Vitaal Hart van de Stad met sterke Toegangspoorten



Centrumplan

1 Inleiding ... 3

1.1 Aanleiding ... 3
1.2 Inhoud ... 3
1.1 Resultaat ... 5
1.2 Leeswijzer ... 6

2 Feiten en Cijfers & Trends en ontwikkelingen ... 7

2.1 Steenbergen in de regio ... 7
2.2 Feiten en Cijfers ... 8
2.3 Trends & ontwikkelingen ... 10

3 Vitaal Hart van de Stad met sterke Toegangspoorten ... 11

3.1 Inleiding ... 11
3.2 Vitaal Hart van de Stad ... 11
3.3 Waterpoort ... 12
3.4 Vestingpoort ... 13
3.5 Cultuurpoort ... 14

4 Uitvoeringsprogramma centrumplan ... 15

4.1 Werkgroep 1: Behouden en versterken aanbod ... 15
4.2 Werkgroep 2: Bereikbaarheid & Parkeren ... 18
4.3 Werkgroep 3: Beleving, sfeer en gezelligheid ... 22
4.4 Werkgroep 4: Positionering, marketing en promotie ... 25
4.5 Werkgroep 5: Samenwerking 2.0 ... 29
4.6 Overzicht kosten en dekking uitvoeringsprogramma centrumplan ... 32

4.6.1 Kosten en dekking uitvoeringsprogramma Centrumplan ... 32
4.6.2 Inhoudelijke en financiële uitgangspunten ... 33
4.6.3 Conclusies kosten en dekking ... 35

1 INLEIDING

1.1 Aanleiding

Het voorliggende centrumplan 'Vitaal Hart van de Stad met sterke Toegangspoorten'[1] is integraal en in samenspraak met ondernemers, inwoners en gemeente ontwikkeld. Dit proces vormt daarmee al een belangrijk resultaat, waarin de samenwerking is verbeterd, vertrouwen is gegroeid en het nu tijd is om krachtig met elkaar door te pakken in de uitvoering.

Aanleiding voor het centrumplan is dat de huidige economische vitaliteit van het winkelhart onder druk staat, hetgeen betekent dat niets doen geen optie meer is. Diverse trends en ontwikkelingen vragen bovendien om investeringen in voldoende toekomstbestendigheid van het winkelhart. Zo is de koopkrachtbinding in zijn algemeenheid afgenomen en stelt de moderne consument steeds meer eisen aan een centrum om boodschappen te doen, te winkelen en te recreëren. Steenbergen bevindt zich meer dan ooit in een competitief krachtenveld, waarin vanuit samenwerking verder gebouwd dient te worden aan het winkelhart van de toekomst.

Met de vaststelling van de economische toekomstvisie 'Samen doorbouwen op het economisch fundament' van de gemeente Steenbergen is daarmee aan de hand van het programmaonderdeel 10 'Koers detailhandel' opdracht gegeven een (winkel)centrumplan op te stellen voor de kern Steenbergen. De winkeliersvereniging Retail Platform Steenbergen heeft bovendien zelfstandig initiatief genomen voor een concreet actieplan; Hart voor de Stad. Dit document vormt dan ook een belangrijke basis van het voorliggende centrumplan.

In het rapport 'Hart voor de Stad' zijn onder begeleiding van InRetail keuzes en acties gepresenteerd gericht op het behoud en versterken van de vitaliteit van het centrum van Steenbergen gericht op boodschappen doen, winkelen en recreëren en verblijven. In werkgroepen zijn de voorgestelde acties nader geconcretiseerd en van een planning en begroting voorzien. In het proces hebben ondernemers, gemeente, horeca, bewoners, winkeliers nauw samengewerkt.

In het centrumplan wordt daarmee met de afweging van belangen van gemeente, inwoners (stadsraad) en ondernemers een integrale visie en uitvoeringsprogramma gepresenteerd voor het centrum van Steenbergen. Met nadruk kan het resultaat van het proces van het centrumplan dan ook getypeerd worden als een product van de gemeenschap.

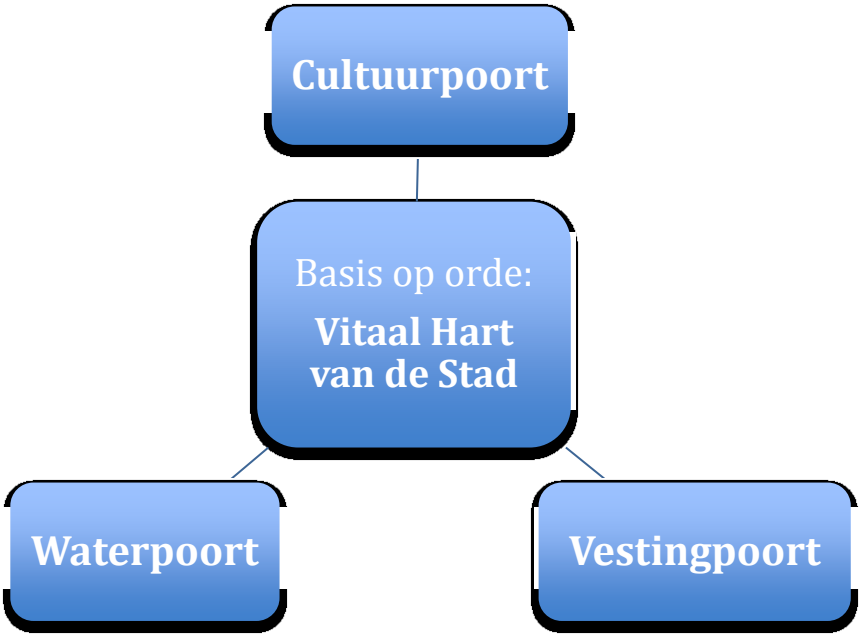
1.2 Inhoud

Het centrumplan onder de noemer 'Vitaal Hart van de Stad met sterke Toegangspoorten' verwijst aan de ene kant naar het proces en het uitvoeringsprogramma wat onder regie van het Retailplatform Steenbergen ontwikkeld is. De inzet daarbij was primair gericht op het behouden en versterken van het winkelaanbod in het centrum van Steenbergen.

Voor het centrumplan van de kern Steenbergen was ook behoefte aan een verbindende en overkoepelende visie die het centrum een "plus" kan geven. In deze visie staat de vitaliteit van het centrum met als hoofdfunctie "winkelen" niet op zich zelf. Er is gekeken naar de toegangspoorten naar Steenbergen met steeds de vraag "waarvoor komen bezoekers en recreanten naar Steenbergen en hoe bieden we met het centrum een "plus" zodat deze

[1] In het centrumplan worden de termen Hart van de Stad verwijzend naar het winkelhart/centrum en Hart voor de Stad las werktitel van het proces en rapport Hart voor de Stad door elkaar gebruikt.

bezoekers blijven". De visie in het centrumplan verbindt het winkelhart van Steenbergen met de thema's water, vestingverleden en cultuur/evenementen door het geheel te presenteren als drie (denkbeeldige) poorten; Waterpoort, Cultuurpoort en Vestingpoort die leiden naar het "hart" van Steenbergen. Overtuiging daarbij is dat door te investeren in de drie (denkbeeldige) sterke toegangspoorten de toekomstbestendigheid van het centrum (nog veel) beter gewaarborgd kan worden.



- Waterpoort verwijst daarbij naar de haven, de band met het water, de relatie tussen centrum en haven (StadHaven); aldus een verdere inzet op de kansen van waterrecreatie.
- Cultuurpoort verwijst daarbij naar de waarde en ontwikkeling van evenementen- en cultuur(locaties) in het centrum van Steenbergen.
- Vestingpoort verwijst daarbij tot slot naar de uitwerking van Expeditie Nassau gericht op een zichtbaar te maken vestingverleden in het Hart van de Stad met nieuwe economische functies.

In het uitvoeringsprogramma staan primair investeringen in het Hart van de Stad centraal. De drie Poorten vormen een bron van nieuwe bezoekers en recreanten, nieuwe product-marktcombinaties, nieuwe evenementen en activiteiten, en meer samenwerking in de kern Steenbergen. Door het (verder) ontwikkelen van deze sterke toegangspoorten kunnen bestaande en nieuwe bezoekers (nog meer) gebonden en verbonden worden aan het centrum van Steenbergen, hetgeen een stevige(re) basis biedt voor de vitaliteit van het Hart van de Stad. Door deze integrale aanvliegroute wordt bovendien de samenwerking tussen inwoners, gemeente, horeca, retail, zorg, zakelijke dienstverlening, toeristische en culturele organisaties en andere stakeholders in het centrum geïntensiveerd.

1.1 Resultaat

Het proces heeft nu al aantoonbare resultaten opgeleverd, waar alle partijen trots op zijn en die de basis vormen om in gezamenlijkheid door te pakken met de uitvoering.

