



# Visie Bodegraven Centrum



Illustraties: Getekend Verslag / Norbert Vermeer  
[www.getekendverslag.nl](http://www.getekendverslag.nl)



# Inleiding

**Het centrum van Bodegraven heeft een belangrijke economische en maatschappelijke functie. Door de economische crisis moesten de afgelopen jaren diverse winkels de deuren sluiten en zijn woningbouwprojecten niet tot uitvoering gekomen. Dit heeft tot gevolg dat er leegstand is in het centrum en er op bepaalde locaties zelfs sprake is van verpaupering. De aantrekkelijkheid van het centrum is hierdoor afgenomen.**

Met het aantrekken van de economie ontstaan nieuwe kansen het centrum weer tot bloei te laten komen. De unieke historische bebouwing, de ligging aan de Oude Rijn en het brede aanbod aan voorzieningen maken dat het centrum van Bodegraven veel potentie heeft. Dit wordt door zowel ondernemers, inwoners als gemeente onderschreven. Om kansen te verzilveren zullen partijen intensiever met elkaar moeten samenwerken. Daarnaast is het van belang om keuzes te maken én aan deze keuzes durven vast te houden. Kiezen voor een compacter winkelgebied is één van de mogelijkheden om te komen tot een aantrekkelijker en toekomstbestendig centrum. In deze visie wordt geschetst hoe het centrum van Bodegraven er over een aantal jaar uit kan zien. Een visie alleen is echter niet voldoende. Daarom zal deze visie worden vertaald in een dynamische uitvoeringsagenda, waarin zowel acties voor de korte als middellange termijn zijn geformuleerd.

## Totstandkoming

Bij het opstellen van deze visie is gebruik gemaakt van input die is geleverd vanuit verschillende bronnen. De centrummanager die door de BOV is aangesteld heeft thematische werkgroepen opgericht om ideeën en plannen te genereren voor een aantrekkelijker centrum. De werkgroepen zijn breed ingevuld met ondernemers, pandeigenaren, ambtenaren en externe deskundigen. Inmiddels zijn de volgende werkgroepen actief:

1. Schoon, heel en veilig (Keurmerk Veilig Ondernemen - KVO)
2. Bereikbaarheid en parkeren
3. Branchering en leegstand
4. Dorpspromotie
5. Evenementen en activiteiten
6. Uitstraling en attractiviteit

De werkgroepen zijn aan de slag gegaan en hebben voorstellen gedaan voor verbeteringen binnen het centrum. Ook zijn er al verschillende plannen en initiatieven tot uitvoering gebracht. Een voorbeeld is de maandelijkse streekmarkt die sinds het voorjaar van 2016 wordt georganiseerd in de Kerkstraat.

In juni 2016 is door de gemeente een pop-up store geopend en een festival georganiseerd. Inwoners en bezoekers is hier de mogelijkheid geboden om hun ideeën over het centrum in te brengen. Veel ideeën zijn gevisualiseerd en er was ruimte voor discussie met elkaar.

Tot slot is er gebruik gemaakt van aanbevelingen uit een rapportage die is opgesteld door platform 'De Nieuwe Winkelstraat' (DNWS). Dit is een onafhankelijk kennisplatform op het gebied van de retailsector en winkelgebieden. Op initiatief van de lokale Rabobank is samen met deskundigen van DNWS, ondernemers en de gemeente het winkelgebied en de samenwerking geanalyseerd. Vervolgens is vanuit DNWS een advies geleverd voor Bodegraven-Centrum.



Beeld 1: Impressie van het festival

## Opbouw

Dit document bestaat uit twee delen. In deel A is de huidige staat van Bodegraven-Centrum uiteengezet aan de hand van de feitelijke staat en hoe het gebied wordt ervaren door de eigen inwoners. Dit vormt het belangrijke vertrekpunt voor verdere invulling van de visie en agenda. In deel B is via een aantal overkoepelende thema's aangegeven waar we naar toe willen werken in de komende jaren (de visie):

1. Winkelgebied
2. Verblijfskwaliteit
3. Organisatiestructuur

Per thema is in de visie aangegeven wat we willen bereiken. Vervolgens is ingegaan op hoe we het wensbeeld met elkaar gaan realiseren en welke acties hiervoor nodig zijn. Verschillende visualisaties geven suggesties voor de inrichting van het winkelgebied. Deze visualisaties zijn bedoeld als impressie hoe het wensbeeld kan worden ingevuld.





# Inhoudsopgave

<b>Deel A</b>	<b>HET VERTREKPUNT</b>	<b>7</b>
<b>Deel B</b>	<b>DE VISIE</b>	<b>11</b>
	1. Winkelgebied	12
	2. Verblijfskwaliteit	16
	3. Organisatiestructuur	24
<b>Bijlagen</b>	<b>Visualisaties ideeën bezoekers en inwoners</b>	<b>26</b>



## Deel A Het vertrekpunt

## De huidige staat van het centrum

Het centrum van Bodegraven is groter dan alleen het winkelgebied. In deze visie ligt de focus echter primair op de toekomst van het winkelgebied en directe omgeving. De huidige staat van het centrum is toegelicht aan de hand van een aantal categorieën: het winkelgebied, de kansen die er liggen en tot slot de organisatiestructuur.

### Het winkelgebied

Het winkelgebied van Bodegraven-Centrum is uitgestrekt en bestaat uit een noordelijk en zuidelijk gedeelte. De Oude Rijn vormt een natuurlijke barrière. Op dit moment is er één verbinding tussen deze twee gebieden. Kenmerkend voor het winkelgebied is dat het aantal grote winkelketens beperkt is en er veel kleine zelfstandige winkels te vinden zijn. Daarnaast is er relatief veel horeca gevestigd in en rondom het winkelgebied. In het zuidelijke deel van het centrum is er een supermarktcluster bestaande uit Albert Heijn en Aldi met hierbij een groot parkeerterrein. In het noordelijke deel is de Jumbo supermarkt gevestigd waar parkeergelegenheid is op het terrein ernaast, of in de aangrenzende parkeergarage.

