvoeren onder eigenaren of en zo ja hoe ze zouden willen samenwerken. Waarbij het van belang is om een informele aanpak te hanteren en te beginnen om elkaar beter te leren kennen, dan een plan van aanpak opstellen en op termijn mogelijk tot een samenwerking komen bijvoorbeeld door middel van een BIZ-eigenaren (BIZ: bedrijven investeringszone).

### **3. Onderlinge samenwerking tussen ondernemers versterken.**

- ✓ Verbeteren samenwerking ondernemers aan de hand van indexcijfers. Geadviseerd wordt om een onafhankelijke coördinator aan te wijzen die dit op reguliere basis kan uitvoeren, de anonimiteit bewaakt en zorgt dat de index-cijfers worden gedeeld met alle ondernemers. Bedoeling is dat elke ondernemer zijn omzet aanlevert bij deze coördinator. Het omzetcijfer wordt vertaald naar een indexcijfer, het eerste jaar is dat 100. Wanneer de omzet in het eerste jaar met 12% toeneemt, wordt de index 112. Met het indexcijfer is te analyseren of de omzet in de laatste jaren is gestegen, gedaald of gelijk gebleven. De absolute omzet is niet te achterhalen in de indexcijfers en anonimiteit wordt gewaarborgd.
- ✓ Verbeteren samenwerking ondernemers aan de hand van Chainels. Beter gebruik maken van Chainels. Ginder heeft in andere gemeenten positieve ervaringen met het gebruik van Chainels.

### **4. Verbinder gemeente, ondernemers en vastgoedeigenaren.**

- ✓ Opnieuw aanstellen vestigingscoördinator. De gemeente stelt een nieuwe vestigingscoördinator aan. Dit zou ook de centrummanager kunnen zijn, met als voordeel dat dan alle expertise bij één persoon zit. Van belang is het overwegen van een hernieuwde invulling van deze functie.

### **5. Verbeteren verhouding reclamebelasting.**

- ✓ Ondernemersfonds: verkenning bijdrage ondernemers in relatie tot omvang onderneming. Een verkenning zal worden opgezet om uit te wijzen hoe de bijdrage van ondernemers beter in verhouding kan worden gebracht met de omvang (oppervlakte) van de onderneming. Dit moet binnen de ondernemersvereniging gedeeld worden en op de agenda komen. Via deze weg kunnen de ondernemers zelf hun input

en ideeën inzake tariefstelling en -heffing meegeven, dit dient vanuit de gemeente/Hart van Zeist gecoördineerd te worden.

### **6. Onderzoeken alternatieve reclamebelasting.**

- ✓ Onderzoeken welk ondernemersfonds het beste pas bij Zeister ondernemers in het centrum. Op dit moment is er een reclameheffing, echter er zijn ook alternatieven. Het is van toegevoegde waarde om te onderzoeken of dit het best passende ondernemersfonds is voor Zeist of dat hier gekozen wordt voor een alternatieve vorm.

### **7. Continueer de warenmarkt op de locatie de Markt/Zuidelijk deel Voorheuvel.**

- ✓ Evaluatie omtrent locatie warenmarkt. Naar aanleiding van de uitkomsten van de evaluatie zal moeten worden besloten over al dan niet verplaatsen van de warenmarkt.

### **8. Zorgen voor voldoende meetgegevens met betrekking tot bezoekers/consumenten.**

- ✓ Een actie is het uitvoeren van tellingen en enquêtes van consumenten (bezoekers centrumgebied). Een externe partij dient dit (met een vaste frequentie, bij voorkeur jaarlijks) tot uitvoering te brengen, samen met de gemeente, ondernemers en vastgoedeigenaren, om zo de juiste eisen te stellen aan de benodigde meetgegevens. Deze uitkomsten dienen partijen te gebruiken als basis voor doeleinden binnen het centrum. Ook worden de uitkomsten breed gedeeld met alle ondernemers.

# Opgave 2

*Focus op kansrijke doelgroepen*





## Opgave 2: focus op kansrijke doelgroepen

*In een dichtbevolkte regio met veel winkelaanbod, is de concurrentie tussen winkelgebieden sterk en moet Zeist slimme keuzes maken. Zeist gaat sterker inspelen op de onderscheidende kwaliteiten die het centrum te bieden heeft. Lokaal ondernemerschap, dienstverlening en vakmanschap vormen de focus aan de aanbodzijde.*

*Parallel hieraan wordt een scherpere focus aangebracht in de doelgroepen, zijnde die groepen die deze kwaliteiten op waarde weten te schatten. Zeist gaat zich richten op de inzicht- en stijlzoeker, door het aanbrenge van accenten die deze groepen aanspreken, in het retail aanbod, events en look & feel binnen het centrum. Allure is het kernbegrip.*

### Deelopgaven

- 1. Doelgroepen gebruiken om accenten aan te brengen binnen het centrum.** Het centrum van Zeist is en blijft voor iedereen. Geen enkele doelgroep wordt daarbij uitgesloten, maar er ligt een opgave voor Zeist zich sterker te richten op die groepen waar voor Zeist de meeste potentie ligt. In het Retailperspectief (2019) wordt al duidelijk de focus gelegd op twee specifieke doelgroepen, namelijk jonge gezinnen en 55-plussers. Uit de analyse (bouwsteen 6) blijkt dat de stijlzoeker en inzichtzoeker goed met deze doelgroepen overeenkomen. Deze leefstijlen zijn onder de inwoners bovengemiddeld vertegenwoordigd in Zeist en groeien naar verwachting. De inzichtzoeker is voornamelijk 55 jaar of ouder en leeft in een tweepersoonshuishouden. De stijlzoeker is voornamelijk jong tot 39 jaar met jonge kind(eren) tot ca. 12 jaar.

Met name de stijl- en inzichtzoekers hechten veel waarde aan en voelen zich aangesproken door de volgende kernwaarden:

- Kwaliteit en vakmanschap;
- Service en gemak;
- Verschillende bezoekdoelen.

Let wel, het is van belang dat *accenten* worden gelegd, zodanig dat het Merk Zeist ook in de regio herkenbaar en onderscheidend is. Tegelijk moet elke Zeistenaar zich thuis blijven voelen in het eigen centrum. Allure mag, elitair of exclusief schiet zijn doel duidelijk voorbij.

- 2. Juiste koppeling tot stand brengen tussen de doelgroepen inzicht- en stijlzoeker met citymarketing en –branding.** Op dit moment is de gemeente Zeist, in samenwerking met een grote groep stakeholders, citymarketing en –branding voor Zeist aan het vormgeven. Eerst wordt er een overkoepelend merk voor Zeist gelanceerd (planning: najaar 2023) en wordt gebouwd aan een organisatiemodel voor de uitrol en borging van citymarketing op de lange(re) termijn. In dit overkoepelende merk is rekening gehouden met de stijl-, inzicht- en rustzoeker als belangrijkste bezoeker aan de gemeente. Belanghebbenden uit verschillende branches die relatie hebben met Zeist vanuit toeristisch/recreatief perspectief, waaronder het centrum en de daar aanwezige ondernemers, en ook cultuur, recreatie, toerisme en anderen, zijn betrokken. Het doel van dit initiatief is om Zeist meer te profileren als stad met unieke elementen voor bezoekers, met speciale aandacht voor de stijl-, inzicht- en rustzoeker.
- 3. Onderscheidende kwaliteiten van Zeist sterker uiten.** De deelopgave is het formuleren van onderscheidende kwaliteiten binnen Zeist om juist daarop de focus te leggen. Het betreft accenten die gelegd worden op het gebied van aanbod, events en look & feel, passend bij de doelgroepen stijl- en inzichtzoeker.

Accenten in het aanbod kunnen worden gelegd met het toevoegen van enkele hoogwaardige winkels die kwaliteit, dienstverlening en vakmanschap hoog in het vaandel hebben staan. Verder kunnen accenten worden gelegd op het type evenementen (moeten passen bij de doelgroepen) en een passende look & feel (in communicatie maar ook in openbaar gebied zichtbaar en voelbaar), die specifiek deze groepen aanspreken, appellerend aan het centrale begrip allure:

- **Aanbod:** bestaande winkels in het hogere segment (Anna van Toor, Duetz etc.) behouden en nieuwe winkels in het hogere segment aan te trekken. Maar ook winkels die zich manifesteren op gebied van kwaliteit, deskundigheid, vakmanschap en/of dienstverlening.
- **Evenementen:** de deelopgave is gericht op organisatie van evenementen die passen bij de doelgroepen en kwaliteiten van Zeist. Te denken valt aan een wijnproeverij waarbij alle ondernemers worden betrokken en er 's avonds door het centrum een route langs de winkels wordt uitgezet waar wijn te proeven is. Of een evenement met lokale producten zoals een streekmarkt die in het centrum georganiseerd wordt. Dit zorgt voor promotie voor het centrum, de winkels en de lokale ondernemers.
- **Look & feel:** de deelopgave is het realiseren van een uitstraling passend bij de gewenste doelgroepen en bezoekers, die consequent wordt doorgevoerd in alle marketing en communicatie. Te denken valt aan een aansprekend logo en hoogwaardige materiaal keuze in het openbaar gebied.

### Eerste aanzet uitvoeringsprogramma

Onderstaande punten zijn een eerste aanzet voor acties die bij opgave 2 horen.

1. **Doelgroepen gebruiken om accenten aan te brengen binnen het centrum.**
  - ✓ Brainstormsessie met ondernemers, vastgoedeigenaren en gemeente om een actieplan vorm te geven voor het goed uitdragen van de kernwaarden door centrumondernemers.
2. **Juiste koppeling tot stand brengen tussen de doelgroepen inzicht- en stijlzoeker met citymarketing en –branding.**
  - ✓ Brainstormsessie met centrumondernemers en projectleider Merk Zeist om de juiste relatie tussen het Merk Zeist en de doelgroepen te leggen in de marketing.

**3. Onderscheidende kwaliteiten van Zeist sterker uiten.** Doorvertaling van accenten in het centrum voor stijl- en inzichtzoekers. Goed vormgeven welke accenten van belang zijn in het centrum om deze doelgroepen/leefstijlen naar het centrum van Zeist te trekken. De acties zijn uitgewerkt in drie categorieën:

- **Aanbod:** Een vestigingscoördinator kan een rol spelen bij de uitvoering. Daarnaast kan worden gedacht aan de oprichting van een acquisitie team waarin ondernemers en gemeente samen op zoek gaan naar nieuwe winkels.
- **Evenementen:** Organisatie van evenementen biedt voor citymarketing een kans om in te spelen op het verder uitwerken van het 'Merk Zeist'. Binnen het Merk van Zeist kan worden ingespeeld op bijzondere verhalen van inwoners uit Zeist die tot uiting komen in een evenement in het centrum.
- **Look & feel:** Het is van belang dat het huidige centrumlogo opnieuw wordt beoordeeld. In de beoordeling en uitwerking van mogelijke wijzigingen van het centrumlogo, is het van belang dat het centrumlogo past bij het merk van Zeist en het centrum typeert. Verder zal een eenduidige stijl/lettertype met sierlijke uitstraling, consequent en voor alle marketing-uitingen van het centrum doorgevoerd worden.





# Opgave 3

*Een compact kernwinkelgebied*



### Opgave 3: Een compact kernwinkelgebied

Een evident antwoord op leegstaande winkels is het kleiner maken (compactiseren) van het kernwinkelgebied. Dat kan door winkels om te bouwen naar woningen: transformatie. In Zeist heeft al de nodige transformatie plaatsgevonden (vooral in de Steynlaan) cq. gaat waarschijnlijk plaatsvinden, zoals de herontwikkeling van het V&D warenhuis. De leegstand wordt daarmee omlaag gebracht naar landelijk gemiddeld niveau, waardoor er geen noodzaak meer is om op grote schaal verder te compactiseren. Er blijft wel een compactiseringsopgave voor de Voorheuvel-Noord. Voorts zijn er twee andere grote opgaven voor Zeist:

- de deelgebieden een duidelijk profiel geven, zodat de consument weet in welk gebied hij wat kan vinden;
- de verbindingen tussen Emmaplein en Slotlaan sterk verbeteren, zodat het Emmaplein door meer consumenten wordt opgenomen in de winkelroute.

**Deelopgaven:** de deelopgaven zijn omvangrijk voor opgave 3. Om deze reden worden de deelopgaven verder uitgesplitst in sub-deelopgaven.

