

# Binnenstadsvisie Oosterhout

## Gemeente Oosterhout



# Binnenstadsvisie Oosterhout

## Gemeente Oosterhout

Rapportnummer: 204X00577.090170\_4

Datum: 24 mei 2017

Contactpersoon opdrachtgever: Mevrouw D. Bosmans en de heer P. Loos

Projectteam BRO: Felix Wigman, Geri Wijnen, Marjolein Dikmans

Trefwoorden: Binnenstadsvisie, doelgroepen, ontwikkelopgaven, deelgebieden

Bron foto kaft: BRO, Oosterhout6986

Beknopte inhoud: Toekomstperspectief en ontwikkelingsmogelijkheden voor de binnenstad van Oosterhout, waarbij verschillende deelgebieden worden onderscheiden. De hoofdpoging voor de binnenstad is te komen tot een compactere en kwalitatief hoogwaardige binnenstad. Waarbij een overschot aan vierkantmeters winkelruimte wordt gereduceerd.

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

**BRO**  
Ruimte om *in* te leven

<b>Inhoudsopgave</b>	pagina
<b>INLEIDING</b>	<b>2</b>
<b>1. VISIE OP DE BINNENSTAD</b>	<b>4</b>
1.1 Ambitie positie binnenstad	4
1.2 Koers doelgroepen en functies	6
1.2.1 Uitgangspunten doelgroepen en functies	6
1.2.2 Ontwikkelopgaven doelgroepen en functies	9
1.3 Gebiedsgerichte koers	11
1.3.1 Uitgangspunten ruimtelijk-functionele structuur	11
1.3.2 Optimalisatie hoofdwinkelstructuur	13
1.3.3 Ontwikkelopgaven deelgebieden	20
<b>2. UITVOERINGS PARAGRAAF</b>	<b>27</b>
2.1 Collectieve opgaven	27
2.2 Actoren en instrumenten	29
<b>BIJLAGEN</b>	<b>1</b>
Bijlage 1: Analyse	2
Bijlage 2: Beleidskaders	28

## INLEIDING

Binnensteden zijn in Nederland sterk in beweging en zeker middelgrote binnensteden. Voor een groot deel hangt dit samen met de dynamiek op de winkelmarkt: winkelketens verlaten het toneel en nieuwe concepten doen hun intrede. Echter tegen andere randvoorwaarden als voor ketens gebruikelijk is. Bezoekersaantallen lopen terug en leegstand loopt nog altijd op. Aanloopstraten maar ook de hoofdwinkelstraten staan onder druk, concept stores en pure internet players zoeken hun weg naar de winkelstraat, functies vermengen zich met elkaar ('blurring'), de horeca leeft op en er is een grote variatie in cultureel aanbod. Maar ook wint de binnenstad terrein als plek om te werken en te wonen. In algemene zin verschuift het bezoek aan de binnenstad van puur 'winkelen' naar meer 'gebruik ter plekke', waaronder ook activiteiten als horeca, festival- en bioscoopbezoek. Anderzijds wordt comfort, gemak en service steeds belangrijker. Binnensteden in het 'midden' beraden zich daarom op hun positionering als recreatief verblijfsgebied of doelgericht gemakscentrum. Binnenstedelijke straten zijn vaker in transitie qua functionele invulling en positionering. Een integrale visie op de binnenstad is daarom relevanter dan ooit.

Dit geldt ook in belangrijke mate voor de binnenstad van Oosterhout. Van oudsher had de binnenstad een sterke recreatieve winkelfunctie voor de regio. Die positie is echter sterk onder druk komen te staan en zal naar verwachting ook niet meer terugkeren op het oude niveau.

Tekenend is de terugloop in passanten (bijna 30% tussen 2009 en 2016), de hoge mate van leegstand (16% in december 2016), de afname van de verblijfsduur (naar ruim 30 minuten per bezoek) en de scherpe afname in waardering van het winkelaanbod, bereikbaarheid en sfeer en uitstraling door Oosterhouters zelf. In het onderzoek 'De veerkrachtige binnenstad' van PBL uit 2015 werd de binnenstad van Oosterhout niet voor niets als 'zwak en perifeer' aangeduid en worstelt de stad met enerzijds de positie nabij Breda en Tilburg en anderzijds de aantrekkingskracht van echte boodschappencentra.

De nood is hoog om de neerwaartse spiraal te doorbreken. Niet ingrijpen is verder afzakken. Daarbij moeten moeilijke keuzes gemaakt worden. Het belang van winkels voor de binnenstad neemt af en dat van andere voorzieningen en functies zoals horeca, cultuur, leisure, evenementen, werken en wonen neemt toe. Wat betreft winkels is er een serieuze saneringsopgave: tot aan 2030 is er naar verwachting een overaanbod van ca. 5.500 tot 8.000 m<sup>2</sup> winkelvloeroppervlak. Dit blijkt uit de vooruitlopend op deze Binnenstadvisie opgestelde Detailhandelsvisie. Aan de andere kant heeft de binnenstad van Oosterhout absoluut kwaliteiten: als aantrekkelijk voorzieningen- en uitgaanscentrum van een prettige woonstad. En vervult de stad een rol in regionaal toerisme. Uitgaan van de betekenis van de binnenstad voor de eigen inwoners en de eigen kracht is het devies. In deze Binnenstadvisie wordt vanuit dat oogpunt nader ingegaan op de (ontwikkel)opgaven waar de Oosterhoutse binnenstad voor staat, op basis van ambities voor de meer lokale verzorgingsfunctie van de binnenstad.



De volgende centrale vragen zijn leidend voor de visie:

- Wat is het toekomstperspectief en ontwikkelingsmogelijkheden van de binnenstad en de deelgebieden daarbinnen?
- Hoe kan de gemeente met initiatieven in de binnenstad van Oosterhout omgaan, zodat de binnenstad versterken wordt?
- Wat zijn de (beleids)opgaven voor de binnenstad, en wat betekenen deze opgaven voor de organisatiestructuur en uitvoeringsaanpak?

# 1. VISIE OP DE BINNENSTAD

## 1.1 Ambitie positie binnenstad

In tabel 1.1 zijn per doelgroep voor de binnenstad de belangrijkste bezoekenmotieven en kernwoorden gegeven. De ambitie voor de binnenstad van Oosterhout sluit daarop aan:





*De binnenstad van Oosterhout heeft op de eerste plaats een verzorgingsfunctie voor haar eigen inwoners. Daarbovenop heeft de binnenstad een functie voor bezoekers vanuit de (sub)regio en toeristen. Zowel voor het doen van boodschappen als voor een middag of avond uit. De aantrekkelijke, compacte binnenstad biedt een uitgekende balans tussen gemak en vermaak. De binnenstad is economisch, functioneel en sociaal het hart van de stad.*

Deze ambitie vertaalt zich naar de volgende pijlers:

- Functioneel, sociaal en economisch hart van de stad:
  - lokale verzorgingsfunctie staat voorop;
  - versterken boodschappenfunctie binnenstad;
  - binnenstad als aantrekkelijk recreatie, verblijfs- en woongebied.
- Behoud en zo mogelijk versterken van de subregionale<sup>1</sup> verzorgingsfunctie:

- behoud van het recreatieve profiel, met meer ruimte voor ‘belevings’-functies, waar mogelijk uitstralingseffect naar regio en toeristen;
- keuze voor een compacte binnenstad met minder winkels en winkelometers;
- balans tussen gemak- en vermaaksfunctie.
- Stimuleren van goed ondernemersklimaat en krachtige samenwerking:
  - proeftuin voor nieuw ondernemerschap.

Tabel 1.1: Bezoekmotief binnenstad per doelgroep

	BEWONERS BINNENSTAD	BEWONERS OOSTERHOUT STAD	BEWONERS KERKDORPEN & SUBREGIO	BEWONERS REGIO & TOERISTEN
	 20 – 85 jaar	 20-30 30-55 70+ 55+	 55+ 30-55	 55+ 30-55
<b>Bezoekmotief</b>	Boodschappen Efficiënt-recreatief winkelen Woonomgeving Sociale contacten Passant	Boodschappen Efficiënt-recreatief winkelen Sociale contacten	Boodschappen Efficiënt-recreatief & recreatief winkelen Middag / avond uit	Recreatief winkelen Middag / avond uit
<b>Kernwoorden</b>	Comfort & gemak Snelheid Doelgericht	Comfort & gemak Snelheid Doelgericht	Comfort & gemak Doelgericht Bijzonder	Doelgericht Bijzonder Verrassend

### Functioneel, en sociaal en economisch hart van de stad

De gemeente wil zich naar de toekomst toe nog sterker als aantrekkelijke ‘familiestad’ profileren<sup>2</sup>, waar het goed wonen, werken en recreëren

<sup>1</sup> Subregio: Drimmelen, Dongen en Geertruidenberg en in beperkte mate Breda

<sup>2</sup> Agenda Economie 2016-2021

is voor inwoners en bezoekers. Aan de andere kant heeft de gemeente ook met vergrijzing te kampen. De binnenstad is binnen het gemeentelijke profiel in ieder geval het economische, functionele en sociale hart van de gemeente. De lokale verzorgingsfunctie van de binnenstad staat voorop. Daarmee neemt het belang van de dagelijkse winkelfunctie (boodschappenaanbod) toe voor de aantrekkingskracht van het centrum, maar ook van het horeca-, cultuur,- evenementen- en voorzieningenaanbod gericht op de eigen inwoner. Naast een aantrekkelijk recreatiegebied met een gezellige uitstraling, is de binnenstad ook een aantrekkelijk woongebied, waar een variatie aan doelgroepen (ook gezinnen) hun plek kunnen vinden. De aanwezigheid van (groene) verblijfsgebieden zoals het Slotpark en waar mogelijk het vergroenen van de openbare ruimte draagt bij aan die aantrekkelijkheid.

#### **Behoud en versterken van de subregionale verzorgingsfunctie**

Binnen de regio heeft de Oosterhoutse binnenstad van oudsher ook een sterke positie als recreatief winkel- en horecagebied en toeristisch-recreatief visitekaartje van de stad. Deze functie is met name onder invloed van veranderend consumentengedrag onder druk komen te staan. Consumenten gaan minder vaak een dagje winkelen (als gevolg van crisis en online mogelijkheden) en kiezen bij recreatief winkelen eerder voor grotere winkelgebieden met meer keuzemogelijkheden en meer belevingsfuncties (horeca, cultuur, evenementen). Middelgrote steden zoals Oosterhout ervaren daar sterk de effecten van: bezoekersaantallen zijn in Oosterhout tussen 2008 en 2016 sterk gedaald en de winkelleegstand bedraagt 16% van het winkelvloeroppervlak. Het afgelopen jaar zijn er weer meer bezoekers verwelkomd, maar ook de internetbestedingen blijven toenemen. Regionaal gezien zal Oosterhout niet meer de positie gaan innemen als in het verleden. Naar verwach-

ting blijft een deel van de leegstand in de binnenstad structureel van aard en is er een overaanbod van 5.500 tot 8.000 m<sup>2</sup> winkelvloeroppervlak in de binnenstad.

Wat betreft recreatief bezoek is het uitgangspunt behoud van de subregionale verzorgingsfunctie. Waar mogelijk wordt deze positie versterkt, maar dan wel uitgaande van een compacter winkelgebied met minder winkels en winkelvloeroppervlak en meer ruimte voor niet-winkelfuncties die bezoekers aantrekken, zoals horeca, cultuur en evenementen. De campagne 'Oosterhout, de smaak te pakken' speelt al in op deze verbrede positionering en het sterke horeca-aanbod van Oosterhout. Detailhandelsontwikkelingen gericht op recreatief aanbod horen echter wel in het centrum thuis en niet elders in de gemeente.

Een profiel dat enerzijds gericht is op recreatief bezoek en anderzijds op boodschappen doen en lokale voorzieningen, vraagt om de juiste balans. Dat betekent helderheid en keuzes in de (thematische) profilering van deelgebieden en vertaling van de consequenties in randvoorwaarden naar deelgebied (ruimtelijk, functioneel, beleidsmatig). Het functionele aanbod en ruimtelijke inrichting en uitstraling van deelgebieden / straten past bijvoorbeeld bij de gekozen profilering. Openings tijden zijn afgestemd op de te bedienen doelgroepen. Het parkeerregime en de parkeertarieven zijn helder en eenduidig. Het is wenselijk om in de binnenstad één parkeertarief toe te passen (in mei 2016 reeds wijzigingen doorgevoerd). Consequenties zijn er ook voor o.a. horeca- en evenementenbeleid, bestemmingsmogelijkheden en andere beleidsvelden en verordeningen naar deelgebied (ook met het oog op de implementatie van de Omgevingswet).

### **Stimuleren van goed ondernemersklimaat en krachtige samenwerking**

Aan ondernemers wordt zo veel mogelijk ruimte geboden om de belangrijkste doelgroepen van de binnenstad te kunnen bedienen (gemaks- en vermaaksfunctie binnenstad) en in te kunnen blijven spelen op marktdynamiek. De binnenstad biedt daartoe het passende vestigingsklimaat. Er is nadrukkelijk ruimte voor (zelfstandige) lokale/regionale ondernemers. Een krachtige, heldere en professionele samenwerking tussen de verschillende partijen die actief zijn in de binnenstad is daarbij een randvoorwaarde. Het beleid vormt een leidraad voor nieuwe en bestaande ondernemers om te kunnen investeren op de juiste plekken in de binnenstad. Zo is in januari 2017 de APV hernieuwd vastgesteld waarbij een groot aantal regels is geschrapt om regeldruk voor ondernemers te verminderen.

## **1.2 Koers doelgroepen en functies**

### **1.2.1 Uitgangspunten doelgroepen en functies**

In tabel 1.2 zijn per doelgroep en per functie in de binnenstad op hoofdlijnen de uitgangspunten qua aanbod voor de toekomst weergegeven, aansluitend op de belangrijkste bezoekmotieven en de ambitiepijlers uit de vorige paragraaf.

#### **Bewoners van de binnenstad**

Voor bewoners van de wijk 'Centrum' is de binnenstad de primaire locatie voor boodschappen, winkelen en gebruik van andere voorzieningen

(horeca, cultuur, zorg). Deze groep bestaat uit mensen van alle leeftijden, maar zijn voornamelijk een- en tweepersoonshuishoudens. Comfort en gemak in de dagelijkse boodschappen (nabijheid, snel te bereiken) en de sociale functie van horeca en voorzieningen zijn voor deze doelgroep belangrijke redenen om de binnenstad te bezoeken. Daarop kan ingespeeld worden door bijvoorbeeld aanvullende gemaks-services aan te bieden. Daarnaast zijn er kansen voor woningontwikkeling in een stedelijk milieu (eensgezins- en meergezinswoningen), waarmee in sterkere mate starters en gezinnen aan de binnenstad gebonden kunnen worden en het draagvlak voor voorzieningen en bestedingen vergroot.

#### **Bewoners Oosterhout stad**





Voor bewoners van de overige wijken heeft de binnenstad een verzorgingsfunctie voor de completere boodschap en voor efficiënt-recreatief winkelen. De basisboodschappen doen zij in de wijkwinkelcentra of in solitaire supermarkten. Daarnaast zijn zij aangewezen op de binnenstad voor dienstverlening en 'dagelijkse' culturele functies zoals de bibliotheek. Het belang van comfort en gemak in (auto)bereikbaarheid is voor deze groep van groot belang.

Gratis kort parkeren kan een trigger zijn om de binnenstad vaker te bezoeken of deze te verkiezen boven winkelgebieden in de omringende gemeenten. Ook de sociale functie van horeca, voorzieningen, cultuur-aanbod en evenementen in de binnenstad is van belang voor deze doelgroep.

### **Bewoners kerkdorpen en subregio**

Voor bewoners van de rest van de gemeente en de subregio heeft de binnenstad van Oosterhout met name een verzorgingsfunctie voor efficiënt-recreatief winkelen. Voor andere functies zijn zij minder op Oosterhout aangewezen: zij kunnen veelal ook in hun eigen woonplaats of elders terecht.

Tabel 1.2: Uitgangspunten aanbod per functie naar doelgroep\*

		BEWONERS BINNENSTAD	BEWONERS OVERIGE WIJKEN	BEWONERS GEMEENTE & SUBREGIO	BEWONERS REGIO & TOERISTEN
KENMERKEN DOELGROEP		 20 – 85 jaar	 20-30 30-55 70+ 55+	 55+ 30-55	 55+ 30-55
	<b>Bezoekmotief</b>	Boodschappen Efficiënt-recreatief winkelen Woonomgeving Sociale contacten Passant	Boodschappen Efficiënt-recreatief winkelen Sociale contacten	Boodschappen Efficiënt-recreatief & recreatief winkelen Middag / avond uit	Recreatief winkelen Middag / avond uit
	<b>Kernwoorden</b>	Comfort & gemak Snelheid Doelgericht	Comfort & gemak Snelheid Doelgericht	Comfort & gemak Doelgericht Bijzonder	Doelgericht Bijzonder Verrassend
FUNCTIES	<b>Dagelijks</b>	Basis compleet Supermarkten Versspeciaalzaken Weekmarkt	Compleet en bijzonder Supermarkten Versspeciaalzaken Weekmarkt	Bijzonder Versspeciaalzaken	
	<b>Niet-dagelijks</b>	Basis compleet	Basis compleet Middensegment	Doelgericht Basis compleet Middensegment Speciaalzaken	Speciaalzaken Bijzonder aanbod
	<b>Horeca</b>	Daghoreca Avondhoreca Nachthoreca	Daghoreca Avondhoreca Nachthoreca	Daghoreca Avondhoreca	Bijzondere restaurants
	<b>Cultuur</b>	Bibliotheek Theater / film	Bibliotheek Theater / film	Specifiek aanbod theater/film	Specifiek aanbod theater/film
	<b>Evenementen</b>	Seizoensactiviteiten Muziek Sport	Seizoensactiviteiten Muziek Sport	Seizoensactiviteiten Themamarkt Muziek Sport	Grote / bijzondere evenementen
	<b>Overige voorzieningen</b>	Afhaalpunt Dienstverlening Zorg Sport	Afhaalpunt Dienstverlening Sport	Dienstverlening Ambachten	Arrangementen Overnachting Ambachten

\* Met de donkerte in kleur is per doelgroep aangegeven bij welke functies het zwaartepunt qua bezoekmotief ligt.



Het betreft mensen uit kernen Den Hout, Oosteind en Dorst en uit de direct omliggende gemeenten (voornamelijk Drimmelen, Dongen en Geertruidenberg en in beperkte mate Breda<sup>3</sup>). Deze groep maakt bewust de afweging om naar Oosterhout te rijden of naar een andere plaats. Voor deze groep is onderscheidendheid in aanbod (zowel winkels, horeca, cultuur en evenementen) dus zeer relevant, evenals onderscheidendheid in comfort en gemak (o.a. in parkeergelegenheid). Binnen deze groep ligt de focus op gezinnen en oudere stellen, die gezien hun levensstijl gevoelig zijn voor de combinatie van efficiëntie, gemak, behapbare schaal, sfeer en verrassing en compleetheid in aanbod.

### Bewoners regio en toeristen

Aanvullend op de lokale verzorgingsfunctie heeft de binnenstad een functie voor bezoekers vanuit de (grotere) regio en toeristen. Dit betreft bijvoorbeeld bezoekers vanuit Gilze en Rijen, uit de gemeenten in de 'tweede schil' rondom Oosterhout en mensen die in Oosterhout en omgeving verblijven op een van de recreatieterreinen of campings. Ook gaat het om incidentele bezoekers die bijvoorbeeld op een fysieke vestiging van een internetwinkel afkomen. Met name gezinnen en oudere stellen zijn interessant om op in te spelen. Bijzonder aanbod in horeca- en winkelaanbod, maar ook in cultuur en evenementen is voor deze groep een reden om Oosterhout te bezoeken. Positionering van Oosterhout als merk en het aanbieden van arrangementen kan een middel zijn om meer bezoekers uit deze doelgroep te trekken.

De binnenstad focust zich niet expliciet op jongeren tot 20 jaar. De keuze om de grens bij 20 jaar te leggen is ingegeven door de afweging dat



<sup>3</sup> Teteringen

dit de groep middelbare scholieren betreft en studenten. De groep ouder dan 20 jaar bevat ook werkende jongeren die wel weer een binding met Oosterhout opbouwen. Deze doelgroep is momenteel al niet gericht op Oosterhout en is met het vertrek van verschillende winkelketens uit de binnenstad en de ontwikkeling van het winkelaanbod in Breda en Tilburg ook lastig opnieuw te binden.

### 1.2.2 Ontwikkelopgaven doelgroepen en functies

Hierna zijn de uitgangspunten per doelgroep verder uitgewerkt naar ontwikkelopgaven en -kansen. Daarbij is onderscheid gemaakt naar ruimtelijk-functionele en servicegerelateerde aspecten, gebaseerd op trends en ontwikkelingen in consumentengedrag.