Gemeente, RPS en andere stakeholders zijn nu al trots op het resultaat:

- **Veel energie en enthousiasme bij alle werkgroepleden.**
- **Gevarieerde betrokkenheid van inwoners, ondernemers en gemeente.**
- **Netwerken zijn samengekomen en verbonden.**
- **Er is wederzijds begrip en vertrouwen opgebouwd.**
- **De visie en het uitvoeringsprogramma worden breed gedragen**
- **Er is gedeeld eigenaarschap voor de uitvoering.**

Het voorliggende Centrumplan van de kern Steenbergen bevat een visie die is gericht op minimaal 2020 en is vertaald in een concreet uitvoeringsprogramma voor de periode 2018-2020. Met de voorbereiding van de uitvoering is in 2017 al gestart. De uitvoering en verdere uitwerking van de actiepunten zal daarbij onverminderd voort gaan. Vijf thema's staan hierbij centraal in het uitvoeringsprogramma.

1. Behouden en versterken aanbod
2. Bereikbaarheid en parkeren
3. Beleving, sfeer en gezelligheid
4. Positionering, marketing en promotie
5. Samenwerking 2.0

Het uitvoeringsprogramma bestaat uit 12 actiepunten. De financiële paragraaf is uitgewerkt in paragraaf 4.6. Ondanks dat de financiële verantwoordelijkheid per actiepunt wisselend is - meer bij de gemeente, de ondernemers of bij beiden - bestaat er een gezamenlijke verantwoordelijkheid voor de uitvoering. Dit komt vooral samen in het stevig inzetten op een centrummanagementorganisatie.

De uitvoering van de ontwikkeling en versterking van de toegangspoorten Waterpoort, Cultuurpoort en Vestingpoort is als zodanig niet apart in het centrumplan uitgewerkt. Aangezien deze poorten (denkbeeldig) in het centrum uitkomen, is een vitaal Hart van de Stad van belang om winkelen en verblijven te stimuleren.

Om de samenhang te versterken en zorg te dragen voor een integrale en krachtige ontwikkeling van het Hart van de Stad is het advies om:

- Vanuit de gemeentelijke organisatie een contactpersoon aan te wijzen als accountmanager Hart van de Stad, die zorg draagt voor de interne ambtelijke en bestuurlijke afstemming van het uitvoeringsprogramma en de verbinding met de acties, die voortvloeien uit de doorontwikkeling van de drie denkbeeldige Poorten (conform actiepunt 11)
- Een periodiek overleg in te stellen, waarin de voortgang van het centrumplan mede i.r.t. alle ontwikkelingen en kansen wordt besproken (conform actiepunt 11).
- Capaciteit, kennis en kunde zowel vanuit ondernemers en gemeente ter beschikking gesteld wordt om in samenhang te werken aan de uitvoering. Een belangrijk vertrekpunt is daarbij het gezamenlijk investeren in een centrummanagementorganisatie (conform actiepunt 12).

Deze focus op intensivering van de samenwerking is cruciaal om de overige meer inhoudelijke actiepunten structureel tot uitvoering te brengen.

1.2 Leeswijzer

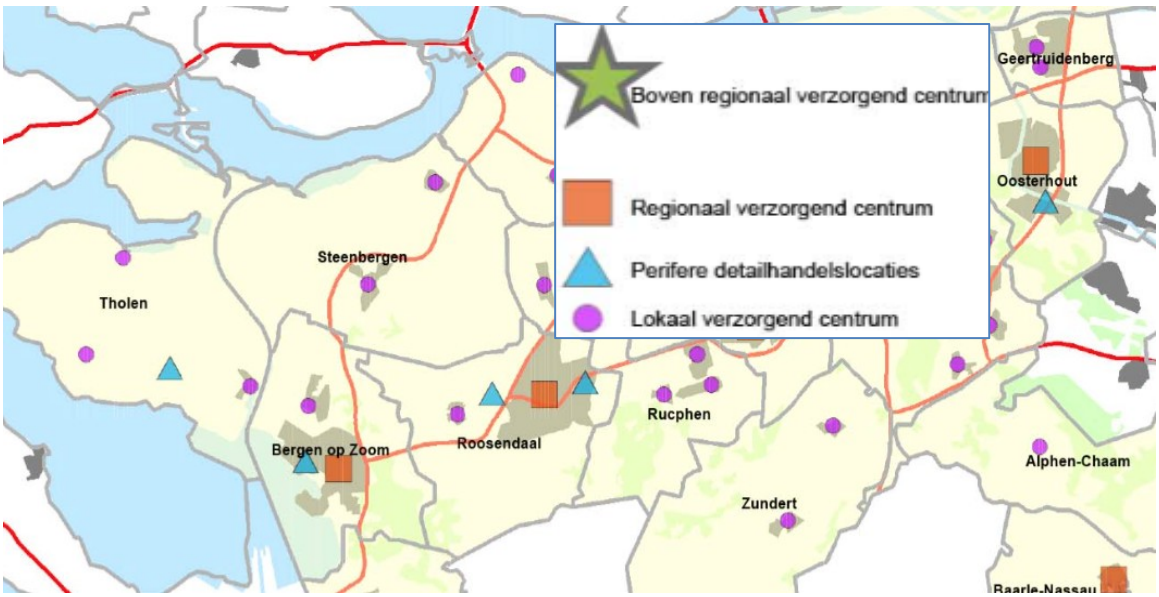
In hoofdstuk 2 is een beknopt overzicht gegeven van actuele feiten en cijfers en trends en ontwikkelingen op basis van het door RPS opgestelde actieplan Hart voor de Stad. In hoofdstuk 3 is een compacte visie gepresenteerd voor het Hart van de Stad, waarbij de drie denkbeeldige toekomstpoorten kunnen zorgen voor extra bezoekers, nieuwe kansen en verbindingen. In hoofdstuk 4 is tot slot het uitvoeringsprogramma weergegeven. In paragraaf 1 tot en met 5 zijn voor de vijf thema's de actiepunten uitgewerkt weergegeven. In paragraaf 4.6 is een samenvatting gegeven van de financiële consequenties in termen van kosten en financiering van de uitvoering.

2 FEITEN EN CIJFERS & TRENDS EN ONTWIKKELINGEN

2.1 Steenbergen in de regio

Uitgangspunten van het **regionaal detailhandelsbeleid**[2] voor de gemeente Steenbergen:

- De kern Steenbergen, maar ook Dinteloord zijn lokaal verzorgende centra binnen de regionale detailhandelsstructuur; lokaal-verzorgend heeft daarbij betrekking op centra met 10-100 winkels.



- Een verdere kwalitatieve en kwantitatieve groei van met name de (boven)regionaal verzorgende centra is gewenst, maar mag echter niet ten koste gaan van elkaars ontwikkelingsmogelijkheden of die van de perspectiefrijke lokaal-verzorgende centra in de regio. De ontwikkelingen in deze winkelcentra én in de lokaal verzorgende centra moeten passen bij de beoogde verzorgingsfunctie en positionering in de regionale structuur.
- Perifere detailhandelslocaties zijn alle locaties buiten en niet aansluitend aan de bestaande reguliere winkelcentra. Vanouds mogen zich enkele branches/soorten winkels vanwege de aard en omvang van de gevoerde artikelen zich perifeer vestigen, zoals detailhandel in auto's, motoren en caravans, bouwmarkten, tuincentra, keuken- en sanitair zaken en woninginrichtingszaken (incl. meubelen). Dergelijke winkels zijn voornamelijk op bedrijventerreinen gevestigd. Dit geldt ook voor de gemeente Steenbergen.

[2] Regio West Brabant (2014), Detailhandelsvisie West-Brabant 2014 - 2020, Naar een meer intensieve regionale samenwerking, door: BRO

2.2 Feiten en Cijfers

Vitaliteit staat onder druk

Aanleiding voor het voorliggende Centrumplan, zo ook voor het proces van het Hart voor de Stad, is dat de vitaliteit van het centrum van Steenbergen onder druk staat. Huidige leegstand en een afnemend aantal winkels/voorzieningen in het centrum, concurrentie met omliggende winkelvoorzieningen, in combinatie met een kritische, mobiele en eveneens digitaal georiënteerde consument stellen het winkelhart voor grote uitdagingen. Een typerend gegeven hierin zijn de afgenomen koopkrachtbinding van eigen inwoners en de fors afgenomen koopkrachttoevloeiing van buiten gemeente, zoals weergegeven in onderstaande figuur[3]. Dit geldt zowel voor de dagelijkse als niet dagelijkse sector (bron: Rabobank).