#### 1. Herdefiniëring kernwinkelgebied /compactisering

- ✓ **Een compacter kernwinkelgebied en transformaties.** De deelopgave is het verder werken aan een compact kernwinkelgebied, maar op beperkte schaal. Transformaties van winkels naar woningen vonden en vinden vooral plaats aan de Steynlaan (die buiten het kernwinkelgebied ligt), Voorheuvel en Markt, waardoor het kernwinkelgebied al compacter is geworden en er winkelmeters uit de markt zijn genomen. Door de herontwikkeling van het V&D warenhuis wordt nog een fors winkelmetrage uit de markt genomen. Verdere grootschalige transformaties zijn in de optiek van Ginder niet nodig, de transformaties die nog gewenst zijn, zijn eerder beperkt en gericht op de

randen van het kernwinkelgebied. Hiermee wordt voor de 1<sup>e</sup> Hogeweg alleen de zuidkant bedoeld, voor het overige deel van de straat ziet Ginder voldoende perspectief voor een gebiedsprofiel met de focus op fresh & takeaway (zie pagina 52).

- ✓ **Gebiedsprofielen opstellen.** De deelopgave is het opstellen van gebiedsprofielen. In aanvulling op een compacter kernwinkelgebied, is het voor de consument gewenst dat duidelijker wordt wat de kenmerken / het profiel is van de verschillende deelgebieden binnen het centrum. Met behulp van gebiedsprofielen wordt duidelijk welke straten als winkelstraat (kernwinkelgebied of randzone/aanloopstraat) kunnen blijven bestaan en met welke invulling, en welke straten geen toekomst hebben als winkelstraat. De gebiedsprofielen geven ook een ontwikkelingsperspectief aan. Aan de hand van deskundigheid van Ginder, verrijkt met input van stakeholders, is een eerste advies en opzet voor gebiedsprofielen weergegeven, zie voor de uitwerking hiervan opgave 8.
- ✓ Er is specifiek voor gekozen een scheiding te maken in zones binnen het kernwinkelgebied en daarbuiten om het verschil in kwaliteit aan te geven, zie onderstaande tabel met de toelichting op de gebruikte begrippen.

Typering gebied	Toelichting
<b>Kernwinkelgebied A-1 zone</b>	Winkelgebied met hoogste druktebeeld, hoogste huurniveau, nadruk op modische branches, doorlopende bewinkeling aan twee zijden
<b>Kernwinkelgebied A-2 zone</b>	Direct aan A-1 grenzend winkelgebied, met iets lager druktebeeld, huurniveau, doorlopende bewinkeling
<b>Kernwinkelgebied overig (B-zone)</b>	Overige delen kernwinkelgebied, grenzend aan A-1 of A-2, mix van winkels, horeca, diensten
<b>Aanloopstraten/-gebieden (C-zone)</b>	Randzone, gemengde functies, lage huurniveaus, veelal doelgericht bezocht; bij onvoldoende perspectief te transformeren naar woonfunctie

- ✓ **Instrumenten voor transformatie.** In het advies van Ginder is een herdefiniëring meegenomen van het kernwinkelgebied, ofwel gebiedsprofielen voor het centrum zijn vormgegeven. Hierbij is het nodig om de passende instrumenten in te zetten om te bereiken dat de gebiedsprofielen daadwerkelijk worden gerealiseerd en het transformatieproces wordt doorgezet. Het instrumentarium kan per deelgebied verschillen en een aanvullende opgave is in beeld te brengen welke instrumenten waar nodig zijn.
- ✓ **Aandacht voor de verbindingen tussen centrumdelen.** Een extra deelopgave, door Ginder ingebracht, is de kwaliteit van de verbindingen die op meerdere plekken matig is en tussen Slotlaan en het overige kernwinkelgebied zonder meer slecht is. Er is geen sprake van aantrekkelijke verbindingen die de consument de optie bieden om van de hoofdroute (Slotlaan) af te wijken en op vloeiende wijze richting Emmamplein geleiden. Van essentieel belang zijn hierbij de verbindingen Emmamplein met Slotlaan via de Hema en de Weeshuislaan. Maar ook de verbinding tussen Emmamplein en 1<sup>e</sup> Hogeweg via Meester de Klerkstraat en de verbinding tussen Emmamplein en Voorheuvel zijn niet aantrekkelijk. Pas als al deze verbindingen worden versterkt, is er sprake van meer evenwicht binnen het centrum en kan het Emmamplein als meer volwaardig winkelplein op A-2 niveau functioneren. Er ontstaat een duidelijk winkelrondje. Voor alle duidelijkheid, de Slotlaan zal door haar kwaliteiten en invulling op A-1 niveau, altijd de hoofdwinkelas in Zeist blijven. Nadrukkelijk is het niet de bedoeling om het Emmamplein te laten concurreren met de Slotlaan. Dit is ook heel onwaarschijnlijk omdat het type bewinkeling sterk afwijkt van de Slotlaan.
- ✓ Te verbeteren aspecten die gelden voor alle verbindingen:
  - Geleiding: de consument wordt middels bewegwijzering en inrichting openbaar gebied, naar de bestemming geleid;
  - Aankleding: zowel openbaar gebied als panden worden aantrekkelijk ingevuld en groene elementen worden toegevoegd;
  - Zichtlijnen: consumenten krijgen zicht op iets aantrekkelijks (winkel, overig) aan het eind van elke zichtlijn, waardoor zij worden verleid hierheen te lopen;
  - Verkeersbarrières: looproutes worden niet of zo min mogelijk doorkruist door

verkeerswegen, daar waar dit onvermijdelijk is wordt gezorgd voor optimale oversteekbaarheid.

## 2. **Transformatie naar woonbestemming**

- ✓ **Transformatie naar woonbestemming.** Al langer wordt gewerkt aan de transformatie van vrijgekomen commerciële ruimten op de Steynlaan naar woonruimte. Uit de gebiedsprofielen volgt dat deze opgave ook voor de Voorheuvel-Noord geldt, zodra hier een pand vrijkomt dient met eigenaar gesproken te worden over transformatie naar wonen (zie in opgave 8: gebiedsprofielen waar transformatie naar wonen gewenst is) en voor de 1<sup>e</sup> Hogeweg zuidzijde. Ginder adviseert om omzetting naar wonen in deze gebieden te faciliteren en uit te dragen dat dat belangrijk is om een goed functionerend kernwinkelgebied te realiseren. Transformatie naar wonen verloopt momenteel zonder subsidieverstrekking.
- ✓ **Omgevingsplan en beeldkwaliteitsplan per gebied.** Momenteel bestaat een vigerend bestemmingsplan, t.w. Zeist Centrum en Omgeving dat veel ruimte toelaat voor ontwikkelingen in de Slotlaan, waardoor karakteristieke, beeldbepalende panden kunnen worden gesloopt dan wel kunnen worden opgehoogd. Dit is onwenselijk voor de ruimtelijke kwaliteit. De deelopgave ligt vooral in bescherming van de historische uitstraling en stedenbouwkundige schaal van de Slotlaan en Steynlaan, aangezien de bebouwing onderdeel is van de monumentale structuren van het centrum van Zeist. Het huidige bestemmingsplan stuurt te weinig op een aantrekkelijk verblijfsklimaat en een goed functionerend kernwinkelgebied. Voor de Slotlaan, historische drager van Zeist, is een sterkere borging van ruimtelijke kwaliteit en sturing op kwaliteit urgent. Het opstellen van een visie per deelgebied creëert voorzienbaarheid en vermindert het risico van planschade.
- ✓ **Transformatie vereist alertheid en goed contact met eigenaren om opties te verkennen en te realiseren.** Aandachtspunt is de kwaliteit van de transformaties. Daarbij gaat het om het vinden van een bij het gebied en bij het pand passende herinvulling. Soms is dat een nieuwe winkel, soms is juist een andere functie passender.



### 3. Géén toevoeging nieuwe winkelruimte

- ✓ **Geen toevoeging nieuwe winkelruimte.** Met het oog op het terugbrengen van de aanwezige winkelleegstand, is een belangrijke deelopgave het voorkomen dat er nog weer nieuwe winkelruimte(n) wordt gerealiseerd in het kernwinkelgebied. Dit geldt ook voor horecaruimte. Zo wordt het kernwinkelgebied beperkt in groei van winkelruimten en oppervlak.

### 4. Herontwikkeling V&D pand

- ✓ **Een nieuwe invulling commerciële plint V&D pand.** Momenteel wordt onderzocht of herontwikkeling van het V&D pand (sloop van het oude warenhuis en realisatie van ruim 100 appartementen met in de plint handhaving tot 1.000 m2 commerciële ruimte) haalbaar is. Met het verminderen van de commerciële ruimte van V&D van 5.379 m2 nu naar 1.000 m2 zal de leegstand ook sterk afnemen. Deelopgave is om realisatie van dit plan goed te faciliteren, gezien het streven om de winkelleegstand in het kernwinkelgebied die door het V&D pand erg hoog ligt (bouwsteen 5: huidige situatie en positionering), fors te doen afnemen, tot op landelijk gemiddeld niveau. Tegelijkertijd is het een kans om met de vrijkomende ruimte iets moois te maken en zo in te spelen op de beleving in het kernwinkelgebied (bouwsteen 7: trends & ontwikkelingen). Ook worden met dit plan woningen toegevoegd op een centrale locatie in het centrumgebied, en daarmee ingespeeld op een grote behoefte (bouwsteen 7: trends en ontwikkelingen).

### 5. Nieuwe invulling Markt en Emmaplein

- ✓ **Versterking Markt/herontwikkelen Klinker.** Het Kunsvtenhuis/Idea heeft zelf een visie opgesteld met een herontwikkeling van de Klinker tot 'cultuurhuis' van Zeist. Deze visie is aangewezen door het college als bouwsteen voor de gebiedsontwikkeling. Ginder is van mening dat het

centrum er bij gebaat is om het gehele gebouw de Klinker te amoveren en op de plek van de huidige warenmarkt een transparant, cultureel gebouw terug te zetten, waardoor het zicht op de (winkels aan) de Voorheuvel wordt hersteld. Door sloop van de Klinker ontstaat bovendien een nieuw, groot plein wat doorloopt tot en met de Voorheuvel Zuid. Aan de pleinzijde van het nieuwe gebouw zijn horeca met terrassen denkbaar. Deze ingreep zorgt ook voor een versterking van het Emmaplein omdat hier een veel betere visuele verbinding ontstaat met de Voorheuvel als nieuw groot plein. De warenmarkt komt te liggen aan de Voorheuvel-Zuid en sluit goed aan bij het dagelijkse cluster wat zich al bevindt rond dit deel van de Voorheuvel. Ginder is van mening dat de ontwikkeling van de Klinker (inclusief het omliggende marktplein) moet worden gestimuleerd omdat zij het westelijke kernwinkelgebied van Zeist zal versterken. Wel moet er nadrukkelijk worden gekeken naar een groene, klimaatbestendige inrichting van het plein, waardoor een goede verblijfskwaliteit richting toekomst wordt gegarandeerd. Tegelijk wordt ook nog gestudeerd op een andere optie, namelijk renovatie van de Klinker. Een besluit over renovatie of nieuwbouw is nog niet genomen.

- ✓ **Versterking gebied Emmaplein (inclusief aanloopgebieden Weeshuislaan, Hema-Passage en Meester de Klerkstraat).** Het Emmaplein is een winkelontwikkeling die in de jaren '90 is toegevoegd aan het kernwinkelgebied. Door het matige functioneren is vaker de vraag gesteld of de winkelfunctie gehandhaafd moet blijven. De nieuwe eigenaar van Emmaplein (Meerdervoort) heeft vertrouwen in invulling met winkels aan het Emmaplein en heeft recent ook meerdere nieuwe verhuringen tot stand gebracht. De leegstand is voor een belangrijk deel weer ingevuld met winkels en horeca. Bovendien komen er uit de markt signalen dat er concrete belangstelling is voor grote winkelunits (> 500 m2 vvo), die echter niet voorhanden zijn.

Dit zijn duidelijke tekenen dat het Emmaplein als winkelzone voorziet in een behoefte. Het Emmaplein (inclusief aanloopgebied) kan in de visie van Ginder dan ook een winkelgebied op A-2 niveau blijven, ondersteunend aan het A-1 gebied de Slotlaan, met ruimte voor de wat grotere winkelformules (geldt niet voor Meester de Klerkstraat), dit zal ook gehandhaafd moeten worden. De deelopgave ligt in het in samenhang verbeteren van de navolgende aspecten: vergroening, marketing (gehele gebied), en aanpak Weeshuislaan, Passage en Mr de Klerklaan. De acties worden verderop uiteengezet.