#### Bewoners Oosterhout stad

BEWONERS BINNENSTAD	BEWONERS OOSTERHOUT STAD
 <p>20 – 85 jaar</p>	 <p>20-30 30-55 70+ 55+</p>

#### Centrale focus

- Bezoekgemak en sociale functie binnenstad.
- Gemak en services in alle functiesectoren.
- Verhogen van de lokale binding van inwoners.



## Opgaven en kansen

- Inzetten op het aanbieden van het complete basisaanbod aan dagelijks en niet-dagelijkse detailhandel. Vestigingsvoorwaarden voor ondernemers met dat aanbod op orde brengen:
  - Introductie gratis kort parkeren in de buurt van dagelijkse winkels.
  - Meer ruimte voor daghoreca<sup>4</sup>, blurring concepten en kleinschalige terrassen in winkelstraat.
  - In acquisitie-aanpak onderscheid tussen deelgebieden en USP's van deelgebieden communiceren.
- Inzetten op het gezamenlijk aanbieden van aanvullende gemakgerichte services en 'frequent-shopper'-voordelen, zoals een snelle bezorgservice, langere openingstijden aan het begin van de avond (verkleinen overloop in gebruikstijden tussen verschillende functies), loyaliteitssysteem parkeergeld en cross-overs tussen detailhandel en andere diensten.
- Voldoende plekken met verblijfskwaliteit voor kort rustmoment of ontmoeting:
  - Aantrekkelijke inrichting viersprong Arendstraat / Nieuwstraat / Kerkstraat / Keiweg (buiten) en plein Arendshof (in pandig) met zitplekken, groen, speelgelegenheid voor kinderen en daghoreca.
  - In algemene zin vergroenen van openbare ruimte om verblijf en gebruik aantrekkelijker te maken en binnenstad ook een woonomgeving te laten zijn. Inzetten op laagdrempelige culturele ac-

<sup>4</sup> Daghoreca wil zeggen horeca die qua openingstijden gekoppeld is aan de reguliere gezamenlijke sluitingstijden en geen restaurants met een volwaardige avondfunctie.

tiviteiten en evenementen met een sociale functie, en bijv. werkplekken voor ZZP'ers.

- Vergroten gebruiksmogelijkheden bijzondere en groene openbare ruimte, zoals het Slotpark en stadstuin De Schelp.

BEWONERS KERKDORPEN & SUBREGIO	BEWONERS REGIO & TOERISTEN
 55+ 30-55	 55+ 30-55

## Bewoners kerkdorpen, (sub)regio en toeristen

### Centrale focus

- Bezoekgemak en onderscheidendheid binnenstad.
- Bijzonder aanbod in alle functiesectoren.
- Vergroten van bekendheid Oosterhout en bezoekfrequentie.

### Opgaven en kansen

- Inzetten op het aanbieden van enerzijds een compleet basis 'mid-densegment' en anderzijds verrassend aanbod en bijzondere specialzaken. Vestigingsvoorwaarden voor ondernemers met dat aanbod op orde brengen:
  - Introductie korting op parkeergelden (bijv. eerste uur gratis) om onderscheidend te zijn ten opzichte van Breda.
  - Ruimte voor innovatie en experimenten (blurring concepten, Proeftuin Oosterhout) en wisselend aanbod / pop ups (Win een

winkel). Zowel in regelgeving (ondernemersvrijheid) als vanuit vastgoedeigenaren (huurniveau).

- Uitstraling en inrichting openbare ruimte sluit qua sfeer, beleving en verrassingselementen aan op het profiel van ondernemers.
- In acquisitie-aanpak onderscheid en USP's van deelgebieden communiceren.
- Inzetten op het gezamenlijk aanbieden van services en arrangementen gericht op gemak en verrassing: bijv. personal shopping service of bezorgservice (thuis of in kluisje), loyaliteitssysteem parkeergeld, faciliteiten gericht op families openbare toiletten met familietoilet en 'baby lounge') en arrangementen die horeca, cultuur, evenementen en/of winkelen samenbrengen.
- Inzetten op 'verrassing' en bijzonder aanbod in cultuur, evenementen en aankleding:
  - Weekmarkt behouden en in assortiment uitbreiden met (wisselend) streek- en seizoensaanbod.
  - Bijzondere speelvoorziening voor kinderen.
  - Bijzondere (tijdelijke) aankleding binnenstad via Awesome Oosterhout of gerelateerd aan evenementen (bijv. het zandsculpturenfestival). Maar dit kan ook door de openbare ruimte op een interessante manier te vergroenen en bijv. de verbinding met en het gebruik van plekken als het Slotpark en stadstuin De Schelp te verbeteren.
  - Incidentele (grootschaliger) evenementen met couleur locale (geënt op profiel 'DNA Oosterhout'), in samenwerking met horeca, cultuur- en detailhandel.
- Inzetten op de online vindbaarheid van de binnenstad en eenduidige informatievoorziening.

## 1.3 Gebiedsgerichte koers

### 1.3.1 Uitgangspunten ruimtelijk-functionele structuur

De voornoemde uitgangspunten vertalen zich naar de toekomstige ruimtelijk-functionele structuur voor de binnenstad. In de binnenstad is een theoretisch overaanbod berekend van 5.500 tot 8.000 m<sup>2</sup> winkelvloeroppervlak. Dit is berekend op basis van het economisch functioneren, waarbij het aanbod in het centrum van Oosterhout is vergeleken met het aanbod op basis van landelijke bestedingscijfers en vloerproductiviteit. Hieruit blijkt dat er in het centrum sprake is van een overaanbod (14 – 21% van het huidige aanbod).

Gezien de opgave om het overaanbod van 5.500 tot 8.000 m<sup>2</sup> winkelvloeroppervlak in de binnenstad terug te dringen zijn eerst keuzes gemaakt in hoofdwinkelstructuur en niet-hoofdwinkelstructuur. Daarbij is er een onderscheid tussen het kernwinkelgebied, aanloopstraten, gebieden met andere publieksgerichte functies en overige straten. Centraal in de toekomstige ruimtelijk-functionele structuur staat de keuze voor een compacte binnenstad met minder winkels.

#### Hoofdwinkelstructuur

In die structuur wordt allereerst het onderscheid gemaakt tussen kernwinkelgebied en aanloopstraten. Deze straten vormen samen de hoofdwinkelstructuur. Dat de winkelstructuur uit een overdekt en niet-overdekt gedeelte bestaat is (ook van oudsher) een onderscheidende kwaliteit. Voor dienstverlenende, cultureel-maatschappelijke en horeca/leisure-functies, maar ook voor doelgericht bezochte winkels is er ruimte in de randen van het hoofdwinkelgebied (aanloopstraten en

thematische clusters) en de directe omgeving. De afbakening van de hoofdwinkelstructuur (figuur 1.1) sluit grotendeels aan bij gebiedsafbakening voor de BIZ:

- **Kernwinkelgebied:** Kerkstraat, Keiweg (tussen Kerkstraat en Mathildastraat), Arendstraat (tot aan Arendshof 1), Nieuwstraat, en delen van Arendshof 1 en delen van Arendshof 2.
- **Aanloopstraten:** Torenstraat, Markt, Leijzenhoek (tussen Markt en Waterloostraat/Leeuwenstraat), Arendstraat (tussen Heuvel en Arendshof 1, inclusief Binnenhofje) en Heuveleind.

Om een reductie van winkelvloeroppervlak te realiseren is binnen de hoofdwinkelstructuur nog een verdere optimalisatie gewenst. In de volgende paragraaf is dit toegelicht.

### **Niet-hoofdwinkelstructuur**

De overige straten en gebieden in de binnenstad behoren niet tot de hoofdwinkelstructuur. Wel kan er een onderscheid gemaakt worden naar straten met een publieksgerichte functie en straten die dat niet hebben.

#### *Publieksgerichte functie*

Deze straten onderscheiden zich door een focus op andere publieksgerichte functies en voorzieningen dan winkels. In deze straten kunnen ook winkels gevestigd zijn, maar dit is niet de hoofdfunctie. Dit zijn:

- Markt en Klappeijstraat (horeca, weekmarkt en evenementen);
- Heuvel en Heuveleind (horeca, cultuur, evenementen en parkeren);
- Torenstraat en Basiliekplein (cultuur, dienstverlening en parkeren);
- Schapendries (doelgerichte winkels, parkeren).

#### *Overige straten*

In de volgende straten is transformatie / verkleuring naar een ander profiel gewenst, omdat zij onvoldoende toekomstperspectief hebben als pure winkelomgeving. Bijvoorbeeld door een matige verbinding met overige winkelstraten, versnipperd aanbod en/of veel leegstand. Ook het aantal passanten is hier dusdanig laag, dat niet meer over kernwinkelgebied gesproken kan worden. Sommige straten vervullen hoofdzakelijk al een andere functie, bijvoorbeeld als woonstraat. Het betekent niet dat hier in de toekomst geen winkels meer gevestigd kunnen zijn, maar wel dat transformatie of herontwikkeling van winkelaanbod naar andere functies ondersteund en gestimuleerd wordt. Ook het verwijderen van ongebruikte detailhandelsbestemmingen is wenselijk. Het betreft:

- Arendsplein;
- Rulstraat;
- Sint Janstraat;
- Leijzenhoek (tussen Waterloostraat/Leeuwenstraat en Sint Josephstraat);
- Keiweg (tussen Mathildastraat en Ridderstraat);
- Mathildastraat;
- Heuvelstraat;
- Bredaseweg;
- Bowlingcenter (Bowlingplein / Bowlingstraat).

Het Bowlingcenter (Bowlingplein / Bowlingstraat) wordt gezien als een solitair supermarktcentrum (met enkele aanvullende winkels) in de binnenstad. Verplaatsing van de supermarkt en het aanwezige winkelaanbod naar een plek in het kernwinkelgebied is gewenst. De huidige

locatie komt dan in aanmerking voor herontwikkeling naar een niet-winkelfunctie.

### **1.3.2 Optimalisatie hoofdwinkelstructuur**

Naast keuzes in de ruimtelijk-functionele structuur van de gehele binnenstad, is ook binnen de hoofdwinkelstructuur een verdere optimalisatie nodig. De gewenste sanering van 5.500 tot 8.000 m<sup>2</sup> winkelvloeroppervlak zal namelijk niet binnen afzienbare tijd gerealiseerd worden door enkel transformatie van winkelaanbod naar andere functies en het verwijderen van ongebruikte detailhandelsbestemmingen in de straten buiten de hoofdwinkelstructuur. Een incidentele, meer grootschalige ingreep, waarmee winkelmeters uit de markt worden genomen, zet meer zoden aan de dijk dan het pandsgewijs verwijderen van detailhandelsbestemmingen. Een ingreep in de huidige hoofdwinkelstructuur is daarbij noodzakelijk, waarbij een afweging moet worden gemaakt op welke plekken in de hoofdwinkelstructuur het beste ingegrepen kunnen worden gedaan. Dit is ook bevestigd tijdens de bijeenkomst (najaar 2016) met stakeholders in de binnenstad als onderdeel van het proces van totstandkoming van deze binnenstadsvisie. In de bijeenkomst is een drietal scenario's voor een toekomstbestendige ontwikkeling van de hoofdwinkelstructuur besproken:

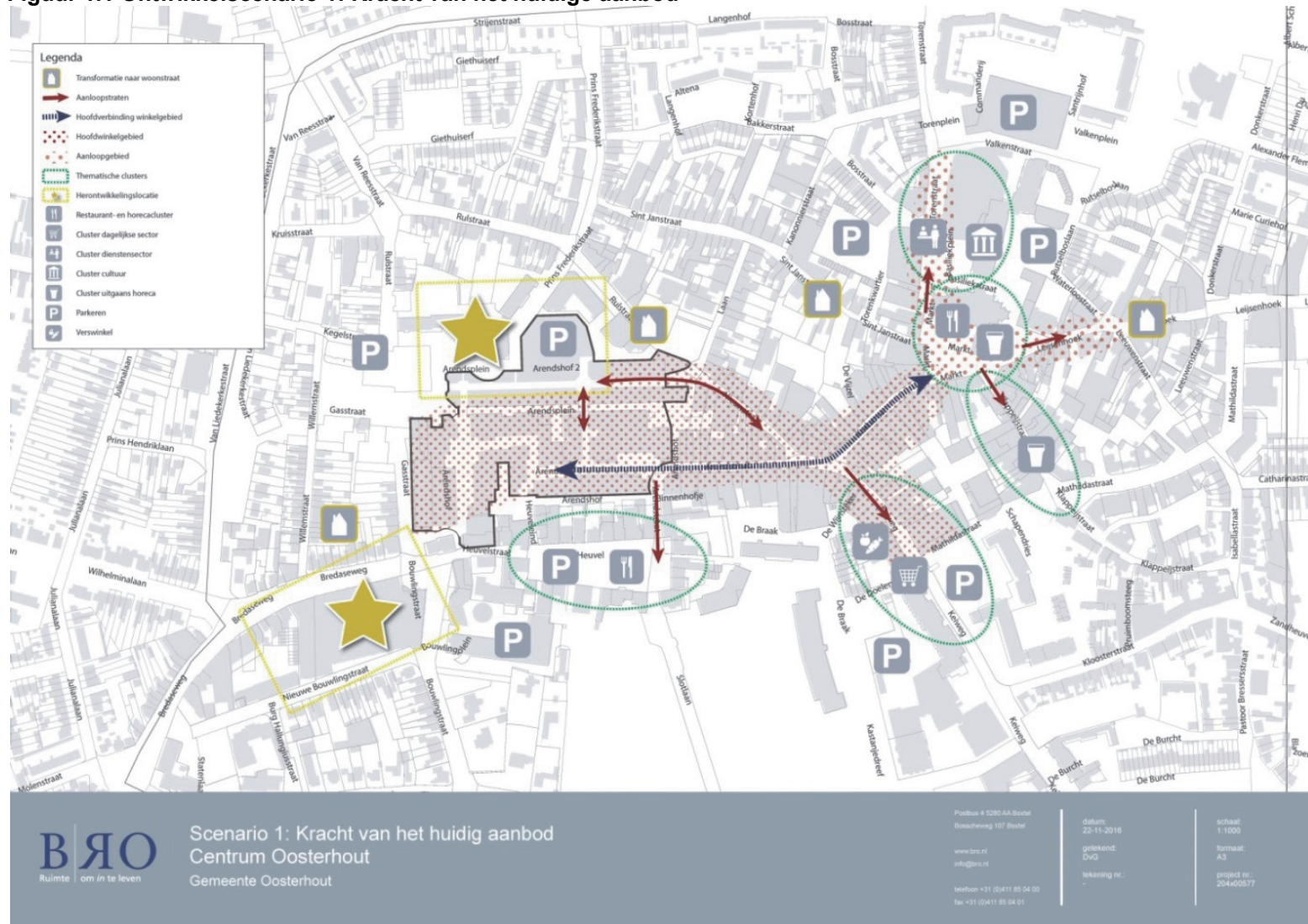
1. De kracht van het huidige aanbod: transformeren waar nu de leegstand zit.
2. De kracht van het overdekt winkelen: overdekte deel binnenstad (Arendshof) herinvullen en elders transformeren.
3. De kracht van de viersprong. Het historische hart van het centrum (kruispunt Kerkstraat, Arendstraat, Nieuwstraat, Keiweg) als verbindende schakel naar deelgebieden.

De kernopgave: een compact centrum, reductie van winkelmeters en logische looproutes, is voor alle scenario's leidend.

De scenario's worden hierna kort toegelicht. Alle scenario's kennen voor- en nadelen.



Figuur 1.1 Ontwikkelscenario 1: Kracht van het huidige aanbod





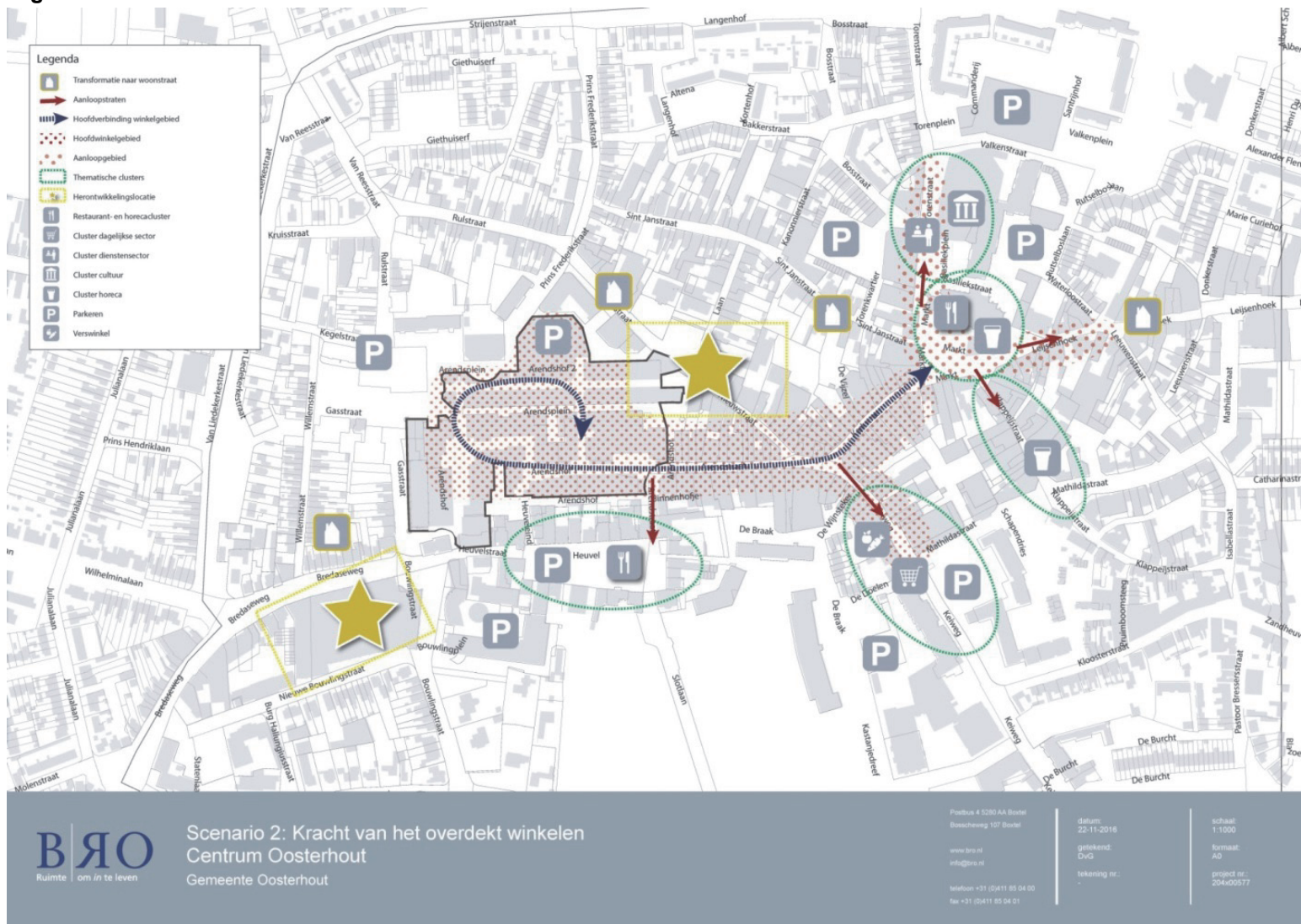
## Scenario 1: Kracht van het huidige aanbod

Scenario 1 legt de nadruk op kracht van het huidige aanbod. Op dit moment functioneert Arendshof 1 beter dan Arendshof 2 en kent Arendshof 2 daarom ook meer leegstand. Scenario 1 kiest er voor om het achterste gedeelte van Arendshof 2 in combinatie met de voornamelijk leegstaande panden van de banken aan het Arendsplein te transformeren. Binnen dit scenario wordt ook het Bouwlingcentre getransformeerd. Daarnaast wordt ingezet om de verbinding tussen Arendshof 1 en de Markt, via de Arendstraat en de Kerstraat, te versterken.