Binnen het winkelgebied geldt een blauwe zone waar de maximale parkeertijd 1,5 uur bedraagt. Aan de randen van het centrum zijn diverse mogelijkheden voor lang parkeren. De laatste parkeermeting heeft in 2010 plaatsgevonden. Hierdoor zijn geen exacte actuele gegevens beschikbaar zijn over de bezettingsgraad. Wel komt in grote lijnen het volgende beeld naar voren: De binnen deze blauwe zone gelegen parkeergarage onder het Raadhuisplein kent een lage bezettingsgraad. De meeste automobilisten geven de voorkeur aan het parkeren op straatniveau. Ook het buiten de blauwe zone gelegen parkeerterrein achter de Sportlaan wordt relatief weinig gebruikt. De Oude Markt, ook buiten de blauwe zone gelegen, kent daarentegen een zeer hoge bezettingsgraad. In het centrum is één oplaadpaal voor elektrische auto's beschikbaar. Om fietsen te parkeren zijn er verspreid over het centrum diverse fietsenrekken beschikbaar. Toch worden veel fietsen buiten de rekken geparkeerd wat een rommelig aanzien geeft.

De openbare voorzieningen binnen het centrum zijn beperkt. Op enkele plaatsen staat een bankje waar bezoekers kunnen zitten. Het afgelopen jaar is de aankleding van het centrum aangepakt: tijdens de wintermaanden wordt nieuwe sfeerverlichting aangebracht en er hangen fleurige hanging baskets rondom de lantaarnpalen.

In de centrumvisie van 2010 is het winkelgebied als volgt gedefinieerd:

- Brugstraat
- Raadhuisplein
- Bouwsteeg
- Kerkstraat (tot de Oude Markt)
- Van Tolstraat
- Prins Hendrikstraat (tussen Wilhelminastraat en Willemstraat)

Ondanks het vaststellen van een winkelgebied hebben diverse ontwikkelingen plaatsgevonden op het gebied van horeca en detailhandel buiten het winkelgebied. In bepaalde gevallen is zelfs ontheffing verleend om deze ontwikkeling mogelijk te maken. Dit heeft er mede toe geleid dat de leegstand zich voor een groot





deel in het hart van het winkelgebied manifesteert (Kerkstraat, Brugstraat, Van Tolstraat). Ten opzichte van 2010 is de situatie voor de detailhandel verslechterd. Met name de afgelopen twee jaar zijn er veel ketens en zelfstandigen verdwenen. Ook in het Bodegraafse straatbeeld laat dit zijn sporen na. De leegstand in het centrum zal naar verwachting op enkele plaatsen een structureel probleem blijven. Het uitgestrekte gebied met daarin versnipperde leegstand zorgt ervoor dat het gebied onaantrekkelijk wordt om er te winkelen en tijd door te brengen.

Naast de feitelijke gegevens over het winkelgebied vormen de ervaringen van bezoekers en inwoners van het centrum ook een goede indicatie van de staat van het centrum. In deel B worden de meningen en ideeën weergegeven bij het betreffende thema. Al deze ideeën worden zijn waar mogelijk meegenomen in de uitwerking van de visie. Ook worden de suggesties in de verschillende werkgroepen neergelegd om er zo mogelijk uitvoering aan te geven.

## Kansen benutten

De belangrijkste doelgroep voor het centrum van Bodegraven bestaat uit de eigen inwoners. Zij brengen de meeste tijd door in het centrum. Dit wordt ondersteund door het meest recente Koopstromenonderzoek uit 2011. Tegelijkertijd is de koopkrachtbinding met eigen inwoners lager dan in vergelijkbare plaatsen. Mensen zijn relatief kort in het centrum en doen gericht boodschappen. Er ligt een uitdaging om het centrum van Bodegraven voor de eigen inwoners aantrekkelijk te maken. Alhoewel Bodegraven een mooi dorp is en zeker wat te bieden heeft aan mensen van buitenaf is het op dit moment niet aan te bevelen om de hoofdfocus op deze groep te richten. Vanuit het rapport van De Nieuwe Winkelstraat (DNWS) wordt om deze reden voor Bodegraven aanbevolen om het concept van Service & Shop verder gestalte te geven. Een gemakscentrum met karakter, een plek om wat langer naar toe te gaan. De Service & Shop typering brengt het huiskamergevoel voor de eigen inwoners; veel gemak, goede bereikbaarheid, comfort (bankjes, kindvriendelijk etc.) en allerlei diensten om het verblijf zo vertrouwd, comfortabel en gemakkelijk mogelijk te maken.

Naast de kansen die het concept van Service & Shop biedt voor Bodegraven kenmerkt het centrum zich door een aantal unieke elementen. Deze bieden kansen en kunnen beter benut worden. De Oude Rijn is hier een voorbeeld van. De ontwikkeling van de Rijnkadehaven is een uitgelezen mogelijkheid om dagtoeristen te binden. Ook een eventuele 4e Rijnbrug voor voetgangers biedt mogelijkheden. De Oude Rijn speelt dan een meer prominente rol en er kan een rondje winkelen worden gecreëerd die de winkelbeleving kan versterken.

Het plein op de Oude Markt rondom de kerk heeft karakteristieke kenmerken en een historisch karakter. Om deze eigenschappen van het plein beter te benutten is een andere invulling wenselijk. Ook het Raadhuisplein kan op een andere manier worden ingericht, waardoor het beter aansluit bij de wensen van het winkelend publiek.

In de nieuwste woningbouwprognoses van de provincies blijkt dat de behoefte aan woningen in Bodegraven-Reeuwijk sterk is gegroeid ten opzichte van een aantal jaar geleden. Hiermee ontstaat ruimte om (voormalige) winkelpanden om te zetten naar woningen. Pandeigenaren wordt daarmee een perspectief geboden voor een nieuwe invulling. Dit is met name buiten het winkelgebied van belang.