		2009	2014	index	verschil
dagelijks	binding	83%	74%	89	-11%
	toevloeiing	39%	18%	**46**	**-54%**
niet-dagelijks	binding	59%	45%	76	-24%
	toevloeiing	36%	27%	75	-25%
totaal	binding	71%	59%	83	-17%
	toevloeiing	38%	22%	**58**	**-42%**

In opdracht van de gemeente Steenbergen is daarnaast door Quotus Research een bezoekersonderzoek uitgevoerd in September 2016 onder 400 consumenten. Het doel was inzicht te verkrijgen in de bezoekmotieven: aard, herkomst en wensen van de bezoekers bij boodschappen doen (bij supers en versspeciaalzaken) en winkelen. Naast de bezoekers van Steenbergen en Dinteloord zijn ook de bezoekersstromen van en naar de kernen Tholen, Fijnaart, Halsteren en Sint Philipsland in kaart gebracht en de omliggende grotere steden.

Eigen kern	Steenbergen	Dinteloord	Overige kernen
Boodschappen supers	92%	62%.	Tholen en Halsteren minder vaak of niet meer in Steenbergen
Boodschappen versspeciaalzaken	64%	53%.	
Winkelen	34%	28%	Bezoek Steenbergen: St. Philipsland (52%), Dinteloord (7%), Halsteren (6%), Tholen (4%), Fijnaart nihil.

[3] Afbeeldingen in dit hoofdstuk zijn ontleend aan het rapport 'Hart voor de Stad'.

Hoewel deze cijfers niet 1-op-1 vergelijkbaar zijn met de koopstroomgegevens van de Rabobank, komt de binding van bewoners van Steenbergen in de dagelijkse sector (boodschappen doen) aan de eigen kern aardig overeen. De binding en toevloeiing in de niet-dagelijkse sector (winkelen) vallen fors lager uit. Dit bevestigt een beeld van de sterke boodschappenfunctie en tegelijk verminderd belang en positie van de kern Steenbergen als winkelbestemming.

Uit het onderzoek blijkt dat de oriëntatie vanuit het eiland Tholen niet de bezoekers vanuit de kern Tholen zelf betreft ('voldoende eigen aanbod en attractief centrum') maar Sint Philipsland. Men winkelt vanuit de meeste omliggende kernen meer in Steenbergen dan in hun eigen kern of de andere kernen omdat Steenbergen een uitgebreider winkelaanbod en meer variatie biedt. Dit is echter relatief: zo'n 70% van de respondenten winkelt in omliggende steden (Bergen op Zoom, Roosendaal, Breda of Rotterdam) of online.

De inwoners van Steenbergen winkelen gemiddeld 1-2 keer per maand in de eigen woonplaats. De bezoekfrequentie aan de kern Steenbergen is ten opzichte van voorgaande jaren met 17,4% afgenomen (vergelijk: Dinteloord 'slechts' -1,4%). Vanuit Tholen gaat men vaker naar Dinteloord (+33%) vooral in verband met de Action. De genoemde redenen waarom men minder vaak in Steenbergen winkelt zijn afname van het aanbod, achteruitgang kwaliteit winkels, leegstand, slechte bereikbaarheid en verminderde sfeer/gezelligheid.

Waar moet Steenbergen aan werken om bezoekers 'terug te winnen' en langer te laten blijven?

Kracht	Uitdaging
Sfeer (neemt wel af)	Goedkopere winkels
Compactheid	Diversiteit en verrassend aanbod
Gratis parkeren	Betere marketing en promotie
Evenementen	Moderner aanbod en uitstraling
Complete supermarktaanbod	Netheid (hondenpoep, sigaretten, zwerfvuil)

Het centrumplan dient dan ook vanuit een krachtige samenwerking te leiden tot concrete acties en projecten, die oplossingen bieden voor de huidige kwetsbaarheid en perspectief aanreiken voor nieuwe dynamiek in het winkelhart. Het proces van het Hart voor de Stad heeft daarmee de acties aangedragen, die uitgevoerd dienen te worden en waarbij een belangrijk deel is meegenomen in het centrumplan.

2.3 Trends & ontwikkelingen

De belangrijkste trends & ontwikkelingen zoals verwoord in het rapport Hart voor de Stad zijn:

- Consumenten zijn beter geïnformeerd. Daarmee is de servicevraag van de consument aan het winkelpersoneel hoger. Internet speelt hierin een belangrijke rol. Via internet is de consument niet alleen in staat tot kopen, maar ook tot informeren en onderling vergelijken. Juist in de combinatie van de fysieke winkel en internet liggen groeikansen voor winkeliers.
- De vergrijzing speelt niet alleen een rol in de vorm van een groeiende groep ouderen onder de bevolking (lagere en andere bestedingen in vooral de niet-dagelijkse sector), maar ook onder de middenstand de komende jaren. Vinden de oudere ondernemers een opvolger? En zo niet, wat gebeurt er met hun leegkomende panden?
- Belangrijk is dat de consumenten bediend willen worden met comfort, kwaliteit en beleving. Daarbij bepalen evenementen mede de aantrekkelijkheid van een centrum. Om dit te bereiken zullen gemeente, ondernemers en organisatoren van evenementen, waaronder horeca, dienen samen te werken. Het centrum kan aantrekkelijker en bekender worden voor (dag)toeristen door het organiseren en faciliteren van bijzondere (streek)gebonden evenementen.
- Het centrum als recreatief verblijfsgebied. Het belang en de omvang van de detailhandel in de centra wordt vaak onderschat. Ook voor het toerisme is het van groot belang. Het aanbod van de diverse functies (de aanbodmix) en vooral de sfeer van een centrum is bepalend bij de keuze waar men naar toe gaat. De combinatie van detailhandel, het complete aanbod en het unieke eigen karakter, de ondersteunende horeca en de aanwezige culturele elementen in een centrum bepalen de kwaliteit van een centrum en daarmee de toekomstbestendigheid. Ook de kwaliteit van de openbare ruimte dient minimaal op orde te zijn en aan te sluiten bij de lokale gewenste beleving.
- Afname van aantal winkelmeters. Als gevolg van het toenemende belang van internetbestedingen en uitvallen van ondernemers die geen opvolging hebben, wordt geschat dat landelijk 20-35% van het huidige fysieke aantal vierkante meters verdwijnt. De ontwikkeling onder en terugtrekkende beweging van ketens in de niet-dagelijkse sector (vooral modisch, schoenen, media en sport) door overstap naar internet zal ook zijn weerslag hebben op Steenbergen-centrum. Er zijn kansen voor speciaalzaken, starters en voorzieningen, die inspelen op toerisme en recreatie. Focus van kwantiteit schuift daarmee naar kwaliteit van het bestaande aanbod.
- Voor een behoud van de positie van een centrum zijn een goede bereikbaarheid en parkeren belangrijk. Naast betaalbaar parkeren zijn zaken als zonering, betalen achteraf, het gebruik van parkeerapps of parkeerpassen middelen om het de consument gemakkelijk te maken. Voor Steenbergen is en blijft vooral parkeren dichtbij de winkels en andere voorzieningen belangrijk.
- Regelgeving werkt soms belemmerend om de noodzakelijke dynamiek te faciliteren. Het combineren van functies en flexibel in kunnen spelen op marktvragen is daarbij van essentieel belang. Een gezond evenwicht tussen regelgeving en dienstverlening kan leiden tot ontwikkelingsruimte voor innovatie en creativiteit. Winkels willen op plekken zitten, waar nu eenmaal klanten aanwezig zijn. Daarnaast zijn winkelconcepten steeds vaker combinaties van winkelen, horeca, cultuur en productie.
- Samenwerking tussen stakeholders op onderdelen of naar aanleiding van concrete vraagstukken via ‘wisselende allianties’ wordt steeds belangrijker. Ook gezien toenemende concurrentie tussen centra. Zeker voor relatief kleinere centra is stevige samenwerking noodzakelijk.

3 VITAAL HART VAN DE STAD MET STERKE TOEGANGSPOORTEN

3.1 Inleiding

De Visie voor het Hart van de Stad is gericht op minimaal 2020; het biedt een perspectief voor het handelen van overheid en markt en onderlinge samenwerking. Investeren in het Hart van de Stad vormt de basis voor een toekomstbestendige koers. De stellige overtuiging is daarbij dat de vitaliteit van het centrum, met als hoofdfunctie winkelen, niet op zich zelf staat. Door te investeren in de ontwikkeling van drie (denkbeeldige) sterke toegangspoorten, kan de toekomstbestendigheid van het centrum (nog veel) beter gewaarborgd worden. De drie Poorten vormen een bron van nieuwe bezoekers en recreanten, nieuwe product-marktcombinaties, nieuwe evenementen en activiteiten en meer samenwerking in de kern Steenbergen. Bovendien leiden deze combinaties tot een grotere vorm van betrokkenheid en verbondenheid bij de verschillende gebruikersgroepen, waaronder bezoekers, bewoners, ondernemers, pandeigenaren, winkelpersoneel, gemeente etc.