Onderdeel	Beoordeling
Compact	Dit scenario bevat de transformatie van een gedeelte van Arendshof 2, waardoor het centrum compacter wordt. In dit scenario wordt de huidige structuur zoveel mogelijk gerespecteerd. Nadeel is dat er een te gering structurele ingreep plaats vindt waardoor het gevaar groot is van versnipperde leegstand.
Overdekt / open	Het scenario zet in op het versterken van een gedeelte van Arendshof 1 en 2 en het winkelen in de buiten ruimte (met name Arendstraat en Kerkstraat). Op deze manier ontstaat er een goede mix tussen overdekt winkelen en het winkelen in de buitenruimte.
Verbinding winkelen, horeca, cultuur	Het scenario zet in op de versterking van de verbinding tussen de Arendshof 1 en de Markt en de omgeving, waardoor

	dit scenario optimaal inzet op het verbinden van winkelen, horeca en cultuur.
Verbinding met bronpunten	Doordat zowel wordt ingezet op een gedeelte van Arendshof, als de winkelstraten rondom de Markt kan optimaal gebruik worden gemaakt van de aanwezig parkeerplaatsen.
Trekkraft uiteinden/entrees	Het scenario zet in op het compacter maken en versterken van de Arendshof aan de westzijde van het centrum. De achterzijde van Arendshof 2 kent nu veel leegstand. Door de transformatie van dit gedeelte neemt de aantrekkelijkheid van dit gebied toe. Dit uiteinde zal door deze ontwikkeling versterkt worden en meer trekkraft genereren. Inpassing van verplaatsers uit het Bouwlingcentre is in dit scenario een mogelijkheid. Doordat de westzijde van Arendshof 1 blijft bestaan heeft het winkelcentrum nog steeds een relatief langgerekt karakter. Daarnaast wordt via de versterking van de Arendstraat en de Kerstraat ook de verbinding gemaakt met het horeca- en cultuurcluster rondom de Markt en de Torenstraat. Deze functies oefenen ook een trekkraft uit op bezoekers, waar het detailhandelsaanbod van mee kan profiteren.

Figuur 1.2 Ontwikkelscenario 2: Kracht van het overdekt winkelen



## Scenario 2: Kracht van het overdekt winkelen

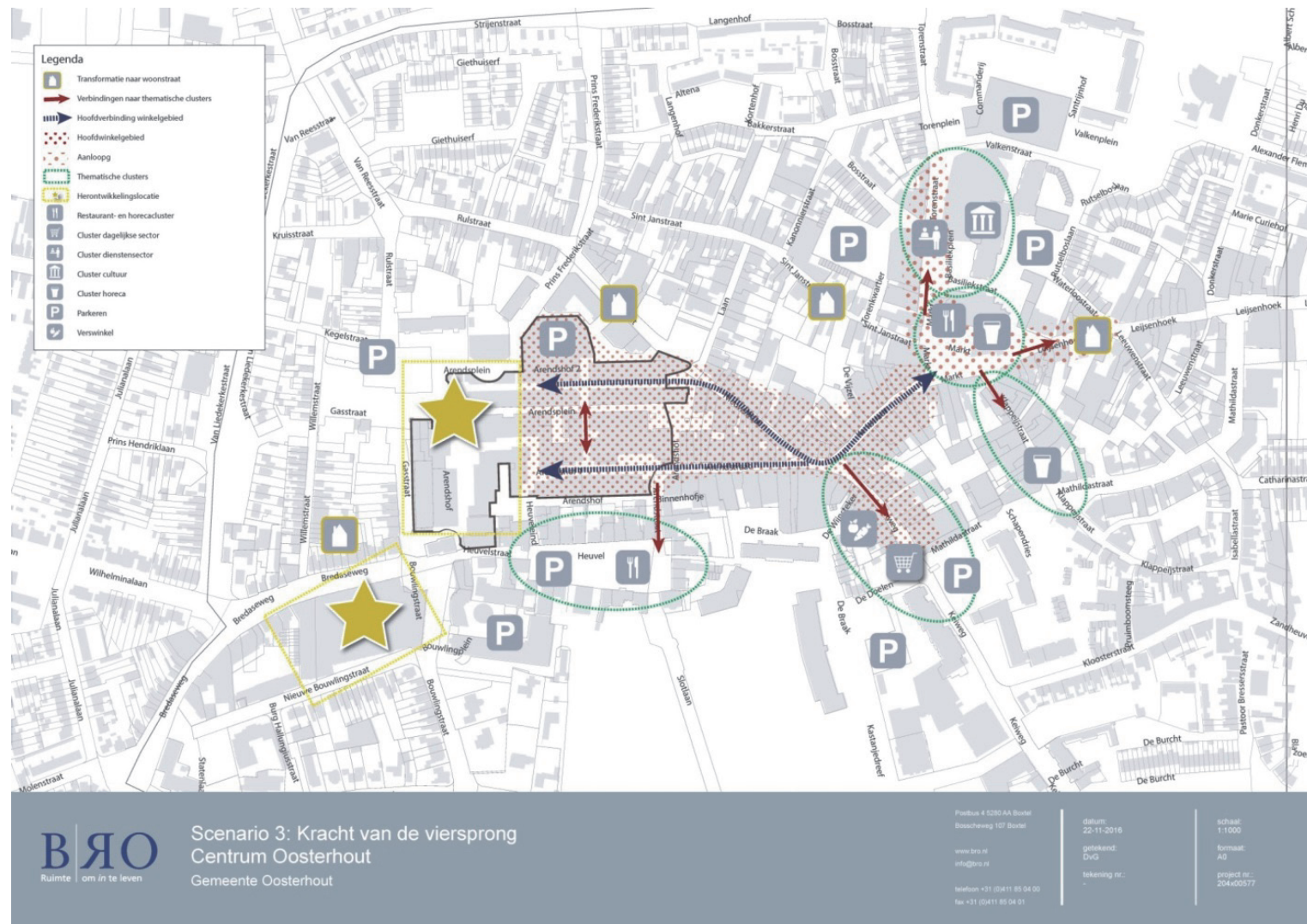
Bij scenario 2 ligt de nadruk op het versterken van het overdekt winkelen in Arendshof 1 en 2. Het aanwezige aanbod in Arendshof 1 en 2 dient versterkt te worden. Het Bouwlingcentre en de Nieuwstraat worden getransformeerd. Via de Arendstraat en Kerkstraat wordt het aanbod in Arendshof 1 en 2 verbonden met horeca- en cultuuraanbod rondom de Markt. De Arendstraat blijft de verbinding richting het horeca-aanbod op de Heuvel.

Onderdeel	Beoordeling
Compact	Door het volledige behoud van de Arendshof 1 en 2 blijft het centrum van Oosterhout relatief langgerekt, waardoor dit scenario niet optimaal bijdraagt aan een compact centrum.
Overdekt / open	Het scenario legt de nadruk op het overdekt winkelen en zet in op het vergroten van de aantrekkelijkheid van de Arendshof 1 en 2. De Arendstraat en Kerkstraat vormen de winkelstraten in de buitenruimte. De Nieuwstraat wordt getransformeerd. Het aanbod in de buitenruimte wordt daardoor afgebouwd. Het scenario biedt daardoor geen optimale mix van overdekt winkelen en winkelen in de buitenruimte.
Verbinding winkelen, horeca, cultuur	Doordat het scenario de nadruk legt op de versterking van Arendshof 1 en 2 wordt de verbinding met het horeca-aanbod op onder andere de Markt, Klappeijstraat en de Heuvel minder sterk. Dit geldt ook voor het culturele aanbod aan de Torensstraat.
Verbinding met bronpunten	De versterking van de Arendshof 1 en 2 sluit goed aan bij de daar aanwezige parkeergarages, waardoor deze optimaal kunnen worden ingezet. De aansluiting op de parkeergarages

	rondom de Markt, waaronder de nieuwe garage Basiliëk is daarentegen minder sterk.
Trekkkracht uiteinden	Door de versterking van het aanbod in de Arendshof 1 en 2 en de ontwikkeling van het horeca-cluster rondom de Markt ontstaat er de kans dat de huidige leegstand in de Arendstraat niet ingevuld zal worden en verder zal toenemen. Op die manier ontstaan er twee aparte gebieden in het centrum die niet optimaal gebruik kunnen maken van elkaars trekkkracht.



**Figuur 1.3 Ontwikkelscenario 3: Kracht van de viersprong**



### Scenario 3: Kracht van de viersprong

In het derde scenario wordt de nadruk gelegd op de kracht van winkel-aanbod rondom het kruispunt Kerkstraat, Arendstraat, Nieuwstraat en Keiweg. Het kruispunt vormt de verbinding tussen Arendshof 1, Arendshof 2, het vers-aanbod in de Keiweg en het horeca- en cultuur-aanbod rondom de Markt en Torenstraat. Het Bouwlingcentre en de achterzijde van Arendshof 1 en 2 worden getransformeerd.

Onderdeel	Beoordeling
Compact	Dit scenario zet in op de transformatie van de westzijde van Arendshof 1 en 2. Hiermee wordt een gedeelte van het winkel-vloeroppervlak in het centrum uit de markt gehaald en ingezet op een compacter centrum. Dit is een structurele ingreep met een substantieel effect voor een compacte binnenstad. Inpassing van verplaatsers uit het Bouwlingcentre is in dit scenario een mogelijkheid. Er is een initiatief om de banken aan het Arendsplein te herontwikkelen naar woningen. Dit initiatief kan gekoppeld worden aan een ingreep aan de achterzijde van de Arendshof.
Overdekt / open	Het scenario zet in op het versterken van een gedeelte van Arendshof 1 en 2 en het winkelen in de buiten ruimte. Op deze manier ontstaat er een goede mix tussen overdekt winkelen en het winkelen in de buitenruimte.
Verbinding winkelen, horeca, cultuur	De inzet op de versterking van de 'viersprong' zorgt er voor dat het detailhandelsaanbod, horeca-aanbod en cultuuraanbod optimaal met elkaar verbonden worden. Dit is een onderscheidend element van dit scenario. Aan de westzijde van het centrum ontstaat de mogelijkheid om

	een nieuwe (al dan niet overdekte) verblijfsruimte toe te voegen met nieuwe functies (bijv wonen, leisure).
Verbinding met bronpunten	Doordat zowel wordt ingezet op een gedeelte van het Arendshof, als de winkelstraten rondom de Markt kan optimaal gebruik worden gemaakt van de aanwezig parkeerplaatsen. Een aanpak van Arendshof 1 en 2 biedt kansen om de routing en de zichtlijnen te verbeteren.
Trekkraft uiteinden	Door de herontwikkeling van de westzijde van het centrum, bijvoorbeeld door het vestigen van een trekker, wordt de aantrekkelijkheid van het centrum vergroot en zal het aantal passanten in dit gedeelte van het centrum worden versterkt. Door de totale versterking van het hart van het centrum ('viersprong') kan ook de rest van het centrum profiteren van de trekkraft die wordt gegenereerd.

Een aantal ontwikkelingen is voor alle scenario's min of meer vergelijkbaar:

- Transformatie van het Bouwlingcentre. Er wordt ingezet op de verplaatsing van het aanwezig aanbod vanuit het Bouwlingcentre naar het aangewezen hoofdwinkelgebied.
- Versterking van vers-aanbod in de Keiweg en opschalen van Albert Heijn naar moderne omvang. Voor de versterking van de boodschappenfunctie van het centrum en optimalisering van de trekkraft van deze zijde van het kernwinkelgebied is dat gewenst (in samenhang met ingreep in Arendshof betekent dat een versterking van de 'oost-west'-as van de hoofdwinkelstructuur.
- Herinrichting van de Heuvel om de trekkraft over de 'noord-zuid'-as van de hoofdwinkelstructuur te verbeteren.

- Onderlinge verbinding van deelgebieden in de binnenstad, waaronder koppeling van de Markt / Klappeijstraat, Heuvel en Slotjespark, bijvoorbeeld via ingrepen in openbare ruimte en bewegwijzering.
- Inzetten op versterken van het oostelijke deel van Arendshof 1 en Arendshof 2. Waardoor de compactheid wordt bevorderd.
- Transformatie van de huidige locatie van voormalige financiële instellingen aan het Arendsplein.

### **Afweging van scenario's**

Uit de ontvangen reacties tijdens de genoemde bijeenkomst met stakeholders komt een breed draagvlak naar boven voor het principiële uitgangspunt dat de binnenstad vraagt om ingrijpen. Ingrijpen waarbij de overtollige m<sup>2</sup> 's winkelvloeroppervlak worden onttrokken aan het aanbod zodanig dat meteen wordt gewerkt aan een gevulde en compacte binnenstad met logische looproutes. De wijze waarop er uiteindelijk concreet invulling wordt gegeven aan deze doelstellingen is afhankelijk van verschillende factoren. Denk hierbij bijvoorbeeld aan het meest basale element; de bereidheid van partijen om tot verkoop, aankoop en herontwikkeling over te gaan. De analyse van de voor- en nadelen van verschillende scenario's geeft weer waar de kansen liggen.

In deze visie wordt geen definitieve keuze gemaakt voor een scenario. De gemeente staat open voor alle initiatieven uit de markt die een significante bijdrage kunnen leveren aan een compacte binnenstad met minder m<sup>2</sup> winkelvloeroppervlak en logische looproutes. De gepresenteerde scenario's zijn indicatief. Er wordt aangegeven in welke mate de scenario's een oplossing bieden voor de gestelde opgave. Hoewel er uit

de analyse van de scenario's een voorkeur af te leiden valt voor scenario 3, (kracht van de viersprong), staat de gemeente in dit stadium open voor alle initiatieven vanuit de markt die een significante bijdrage leveren aan de doelstellingen. Een eenzijdige focus op een bepaalde richting belemmert immers in het opmerken van andere kansen die zich voor kunnen doen.

Een herpositionering van winkels biedt in algemene zin kansen voor ondernemers om hun locatie en winkelindeeling te verbeteren. Ook kan door een herontwikkeling de verblijfskwaliteit van de openbare ruimte verbeterd worden, door menselijke schaal en groen in te brengen en de dominantie van autoverkeer terug te dringen.

Het realiseren van om het even welk scenario is complex en vraagt wilskracht, samenwerking en investeringskracht vanuit alle betrokken partijen (vastgoedeigenaren, ondernemers en gemeente). Daartoe is het wenselijk partijen samen te brengen en een gezamenlijke ontwikkelopgave en bijbehorend programma van eisen te formuleren. De ontwikkelscenario's zijn geen vastliggende eindbeelden, maar meer een handvat voor een stapsgewijs transformatieproces.

### **1.3.3 Ontwikkelopgaven deelgebieden**

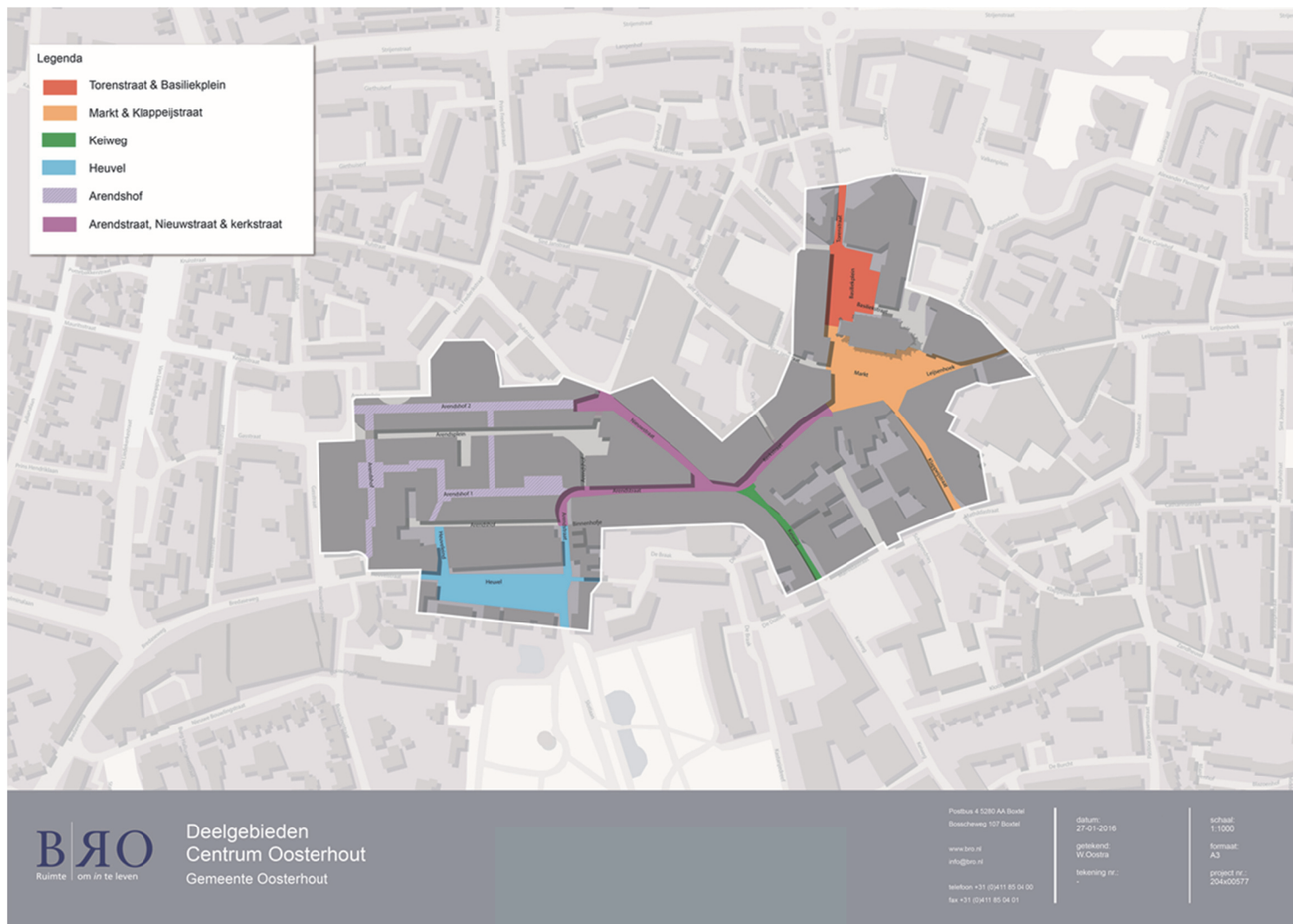
In samenhang met de uitgangspunten qua doelgroepen en functies vertaalt de ruimtelijk-functionele structuur van de binnenstad zich naar deelgebieden met eigen ontwikkelopgaven en –kansen (zie figuur 1.4). Deze vormen de basis voor een verdere uitwerking in samenwerking



tussen gemeente en marktpartijen. Het geheel overziend geldt dat, voor de versteviging van zowel de gemaks- als de vermaaksfunctie en het toeristisch-recreatieve profiel, een sterkere connectie van het kernwinkelgebied en de deelgebieden met andere publieksgerichte functies van levensbelang is.

De Leijsenhoek is niet apart als deelgebied benoemd, omdat deze straat niet tot de hoofdwinkelstructuur wordt gerekend (wel als aanloopstraat). Desalniettemin heeft deze straat wel een eigen kwaliteit, die met de herinrichting van de straat (verwachting najaar 2017) nadrukkelijker zichtbaar wordt. Rondom de binnenstad zijn er nog enkele andere gebieden waar dat ook voor geldt, zoals bijvoorbeeld het Slotpark, stadstuin De Schelp, de Vredeskerk en het door bewoners zelfbenoemde 'Museumkwartier' in het zuidoosten. Deze locaties of gebieden kunnen wel nadrukkelijker zichtbaar gemaakt en gecommuniceerd worden vanuit het geheel van de binnenstad (zowel in fysieke zin via bijv. bewegwijzering, informatieborden, als ook online).

Figuur 1.4: Deelgebieden binnenstad



## Arendstraat, Nieuwstraat & Kerkstraat

*Gewenst profiel: 'Compleet en verrassend winkelen'*



- Winkelstraat.
- Basis in (modische) filiaalbedrijven, aangevuld met bijzonder recreatief winkelaanbod.
- Inzetten op speciaalzaken, concept stores, gemengde concepten, tijdelijke winkels.
- Verrassing, sfeer, couleur locale.

### Opgaven

- Acquisitie gericht op (modische) speciaalzaken, verrassende concepten, lokale/regionale ondernemers, en pop-up stores, ook via bijv. 'Win je Winkel'.
- Ondernemersvrijheid vergroten door meer ruimte voor gemengde winkelconcepten (blurring) en kleinschalige terrassen.
- Zichtbaarheid beide horecaclusters (Markt en Heuvel) verbeteren, bijvoorbeeld via bewegwijzering of elementen in openbare ruimte.
- Vergroenen inrichting openbare ruimte en creëren aantrekkelijk rustpunt op viersprong Arendstraat / Nieuwstraat / Kerkstraat / Keiweg (met zitgelegenheid, bijzondere kinderspeelplek en evt. dag-horeca).
- Experimenteren met fietsen te gast in de winkelstraat om tegemoet te komen aan gemak voor de lokale klant.
- Wonen boven winkelpanden stimuleren.

## Keiweg<sup>5</sup>

*Gewenst profiel: 'Bijzondere boodschap'*



- Boodschappen-/ winkelstraat.
- Compleet en bijzonder dagelijks winkelaanbod (supermarkt en speciaalzaken).
- Inzetten op nieuwe versconcepten en blurring.
- Verrassing, sfeer, couleur locale.

### Opgaven

- Opschalen van Albert Heijn naar moderne omvang: Voor de versterking van de boodschappenfunctie van het centrum en optimalisering van de trekkracht van deze zijde van het kernwinkelgebied is dat gewenst.
- Acquisitie gericht op bijzondere versspeciaalzaken, verrassende concepten en lokale/regionale ondernemers.
- Ondernemersvrijheid vergroten door meer ruimte voor gemengde winkelconcepten (blurring) en kleinschalige terrassen.
- Invoeren van kort gratis parkeren op Schapendries in afstemming met de gevestigde (food)bedrijven (loyaliteitsprogramma) en experimenteren met fietsen te gast in de winkelstraat om tegemoet te komen aan gemak voor de lokale klant.

