Toekomstbestendig Centrum Steenbergen

Strategie Compact centrum Steenbergen

BRO
Ruimte | om in te leven

Colofon

Titel rapport
Toekomstbestendig centrum Steenbergen

Datum
Oktober 2021

Projectnummer
P04030

BRO
Projectleider
FW
Projectteam
MD

Bron Kaft
ONS Steenbergen

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

Ruimte | om *in* te leven

Inhoudsopgave

1 Inleiding **3**
1.1 Aanleiding 3
1.2 Vraagstelling & doelstelling 3
1.3 Proces 3
1.4 Leeswijzer 3

2 Analyse **4**
2.1 Inleiding 4
2.2 Aanbodanalyse 4
2.3 Ruimtelijke analyse 8
2.4 Trends 9
2.5 SWOT-analyse 10

3 Visie **11**
3.1 Inleiding 11
3.2 Ambitie en opgaven 11
3.3 Programma 12
3.4 Visiekaart 14

4 Stappenplan **17**
4.1 Stappen 17

Bijlage 1: Resultaten enquête

1 Inleiding

1.1 Aanleiding

Vitaal hart van de stad met sterke toekomstpoorten
Steenbergen wenst een toekomstbestendig en compact centrum. Een centrum waar bewoners uit de gemeente Steenbergen en omgeving terecht kunnen voor de dagelijkse boodschappen, maar ook voor niet-dagelijkse artikelen, een bezoek aan de horeca of een ontmoeting in de aantrekkelijke openbare ruimte. In 2017 werd integraal en in samenspraak met ondernemers, bewoners en de gemeente het Centrumplan “Vitaal hart van de stad met sterke toekomstpoorten” opgesteld. Aan de visie is een uitvoeringsagenda gekoppeld waar sindsdien hard aan is gewerkt.

Strategie voor de toekomst
Sinds het centrumplan is retailland sterk in ontwikkeling. Met name door de toenemende oriëntatie van consumenten online, wat is versneld door de coronapandemie, als ook de vergrijzing van het ondernemersbestand zonder opvolging, wordt een verdere afname van voorzieningen verwacht. De toenemende leegstand als gevolg heeft een negatieve impact op de beleving van het centrum. Dat vraagt een strategie om het centrum van Steenbergen naar de toekomst attractief te houden in een compactere setting. Gezamenlijke actie is nodig om de negatieve spiraal waarin het centrum zich nu begeeft om te buigen en te werken aan de toekomstbestendigheid van het centrum voor de inwoners van Steenbergen, de ondernemers en vastgoedeigenaren.

1.2 Vraagstelling & doelstelling

Vraagstelling
De centrale vraagstelling voor dit onderzoek luidt als volgt:
Wat zijn de ruimtelijke en functionele kansen voor een vitaal en toekomstbestendig centrum van Steenbergen en op welke wijze kan deze visie worden bewerkstelligd?

Doelstelling
De centrale doelstelling is gericht op een geconcentreerd en toekomstbestendig aanbod van voorzieningen in Steenbergen centrum en daartoe worden in deze strategie de volgende onderdelen gepresenteerd:

a. Een nieuw ruimtelijk kader (en daarmee herzien van het bestaande) voor het centrum van Steenbergen, waarbij de kansen en mogelijkheden voor de verschillende functies worden geduid.
b. Het ontwikkelen van een strategie (stappenplan) om dit hernieuwde ruimtelijk kader te vertalen naar de praktijk, inclusief de hieraan verbonden instrumenten.

1.3 Proces

De strategie is opgesteld in samenwerking met de gemeente Steenbergen en Ondernemersvereniging ONS Steenbergen. Om te komen tot de strategie voor het centrum van Steenbergen zijn de volgende stappen doorlopen:
a. Schouw van het centrum samen met stakeholders.
b. Analyse van bestaande gegevens, rapporten en onderzoeken.
c. Individuele gesprekken met diverse stakeholders uit het centrum.
d. Enquête onder ondernemers en vastgoedeigenaren in het centrum en ondernemers buiten het centrum.

1.4 Leeswijzer

Achtereenvolgens komen in deze rapportage aan bod:
- Analyse van het aanbod en de ruimtelijke structuur van het centrum van Steenbergen.
- Visie voor het centrum van Steenbergen.
- Stappenplan om te komen tot de beschreven toekomstvisie.

2 Analyse

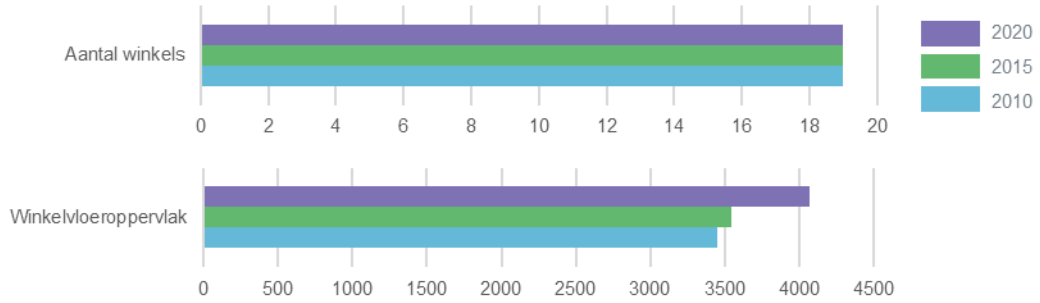
2.1 Inleiding

Als eerste stap in het proces is een uitgebreide ruimtelijke en functionele analyse uitgevoerd. Dit heeft uitgemond in een overzicht met sterke en zwakke punten en kansen en bedreigingen.

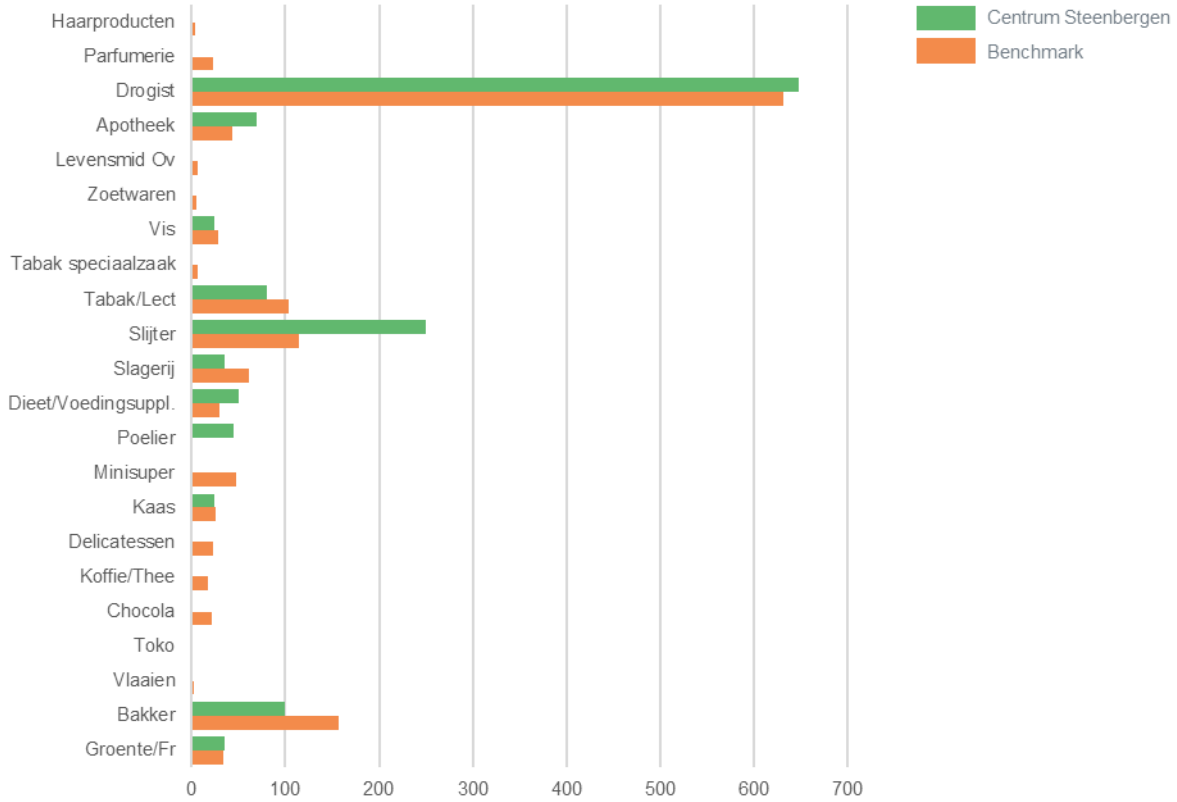
2.2 Aanbodanalyse

Dagelijks aanbod

- Aanbod aan dagelijkse winkels is vergelijkbaar met vergelijkbare centrumgebieden (benchmark), zowel voor vers-aanbod, supermarkten en persoonlijke verzorging. Het centrum heeft een breed aanbod aan vers-speciaalzaken.
- Het aantal zaken is gelijk gebleven in de periode 2010-2020, maar omvang is toegenomen. Dit wordt met name veroorzaakt door vergroting van bestaande supermarkten (modernisering).
- In het centrum is een goede mix aan type supermarkten aanwezig (discount – full service). In vergelijking met het landelijke gemiddelde beschikt het centrum van Steenbergen over relatief kleinschalige supermarkten. Het uitbreidingsplan van de Lidl draagt bij aan de vergroting en modernisering van het supermarktaanbod in het centrum.
- Buiten het centrum is het aanbod aan dagelijkse artikelen verspreid over de centrumgebieden van Dinteloord en Kruisland en enkele zaken in de overige delen van de kernen.