3.2 Vitaal Hart van de Stad

In 2020 heeft Steenbergen haar centrumfunctie behouden en versterkt, die bovendien past binnen de regionale detailhandelsstructuur. Het centrum van Steenbergen is daarbij ontwikkeld van een traditioneel winkelhart, naar een multifunctioneel verblijfscentrum. Door de combinatie van boodschappen doen, winkelen, horeca, recreatieve functies, zorg en dienstverlening ontstaat een veelkleurig centrum, waar meerdere bezoekmotieven vanuit inwoners, consumenten en toeristen samengekomen zijn en elkaar blijven versterken. Onder regie van de Ondernemersvereniging centrum Steenbergen zijn winkeliers, horeca, vastgoedeigenaren, het evenementenplatform en andere gebruikersgroepen vanzelfsprekend verenigd onder een vlag. Er is frequente afstemming tussen bewoners en ondernemers.

Het Assenkruis (Kaaistraat, Markt, Grote Kerkstraat en Blauwstraat), als kernwinkelgebied van Steenbergen, heeft een compactere ruimtelijke uitstraling gekregen door een meer aaneensluitend front van commerciële, maar ook maatschappelijke voorzieningen. Het Assenkruis vormt een prettig multifunctioneel verblijfsgebied, waar gratis parkeren van toepassing is gebleven en het ‘stop en shop’ vervangen is door een ‘stay en play‘ principe. Het centrum is daardoor meer uitnodigend voor (langer) bezoek en verblijven, de voetganger krijgt meer ruimte en de auto is meer te gast. Door een herijking van de verkeerscirculatie en voldoende parkeervoorzieningen voor zowel auto’s als fietsers, aangrenzend aan en op loopafstand van het kernwinkelgebied, is de bereikbaarheid van het centrum gewaarborgd en vinden klanten de juiste plek voor hun bezoek. Het eenrichtingsverkeer door en de rondweg om het kernwinkelgebied is daarmee aangepast om langer verblijf te stimuleren. Ook voor voetgangers is het uitnodigend aanwezig te zijn in het kenwinkelgebied; de toegankelijkheid is bovendien verbeterd.

Het detailhandelsapparaat kenmerkt zich in 2020 nog steeds door relatief veel kleinschalige winkelvolumes. Voor vestiging van gewenste grotere winkelvolumes (tussen de 500 tot 1500 m^2), niet zijnde perifere detailhandelsvestigingen, wordt in eerste instantie vestiging in het compactere Assenkruis voorgestaan. Als vestiging van grotere volumes echt niet mogelijk is of mogelijk kan worden gemaakt, kan overwogen worden om aanpalend aan het Assenkruis vestiging mogelijk te maken. Uitgangspunt hierbij is dat vestiging buiten het kernwinkelgebied voldoende uitnodigend blijft om het Assenkruis te bezoeken. Ook voor

kleinere volumes werken vastgoedeigenaren samen om zoveel mogelijk compactheid in het kernwinkelgebied na te streven; dit is een voorwaarde voor combinatie- en herhaalbezoek. Aan de randen van het kernwinkelgebied ontstaat hierdoor natuurlijkerwijs ruimte voor (meer) overloop naar de functie wonen. Inzet is gericht geweest het bestaande aanbod te behouden, te herschikken waar mogelijk en selectief nieuw off- en online ondernemerschap aan te trekken, waarmee een aantrekkelijker aanbod ontstaat. Er is hier met name ingespeeld op de behoeften van eigen inwoners, inwoners van het eiland Tholen, recreanten (focus waterrecreatie) en in het bijzonder de groep 55+-ers.

Horecavestigingen zijn voornamelijk aanwezig aan de Markt, de Kade en de Grote en Kleine Kerkstraat. De markt behoudt een belangrijke verblijfsfunctie in het centrum, waar ruimte is voor een divers aanbod aan activiteiten en evenementen. Met name de Kade (haven) manifesteert zich als een ontluikende recreatieve Waterpoort, waar passanten in het midden van de stad aankomen en bezoekers verblijven. Via herkenbare bewegwijzering en uniforme aankleding in het gehele centrum is een natuurlijke verbinding ontstaan met het centrum. Meer ruimte voor horeca aan het water biedt perspectief. Het gebied aanpalend aan het centrum, tussen verpleeghuis De Lindenburgh en de Grote Kerkstraat heeft zich bovendien ontwikkeld tot een compacte Zorgboulevard, waar zorg- en medische voorzieningen zijn geconcentreerd.

Steenbergen centrum kenmerkt zich door aantrekkelijke entrees o.a. de hoofdentree aan de Kaaistraat met adequate en aantrekkende bewegwijzering vanaf de A4. In het centrum is geïnvesteerd in een sfeer verhogende uitstraling o.a. aan de hand van evenementen, meer zit- en verblijfsplekken en een aantrekkelijke groeninvulling. Met meer en kwalitatief groen sluit het Hart van de Stad beter aan, bij het groene dna van de rest van de gemeente. Ook het verbeteren van locaties, die het centrum voorheen ontsierden, heeft hieraan bijgedragen.

In samenwerking is zowel offline als online krachtig gewerkt aan een eenduidige PR van het centrum van Steenbergen. Zowel lokaal, als regionaal o.a. in Brabantse Wal verband zijn de kwaliteiten en bezoekmotieven helder voor het voetlicht gebracht. Samenwerking heeft zich ook vertaald in een sterkere onderlinge gunfactor, nieuwe arrangementen tussen horeca, winkels en andere voorzieningen en heeft bijgedragen aan een verbeterde gastvrijheid naar de klant.

3.3 Waterpoort

Waterpoort is de meest zichtbare en beleefbare toegangspoort van Steenbergen en verwijst naar de haven die land en water verbindt. Door de ligging aan het water, de revitalisering van de jachthaven en het toenemend belang van waterrecreatie is deze poort verder geopend voor bezoekers en recreanten. Hierbij is met name ingespeeld op de vergrijzing en toenemende behoefte aan vrije tijd en luxe. In het gelijknamige Waterpoortgebied (logo), waar sprake is van een geïntensiveerde regionale samenwerking, zijn diverse pondverbindingen gerealiseerd.

Door deze verbindingen kan zowel water als land beter beleefd worden en zijn toeristisch-recreatieve producten en thema's beter regionaal toegankelijk en beleefbaar gemaakt voor een groter publiek. Zo verbindt de gerealiseerde pont tussen Steenbergen en Oudenbosch

(Merijntje Gijzen) o.a. architect Cuypers en ander cultureel en religieus erfgoed. Steenbergen kan door de ligging aan het water zich bovendien goed positioneren als overgangsgebied tussen de toeristische regio (Brabantse) Wal en het Water.

Door de Waterpoortsamenwerking staat het gebied ook als aanlandpunt voor de sterk groeiende riviercruise markt op de kaart. Juist de verbindingen tussen land en water, in het bijzonder het verknopen van toeristische producten op het land, biedt hiervoor het juiste perspectief. Door nieuwe combinaties worden volwaardige tours aangeboden voor dagrecreatief en meerdaags bezoek aan de regio. Regionale thema's als de militaire historie (West Brabantse Waterlinie, Expeditie Nassau), cultureel en religieus erfgoed en natuurbeleving worden daarmee beter uitgedragen en verbonden. Het toenemend bezoek wordt bovendien gecombineerd met bezoek aan (bijzondere) winkels en horeca en heeft daarmee geleid tot afgeleide bestedingen voor de middenstand in het Hart van de Stad.

3.4 Vestingpoort



Vestingpoort verwijst naar de (denkbeeldige) poort die door de Steenbergse gemeenschap geopend is en waarbij actief is ingezet om de militaire historie van de vesting Steenbergen (weer) zichtbaar en aantrekkelijk te presenteren als nieuwe drager voor de gemeente en het Hart van de Stad in het bijzonder. Dit is een proces van lange adem gebleken, om het vestingverleden in de hoofden van de inwoners te krijgen. Het jaar 2022 met het 750 jarig bestaan van Steenbergen zal daarbij een belangrijke mijlpaal vormen. Met de hernieuwde aandacht voor de militaire historie van de Vesting Steenbergen en de profilering van Steenbergen als vestingstad is bovendien ingespeeld op de recreatieve behoefte, die goed aansluit bij de revitalisering van de West Brabantse Waterlinie. De West Brabantse Waterlinie is weer onderdeel van de Zuidwaterlinie. Hierbij is het landschap van forten en vestingen een toenemende aanleiding gebleken voor recreatief bezoek.