## 6. Detailhandel buiten het centrum

- ✓ **Heldere functie van de verschillende typen winkelgebieden.** De deelopgave betreft het nastreven van duidelijk geprofileerde winkelgebieden. Uitgangspunt is dat het kernwinkelgebied dé lokatie is om de niet-dagelijkse boodschappen te doen, terwijl de wijkwinkelcentra voorzien in de dagelijkse boodschappen. Wél zien wij aan de beide uiteinden van het kernwinkelgebied twee dagelijkse concentraties, te zien als wijkwinkelcentra die de centrale wijken van Zeist bedienen en in die functie versterkt mogen worden. Tevens is van belang dat er geen winkels gevestigd worden op oneigenlijke plekken zoals solitaire lokaties en bedrijfsterreinen.
- ✓ **Verplaatsing niet-dagelijkse retail naar het kernwinkelgebied.** De deelopgave om niet-dagelijkse retail te verleiden tot verplaatsing naar het kernwinkelgebied, blijft staan. Tot op heden is er nog nauwelijks detailhandel verplaatst vanuit een wijkwinkelcentrum of perifere locatie naar het kernwinkelgebied.
- ✓ **Verplaatsing van retail rondom het centrumgebied naar het kernwinkelgebied.** Tot slot zien wij een *uitbreiding* van deze eerder geformuleerde deelopgave voor ons: Ginder zou de verplaatsings-

opgave willen verbreden tot 'verplaatsing van zoveel mogelijk solitair gelegen retail naar het kernwinkelgebied'. Buiten het centrum bevindt zich nu een aantal winkels die of veel trekkracht uitoefenen (Lidl, Action,) dan wel bedrijven die bijdragen aan de identiteit van Zeist (bijvoorbeeld Sola). Ook zijn er op meerdere plaatsen solitaire winkels.

## Eerste aanzet uitvoeringsprogramma

Onderstaande punten zijn een eerste aanzet voor acties die bij opgave 3 horen.

### 1. Herdefiniëring kernwinkelgebied/compactiseren

- ✓ **Compactisering:** compactisering verder doorvoeren in Steynlaan, Voorheuvel Noord en Te Hogeweg Zuidzijde. Hiervoor (weer) een vestigingscoördinator aanstellen, die hier specifiek mee aan de slag gaat. Deze gaat ook na of compactisering ondersteund kan worden door aparte inrichting openbaar gebied in aanloopstraat of woonstraat.
- ✓ **Gebiedsprofielen:** zijn opgesteld door Ginder (opgave 8), maar moeten als vervolgstap met ondernemers en eigenaren worden gedeeld, zodat zij worden meegenomen en er draagvlak ontstaat. Door de gebiedsprofielen ook vast te leggen in beleid, ontstaat voorzienbaarheid.
- ✓ **Gesprekken over toekomst aanloopstraten.** Er hebben nog geen gesprekken plaatsgevonden met ondernemers en bewoners over de toekomst van de aanloopstraten, deze opgave stond al en blijft staan. Deze gesprekken gaan nog plaats vinden in het vervolgproces, met bewoners en ondernemers. Wat de aanloopstraten zijn, vloeit voort uit de gebiedsprofielen (opgave 8). In dat kader is het tevens van belang dat het verschil in inzet vanuit gemeente (voor kernwinkelgebied een grotere inzet dan voor aanloopstraten), duidelijk en concreet wordt gemaakt.

✓ **Instrumenten voor transformatie:** Om het compactiseren te bespoedigen en transformatie aan te jagen, is het opnieuw beschikbaar stellen van subsidies sterk gewenst. Ginder denkt dan aan transformatiesubsidie voor eigenaren (bijdrage in verbouwing pand) en verhuissubsidie voor ondernemers (bijdrage in de verplaatsingskosten van ondernemer). Opgave is dan het optuigen van een subsidieregeling. Verder is het van belang dat de gebiedsprofielen juridisch-planologisch worden doorvertaald in een nieuw omgevingsplan, met uitgewerkte functies per deelgebied. Ook zullen per deelgebied nog aanvullende specifieke instrumenten moeten worden ingezet, ook dit is een actie. De gemeente is de actiehouders.

✓ **Verbindingen tussen centrumdelen verbeteren:** Uit deelopgave 1 en 4 komt sterk naar voren dat de verbindingen van centrumdelen moeten worden verbeterd, specifiek de verbindingen tussen Emmaplein en aangrenzende deelgebieden. Een aantal schetsen is uitgewerkt op pagina 24-25. Voor de goede orde wordt opgemerkt dat dit slechts indicatieve schetsen zijn die de ontwikkelrichting verbeelden. Deze voorbeelden moeten verder worden uitgewerkt en tot uitvoering worden gebracht, door de gemeente.

## 2. Transformatie naar woonbestemming

✓ **Transformatie naar woonbestemming:** om het compacter maken van het kernwinkelgebied en mogelijke transformatie aan te jagen, is het opnieuw beschikbaar stellen van subsidies gewenst.

✓ **Omgevingsplan en beeldkwaliteitsplan per gebied:** de actie ligt in een nieuw omgevingsplan voor het centrum, waarin sloop en ophoging niet langer mogelijk zijn; dit is in voorbereiding. Het vormgeven van een beeldkwaliteitsplan per deelgebied is een aanvullend voornemen en kan in de toekomst kwaliteit en uitstraling van de panden aan de Slotlaan en Steynlaan bewaken.

✓ **Transformatie vergt alertheid:** het kost veel tijd en vereist expertise om tot transformaties te komen en daarom is het zinvol hiervoor iemand speciaal aan te stellen in de vorm van een vestigingscoördinator. Van belang bij het aantrekken van deze persoon zijn een helder profiel met duidelijk afgebakende taken en nauwe samenwerking met centrummanager en ondernemersplein.

## 3. Geen toevoeging nieuwe winkelruimte

✓ **Geen toevoeging nieuwe winkelruimte:** vanuit gemeente in beginsel géén medewerking verlenen aan verzoeken voor nieuwe winkelontwikkelingen, waarvoor een bestemmingswijziging nodig is, tenzij (middels ladder-onderzoek) voldoende onderbouwd wordt dat er behoefte bestaat aan een dergelijke ontwikkeling.

## 4. Herontwikkeling V&D pand

✓ **Handhaving deel bestaande commerciële plint V&D pand:** Met eigenaar spreken over passende invulling van de commerciële plint, waarbij gebiedsprofiel leidend is. Mogelijkheid open laten voor realisatie van een oppervlak aan winkelmeters tot circa 1.000m<sup>2</sup> wvo (in plaats van 500-600 m<sup>2</sup> wvo).

## 5. Nieuwe invulling Markt en Emmaplein

✓ **Versterking Markt/herontwikkeling Klinker:** gemeente (eigenaar) met gebruikers Klinker in gesprek over sloop en nieuwbouw; met markt in gesprek over opschuiven markt richting Voorheuveel.

- ✓ **Versterking gebied Emmaplein (inclusief aanloopgebieden Weeshuislaan, Hema-Passage en Meester de Klerkstraat):** Met als doel het Emmaplein te versterken, is het van belang om een aantal zaken te realiseren, zoals onderstaand verwoord en op de pagina's 24-25 gevisualiseerd. Voor de goede orde wordt opgemerkt dat dit slechts indicatieve schetsen zijn die de ontwikkelrichting verbeelden.
- 1. **Vergroening:** voor de beleving van het (sterk versteende) Emmaplein kan het vergroenen van de gevels en het plein veel doen, door middel van zelfregulerende planten/gewassen etc. Oppakken door eigenaar en gemeente.
- 2. **Marketing:** versterken van de marketing van het Emmaplein in samenhang met de winkels die er op dit moment gevestigd zijn. Het moet minder een doorganggebied en méér een eigenstandig plein worden, met een herkenbare invulling op A-2 niveau. Winkels als Xenos, BCC en Casa zijn beeldbepalend. Oppakken door eigenaar en gemeente
- 3. **Passage:** voor een betere verbinding met de Slotlaan is een stevige upgrade van de Passage nodig. Verlichten (verlichting en inbrengen daglicht), vergroenen en het uitbreiden van het terras van HEMA, zouden de Passage aantrekkelijker maken. Ook het niveauverschil in de passage vergt aandacht, omdat het nu een barriere is in de route van de Slotlaan/ HEMA naar het Emmaplein. Oppakken door eigenaar.
- 4. **Weeshuislaan:** voor een betere verbinding met de Slotlaan moet ook de Weeshuislaan als verbinding aantrekkelijker worden, met meer groen, betere zichtlijnen en duidelijke (deels ook commerciële) verwijzingen vanaf Slotlaan naar het Emmaplein. Oppakken door eigenaren en gemeente.
- 5. **Meester de Klerkstraat:** voor een betere verbinding tussen Emmaplein

en Te Hogeweg, zullen ook ingrepen nodig zijn in de Meester de Klerkstraat. Met hier specifiek aandacht voor aantrekkelijke invulling van de commerciële ruimtes, betere zichtlijnen en het hoogteverschil. Ook zou onderzocht kunnen worden of de winkels naar voren kunnen worden getrokken, waarmee de arcade verdwijnt en het zicht op de winkels sterk verbetert. Oppakken door eigenaar en gemeente.

## 6. Detailhandel buiten het centrum

- ✓ **Heldere functie winkelgebieden:** om de functie van elk winkelgebied scherper te krijgen, kan het nodig zijn om omgevingsplannen aan te scherpen. Het zou goed zijn daar op gemeentelijk niveau een visie op alle winkelgebieden in Zeist, onder te leggen. Daarnaast moet zeer kritisch worden omgegaan met verzoeken voor winkelvestiging op bedrijventerreinen of solitaire lokaties.
- ✓ **Verplaatsing niet-dagelijkse retail naar kernwinkelgebied:** hier kan een vestigingscoördinator een stimulerende rol spelen. Onderzocht moet worden of er ruimte in de bestemmingsplannen van perifere locaties is om detailhandel toe te laten en na te gaan of de branchering aangescherpt kan worden, zodanig dat alleen perifere detailhandel zich daar mag vestigen. Verder is het nuttig na te gaan of er op andere lokaties nog onbenutte bestemmingsplanruimte voor winkels aanwezig is en deze weg te bestemmen.
- ✓ **Verplaatsing van retail rondom het centrumgebied naar het kernwinkelgebied:** er is een actieve benadering gewenst om verplaatsing van dergelijke winkels richting kernwinkelgebied, maar ook realisatie van een mogelijk fysiek touchpoint van Sola, te onderzoeken. Ook hier dient de vestigingscoördinator een belangrijke rol te spelen.