Figuur 2.1: Ontwikkeling dagelijks aanbod centrum Steenbergen, 2010-2020



Figuur 2.2: Benchmark dagelijks aanbod centrum Steenbergen, 2020

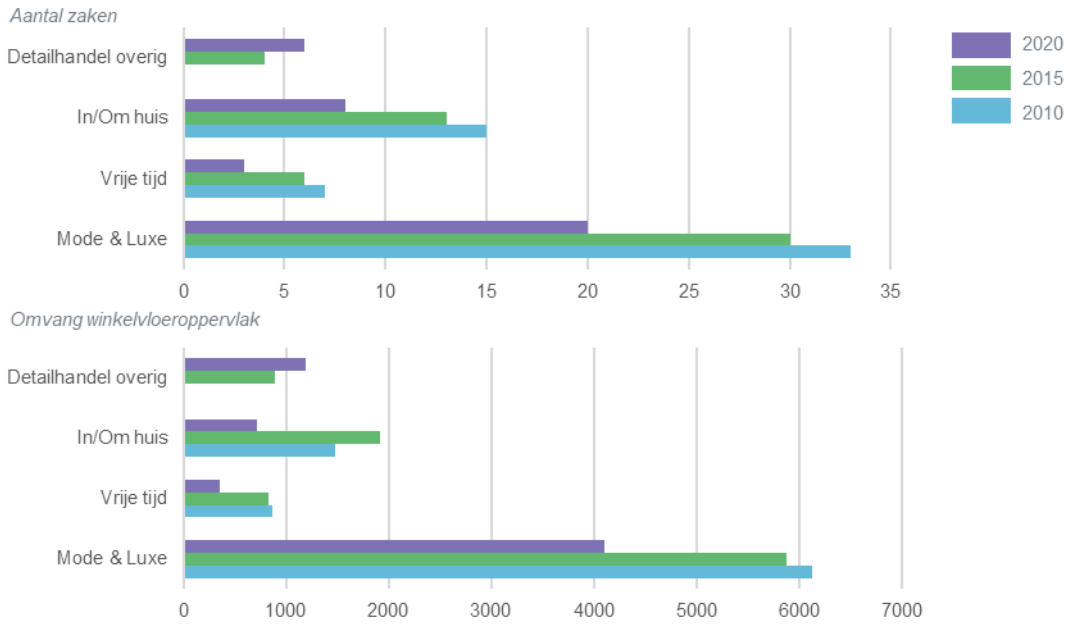
Economisch functioneren

Het centrum van Steenbergen heeft een volledig aanbod, waardoor de inwoners van de kern sterk op de kern zijn gericht voor dagelijkse artikelen. In de rest van de gemeente is het aanbod beperkt, met uitzondering van Dinteloord. Hierdoor zijn ook deze personen in zekere mate gericht op het aanbod in de kern Steenbergen.

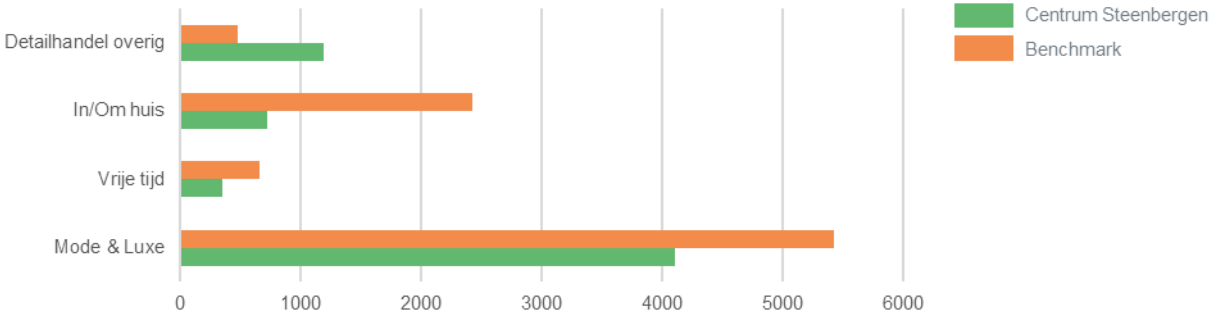
Op basis van recente koopstromen uit vergelijkbare plaatsen is een inschatting gemaakt van het economisch functioneren van het dagelijkse aanbod in het centrum van Steenbergen[1]. Uit deze berekening blijkt dat het dagelijkse aanbod in de kern Steenbergen goed functioneert.

Niet-dagelijks aanbod

- Beperkt aanbod aan winkels met niet-dagelijkse artikelen in vergelijking met benchmark. Dit geldt met name op het gebied van mode & luxe, artikelen voor in/om huis. Het aanbod aan schoenen, speelgoed, sportartikelen, computers en kindermode ontbreekt in het centrum. Op het gebied van overige detailhandel (tweedehandszaken) heeft het centrum van Steenbergen een ruim aanbod. Dit sluit aan bij een belangrijke doelgroep van het centrum van Steenbergen, namelijk arbeidsmigranten die werkzaam en woonachtig zijn in de regio.
- Het aantal niet-dagelijkse artikelen is de afgelopen periode 2010 – 2020 sterk afgenomen (afname 19 winkels en ruim 2.200 m2 wvo). De afname is met name groot op het gebied van mode en luxe.
- Buiten het centrum van Steenbergen kent het centrum van Dinteloord een relatief uitgebreid aanbod aan niet-dagelijkse artikelen (mode & luxe, vrijetijd).



Figuur 2.3: Ontwikkeling niet-dagelijkse aanbod centrum Steenbergen, 2010-2020



Figuur 2.4: Benchmark niet-dagelijkse aanbod centrum Steenbergen, 2020

[1] Inschatting op basis van vergelijkbare kernen in Oost-Nederland: Koopstromenonderzoek Oost-Nederland, 2019.

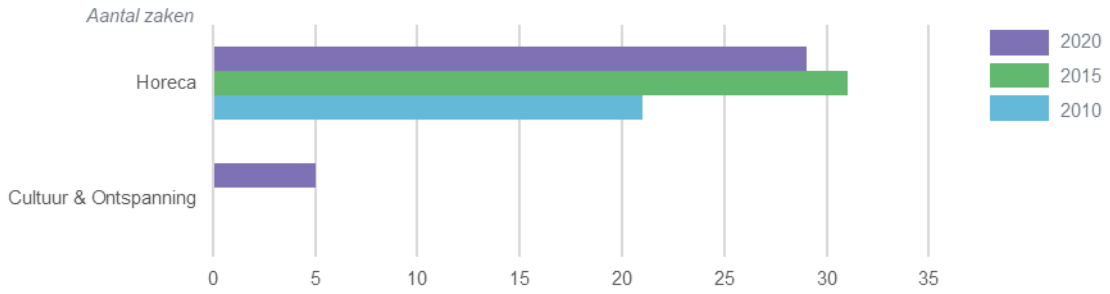
Economisch functioneren

Het centrum van Steenbergen beschikt over een beperkt aanbod aan niet-dagelijkse artikelen, waardoor inwoners in sterkere mate gericht zijn op omliggende binnensteden of uitwijken naar internet. In het centrum zijn slechts enkele niet-dagelijkse winkels aanwezig die aan te wijzen zijn als trekkers, o.a. Hema, Kruidvat.

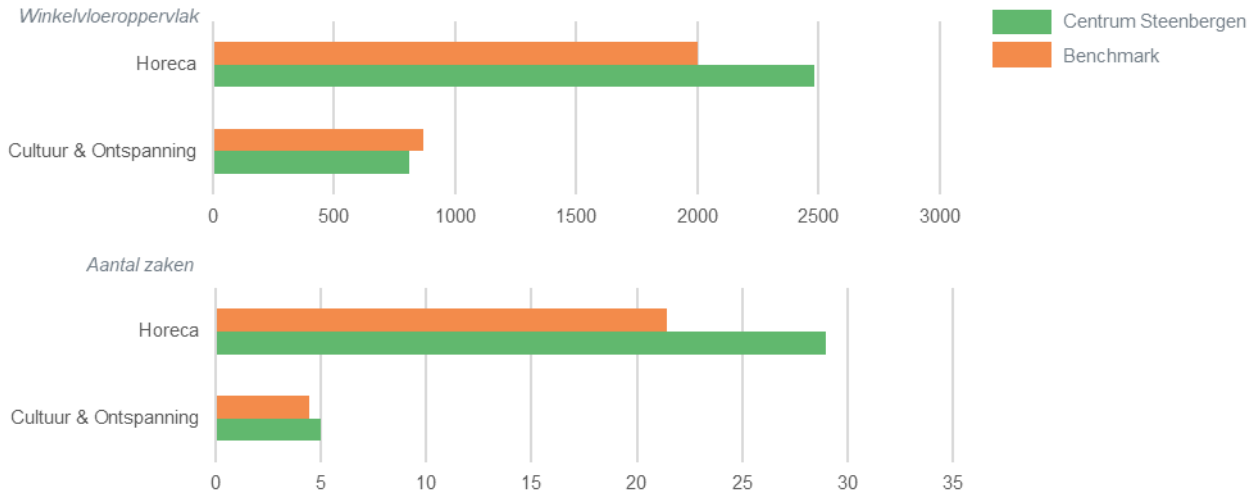
Op basis van recente koopstromen uit vergelijkbare plaatsen is een inschatting gemaakt van het economisch functioneren van het niet-dagelijkse aanbod in het centrum van Steenbergen[2]. Uit deze berekening blijkt dat het niet-dagelijkse aanbod in de kern Steenbergen niet optimaal functioneert. Door het ruime aanbod en de beperkte aantrekkingskracht van het centrum van Steenbergen op het gebied van niet-dagelijkse artikelen, ligt de gemiddelde omzet per vierkante meter winkelvloeroppervlak lager dan het landelijke gemiddelde.

Horeca,

- Het aantal horecazaken is de afgelopen periode 2010 – 2020 toegenomen met 8 zaken.
- In vergelijking met de benchmark van vergelijkbare centrumgebieden heeft het centrum van Steenbergen een ruim aanbod aan horeca, zowel qua aantal zaken als het de omvang van het winkelvloeroppervlak. Het aanbod aan horeca is redelijk divers. Gezien de toeristische/recreatieve ambitie van het centrum van Steenbergen wordt met name daghoreca gemist.
- Het aanbod aan cafés, restaurants, fastfood en grillrooms ligt in het centrum van Steenbergen hoger in vergelijking met vergelijkbare centrumgebieden.