De uitwerking van de Expeditie Nassau heeft geleid tot vernieuwing van het toeristisch-recreatief product en daarmee verhoogde aantrekkelijkheid van Steenbergen. Door het vestingverleden o.a. fysiek, in te beleven verhalen en in het onderwijs te borgen, is de verbondenheid van de inwoners met hun historie vergroot en als ambassadeur uitgedragen richting bestaande en nieuwe bezoekers van Vestingstad Steenbergen. Steenbergen heeft zich vooral gepresenteerd als een vestingstad, die zich onderscheidt door een groen decor, met de herontwikkeling van het stadspark, de schootsvelden en de Noordwal. Vooral de herontwikkeling van het stadspark, als oud Ravelijn, is een manier gebleken om het vestingverleden in het groen op korte termijn zichtbaar te maken en met het Hart van de Stad te verbinden.

Het uitgewerkte concept van het 'Vestinghuys' markeert zich als unieke plek in het centrum van Steenbergen, waar de historie van vestingstad Steenbergen zich heeft verzameld, wordt verspreid en vooral te beleven is. Een multifunctionele thuishaven, waar vrijwilligers de gastheren en -vrouwen van Steenbergen zijn geworden en waar bezoekers worden ontvangen in een ambiance die doordrongen is van de Steenbergse vestinghistorie. Ook de realisatie van een Stadsbrouwerij, markeert een terugkeer naar het rijke brouwerijverleden van de vestingstad en kan met de toevoeging van een proeflokaal/verkooppunt voor streekproducten een nieuwe trekpleister worden van het centrum, waarmee ook de agrofood identiteit van de gemeente een sterkere plek krijgt. De omarming van het vestingverleden door inwoners en bezoekers heeft zich vertaald in nieuwe vormen van samenwerking en passende activiteiten, evenementen, die periodiek georganiseerd worden.

3.5 Cultuurpoort



Cultuurpoort verwijst naar de waarde en ontwikkeling van (nieuwe) evenementen- en cultuur(locaties) in het centrum van Steenbergen. Alleen al de andere twee (denkbeeldige) poorten Waterpoort en Vestingpoort vormden aanleiding om nieuwe evenementen te ontwikkelen, die hebben bijgedragen aan trotsheid, meer samenwerking in de stad en meer bezoekers aan het centrum. De (door)ontwikkeling van de denkbeeldige StadHavenfeesten, Vestingspelen, de streekproductenmarkt en Brabantse Wal activiteiten zijn daarin belangrijke voorbeelden.

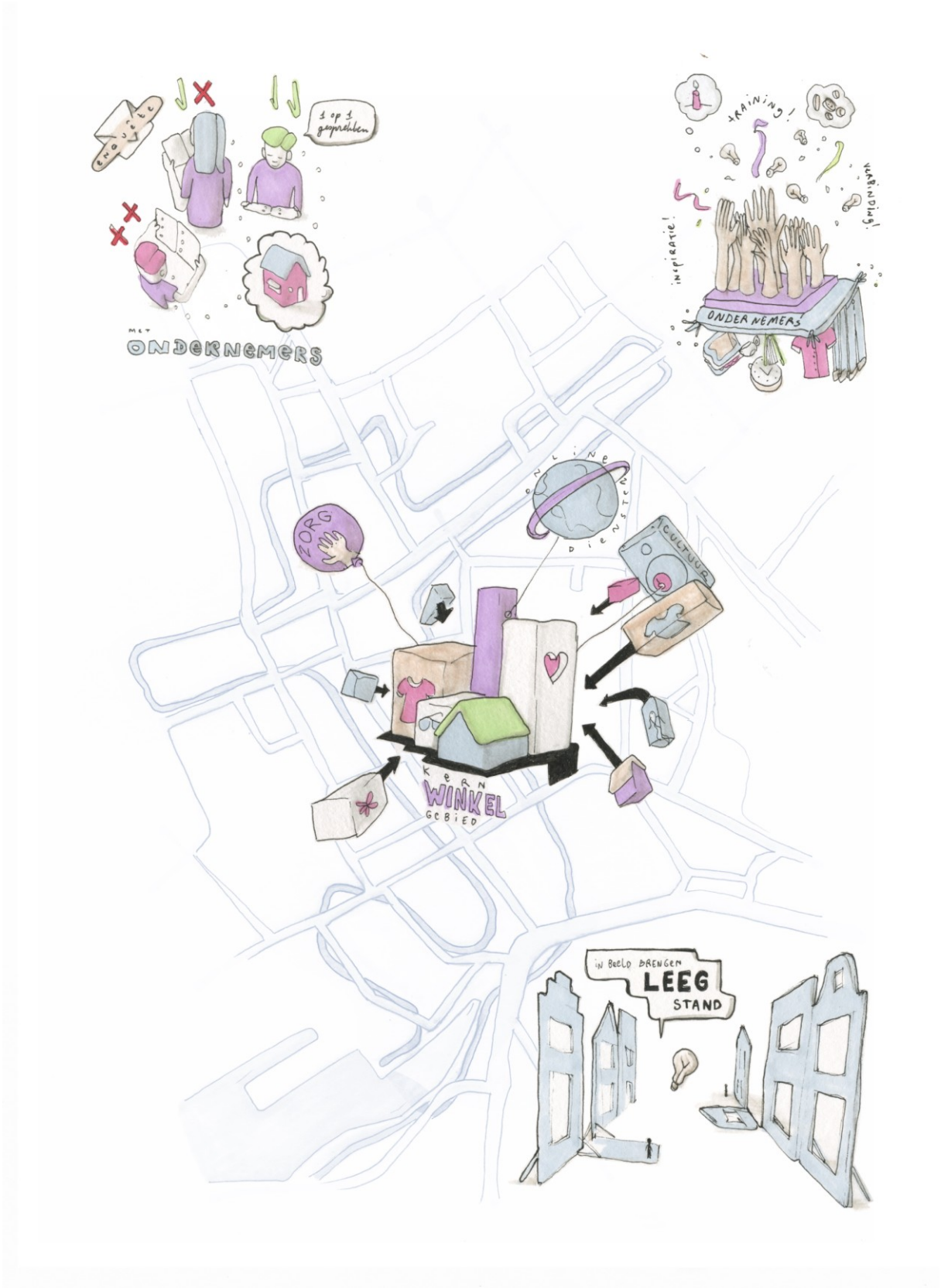
Er is veel meer aandacht gekomen voor de beleving van erfgoed en cultuur in Steenbergen. Door het o.a. beter zichtbaar maken van het erfgoed, het professionaliseren en uitbouwen van activiteiten (zoals een cultuurmaand) is de attractiviteit verbeterd. De gemeenschap is actief betrokken en zet samen in op de duurzame instandhouding, de kennisontwikkeling – en deling, en het vergroten van de zichtbaarheid en beleefbaarheid. Nieuwe evenementen vanuit de Waterpoort, Vestingpoort en erfgoed en cultuur versterken de WOW-factor, naast de reguliere activiteiten en evenementen in het Hart van de Stad. Met nieuwe evenementen is ook geëxperimenteerd met het (vaker) tijdelijk afzetten van het kernwinkelgebied.

Naast de Markt en de Kade vormt o.a. het Vestinghuys een nieuwe evenementenlocatie in het Hart van de Stad. Ook de Sint-Gummaruskerk[4] heeft zich ontwikkeld tot een culturele pleisterplaats, waar naast ruimte voor de parochie, (sacrale) tentoonstellingen, groepsrondleidingen, muzikale optredens en andere culturele en kunstzinnige evenementen (meer) ruimte hebben gekregen. Het behoud, de functieverbreding en vanzelfsprekende betrokkenheid van de kerk bij evenementen op de Markt draagt daarmee op een duurzame manier bij aan de vitaliteit van het Hart van de Stad. De aandacht voor cultuur en nieuwe evenementen heeft gezorgd voor meer (combinatie)bezoek van inwoners en (buitenlandse) recreanten aan de stad.

[4] Voor de Sint-Gummaruskerk zal in 2017/2018 nog een haalbaarheidsonderzoek gestart worden naar de mogelijkheden en kansen voor functieverbreding.