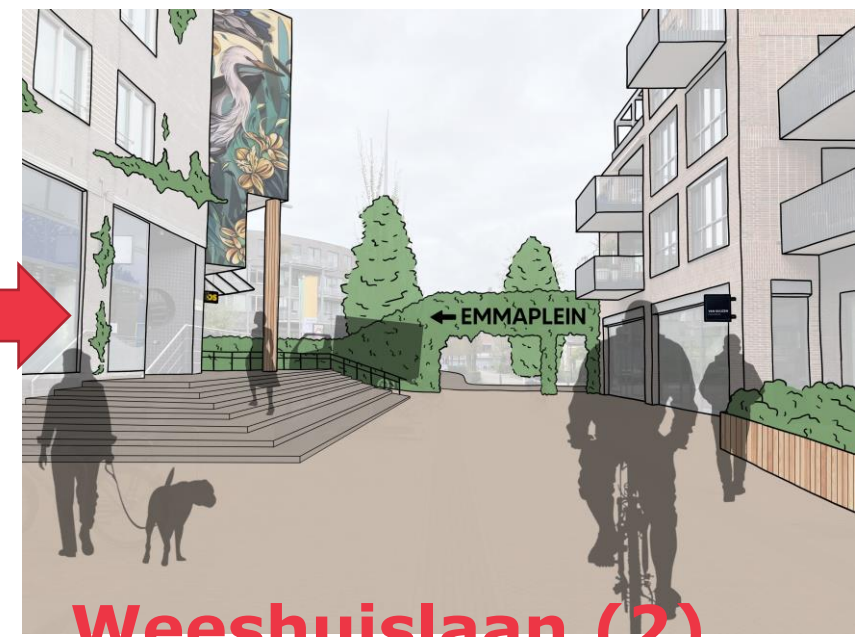




**Slotlaan**



**Weeshuislaan (1)**



**Weeshuislaan (2)**



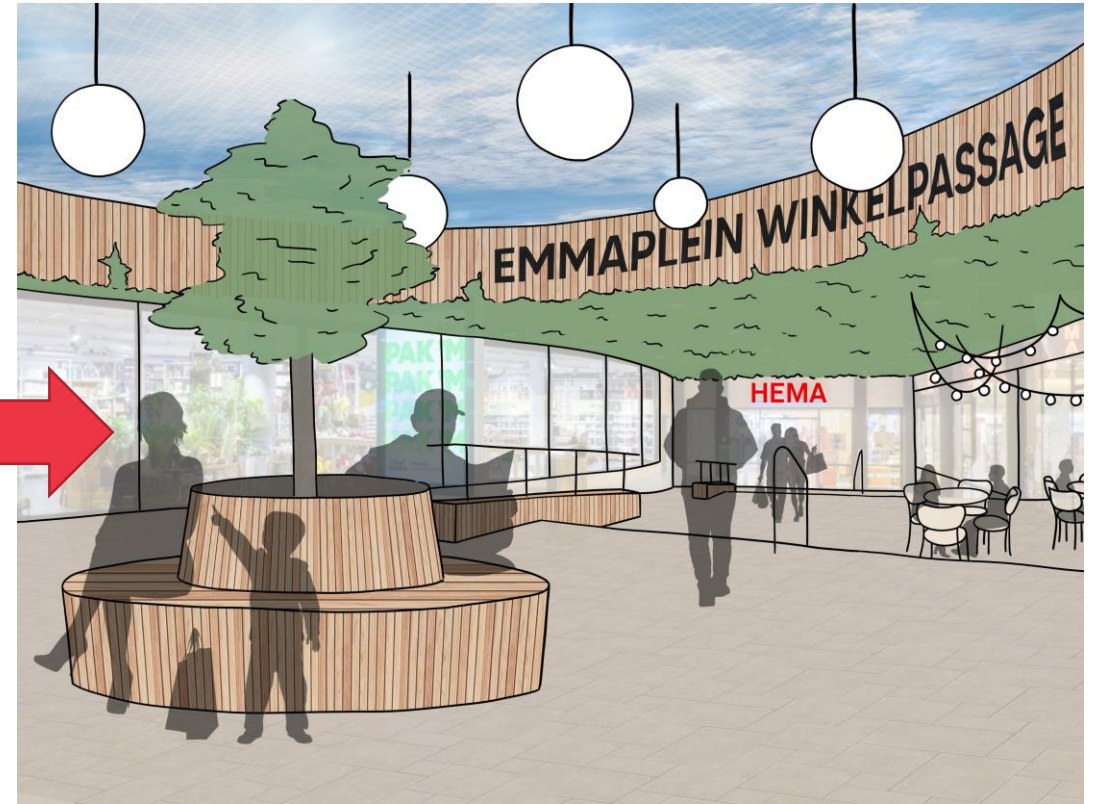
**Emmaplein**



*Voor de goede orde wordt opgemerkt dat dit slechts indicatieve schetsen zijn die een mogelijke ontwikkelrichting verbeelden.*



# Passage Emmaplein-Hema





# Opgave 4

*Uitstraling panden en openbaar gebied*



#### **Opgave 4: Uitstraling panden en openbaar gebied**

*Voor de bezoeker aan Zeist staat een positieve beleving van het centrum voorop. Zeist zet in op uiterlijke presentatie, in de vorm van sfeer en gezelligheid, eenheid in uitstraling en netheid op straat. Dit zijn cruciale randvoorwaarden om toe te werken naar Zeist als place-to-be. Hierin staat verbinding met het Merk Zeist (de identiteit van Zeist) en de gebiedsprofielen centraal.*

#### **Deelopgaven**

- 1. Gevelfonds.** De deelopgave is om het fonds 'actief' te houden. Gezien de grote bijdrage die gerenoveerde gevels hebben op sfeer en uitstraling, zie meerdere geslaagde voorbeelden in de Slotlaan, is het zaak het gevelfonds van nieuwe middelen te voorzien. Ook verdient het voorkeur om toekenning van subsidie te koppelen aan de verlening van de bouwvergunning. Zodra het gevelfonds gevuld is worden aanvragen beoordeeld op eenheid, samenhang en identiteit.
- 2. Pand leeg, kleeft het aan.** De deelopgave is om aankleding te geven aan panden die qua uitstraling een doorn in het oog zijn en/of leeg staan. De inspanningen moeten zich vooral richten op draagvlak winnen voor deze opgave met als einddoel samen met vastgoedeigenaren een regeling optuigen.
- 3. Netheid op straat.** Het realiseren en behoud van de netheid van zowel straat als panden, bepaalt in hoge mate de uitstraling van het winkelgebied en is daarmee een belangrijke deelopgave. Voor de

consument is een net en schoon centrum een basisvoorwaarde. Het doel is om deze basisvoorwaarde in de toekomst op orde te houden. Dit vertaalt zich in maatregelen als snel graffiti en rommel opruimen, deze zaken gaan goed. Meer aandacht behoeven het aanbrengen van fietsparkeren, reguleren van plek en aankleding terrassen, reguleren van reclameborden en -uitingen. Ook vinden ondernemers het belangrijk om uniformiteit uit te stralen in de uitstraling van hun panden, qua signing (vlaggen die buiten hangen, reclameborden aan de gevel etc.), ook dit is bepalend

#### **Eerste aanzet uitvoeringsprogramma**

Onderstaande punten zijn een eerste aanzet voor acties die bij opgave 4 horen.

- 1. Gevelfonds.**
  - ✓ Binnen gemeente en met ondernemers een informatieavond organiseren over de evaluatie van het gevelfonds van de afgelopen jaren. Op deze manier neem je alle betrokkenen mee in het actief houden van het gevelfonds, wat het tot nu toe heeft opgeleverd en waar naartoe gewerkt kan worden in de toekomst.
  - ✓ Het is van belang om eigenaren van een pand actief te benaderen zodra de uitstraling van een pand achterstallig is of leeg staat. Het toetsingskader is het beeldkwaliteitsplan.
  - ✓ Volgend op deze actie moeten eigenaren van de desbetreffende panden gewezen worden op de mogelijkheid die het gevelfonds biedt om zo te werken aan de gewenste uitstraling van zoveel mogelijk panden in het centrum, wat alle ondernemers en eigenaren ten goede komt

## 2. Pand leeg, kleet het aan.

- ✓ Intern bij de gemeente nagaan (Ondernemersplein, de raad) wat de aandachtspunten zijn in het gesprek met vastgoedeigenaren over aankleding van hun leegstaande pand. Ook nagaan of een leegstandsverordening een goede maatregel is om in te stellen bij de vastgoedeigenaren.
- ✓ Actief met eigenaren in gesprek over wenselijkheid en haalbaarheid van 'aankleden' van leegstand.
- ✓ Bij gebleken draagvlak, een regeling optuigen om de vastgoedeigenaar van het lege pand verantwoordelijk te maken voor een aangename uitstraling van het pand. Bijvoorbeeld door middel van opname in de leegstandsverordening indien dit ook intern bij de gemeente wordt gedragen.

## 3. Netheid op straat.

- ✓ Actief met centrumondernemers in gesprek gaan over mogelijkheden om de netheid op straat te verbeteren.
- ✓ De mogelijkheden die voortkomen uit de gesprekken (waar mogelijk) een plek geven in het beeldkwaliteitsplan (zoals maatregelen omtrent reclame-uitingen op de gevel), dat gekoppeld wordt aan het omgevingsplan en/of bestemmingsplan.
- ✓ Alle werkzaamheden die vorm krijgen in het beeldkwaliteitsplan (gekoppeld aan het omgevingsplan en/of bestemmingsplan) kunnen onderdeel gemaakt worden van het takenpakket van de centrummanager.



# Opgave 5

*Zeist op de kaart*



### Opgave 5: Zeist op de kaart

*De historie, het imago en imagodragers moeten in het centrum van Zeist op verschillende plekken voelbaar en beleefbaar worden gemaakt. Als Zeist haar identiteit goed en geloofwaardig uitdraagt, wordt zij een aantrekkelijke plek om te winkelen, te verblijven, te bezoeken en daarmee een aantrekkelijke plek om in te investeren. Zeist als 'merk' (ook wel Merk Zeist genoemd) is de opgave waar aan gewerkt wordt vanuit citymarketing en branding van de gemeente. De stijl- en inzichtzoeker staan hierin centraal. Het centrum van Zeist is onderdeel van het Merk Zeist en moet passen binnen deze opgave om Zeist nóg beter op de kaart te zetten.*

### Deelopgaven

**1. Zeist als merk vormgeven.** Onder het project citymarketing en citybranding wordt er binnen de gemeente gewerkt aan de identiteit van Zeist en hoe die uit te dragen, onder de noemer 'Merk Zeist'. Ginder adviseert om deze deelopgave hieraan te koppelen: het vormgeven en uitdragen van het Merk Zeist in het centrum. Het proces loopt in 2023 en er zijn al veel initiatieven vanuit belanghebbenden die hier worden genomen. Ondernemers en vastgoedeigenaren in het centrum hebben ook een positie in de totstandkoming van Merk Zeist.

Ginder vindt het van belang dat van het 'Merk Zeist' de volgende aspecten, welke in samenhang staan met de opgave Zeist op de kaart (zie ook bouwsteen 1), in ieder geval een plek krijgen:

- *De historie van Zeist:* waaronder het Slot, de Slotlaan, het Rond en het Walkartpark. Deze elementen vormen waarden en geven allure aan Zeist, ten opzichte van andere (concurrerende) gemeenten in de regio;

- *Toonaangevende merken:* KNVB, WNF en Sola zijn onder andere identiteitsdragers welke staan voor het merk Zeist;
  - *Typisch Zeist:* ideeën die vanuit ondernemers komen zijn bijvoorbeeld, het realiseren van een typisch Zeister koekje, een biertje zoals het Slotbier nog meer promoten en uitwerken, zodat Zeist een eigen souvenir heeft die bezoekers mee naar huis kunnen nemen.
- 2. Merk Zeist met trots uitdragen.** Het Merk Zeist dat wordt vormgegeven in samenwerking met ondernemers en vastgoed-eigenaren, moet vervolgens breed en met trots worden uitgedragen. Het begint met een positieve mindset, vanuit daar kunnen ondernemers de identiteit en ambitie enthousiast uitdragen en op de juiste manier delen met hun klanten.

Om die reden is het zeer belangrijk dat uitgangspunten van 'Merk Zeist' goed met ondernemers, vastgoedeigenaren en bewoners worden gecommuniceerd, zodat zij effectief en langs dezelfde lijn aan de slag kunnen met het uitdragen van het Merk Zeist. Doel is dat iedereen trots is op Zeist en dat uitdraagt.

## Eerste aanzet uitvoeringsprogramma

Onderstaande punten zijn een eerste aanzet voor acties die bij opgave 5 horen.

### 1. Zeist als merk vormgeven in het centrum.

- ✓ Vormgeven en uitrollen overkoepelende merk van Zeist, waarbij ook centrumondernemers en –eigenaren goed worden betrokken
- ✓ Werken aan totstandkoming arrangementen en souvenirs, waarmee bezoekers het Merk Zeist positief beleven

### 2. Merk Zeist met trots uitdragen

- ✓ Opstellen communicatieplan Merk Zeist. Een goed communicatieplan is nodig om de identiteit van Zeist te delen met alle belanghebbenden, zodanig dat zij het Merk Zeist vervolgens op uniforme wijze met trots uitdragen.