Figuur 2.5 Ontwikkeling aanbod horeca en cultuur & ontspanning centrum Steenbergen, 2010-2020



Figuur 2.6: Benchmark aanbod horeca en cultuur & ontspanning centrum Steenbergen, 2020

[2] Inschatting op basis van vergelijkbare kernen in Oost-Nederland: Koopstromenonderzoek Oost-Nederland, 2019.

De kern Steenbergen beschikt over een ruim aanbod aan horecazaken. De bestedingen en omzetclaim zijn niet in evenwicht op kernniveau.

Op basis van recente koopstromen uit vergelijkbare plaatsen is een inschatting gemaakt van het economisch functioneren van het horeca-aanbod in het centrum van Steenbergen[3]. Uit deze berekening blijkt dat het horeca-aanbod matig functioneert. Door het ruime aanbod en de relatief beperkte aantrekkingskracht van het centrum van Steenbergen op het gebied van horeca, ligt de gemiddelde omzet per vierkante meter vloeroppervlak lager dan het landelijke gemiddelde.

Cultuur & Ontspanning

- Op dit moment beschikt het centrum van Steenbergen over een gemiddelde hoeveelheid aan voorzieningen in de categorie 'cultuur & ontspanning' in vergelijking met de benchmark. Alle basisvoorzieningen, zoals een bibliotheek en een museum zijn aanwezig.

Diensten

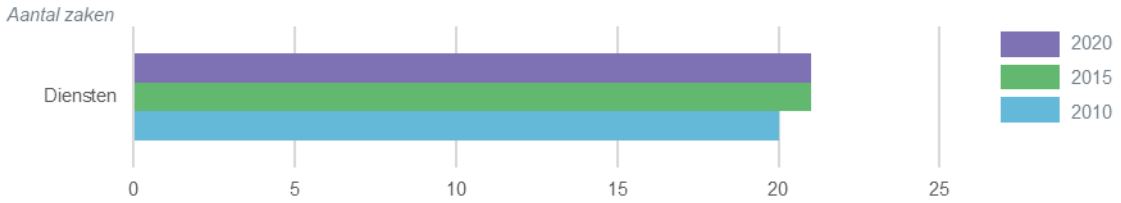
- Het aantal diensten is in de periode 2010 – 2020 ongeveer gelijk gebleven. Ook in vergelijking met de benchmark is het aanbod in het centrum van Steenbergen vergelijkbaar.
- Het centrum kent een ruim aanbod aan kappers. Dit is overeenkomstig met de situatie in vergelijkbare centrumgebieden.

Zorg

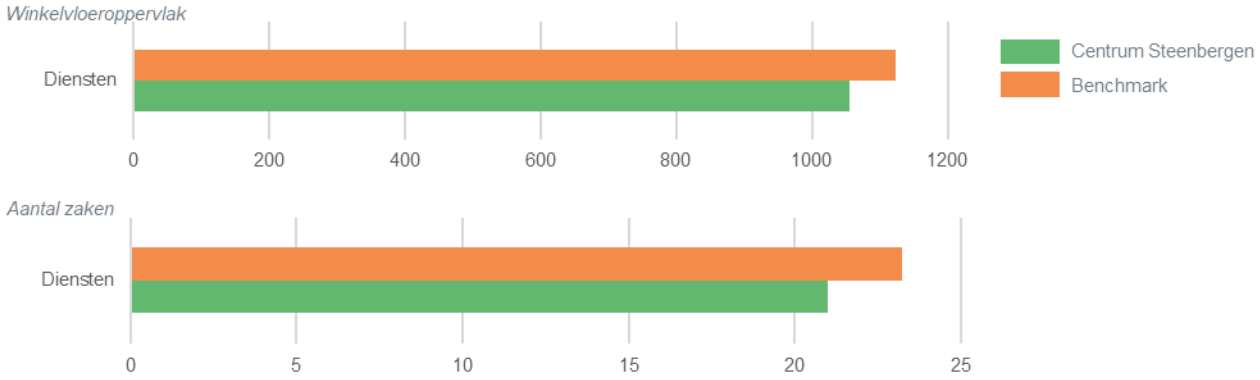
- In het centrum van Steenbergen zijn diverse zorgvoorzieningen aanwezig, waaronder tandarts en fysio.
- De aanwezigheid van dergelijke functies in het centrum draagt bij aan de vergroting van de aantrekkingskracht van het centrum op bezoekers.

Leegstand

- De leegstand in het centrum van Steenbergen is de afgelopen periode gelijk gebleven (2010 – 2020). De leegstand is in de periode 2010 – 2015 afgenomen, maar is in de periode daarna weer toegenomen.



Figuur 2.7: Ontwikkeling aanbod diensten centrum Steenbergen, 2010-2020



Figuur 2.8: Benchmark aanbod diensten centrum Steenbergen, 2020

[3] Inschatting op basis van gecorrigeerde bestedingen aan de hand van gemiddelde bestedingen en omzetclaim op basis van landelijke gegevens.

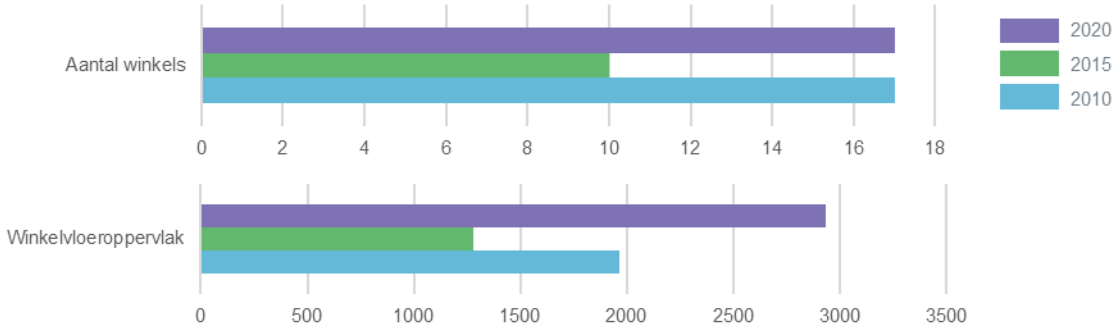
- In vergelijking met de benchmark is de leegstand in het centrum van Steenbergen hoog. Dit geldt met name voor de langdurige leegstand.
- Op dit moment zijn er diverse plannen om een deel van de leegstand in het centrum van Steenbergen in te vullen. Een deel van de leegstand wordt ingevuld met kleinere winkelunits, kantoren of woningen. Voor een deel van de geplande winkelunits is reeds een gebruiker bekend.

Bedrijvigheid

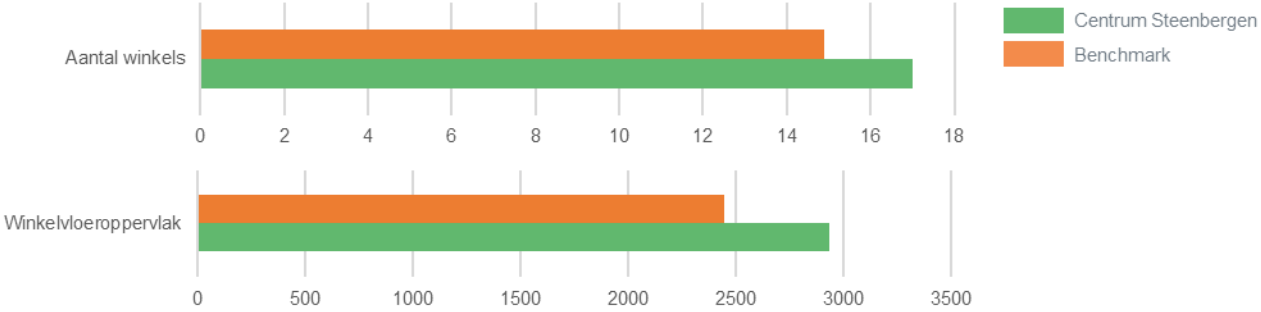
- Het centrum kent een groei van het aantal kantoorfuncties en overige bedrijvigheid die zich vestigen in het centrum van Steenbergen.

Algemeen

- Het centrum kent relatief veel zelfstandige ondernemers.
- Er treedt een vergrijzing op in het ondernemersbestand van het centrum van Steenbergen. Door het ontbreken van opvolging of onduidelijkheid over opvolging kan dit op termijn tot afname van het aanbod en leegstand leiden.



Figuur 2.9: Ontwikkeling leegstand centrum Steenbergen, 2010-2020



Figuur 2.10: Benchmark leegstand centrum Steenbergen, 2020

2.3 Ruimtelijke analyse

Ruimtelijke opbouw

- Het centrum van Steenbergen bestaat uit een groot oppervlak, waardoor het aanbod is verspreid over een vrij groot gebied. De verbindingen tussen de verschillende delen van het centrum zijn niet sterk, waardoor de consument het centrum niet als één geheel ervaart en combinatiebezoek tussen verschillende winkels wordt bemoeilijkt.
- De supermarkten in het centrum vormen belangrijke trekkers voor het gehele centrum.
- De verbinding tussen de supermarkten en het overige aanbod in het centrum zijn echter onvoldoende aanwezig. Hierdoor worden consumenten onvoldoende verleid om ook een bezoek te brengen aan het overige aanbod in het centrum van Steenbergen.
- In de winkelstraten zijn enkele parkeerplaatsen aanwezig (straatparkeren). Om het centrum heen zijn verschillende grotere parkeerplaatsen aanwezig. De parkeerplaatsen zijn echter niet overal goed vindbaar door het ontbreken van een heldere routing door het centrum.
- De Haven en de Gummaruskerk vormen belangrijke recreatieve trekkers in het centrum van Steenbergen. Ook voor deze locaties geldt dat hier onvoldoende gebruik wordt gemaakt van de kansen van deze trekkers voor het gehele centrum. Door het versterken van de verbindingen tussen de Haven en Gummaruskerk en het aanbod in het centrum kunnen beide voorzieningen voordeel van elkaar ondervinden.
- De leegstand is verspreid over het centrum aanwezig en hierdoor ook in het hart van het centrum. Leegstand heeft een negatief effect op de levendigheid van het centrum.