<sup>5</sup> tussen Kerkstraat en Mathildastraat,

- Gezamenlijk aanbieden / organiseren van arrangementen en evenementen gericht op food, bijv. proeverijen, culinaire themaweek, maaltijdboxen, etc.
- Wonen boven winkelpanden stimuleren.

### Arendshof 1 en 2

*Gewenst profiel: 'Compleet gemak'*



- Overdekt winkelen.
- Inzetten op compleet basisaanbod (dagelijks, frequent-dagelijks, basisaanbod modisch en middensegment filiaalbedrijven).
- Comfortabel, snel en gemakkelijk.
- Sociale evenementen.

#### *Opgaven*

- Onderzoek herstructurering van achterdeel Arendshof 1 en 2, i.c.m. woningontwikkeling.
- Inzet op sociale functie van het binnenplein. Bijvoorbeeld door het realiseren van een (bijzondere) speelvoorziening voor kinderen in combinatie met horeca en zitgelegenheid. En door het organiseren van evenementen met een sociale functie, bijv. voor ouderen en kinderen, gericht op ontmoeten en sport, samenwerking met basisscholen, (sport)verenigingen, etc.

- Aanbieden van services en arrangementen gericht op gemak, bijv. een snelle fietsbezorgservice voor doelgerichte aankopen, 'cadeauservice', bandenplakservice, autowasservice of afhaalklusjes en pick-up-point rondom parkeergarage, faciliteiten gericht op families zoals openbare toiletten (incl. familietoilet en 'baby lounge') en kinderwagen- uitleen, etc.

### Markt en Klappeijstraat

*Gewenst profiel: 'Compleet in smaak'*



- Sfeervol plein.
- Compleet in horeca en uitgaan (dag, avond en nacht).
- Grotere, incidentele evenementen.
- Weekmarkt.

#### *Opgaven*

- Zowel ruimtelijk, functioneel als in relatie tot het kernwinkelgebied en de horeca is de Markt de beste locatie voor de weekmarkt. Geadviseerd wordt qua opstelling een combinatie te maken met het Basiliekplein / Torenstraat, om meer ruimte te geven voor de horeca op de Markt en anderzijds expansiemogelijkheden voor de weekmarkt te kunnen benutten en meer levendigheid rondom het Basiliekplein / Torenstraat te realiseren. De synergiekansen met horeca kunnen in de toekomst verder uitgenut worden door bijv. eve-

nementen en acties te organiseren door weekmarkt en horeca samen.

- Met het oog op belevingswaarde zijn (incidentele) streekgerichte, thematische of seizoensgerichte aanvullingen op het reguliere marktaanbod een kans.
- Inzetten op incidentele (grootschaliger) evenementen met couleur locale (geënt op profiel 'DNA Oosterhout'), in samenwerking met horeca, cultuur- en detailhandel.
- Voor de Leijzenhoek wordt ingezet op het behoud van het karakter als 'aanloopstraat' met een menging van wonen.

#### **Heuvel e.o. (Heuveleind, Binnenhofje, uiteinde Arendstraat)**

*Gewenst profiel: 'Smaakvolle parel'*



- Historisch plein met diversiteit aan functies.
- Bijzonder horeca, cultuur- en winkelaanbod.
- Bijzondere evenementen.
- Verrassing, sfeer en diversiteit.
- Verbinding met Slotpark en Slotjesveld.

#### *Opgaven*

- Herinrichting openbare ruimte t.b.v. verbeteren verblijfskwaliteit (meer ruimte voor terrassen op zuiden, optimaliseren indeling parkeerterrein).

- Aansluiting met kernwinkelgebied (via Heuveleind en Arendstraat) en Slotpark/Slotjesveld (Rode Loper) sterker maken via inrichting openbare ruimte (bewegwijzering, verlichting en groenelementen).
- Verbeteren van beeldkwaliteit, inrichting en aansluiting Heuveleind meenemen in herstructureringsopgave Arendshof.
- Inzetten op (kleinschaliger) evenementen en aanbieden van arrangementen gericht op bijzonder eten, cultuur, ambachten, etc. Ook wat evenementen betreft kan de verbinding tussen Heuvel en Slotpark versterkt worden (bijv. evenement openluchtbioscoop, Parkfeest).

#### **Basiliekplein en Torenstraat**

*Gewenst profiel: 'Cultuurplein'*



- Bijzonder en 'dagelijks' cultuuraanbod (theater versus bibliotheek).
- Divers aanbod aan diensten en (enkele) winkels.
- Culturele evenementen, deels met sociale functie.

#### *Opgaven*

- Zichtbaarheid en aanrijroute parkeergarage Basiliekplein verbeteren via inrichting openbare ruimte.
- Aanbieden van gemaksservices, bijv. boekenbezorgservice en cross-overs met ondernemers in omgeving.
- Inzetten op incidentele (grootschaliger) evenementen in samenwerking met horeca en detailhandel en frequenter evenementen met

een sociale functie (i.c.m. basisscholen, andere cultuuraanbieders, etc.).

- Aanbieden van arrangementen voor toeristen (vanuit theater en VVV) i.c.m. horeca, detailhandel en cultuuraanbieders elders in de binnenstad.



## 2. UITVOERINGSPARAGRAAF

### 2.1 Collectieve opgaven

Uitvoering van opgaven is voor een groot deel een gezamenlijke taak van overheid en marktpartijen. Daarbinnen hebben alle partijen hun eigen taken en verantwoordelijkheden. Momenteel wordt al een groot deel van de hiervoor genoemde opgaven opgepakt vanuit het binnenstadsmanagement. Dit is zeer positief en cruciaal om voort te zetten.

- In grote lijnen is het wenselijk de acties die al lopen verder toe te spitsen op de verschillende doelgroepen, de verschillende deelgebieden en het uit te werken ontwikkelscenario.
- De hiervoor beschreven doelgroep- en gebiedsgerichte koers en het uit te werken ontwikkelscenario op hoofdlijnen vormt ook het toetsingskader voor nieuwe acties en initiatieven.
- Daarnaast zijn er enkele overkoepelende opgaven, waarop hieronder wordt ingegaan.

#### Bereikbaarheid en parkeren

Parkeren (tarieven) en bereikbaarheid wegen voor bezoekers in belangrijke mate mee in hun beslissing om de binnenstad wel of niet te bezoeken, zeker in middelgrote steden. Iedere drempel is er één teveel. Dat geldt met name voor inwoners van de verschillende wijken van Oosterhout en uit de gemeente en subregio. Het is van belang dat er een eenduidig en helder parkeerregime geldt voor de gehele binnenstad, waardoor het wenselijk is om één parkeertarief te laten gelden voor alle parkeergelegenheden. Daarnaast kan er gewerkt worden met een loyaliteitsprogramma, waarbij bijvoorbeeld gedurende een bepaalde periode

gratis geparkeerd kan worden. Feit is dat het huidige parkeerregime zich onvoldoende onderscheidt van een stad als Breda.

Ook voor het aantrekken van nieuwe ondernemers kan dit een (onderscheidende) vestigingsvoorwaarde zijn en het kan de binnenstad onderscheidend maken ten opzichte van andere winkelgebieden in de omgeving (zoals bijv. Breda). Het is daarom wenselijk het parkeerbeleid nogmaals kritisch te beschouwen en eventueel te herzien in relatie tot vestigingscriteria van gewenste aan te trekken ondernemers en de aantrekking van consumenten. Dit is nadrukkelijk een collectieve opgave, waarbij een zorgvuldige uitwerking van de financiële en praktische aspecten nodig is. Ook is met het oog op de digitalisering van mobiliteit verdere doorontwikkeling van digitale parkeerinformatie en –mogelijkheden (bijv. reserveren van parkeerplekken) en extra services die in combinatie met parkeren kunnen worden aangeboden (bijv. bezorgen van aankopen) wenselijk om de gemakservaring van bezoekers te verhogen. Hiermee is het absoluut mogelijk onderscheidend te zijn. Maar denk ook aan parkeerplekken voor elektrische fietsen en autodeelplekken. Dergelijke voorzieningen maken ook het wonen en werken in de binnenstad aantrekkelijker.

Daarnaast is het een aanbeveling te experimenteren met fietsen te gast in de winkelstraten, om het comfort en gemak van bereikbaarheid voor fietsers en binnenstadsbewoners te vergroten.

#### Openbare ruimte

In de gehele binnenstad zijn er opgaven gerelateerd aan de openbare ruimte. Daarbij is er een duidelijke link naar de verschillende deelgebieden. Enerzijds om de sfeer en aankleding van de stad voor bezoekers

te verhogen en anderzijds om de uitstraling van de stad aan te laten sluiten bij de vestigingscriteria van ondernemers. Dit is een gezamenlijke opgave voor gemeente en marktpartijen. Er zijn al enkele goede initiatieven op dit vlak (bijv. incidentele aankleding van de stad rondom seizoenen en evenementen en initiatief Awesome Oosterhout).

### **Marketing, promotie en externe communicatie**

De opgaven op het gebied van marketing, promotie en externe communicatie zijn gezamenlijk van aard:

- *Doorlopend doelgroeponderzoek en monitoring:* meer (kwalitatief) inzicht in de verschillende doelgroepen is wenselijk, in hun (daadwerkelijke) bezoekersgedrag, waardering en voorkeuren, om de juiste beslissingen te kunnen nemen. Dat is in het belang van alle partijen (ondernemers, vastgoedeigenaren en gemeente) die betrokken zijn bij de binnenstad. Dit betekent structurele samenwerking en gezamenlijke investeringen. Gezien de snelheid waarmee consumenten- en bezoekgedrag veranderen is dat een continu proces, waarbij gezamenlijke (real-time) dataverzameling nodig is (digitaal en via bijv. consumenten/burgerpanel, etc.). Het bieden van de juiste infrastructuur daarvoor is een taak van overheid en het collectieve bedrijfsleven. Een eerste stap is hierin gezet met de continu telling van passantenaantallen via Locatus en de Centrummonitor (4x per jaar).
- *Eenduidige digitale informatievoorziening:* Hiertoe is al actie ondernomen met de nieuwe website Proefoosterhout.nl en het sluiten van enkele bestaande websites. Het is gewenst de website nog uit te breiden met mogelijkheden om collectief services en arrange-

ten aan te bieden. Ook wordt gewerkt aan een link tussen de digitale en de fysieke wereld via dynamische infozuilen in de binnenstad.

- *Onderscheid in communicatie naar lokale doelgroep en naar regionale / toeristische doelgroep:* De campagne 'Oosterhout: de Smaak te pakken' is met name gericht op regio en toeristen. In de communicatie moet er meer aandacht zijn voor de eigen inwoner en de subregio (daar komt immers de meeste omzet vandaan!).
- *Collectieve programmering van evenementen en samenwerking tussen sectoren en deelgebieden:* Hierop zijn al acties uitgezet via het binnenstadsmanagement. Een verder onderscheid in de focus van evenementen is gewenst (lokale doelgroep versus regionale / toeristische doelgroep).
- *Aanbieden van gezamenlijke arrangementen:* Dit staat nog in de kinderschoenen. Dit verder uitbouwen met onderscheid in lokale doelgroep (focus is gemak en service) en regionaal-toeristische doelgroep (focus is verrassing) is gewenst.

### **Acquisitie en leegstandsaanpak**

Door het binnenstadsmanagement is een Plan van aanpak Leegstand opgesteld, waarin een veelheid aan acties benoemd wordt, die deels ook al worden uitgevoerd (bijv. Win je Winkel). Deze acties sluiten ook aan op de (ontwikkel)opgaven zoals geformuleerd in deze visie. Met het oog op acquisitie is met name wenselijk een verder inzicht te krijgen in de vestigingsvoorwaarden van aan te trekken ondernemers en regelgeving aan te passen op deze vestigingsvoorwaarden. Bijvoorbeeld door het schrappen van bepaalde regels in het uitstallingen-, reclame-, terrassen- en evenementenbeleid of het expliciet opnemen van experimenteerruimte in de APV. In januari heeft de Raad al een aangepaste

APV vastgesteld waarin veel regels geschrapt zijn. Ook het soepel omgaan met mengvormen van detailhandel en andere functies (zoals horeca) valt daaronder. Het voorkomen van overlast en onderlinge afspraken tussen ondernemers zijn daarbij maatgevend.

Soepel omgaan met regels geldt overigens ook met het oog op de aanpak van leegstand door transformatie naar andere functies, bijvoorbeeld bij het realiseren van woningen in de binnenstad is het wenselijk soepel om te gaan met parkeernormen. Belangrijk is om daarbij naar de typologie van het wonen te kijken en alternatieven zoals bijvoorbeeld deelauto's te stimuleren. Daarover kunnen afspraken gemaakt worden met de woningontwikkelaar en dit kan gekoppeld worden aan de verkrijgbaarheid van parkeervergunningen.

### **Professionele samenwerking en ondernemerschap**

Op het vlak van samenwerking tussen de verschillende partijen in de binnenstad en het professionaliseren van ondernemerschap worden goede stappen gezet. De intentie is er om te komen tot een structurele geprofessionaliseerde samenwerking en financiering via een BIZ voor ondernemers en vastgoed per 1-1-2018 met een structurele bijdrage vanuit de gemeente. Daarmee kan onder meer een professioneel binnenstadsmanagement en een deel van de in dit hoofdstuk benoemde collectieve opgaven gefinancierd worden.

Andere acties die op dit vlak lopen zijn bijvoorbeeld de introductie van een nieuw communicatiesysteem voor ondernemers in de binnenstad (Chainels) zodat de betrokkenheid wordt vergroot en het onderzoeken van uniforme en verruimde sluitingstijden voor het hele winkelgebied.

Om ook op individueel vlak het ondernemerschap te professionaliseren is het wenselijk collectief aandacht te schenken aan hoe ieder voor zich meer kan inspelen op de wensen van de verschillende doelgroepen. Dus hoe kan comfort, gemak en verrassing geboden worden? Doorlopend doelgroeponderzoek kan daar deels inzicht in bieden, maar ook bijvoorbeeld door trainingen te verzorgen over 'gastvrijheid en dienstbaarheid' voor ondernemers en personeel.

## **2.2 Actoren en instrumenten**

Zoals aangegeven hebben alle partijen in de binnenstad hun eigen taken en verantwoordelijkheden. Daar gaan we per partij op in.

Naast een sterke uitvoeringsorganisatie staat of valt het succes van het actieprogramma ook met de beschikbaarheid van voldoende financiële middelen. Een deel van de actiepunten zal beleidsmatig van aard zijn (met als gevolg daarvan in verhouding lage kosten), maar een ander deel vereist daadwerkelijke investeringen in de openbare ruimte (met als gevolg in verhouding hoge kosten). In financiële zin zijn eigenlijk alleen de gemeente, ondernemers en vastgoedeigenaren in de positie om structureel bij te dragen aan de binnenstad.

### **Gemeente**

De gemeente heeft met het oog op haar maatschappelijk belang een aantal reguliere taken en verantwoordelijkheden, zoals het opstellen van beleid, het juridisch-planologisch verankeren van beleid in bestemmingsplannen en de aanleg, beheer en onderhoud van openbare

ruimte. Ook procesmatig en in collectieve samenwerking in de binnenstad heeft de gemeente echter een rol. Daarnaast kan de gemeente in financiële zin instrumenten inzetten. In de binnenstad zien de taken van de overheid met name op het behouden / vergroten van de leefbaarheid voor haar inwoners en het economische perspectief van ondernemers.

<b>Beleid</b>	Vergroten experimenteer- en innovatieruimte in beleid en regelgeving (horeca-, terrassen-, evenementen-, standplaatsen- en uitstallingsbeleid)
	Experimenteren met fietsen te gast in de winkelstraat.
<b>Juridisch-planologisch</b>	Terugdringen plancapaciteit detailhandel buiten hoofdwinkelstructuur in bestemmingsplannen (wijze waarop opgenomen in Detailhandelsvisie).
<b>Fysiek</b>	Investeren in openbare ruimte in diverse deelgebieden en t.b.v. verbindingen tussen deelgebieden (o.a. bewegwijzering, inrichtingselementen, verlichting, groen), maar ook qua bereikbaarheid (parkeerplekken elektrische fietsen / autodeelplekken). Ook in samenhang met specifieke projecten (o.a. Arendshof I en II, Bouwlingcenter) en samen met centrummanagement, ondernemers en vastgoedeigenaren (BIZ).
	Uitwerken definitieve opstelling weekmarkt op Markt i.c.m. Basiliëkplein / Torenstraat. Samen met marktkooplieden, centrummanagement en ondernemers.
<b>Financieel</b>	Bijdragen aan collectieve samenwerkingsstructuur
	Bijdragen aan digitale infrastructuur en structurele data-verzameling / monitoring t.b.v. kennis over bezoekers en doelgroepen. Samen met centrummanagement, ondernemers en vastgoedeigenaren (BIZ).
	Herbeschouwen parkeerbeleid en onderzoeken mogelijkheden

	maatwerk beperken parkeertarieven, samen met centrummanagement, ondernemers en vastgoedeigenaren (BIZ).
	Wonen boven winkelpanden en d.m.v. transformatie winkelmeters stimuleren door inzet ambtelijke capaciteit of via subsidiering haalbaarheidsonderzoek.
<b>Proces en samenwerking</b>	Aanjagen van grootschalige ontwikkelopgaven, afhankelijk van de uitwerking van het ontwikkelscenario, door partijen samen te brengen om gezamenlijk programma te formuleren op basis van ontwikkelscenario. Samen met vastgoedeigenaren, centrummanagement/BIZ en ondernemers.
	Als verbinder optreden om partijen samenbrengen t.b.v. terugdringen van leegstand, verplaatsingen van winkels naar kernwinkelgebied, fysieke opgaven, etc. Samen met centrummanagement / BIZ.
	Faciliteren van initiatiefnemers met plannen die aansluiten op binnenstadsvisie en detailhandelsvisie: snelheid en flexibiliteit t.a.v. regelgeving en vergunningverlening.

### Vastgoedpartijen

Vastgoedeigenaren zijn allereerst verantwoordelijk voor de invulling, onderhoud en de kwaliteit en uitstraling van hun panden. Hun belang is de waarde van hun eigendom. Bij een commerciële invulling van panden hebben eigenaren in de binnenstad ook een belang bij het optimaal functioneren van het geheel van de binnenstad, dus bij een optimaal functioneren van huurders, hoge bezoekersaantallen en een goede uitstraling van de binnenstad (fysiek en digitaal). Vastgoedeigenaren kunnen daar invloed op uitoefenen door fysieke en financiële maatregelen en door samenwerking. Met name de saneringsopgave die hangt

aan de ambitie voor een compacte binnenstad met minder winkels en winkelmeters ligt op het bord van de vastgoedeigenaren.

<b>Fysiek</b>	Onderzoeken grootschalige herontwikkelopgave op basis van het ontwikkelscenario. Samen met andere eigenaren, gemeente, centrummanagement/BIZ en individuele ondernemers.
	Onderzoeken herinvulling en/of transformatie van leegstaande panden aan randen en verspreid in de binnenstad. Individuele en collectieve opgave.
	Collectief realiseren van extra bezoekersfaciliteiten (bijv. (kinder)speelplek, openbare toiletten) en aantrekkelijke openbare ruimte (inpandig of als onderdeel van gevel/pand).
<b>Financieel</b>	Bieden van ruimte aan (nieuwe) ondernemers / starters door maatwerk in financiële randvoorwaarden en incentives (bijv. ingroei uur, omzethuur, mee investeren in inrichting, meewerken aan project Win een Winkel, etc.)
	Bijdragen aan collectieve samenwerkingsstructuur
<b>Proces en samenwerking</b>	Collectieve structurele samenwerking vastgoedeigenaren onderling en met ondernemers en gemeente via BIZ / centrummanagement op diverse gebieden (acquisitie- en leegstands aanpak, parkeerbeleid, collectieve data-verzameling, extra services en arrangementen, evenementen, digitale profilering binnenstad, etc.)
	Begeleiding van ondernemers in professionalisering, ook in online mogelijkheden

### Ondernemers

Ondernemers zijn gericht op het zo succesvol mogelijk runnen van hun bedrijf. Dat begint bij de kwaliteit, uitstraling en service van hun zaak. In collectief verband is hun belang vergelijkbaar met dat van vastgoedei-

genaren: een optimaal functioneren van de binnenstad biedt kansen voor een optimaal functioneren van hun eigen zaak. Voor ondernemers zijn er in collectieve zin met name op financieel vlak en qua samenwerking mogelijkheden om aan het geheel van de binnenstad bij te dragen.