# Opgave 6

*Versterken verbinding tussen  
evenementen, recreatie en identiteit Zeist*



## Opgave 6: versterken verbinding tussen evenementen, recreatie en identiteit Zeist

*Zeist wordt een 'place to be' waar voortdurend 'wat te doen is'. Het organiseren van evenementen (die goed passen bij de profilering) en het professionaliseren daarvan is hier een groot onderdeel van en een duidelijk streven. Het professionaliseren van evenementen gaat samen met het goed in kaart brengen op welke locatie(s) welk event kan plaatsvinden, met een passende aansluiting op de gebiedsprofielen. Permanente activiteiten en bezienswaardigheden zullen Zeist verder vormen tot place to be. Samenwerkingen en cross overs met initiatieven vanuit kunst en cultuur, recreatie en toerisme en sport(verenigingen) bieden daarbij nieuwe kansen voor reuring en beleving.*

### Deelopgaven

- 1. Organisatie evenementen professionaliseren door uitbesteding.** Om goed aan te kunnen sluiten op de behoeften van evenementbezoekers én de ondernemers, is een deelopgave om de organisatie van de grotere evenementen te professionaliseren. Het professionaliseren is haalbaar door de organisatie van evenementen (meer/vaker dan in de huidige situatie) uit te besteden aan professionele organisatoren. Hierin wordt niet alleen gekeken naar de evenementbezoeker, maar ook specifiek naar de ondernemers met de focus op hoe ondernemers kunnen profiteren van evenementen. Let wel: het is van belang goed af te wegen voor welke evenementen wel professionele assistentie nodig is en welke evenementen intern uitgevoerd kunnen worden, door de centrummanager. Vaak is het verstandig ook ondernemers een actieve rol te geven.
- 2. Een beperkter aantal, meer grootschalige en betekenisvolle evenementen per jaar organiseren die aansluiten op de profilering.** Het is van belang, en daarmee een deelopgave, om met de evenementen de juiste verbinding te leggen met de profilering van Zeist. De verbinding met de profilering van Zeist komt deels al terug in bestaande evenementen, zoals het Winterwonderland in de wintermaanden, de kunstroute en de Walkart-markt die aansluiten bij het Merk Zeist. Het doel is om hierin een verdere slag te maken door nog meer betekenisvolle evenementen te organiseren die de overkoepelende profilering van Zeist uitdragen.
- 3. Permanente activiteiten/bezienswaardigheden toevoegen waardoor verblijven leuker en veelzijdiger wordt.** Permanente activiteiten of bezienswaardigheden zorgen voor extra beleving voor het centrum, wat van toegevoegde waarde is voor zowel bezoeker als ondernemer (zie bouwsteen 7). Deelopgave is om nieuwe permanente activiteiten/bezienswaardigheden toe te voegen.
- 4. Locatieprofielen opstellen voor evenementen in het centrum.** De gemeente heeft voor dit jaar (2023) op de planning staan om een begin te maken met actualiseren van het evenementenbeleid, met als onderdeel de vormgeving van locatieprofielen voor evenementen. Op deze manier wordt er meer focus aangebracht in de organisatie van evenementen en komen er richtlijnen voor het type evenement en waar dit mag plaats vinden. Een integrale aanpak is hierbij essentieel waar aansluiting wordt gezocht bij gebiedsprofielen voor het centrum.

- 5. Samenwerkingen en cross-overs met initiatieven vanuit kunst en cultuur, recreatie en toerisme en sport(verenigingen) bieden nieuwe kansen voor reuring en beleving.** Er worden jaarrond geregeld evenementen georganiseerd waar stichting Hart van Zeist voorheen een faciliterende rol in had (zie bouwsteen 4). Deze faciliterende rol moet in samenwerking tussen gemeente, ondernemers en vastgoedeigenaren weer worden opgepakt. De verbinding wordt nog wat minder gelegd met cultuur, sport en recreatie. Wel wordt er vanuit de kunst- en cultuurhoek gewerkt aan concerten op Slot Zeist in de zomer (in samenwerking met Tivoli in Utrecht) en een beeldenroute die ook door het centrum loopt. De beeldenroute vormt een verbinding tussen het historische Zeist (Slot, pleinen, Het Rond) en de middenstand op de Slotlaan. Dat is een mooi voorbeeld van hoe verbinding in het centrum goed kan werken en waar de crossovers goed gemaakt worden. Er is in de zomer van 2022 een link gelegd met sport, aangezien de Vuelta deels door Zeist kwam, is hierop ingespeeld door een sport midzomer festival te organiseren. Deelopgave is om nog meer van dergelijke verbindingen en samenwerkingen te realiseren.

### Eerste aanzet uitvoeringsprogramma

Onderstaande punten zijn een eerste aanzet voor acties die bij opgave 6 horen.

- 1. Organisatie evenementen professionaliseren door uitbesteding.**
- ✓ Een coördinator aanstellen die de samenwerking tussen evenementorganisatoren oppakt. De gemeente, ondernemers en vastgoedeigenaren zullen hier gezamenlijk een coördinator voor aanstellen.
  - ✓ Per evenement bepalen of de centrummanager of professional wordt ingeschakeld voor de organisatie.

- 2. Een beperkter aantal, meer grootschalige en betekenisvolle evenementen per jaar die aansluiten op de profilering.**

- ✓ Link leggen met de nieuwe visie voor Emma- en Marktpllein (en zodra vastgesteld de visie voor de Klinker), om in relatie met het centrum, kunst en cultuur evenementen te organiseren.
- ✓ Een samenwerkingsvorm realiseren om de evenementen binnen het centrum een bepaalde richting te geven en de juiste identiteit, en crossovers hieraan te verbinden.

- 3. Permanente activiteiten/bezienswaardigheden toevoegen waardoor verblijven leuker en veelzijdiger wordt.**

- ✓ Een brainstormsessie met ondernemers uit de kunst/cultuur-, evenementen- en recreatiesector om ideeën te vormen over permanente activiteiten / bezienswaardigheden.
- ✓ Op basis van de brainstormsessie een uitvoeringsplan vormgeven waarin de centrummanager de coördinatie kan oppakken.
- ✓ Realiseren van ideeën als:
  - ✓ Tegels in de stoep die verhalen vertellen over Zeist, te openen met een QR-code – dit gebeurt deels al in de vorm van gedenkstenen;
  - ✓ Een interactieve informatiezuil waar je de omgeving kan ontdekken aan de hand van verhalen die in een plattegrond als iconen naar voren komen.
- ✓ Onderzoeken of Tino's haalbaar is voor Zeist. Een out of the box voorbeeld is opvulling van een winkelpand dat leegstaat door middel van een Tiny Experience, ofwel Tino's. Dit zijn leuke en leerzame belevingen over de stad en omgeving voor jong en oud (<https://tinol.nl/>). Met Tino's kan Slot Zeist qua beleving naar het centrum worden gehaald, dit kan zo ook met WNF en/of KNVB.

#### 4. **Locatieprofielen voor evenementen in het centrum.**

- ✓ Vormgeven locatieprofielen voor evenementen in het centrum, te koppelen aan de gebiedsprofielen. Evenementen worden aangewezen en gekoppeld aan die deelgebieden, waar ze het best passen.
- ✓ Locatieprofielen in het evenementenbeleid meenemen, dit wordt uitgevoerd door de gemeente.

#### 5. **Samenwerkingen en cross-overs met initiatieven vanuit kunst en cultuur, recreatie en toerisme en sport(verenigingen) bieden nieuwe kansen voor reuring en beleving.**

- ✓ Meer kansen benutten op samenwerkingen en cross overs met kunst, cultuur, recreatie, toerisme en sport door het oprichten van een taskforce. Denk hierbij ook aan lokale en regionale partijen als Routebureau Utrecht en Regionaal Bureau voor Toerisme Heuvelrug & Vallei.
- ✓ Binnen deze taskforce is het van belang een aantal doelstellingen als rode draad te hebben, zoals de hierboven genoemde onderwerpen:
  - ✓ Het realiseren van méér evenementen van betekenis;
  - ✓ Het realiseren van meer permanente activiteiten;
  - ✓ Bezienswaardigheden en nodige input leveren voor het vormgeven van gebiedsprofielen voor evenementen in het centrum.





# Opgave 7

*Bereikbaarheid en parkeren*



### **Ambitie opgave 7: Bereikbaarheid en parkeren**

*Verbeteren van de bereikbaarheid van het centrum is waar Zeist hard aan werkt. Zeist wil staan voor een goed toegankelijk en verkeersveilig centrum. Een goede uitstraling en beleving van de parkeervoorzieningen met een aantrekkelijk parkeertarief is daarin van belang. Een concurrerend parkeertarief kan Zeist op de kaart zetten en zelfs zorgen voor een onderscheidend selling point waar de autobezoeker, en tevens veelbesteder, op af komt. Een schone, aantrekkelijke en veilige parkeersituatie in het centrum is een visitekaartje voor bezoekers, waarbij de focus wordt gelegd op garages en terreinen. Het realiseren van meer en kwalitatief betere parkeerplaatsen voor fietsers en mensen met een beperking is daar ook een onderdeel van. Door de fietsers meer prioriteit te geven op de Slotlaan en laden/lossen te vergemakkelijken wordt de veiligheid verbeterd.*

#### **Deelopgaven:**

- 1. Vormgeven parkeerbeleidsnota.** Als uitwerking van het Mobiliteitsplan Zeist\* is een parkeerbeleidsnota<sup>1)</sup> in concept vormgegeven. Het is van groot belang dat het mobiliteitsplan en parkeerbeleidsnota als input worden gebruikt voor de actualisatie van het Retailperspectief. In de volgende deelopgaven worden punten uitgelicht die voor het centrum van belang zijn in relatie tot het mobiliteitsplan en de parkeerbeleidsnota.
- 2. Verbeteren uitstraling en beleving parkeergarages en -terreinen.** In de ambitie van opgave 7 (zie hierboven) komt naar voren hoe belangrijk het is dat de uitstraling en beleving van parkeervoorzieningen op orde is. Voor Zeist is er behoefte aan een verbeteringslag. In het Mobiliteitsplan is

meegenomen, en verder uitgewerkt in de parkeerbeleidsnota, dat er gewerkt gaat worden aan een betere beleving en uitstraling van de parkeergarages en -terreinen, meer detail wordt hieronder gegeven in de aanzet tot het uitvoeringsprogramma. Hier zal ook rekening gehouden worden met het realiseren van meer laadpalen voor elektrische auto's, om ook het duurzaamheidsaspect goed mee te nemen. Ginder staat, mede door de gesprekken met ondernemers en de kopgroep, achter de keuze om actie te ondernemen op deze opgave, de uitstraling en beleving te verbeteren voor de parkeergarages en -terreinen in het centrum.

- 3. Een aangepast en aantrekkelijk parkeertarief.** In Zeist wordt beperkt gebruik gemaakt van de parkeergarages en terreinen door bezoekers aan het centrum (bron: gemeente Zeist – afdeling mobiliteit en parkeren). In het Mobiliteitsplan is beschreven dat door middel van tariefdifferentiatie parkeerders worden verleid te parkeren in de garages en op terreinen, dit is ook verder uitgewerkt in de parkeerbeleidsnota. Dit zorgt voor minder zoekverkeer (van bezoekers en bewoners) in de Slotlaan, waardoor de verkeersveiligheid hier verbetert. Om de verleiding van het parkeren in parkeergarages en op parkeerterreinen te versterken, zullen de tarieven op deze locaties gunstiger worden dan op de Slotlaan. Na de herinrichting in 2024 is er geen parkeermogelijkheid meer op de Slotlaan tussen Hogeweg en Korte Steynlaan. De parkeermogelijkheden voor mensen met een beperking zullen gratis blijven.

\* Mobiliteitsplan Zeist: In 2021 is een Mobiliteitsvisie en een Laadvisie vastgesteld en deze is in 2022 uitgewerkt in een Mobiliteitsplan voor de periode 2022 – 2027. *Mobiliteit gaat over alle verplaatsingen van locatie naar locatie, van en naar de gemeente Zeist of daarbinnen.*

1. Besluitvorming over de parkeerbeleidsnota wordt in Q4 2023 verwacht.



**4. Verbeteren en vergroten fietsparkeren.** Zoals in het Mobiliteitsplan is aangegeven komt een groot deel van de bezoekers aan Zeist-centrum (49% - KSO 2021 Centrum-Zeist) met de fiets. Er is op dit moment behoefte aan een upgrade van de bestaande en een vergroting van het aantal fietsparkeerplaatsen. Dit blijkt uit het Mobiliteitsplan en komt ook meermaals terug in de gesprekken die Ginder heeft gevoerd met ondernemers en de kopgroep.

Dit wordt ook vermeld in de parkeerbeleidsnota als opgave, waar Ginder zich bij aansluit: een kwaliteitsverbetering en vergroting van het aantal fietsparkeerplekken.

**5. Toegankelijkheid van de mobiliteit verbeteren voor mensen met een beperking.** Deze doelstelling is van belang om de ambitie 'iedereen doet mee' na te streven ook in het centrum op het gebied van mobiliteit (bron: Mobiliteitsplan Zeist). Het aandachtspunt in Zeist centrum is in ieder geval voldoende goede parkeervoorzieningen voor mensen met een mobiliteitsbeperking. Hier is het belangrijk om de vindbaarheid van deze plekken ook goed uit te werken. Ginder geeft aan dat uit de trends en ontwikkelingen (zie bouwstenen rapport) duidelijk naar voren komt dat inzetten op inclusie en toegankelijkheid steeds belangrijker wordt. Mede door de toenemende vergrijzing waardoor er meer behoefte is aan betere toegankelijkheid. Ginder vindt het daarom ook van belang aandacht te besteden aan de parkeervoorzieningen in het centrum voor mensen met een beperking. Overigens is ook toegankelijkheid van het gebied en de winkels is een aandachtspunt.