## De organisatiestructuur

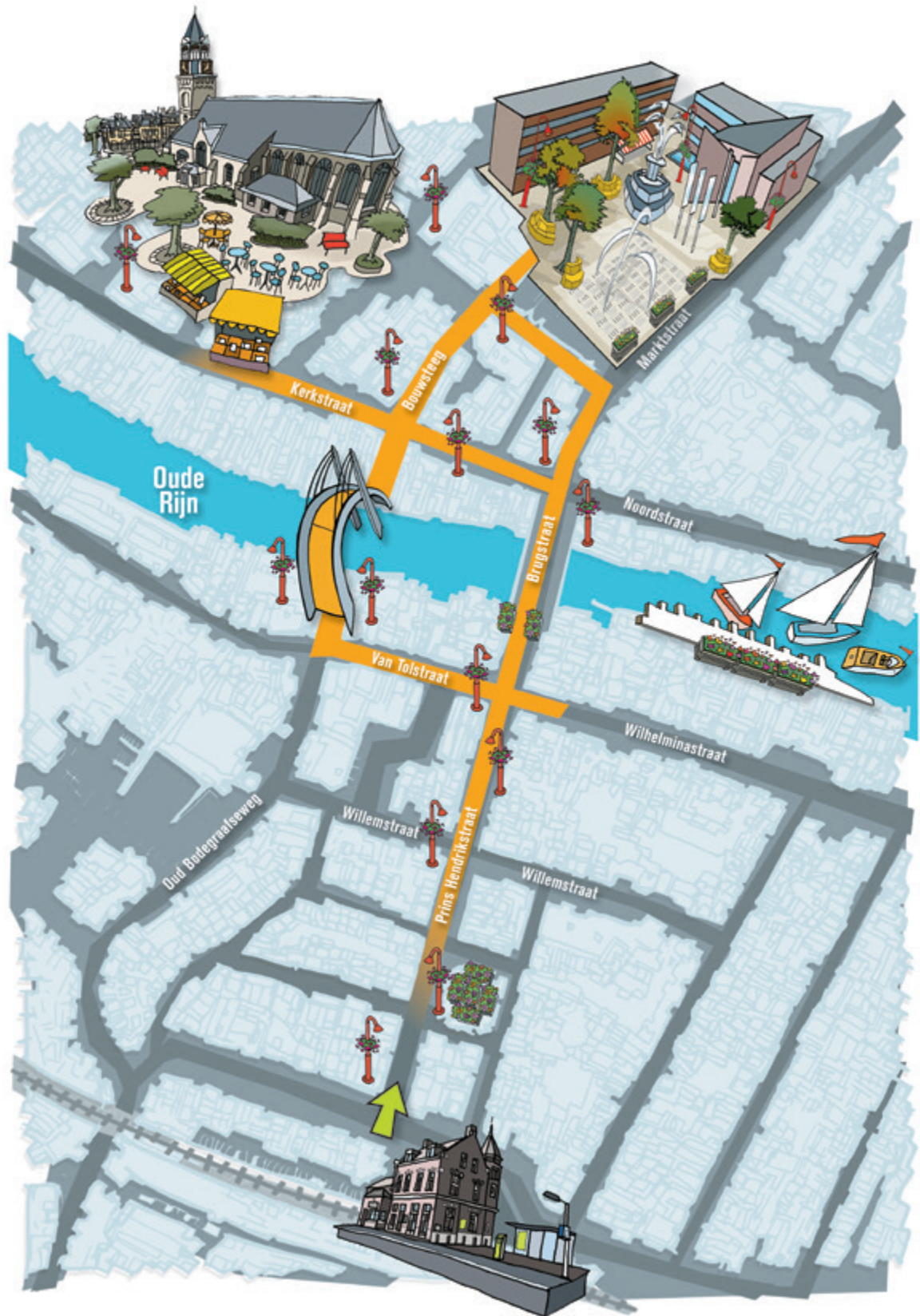
Het benutten van kansen en het aanpakken van het centrum kan uitsluitend als alle partners hier de schouders onder zetten. Het afgelopen jaar is veel gebeurd in het centrum om stappen vooruit te kunnen zetten. Door de komst van het Ondernemersfonds was het voor de BOV mogelijk een centrummanager aan te stellen. Deze centrummanager is aanjager geweest van een aantal zichtbare initiatieven. De hanging baskets met kleurrijke bloemen, de feestverlichting en de streekmarkt zijn georganiseerd en met waardering ontvangen door het publiek. Ook is er meer structuur in de samenwerking tussen gemeente en ondernemers. De kanteling binnen de gemeentelijke organisatie heeft ertoe geleid dat de lijnen kort en informeel zijn. Verzoeken en vragen worden meer in samenhang met verschillende disciplines behandeld. Hierdoor ontstaat meer vertrouwen, de mogelijkheid tot het maken van snelle afspraken en het scherp krijgen wie waarvoor verantwoordelijk is.

Naast gemeente en ondernemers zijn ook vastgoedeigenaren belangrijke stakeholders in het centrum. Deze vastgoedeigenaren voeren als collectief op dit moment echter nog geen overleg met de BOV en gemeente. Hierdoor kan op sommige onderdelen onvoldoende worden doorgepakt, zoals bij de aanpak van leegstand en het onderhoud van panden.



## Deel B De visie

# 1 Winkelgebied



Beeld 2: Overzichttekening visie winkelgebied Bodegraven-centrum



## Inleiding

Om te komen tot een aantrekkelijk en economisch vitaal centrum is het wenselijk de juiste functies op de juiste plek te realiseren. Dit betekent winkels zoveel mogelijk concentreren in het winkelgebied en daarnaast het omzetten van (voormalige) winkelpanden naar woningen of andere binnen het gebied passende functies. De rol van de gemeente is het bieden van duidelijke kaders zodat ondernemers en pandeigenaren gericht tot plannen kunnen komen die bijdragen aan een aantrekkelijk en economisch vitaal centrum. Hiermee moet leegstand en verpaupering worden bestreden en in de toekomst worden voorkomen.

## Waar gaan we naar toe?

1. Een compact en kleinschalig winkelgebied zonder leegstand en verpaupering (zie beeld 2);
2. Een transformatie van winkels naar woningen, of andere passende bestemmingen buiten het winkelgebied;
3. Een centrum waarbij de woonfunctie en winkelfunctie elkaar versterken en in goede balans zijn.

## Grenzen winkelgebied

### Wat vinden de bezoekers?

'Winkels liggen te versnipperd door het centrum van Bodegraven en moeten meer geconcentreerd worden.'

'Het is op dit moment niet duidelijk waar het winkelgebied begint en eindigt.'

Er is geen aanleiding om de grenzen van het winkelgebied aan te passen, zoals deze zijn bepaald in 2010. Wel moeten we ons houden aan deze grenzen, zodat versnippering en leegstand wordt voorkomen. Door deze grenzen te hanteren wordt een compact en aaneengesloten winkelgebied mogelijk gemaakt. Dit betekent keuzes maken en hieraan vasthouden. Vooral buiten het winkelgebied is het van belang geen medewerking meer te verlenen aan de vestiging van nieuwe winkels. Dit draagt bij aan de doelstelling om winkels binnen het winkelgebied meer te concentreren. Buiten het winkelgebied worden (voormalige) winkelpanden naar woningen of andere binnen het gebied passende functies omgezet. Bestaande winkels buiten het winkelgebied mogen op de huidige locatie gevestigd blijven. Het is echter niet wenselijk dat hier een nieuwe winkel voor in de plaats komt. Wel zal de gemeente winkeliers die hun bedrijf naar het winkelgebied willen verplaatsen faciliteren door eventuele obstakels weg te nemen. Voor horeca gelden minder strakke grenzen, omdat hier sprake is van maatwerk. Met name daghoreca binnen het winkelgebied zal worden gefaciliteerd omdat het de detailhandel kan versterken. Overige horeca kan ook prima buiten het winkelgebied gesitueerd zijn omdat deze de detailhandel minder versterkt. Daarbij kunnen bepaalde locaties zoals bijvoorbeeld molen De Arkduif zich goed lenen voor horecafuncties gezien het bijzondere karakter. In zijn totaliteit ontstaat er op termijn een logischere indeling van de functies binnen het centrum en meer onderlinge versterking van winkels dan (dag)horeca.