<b>Financieel</b>	Bijdragen aan collectieve samenwerkingsstructuur
<b>Proces en samenwerking</b>	Collectieve structurele samenwerking ondernemers onderling en met vastgoedeigenaren en gemeente via BIZ / centrummanagement op diverse gebieden (acquisitie- en leegstands aanpak, parkeerbeleid, collectieve data-verzameling, extra services en arrangementen, evenementen, digitale profilering binnenstad, etc.)
	Collectieve afspraken over uniforme sluitingstijden

### Binnenstadsmanagement

Afhankelijk van hoe het centrummanagement gefinancierd is zijn de taken en verantwoordelijkheden ook anders. In Oosterhout is momenteel een binnenstadsmanager aangesteld die wordt aangestuurd door de Stuurgroep Binnenstad Oosterhout. De bedoeling is het binnenstadsmanagement een structurele invulling te geven door financiering via een ondernemersfonds (Bedrijven Investerings Zone) per 1 januari 2018.

<b>Fysiek</b>	Mee investeren in openbare ruimte in diverse deelgebieden en t.b.v. verbindingen tussen deelgebieden, maar ook qua bereikbaarheid.
	Mee investeren in collectieve voorzieningen (bijv. kinderspeelplek, openbare toiletten, (seizoens)aankleding, etc.)
<b>Financieel</b>	Invulling geven aan digitale infrastructuur en structurele data-verzameling / monitoring t.b.v. kennis over bezoekers en doelgroepen

	Herbeschouwen parkeerbeleid en onderzoeken mogelijkheden maatwerk beperken parkeertarieven, samen gemeente.
<b>Proces en samenwerking</b>	Als verbinder optreden om partijen samenbrengen t.b.v. ontwikkelopgaven, leegstands aanpak, collectieve acquisitie, verplaatsingen van winkels naar kernwinkelgebied, fysieke opgaven, etc.
	Collectief organiseren van evenementen, opzetten van extra services en arrangementen, digitale profilering van de binnenstad, dataverzameling en monitoring.
	Sparring partner van gemeente m.b.t. uitwerking beleid inzake binnenstad (parkeren, horeca, terrassen, evenementen, standplaatsen, uitstallingen, weekmarkt etc.)
	Opzetten trainingsprogramma t.b.v. professionalisering en begeleiding ondernemers en personeel, bijv. in 'gastvrijheid en dienstbaarheid' en coaching van starters.



## BIJLAGEN

## Bijlage 1: Analyse

### Demografie en bezoekersprofiel

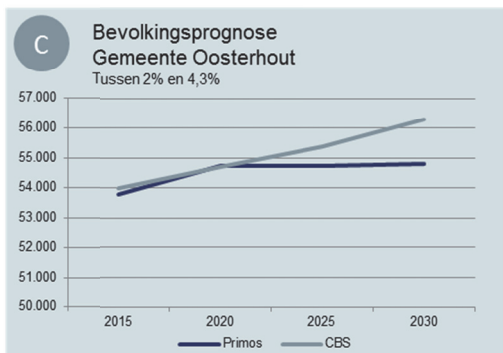
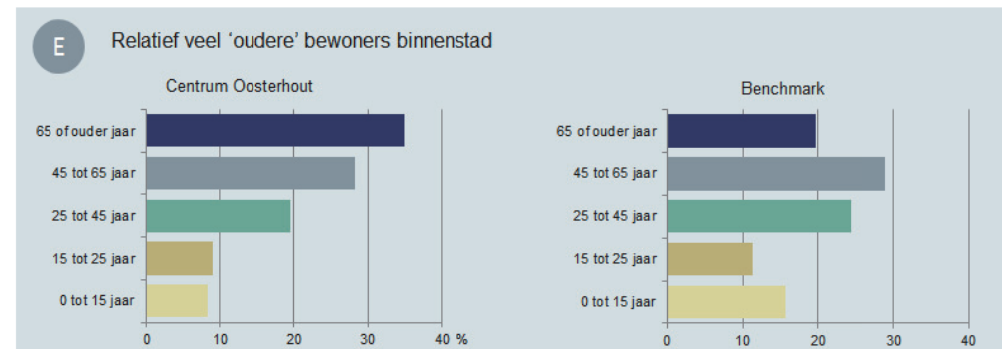
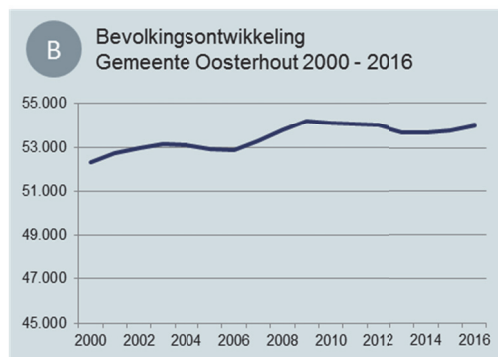
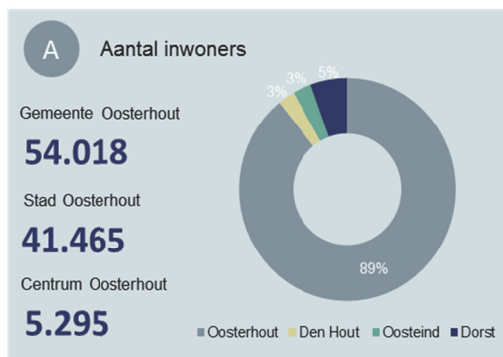
- De bevolking in de gemeente Oosterhout kent een lichte groei tot 2020. In de periode tussen 2020 en 2030 zal het inwonersaantal redelijkerwijs stabiliseren. Het aantal huishoudens zal nog wel toenemen met ca. 850 huishoudens als gevolg van individualisering en afnemende huishoudensgrootte.
- In de gemeente Oosterhout zijn huishoudens met kinderen sterk vertegenwoordigd. De binnenstad daarentegen huisvest voornamelijk alleenstaanden. Dat is overeenkomstig het landelijke beeld. Opvallend is dat ruim een derde van de binnenstadsbewoners 65+ is, omdat de meeste binnensteden voornamelijk jongeren huisvesten. Dit is te verklaren vanuit keuzes in de woningbouw in de afgelopen jaren. In de gehele gemeente en ook in de binnenstad zal het aandeel ouderen (65+) in de toekomst verder toenemen.
- Het centrum is voornamelijk gericht op de inwoners van de gemeente Oosterhout (kern Oosterhout en omliggende kerkdorpen Den Hout, Oosteind en Dorst) en de omliggende gemeenten (voornamelijk Drimmelen, Dongen en Geertruidenberg) en in beperkte mate Breda. Ondanks de landelijke trend waarbij de consument steeds mobieler wordt en bereid is grotere afstand af te leggen, is het centrum voornamelijk gericht op de directe omgeving.
- De binnenstad wordt door een relatief groot deel 65+-ers bezocht. De doelgroep onder de 45 jaar is ondervertegenwoordigd. Ook zijn er relatief veel alleenstaanden en stellen die het centrum bezoeken.

Bezoekers met kinderen en jongeren (onder 25 jaar) zijn ondervertegenwoordigd.

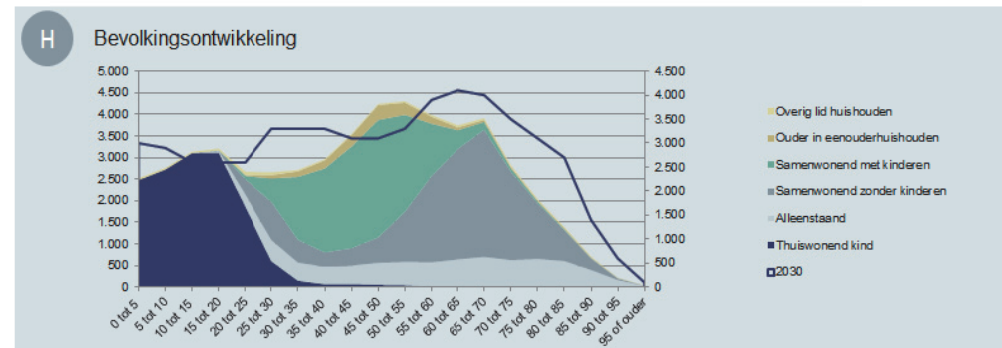
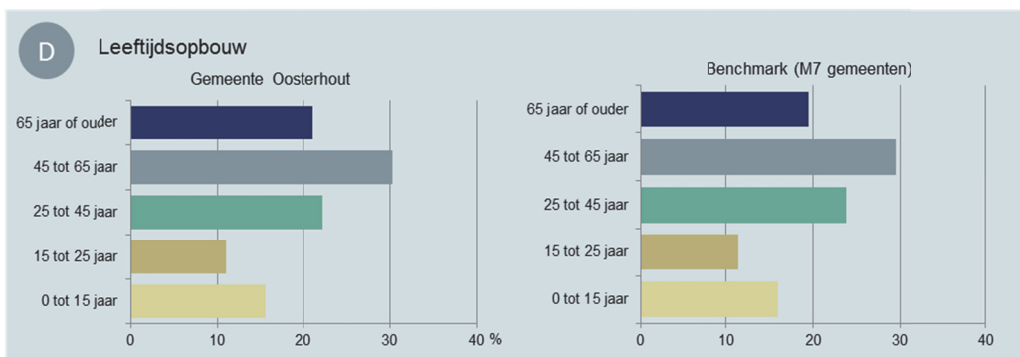
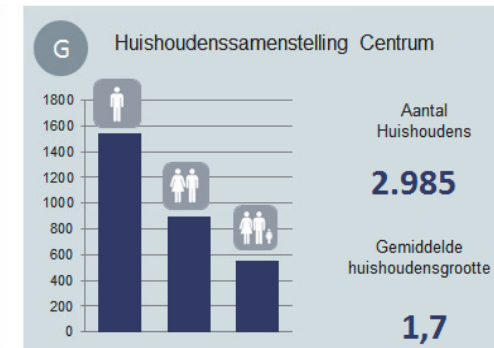
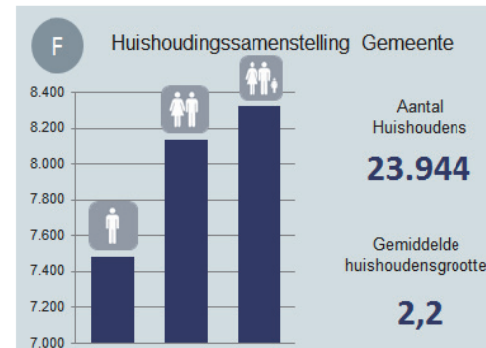
#### *Consequenties voor de binnenstad*

- De lichte bevolkingsgroei vertaalt zich naar een kleine groei in de vraag naar detailhandelsaanbod.
- De koopkrachtbinding richting het centrum zal de komende jaren naar verwachting op niveau blijven.
- Ouderen zijn een doelgroep die Oosterhout goed weet te vinden. Zij geven over het algemeen echter minder uit aan kleding en mode en andere niet-dagelijkse goederen, maar winkelen wel graag dichtbij huis. Aan levensmiddelen en dagelijkse producten geven ze naar verwachting in de toekomst gemiddeld per persoon hetzelfde uit als andere huishoudens.
- Ouderen hebben over het algemeen meer vrije tijd, waardoor dit kansen biedt voor leisurevoorzieningen en zij maken ook meer gebruik van de diensten.
- Door de sterke vertegenwoordiging van huishoudens met kinderen in de gemeentelijke bevolking is het aantrekken van meer gezinnen naar de binnenstad een kans.

**Figuur B1: Demografie gemeente Oosterhout en binnenstad**



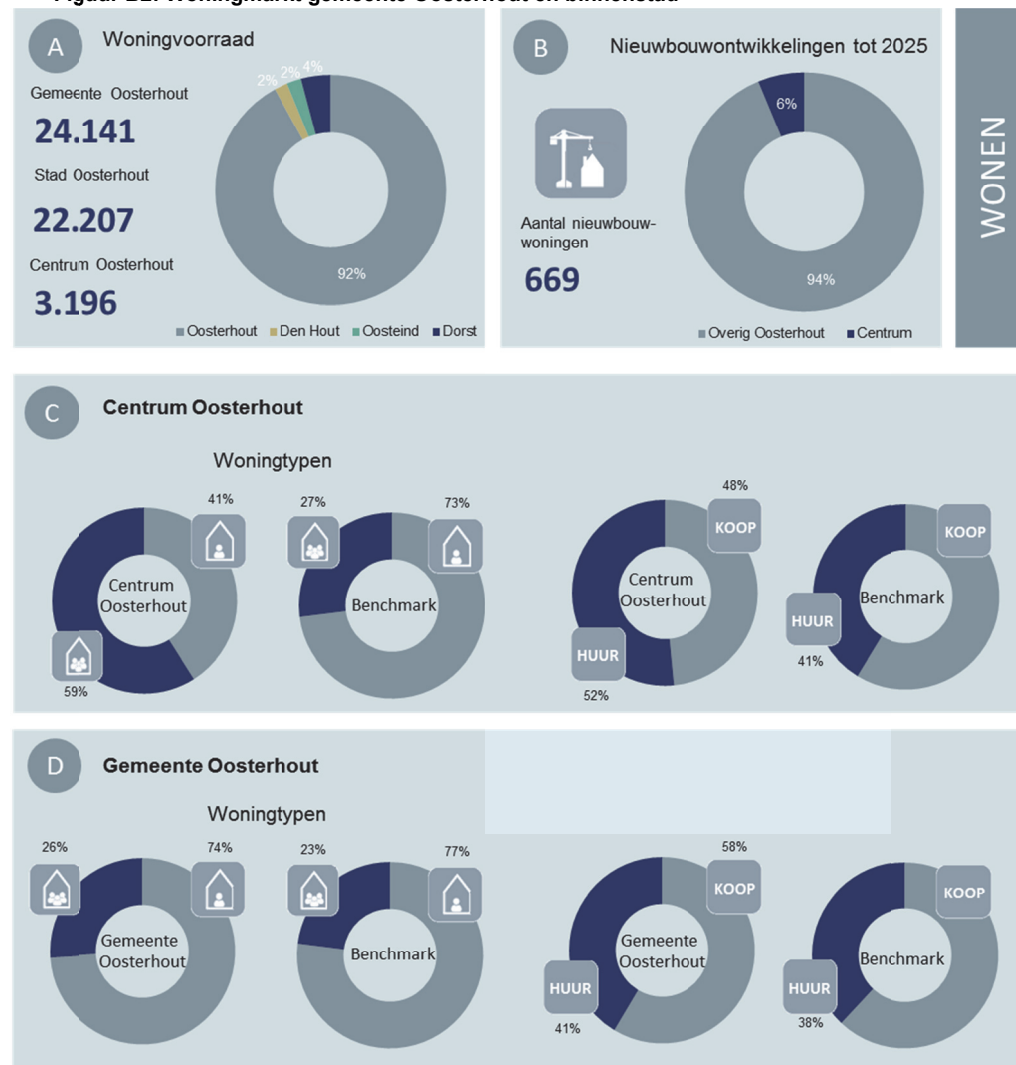
**DEMOGRAFIE**



## Wonen

- De binnenstad van Oosterhout heeft een belangrijke functie als woonomgeving. In vergelijking met de M7-gemeenten heeft het centrum van Oosterhout een ruime woningvoorraad. Dit is positief gezien de landelijke trend waarbij wonen een steeds belangrijkere functie heeft in binnensteden (met het oog op draagvlak en levendigheid). Woningen zijn er met name in de randen van de binnenstad, en in mindere mate in het kernwinkelgebied en boven winkels.
- De woningmarkt in Oosterhout is sterk lokaal georiënteerd. Met name in het middeldure en duurdere koopsegment kent de gemeente meer vertrekkers dan vestigers, terwijl er in de middeldure huur meer vestigers dan vertrekkers zijn (bron: Fakton, 2016). De verhouding tussen huur- en koop en eensgezins- en meergezinswoningen in Oosterhout is ongeveer gelijk aan de verhouding binnen de M7-gemeenten. Desalniettemin zijn er in de binnenstad relatief weinig koopwoningen en eengezinswoningen in vergelijking met deze andere gemeenten. De gemiddelde WOZ-waarde van woningen in de binnenstad is 200.000-250.00 euro gemiddeld in verhouding tot andere wijken in Oosterhout.
- In veel stedelijke woonmilieus is een doelgroep met extraverte en ego-kenmerken vertegenwoordigd, veelal jongeren. In Oosterhout vestigt zich deze doelgroep zich niet in de binnenstad, maar trekt meer richting de flanken van de binnenstad (De Burcht en Slotjes Midden). Dit duidt op een vraag naar woningen die dicht bij de binnenstad zijn gelegen, aantrekkelijk geprijsd maar niet per sé nieuwbouw (bron: Fakton, februari 2016).

Figuur B2: Woningmarkt gemeente Oosterhout en binnenstad



WONEN

De komende jaren is er nog voldoende vraag naar nieuwe woningen in Oosterhout. De samenstelling van de bestaande voorraad verschilt echter van de vraag naar nieuwbouw. De vraag in Oosterhout is vooral gericht op de woonmilieus 'levendig stedelijk', 'luke stedelijk' of 'echt dorps'. Voor de komende jaren is echter het echte stedelijke woonmilieu weinig terug te zien in het woningbouwprogramma.

- Woningbouw is één van de manieren waarmee gestuurd kan worden op de leeftijdsopbouw van het centrum. De toekomstige woningbouwontwikkeling richt zich echter in beperkte mate op de herontwikkeling van het centrum (6%).

#### *Consequenties voor de binnenstad*

- De toevoeging van woningen verhoogt de levendigheid van een binnenstad en kan daarnaast zorgen voor een lichte verhoging van de bestedingen.
- De huidige woningbouwplannen zijn voornamelijk gericht op de randen van de gemeente Oosterhout waardoor sprake is van een grotere afstand ten opzichte van het centrum. De binding met voorzieningen en detailhandel in het centrum kan hier mogelijk door worden verzwakt.
- De beperkte woningbouwontwikkeling in het centrum betekent ook een beperkte doorstroming van woningen, waardoor de gemiddelde leeftijd in het centrum de komende jaren zal blijven toenemen.
- Er zijn kansen voor de toevoeging van woningen in de binnenstad in het luke stedelijk en levendig stedelijk woonmilieu, waarmee wordt ingespeeld op de vraag die aanwezig is in Oosterhout.
- Eengezins (koop)woningen zouden kansrijk kunnen zijn door het nu beperkte aanbod in de binnenstad. Daarmee kan de vergrijzing van de binnenstad en de vertrekkers die de gemeente kent in het mid-

deldure – en dure segment mogelijk worden tegengegaan. Ook de toevoeging van meergezinswoningen in het goedkopere segment zou een meerwaarde kunnen zijn om jongeren te binden en de binnenstad juist die levendige impuls te geven.

## **Detailhandel**

### *Positie middelgrote steden*

- De aantrekkelijkheid en het perspectief van winkelgebieden in deze categorie verschilt onderling zeer sterk. Relevante invloedaspecten zijn de historiciteit van het centrum, de sterkte van de regio en de nabijheid van sterke(re) winkelgebieden. In het algemeen staan deze winkelgebieden onder druk. Zij hebben onvoldoende onderscheidend karakter ten opzichte van de grootste binnensteden, waardoor de consument in zijn zoektocht naar 'beleving' steeds vaker kiest voor deze grotere binnensteden. Deze winkelgebieden worden ook minder bezocht voor recreatief winkelen en vaker voor efficiënte aankopen. Hierdoor moeten deze centra concurreren met het 'drempelloos' winkelen op het internet en met goed bereikbare PDV-clusters met gratis parkeren voor de deur.
- Het toekomstperspectief verschilt sterk per gebied. De verwachting is dat het recreatieve winkelaanbod in deze gebieden verder zal afnemen, waardoor de leegstand toeneemt en de druk verder verhoogt. Voor deze centra wordt functionaliteit steeds belangrijker en dient de marketing en het centrummanagement op orde te zijn.
- Oosterhout is zo'n middelgrote stad. De nabijheid van de binnensteden van Breda en Tilburg helpt daarbij niet. Anderzijds is ook het recent uitgebreide stadsdeelcentrum Heyhoef, met gratis parkeren, niet ver weg. Wel onderscheidt de Oosterhoutse binnenstad zich in

algemene zin door het ruime horeca-aanbod en het efficiënt-recreatieve karakter (goede bereikbaarheid en toegankelijkheid). Van oudsher was ook het (bijzondere) winkelaanbod een troef, maar de waardering daarvoor is sterk afgenomen.