- De horeca clustert zich met name rond de Markt, de haven en in de Grote/Kleine Kerkstraat.
- De afgelopen jaren hebben zich veel niet-publieksgerichte functies, waaronder kantoren, bedrijven of zorgfuncties, gevestigd in het hart van het centrum. Deze functies vullen een deel van de leegstaande panden in, maar zorgen daarnaast voor een gedeeltelijke afname van de dynamiek in de winkelstraat. Deze niet-publieksgerichte functies worden over het algemeen minder vaak bezocht en hebben hierdoor geen aantrekkende werking op bezoekers.
- De bibliotheek is niet verbonden met het centrum en heeft geen openbare uitstraling.

Uitstraling

- Door de groene vestigingswerken en het rijke vestigingsverleden heeft het centrum van Steenbergen een goede uitgangspositie als recreatieve trekker in de regio. Deze kansen worden op dit moment nog niet optimaal benut. Ditzelfde geldt voor de ligging van Steenbergen aan het Volkerak.
- Een deel van de panden in het centrum van Steenbergen zijn onvoldoende onderhouden en hebben hierdoor een slechte uitstraling.
- Door de renovatie van enkele panden in het centrum van Steenbergen zijn veel karakteristieke gevels uit het straatbeeld verdwenen.
- De beleving en verblijfskwaliteit van de openbare ruimte in het centrum zijn niet optimaal. Door de relatief stenige inrichting worden bezoekers niet verleid om langer te verblijven en elkaar te ontmoeten in het centrum. Met name het gebied van de Markt biedt kansen om de verblijfskwaliteit te verbeteren.

2.4 Trends

Algemeen

- Door de coronacrisis zijn een aantal trends van voor de coronacrisis versneld, waaronder de sterke groei van online winkelen. De behoefte aan fysieke winkels zal blijven bestaan, maar de druk neemt wel toe door onder andere toenemende online verkoop. Hierdoor is de focus in veel gebieden gericht op het verhogen van de kwaliteit van het bestaande aanbod of het toevoegen van vernieuwend en onderscheidend aanbod.
- Bovendien is de consument de afgelopen jaren steeds kritischer geworden en heeft hogere verwachtingen. De consument besteedt minder tijd aan de dagelijkse boodschappen en is hierdoor op zoek naar gemak. De bereikbaarheid en beschikbaarheid van voldoende parkeermogelijkheden zijn hierdoor essentieel om de consument naar de supermarkt of versspeciaalzaak te verleiden. Ook concepten, zoals Hello Fresh en het bezorgen van boodschappen, spelen in op de behoefte van de consument, namelijk het leveren van gemak.
- De consument is kritisch en mobiel. Hierdoor groeit het referentiekader van consumenten verder. Welke producten wil de consument waar kopen? Keuzes worden onder andere gebaseerd op de aanbodkwaliteit, keuzemogelijkheid, prijsstelling en de verschijningsvorm (inrichting, uitstraling).
- Service, persoonlijke aandacht en op maat gemaakte producten wordt steeds relevanter.
- Consumenten verwachten ook steeds meer een completer aanbod in winkelgebieden (goederen, diensten, horeca, culturele voorzieningen, etc.), zowel in binnensteden, buurt- en wijkcentra als op perifere concentraties.
- De consument wil kopen waar en wanneer hij/zij wil en hecht waarde aan de wisselwerking tussen on- en offline, tussen horeca en detailhandel en ook de verruiming van de openingstijden naar avond- en zondagopenstellingen.
- De consument is steeds meer op zoek naar een unieke beleving en uniciteit. Door het bieden van een unieke beleving is een centrumgebied in staat om consumenten aan zich te binden.

Dagelijks aanbod

- Dagelijkse boodschappen doet men wel bij voorkeur nog altijd dicht bij huis. Hierbij kiest de consument steeds vaker voor een bezoek aan de grotere, goed bereikbare supermarkten of compacte boodschappencentra met een ruime keus in aanvullende voorzieningen in detailhandel, diensten en horeca, en goede parkeervoorzieningen. Voorwaarde is wel dat het aanbod voldoet aan het verwachtingspatroon: keuzemogelijkheden in prijs en kwaliteit, voldoende bewegingsruimte in de winkels, interne en externe uitstraling, bereikbaarheid, voldoende parkeerruimte, geen hinder van bevoorrading, etc.
- De trend tot schaalvergroting zet zich door in vrijwel alle winkel- en horecabranches. Voor een rendabele bedrijfsvoering is een steeds groter winkelvloeroppervlak nodig. Dat geldt zeker voor de supermarktwereld. Supermarkten worden steeds grootschaliger, ook in kleinere plaatsen. Toekomstbestendige fullservice-supermarkten hebben landelijk gemiddeld een omvang vanaf 1.000 m² wvo. Nieuwe full-service supermarkten hebben zelfs een gemiddelde omvang van 1.200 - 1.700 m² wvo. Maar ook horecazaken hebben behoefte aan meer ruimte.

- Het toekomstperspectief van kleine zelfstandige verszaken en minisupers wordt negatief beïnvloed door filialisering en door de vergrijzing van het ondernemersbestand. Zowel landelijk in algemene zin als specifiek in kleinere kernen neemt het aantal versspeciaalzaken af. Toch bestaan er ook ontwikkelmogelijkheden, bijvoorbeeld voor conceptontwikkeling en verdere profilering.

Centrumgebieden kleinere kernen

- In centrumgebieden van kleinere kernen wordt snelheid, bereikbaarheid, gemak en comfort steeds belangrijker, omdat de boodschappenfunctie steeds relevanter wordt en het beperkte recreatieve winkelaanbod (in algemene zin) verder afneemt. Het aanbod in de groep 'dagelijks' neemt toe als gevolg van de schaalvergroting in de supermarktsector. Daarnaast speelt vrij parkeren een relevante rol, omdat de consument anders uitwijkt naar andere (ondersteunende) winkelgebieden.
- Supermarkten zijn door hun omvang en breedte van het assortiment veruit de belangrijkste publiekstrekkers. De andere foodspeciaalzaken, winkels en voorzieningen profiteren van de trekkracht van de supermarkt(en). Mede omdat de consument het bezoek aan een supermarkt vaak combineert met het bezoek aan ander aanbod. Recent onderzoek (DTNP, 2017) toont aan dat in dorps- en wijkcentra het combinatiebezoek tussen supermarkten en dagelijkse speciaalzaken op een hoog niveau ligt.
    - Gemiddeld loopt ca. 50% van de supermarktklanten één of meer andere winkels binnen tijdens hetzelfde bezoek aan het winkelgebied.
    - Voorwaarde is wel dat het voorzieningenaanbod, dichtbij moet liggen (max. 80 meter) en zichtbaar moet zijn vanaf de entree van de supermarkt.
    - Gemiddeld ligt het combinatiebezoek door klanten van servicesupermarkten hoger dan bij klanten van discountsupermarkten.
- Het samengaan van functies (blurring) is een trend die ook in kleinere winkelgebieden omarmd wordt. Denk aan een bakker annex lunchroom of een cultuurcentrum waar naast een bibliotheek ook het verenigingsleven en een horecazaak een plek krijgt.
- In de kleinere winkelgebieden met veel lokale ondernemer zijn service, persoonlijke aandacht en de gunfactor nog belangrijker waarden dan elders. Ondernemers moeten de klant echt wat extra's bieden. Daarmee houdt een onderneming bestaansrecht ten opzichte van grotere ketens of het internet.

2.5 SWOT-analyse

SWOT-analyse op basis van aanbodanalyse, ruimtelijke analyse, trends en enquête onder ondernemers en vastgoedeigenaren.

Sterke punten

- Veel zelfstandige ondernemers.
- Ruim en gevarieerd dagelijks aanbod met veel versspeciaalzaken.
- Ruime en gratis parkeergelegenheid.
- Vrij compleet voorzieningenaanbod in kern: in aanbod van winkels, horeca, dienstverlening, cultuur en zorg/gezondheid voorzieningen.
- Diverse bezienswaardigheden en ingrediënten om aantrekkelijk te zijn: vestiging, Gummaruskerk, Haven
- Ruim horeca-aanbod.
- Mix aan functies is de afgelopen jaren toegenomen, door de komst van zorgfuncties, bedrijvigheid/kantoren en overige functies.

Kansen

- Groeiregio qua bevolkingsaantallen.
- Benutten ligging aan het Volkerak en kansen op het gebied van waterrecreatie.
- Benutten van vestigingsverleden en aantrekkingskracht van Gummaruskerk.
- Grote woningbouwopgave in de kern Steenbergen, waaronder herontwikkelingen in het centrum.
- Ontwikkeling van bedrijventerreinen in de kern Steenbergen wat meer bedrijvigheid en reuring brengt waar het centrum van kan profiteren.

Bedreigingen

- Vergrijzing van ondernemers en gebrek aan opvolging.
- Winkel- en voorzieningenaanbod onder druk door (verdere) groei van internet. Oplopende leegstand en verdere krimp winkelaanbod is reëel.
- Huidige locatie van Aldi niet toekomstbestendig voor supermarkt. Het is van belang om deze supermarkt voor het centrum te behouden.