4 UITVOERINGSPROGRAMMA CENTRUMPLAN

4.1 Werkgroep 1: Behouden en versterken aanbod



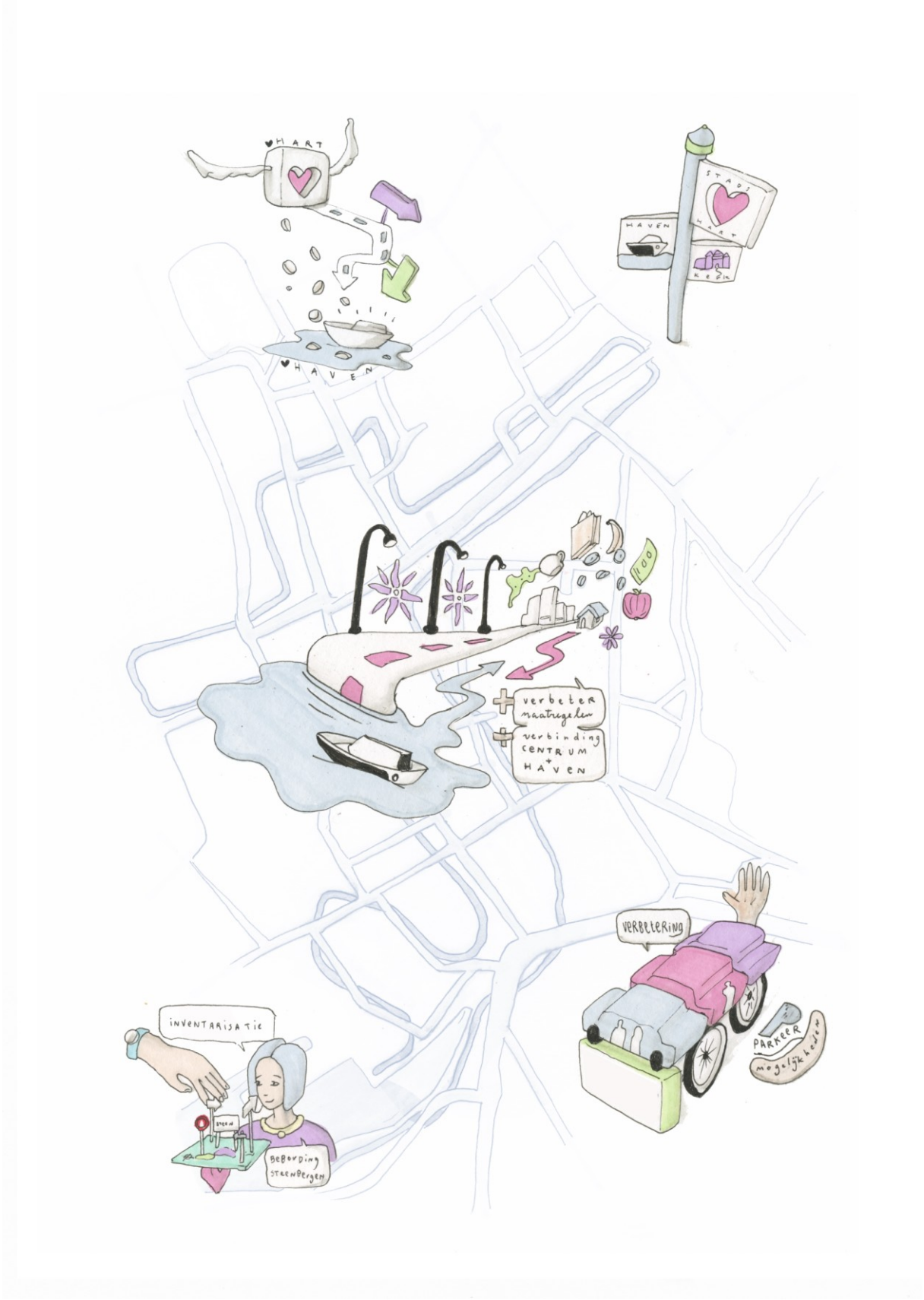
Actiepunt 1:
Compleet, aantrekkelijk en toekomstbestendig aanbod van functies in het Hart van de Stad

Doelstelling(en)	Compact en bedrijvig houden van het Hart van de Stad vanuit een helder beleid en met een gerichte aanpak.		
Activiteiten	**Omschrijving activiteit**	**Planning**	**Kosten**
	1. In beeld brengen en kwalificeren van het huidige aanbod en hierbij o.a. oog hebben voor de branchering van het aanbod, kwaliteit en leegstand van panden, de toekomstplannen van de huidige formules (verwachtingen m.b.t. vestigingsgedrag, pensionering, overdracht etc.) en de behoeften van ondernemers om succesvol te kunnen zijn in de toekomst. Vorm door middel van enquête/een op een gesprekken met alle ondernemers in het winkelhart.	2018 1e en 2e kwartaal	Uitvoering door centrummanagement organisatie
	2. Op basis van stap 1 komen tot een gerichte meerjarige aanpak die een combinatie zal zijn van • Het duiden van het kernwinkelgebied van de toekomst (waar stimuleren, waar destimuleren van welke functies; bijvoorbeeld waar mengen, waar transformeren) • Het actief zoeken naar oplossingen in samenwerking met pandeigenaren en de gemeente m.b.t. leegstandsaanpak. • Het versterken van het huidige aanbod. • Het aantrekken van nieuwe commerciële partijen (vb. recreatieve aanbieders zoals een nautische winkel) en/of het aantrekken van overige organisaties, die zorgen voor meer bezoekers (voorbeelden: zorg, cultuur, diensten, creatieve sector, online concepten) • Inzet op het reloceren van winkels buiten het kernwinkelgebied naar het winkelhart, geen winkels plaatsen buiten kernwinkelgebied. • Het zorgen voor een aantrekkelijke uitstraling van panden.	Continu	Uitvoering door centrummanagement organisatie
Trekker(s)	RPS		
Partners	Gemeente, KHN, afdeling Steenbergen, vastgoedeigenaren, makelaars		
Voorwaarden	Beschreven aanpak vraagt vooral een hands on, praktische benadering door middel van een op een contact met ondernemers, het opbouwen van een netwerk en het verbinden van ondernemers op thema's en aanpak.		
Relaties met andere actiepunten	Actiepunt 1 levert input op voor het programma van actiepunt 2. Een belangrijke rol in de uitvoering is weggelegd voor de centrummanagementorganisatie (actiepunt 12).		
Bijzonder-heden	De leegstand in het winkelhart is inzichtelijk. Belangrijkste locaties zijn oude Trenzz (blauwstraat), Micro Elektro (Grote Kerkstraat) en Scapino (Kaaistraat). Er vinden al gesprekken plaats met de pandeigenaren om hier een realistische invulling voor te vinden. Voorbeelden van oplossingen: herindeling van bestaande panden en tijdelijke invulling.		

Actiepunt 2:
Continu inspireren, coachen, opleiden en onderling verbinden van de ondernemers

Doelstelling(en)	- Inspiratie en ideeën: leren van anderen en elkaar inspireren met ondernemerschap. - Coaching en opleiding zodat men in kan spelen op consumenten- en markttrends. - Onderlinge verbinding: versterken van de onderlinge samenwerking en elkaars ambassadeurs worden (doorverwijzen en gunnen). - Inzichtelijk maken wat samenwerking de individuele ondernemer oplevert en de aantrekkingskracht op bezoekers van de stad verbeteren.		
Activiteiten	**Omschrijving activiteit**	**Planning**	**Kosten**
	• Jaarlijks een beknopt programma opstellen van lezingen, trainingen, bijeenkomsten die aanzetten tot meer samenwerking etc.	Jaarlijks	n.v.t.
	• Organiseren van lezingen, trainingen etc. over thema's, zoals de afstemming van openingstijden, het nieuwe winkelen (online), omgang met reclame en uitstallingen, gastheerschap en dienstverlening voor bezoekers, toegankelijkheid, beleving in de winkel, samenwerking, loyaliteitsprogramma's	Jaarlijks	€ 5.000
	• Vervolg op de lezingen, trainingen etc. kan een vervolg vragen in gerichte ondersteuning c.q. uitvoering.	Jaarlijks	€ 7.500/ centrummanagement
	• Mogelijkheid verkennen om in te stappen in de Retailacademy – opleidingsprogramma vanuit Bergen op Zoom wat zich hoofdzakelijk richt op de startende ondernemer. De opzet van de Retailacademy kan daarbij als denkwijze worden toegepast op de behoeften vanuit Steenbergen centrum.	Jaarlijks	PM
Trekker(s)	RPS, Koninklijke horeca Nederland, afdeling Steenbergen, andere ondernemersgroepen		
Partners	Rabobank, Gemeente, Stadsraad		
Voorwaarden	Openstaan voor nieuwe inzichten van en voor de ondernemers.		
Relaties met andere actiepunten	Actiepunt 1 reikt informatie en inzichten aan die gebruikt kunnen worden voor het in te richten programma in actiepunt 2.		
Bijzonder-heden	Dit actiepunt is mede ingegeven door diverse trends en ontwikkelingen, die het winkellandschap permanent doen veranderen. In dit opzicht wordt gesproken over 'het nieuwe winkelen'. Zo doen o.a. het belang van digitalisering, de toenemende concurrentie, vergrijzing, toerisme en gastheerschap en online winkelen steeds meer een beroep op het aanpassingsvermogen van individuele en samenwerkende ondernemers.		