#### *Hoofdwinkelstructuur*

- De binnenstad van Oosterhout bestaat uit een overdekt winkelcentrum (Arendshof 1 en 2) en uit 'reguliere' winkelstraten die van oudsher deze functie hebben. Ten zuidwesten van het Arendshof is nog het overdekte winkelcentrum Bouwlingcenter gelegen, waarin supermarkt Jumbo gehuisvest is. Het totale kernwinkelgebied is relatief langgerekt.
- De Keiweg vormt een thematisch cluster binnen de detailhandelsstructuur van de binnenstad. Het aanbod is hier gericht op de dagelijkse artikelen (levensmiddelen). Supermarkt Albert Heijn en diverse speciaalzaken (bijvoorbeeld bakker, slager, kaas, delicatessen) zijn hier gehuisvest.
- Andere thematische clusters zijn de horecaconcentraties op de Markt, Klappeijstraat en Heuvel en de cultuurconcentratie rondom het Basiliekplein/Torenstraat.
- Rondom het centrum zijn verschillende parkeergelegenheden aanwezig, die dienen als belangrijke bronpunten. De grootste parkeergarages vormen Arendshof (564 plekken), Bouwlingcenter (229 plekken) Forvm (116 plekken) en Basiliek (275 plekken). Daarnaast telt het centrum nog een aantal parkeervelden met ieder ca. 40 tot 90 parkeerplaatsen (Arendsplein-West, Heuvel, De Braak, Schapendries, Klappeijstraat, Waterlooplein, Valkenplein,

Santrijnhof en Torenkwartier. Net buiten de binnenstad kan gratis geparkeerd worden op het Slotjesveld (350 plaatsen).

- Daarnaast zijn er twee fietsenstallingen (de Markt en Arendshof).
- Met het openbaar vervoer is de binnenstad bereikbaar via de Mathildastraat (nabij Albert Heijn) en het busstation aan de Leijshoek.

#### *Detailhandelsaanbod en leegstand*

- Het centrum telt twee supermarkten. De Jumbo (2.234 m<sup>2</sup> wvo) is de grootste in Oosterhout. De Albert Heijn is de helft kleiner en daarmee relatief kleinschalig (1.131 m<sup>2</sup> wvo). Het totale aanbod in de dagelijkse sector in de binnenstad is relatief beperkt wanneer dit wordt vergeleken met plaatsen met een zelfde inwonertal. De M7-gemeenten laten echter een overeenkomstig beeld zien.
- Aan niet-dagelijkse winkels heeft de binnenstad van Oosterhout een uitgebreid aanbod (circa 32.000 m<sup>2</sup> wvo), waarbij met name winkels in de hoofdbranche 'mode & luxe' vertegenwoordigd zijn. Er zijn enkele landelijke formules die consumenten uit de regio aantrekken (Action, HEMA, Vero Moda, Only en H&M).
- In de periode 2010 – 2016 is het detailhandelsaanbod met 64 winkels en ruim 8.300 m<sup>2</sup> wvo afgenomen. Een deel van de landelijke formules is verdwenen uit het centrum van Oosterhout wegens faillissement of een onrendabele exploitatie (WE, V&D, DA, Miss Etam en Marskramer). De afname van het (met name niet-dagelijkse) winkelaanbod is in lijn met het landelijke beeld.
- In de periode 2010-2016 is de gemiddelde omvang van winkels iets toegenomen (gemiddeld 178 m<sup>2</sup> wvo in 2010 naar 194 m<sup>2</sup> wvo



in 2016), waardoor er sprake is van schaalvergroting. Dit is overeenkomstig met de landelijke trends.

Figuur B3: Overzicht functies in binnenstad



- Het aantal leegstaande winkelpanden is in de periode 2010-2016 exponentieel toegenomen: van 11 panden (1.852 m<sup>2</sup> wvo) in 2010 tot 72 panden (10.306 m<sup>2</sup> wvo) in 2016. De leegstandspercentages gebaseerd op winkelvloeroppervlak en verkooppunten liggen daarvoor ver boven het landelijke gemiddelde (centrum Oosterhout: 13,3% van verkooppunten en 15,2% van winkelvloeroppervlak; landelijke percentages: 7,3% van verkooppunten en 7,8% van winkelvloeroppervlak). In centrumgebieden van de M7-gemeenten is een overeenkomstig beeld te zien.
- De leegstand in het centrum van Oosterhout bestaat voor ruim 40% (32 panden) uit frictieleegstand (staan korter dan 1 jaar leeg). De structurele leegstand (panden staan langer dan 3 jaar leeg) is met name te vinden in de aanloopstraten, waaronder de Leijshoek en Torenstraat (totaal 16 panden). Ook in de Arendshof zijn 5 panden met structurele leegstand te vinden.

#### *Winkelgedrag*

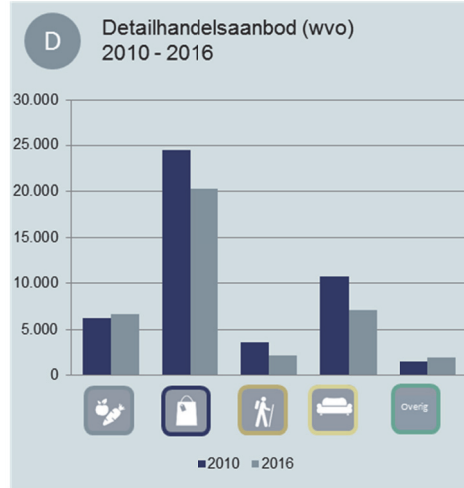
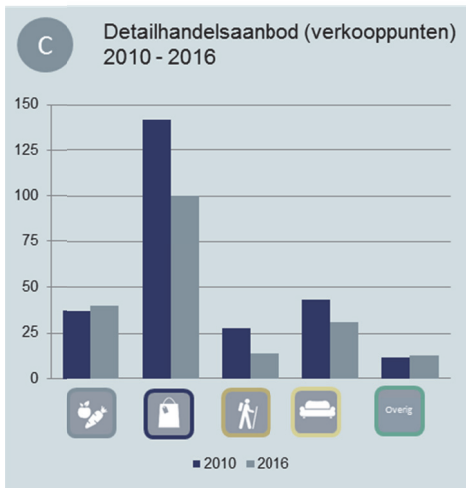
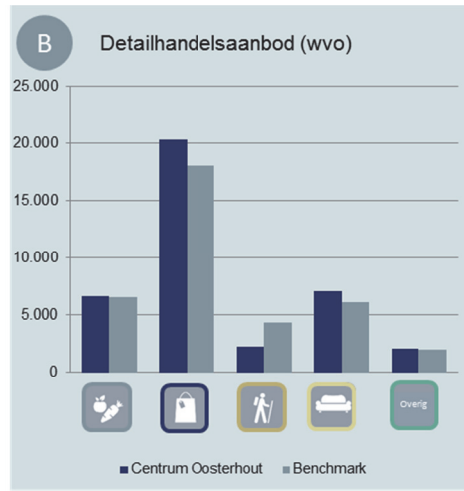
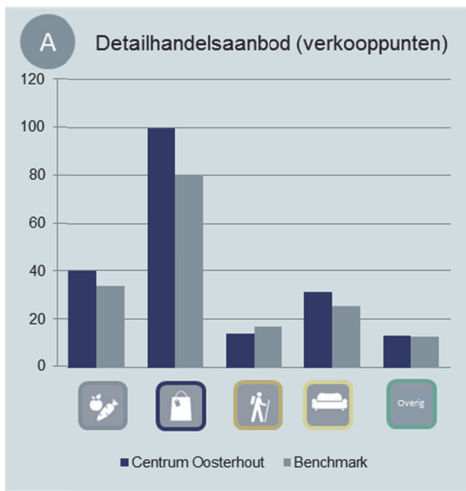
- Gemiddeld wordt door consumenten minder tijd besteed aan recreatief winkelen en is men kritischer. De consument bezoekt steeds vaker grotere winkels en winkelcentra door het gemak van de ruime keus. Ook kiezen consumenten voor winkelgebieden waar ook andere voorzieningen zijn, zoals horeca, cultuur en evenementen. De betekenisvolle belevingswaarde staat meer centraal. De grote (historische) binnensteden met een compleet aanbod zijn daardoor het meest in trek om recreatief te winkelen. Ook grootwinkelbedrijven als beleggers zetten steeds meer in op de zogenoemde A1-locaties in grotere steden.

- Bezoekersaantallen zijn in Oosterhout tussen 2008 en 2015 sterk gedaald. Het afgelopen jaar zijn er weer meer bezoekers verwelkomd. De afname van bezoekers kan slechts voor een deel verbonden worden aan de landelijke trend waarbij consumenten steeds meer producten online aanschaffen. Anderzijds ondervindt Oosterhout sterke concurrentie van grotere, omliggende winkelgebieden, waaronder Breda, die beter aansluiting vinden bij veranderingen en voorkeuren in consumentengedrag (o.a. voorkeur voor plaatsen met hoge belevingswaarde, historische binnensteden en winkelgebieden met een grootschaliger en compleet aanbod).

#### *Consequenties voor de binnenstad*

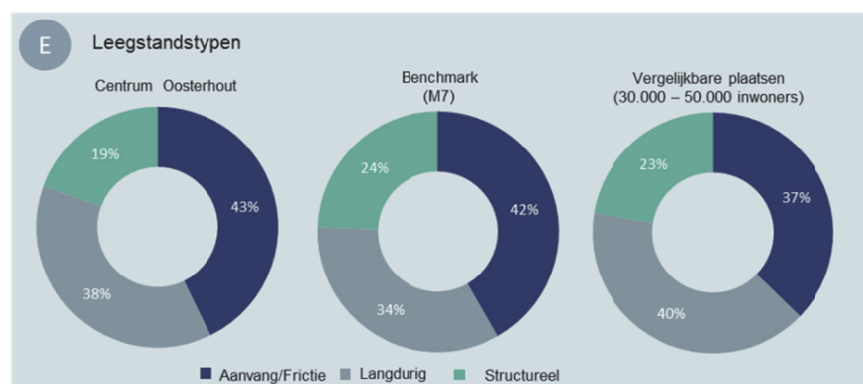
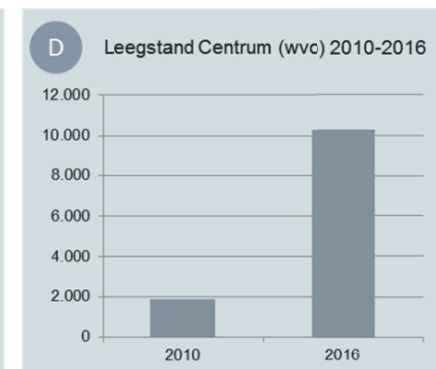
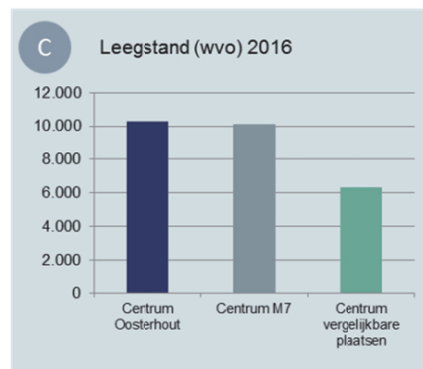
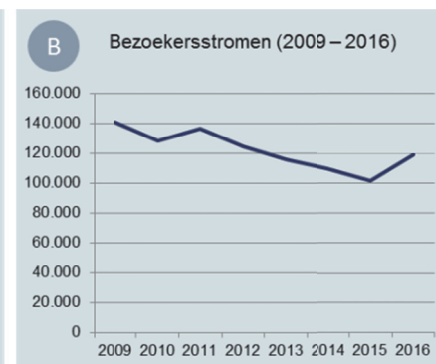
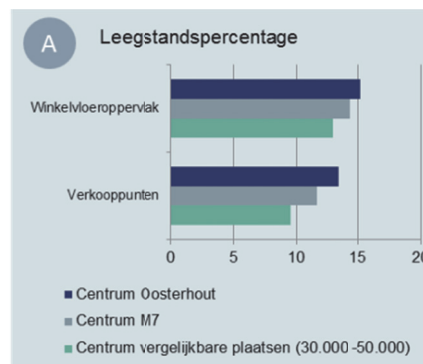
- In relatie tot vraag en aanbod, veranderend consumentengedrag en haar concurrentiepositie heeft de Oosterhoutse binnenstad als regionaal recreatief centrum een redelijk perspectief. De consument kiest al in mindere mate voor Oosterhout wat betreft recreatief winkelen en dit zal in de toekomst niet verbeteren. Het toekomstperspectief van de binnenstad als primair winkelgebied binnen de lokale verzorgingsstructuur is wel goed. De winkels in de dagelijkse sector winnen daardoor aan belang in het behouden van de aantrekkingskracht van het centrum.

**Figuur B4: Detailhandelsaanbod binnenstad**



**DETAILHANDEL**

Figuur B5: Leegstand binnenstad



LEEGSTAND



### *Consequenties voor de binnenstad*

- De hoge mate van leegstand zorgt ervoor dat de binnenstad van Oosterhout (als middelgrote stad) onder druk is komen te staan en met andere (grotere) plaatsen zoals Breda concurreert om dezelfde consument. In de komende jaren zal de groei van het aantal inwoners de verwachte daling in de bestedingen (als gevolg van internetwinkelen) daarbij niet kunnen compenseren. Oosterhout zal daardoor de komende jaren verder onder druk komen te staan. Dit betekent dat een deel van de reeds bestaande leegstand in het centrum structureel van aard zal blijven en een reductie van winkelvloeroppervlak en compacter maken van de hoofdwinkelstructuur gewenst is.
- Door de afgenomen bezoekersaantallen, hoge mate van leegstand en het geschetste toekomstperspectief is er naar verwachting een overaanbod van ca. 5.500 tot 8.000 m<sup>2</sup> winkelvloeroppervlak in de binnenstad.

### **Leisure (horeca, cultuur, ontspanning)**

- Het gemeentelijke aanbod aan leisure (horeca, cultuur en ontspanning) is sterk geconcentreerd in de binnenstad. Het aanbod buiten het centrum van Oosterhout is beperkt. In zijn totaliteit ligt het leisure-aanbod in de gemeente onder het gemiddelde van de benchmark (M7-gemeenten). De binnenstad heeft daarentegen een iets omvangrijker aanbod in vergelijking met de overige gemeenten uit de M7. Dat is te verklaren door de toeristisch-recreatieve positie van Oosterhout (o.a. door bungalowpark De Katjeskelder en diverse campings in de gemeente)

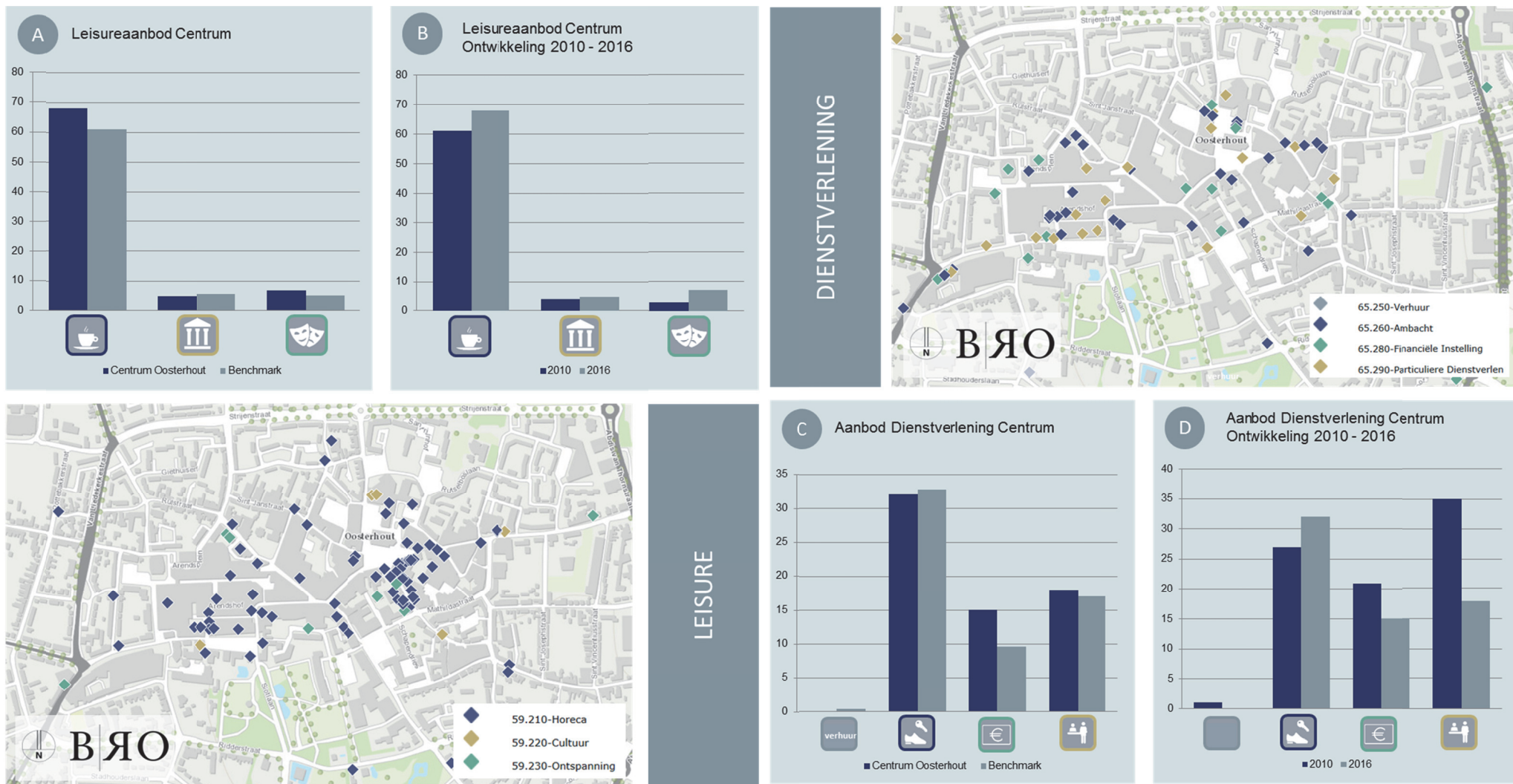
- Het leisure-aanbod is de afgelopen jaren in de gemeente Oosterhout toegenomen. Deze groei is met name waarneembaar in het centrumgebied. De toename van het horeca-aanbod past binnen de landelijke trend waarbij het aantal koffiehuizen, lunchrooms en restaurants en bistro's toeneemt. Dit voornamelijk binnen winkelcentra en op traffic-locaties, waar zij de belevingswaarde vergroten en de verblijfstijd verlengen.
- De horeca is in de binnenstad sterk geconcentreerd op een aantal plekken die grenzen aan het kernwinkelgebied (Markt, Klappeijstraat en Heuvel). Ook enkele grote cultuurfuncties zijn geclusterd rondom de Basiliek (theater de Bussel, bibliotheek Theek5 en VVV). Op de Heuvel is ook het Oosterhouts Filmcafé en h19 Centrum voor de kunsten gevestigd.
- Aan de randen van de binnenstad zijn enkele culturele functies gehuisvest, zoals vestzaktheater De Schelleboom, het Bakkerijmuseum en het Speelgoed- en Carnavalsmuseum.

### *Consequenties voor de binnenstad*

- Horeca vormt al trekker richting de binnenstad en deze positie kan verder versterkt en uitgenut worden. Daarbij moet worden ingezet op het faciliteren van combinatiebezoek en verblijfsduurverlenging. Dat geldt ook voor voorzieningen gericht op cultuur en ontspanning, die ook bijdragen aan de belevingswaarde van de binnenstad.



Figuur B6: Leisure- en dienstenaanbod binnenstad



- Horeca komt steeds meer voor als nevenfunctie of gemengd met andere functies zoals detailhandel (blurring). Het accommoderen van dergelijke vernieuwende gemengde concepten, biedt kansen voor de binnenstad om belevingswaarde te verhogen.
- Naar de toekomst toe zal de rol van cultuur, onder meer in de vorm van evenementen, voor binnensteden alleen maar groter worden. Dat geldt ook voor middelgrote plaatsen zoals Oosterhout. Denk bijvoorbeeld aan initiatieven als de Biënnale Heilige Driehoek. Ook de sociale functie van evenementen wordt belangrijker.
- De binnenstad van Oosterhout telt met name eenpersoonshuishoudens. Dit vormt de doelgroep die met name buitenhuis consumeert en biedt daardoor kansen voor de horeca in Oosterhout.
- De toename van de groep welvarende ouderen met veel vrije tijd biedt kansen voor de ontwikkeling van leisurevoorzieningen.

### **Dienstverlening**

- Het aanbod aan dienstverlening is de afgelopen jaren binnen de gehele gemeente Oosterhout afgenomen, met uitzondering van het aanbod aan ambachten. De afname van de financiële en particuliere dienstverlening heeft zich met name voorgedaan in de binnenstad, bijv. het wegtrekken van de banken.
- Het aanbod aan dienstverlening is sterk verspreid over de binnenstad aanwezig, maar voor een groot deel wel aan de randen (aanloopstraten of net daarbuiten).

### *Consequenties voor de binnenstad*

- In de binnenstad wonen relatief veel ouderen, die meer dan andere doelgroepen nog gebruik maken van fysieke vestigingen van dienstverleners. De afname van de dienstensector zal voor deze doelgroep daardoor effect hebben op de kwaliteit van de leefomgeving. Enerzijds is dat een bedreiging, anderzijds biedt dat kansen voor ondernemers om met vernieuwende (gemengde) dienstverleningsconcepten in dat gat te springen.