Zwakke punten

- Stenige openbare ruimte, beperkte verblijfskwaliteit.
- Zwakke verbindingen tussen verschillende onderdelen van het centrum.
- Veel leegstand in het centrum.
- Beperkt niet-dagelijks aanbod.
- Geen compact centrum.
- Achterstallig onderhoud van panden en verdwijnen van karakteristieke gevels uit het centrum.
- Onduidelijke routing en slechte vindbaarheid parkeerplaatsen.
- Beperkte hoeveelheid daghoreca.
- De vestiging van bedrijven in het kernwinkelgebied heeft een negatief effect op de aantrekking van consumenten.
- Uitstraling en locatie van bibliotheek.

3 Visie

3.1 Inleiding

Op basis van de analyse uit hoofdstuk 2 blijkt dat de kwaliteit van het centrum van Steenbergen langzaam achteruit gaat. Het centrum van Steenbergen verliest op die manier zijn aantrekkelijkheid voor bezoekers en haar bewoners, maar ook voor ondernemers en vastgoedeigenaren die in het centrum willen ondernemen of investeren. De huidige coronacrisis heeft de druk op het centrum extra verhoogd. Het centrum van Steenbergen zal de komende jaren hierdoor meer concurrentie ondervinden van het internet en omliggende winkelcentra en grotere binnensteden. Om het tij te keren, is actie nodig. Niets doen is nu geen optie meer.

3.2 Ambitie en opgaven

Doelgroepen

De belangrijkste doelgroepen voor het centrum van Steenbergen vormen de **eigen inwoners** uit de gemeente Steenbergen en **recreanten.** Om de binding tussen deze twee doelgroepen en het centrum van Steenbergen in de toekomst te behouden en bovendien te versterken, is het van belang dat het centrum van Steenbergen **gemak en beleving** biedt.

Voor een groot gedeelte van de eigen inwoners van de gemeente Steenbergen vormt het centrum de belangrijkste aankooplocatie voor de dagelijkse boodschappen en aanvullende niet-dagelijkse artikelen. Om deze functie in de toekomst te kunnen blijven vervullen, is het van belang dat het centrum invulling geeft aan de wensen van deze doelgroep, namelijk het leveren van gemak. De consument wil niet te veel tijd besteden aan het doen van boodschappen. Belangrijke voorwaarden hierbij zijn: keuzemogelijkheden in prijs en kwaliteit, voldoende bewegingsruimte in de winkels, interne en externe uitstraling, goede bereikbaarheid, voldoende parkeerruimte, geen hinder van bevoorrading, etc. Ook de nabijheid van aanvullende niet-dagelijkse artikelen is van belang om de eigen inwoners te binden aan het centrum.

De recreant kijkt echter op een andere wijze naar het centrum van Steenbergen en is meer op zoek naar beleving en vermaak. De inrichting van de openbare ruimte, de historische kwaliteiten en bezienswaardigheden, de aanwezigheid van unieke concepten en aanbod gericht op vermaak en verblijf zijn voor deze doelgroep van belang. Gezien de recreatieve ambities van het centrum van Steenbergen en omgeving is het essentieel om invulling te geven aan beleving in het centrum.

Opgaven

Op basis van de bovenstaande ontwikkelingen en de huidige uitgangspositie kunnen de volgende centrale opgaven voor het centrum van Steenbergen worden geformuleerd:

a. Faciliteren van de **krimp van het aanbod**.
b. Realiseren van een **compact centrum** met sterke verbindingen.
c. **Kwaliteitsverbetering** van de uitstraling en het verblijfsklimaat.

Faciliteren van de krimp van het aanbod

Uitgangspunt is geen uitbreiding van het aantal vierkante meters aan publieksgerichte voorzieningen, waaronder winkels. Gezien de ontwikkelingen op het gebied van detailhandel en overige publieksgerichte functies zal het centrum van Steenbergen in de toekomst zelfs minder vierkante meters aan winkelvloeroppervlak nodig hebben om aan de vraag te voldoen. Dit betekent een krimp van het bestaande aanbod. Een deel van deze krimp zal in de loop der jaren automatisch ontstaan door de vergrijzing van het ondernemersbestand en het gebrek aan opvolging. Ook de veranderende economische situatie door de coronacrisis zal ervoor zorgen dat een deel van de ondernemers uit het centrum van Steenbergen zal verdwijnen.
Ondanks de afname van het aantal winkelmeters in het centrum van Steenbergen is het van belang om een volwaardig centrumaanbod te behouden voor zowel de eigen inwoners als de recreant. In het kader van de toekomstbestendigheid van het centrum is het tevens van belang om vernieuwende concepten de ruimte te bieden en bestaande ondernemers te ondersteunen om vernieuwingen door te voeren. Op die manier blijft het aanbod voldoen aan de verwachtingen van de consument.

Realiseren van een compact centrum met sterke verbindingen

Om ervoor te zorgen dat de krimp op een passende wijze ontwikkeld, is het van belang om de krimp te begeleiden. Op deze manier wordt voorkomen dat er leegstand ontstaat in het hart van het centrum en het aanbod zich verspreidt over een groot oppervlak. Door de inzet van de juiste instrumenten wordt ingezet op het creëren van een compact centrum, waarbij het aanbod zich concentreert op de hoofdassen van het centrum en waar consumenten worden verleid om meerdere winkels te bezoeken (combinatiebezoek).

Kwaliteitsverbetering van de uitstraling en het verblijfsklimaat

Centrumgebieden vormen niet langer alleen een aankooplocatie van goederen. Thema's zoals ontmoeten, verblijven en

beleving spelen een steeds belangrijkere rol voor het centrum. Dit betekent niet alleen een verandering van de aanwezige functiemix, maar ook investeringen in het verblijfsklimaat in het centrum. De uitstraling van de openbare ruimte en panden, waaronder de aanwezigheid van groen, historische gevels, speelvoorzieningen, bankjes, bezienswaardigheden, waterelementen etc. bepalen of consumenten graag in het centrum verblijven en het centrum nog een keer willen bezoeken. De investeringen in de kwaliteit van het centrum is daardoor niet alleen essentieel om meer recreanten aan te trekken, maar ook voor de sociale en maatschappelijke functie die het centrum vervult voor de eigen inwoners.

3.3 Programma

Op basis van het huidig economisch functioneren en de beschreven trends is een inschatting gemaakt van een toekomstbestendig programma voor het centrum van Steenbergen. Daarbij zijn twee scenario's ontwikkeld, inclusief de hieraan verbonden voorwaarden.

Toekomstbestendig programma A

Het programma A laat een krimp zien op het gebied van het niet-dagelijkse aanbod. De groeimogelijkheden voor de overige sectoren zijn beperkt.

Randvoorwaarden:

a. De basis dient op orde te zijn: schoon, heel en veilig.
b. Bereikbaarheid van het centrum op niveau houden en de vindbaarheid van de parkeerplaatsen in het centrum optimaliseren.
c. Geen detailhandels- en horecaontwikkelingen buiten het kernwinkelgebied toestaan, ook niet bij de geplande uitbreiding van de woonwijken.
d. Behouden van de bestaande supermarkten in het centrum van Steenbergen.
e. Optimaliseren van verbindingen tussen de aanwezige supermarkten in het centrum en overige aanbod.
f. Stimuleren van verplaatsingen van het aanbod buiten het centrum en de randen van het centrum naar kern centrum.
g. Modernisering van supermarktaanbod in het centrum.
h. Stimuleren ondernemerschap en het creëren van een aantrekkelijk ondernemersklimaat voor nieuwe ondernemers.
i. Inzetten op service en gastvrijheid.
j. Optimaliseren van gebruik en beleving van de Markt en Haven.
k. Transformatie bestaand type horeca: meer daghoreca.

Toekomstbestendig programma B

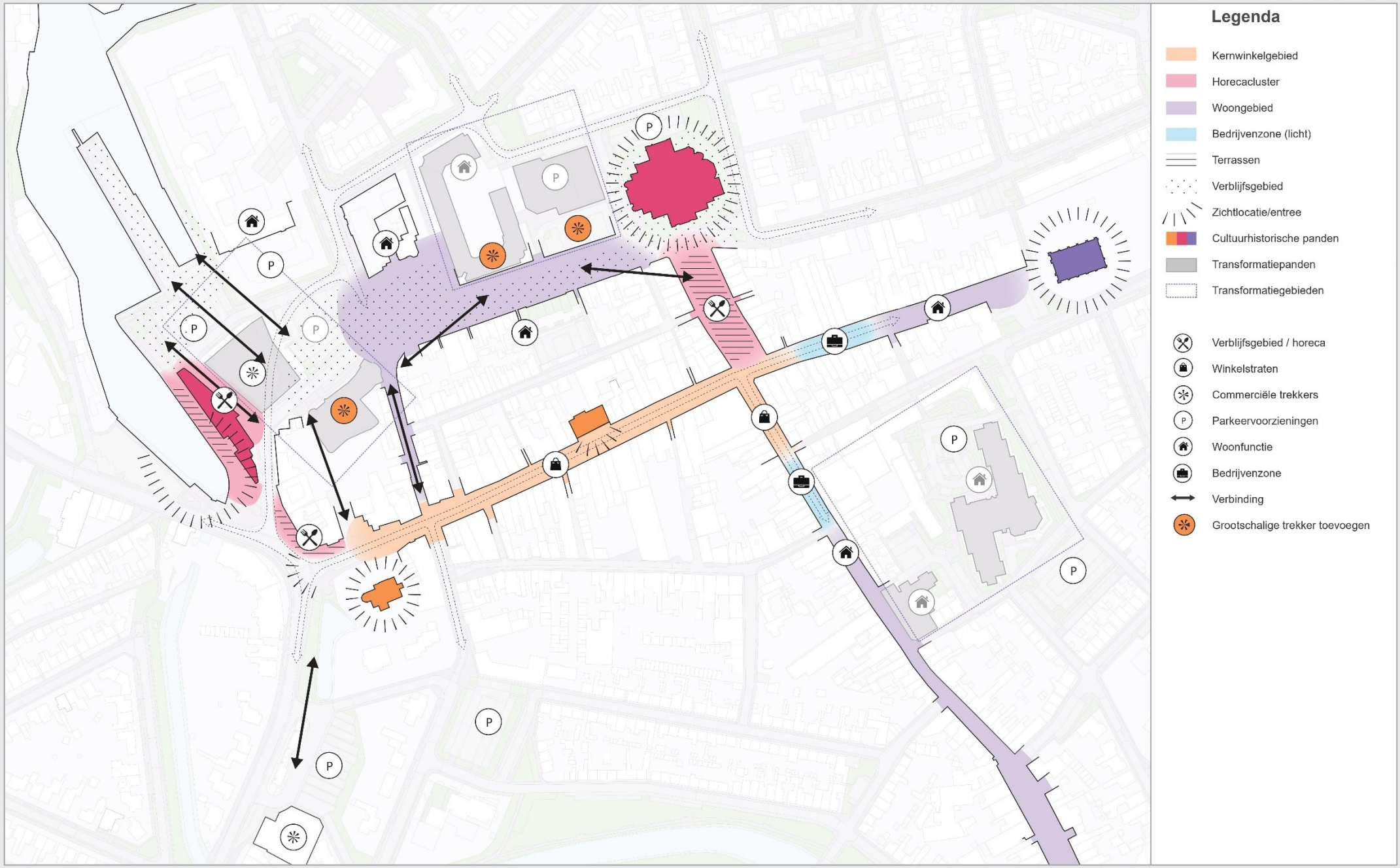
Programma B wordt een aanvulling op programma A, waarbij er meer ruimte is voor aanbod gericht op recreatie/toerisme.