**6. Duurzamer verplaatsen in en naar het centrum.** Een verplaatsing te voet, per fiets of met het openbaar vervoer draagt direct bij aan de kwaliteit van het leven, de natuur en de woonomgeving in Zeist, omdat dit veilige, gezonde en duurzame manieren zijn om ons te verplaatsen. Zeist wil daarom de focus leggen op investeren in infrastructurele verbeteringen voor voetgangers, fietsers en OV-reizigers. Ginder is het eens met dit streven.

**7. Autoluwe Slotlaan wenselijk?** De meeste steden en dorpen hebben een hoofdwinkelstraat waar autoverkeer niet is toegestaan, alleen binnen venstertijden. Dit heeft een positief effect op de verblijfskwaliteit van de straat en daarmee bestedingen van bezoekers. Het is van belang om te onderzoeken of dit in Zeist ook haalbaar en wenselijk is en of dit een positieve bijdrage levert aan de toekomstbestendigheid van retail op de Slotlaan. Hierbij moet ook nagedacht worden over een alternatieve route voor het verkeer, bijvoorbeeld over de as Montaubanlaan-Voorheuvel- Antonlaan. Voor leveranciers kan de Slotlaan via de zijstraten vanaf de Antonlaan bereikt worden.

Aangezien recent fors is geïnvesteerd in de openbare ruimte in de Slotlaan, en ook de Voorheuvel, is dit een opgave voor de langere termijn. Ook in het coalitieakkoord wordt benadrukt dat de huidige coalitie gedurende deze coalitie periode in elk geval geen aandacht besteedt aan dit vraagstuk.

## Eerste aanzet uitvoeringsprogramma

Onderstaande punten zijn een eerste aanzet voor acties die bij opgave 7 horen.

### 1. Vormgeven parkeerbeleidsnota.

- ✓ De vormgeving van de parkeerbeleidsnota loopt al als paralleltraject binnen de gemeente Zeist, inclusief eigen tijdspad.

### 2. Verbeteren uitstraling en beleving parkeergarages en –terreinen.

- ✓ De uitstraling en beleving kan worden verbeterd onder coördinatie van de gemeente door schoon, heel en veilig als basis voorwaarde te nemen.

#### 1. Denk hierbij aan voorbeelden zoals:

- **Parkeergarages:** het opnieuw belijnen van de parkeervakken (met deels ruimere parkeerplaatsen), de muren reinigen (en onderhouden), meer verlichting en meer laadpalen realiseren.
- **Parkeerterreinen:** beter onderhoud onkruidbestrijding en vuilnis, verlichting en meer laadpalen realiseren.

*Deze voorbeelden worden nagestreefd vanuit de parkeerbeleidsnota.*

### 3. Een aangepast en aantrekkelijk parkeertarief.

- ✓ Overstappen op een aantrekkelijk parkeertarief, dat bij voorkeur in de regio onderscheidend is, is van belang voor zowel de gemeente (betere bezetting) als de bezoekers (lager tarief is aantrekkelijk) aan het centrum, en zo ook de ondernemers en klanten. De focus hierin moet liggen op het doorvoeren van een aantrekkelijk parkeertarief in de parkeergarages en op –terreinen, zodat er minder verkeer op de Slotlaan komt en meer gebruik wordt gemaakt van de overige parkeervoorzieningen. Deze actie valt onder het vormgeven van de parkeerbeleidsnota.

### 4. Verbeteren en vergroten fietsparkeren.

- ✓ In het Mobiliteitsplan is al aangegeven dat de focus moet liggen op een kwalitatieve verbetering en vergroting van het huidige fietsparkeren in het centrum. Het is van belang dat in de parkeerbeleidsnota uitspraken worden gedaan over extra fietsparkeerplekken. In de uitvoering kan de gemeente een belangrijke rol spelen.

### 5. Toegankelijkheid van de mobiliteit verbeteren voor mensen met een beperking.

- ✓ Meer parkeervoorzieningen voor mensen met een beperking (inclusief aandacht voor vindbaarheid). Richting de uitvoering is het van belang rekening te houden met de vindbaarheid van deze plekken en mogelijke maatregelen die aan de plekken gekoppeld zitten (zoals parkeertarief etc.). Hier zijn applicaties voor beschikbaar om bij aan te sluiten.
- ✓ Vanuit het Ondernemersplein/centrummanager actief winkeliers attenderen op de toegankelijkheidssubsidie die verstrekt kan worden om aanpassingen in winkels te realiseren voor mensen met een beperking. Op deze manier kan worden gewerkt aan de totaal beleving voor mensen met een beperking, van parkeren tot in de winkel.

### 7. Autoluwe Slotlaan wenselijk?

- ✓ Onderzoek autoluwe Slotlaan. Onder ondernemers maar ook bewoners peilen of het een positieve bijdrage oplevert om de Slotlaan autoluw te maken. Hierin kunnen vastgoedeigenaren en ondernemers een initiërende rol spelen.





# Opgave 8

*Gebiedsprofielen*



## Opgave 8: gebiedsprofielen

*Gebiedsprofielen geven antwoord op de vraag, waar (in welk deelgebied) kan de bezoeker aan Zeist-centrum voor wat (produkt, dienst, beleving) terecht. Daarbij wordt nadrukkelijk breder gekeken dan alleen het doen van aankopen. We kijken ook naar de functies horeca, dienstverlening en cultuur.*

*Gebiedsprofielen zijn ook voor ondernemers en vastgoedeigenaren nuttig, voor hen wordt veel duidelijker wat zij van het deelgebied kunnen verwachten, hoe zij daarop kunnen inspelen als hun pand leeg komt, en of zij al dan niet extra investeringen willen doen.*

*Gebiedsprofielen zijn te zien als onderlegger voor beleid, hoe ziet het perspectief voor het gebied eruit en hoe ziet de weg er naartoe uit. Om ondernemers en eigenaren mee te krijgen, is het belangrijk de gebiedsprofielen met hen te bespreken en draagvlak te krijgen. Vervolgens kan het in beleid worden vastgelegd. Uiteindelijk volgt een ruimtelijk-juridische doorvertaling in aangepaste omgevingsplannen.*

*Op meerdere plaatsen is transformatie nodig, om een compacter en aantrekkelijker kernwinkelgebied te realiseren. Minstens zo belangrijk zijn goede verbindingen tussen de verschillende deelgebieden.*



# Toelichting gebiedsprofielen

Het kernwinkelgebied van Zeist bestaat uit meerdere deelgebieden, die elk met bepaalde doelen worden bezocht. Voor de bezoeker van Zeist-centrum is het van belang om te weten **wat** hij **waar** kan kopen of beleven. Dat vereist dat de deelgebieden een duidelijk profiel hebben.

Met dat doel hebben we de verschillende deelgebieden benoemd die elk een samenhang vertonen dan wel de opgave ligt om deze samenhang te versterken. Voor elk deelgebied is een gebiedsprofiel opgesteld, een voor de consument (en investeerder) herkenbaar kenmerkend beeld. We gaan na welke functie het gebied nu inneemt en hoe zich dat ontwikkelt: zien we een positieve, of juist een negatieve ontwikkeling. Bij een negatieve ontwikkeling is het nodig kritisch te kijken naar het huidige gebiedsprofiel en de toekomstbestendigheid. Uitkomst kan zijn dat een functiewijziging van het gebied het meest perspectief biedt.

In sommige gebieden kunnen de veranderingen en/of de gevolgen ingrijpend zijn. Zo zal door de herontwikkeling van het V&D warenhuis een fors winkelmetrage verdwijnen, waardoor verdere grootschalige compactisering van het centrum in optiek van Ginder niet nodig is.

Gebiedsprofielen geven een gebiedsgerichte uitwerking van de gewenste ruimtelijke functionele ontwikkeling van de verschillende centrumdelen van Zeist en zijn als volgt opgebouwd:

- Wat is het nu: korte beschrijving van de huidige functie/positie
- Ontwikkelingsrichting: beschrijving van de gewenste functie/positie
- Propositie: krachtige typering van gewenste functie/positie
- Opgave / functies: de opgaves om de propositie te bereiken
- Actiepunten: de opgaves uitgewerkt in actiepunten

De gebiedsprofielen samen vormen de gewenste ruimtelijk-functionele structuur: het fundament dat bestaat uit publiekstrekkers, bronpunten, pleinen/verblijfsplekken, looproutes e.d.

De gebiedsprofielen zijn tot stand gekomen door gebruik van de volgende bronnen:

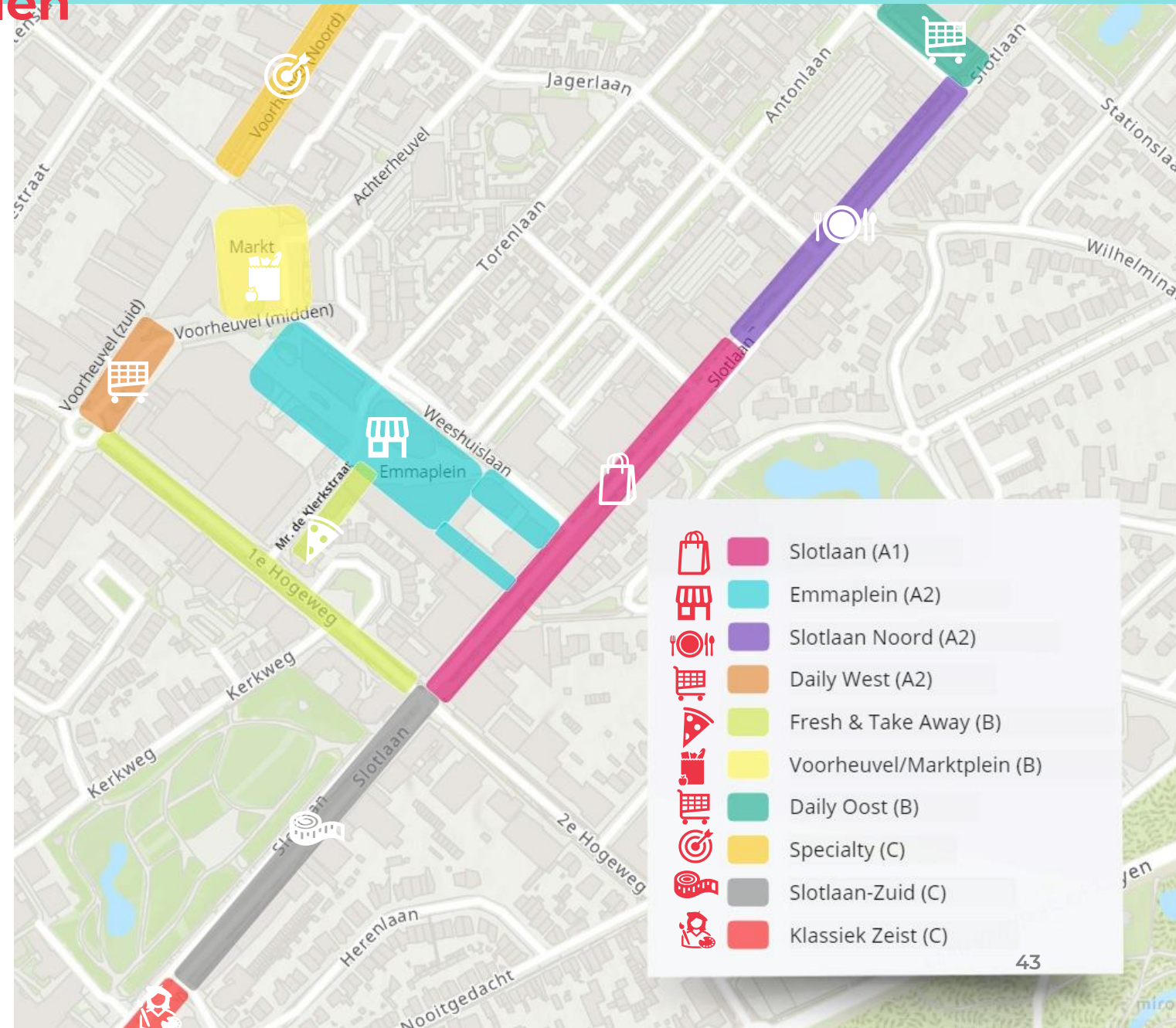
- Trends en ontwikkelingen stedelijk
- Veel voorkomende profielen steden > 50.000 inwoners
- Benchmark (aanbod per branchegroep ten opzichte van vergelijkbare steden)
- Distributief Planologisch Onderzoek
- Locatus historische data (wat zat er vroeger)
- Plannen/projecten
  - ✓ Herontwikkeling V&D warenhuis
  - ✓ Renovatie of nieuwbouw Klinker
  - ✓ Plan hoek Slotlaan/Weeshuislaan
- Google Maps /streetview
- Meerdere kopgroepbijeenkomsten
- Meermaals door het gebied lopen

Van belang is tot slot dat de gebiedsprofielen worden uitgewerkt tot beleid (zodat voorzienbaarheid wordt gecreëerd), wat vervolgens juridisch-planologisch dient te worden doorvertaald in een nieuw omgevingsplan, met uitgewerkte functies per deelgebied.