4.2 Werkgroep 2: Bereikbaarheid & Parkeren



Actiepunt 03:
Verbeteren van de bebording en bewegwijzering naar en in het centrum

Doelstelling(en)	Eenduidige routering van en naar het Hart van de Stad Gastvrij winkelhart door minder gebods- en verbodsborden.		
Activiteiten	**Omschrijving activiteit**	**Planning**	**Kosten**
	• Inventarisatie huidige bebording gemeente Steenbergen (gemeentebrede actie met pilot kern Steenbergen)	1e kwartaal 2018	€ 7.000
	• Advisering over verbetervoorstellen op het gebied van vervanging bebording, weghalen bebording, aanpassen bebording, toevoeging bebording, uniformering bebording etc.	2e kwartaal 2018	
	• Uitvoering verbetervoorstellen m.b.t. verbetering bewegwijzering en bebording.	2018/2019	Dit wordt meegenomen in beheerplan openbare ruimte.
Trekker(s)	Gemeente (Verkeer & Vervoer)		
Partners	Werkgroep bereikbaarheid & parkeren Hart voor de Stad vanuit centrum Steenbergen. Daarnaast andere partners in de gemeente m.b.t. bebording en bewegwijzering buiten het centrum van Steenbergen.		
Voorwaarden	Raadsbesluit is gewenst m.b.t. gemeente brede aanpak.		
Relaties met andere actiepunten	Relatie met actiepunt 4. Verkeerscirculatie- en parkeerplan levert input op voor de gewenste bebording van het centrum.		
Bijzonder-heden	• Dit actiepunt is voor de gemeente aanleiding geweest dit te betrekken bij een gemeente brede aanpak van bebording en de bebording te laten toetsen door een extern bedrijf en op basis daarvan tot verbetervoorstellen te komen. De verbetervoorstellen dienen vervolgens te worden uitgevoerd. • Uit een eerdere schouw in het centrum is al een aantal concrete aandachtspunten benoemd, die meegenomen kunnen worden. Deze zijn hieronder verwoord. Bord 30 km verwijderen bij entree Kaaistraat Laad- en losplaats ter hoogte van de ABN Amro bebording nalopen op Markt bord: fietsen parkeren verwijderen Grote Kerkstraat ter hoogte van apotheek recreatieborden op lichtmast bevestigen zodat deze op 1 paal verwijderd kunnen worden Bebording haven: openbaar toilet kruising N259 en Wipstraat goed bekijken. Infobord kan mogelijk weg en bewegwijzering dient aangepast te worden (bv. aanduiding politie) Infobord over De Wei vernieuwen Rotonde N259 ter hoogte van Shell centrumaanduiding plaatsen en het bewegwijzeringsbord nalopen (bv. aanduiding politie) N257 ter hoogte van busstation Shell voorrangsbord vernieuwen Kruising Molenweg – Burgemeester van Loonstraat centrumaanduiding plaatsen		

Actiepunt 04:
Integraal verkeerscirculatie- en parkeerplan voor winkelhart Steenbergen

Doelstelling(en)	Verbetering van de verkeerscirculatie in het centrum van Steenbergen. Verbeteren van parkeermogelijkheden voor auto's en fietsen. Verbeteren van laad- en los mogelijkheden in het centrum van Steenbergen. Een keuze in de toekomstige rol van de Markt van Steenbergen m.b.t. verkeerscirculatie en parkeren.		
Activiteiten	**Omschrijving activiteit**	**Planning**	**Kosten**
	• Onderzoeken en analyse huidige situatie m.b.t. verkeer, parkeren van auto's en fietsen en het laden en lossen. Hierbij bestaande knelpunten en eerder uitgevoerde onderzoeken (o.a. m.b.t. parkeerdruk) betrekken.	3e en 4e kwartaal 2018	€ 20.000 (stap 1-2)
	• Gelijktijdig een evaluatie uitvoeren naar de huidige en gewenste rol van de markt en op basis hiervan komen tot een advies voor de toekomstige rol. In deze evaluatie worden alle mogelijke functies aan de orde gesteld; in ieder geval verkeer, parkeren, horeca, evenementen, recreatie en cultuur.	3e en 4e kwartaal 2018	
	• Uitvoeringsplan m.b.t. verbeteren verkeerscirculatie, (auto en fiets)parkeren en laden en lossen in het centrum van Steenbergen. Hierbij gelijktijdig programma van eisen reconstructie Westdam en onderzoek kruispunt Lindenburghlaan /Fabrieksdijk in meenemen).	2019	Dit wordt meegenomen in beheerplan openbare ruimte
	• Herhaling onderzoek parkeerdruk als er een stabiele situatie is ontstaan (De Lindenburgh moet gereed en in gebruik zijn en ook villa Bax dient hierbij compleet in gebruik te zijn.	2020	n.v.t.
Trekker(s)	Gemeente		
Partners	RPS / Stadsraad / Koninklijke Horeca Nederland, afdeling Steenbergen		
Voorwaarden	n.v.t.		
Relaties met andere actiepunten	Actiepunt 4 kan suggesties opleveren voor de bebording en bewegwijzeringsopgave, zoals verwoord in actiepunt 3.		
Bijzonder-heden	In het project Hart voor de Stad is verzocht de markt weer open te stellen t.b.v. de verkeerscirculatie en meer parkeermogelijkheden. De rol die de markt invult en kan invullen voor het centrum van Steenbergen is echter breder (o.a. horeca, evenementen, recreatie, cultuur) en dit vergt een bredere dialoog met betrokken stakeholders. Daarom wordt het functioneren van de huidige afsluiting van de markt geëvalueerd en een advies geformuleerd over de rol van de markt in de toekomst, mede ook i.r.t. het verkeerscirculatie- en parkeerplan. Deze evaluatie zal eerder plaatsvinden dan de in het project StadHaven aangekondigde planning; namelijk 2020.		

Actiepunt 05:
Verbeteringen van de relatie tussen de haven en het winkelhart

Doelstelling(en)	Het creëren van een eenduidige, aantrekkelijke en sfeervolle verbinding tussen centrum en haven		
Activiteiten	**Omschrijving activiteit**	**Planning**	**Kosten**
	- Quickscan impuls verbinding haven (de Waterpoort) en het centrum. Het gaat hierbij met name om de routes voor langzaam verkeer (fietsers en voetgangers, bezoekers van centrum en haven en vice versa). In beeld brengen van verbetermaatregelen. Hierbij kan gedacht worden aan een combinatie van aspecten als de bestrating, groen, verlichting, entreeversterking of andere maatregelen, die de verbinding doen versterken. Op basis van de scan een begroting maken van de verbetermaatregelen.	2020 1e kwartaal	n.v.t.
	- Herinrichting verbinding haven en centrum	2020 2e-4e kwartaal	Dit wordt meegenomen in beheerplan openbare ruimte
Trekker(s)	Gemeente		
Partners	RPS, Lindenburgh, Rabobank, andere private partijen op de routes		
Voorwaarden	Het betrekken van de kansen die voortvloeien uit de nieuwe Lindenburgh locatie.		
Relaties met andere actiepunten	Relatie met actiepunt 6. Er is een groenimpuls voorzien vanuit het groenbeheerplan m.b.t. de entree via de Reinierpolder richting centrum. Dit actiepunt betreft echter een bredere aanpak dan louter een groenimpuls.		
Bijzonder-heden	Met het Stadshaven project is een belangrijke impuls gegeven aan de havenontwikkeling. Vanuit het rapport Hart voor de Stad wordt de verbinding tussen de haven en het centrum nog als een ontwikkelpunt beschouwd. Hoe kan de haven fysiek en mentaal (vanuit de beleving van inwoners, consumenten, bezoekers) beter verbonden worden met het winkelhart.		