Randvoorwaarden (aanvullend op programma A):

l. Om extra ruimte te creëren voor horeca is een sterk toeristisch profiel van belang.
m. De toevoegingen op het gebied van horeca dienen aanvullend en vernieuwend te zijn ten opzichte van het bestaande aanbod, zoals vernieuwende blurring-concepten (vers-aanbod en horeca).
n. Sterke verbindingen tussen het aanbod in het centrum en toeristisch/recreatieve trekkers (o.a. de Haven en de Gummaruskerk).

Figuur 3.1: Programma Centrum Steenbergen (Huidige aanbod, Locatus april 2021)

	Huidige situatie	Scenario A 2030	Scenario B 2030
Dagelijks	4.908	4.500 – 5.000	5.000 – 5.500
Niet-dagelijks	6.375	4.000 – 4.500	4.500 – 5.000
Horeca	2.485	2.250 – 2.500	2.500 – 3.000
Cultuur & Ontspanning	810	800	800
Diensten	1.055	1.000	1.000
Zorg	+/- 500	750	750
Totaal	**16.133**	**13.300 – 14.550**	**14.550 – 16.050**
Leegstand	2.934		


Legenda
Kernwinkelgebied
Horecacluster
Woongebied
Bedrijfvenzone (licht)
Terrassen
Verblijfsgebied
Zichtlocatie/entree
Cultuurhistorische panden
Transformatiepanden
Transformatiegebieden
Verblijfsgebied / horeca
Winkelstraten
Commerciële trekkers
Parkeervoorzieningen
Woonfunctie
Bedrijfvenzone
Verbinding
Grootschalige trekker toevoegen

3.4 Visiekaart

Basis op orde

Een aantrekkelijk centrum begint bij de basis op orde, namelijk het creëren van een centrumgebied dat voldoet aan de criteria: schoon, heel en veilig.

Transformatie winkelstraten

Om het centrum compacter te maken, is het van belang dat de contouren van het centrum worden herzien. Het aanbod van het centrum zal zich met name concentreren op de Kaaistraat en een klein gedeelte van de Grote Kerkstraat en Blauwstraat. Door de grenzen van het centrum in het bestemmingsplan te verankeren (bijvoorbeeld door het opstellen van een paraplu-bestemmingsplan) kan voorzienbaarheid worden gecreëerd. Dit betekent dat bij leegstand op termijn de brede centrumbestemming kan worden gewijzigd, bijvoorbeeld naar de bestemming wonen.

De transformatie naar wonen geldt met name voor de Grote Kerkstraat en Blauwstraat. Het aanwezige aanbod kan met behulp van een verplaatsingssubsidie (gericht op ondernemers) worden gestimuleerd om zich te vestigen in de kern van het centrum. Vastgoedeigenaren kunnen met behulp van een verplaatsingssubsidie het achtergebleven pand transformeren naar een woning. Het is van belang om de mogelijkheden van transformatie en verplaatsing actief te communiceren met de betrokken partijen.

Het gebied tussen het kernwinkelwinkel en het woongebied vormt een geschikte locatie voor de vestiging van niet-publieksgerichte functies, zoals kantoren/bedrijvigheid.
In de uitwerking van het compacte centrum is de afstemming met andere beleidsontwikkelingen in de gemeente essentieel, zoals het gemeentelijk verkeer- en vervoersplan (o.a. verkeerscirculatieplan in Steenbergen), Masterplan en Economische kracht.

Versterken van winkelstraten

Om ondernemers te stimuleren om zich te vestigen in het centrum van Steenbergen, is het van belang dat het ondernemersklimaat in dit gebied op orde is. Voor het kernwinkelgebied van Steenbergen, hoofdzakelijk de Kaaistraat, betekent dit de aanpak van de verblijfskwaliteit en uitstraling van het gebied. Op dit moment wordt de Kaaistraat gedomineerd door bestrating en parkeerplaatsen. De Kaaistraat nodigt niet uit om hier langer te verblijven en te winkelen. Gezamenlijk met de ondernemers, vastgoedeigenaren en gemeente dienen de mogelijkheden te worden verkend om het straatbeeld te wijzigen. Een autoluwer centrum biedt ruimte voor de toevoeging van groen en het omvormen van enkele parkeerplaatsen naar terrasmogelijkheden. Belangrijk is dat het centrum bereikbaarheid en toegankelijk blijft. Ook het herstellen van (historische) gevels draagt bij aan het verbeteren van de uitstraling en verblijfskwaliteit in de winkelstraten.

Nieuw en jong ondernemerschap

In het kader van de toekomstbestendigheid is het van belang dat er ruimte is voor nieuw en jong ondernemerschap. Voor de continuïteit van het centrum is het van belang om de komende jaren actief in te zetten op het aantrekken van nieuwe, jonge ondernemers, in samenwerking met bestaande ondernemers, vastgoedeigenaren en de gemeente. Jonge, nieuwe ondernemers dienen de kans te krijgen om een onderneming te starten. Door deze doelgroep te ondersteunen, in de vorm van kennis, netwerk of instaphuren, wordt voorkomen dat het ondernemersbestand verder vergrijst en wordt nieuwe energie aan het centrum toegevoegd.

Verblijfsgebied de Markt en Gummaruskerk

De Gummaruskerk vormt een belangrijke trekker voor het centrum van Steenbergen en trekt jaarlijks vele bezoekers. De kerk biedt echter vele mogelijkheden om de aantrekkelijkheid van het centrum te vergroten en meerdere functies te huisvesten. In gesprek met het Bisdom worden de mogelijkheden verkend om de functie van de kerk te verbreden en daarmee een andere economische drager van het gebouw te introduceren. Het huisvesten van de bibliotheek, dag-horeca, VVV, werkplekken, woningen en/of bed & breakfast zijn daarbij mogelijkheden die kunnen worden onderzocht.

De kerk krijgt hiermee een meer openbaar karakter. Door ook de inrichting van de openbare ruimte om de kerk aan te pakken en de fysieke verbinding met de Markt te versterken, wordt de kerk nadrukkelijker onderdeel van het centrum. Het aanbod in het centrum kan op deze manier profiteren van de trekkracht van deze toeristische / recreatieve trekker.

De Markt biedt daarnaast kansen om het verblijfsklimaat te verbeteren. De afgelopen jaren maakt de Markt langzaam een transitie van een locatie met avond- en nachthoreca naar meer dag-horeca en terrassen. Deze ontwikkeling dient de komende jaren verder vorm te krijgen. Ook hierbij geldt dat investeringen in de openbare ruimte bijdragen aan het verbeteren van de verblijfskwaliteit, waardoor uiteindelijk bezoekers hier graag een kopje koffie komen drinken op het terras en ondernemers hier graag willen ondernemen.

Ruimte bieden aan grootschalige trekkers

De supermarkten in het centrum van Steenbergen vormen belangrijke trekkers. Het is hierdoor van belang om deze supermarkten in het centrum te behouden. Ditzelfde geldt voor enkele niet-dagelijkse trekkers, zoals de Hema en Kruidvat.

Binnen de detailhandel treedt er een schaalvergroting op, waardoor bestaande retailers op zoek zijn naar meer ruimte. De panden uit het kernwinkelgebied zijn over het algemeen niet groot genoeg om grootschalige detailhandel te huisvesten. Om de eventuele schaalvergroting van enkele bestaande ondernemers uit het centrum of verplaatsingen van grootschalig aanbod van buiten het centrum naar het centrum de ruimte te geven, worden de mogelijkheden onderzocht om deze te huisvesten aan de Westdam. Aan de hand van de herontwikkeling van de bestaande bebouwing kan hier ruimte worden gecreëerd. Op deze manier blijft het bestaande aanbod voor het centrum behouden, zonder grootschalige uitbreiding van het aantal meters winkelvloeroppervlak. De panden aan de Westdam zijn voornamelijk nodig om het bestaande aanbod aan het centrum te blijven verbinden en te voorkomen dat ondernemers op zoek gaan naar een groter pand buiten het centrum.

De overige ruimte aan de Westdam blijft behouden voor wonen. Zo zal de zuidzijde van de Westdam een woonstraat blijven. Het is van belang dat op de Westdam enkel bestemmingsplanmatige ruimte wordt gecreëerd voor grootschalige aanbod. Door het aanbod sterker met de voorzijde aan de Westdam te verbinden en aan de achterzijde ruimte te creeren voor parkeren (omdraaien van huidige situatie) fungeert de Westdam ook als sterke verbinding tussen de Markt en de Haven. De aanpassing van de inrichting van de Westdam, met meer ruimte voor ontmoeten, groen en verblijven, draagt bij aan het creëren van een sterke en aantrekkelijke verbinding, waardoor ook het overige aanbod in het centrum blijft profiteren van de trekkracht die deze grootschalige trekkers hebben.