Ontwikkelingen binnen het centrum zijn maatwerk, waarbij het uitgangspunt is dat de ontwikkeling passend wordt geacht en per saldo een verbetering betekent voor het centrum. Om deze reden worden binnen deze visie vooraf geen kaders gesteld waaraan een ontwikkeling moet voldoen. Dit betekent dat bijvoorbeeld niet wordt uitgesloten dat een winkel geen extra verdieping mag hebben.

Binnen het voorgestelde winkelgebied is voorgesteld op een extra verbinding tussen de Kerkstraat en Van Tolstraat. Deze ontwikkeling beoogt meer 'loop' te krijgen in het winkelgebied en een 'rondje winkelen' te creëren. De extra verbinding wordt dan ook van groot belang geacht om te komen tot een vitaal en aantrekkelijk winkelgebied. De overige voorstellen uit de centrumvisie staan hier in zoverre los van de dat deze ook zonder de extra verbinding kunnen worden gerealiseerd.



Beeld 3: Het winkelgebied uitgelicht

## Realiseren van woningen in het centrum

### Wat vinden de bezoekers en omwonenden?

‘Meer woningen in het centrum kunnen bijdragen aan de levendigheid.’

‘De afgelopen jaren is het gevoel van overlast en onveiligheid toegenomen. Er moet geen kamerbewoning bijkomen in het centrum.’



Voldoende woningen in het centrum dragen bij aan een beter verblijfsklimaat. Zeker wanneer de winkels gesloten zijn. Binnen het winkelgebied kunnen woningen in bepaalde gevallen ook bijdragen aan een aantrekkelijker centrum. Echter uitsluitend op de verdieping en niet op de voor detailhandel bedoelde begane grond. Van belang is te constateren dat nieuwe woningen ook voor overlast kunnen zorgen. Met name bij kamerbewoning wordt door diverse bewoners van het centrum overlast ervaren. Om de leefbaarheid en veiligheid in het centrum te verbeteren is het daarom wenselijk met elkaar uitgangspunten te formuleren voor wonen in het centrum. Dit geeft duidelijkheid voor alle partijen en biedt heldere kaders voor woonontwikkeling binnen het centrum. Daarnaast is het essentieel om handhavend op treden tegen illegale (kamer)bewoning.

## Aantrekken nieuwe ondernemers

### Wat vinden de bezoekers?

'We missen aanbod aan (sport)kledingwinkels, schoenenwinkels, speciaalzaakjes en budget shops. Hierdoor stappen we sneller over naar een ander winkelcentrum in de buurt.'

De BOV en de centrummanager zijn belangrijke partners om ondernemers en ketens te verleiden een vestiging in Bodegraven te openen. De rol van de gemeente is vervolgens faciliterend en om eventuele opstakels weg te nemen. De bestaande werkgroep leegstand en branchering zal zich hiervoor inzetten.

## Transformatie

Een belangrijk spoor om te komen tot een compacter winkelgebied is samen met ondernemers en vastgoedeigenaren in te zetten op verplaatsing van winkels. Het gaat dan om verplaatsing van buiten het winkelgebied naar hierbinnen. De rol van de gemeente is hierbij van wezenlijk belang. Dit kan in de faciliterende rol zijn door eventuele obstakels voor ondernemers weg te nemen. Daarbij is het van belang om geen rigide kaders te stellen. Zoals hiervoor al benoemd is het verplaatsen van winkels of horeca naar het centrum maatwerk. Om te komen tot concrete resultaten worden de volgende instrumenten ingezet:

### Leegstandsverordening

Wanneer pandeigenaren onvoldoende actief zijn in het tegengaan van (langdurige) leegstand met onder andere verpaupering als gevolg kan een leegstandsverordening uitkomst bieden. De leegstandsverordening verplicht eigenaren en gemeente om 2x per jaar met elkaar in gesprek te gaan over de leegstand. Wanneer de gesprekken niets opleveren en er geen vooruitgang wordt geboekt kan de gemeente eigenaren dwingen aanpassingen te verrichten en huurders voordragen. Bij het structureel niet meewerken door een eigenaar kan in het uiterste geval een boete worden opgelegd.

### Bestemmingsplan/herbestemmen

Om resultaat te bereiken zal de gemeente toekomstige leegstaande panden buiten het winkelgebied met een detailhandelsbestemming herbestemmen naar een andere passende functie. Zo wordt voorkomen dat nieuwe detailhandel zich buiten het winkelgebied vestigt. Per casus worden de mogelijkheden in kaart gebracht voor nieuwe functies of ontwikkelingen. Dit is maatwerk en telkens moet worden onderzocht op welke wijze de eigenaar gefaciliteerd kan worden. Belangrijk hierin is een flexibele opstelling en het bieden van reëel perspectief voor een pandeigenaar. Het gesprek aangaan met een pandeigenaar vormt hierbij de basis. De start van een Dorps Ontwikkel Maatschappij (DOM) kan een belangrijke rol spelen bij langdurige situaties waarin geen vooruitgang wordt geboekt. Ook instrumenten als stedelijke herverkaveling kunnen mogelijk worden ingezet om het gewenste resultaat te bereiken.

## 2 Verblijfskwaliteit

### Inleiding

Zoals in deel A is beschreven zijn er kansen voor Bodegraven om het concept Service & Shop verder gestalte te geven. Het Service & Shop concept dient als belangrijk uitgangspunt om invulling te geven aan de inrichting van de openbare ruimte. Dit komt onder andere tot uiting bij de invulling van openbare voorzieningen binnen het winkelgebied, maar ook bij de service die individuele ondernemers bieden. Verder liggen er kansen om het Raadhuisplein, de Oude Markt en de Oude Rijn anders en beter te benutten. Het parkeren binnen het centrum en de bereikbaarheid hiervan maken ook onderdeel uit van de verblijfskwaliteit. Ook hierin liggen kansen voor verbetering.