# Samenvatting gebiedsprofielen

- ✓ Als **hoofdwinkelgebied** zien wij de Slotlaan, met een A-1 zone en A-2 zone en een horecacluster. Van oudsher is dit de tweezijdig bewinkelde winkelstraat die men op en neer loopt. Veel mensen lopen aan één zijde heen en aan de overzijde terug. Uitwisseling tussen beide zijden vindt weinig plaats door de barrierewerking van Slotlaan en groenstructuren.
- ✓ Vervolgens zien we het Emmaplein (met uitlopers) en de Passage als het secundaire winkelgebied, met een A-2 kwaliteit, met een nadruk op wat grotere winkels. Dit plein takt op twee punten (Weeshuislaan, Passage) aan op de Slotlaan, maar beide verbindingen zijn zwak (visueel, invulling) en moeten worden verbeterd. Verder behoeft het Emmaplein een stevige kwaliteitsimpuls.
- ✓ Het Emmaplein is tevens verbindingszone tussen Slotlaan en het winkelgebied aan de 1e Hogeweg/ Voorheuveld/ Markt. Samen met de vernieuwing van de Klinker kan een verblijfsplein ontstaan, wellicht gecombineerd met Voorheuveld-Zuid.
- ✓ Tot slot zijn er aan de oost- en westrand van het centrum twee dagelijkse clusters, concentraties van dagelijkse winkels, met supermarkt(en) als trekker. Deze functioneren (in samenhang met direct omliggende dagelijkse winkels) deels als wijkwinkelcentra voor de binnenstad en aangrenzende wijken.





# Slotlaan-centraal

## Wat is het nu?

Het centrale deel van de Slotlaan is het A-1 winkelgebied, hetgeen betekent dat hier veel winkelketens zijn geconcentreerd, vooral in de branches mode, schoeisel, luxe artikelen en warenhuis. Het winkelfront is ononderbroken, zodat de consument zich maximaal kan focussen op de winkels. Het gebied is niet autovrij of autoluw, wat de oversteekbaarheid bemoeilijkt.

## Ontwikkelrichting/perspectief

Dit deel van de Slotlaan (tussen Te Hogeweg en Arthur & Willemijn) is dé locatie waar de inwoner van Zeist, bezoeker of toerist terecht kan om te **winkelen**. De nadruk ligt sterk op bekende winkels met hier en daar ondersteunende daghoreca. Wonen op de begane grond is zeker niet gewenst en idealiter blijft het aantal dienstverlenende functies in dit gebied beperkt. Daarnaast is de Slotlaan ook geschikt voor enkele vernieuwende concepten, zoals (tijdelijke) pop-up stores of mengconcepten (vormen van blurring, waarbij retail, horeca en diensten worden vermengd).

Voorkeur zou hebben als de Slotlaan (op termijn) autovrij zou worden, waardoor consumenten probleemloos kunnen oversteken/ zigzaggen tussen beide bewinkelde straatkanten. Aangezien recent fors is geïnvesteerd in herinrichting van de Slotlaan, is dit op korte termijn niet haalbaar, maar moet het als nader te verkennen lange termijn perspectief worden gezien. Ook in het coalitie-akkoord wordt benadrukt dat de huidige coalitie gedurende deze coalitie periode in elk geval geen aandacht besteedt aan dit vraagstuk.

**Propositie: SLOTLAAN KERNGEBIED (A-1 ZONE)**



# Slotlaan-centraal

## Opgave/functies

- Consolideren, met aanvullingen. Het aanbod dient versterkt te worden.
- Transformatie naar andere functies in de commerciële plint is uitgesloten.

## Actiepunten

- A-1 profiel handhaven en voortzetten, nieuwe invullingen uitsluitend winkels;
- Nieuwe afrondende trekker\* aan oostzijde (ter hoogte van waar C&A een trekkersrol had, de trekkracht van nieuwe invulling – ANWB en Van Haren - is beperkt en vervult niet de trekkersrol die modewarenhuis C&A had);
- Winkels in hoger segment toevoegen;
- Identiteit Zeist beleefbaar maken middels voor Zeist typerende touchpoints, bijvoorbeeld Sola, KNVB, WNF;
- Invulling pand hoek Weeshuislaan met aansprekende winkel op goed A-niveau;
- Oversteekbaarheid van de Slotlaan verbeteren, zodat de consument 'tweezijdig' kan winkelen;
- Onderzoeken of een verkeersvrije Slotlaan een optie is (zodat tweezijdig winkelen wordt gefaciliteerd).

\*Trekker: met een trekker in een centrumgebied wordt bedoeld algemeen en modisch warenhuis.





# Slotlaan-Noord

## Wat is het nu?

In het meest noordelijke deel van de Slotlaan is de nodige horeca gevestigd, maar er zitten ook nog winkels. Het is een winkelgebied met horeca gemengd. Binnen de winkels zijn veel mutaties en is onderling weinig samenhang.

## Ontwikkelrichting/perspectief

Dit deel van de Slotlaan grenst aan de kernwinkelzone. Het kan ontwikkelen tot dé locatie waar de inwoner van Zeist, bezoeker of toerist graag heen gaat om wat te eten of drinken tijdens of na de winkeltrip. Het wordt een 'klein maar fijn' en levendig **horecagebied** met uitzicht op de Slotlaan. Het mag zich nog meer als gezellig horeca-gebied profileren en zich in die functie versterken en verder uitbreiden in noordwaartse richting. Een deel van de winkels die hier nu zijn gevestigd, zou kunnen verplaatsen richting Slotlaan-centrum en Emmaplein. Niet de gehele Slotlaan-Noord kan worden ingevuld met horeca. Naast horeca kunnen er enkele winkels en dienstverlening blijven, op een A-2 niveau. Dit sluit aan bij de Propositie van Zeist, waar een functiemix van winkels en horeca wordt voorgestaan.

## Propositie: HORECAPLEIN SLOTLAAN (A-2 zone)



# Slotlaan-Noord

## Opgave/functies:

- Versterken als horecagebied, horeca met terrassen verder uitbreiden en versterken.
- Invulling met winkels of dienstverlening is mogelijk om de commerciële functiemix te versterken.
- Woonfuncties niet toestaan op de begane grond.

## Actiepunten

- Werken aan profilering als horecagebied grenzend aan de A-1 winkelzone van Zeist
- Nieuwe (dag- en avond-)horeca aantrekken en in noordelijke richting uitbreiden
- Winkels die hier zitten verplaatsen in zuidelijke richting, zodat het winkelgebied compacter wordt en het rondje Slotlaan-Emmaplein van de grond komt
- Aanvullend op de horeca blijft er ruimte voor enkele winkels en dienstverlening



# Emmaplein incl. Weeshuislaan en Passage

## Wat is het nu?

Het Emmaplein is een knooppunt waar verschillende voetgangersstromen samenkomen, maar ook een plek waar veel deelgebieden van het centrum direct aan grenzen. In dit gebied liggen wat grotere winkels uit het filiaalbedrijf, op A-2 niveau. De verbindingen met de Slotlaan (Weeshuislaan, Passage) zijn zwak. H&M is een belangrijke trekker.

## Ontwikkelrichting/perspectief

Het Emmaplein heeft geen identiteit en onvoldoende verblijfswaarde, het is meer een transitzone dan een eigenstandige bestemming. Het moet werken aan een **eigen, duidelijk gezicht en positie binnen het kernwinkelgebied**.

De Slotlaan zal altijd de hoofdwinkelstraat blijven, maar het Emmaplein moet de Slotlaan op een goede manier aanvullen. Daartoe is het van belang dat de leegstand verder wordt ingevuld met het type winkels wat er nu al zit: wat grotere winkels die een wat lagere huur betalen.

Maar tegelijk moet het Emmaplein haar verblijfsfunctie versterken, door minder stenen, meer groen en meer terras. Cruciaal is voor beter functioneren is dat de **verbindingen** met de Slotlaan worden verbeterd, via de Passage en via de Weeshuislaan.

Voor een goede verdeling van het druktebeeld is het noodzakelijk dat er een rondje Slotlaan-Weeshuislaan-Emmaplein-Passage (of vice versa) ontstaat, waarvan alle hier gevestigde retail en horeca kan profiteren. Volgens Ginder is de verbinding door de Hema-winkel is niet ideaal, wellicht is het mogelijk de Hema op te schuiven zodat de passage er *langs* loopt.

**Propositie: HÉT WINKELPLEIN VAN ZEIST (A-2 zone)**



# Emmaplein incl. Weeshuislaan en Passage

## Opgave/functies:

- Versterken als onderdeel circuit Slotlaan/Emmaplein.
- Transformatie naar woonfunctie in de commerciële plint is uitgesloten.

## Actiepunten

- Leegstand verder invullen op goed A-2 niveau
- Verblijfskwaliteit versterken (plein vergroenen, eigen identiteit, terras, en destination van maken – ofwel het promoten van een bepaalde locatie, het Emmaplein)
- Rondje Slotlaan-Emmaplein sterker benadrukken als hét winkelrondje\*
- Daartoe verbinding via Weeshuislaan sterk verbeteren door aanbrengen signing/bewegwijzering, uitnodigende Weeshuislaan, evt. realisatie nieuw winkelblok vóór Antonlaan)
- Daartoe verbinding via Passage (door Hema) verbeteren door betere uitstraling, signing
- Ginder adviseert om de mogelijkheden te onderzoeken inzake het verleggen van de Hema zodat de passage niet door de winkel loopt.

\* **Winkelrondje:** het verbinden van winkelstraten die zorgen voor een logische en aantrekkelijke looproute met winkels voor een brede doelgroep, in een dorp of stad. De verbindingen vormen een loopcircuit, zodat je weer uitkomt op hetzelfde punt als waar je bent begonnen met winkelen: een rondje.





# Daily Oost

## Wat is het nu?

Belangrijkste twee winkels in deze zone zijn de supermarkten Jumbo en Hoogvliet. Aan de Korte Steynlaan ligt verder een hotel en wat dienstverlening. Er lijkt weinig uitwisseling te zijn tussen supermarkten en Slotlaan, deels vanwege het intern parkeren, waardoor de supermarkten zeer doelgericht worden bezocht.

## Ontwikkelrichting/perspectief

Dit gebied zou zich mogen profileren als het dagelijkse cluster aan de oostzijde van het centrum, als tegenhanger van het dagelijkse cluster aan de westzijde (Voorheuveel). Voor zover haalbaar zou de bewinkeling aan de Korte Steynlaan een meer dagelijks karakter moeten krijgen, denk aan bakker, slijter, lectuur/tabak. Door signing/bewegwijzering moet de supermarktbezoeker verleid worden ook de Korte Steynlaan en mogelijk ook de Slotlaan, te bezoeken.

## Propositie: DAILY OOST (B ZONE)



# Daily Oost

## **Opgave/functies:**

- Versterken in de functie van dagelijks (supermarkt) cluster
- Transformatie naar andere functies in de commerciële plint is uitgesloten, dit geldt voor de Korte Steynlaan.

## **Actiepunten**

- Korte Steynlaan invullen met dagelijkse winkels, die profiteren van nabijheid twee supermarkten
- Supermarktbezoekers stimuleren/verleiden om ook deze winkels te bezoeken





# Fresh & Take Away

## Wat is het nu?

De 1<sup>e</sup> Hogeweg is een onsamenhangend gebied met dagelijkse en niet dagelijkse winkels, (afhaal)horeca, diensten, onderbroken door een plantsoen met woningen. Het gebied is per auto toegankelijk en er kan beperkt langs de straat worden geparkeerd.

## Ontwikkelrichting/perspectief

Dit gebied leent zich niet goed voor de(recreatieve) winkelfunctie, maar wel prima voor een mix van versconcepten, horeca en afhaalhoreca. In de Meester de Klerkstraat is ook ambachtelijke dienstverlening mogelijk, gezien de kleine omvang van de units. Belangrijk voor dit perspectief is dat de auto-bereikbaarheid en het langsparkeren gehandhaafd blijven.