Aantrekkelijk Havengebied

De haven vormt een belangrijke recreatieve trekker. Om de aantrekkelijkheid van dit gebied te vergroten en de verblijfsduur te verlengen, dienen de mogelijkheden te worden verkend om het horeca-aanbod met terras hier te versterken. Op deze manier wordt er meer levendigheid gecreëerd in dit gebied. De verbinding tussen de Haven en het centrum vormt daarbij een aandachtspunt. Door het creëren van een sterke verbinding wordt de waterrecreant tevens verleid om een bezoek te brengen aan het centrum en het aanwezige aanbod.

Versterken van vrijetijdseconomie

Steenbergen, de vestingstad met een rijk verleden, heeft op het gebied van vrijetijdseconomie van alles te bieden: o.a. de vestingwerken, Fort Henricus, het groene buitengebied, het historische centrum, de Sint-Gummaruskerk, de haven. Om het aanbod in Steenbergen op de kaart te zetten, wordt gewerkt aan een promotie- en marketingplan. Het promotie- en marketingplan (in voorbereiding) biedt kansen om het product ‘Steenbergen’ goed in de markt te zetten. Door de toeristisch, recreatieve kansen te benutten, worden er tevens kansen gecreëerd om het bestaande aanbod in het centrum van Steenbergen beter te laten functioneren. Immers meer bezoekers leiden tot ook meer bestedingen. Om deze kansen optimaal te benutten is een sterk en aantrekkelijk centrum daarbij een belangrijke voorwaarde: een compact centrum met een sterk aanbod en een kwalitatief hoogwaardige omgeving (openbare ruimte en uitstraling bebouwing). Alleen op die manier zal de recreant/toerist graag in het centrum van Steenbergen verblijven, meer besteden en vaker terugkomen.

Oog houden voor het verband tussen de boodschap (promotie) en het aanbod is hiervoor essentieel: zonder sterk centrum, ook geen effectieve promotie van het centrum.

Herontwikkeling Rabobank en omgeving

De Rabobank zal op termijn het centrum van Steenbergen verlaten. Op dit moment vormt het gebouw van de Rabobank een fysieke barrière tussen de Albert Heijn (belangrijke trekker van het centrum) en de Kaaistraat. Om combinatiebezoek te stimuleren, dienen de mogelijkheden te worden verkend om dit gebied te herontwikkelen en daarmee de fysieke verbinding te versterken.

Verkeersafwikkeling en parkeerroute

Aandachtspunt voor het centrum vormt de vindbaarheid van de parkeerplaatsen en de routing naar deze parkeerplaatsen. De ontwikkeling van de Randweg zal de druk op de kop van de Kaaistraat/Haven en Fabriekdijk verlagen. Deze ontwikkeling biedt mogelijkheden om de verkeerssituatie rondom de Haven en de kop van de Kaaistraat te herzien en daarmee de verkeersveiligheid en entree van het centrum te verbeteren.

Door de optimalisering van de verkeersrouting om het centrum heen kan in het centrum meer ruimte worden gecreëerd voor verblijf en beleving. Essentieel voor de recreatieve en sociale functie van het centrum. De mogelijkheden om de

entree van de Kaaistraat te verbeteren, zijn hierdoor afhankelijk van de ontwikkelingen met betrekking tot de Randweg.

Proactief werken aan een sterk centrum

De beschreven doelstellingen vragen op onderdelen nog om een uitwerking. De betrokkenheid van centrummanagement en gemeente is daarbij essentieel. Door proactief in gesprek te gaan met de betrokken bedrijven en organisaties worden gezamenlijk de mogelijkheden verkend om de beschreven ontwikkelingen en kansen te onderzoeken en mogelijk te maken. In de uitvoering blijft het hierdoor van belang om de verschillende belangen van zowel ondernemers, vastgoedeigenaren als bewoners goed te blijven betrekken.

4 Stappenplan

4.1 Stappen

Om de bovenstaande visie te realiseren, dient er gezamenlijk met alle partijen in het centrum gewerkt te worden aan de revitalisering van het centrum. In het onderstaande schema zijn de benodigde stappen, inclusief de hieraan verbonden partijen en instrumenten, beschreven.

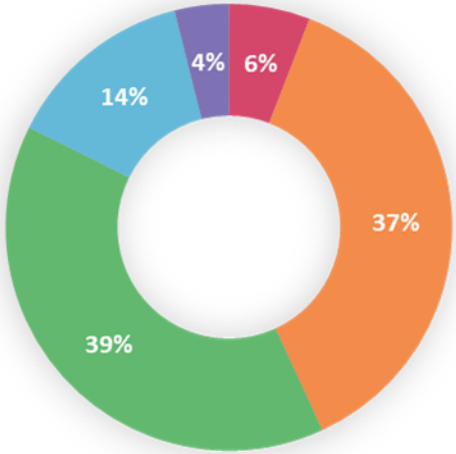
Fase	Toelichting	Doelstelling	Partijen	Instrumenten
Algemeen	• Stimuleren ondernemerschap • Service / Gastvrijheid vergroten • Versterken samenwerking vastgoedeigenaren • Parkeerverwijssysteem • Realiseren van aantrekkelijke entree vanaf A4	• Om het centrum op niveau te houden, is het van belang om te investeren in een aantal randvoorwaarden. Bereikbaarheid, samenwerking en ondernemerschap zijn hierbij belangrijke onderwerpen	• Gemeente • Ondernemers • Vastgoedeigenaren	
1. Transformatie Grote Kerkstraat	• Stimuleren verplaatsingen naar kernwinkelgebied • Transformatie naar wonen en deel diensten/kantoren	• Compacter en aantrekkelijker maken van kernwinkelgebied voor de consument • Faciliteren van consumentenbehoefte (gemak, compactheid) • Uitbreiden van woningvoorraad in het centrum	• Gemeente • Ondernemers • Vastgoedeigenaren	• Verplaatsingssubsidie ondernemers • Transformatiesubsidie vastgoedeigenaren • Bestemmingsplan (voorzienbaarheid creëren op basis van vast te stellen visie)
2. Transformatie Blauwstraat	• Stimuleren verplaatsingen naar kernwinkelgebied • Transformatie naar wonen en deel diensten/kantoren • Koppeling maken met woningbouwontwikkeling Onze Steden en transformatie bibliotheek	• Compacter en aantrekkelijker maken van kernwinkelgebied voor de consument • Faciliteren van consumentenbehoefte (gemak, compactheid) • Uitbreiden van woningvoorraad in het centrum	• Gemeente • Ondernemers • Vastgoedeigenaren	• Verplaatsingssubsidie ondernemers • Transformatiesubsidie vastgoedeigenaren • Bestemmingsplan (voorzienbaarheid creëren op basis van vast te stellen visie)

Fase	Toelichting	Doelstelling	Partijen	Instrumenten
3. Versterking Kaaistraat	• Aanpak verbetering gevels • Uitwerken van mobiliteitsstrategie voor het centrum (auto te gast) • Meer ruimte voor het opwaarderen van de verblijfskwaliteit (vergroening, geveltuinen) • Meer ruimte voor het creëren van beleving in de winkelstraat (o.a. winkel ondersteunende terrasmogelijkheden)	• Versterken van vestigingsklimaat voor bestaande en nieuwe ondernemers (o.a. verplaatsers uit Blauwstraat en Grote Kerkstraat) • Aantrekkelijkheid verhogen voor consument	• Gemeente • Ondernemers • Vastgoedeigenaren	• Gevelfonds • Investeringen openbare ruimte • Mogelijkheden creëren voor blurring
4. Markt en Kerk	• Herinrichting Markt (vergroten aantrekkelijkheid / groen) • Versterken verbinding met Gummaruskerk door herinrichting openbare ruimte en het omleiden van autoverkeer • Verbreden functie van Gummaruskerk (bijvoorbeeld met bibliotheek, horeca, VVV, B&B, werkplekken, wonen) • Vestigen van horecazaken (verplaatsers) op de Markt	• Verhogen van verblijfskwaliteit en recreatieve mogelijkheden in het centrum	• Gemeente • Bisdom / vastgoedeigenaar • Ondernemers	• Investeringen openbare ruimte • Bestemmingsplanwijziging
5. Herontwikkeling Westdam – grootschalige trekkers	• Herontwikkeling bestaande bebouwing voor de vestiging van grootschalig aanbod • Herinrichting Westdam door meer verblijfskwaliteit te realiseren. Westdam enkel gericht op bestemmingsverkeer (wonen) • Optimaliseren van bereikbaarheid van het centrum (bereikbaar via achterzijde van kerk) en parkeren (achterzijde)	• Faciliteren van consumentenbehoefte (gemak) en huisvesten grootschalige trekkers • Verhogen aanbodkwaliteit voor Steenbergse consument • Verhogen verblijfskwaliteit van het centrum • Geen uitbreiding van aanbod!	• Gemeente • Ondernemers • Vastgoedeigenaren	• Bestemmingsplanwijziging • Investeringen openbare ruimte

Fase	Toelichting	Doelstelling	Partijen	Instrumenten
6. Havengebied	• Versterken horecakansen rondom het havengebied • Versterken verbindingen supermarktlocatie en centrum (o.a. Kromme Elleboog en via huidige Rabobank-locatie) • Versterken aantrekkelijk verblijfsgebied aan het water met voldoende parkeerruimte en een goede afwikkeling van de verkeersbewegingen door het gebied	• Verbeteren aansluiting Haven en Centrum • Verbeteren verbinding tussen supermarkt (trekker) en centrum	• Gemeente • Ondernemers • Rabobank • Vastgoedeigenaren	• Bestemmingsplanwijziging • Investeringen openbare ruimte
7. Kop Kaaistraat	• Herinrichting van verkeersruimte (afhankelijk van te ontwikkelen randweg)	• Versterken van entree richting het centrum • Versterken van verbinding tussen de Haven en het centrum	• Gemeente	• Investeringen openbare ruimte