### Waar gaan we naar toe?

1. Een shop en service gericht winkelgebied gericht op optimale voorzieningen voor de bezoeker;
2. Een meer beleefbare Oude Rijn, door:
  - de gerealiseerde Rijkadehaven;
  - de gerealiseerde 4e Rijnbrug.
3. Het Raadhuisplein is een gezellig plein om te verblijven met een icoon waar de inwoners trots op zijn;
4. De Oude Markt is autovrij en een plein van ontmoeting binnen een karakteristieke uitstraling;
5. Er is een duidelijke toegang tot het winkelgebied vanuit zuidelijke richting;
6. Parkeren in het centrum is eenvoudig voor bezoekers en bewoners en de capaciteit is optimaal benut.

### Openbare ruimte

Om de kwaliteit van de openbare ruimte te verbeteren is op verschillende onderdelen actie nodig.

#### Service & Shop

##### Wat vinden de bezoekers?

'We missen voldoende bankjes, een openbaar toilet en speelvoorzieningen voor kinderen.'

'De 'hanging baskets' met bloemen aan lantaarnpalen en de sfeerverlichting zijn echt een verbetering.'

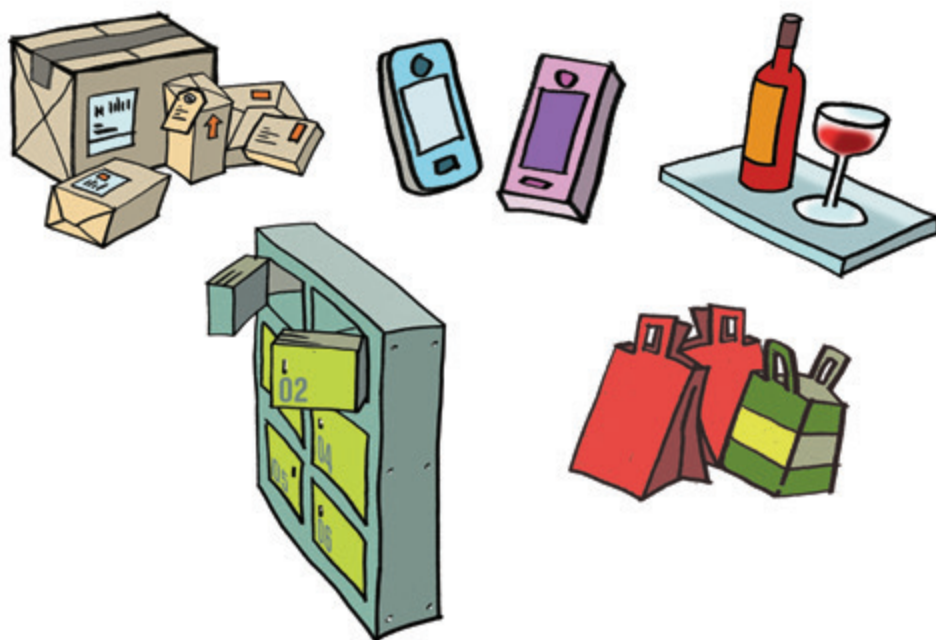
'De muurschildering aan de Nutspassage is een mooie toevoeging. Wellicht is de grijze muur bij de entree van het Evertshuis ook een mooie locatie voor een muurschildering om de historie van Bodegraven zichtbaar te maken.'

'Het beter zichtbaar maken van de Limes en het Castellum zijn een kans om het centrum aantrekkelijker te maken.'

Het winkelgebied moet zich vooral focussen op de eigen inwoners. Er wordt daarom ingezet op optimale service en gemak voor de bezoekers. Dit gaat verder dan goed bereikbaar zijn en het bieden van voldoende parkeergelegenheid. De aanbeveling vanuit DNWS om het winkelgebied in te richten op het service & shop concept wordt daarom overgenomen.







Beeld 4: Voorbeelden behorende bij het shop en service concept

Het Service & Shop concept is erop gericht bezoekers van het winkelgebied zo optimaal mogelijk te bedienen. Een centrum met veel gemak, goede bereikbaarheid, vertrouwdheid, comfort (bankjes, kindvriendelijk etc.) en allerlei aanvullende diensten. Binnen het centrum worden openbare voorzieningen gemist die het Shop & Service concept ondersteunen. Denk hierbij niet alleen aan voorzieningen zoals voldoende bankjes en een openbaar toilet (mede met het oog op ontwikkeling Rijnkadehaven). Het niveau moet echt omhoog door voorzieningen aan te bieden als bijvoorbeeld, kluisjes, centraal afhaalpunt voor online bestellingen, (interactieve) plattegrond, kidszone, gratis wifi, telefoonoplaadpunt, personal shoppers etc. In samenwerking met de ondernemersvereniging moet onderzocht worden welke voorzieningen haalbaar en wenselijk zijn. Het uitrollen van dit winkelconcept vormt een belangrijke en moeilijke opgave voor de toekomst. De uitrol zal stapsgewijs plaatsvinden en moeten aansluiten op beleving en wensen van bezoekers.

#### Schoon, heel en veilig

##### Wat vinden de bezoekers?

'Er is sprake van achterstallig onderhoud en panden en luifels worden onvoldoende schoongemaakt.'

'Braakliggende terreinen zoals de Vierkom en Molenzicht zijn geen visitekaartje voor het centrum. Waarom geen tijdelijke herinrichting van terreinen en gebouwen om het aanzicht te verbeteren?'

'Met een rolstoel of kinderwagen lopen we tegen (te) veel obstakels aan.'

De openbare ruimte moet schoon, heel en veilig zijn. Het winkelgebied van Bodegraven is het visitekaartje van het dorp en daarom moet de openbare ruimte optimale aandacht krijgen bij het onderhoud. Tegelijkertijd hebben pandeigenaren ook een grote verantwoordelijkheid bij het onderhouden van panden en luifels.

In het kader van social return zou via Ferm Werk een onderhoudsman aanwezig kunnen worden die vervuiling aanpakt en noodzakelijk klein onderhoud kan verrichten. Eventuele obstakels voor minder validen, of mensen met een kinderwagen worden weggehaald, zodat het winkelgebied optimaal toegankelijk is voor alle bezoekers.

## De Oude Rijn

De Oude Rijn is uniek binnen het winkelgebied van Bodegraven. Om de beleving van dit water beter te benutten liggen er twee kansen: Het aanleggen van een vierde brug en de ontwikkeling van de Rijnkadehaven.

### 4e Rijnbrug

#### Wat vinden de bezoekers en omwonenden?

‘Een 4e Rijnbrug is echt een leuke en handige toevoeging voor het winkelrondje.’