Invulling van de nieuwe unit onder het te herontwikkelen V&D pand (die zal krimpen tot circa 600 m<sup>2</sup>) biedt kansen om een trekker toe te voegen, mogelijk Action of een vers-concept. Met deze invullingen wordt tevens aangesloten bij het gebiedsprofiel Daily West, wat hieraan grenst.

De zuidzijde van de 1<sup>e</sup> Hogeweg ligt te afzijdig voor winkels en leent zich voor dienstverlening en eventueel (transformatie naar) woningen. Dat geldt ook voor de winkels in de Montaubanstraat, die zich eveneens lenen voor transformatie naar woningen.

## Propositie: FRESH & TAKE AWAY (B-ZONE)



# Fresh & Take Away

## Opgave/functies:

- Versterken in de functie van vers, (afhaal)horeca en snelle dienstverlening.
- Transformatie naar andere functies in de commerciële plint is uitgesloten, m.u.v. 1<sup>e</sup> Hogeweg zuidzijde en Montaubanstraat.

## Actiepunten

- Aantrekken nieuwe, originele concepten in de sfeer van afhalen, horeca, dienstverlening
- Met non-food winkels die hier zitten het gesprek aangaan over mogelijk verplaatsen richting Slotlaan/Emmaplein
- Zuidzijde 1<sup>e</sup> Hogeweg transformeren naar dienstverlening en woningen
- Met dagelijkse winkels het gesprek aangaan over mogelijk verplaatsen richting dagelijks cluster, dichterbij AH





# Daily West

## Wat is het nu?

Het zuidelijk deel van de Voorheuvel heeft een mix van dagelijkse winkels (trekker AH supermarkt) en wat horeca en diensten. Ook zit Duetz er, de herenmodezaak met lange traditie. Het gebied is vrij stenig en wordt doorsneden door een weg, rotonde en uitrit van de P-garage.

## Ontwikkelrichting/perspectief

Dit gebied zou zich moeten ontwikkelen tot het cluster voor dagelijkse boodschappen aan de westkant van het centrum. Daarmee vervult het ook de functie van 'wijkwinkelcentrum' voor bewoners van centraal Zeist. Trekker is de supermarkt, die wordt ondersteund door andere dagelijkse winkels. De aangrenzende weekmarkt versterkt dit karakter. Mogelijk willen dagelijkse winkels uit de Meester de Klerkstraat verplaatsen naar dit cluster. En een tweede supermarkt zou dit gebied kunnen versterken in haar dagelijkse functie.

## Propositie: DAILY WEST (A-2 ZONE)



# Daily West

## Opgave/functies:

- Versterken in de functie van cluster dagelijkse boodschappen
- Toevoeging van een nieuwe supermarkt wordt aangemoedigd, transformaties moeten uitblijven.

## Actiepunten

- Completeren dagelijkse mix (wellicht willen dagelijkse winkels in de wijkcentra hier een tweede vestiging)
- Mogelijk dagelijkse winkels uit Meester de Klerkstraat en 1<sup>e</sup> Hogeweg in deze richting verhuizen
- Non-food winkels die hier zitten verplaatsen richting Slotlaan/Emmaplein
- Duetz als vreemde eend in de bijt verleiden te verhuizen richting Slotlaan





# Voorheuveel/Marktpllein

## Wat is het nu?

De Voorheuveel/Markt is een onsamenvattend gebied met nadruk op cultuur (Klinker), niet dagelijkse winkels en diensten, rondom een grote open ruimte, de Markt. De Klinker is een massief gebouw wat het zicht ontnemt op de bewinkelingsdaarachter. Voorheuveel-Noord (gebiedsprofiel: specialty) is een perifeer gelegen verzameling doelgericht bezochte winkels en diensten.

## Ontwikkelrichting/perspectief

In het kader van een compacter winkelgebied is het wenselijk dat de winkels van Voorheuveel-Noord zuidwaarts verplaatsen, naar Voorheuveel / Markt. Voorheuveel-Noord kan dan stap voor stap transformeren richting woongebied. Dit zal een geleidelijk proces worden waarbij de winkelbestemming van een pand wordt afgehaald bij vertrek van een winkel.

Tegelijk kunnen de winkels met recreatief aanbod die nu in gebied Voorheuveel-Midden en Markt zitten (zoals sport, speelgoed, kleding), mogelijk verplaatsen naar Emmaplein of Slotlaan. Momenteel onderzoekt de gemeente hoe een cultuurcluster met in ieder geval KunstenHuis Idea goed in het gebied ingepast kan worden en betreft de visie van KunstenHuis Idea daarbij. Bij dit onderzoek wordt de samenleving betrokken. Een besluit over renovatie of nieuwbouw is nog niet genomen.

Deze ingreep zou de volgende voordelen brengen:

- Herstel van het zicht op de winkels achter de Klinker
- Nieuw, aantrekkelijk groot plein Voorheuveel, met horeca
- Markt grenst aan dagelijkse cluster Daily West
- Betere geleiding consumenten vanaf Emmaplein naar plein Voorheuveel

**Propositie: SPECIALTY EN CULTUUR (B-ZONE)**



# Voorheuvel/Marktpllein

## Opgave/functies:

- *Voorheuvel/Markt*: versterken in de functie van plein, met (dagelijkse) winkels, warenmarkt, cultuur en horeca
- *Voorheuvel-Noord*: transformatie naar wonen wordt gestimuleerd op de Voorheuvel-Noord, zodra ondernemers stoppen of verhuizen.

## Actiepunten

- Doelgericht bezochte winkels verplaatsen van Voorheuvel-Noord naar Voorheuvel/Markt
- Voorheuvel-Noord stap voor stap transformeren naar woongebied
- Winkels in mode en vrije tijd verplaatsen van Voorheuvel Midden naar Emmaplein en Slotlaan

# Slotlaan-Zuid en Walkartpark

## Wat is het nu?

Slotlaan-Zuid ligt in het verlengde van de Slotlaan-Midden en vormt de verbinding met Het Rond. Aan één zijde liggen winkels, die een doelgericht karakter hebben. Aan de overzijde ligt het Walkartpark.

## Ontwikkelrichting/perspectief

De Slotlaan-Zuid is de straat waar wat meer hoogwaardige, doelgerichte winkels, maar ook dienstverlening, kunnen gedijen. Sterk punt is de (auto-) bereikbaarheid en het parkeren. Enkele winkels zouden beter passen in het centrale winkelgebied. Het is ook de verbindingsweg tussen Het Rond en het Zeister kernwinkelgebied. Deze verbindingfunctie tussen historisch gebied Slot Zeist en winkelgebied Zeist moet beter worden benadrukt (met oa. bewegwijzering), zodat de cultuurbezoeker wordt verleid ook het winkelgebied te bezoeken.

Het Walkartpark ligt nu verscholen achter de 1<sup>e</sup> Hogeweg, hier ligt een kans om dit park méér bij het winkelgebied te trekken. Het park kan fungeren als (groene, verkoelende) rustplaats direct nabij het drukke kernwinkelgebied, waar men een koffie to-go drinkt en een broodje eet.

## Propositie: SPECIALTY (C-ZONE)



# Slotlaan-Zuid en Walkartpark

## Opgave/functies

- Consolideren (huidige functie behouden), doelgerichte winkels en diensten.
- Transformatie naar andere functies in de commerciële plint is uitgesloten.

## Actiepunten

- Verbinding beter vormgeven tussen cultuurzone en winkelzone
- Enkele winkels proberen te verplaatsen (zoals Top, Stumpf) naar de Slotlaan
- Onderzoeken hoe het Walkartpark nadrukkelijk op te nemen als rustpunt tijdens de winkeltrip



# Klassiek Zeist

## **Wat is het nu?**

Aan Het Rond liggen het gemeentehuis, theater Figi en enkele betere/traditionele restaurants en woningen. Het ligt tussen het kernwinkelgebied en het historische Slot Zeist. Ook grenst het aan het Walkartpark.

## **Ontwikkelrichting/perspectief**

In Zeist ontbreekt de traditionele kerk-marktplein-horeca setting, maar dit gebied kan prima worden gepositioneerd als het oude centrum van Zeist, waar cultuur, bestuur en klassieke horeca zijn geconcentreerd. Kenmerken zijn cultuurhistorie, statigheid en lommerrijk.

Via een goede routing en bewegwijzering kunnen bezoekers worden geattendeerd op de aanwezigheid van het winkelgebied, op 500 meter afstand. Het centrum kan zowel via Slotlaan-Zuid als via het Walkartpark worden bereikt.

**Propositie: KLASSIEK OF CULTUURHISTORISCH ZEIST (C-ZONE)**



# Klassiek Zeist

## Opgave/functies:

- Versterken van de cultuur-historische waarden
- Daarnaast beperkt dienstverlening of kantoorfuncties.

## Actiepunten

- Cultuurhistorische waarden in het gebied (gebouwen én structuren) extra benadrukken
- Meer groen, link met Walkartpark versterken
- Functie als 'stepping stone' tussen Slot Zeist en overig centrum versterken met goede bewegwijzering
- Twee mogelijke routes, via Slotlaan-Zuid en/of via Walkartpark



# Steynlaan

## Wat is het nu?

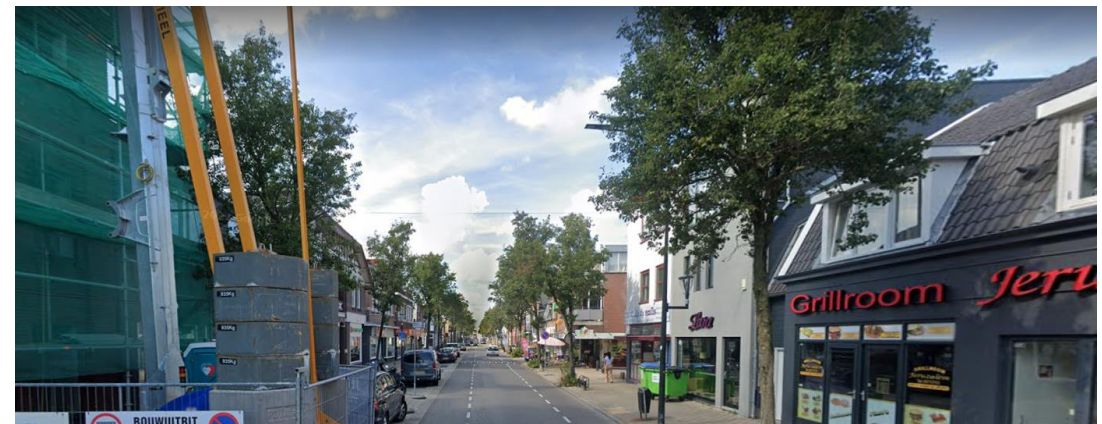
De Steynlaan is een typische aanloopstraat, met een mix van (deels laagwaardige) detailhandel, dienstverlening en horeca. De straat kent een hoge verkeersdruk. De straat behoort al langere tijd niet meer tot het kernwinkelgebied en ondergaat transformatie naar woningen.

## Ontwikkelrichting/perspectief

Het perspectief is verdere transformatie richting een woonstraat, met hooguit beperkt horeca en dienstverlening, gericht op starters op zoek naar goedkope ruimte.

De Action en Lidl die aan het westelijk uiteinde (Van Reenenweg) zijn gesitueerd, zouden goede aanvullingen zijn voor (de randen van) het kernwinkelgebied, bijvoorbeeld Daily West. Nadere verkenning van deze optie dient plaats te vinden.

## Propositie: WOONSTRAAT MET STARTERS (C-ZONE)





# Steynlaan

## **Opgave/functies:**

Woonstraat met beperkte dienstverlening t.b.v. starters

## **Actiepunten**

- Retail en horeca die dit wensen, proberen te verplaatsen naar A-2 zones kernwinkelgebied
- Inventariseren in hoeverre Lidl en Action interesse hebben om te verplaatsen
- Samenhang en cultuurhistorische waarden versterken





Dit rapport is met uiterste zorgvuldigheid tot stand gekomen op basis van deskundig onderzoek. Onderhavig rapport bevat een weergave en interpretatie van (delen van de) onderzoeksresultaten. Het is anderen toegestaan om (delen van) het rapport en gehanteerde methodieken en modellen te kopiëren, distribueren, vertonen, op te voeren zolang Ginder als maker van het werk wordt vermeld en het werk niet commercieel wordt gebruikt.

**Jan-Willem Speetjens**  
[j.w.speetjens@wijzijnginder.nl](mailto:j.w.speetjens@wijzijnginder.nl)

**Demi Karssen**  
[d.karssen@wijzijnginder.nl](mailto:d.karssen@wijzijnginder.nl)

Oktober 2023

 **GINDER**<sup>®</sup>  
komt het tot leven