### **Overige bevindingen**

#### **Waardering bezoekers**

- De sfeer en gezelligheid van de binnenstad werd in 2014 door consumenten als goed beoordeeld, voornamelijk het gebied rondom de Markt (onderzoek Amerstreek). Ook is de netheid van de binnenstad en het aanbod aan evenementen in orde. In de buurt- en dorpsenquête van de gemeente Oosterhout zijn de waarderingcijfers echter hard achteruit gegaan in enkele jaren. Zo is de waardering van het winkelaanbod gedaald van een 8,5 in 2009 naar een 6,4 in 2015 en die van sfeer en uitstraling van een 7,9 naar een 6,5. Ook de branching, assortiment en kwaliteit van winkels is flink gedaald.

#### **Bereikbaarheid en parkeren**

- De binnenstad voorziet in goede parkeervoorzieningen en werd in 2014 door consumenten beoordeeld als goed bereikbaar. De parkeertarieven werden echter als te hoog beoordeeld (onderzoek Amerstreek). Eind 2014 is de parkeerverwijzing vervangen door een PRIS-systeem. Ook in het afgelopen jaar zijn enkele verbetermaat-

regelen doorgevoerd, waaronder het verlagen en bevriezen van het parkeertarief en het sterker communiceren van het gratis parkeren op het Slotjesveld. Het parkeertarief is echter een blijvend aandachtspunt: in de perceptie van consumenten is dit een belangrijk item, zeker waar het de dagelijkse boodschappen betreft. In de buurt- en dorpsenquête is de waardering voor de bereikbaarheid tussen 2009 en 2015 namelijk nog altijd gedaald van een 7,9 naar een 7,3. De parkeertarieven scoorden in 2015 een 4,5 versus een 4,8 in 2009. Gezien het toenemende belang van de dagelijkse winkelfunctie van de binnenstad is ook een heroverweging van het parkeerregime op zijn plaats.

- De recent opgeleverde Basiliëgarage functioneert niet optimaal. Consumenten weten de garage (nog) niet goed te vinden. Een verbetering van de aantrekkelijkheid en bewegwijzering is wenselijk.
- Wat mobiliteit betreft zal bezoekgemak en digitalisering een steeds belangrijkere rol gaan spelen: de mogelijkheid om vooraf een parkeerplaats te reserveren, korting bij bestedingen in de binnenstad, mogelijkheid tot bezorgen van aankopen op parkeerlocaties, autonoom vervoer, autodelen, gebruik van elektrische fietsen, voorrangssensoren voor fietsers, etc.

### **Evenementen**

- De Markt biedt één keer per week ruimte aan de weekmarkt. Deze weekmarkt wordt gehouden op zaterdagochtend. Doordat de Markt ook is aangewezen als evenementenlocatie wordt de Markt meerdere keren per jaar verplaatst naar de Heuvel. De ruimteclaims van de verschillende evenementen, horecaterrassen en weekmarkt heeft voor onduidelijke situaties geleid. Door de gemeente Oosterhout is er onderzoek gedaan naar de positionering en inrichting van de za-

terdag weekmarkt. Het College van B&W heeft op basis van dit onderzoek naar verschillende alternatieven gekozen om de weekmarkt vooralsnog (in 2017) op de Markt te behouden.

- In de binnenstad wordt jaarlijks een groot aantal evenementen georganiseerd, zowel enkele grootschalige als verschillende kleinschalige. Binnen het evenementenbeleid zijn 6 evenementenlocaties aangewezen, namelijk De Markt, de Heuvel, Slotpark-Oost, Slotpark-West, Schapendries en Stadstuin de Schelp. De mate waarin deze locaties gebruikt worden, verschilt.

### **Openbare ruimte**

- In het centrum van Oosterhout zijn weinig groenelementen aanwezig, waardoor het gehele centrum een relatief stenige uitstraling heeft. De Heuvel, Stadstuin de Schelp, het Slotpark (zuidelijk deel binnenstad) en Santrijnpark (noordelijk deel binnenstad) vormen daarop een uitzondering. De verbindingen tussen het kernwinkelgebied en deze groene gebieden zijn matig. Er is wel een plan om de verbinding tussen de binnenstad en parkeerterrein Slotjesveld via het Slotjespark ('Rode Loper') te verbeteren door o.a. aanpak van verlichting en bewegwijzering.
- De binnenstad biedt ook ruimte aan kantoren, met name aan de randen. Rondom de Heuvel/Bouwingcenter en de Mathildastraat zijn er enkele kleinschalige concentraties met kantoorruimten.

### **Toekomstperspectief per deelgebied**

In een paspoort wordt aan de hand van de kernkwaliteiten en aandachtspunten het toekomstperspectief per deelgebied/straat inzichtelijk gemaakt. Er wordt ingegaan op ligging, bezoekersstromen, kwaliteit

aanbod, functiemenging, leegstand, risicoprofiel, bereikbaarheid, parkeren en omgevingskwaliteit. Het risicoprofiel is gebaseerd op de Retail Risk Index van Locatus, een verzameling kengetallen die de kans weergeeft dat winkelpanden in een bepaald gebied in de toekomst leeg komen te staan.

De belangrijkste conclusies uit de paspoorten zijn:

- Arendshof I en II vormen het overdekte gedeelte van het kernwinkelgebied. Beide winkelpassages worden omringd door verschillende parkeergelegenheden en hebben een verzorgde uitstraling. Het winkelgebied is sterk naar binnen gericht en kampt met leegstand. De panden richting de Nieuwstraat/Arendstraat (oostelijke deel Arendshof I en II) zijn over het algemeen allemaal gevuld, maar het achterste (westelijke)deel van Arendshof I en II kent veel (deels structurele) leegstand. Een risicofactor is de grote aanwezigheid van veel middensegment filiaalbedrijven en de monofunctionaliteit van de passage. Het toekomstperspectief van het voorste deel van Arendshof I is daarmee redelijk, maar behoeft wel aandacht. Het achterste deel is kwetsbaar, met name rondom het binnenplein / tegenover HEMA. Het perspectief van het voorste deel van Arendshof II (tot aan opgang naar parkeergarage / eerste doorsteek naar Arendshof I) is ook redelijk, hoewel de aantakking op de rest van het kernwinkelgebied (via de Nieuwstraat) minder goed is dan die van Arendshof I. Het achterste deel van Arendshof II heeft een matig perspectief.
- De Arendstraat, Nieuwstraat en Kerkstraat en Keiweg maken onderdeel uit van het kernwinkelgebied en hebben een voornamelijk recreatief aanbod (branches Mode & Luxe en Vrije tijd). De openbare

ruimte van deze straten is verzorgd, maar relatief sober. De Nieuwstraat kent een relatief laagwaardig aanbod, maar daarentegen weinig tot geen leegstand. Ook de Arendstraat kent een laagwaardiger aanbod, terwijl hier de leegstand een groot probleem vormt. Voorbij de Arendshof richting de Heuvel is er vrijwel geen winkelaanbod meer aan de Arendstraat, met uitzondering van het bijzondere Binnenhofje, waar enkele zelfstandige speciaalzaken gevestigd zijn. De Kerkstraat onderscheidt zich van beide straten door een hoger marktsegment en de aanwezigheid van enkele unieke formules en veel zelfstandigen. In relatie tot het vastgoed is er veel dynamiek (nieuwvestigers) en weinig tot geen leegstand. De Keiweg is gericht op de dagelijkse sector. De supermarkt Albert Heijn aan het uiteinde van deze straat vormt daarbij een belangrijke trekker, die echter beperkt is qua omvang. Het toekomstperspectief van deze straten is redelijk tot goed.

- Het gebied rond de Torenstraat en Basiliek is met name gericht op cultuur (aanwezigheid van theater de Bussel, bibliotheek en VVV) en diensten. In dit gebied is naast deze functies ook een belangrijke rol voor wonen. Als aanloopstraat is het toekomstperspectief redelijk.
- De Heuvel is een charmante locatie in de binnenstad die een veelheid aan functies huisvest: onder meer horeca in het hoogwaardige segment, het Oosterhouts Filmcafé, het centrum voor de kunsten (H19), enkele kantoorpanden en het is een parkeerplein. Het toekomstperspectief van de locatie is goed als aanloopgebied, mits de verbinding met het kernwinkelgebied via de Arendstraat en Heuvel-eind versterkt kan worden. Ook kan de potentie van het gebied verder benut worden door een herinrichting van de openbare ruimte. Voor de Heuvel is daartoe door enkele omwonenden / gebruikers

(Heuvelkring) al een plan gemaakt voor optimalisatie. Het toekomst perspectief van de Heuvelstraat als aanloopstraat is echter matig.

- De Markt en de Klappeijstraat vormen een duidelijk horecacluster, waarin de Markt een verzameling is van restaurants, cafés en andere eetgelegenheden en de Klappeijstraat meer nachthoreca kent. De uitstraling van dit gebied draagt in belangrijke mate bij aan de sfeer en beleving zoals die door bezoekers ervaren wordt. In de Klappeijstraat is een ontwikkeling naar avond- in plaats van nachthoreca waar te nemen. Het toekomstperspectief is goed door de aantakking op het kernwinkelgebied en cultuurvoorzieningen en als evenementenlocatie.
- De Schapendries en Mathildastraat liggen aan de rand van het kernwinkelgebied. Het winkel- en dienstenaanbod is verspreid gelegen en de locatie functioneert maar in beperkte mate als aanloopgebied.
- In het Bouwlingcenter is de supermarkt Jumbo gevestigd met een grote hoeveelheid parkeren en vormt daarbij een belangrijke trekker. Bovendien kampt het met behoorlijke leegstand (4 panden). Door de zwakke verbinding met het kernwinkelgebied functioneert deze locatie echter meer als solitair supermarktcentrum (met enkele aanvullende winkels) en is het toekomstperspectief als onderdeel van de hoofdwinkelstructuur matig. Dit is ook zo opgenomen in de Detailhandelsvisie.
- De straten Sint Janstraat, Rulstraat, Leijzenhoek en Bredaseweg zijn wat verder gelegen vanaf het kernwinkelgebied. Deze straten worden gekenmerkt door lage bezoekersstromen en een beperkt en gefragmenteerd aanbod. In deze straten is detailhandel niet de hoofd-functie, maar wonen. Het deel van de Leijzenhoek dat direct aan de

Markt gelegen is (tot aan Oud Brabant) functioneert nog deels als aanloopstraat.

- Het Arendsplein was het brandpunt voor de financiële dienstverlening in de binnenstad. Door het wegtrekken van de banken uit het gebied of het verplaatsen van een deel van de dienstverlening naar alternatieve locaties ligt hier een herinvullings- of herontwikkelingsvraagstuk. Vanuit marktpartijen zijn er reeds ideeën daarover.



Figuur B7: Beoordeling toekomstperspectief deelgebieden/straten





## ARENDSHOF I



### Profiel



### Kenmerken

Ligging	Onderdeel kernwinkelgebied, aangesloten op Arendsstraat en Arendshof II
Bezoekersstromen	5.000 – 10.000 passanten per dag

### Beoordeling

Kwaliteit aanbod	+	Winkelpassage met duidelijk profiel gericht op mode, met enkele horecagelegenheden, juwelier en huishoudelijke artikelen. Aanwezigheid van landelijke formules/trekkers, mix tussen filiaalbedrijven en zelfstandigen. Voorste deel midden/hogsegment, achterin meer laagwaardig aanbod.
Funciemenging	+/-	Voornamelijk winkels en enkele horecazaak.
Leegstand	+/-	Voorin weinig leegstand, met name in gedeelte rondom de Hema zowel structurele als frictieleegstand
Risicoprofiel	-	Hoog risico
Bereikbaarheid & Parkeren	+	Nabijheid van verschillende parkeergarages/velden (Arendshof 564 pp, Bouwlingcentre 229 pp)
Omgevingskwaliteit	+	Verzorgd overdekt centrum, eenheid, enkele jaren terug opgeknapt, stenig

Bijlagen

## ARENDSHOF II



### Profiel



### Kenmerken

Ligging	Onderdeel kernwinkelgebied, aangesloten op Nieuwstraat en Arendshof I
Bezoekersstromen	5.000 tot 10.000 passanten per dag (Arendsplein en midden Arendshof II) 2.500 tot 5.000 passanten per dag (midden en Nieuwstraat)

### Beoordeling

Kwaliteit aanbod	+/-	Winkelpassage met duidelijk profiel in voornamelijk mode, met enkele winkels gericht op de vrije tijd. Aanwezigheid van enkele landelijke winkelformules/trekkers (o.a. H&M). Veelal middensegment en filiaalbedrijven.
Funciemenging	-	Enkel winkels
Leegstand	-	Relatief veel leegstand, met name in het gedeelte rondom het Arendsplein, zowel structurele als frictieleegstand
Risicoprofiel	-	Hoog risico
Bereikbaarheid & Parkeren	++	Parkeergarage boven winkelcentrum (Arendshof 564 pp)
Omgevingskwaliteit	+	Verzorgde uitstraling, eenheid, recente vernieuwing vloer, stenig

## ARENDSSTRAAT



### Profiel



### Kenmerken

Ligging	Verbinding tussen Markt en Arendshof, onderdeel kernwinkelgebied
Bezoekersstromen	Tussen 'de Vlinder' en Arendshof 1: 5.000 – 10.000 passanten per dag Rondom 'de Vlinder': 10.000-15.000 passanten per dag

### Beoordeling

Kwaliteit aanbod	-	Veel leegstand, enkele grote filiaalbedrijven, profiel gericht op mode en persoonlijke verzorging. Goede mix van zelfstandigen en filiaalbedrijven.
Funciemenging	+/-	Voornamelijk winkels, beperkte mate van wonen boven winkels
Leegstand	--	Veel leegstand, voornamelijk frictieleegstand, verspreid over de straat, relatief kleinschalige panden (100 – 200 m2 vvo)
Risicoprofiel	+/-	Gemiddeld risico
Bereikbaarheid & Parkeren	-	Geen directe parkeerplaats, maar parkeerveld en parkeergarages in de nabijheid (o.a. Arendshof 564 pp)
Omgevingskwaliteit	+/-	Verzorgd, sober, voornamelijk stenen en geen groen. Uitstraling panden redelijk verzorgd, verschillende bouwstijlen

## NIEUWSTRAAT



### Profiel



### Kenmerken

Ligging	Onderdeel kernwinkelgebied, redelijke verbinding met overige winkelstraten
Bezoekersstromen	2.500 - 5.000 passanten per dag

### Beoordeling

Kwaliteit aanbod	-	Veel laagwaardig aanbod, geen unieke trekkers, voornamelijk mode en persoonlijke verzorging, veel zelfstandige winkels
Funciemenging	+/-	Voornamelijk winkels, boven de winkels wordt deels gewoond
Leegstand	+	Weinig tot beperkte leegstand
Risicoprofiel	-	Hoog risico (ca. tweederde van panden volgens Locatus RRI_2025)
Bereikbaarheid & Parkeren	+	Parkeergarages in nabijheid (o.a. Arendshof 564 pp)
Omgevingskwaliteit	+	Verzorgd, sober, vrij steenachtig openbaar gebied, geen groen. Straten t.b.v. de bevoorrading vormen een scheiding met Arendshof. Uitstraling panden verzorgd, verschillende bouwstijlen. Relatief veel uitstallingen.

## KERKSTRAAT



### Profiel



### Kenmerken

Ligging	Onderdeel kernwinkelgebied, verbinding tussen Markt en Arendshof
Bezoekersstromen	5.000 -10.000 passanten per dag

### Beoordeling

Kwaliteit aanbod	+	Duidelijk profiel gericht op mode, enkele trekkers en unieke formules Goede mix van zelfstandigen en filiaalbedrijven
Funciemenging	+/-	Voornamelijk winkels, deels wonen boven winkels
Leegstand	++	Weinig tot geen leegstand
Risicoprofiel	+/-	Hoog risico, maar veel dynamiek en interesse in vrijkomende panden
Bereikbaarheid & Parkeren	-	Geen directe parkeerplaats, maar parkeerveld en parkeergarages in de nabijheid (Schapendries 87 pp, Basiliek 275 pp)
Omgevingskwaliteit	+/-	Verzorgd, sober, voornamelijk stenen en geen groen. Uitstraling panden verzorgd, verschillende bouwstijlen.

## KEIWEG



### Profiel



### Kenmerken

Ligging	Onderdeel kernwinkelgebied, goede verbinding met overige winkelstraten
Bezoekersstromen	5.000 -10.000 passanten per dag

### Beoordeling

Kwaliteit aanbod	+	Duidelijk profiel in voornamelijk dagelijks sector, (vers)speciaalzaken, trekker is relatief kleinschalige Albert Heijn (1.130 m²), veel zelfstandige winkels met onderscheidend karakter
Funciemenging	+/-	Voornamelijk winkels, boven de winkels wordt deels gewoond
Leegstand	++	Frictie leegstand, beperkte omvang
Risicoprofiel	+/-	Gemiddeld risico
Bereikbaarheid & Parkeren	+	Bronpunt parkeerterrein Schapendries (87 pp), bushalte nabij
Omgevingskwaliteit	+	Verzorgd, vrij steenachtig openbaar gebied, weinig groen. Uitstraling panden verzorgd, verschillende bouwstijlen. Relatief veel uitstallingen.



## BINNENHOFJE / ARENDSTRAAT



### Profiel



### Kenmerken

Ligging	Aanloopstraat vanuit Heuvel naar Arendstaat / Arendshof I met omsloten hofje eraan.
Bezoekersstromen	2.500 – 5.000 passanten per dag

### Beoordeling

Kwaliteit aanbod	+	Enkele winkels, horeca en ambachten. Bijzonder aanbod, enkel zelfstandigen.
Functiemenging	+/-	Voornamelijk commercieel gebruik panden, diverse functies
Leegstand	+/-	Beperkte leegstand
Risicoprofiel	-	Hoog risico
Bereikbaarheid & Parkeren	+/-	Parkeren op Heuvel nabij, fietsenstalling aanwezig
Omgevingskwaliteit	+/-	Historische bebouwing, sfeervolle uitstraling, inrichting Arendstraat vrij stenig

## TORENSTRAAT / BASILIEKPLEIN



### Profiel



### Kenmerken

Ligging	Cultuur- en dienstencluster, aanloopstraat, directe verbinding met winkelcentrum beperkt
Bezoekersstromen	< 2.500 passanten per dag

### Beoordeling

Kwaliteit aanbod	+/-	Cultuur- en dienstencluster. Winkels en dienstverlening zelfstandig en laagwaardig.
Functiemenging	+	Gemengd gebied met diensten, cultuur (theater, bibliotheek, VVV) en horeca, weinig detailhandel, wonen
Leegstand	+	Niet of nauwelijks leegstand
Risicoprofiel	-	Hoog risico
Bereikbaarheid & Parkeren	++	Aanwezigheid van parkeergarage Basiliek (275 pp) en mogelijkheden tot straatparkeren
Omgevingskwaliteit	+/-	Openbare ruimte is pas opgeknapt, vrij stenig, verschillende bouwstijlen rondom plein (modern tot historisch).

## HEUVEL / HEUVELEIND / HEUVELSTRAAT



### Profiel



### Kenmerken

Ligging	Gelegen aan de buitenzijde van het kernwinkelgebied, verbinding met het hoofdwinkelgebied is beperkt
Bezoekersstromen	< 2.500 passanten per dag

### Beoordeling

Kwaliteit aanbod	++	Horecacluster en cultuuraanbod met enkele unieke / hoogwaardige horecagelegenheden met trekkracht (voornamelijk restaurants), alleen zelfstandige ondernemers.
Funciemenging	+	Zeer gemengd profiel. Horeca, cultuuraanbod, enkele kantoren, evenementenlocatie en wonen.
Leegstand	+	Beperkte leegstand, voornamelijk frictieleegstand
Risicoprofiel	+/-	Gemiddeld risicoprofiel
Bereikbaarheid & Parkeren	+	Aanwezigheid van parkeerveld (Heuvel, 65 pp)
Omgevingskwaliteit	+	Omringd door historische bebouwing. Verzorgd en hoge kwaliteit, aanwezigheid van beeldbepalende groenelementen, terrassen kijken uit op parkeerplaats.

Bijlagen

## MARKT



### Profiel



### Kenmerken

Ligging	Horecacluster gelegen aansluitend aan kernwinkelgebied en cultuurcluster
Bezoekersstromen	5.000 - 10.000 passanten per dag

### Beoordeling

Kwaliteit aanbod	++	Duidelijk profiel gericht op horeca. Gevareerd horeca-aanbod, waaronder cafés en restaurants. Verschillende prijsklassen, veel zelfstandigen.
Funciemenging	+/-	Sterke horecacluster, wonen boven horecagelegenheden
Leegstand	++	Geen leegstand
Risicoprofiel	+/-	Gemiddeld risico
Bereikbaarheid & Parkeren	+/-	Parkeergarage Basiliek (275 pp) nabij. Fietsenstalling aanwezig, maar matig zichtbaar en gebruikt.
Omgevingskwaliteit	++	Verzorgd, sfeervolle terrassen omringd door historische bebouwing. De Markt heeft met name een functionele invulling voor o.a. evenementen en de weekmarkt.