‘Als omwonende ben ik bang voor overlast, omdat dit een nieuwe hangplek kan worden. Ook raken wij onze privacy kwijt.’

Om een gewenst ‘rondje winkelen’ te creëren en de Oude Rijn beter te benutten kan een 4e Rijnbrug worden aangelegd tussen de Van Tolstraat en Kerkstraat. Deze brug is uitsluitend bestemd voor voetgangers. Op deze manier kunnen bezoekers ongestoord hun winkelrondje lopen. Overlast voor omwonenden wordt tot een minimum beperkt. Vanuit een eerste quick-scan blijkt dat er mogelijkheden zijn om de brug te realiseren. Om een goed beeld te vormen van onder andere de beheerskosten en de relatie met de omgeving is een nader onderzoek gewenst. Dit vindt plaats in nauw overleg met de direct omwonenden.



Beeld 5: Visualisatie 4e Rijnbrug



## Rijnkadehaven

De Rijnkade vormt de toegang tot het centrum vanaf de Oude Rijn en is als zodanig dé poort voor de bezoekers die via het water in Bodegraven aankomen. De Rijnkadehaven krijgt de uitstraling van een kleine boulevard. De aanlegfaciliteiten met Limeskenmerken zorgen voor de verbinding met de historie van Bodegraven. De herinrichting voor het parkeren door bewoners en de veiligheid van de fietsers zal met hulp van bankjes, bloembakken en bijzondere elementen in het straatwerk ook de verblijfsfunctie faciliteren. Hiermee zal het ook de aandacht trekken van de voorbijganger/bezoeker van het centrum.



Beeld 6: Visualisatie Rijnkadehaven met aanlegsteigers

## Raadhuisplein

### Wat vinden de bezoekers?

‘Het Raadhuisplein is kil en ongezellig doordeweeks. Het muziekpaviljoen heeft weinig uitstraling en is niet van toegevoegde waarde.’

‘Het plein is ideaal voor evenementen en de weekmarkt.’

‘Waarom zijn er niet meer speelvoorzieningen voor kinderen? Bovendien missen we een icoon, zoals een fontein, kunstwerk of attractie.’

‘We missen leuke terrasjes in de zon. Dat kan zoveel gezelligheid geven.’

Het Raadhuisplein is gezien de ligging en omvang het enige plein binnen het centrum van Bodegraven dat geschikt is voor grotere evenementen. Het plein wordt hierop ingericht. Om het plein een gezelligere uitstraling te geven waar mensen kunnen verblijven wordt het meer aangekleed met bankjes, mobiele plantenbakken en bijvoorbeeld een grondfontein voor kinderen. Ook het faciliteren van een extra terras past binnen deze ontwikkelrichting. Standplaatsen op vrijdag en zaterdag krijgen een vaste opstelling aangeboden waarbinnen evenementen altijd plaats kunnen vinden. Tevens gelden er (strengere) kwaliteitseisen aan de standplaatsen om deze qua beleving beter te laten aansluiten op het plein. Om een gevoel van trots te creëren wordt een icoon geplaatst, zoals een grote fontein, kunstwerk of een attractie. Het muziekpaviljoen wordt verplaatst naar een andere locatie. Het plein biedt de mogelijkheid om te verblijven door het plaatsen van bankjes rondom de bomen. Het icoon, de weekmarkt of een evenement, er is altijd wat te zien en te beleven.



Beeld 7:  
Visualisatie Raadhuisplein met bankjes en een 'icoon'

## Plein Oude Markt

### Wat vinden de bezoekers en omwonenden?

'Het plein is prachtig en het is zo zonde dat er nu alleen geparkeerd kan worden. De historische en karakteristieke waarde gaat zo verloren. Er zou veel levendigheid moeten zijn op dit plein.'

'Nu heb ik nog een parkeerplek voor de deur en woon ik rustig, straks zit ik in de herrie en ben ik mijn parkeerplek kwijt. De parkeerdruk is al zo hoog in de omgeving.'



Naast het moderne Raadhuisplein heeft Bodegraven ook een historisch plein aan de Oude Markt bij de dorpskerk. Het plein wordt weer een plek van ontmoeting voor inwoners en bezoekers. Daarom worden er bankjes geplaatst, is er ruimte voor activiteiten (zoals een streekmarkt) en kan de rond het plein gevestigde horeca hier een (klein) terras vestigen. Om de karakteristieke kenmerken van het plein goed te accentueren wordt het plein autovrij gemaakt. Daarnaast is er meer ruimte voor groen. Dit vindt plaats in nauw overleg met de direct omwonenden.

De Oude Markt wordt nadrukkelijk meer in verbinding gebracht met de Kerkstraat door aanpassing van de bestrating. Hiermee wordt het winkelend publiek meer uitgenodigd om naar de Oude Markt te komen. Voor de (middel)lange termijn is ook het terug verplaatsen van de weekmarkt (en standplaatsen) naar de Oude Markt een mogelijkheid. De mogelijkheid en wenselijkheid hiervan dient nader onderzocht te worden. Bewoners rondom het plein moeten een prettige woonomgeving behouden met zo min mogelijk overlast. Daarom wordt de Oude Markt hoofdzakelijk ingericht op dagrecreatie. Dit betekent dat evenementen in de avond net als nu plaatsvinden op het Raadhuisplein. Daarnaast moeten kerkelijke activiteiten in goede harmonie plaatsvinden met activiteiten op het plein. Tot slot dienen er voldoende parkeerfaciliteiten voor bewoners te zijn in de (directe) omgeving van het plein zonder dat de parkeerdruk te hoog is.



Beeld 8:  
Visualisatie Oude Markt, autovrij en  
een plek van ontmoeting

## Parkeren en bereikbaarheid

### Wat vinden de bezoekers?

‘Als je het station uitkomt weet je als onbekende totaal niet waar het centrum is en wordt je een woonwijk ingeleid.’

‘Als je met de auto komt vanaf de Goudseweg is het zo onnatuurlijk om de Burgemeester Le Coultrestraat in te rijden om bij het centrum te komen. Het is een vreemde kruising.’

‘Parkeerplaatsen moeten veel beter benut worden, want de garage is vaak leeg.’

‘Dat we nog gratis kunnen parkeren is een grote plus. Om wat langer te blijven in het centrum is 1,5 uur parkeren wel erg kort.’

‘Al die fietsen in het centrum blokkeren de doorgang en geven een rommelig gezicht.’