Bijlage 1: Resultaten enquête

ONDERNEMERS



Leeftijd ondernemers

- Jonger dan 30 jaar
- 30 tot 50 jaar
- 50 tot 64 jaar
- Ouder dan 64 jaar
- Onbekend

53% van de ondernemers in het centrum van Steenbergen is **50 jaar of ouder**

63% van de oudere ondernemers heeft **geen opvolging** of is de opvolging onbekend

4 Ondernemers hebben aangegeven binnen nu en 5 jaar te gaan **stoppen**

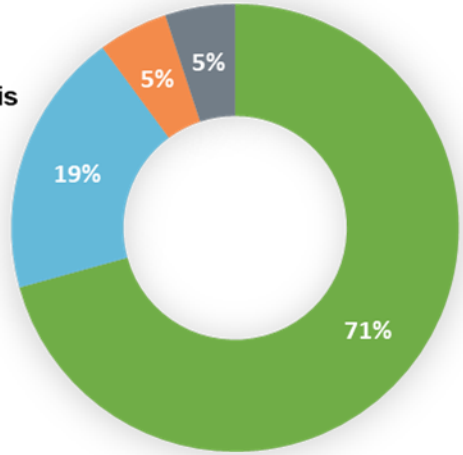
PERSPECTIEF

86% van de ondernemers functioneerde goed tot **zeer goed voor corona**

62% van de ondernemers geeft aan dat de inkomsten zijn **afgenomen** tijdens corona

Perspectief na coronacrisis

- Positief / Zeer positief
- Neutraal
- Negatief
- Weet niet



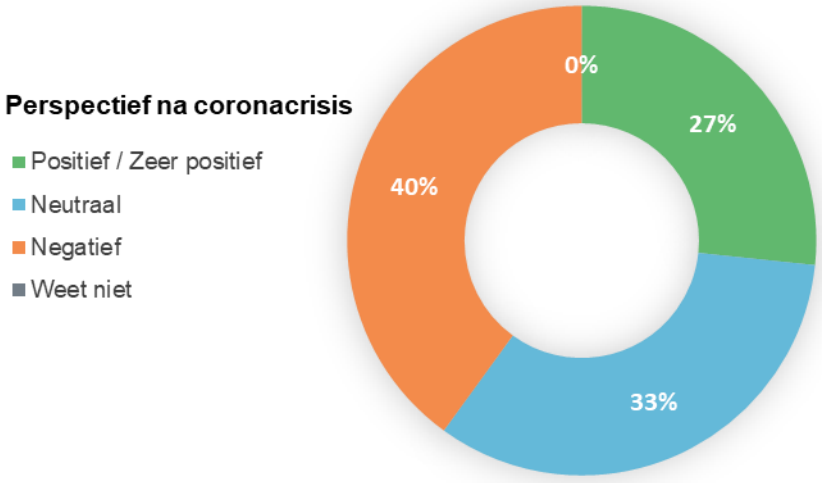
71% van de ondernemers is **positief over de toekomst**

VASTGOEDEIGENAREN

PERSPECTIEF

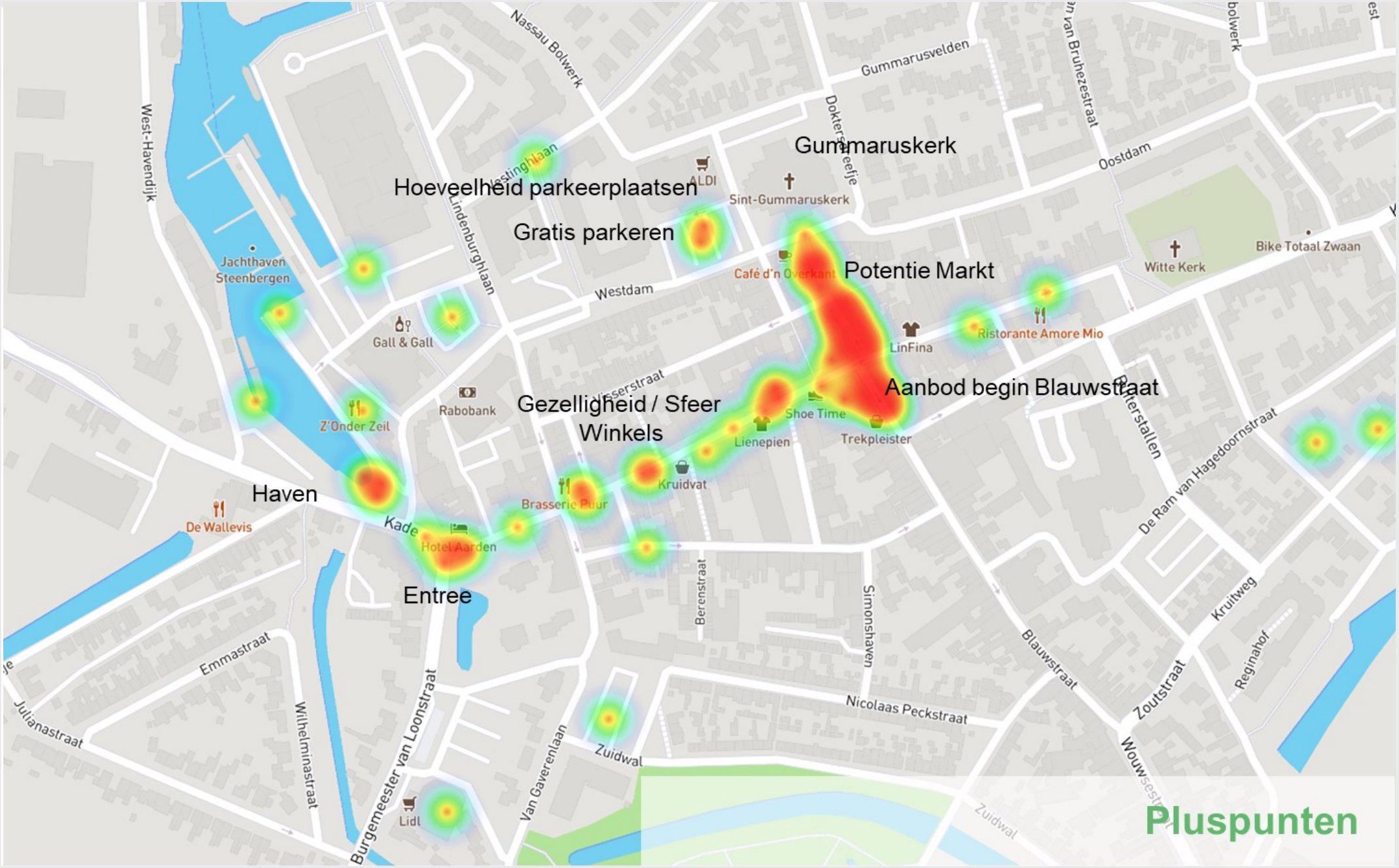
80% van de vastgoedeigenaren beoordeelde het economisch functioneren **voor corona** van het centrum met **matig**

87% van de vastgoedeigenaren is **niet positief** over het economisch functioneren op dit moment **(tijdens corona)**



27% van de vastgoedeigenaren is **positief over de toekomst**

Beleving Markt / Gummaruskerk
Gebrek aan activiteit
Verkeersveiligheid
Entree Grote Kerkstraat
(verspreid aanbod)
Parkeren
Parkeren (te weinig)
Verbod stoppen
Leegstand
Uitstraling panden
Uitloper Blauwstraat
(verspreid aanbod)
Verkeersveiligheid
Verbinding met de Haven
Vindbaarheid
parkeerplaatsen
Minpunten
Nassau Bolwerk
Gummarusvelden
Jan van Bruhezestraat
Doktersdreefje
Oostdam
Vestinghlaan
Lindenburghlaan
Westdam
West-Havendijk
Graaf Hendrikstraat
Jachthaven Steenbergen
ALDI
Sint-Gummaruskerk
Bike Totaal Zwaan
Café d'n Overkant
Gall & Gall
LinFina
Rabobank
Z'Onder Zeil
Shoe Time
Lienepien
Trekpleister
Kruidvat
Brasserie Puur
De Wallevis
Kade
Hotel Aarden
Ruiterstallen
Hagedoornstraat
Berenstraat
Simonshaven
Kruitweg
Reginahof
Blauwstraat
Zoutstraat
Nicolaas Peckstraat
Emmastraat
Julianastraat
Wilhelminastraat
Burgemeester van Loonstraat
Van Gaverenlaan
Zuidwal
Lidl


Gummaruskerk
Hoeveelheid parkeerplaatsen
Gratis parkeren
Potentie Markt
Aanbod begin Blauwstraat
Gezelligheid / Sfeer
Winkels
Haven
Entree
Pluspunten
Nassau Bolwerk
Gummarusvelden
Oostdam
Westdam
West-Havendijk
Lindenburghlaan
Jachthaven Steenbergen
Gall & Gall
Rabobank
Z'Onder Zeil
De Wallevis
Kade
Hotel Aarden
Brasserie Puur
Kruidvat
Lienepien
Shoe Time
Trekpleister
LinFina
Ristorante Amore Mio
Café d'n Overkant
Sint-Gummaruskerk
ALDI
Witte Kerk
Bike Totaal Zwaan
Berenstraat
Simonshaven
Blauwstraat
Nicolaas Peckstraat
Zoutstraat
Kruitweg
Reginahof
De Ram van Hagedoornstraat
Emmastraat
Julianastraat
Wilhelminastraat
Burgemeester van Loonstraat
Van Gaverenlaan
Zuidwal
Lidl