## KLAPPEIJSTRAAT



### Profiel



### Kenmerken

Ligging	Grenzend aan Markt
Bezoekersstromen	5.000 -10.000 passanten per dag

### Beoordeling

Kwaliteit aanbod	+	Horeca- en amusementcluster, hoofdzakelijk nacht- en avondhoreca (cafés, restaurants, casino, bowling) voor uitgaanspubliek. Weinig unieke horecagelegenheden, veel zelfstandige ondernemers
Functiemenging	+/-	Voornamelijk horeca en leisure, deels wonen boven horeca
Leegstand	-	Relatief veel leegstand, ook langdurig, met name in middenstuk. Wel dynamiek met verschuiving naar avondhoreca zichtbaar.
Risicoprofiel	-	Hoog risico
Bereikbaarheid & Parkeren	+	Nabijheid parkeerveld (Schapendries 87 pp) en parkeergarage Basiliëk (275 pp). Dichtbij bushalte.
Omgevingskwaliteit	+/-	Veel uitstallingen en reclame-uitingen, sober openbaar gebied, vrij steenachtig gebied. Smalheid straat en diversiteit bebouwing maakt wel sfeervol.

## MATHILDASTRAAT / SCHAPENDRIES



### Profiel



### Kenmerken

Ligging	Plein en straat aan parkeerterrein aan uiteinde Keiweg, matige verbinding kernwinkelgebied
Bezoekersstromen	< 2.500 passanten per dag

### Beoordeling

Kwaliteit aanbod	-	Enkele winkels en dienstverleners, verspreid, niet aaneengesloten, deels laagwaardig aanbod.
Functiemenging	+/-	Gemengd commercieel aanbod, maar verspreid gelegen, veel appartementen erboven
Leegstand	-	Diverse panden langdurig of structureel leeg
Risicoprofiel	+/-	Gemiddeld risico
Bereikbaarheid & Parkeren	+	Gelegen aan parkeerplein en bushalte aanwezig
Omgevingskwaliteit	-	Bebouwing en openbare ruimte sober, deels verouderde, weinig groen, parkeren in zicht.



## BOUWLINGPLEIN / NIEUWE BOUWLINGSTRAAT



### Profiel



### Kenmerken

Ligging	Gelegen tegen het kernwinkelgebied, beperkte verbinding
Bezoekersstromen	5.000 – 10.000 passanten per dag

### Beoordeling

Kwaliteit aanbod	+/-	Jumbo vormt een belangrijke trekker, laagwaardig aanbod overige winkels (met name mode en electronica), alleen filiaalbedrijven
Functiemenging	-	Alleen winkels
Leegstand	-	Veel leegstand, frictie- en langdurige leegstand, voornamelijk op de begane grond
Risicoprofiel	-	Hoog risico
Bereikbaarheid & Parkeren	++	Parkeergarage boven de Jumbo (Bouwlingcentre 229 pp)
Omgevingskwaliteit	+/-	Verzorgd, sober, vrij steenachtig openbaar gebied, weinig groen. Uitstraling van de panden verzorgd, sterk naar binnen gekeerd. Verbinding met de buitenruimte of Arendshof is onvoldoende.

## BREDASEWEG



### Profiel



### Kenmerken

Ligging	Een van de toegangswegen naar binnenstad, beperkte verbinding met kernwinkelgebied
Bezoekersstromen	< 2.500 passanten per dag

### Beoordeling

Kwaliteit aanbod	-	Woonstraat met enkele winkels en dienstverleners, laagwaardig aanbod, ontbreken van trekker, voornamelijk zelfstandigen, enkele filiaalbedrijven (financiële dienstverlening).
Functiemenging	+/-	Wonen met verspreid enkele winkels en dienstverlening
Leegstand	+	Beperkte leegstand
Risicoprofiel	+/-	Gemiddeld risico
Bereikbaarheid & Parkeren	+	Straatparkeren en nabijheid van parkeergarage (Bouwlingcentre, 229 pp)
Omgevingskwaliteit	-	Sober, relatief veel uitstallingen, vrij steenachtig openbaar gebied, wisselende bouwstijlen.



## SINT JANSTRAAT



### Profiel



### Kenmerken

Ligging	Straat richting Markt buiten kernwinkelgebied
Bezoekersstromen	< 2.500 passanten per dag

### Beoordeling

Kwaliteit aanbod	+/-	Enkele winkels in woninginrichting en horecazaken, alleen zelfstandigen
Functiemenging	-	Voornamelijk een woonstraat met enkele verspreid liggende winkels
Leegstand	+	Geen leegstand
Risicoprofiel	+	Laag risico
Bereikbaarheid & Parkeren	-	Enkele parkeervakken op straat, gedeeltelijk alleen per fiets te bereiken
Omgevingskwaliteit	+/-	Historische bebouwing, sober, vrij stenig gebied.

## RULSTRAAT



### Profiel



### Kenmerken

Ligging	Gelegen aan zijkant van Arendshof II, aansluiting met winkelgebied zeer beperkt.
Bezoekersstromen	< 2.500 passanten per dag

### Beoordeling

Kwaliteit aanbod	-	Woonstraat met enkele winkels, dienstverleners en horeca. Laag segment, verspreid, voornamelijk zelfstandigen
Functiemenging	+/-	Gemengd aanbod en wonen boven winkels.
Leegstand	-	Enkele leegstaande panden, langdurige leegstand
Risicoprofiel	+/-	Gemiddeld risico
Bereikbaarheid & Parkeren	+	Straatparkeren en nabijheid parkeergarage (Arendshof 564 pp)
Omgevingskwaliteit	+	Verzorgd, gelegen aan groengebied. Verschillende bouwstijlen, achterkantsituatie Arendshof

## LEIJSENHOEK



### Profiel



### Kenmerken

Ligging	Aanloopstraat tussen Markt en busstation, zwakke verbinding met overig winkelgebied of Markt
Bezoekersstromen	2.500 - 5.000 passanten per dag

### Beoordeling

Kwaliteit aanbod	-	Divers winkelaanbod, laagwaardig. Geen duidelijk profiel aanwezig. Veel zelfstandige winkels
Funciemenging	+	Gemengd aanbod, wonen boven winkels, diensten, horeca, mode
Leegstand	+	Weinig leegstand
Risicoprofiel	-	Hoog risico (ca. helft van panden)
Bereikbaarheid & Parkeren	+	Straatparkeren en nabijheid van busstation
Omgevingskwaliteit	+	Verzorgd, sobere inrichting, stenig gebied met weinig groen. Panden hebben verschillende bouwstijlen waarvan de uitstraling sterk verschilt.

## ARENDSPLEIN



### Profiel



### Kenmerken

Ligging	Plein gelegen aan uiteinde en zijkant van Arendshof II, aansluiting winkelgebied beperkt
Bezoekersstromen	< 2.500 passanten per dag

### Beoordeling

Kwaliteit aanbod	-	Weinig bezoekfuncties, enkele (landelijke) financiële dienstverleners
Funciemenging	-	Banken en dienstverlening en woningen
Leegstand	-	Diverse leegstaande panden, zowel frictie als langdurige leegstand
Risicoprofiel	+/-	Gemiddeld risico
Bereikbaarheid & Parkeren	+	Aanwezigheid parkeerterrein (Arendsplein-West 81 pp) en straatparkeren
Kwaliteit openbaar gebied	-	Sober, zeer stenig, beperkte groenelementen, moderne bebouwing, gevelbeeld zijn achterkanten van Arendshof

## Bijlage 2: Beleidskaders

### Uitvoeringsprogramma Binnenstad

Het programma heeft als doelstelling het ontwikkelen van een gezond kernwinkelgebied voor Oosterhout. Het programma bestaat daarbij uit drie onderdelen:

1. een programma met een 15-tal projecten (o.a. training gastvrijheid en dienstbaarheid, stedelijke herverkaveling, opzetten website, groene aankleding, dynamische informatiezuil, evenementen, vernieuwing parkeerbeleid, openingstijden);
2. een visie op centrummanagement;
3. een concreet citymarketing plan.

### Economische Agenda 2016-2021

De hoofddoelstelling van de Economische Agenda 2016-2021 is het behouden en waar mogelijk versterken van de economische positie van de gemeente Oosterhout. Ten aanzien van detailhandel en de binnenstad is dit als volgt vertaald:

*“Oosterhout wil in 2021 een aantrekkelijke familiestad zijn waar het goed wonen, werken en recreëren is. Op basis van het veranderde consumentengedrag zal onze toekomstige binnenstad er anders uitzien; het centrum zal op basis van een overaanbod van winkelmeters een compacter karakter hebben en daarbij transformeren van een winkelgebied pur sang tot een belevingscentrum, waarbinnen – naast winkels – plaats is voor (meer) evenementen, cultuur en ambachten. Meer dan ooit zal de consument verleid moeten worden; het plezier van ‘offline’ winkelen en beleven zal sterk benadrukt moeten worden.”*

### Structuurvisie, 2013

De structuurvisie voor de gemeente Oosterhout zet in op de volgende vijf pijlers:

1. vasthouden kwaliteitsniveau;
2. familiestad: versterken netwerken van voorzieningen;
3. meer oriëntatie op het water;
4. behoud en versterking werkgelegenheid;
5. op langere termijn: sprong over de A27.

In relatie tot de detailhandelsstructuur heeft Oosterhout een hoog voorzieningenniveau, wat passend is bij het profiel van de stad (familiestad). Ingezet wordt op het vasthouden en zo mogelijk versterken van dit voorzieningenniveau.

Het centrum van Oosterhout heeft wat betreft detailhandel een regionale functie. Ondanks dat onderzoek heeft uitgewezen dat er ruimte voor uitbreiding is in het centrum, wordt vastgehouden aan het beleid gericht op het compact en overzichtelijk houden van het winkelgebied. In de aanloopstraten is geen structurele uitbreiding mogelijk. Verder wordt in het centrum ingezet op de realisering van nieuwe cultuuraccommodaties, met daarop aansluitend woningbouw en herstructurering van de parkeervoorzieningen. Het stadshart wordt verbeterd op basis van het actieplan, waarbij wordt ingezet op herinrichting, functionele versterkingen en strategische nieuwbouw. De stadsentrees, het parkeren, de fietsvoorzieningen, het openbaar vervoer en de versterking van detailhandel, horeca en overige voorzieningen krijgen daarbij bijzondere aandacht.

Voor de wijkwinkelcentra en perifere detailhandel wordt bestaand beleid voortgezet. Voor het goed kunnen blijven functioneren van het winkelcentrum is het van groot belang de bereikbaarheid en de parkeergelegenheid optimaal te houden.

### **Woonvisie**

In het coalitieakkoord 2014 – 2018 is aangegeven dat de Woonvisie wordt geactualiseerd. De aanleiding hiervoor is dat zich op het gebied van het wonen en aangrenzende beleidsvelden sinds 2011 vele veranderingen hebben voorgedaan die hun weerslag hebben op het wonen, waaronder:

- Gewijzigde Woningwet op 1 juli 2015
- Wet maatschappelijke ondersteuning (Wmo)

De gemeenteraad heeft de Woonvisie medio 2016 vastgesteld, waarbij tevens aandacht is voor de rol van Oosterhout binnen de regionale ontwikkelingen. De volgende hoofdthema's zijn door de gemeenteraad en de externe partners van belang geacht voor het woonbeleid in Oosterhout:

- *Betaalbaarheid*: Het is de wens om mensen met een laag of middeninkomen een goed perspectief op de woningmarkt bieden. Belangrijk hierbij is dat de woningvoorraad aansluit op wensen en mogelijkheden van de bewoners, zowel nu als in de toekomst.
- *Het sociaal domein*: Vanaf 2015 is de langdurige zorg ingrijpend hervormd. Doel is om mensen zo lang mogelijk zelfstandig thuis te laten wonen. De scheiding van wonen en zorg heeft directe gevolgen voor de bestaande woningvoorraad maar ook voor nieuw te

bouwen woningen. Deze woningen moeten door aanpassingen kwalitatief geschikt te maken zijn voor het (langer) zelfstandig bewonen.

### **Stilstaan in de toekomst/Parkeren**

Het gemeentelijk parkeerbeleid is vastgelegd in de nota 'Stilstaan in de toekomst, Parkeerbeleid op de middellange termijn (2020)'. Deze nota is in december 2009 door de gemeenteraad vastgesteld en in 2013 heeft een tussentijdse evaluatie plaatsgevonden. Met het parkeerbeleid worden doelen nagestreefd op het gebied van leefbaarheid, het economische functioneren van de binnenstad en bereikbaarheid. In de nota zijn parkeernormen opgenomen waaraan bij de ontwikkeling van nieuwe functies dient te worden voldaan.

Voor wat betreft het centrum van Oosterhout zijn de volgende doelstellingen opgenomen:

- Verbeteren van de ruimtelijke kwaliteit door het parkeren zoveel mogelijk in parkeergarages te faciliteren.
- Uitbreiding van de parkeercapaciteit is niet noodzakelijk. Wel is het wenselijk om de bestaande parkeercapaciteit beter te benutten. Dit kan door de implementatie van een dynamisch parkeerverwijssysteem waarmee bezoekers van de binnenstad beter kunnen worden geïnformeerd over vrije parkeerplaatsen.
- Parkeertarieven en vergunninghoudersplaatsen aanpassen, zodat er een gelijkmatige spreiding komt van de parkeerdruk in het centrum.
- Streven naar kostenneutraliteit.
- Uitgangspunt hierbij is dat het parkeren zoveel mogelijk op eigen terrein, bij voorkeur inpandig, wordt opgelost.



### **Beleidsnota Cultuurhistorie, Monumenten en Archeologie / Erfgoedkaart**

In de beleidsnota Cultuurhistorie, Monumenten en Archeologie, welke op 20 januari 2009 is vastgesteld, is het gemeentelijk beleid voor de periode 2008 – 2018 op het gebied van cultuurhistorie vastgelegd. Het doel van de beleidsnota is het betrekken van cultuurhistorie bij planvorming, zodat archeologische vindplaatsen en cultuurhistorisch waardevolle structuren niet langer verloren gaan. Centraal in de beleidsnota staat, in lijn met de Nota Belvedere, de opvatting dat bescherming van cultuurhistorisch erfgoed en dynamiek in de ruimtelijke inrichting prima samen kunnen gaan ('behoud door ontwikkeling'). De nota geeft daarnaast een eerste aanzet om te komen tot een gemeentelijk archeologiebeleid.

Om de aanwezige cultuurhistorische waarden (monumentale gebouwen, archeologische terreinen, cultuurhistorische landschapselementen en historische stedenbouwkundige structuren en infrastructuur) in beeld te brengen, is een gemeentelijke erfgoedkaart vervaardigd, die met name een signalerende functie heeft. Op de Erfgoedkaart is voor het gehele centrum een hoge archeologische waarde opgenomen.

### **Mobiliteitsplan**

In het Mobiliteitsplan 2007-2015 is de gemeentelijke visie op mobiliteit en infrastructuur voor de middellange termijn vastgelegd. In het Mobiliteitsplan wordt aandacht besteed aan alle vervoersmodaliteiten: de auto, het openbaar vervoer, de fiets en het (goederen)transport. Uitgangspunt is dat goede bereikbaarheid hand in hand moet gaan met bescherming van de kwaliteit van de leefomgeving (verkeersveiligheid,

geluidoverlast, luchtkwaliteit). De kern van het Mobiliteitsplan wordt gevormd door een indeling van het Oosterhoutse wegennet in verkeersgebieden en verblijfsgebieden. De inrichting van de verschillende wegen zal aansluiten bij de status als verkeers- of verblijfsgebied, op basis van Duurzaam Veilig. De verkeersgebieden vervullen een belangrijke rol in het bereikbaar houden van de woon- en werkgebieden in Oosterhout en de regio en vormen verbindingen tussen de woon-, werk- en voorzieningengebieden onderling. Alle straten die geen onderdeel uitmaken van het verkeersgebied hebben een status als verblijfsgebied. Er wordt naar gestreefd om doorgaand verkeer door Oosterhout zoveel mogelijk te weren. Op een aantal wegen zijn hiervoor aanvullende maatregelen nodig. Over het algemeen geldt dat het wegennet voldoende capaciteit heeft om het verkeer te verwerken.

Voor fietsverkeer is in het Mobiliteitsplan een fietsnetwerk vastgelegd, dat bestaat uit primaire, secundaire en recreatieve routes. De schaal van Oosterhout biedt veel kansen voor de fiets. Het fietsnetwerk wordt zoveel mogelijk gescheiden van het netwerk voor de auto. Voor het openbaar vervoer worden drie vormen onderscheiden: hoogwaardig openbaar vervoer, regulier openbaar vervoer en fijnmazig openbaar vervoer.

Voor het centrum geldt dat het doorkruisen van het centrum voor autoverkeer niet wenselijk is en zoveel mogelijk voorkomen moet worden. Voor wat betreft fietsverbindingen wordt ingezet op herkenbare en uniforme fietsroutes door het centrum.

### **Terrassenbeleid**

Het doel van het terrassenbeleid is de kwaliteit en de veiligheid van de leefomgeving te bevorderen en helderheid te geven in beleid, uitvoering en handhaving, hetgeen de rechtszekerheid bevordert en daarmee de juridische risico's doet afnemen. Belangrijke uitgangspunten van het beleid zijn:

- De terrassen zijn een visitekaartje voor de gemeente Oosterhout, en vandaar dat het van belang is dat deze plaatsen er netjes en verzorgd uitzien.
- Vergunningen voor terrassen gelden het gehele jaar, waardoor er ook mogelijkheden zijn voor een winterterras.
- Daarnaast moet worden voorkomen dat de terrassen een bron van overlast, gevaar en hinder vormen voor de omgeving.
- Tenslotte dient de (verkeers-)veiligheid gewaarborgd te zijn, en mogen de terrassen geen onoverkomelijke obstakels vormen voor met name de mindervaliden.

### **Beleid Standplaatsen**

Standplaatsen kunnen in een gemeente bijdragen aan de levendigheid en aantrekkelijkheid van de openbare ruimte en het voorzieningenaanbod voor de consument verrijken. Om deze positieve effecten van standplaatsen optimaal te kunnen benutten is het van belang om uitgangspunten te formuleren met betrekking tot het innemen van standplaatsen. De doelstelling van dit standplaatsenbeleid is duidelijkheid te verschaffen over de eisen aan standplaatslocaties binnen de gemeente Oosterhout, de toetsing van vergunningaanvragen en de voorschriften die bij het innemen van een standplaats in acht moeten worden genomen.

De Markt vormt een bijzondere locatie in de Oosterhoutse binnenstad. Enerzijds willen we in het kader van een bruisende en aantrekkelijke binnenstad zoveel mogelijk activiteit op de Markt. Anderzijds willen we de eenheid tussen de ruimtelijke en de sfeerbepalende groene elementen borgen, de oorspronkelijke driehoeksvorm met een beeldbepalende rol voor de Basiliek St. Jan versterken en het uiterlijk van de Markt beschermen. In het standplaatsenbeleid zijn aanvullende richtlijnen opgenomen voor het aantal, type en plaatsing van de standplaatsen op de Markt.

### **Bibob-beleid**

In 2015 is in Oosterhout het Bibob-beleid algemeen (horeca, bouwen, subsidies en evenementen) vastgesteld. De doelstelling van dit beleid is de gemeente Oosterhout Bibob proof maken, waarmee de integriteit van het openbaar bestuur wordt verhoogd en beschermd.

### **Evenementen**

Evenementen zijn om twee redenen belangrijk voor de gemeente Oosterhout. In de eerste plaats omdat ze bijdragen aan de sociale samenhang binnen onze gemeenschap. Daarnaast vormt een rijk evenementenaanbod onderdeel van het gevarieerde voorzieningenniveau waarmee Oosterhout zich onderscheidt ten opzichte van vergelijkbare gemeenten. Het verhoogt de aantrekkelijkheid van Oosterhout als woon- en werkstad en draagt bij aan een dynamisch imago.

Doelstellingen van het beleid zijn onder andere:

- Sturen op nieuwe verfrissende en innovatieve ontwikkelingen op het gebied van het evenementenaanbod.



- Opstellen van subsidieregels om het divers en gevarieerd evenementenprogramma voor Oosterhout te behouden en waar mogelijk te versterken.
- Spreiding van evenementen over verschillende locaties om te grote belasting van bepaalde delen van de stad te voorkomen.
- Bundelen van krachten: De gemeente gaat minimaal één bijeenkomst per jaar organiseren waaruit een netwerk ontwikkeld kan worden voor een verfrissend en innovatief evenementenaanbod dat het imago van Oosterhout Familiestad versterkt.
- Aandacht voor de verdere vereenvoudiging en gebruiksvriendelijkheid van de vergunningaanvraag.