De belangrijkste doelgroep van het winkelgebied zijn de eigen inwoners. Het is daarom belangrijk om het gebruik van de fiets te stimuleren. Er moeten ruime faciliteiten zijn op logische plaatsen om fietsen te stallen. Hierbij moeten ook voldoende oplaadpunten voor elektrische fietsen worden gerealiseerd om het gebruik van duurzaam vervoer te stimuleren.

De auto blijft een belangrijk vervoermiddel voor bezoekers van het winkelgebied. Om ook deze bezoekers een optimale service te kunnen bieden zullen de faciliteiten voor auto's ook van een goed niveau moeten zijn. De verwijzingen naar parkeergelegenheden moeten duidelijk zijn en de routes hier naar toe zo kort mogelijk. Het onnodig en inefficiënt door het winkelgebied rijden van auto's dient voorkomen te worden. De beschikbare capaciteit voor het parkeren van auto's binnen het centrum moet efficiënter worden gebruikt. Dit betekent een betere verdeling van de auto's op de aangewezen plekken, waardoor de lege parkeergarage en overvolle parkeerplaatsen buiten tot het verleden behoren.

Voor fietsers en voetgangers is de Prins Hendrikstraat de natuurlijke ingang van het winkelgebied. Bezoekers merken direct dat zij het winkelgebied ingaan en voelen zich uitgenodigd om hier te verblijven. De openbare ruimte wordt vanaf het stationsplein hierop ingericht ('de rode loper'). Nader onderzocht dient te worden of de Prins Hendrikstraat ook voor auto's de meest logische toegangsweg is.

Om concreet uitvoering te geven aan bovenstaande visie op het gebied van parkeren en bereikbaarheid wordt een onderzoek uitgevoerd. De uitkomsten van dit onderzoek bieden de basis voor concrete uitvoeringsmaatregelen. Voor de beoogde nieuwe situatie worden de volgende uitgangspunten gehanteerd:

- Er is een herkenbare, korte en snelle route richting het centrum voor al het verkeer
- De routes richting het centrum zijn uitnodigend voor voetgangers en fietsers
- Het stimuleren van fietsgebruik naar het centrum toe (meer capaciteit op de juiste plaats) wordt gestimuleerd



- Parkeerplaatsen voor auto's zijn goed vindbaar en makkelijk bereikbaar (niet omrijden in het centrum)
- Het huidige aantal parkeerplaatsen in het centrumgebied wordt behouden
- De bezettingsgraad binnen het centrumgebied is op geen enkel terrein hoger dan 90%
- De Oude Markt wordt autovrij gemaakt
- De capaciteit in de parkeergarage onder het Raadhuisplein wordt beter benut
- Het winkelend publiek wordt uitgenodigd om langer te verblijven
- De 'lang parkeerplekken' aan de randen van het centrum worden beter benut (bijv. terrein achter de Sportlaan)



Beeld 9: Visualisatie Prins Hendrikstraat als rode loper voor het centrum (de ingang)

## 3 Organisatiestructuur

### Inleiding

Een goede samenwerking tussen gemeente, ondernemers en vastgoedeigenaren is een randvoorwaarde om gestelde doelen te verwezenlijken. Binnen het centrum zijn er belangen van ondernemers, vastgoedeigenaren, bewoners van het centrum en gemeente. Om alle partijen een stem te geven in de ontwikkeling en uitvoering is het belangrijk om een goede organisatiestructuur neer te zetten. Vanuit deze structuur kunnen belangen een plek krijgen en kunnen we met elkaar acties uitvoeren en continuïteit waarborgen.

### Waar gaan we naar toe?

1. Een delegatie van vastgoedeigenaren is vertegenwoordigd in een gezamenlijk platform en vormen een vaste gesprekspartner voor gemeente en BOV;
2. Er is een overlegstructuur (stuurgroep) voor het winkelgebied opgericht. Daarin worden de belangen van gemeente, BOV, horeca, vastgoedplatform en bewoners gewaarborgd;
3. Bodegraven heeft zijn eigen centrummanager gefinancierd vanuit het Ondernemersfonds (BOV) en de gemeente;
4. Een winkelgebied waarbinnen ruimte is om te experimenteren met wet- en regelgeving ter stimulering van het ondernemersklimaat.

### Platform vastgoedeigenaren

Door het oprichten van een vastgoedplatform kan een aanspreekpunt worden gevormd voor andere partijen en kan belangenvertegenwoordiging plaatsvinden. De aanpak van leegstand, het voorkomen van verpaupering, het structurele onderhoud van panden en het stimuleren van nieuwe initiatieven kan van hieruit worden opgepakt.

### Stuurgroep Bodegraven-centrum

Om de aanpak van het centrum te professionaliseren en de continuïteit te waarborgen wordt een stuurgroep opgericht. Deze stuurgroep geeft strategisch richting aan de ontwikkeling van het centrum en gaat ook casusgericht te werk bij de aanpak van leegstand. Deelnemers aan deze stuurgroep zijn BOV, horeca, vastgoedeigenaren en gemeente.

### Centrummanagement

Om het gezamenlijk belang te benadrukken, invloed uit te oefenen en een onafhankelijke positie te creëren (boven de partijen) draagt de gemeente structureel bij aan het centrummanagement. Hiermee kan tevens de continuïteit worden gewaarborgd.

#### Wat vinden de bezoekers?

‘Het is onduidelijk wanneer winkels open zijn. Veel ondernemers hanteren andere sluitingstijden en bij de koopzondagen zijn maar een paar winkels open.’

Ook ligt er een belangrijke opgave voor de centrummanager om ondernemers meer als collectief te laten optreden. Denk hierbij aan eenduidige openingstijden en (sfeer)acties om eenheid uit te stralen.





## Experimenteren

### **Wat vinden de bezoekers?**

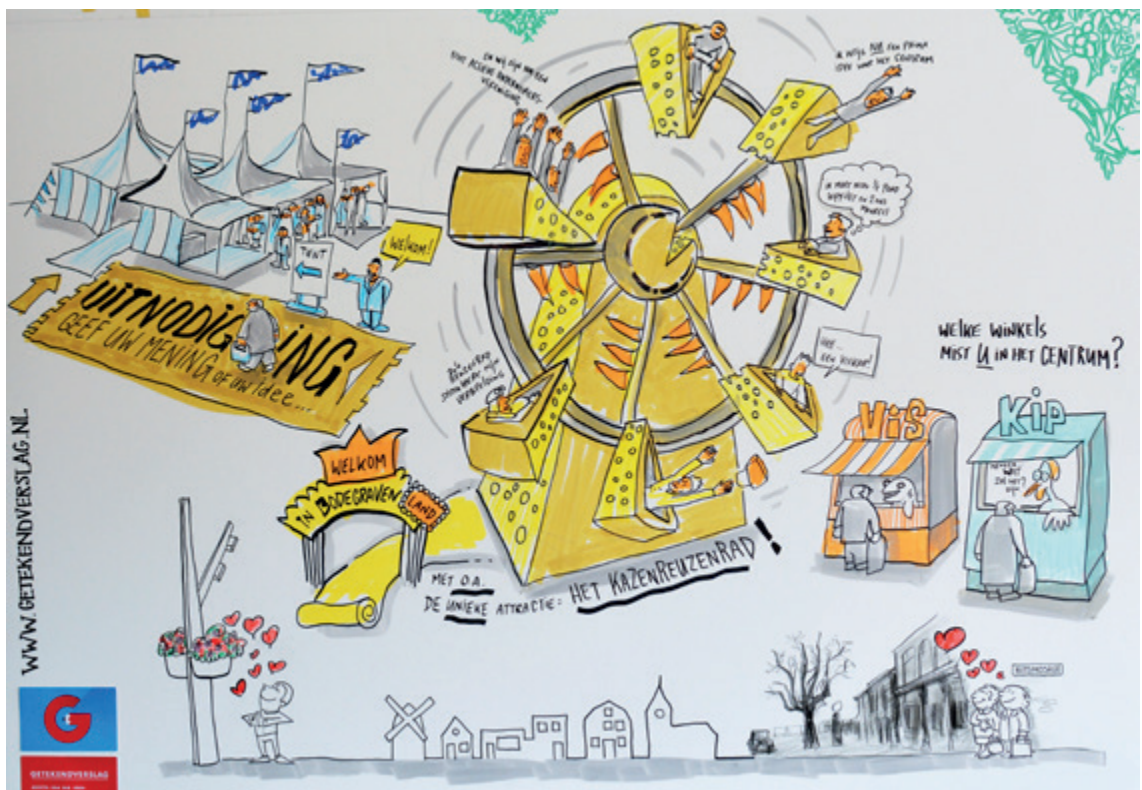
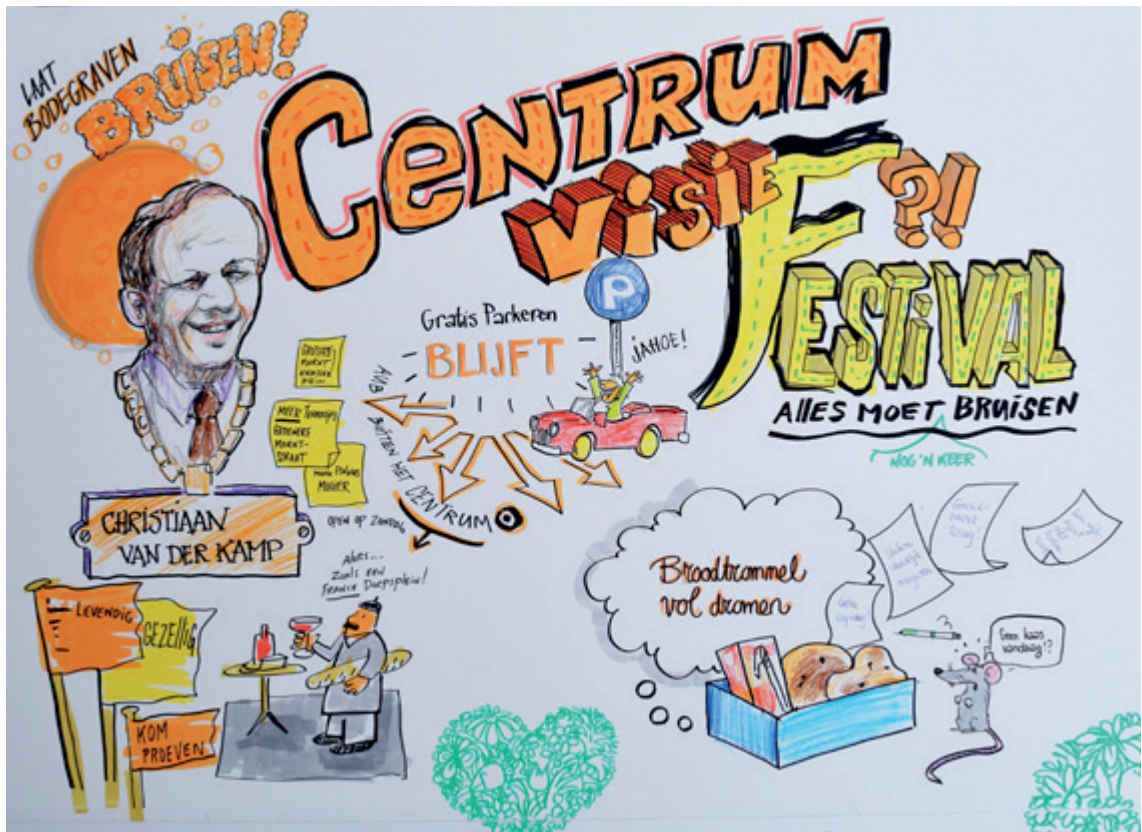
'Pop-up shops, of tijdelijke invulling van panden en etalages zouden echt een verbetering zijn.'

Om impasses te doorbreken en nieuwe initiatieven de kans te geven is het wenselijk te experimenteren met wet- en regelgeving. Bijvoorbeeld het inrichten van een leegstaande winkel als pop-up restaurant, of museum. Ondernemers hebben hierin het initiatief om de gemeente te benaderen. De gemeente denkt mee met ondernemers in mogelijkheden en zoekt hierin bewust maximale speelruimte als zij hiertoe een verzoek indienen. Om voorop te lopen als gemeente en het ondernemersklimaat een 'boost' te geven neemt de gemeente deel aan de Retailagenda<sup>1</sup>. Vanuit dit initiatief kan gebruik worden gemaakt van expertise bij andere gemeenten en provincies. Bovendien kan worden aangehaakt bij (landelijke) experimenten die lopen om het ondernemersklimaat te stimuleren.

1. Initiatief van het ministerie van Economische Zaken om de retail toekomstbestendig te maken in samenwerking met alle stakeholders.

# Bijlagen

## Visualisaties ideeën bezoekers en inwoners















Gemeente



**Bodegraven Reeuwijk**

[www.bodegraven-reeuwijk.nl](http://www.bodegraven-reeuwijk.nl)