4.3 Werkgroep 3: Beleving, sfeer en gezelligheid



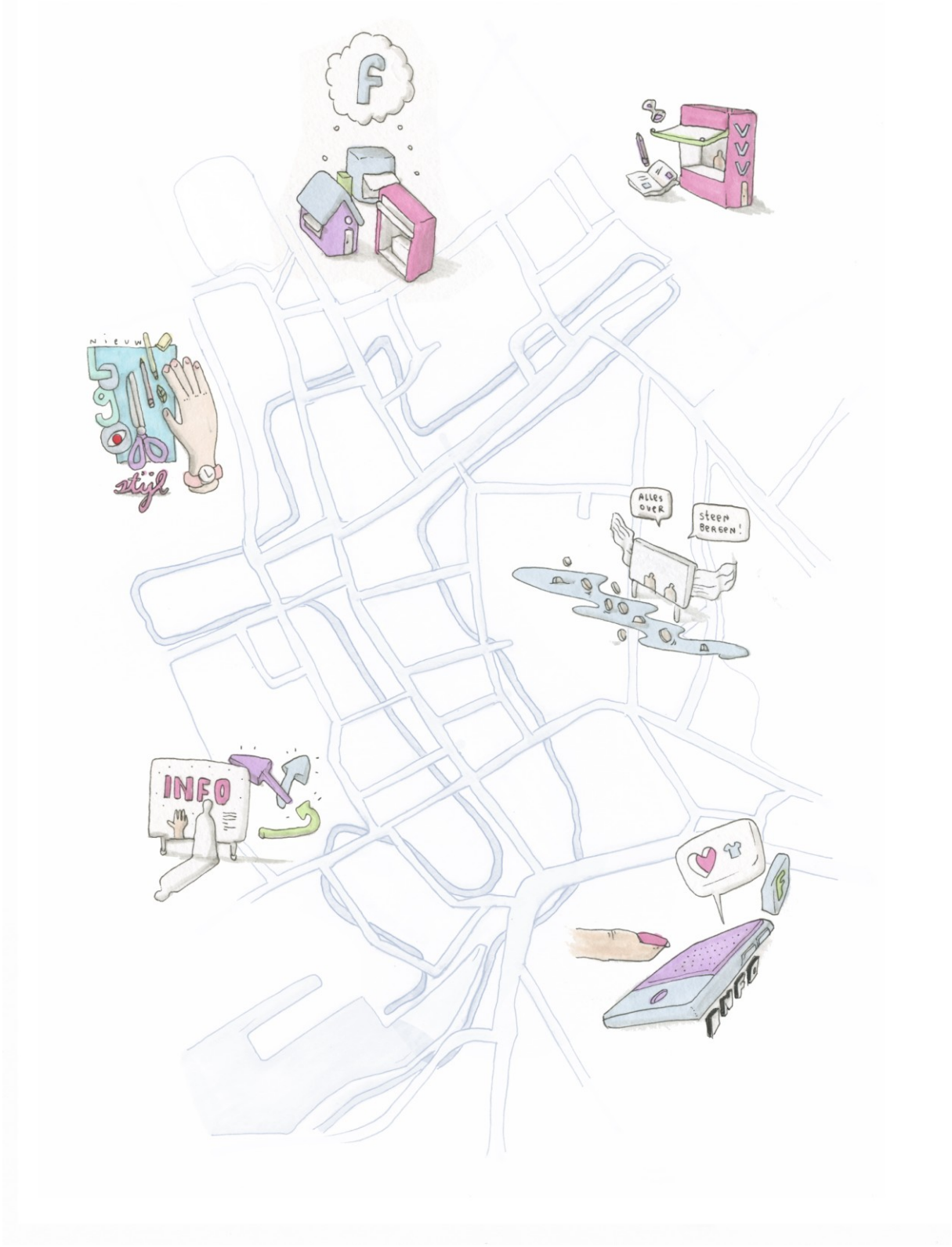
Actiepunt 06:
Natuurbeleving creëren in het winkelhart

Doelstelling(en)	Het vergroten van sfeer in het winkelhart Steenbergen en beleving bij de bezoekers. Opwaardering van de vergroening van het winkelhart van Steenbergen.		
Activiteiten	**Omschrijving activiteit**	**Planning**	**Kosten**
	1. Groenimpuls centrum Steenbergen Opwaardering van het groen en de groenbeleving in het centrum van Steenbergen. Uit het traject Hart voor de Stad zijn de volgende voorlopige ideeën gegenereerd: - Groeperen van grijze plantenbakken van de Gemeente, zodat dit meer impact heeft. - Ingang Kaaistraat meer groen toevoegen, zodat bezoekers direct natuurbeleving aantreffen. - Dezelfde uitstraling realiseren tussen de hanging baskets van de ondernemers en de bloembakken van de gemeente . - Meer groen op de pleinen. - Onderhoud van de Leibomen op de markt. - Mogelijkheid stadstuin rondom de Gummaruskerk.	Continu	Dit wordt meegenomen in beheerplan openbare ruimte en maakt zoveel mogelijk onderdeel uit van de diverse gebiedsgerichte verbeteringen (zie bijzonderheden)
	2. Ondernemers verleiden en bewegen tot meer groenbeleving, zoals het creëren van een groene uitstraling voor de eigen winkel en/of groene gevel.	Continu	Financiering Individuele ondernemers
Trekker(s)	Gemeente Steenbergen		
Partners	RPS, Stadsraad, Koninklijke horeca Nederland, afdeling Steenbergen		
Voorwaarden	Er is momenteel alleen budget voor het opknappen van het bestaande groen binnen de kom (uitvoering groenbeheerplan 2017-2021, zie ook bijzonderheden). Dit budget wordt elk jaar opnieuw verdeeld over alle kernen. Vanuit het traject Hart voor de Stad is expliciet de oproep gedaan tot een opwaardering te komen van het groen en de daarmee samenhangende beleving (dus extra groen(beleving)). Dit vanuit de perceptie dat het centrum van Steenbergen, als grootste kern, relatie versteend wordt getypeerd, in een kenmerkende groene gemeente.		
Relaties met andere actiepunten	n.v.t.		
Bijzonder-heden	In het centrum van Steenbergen worden Hanging baskets gebruikt het hele jaar door; deze hanging baskets worden door de ondernemers gefinancierd vanuit de reclamebelasting. Vanuit de gemeente wordt uitvoering gegeven aan het groenbeheer. Op de planning staan: aanpak van de plantvakken langs het parkeerterrein van de Albert Heijn en diverse vakken aan de Westdam en nabij de Gummarus kerk. (Q4 2017/Q1 2018, 12.500), huidige bomen vervangen aan de Westdam (2018, € 5.000), Reconstructie van Westdam in 2020, waarbij ook het groen wordt meegenomen. In 2019 zal hiervoor budget worden aangevraagd, Beplanting bloembakken (Q1 en Q2 2018, € 40,00 per bak), Entree Reinierpolder - centrum voorzien van bloembollen (Q4 2017, € 6.000)		

Actiepunt 07:
Glossy Magazine Natuurlijk! Gemeente Steenbergen

Doelstelling(en)	• Het vergroten van sfeer in (het winkelhart Steenbergen en beleving bij de bezoekers. • Steenbergen gemeente breed positief op de kaart zetten door het ontwikkelen van een aansprekende glossy. • Trots bevorderen van inwoners over wat Steenbergen te bieden heeft, zodat inwoners en (potentiële) bezoekers bewuster worden van de diverse kansen en mogelijkheden.		
Activiteiten	**Omschrijving activiteit**	**Planning**	**Kosten**
	In navolging van toekomstvisie gemeente Steenbergen en herijking communicatie-inzet overwegen om een glossy magazine te introduceren. Introductie Glossy Magazine Een uitstekende manier om dit te bewerkstelligen is het uitbrengen van een jaarlijks Glossy Magazine waarin de trots van de gemeente Steenbergen wordt gepresenteerd: **Natuurlijk! Gemeente Steenbergen.** Natuurlijk! vanwege de prachtige natuur; Natuurlijk! Omdat we trots mogen zijn om wie we zijn en wat we te bieden hebben. Het Glossy Magazine Natuurlijk! Gemeente Steenbergen heeft de insteek een bewaarexemplaar te worden dat lezers veelvuldig kunnen raadplegen voor evenementen, informatie over lokale aanbieders recreatiemogelijkheden en andere relevante content.		
	Optie 1: Glossy Magazine per seizoen.	4 x per jaar (2019)	€ 7.000,-.
	Optie 2: Glossy Magazine 1 keer per jaar met grote oplage en groot verspreidingsgebied.	1 x per jaar (2019)	€ 7.000,-.
	In 2019 een evaluatie over een vervolg.	2020	n.v.t.
Trekker(s)	Evenementen Platform Steenbergen		
Partners	Vermeulen Steenbergen, Gemeente		
Voorwaarden	Vermeulen Steenbergen is beoogd uitvoerder van de Glossy.		
Relaties met andere actiepunten	n.v.t.		
Bijzonder-heden	Benodigde investeringen Op basis van de geschatte opbrengsten, is de verwachting dat Vermeulen Steenbergen een investering zal moeten doen van € 3.000,- (bij advertorialopbrengsten van € 15.000,-) tot € 6.000,- € (bij advertorialopbrengsten van € 12.000). Vermeulen Steenbergen is bereid om te investeren, omdat het gelooft in de kracht en noodzaak van het magazine. De enige voorwaarde die gesteld wordt, is dat er een Go/No Go-moment wordt ingepland na de verkoopfase, met een 'Go' bij minimaal € 12.000,- aan advertentieopbrengsten. Het risico ligt voor de verkoopfase dus bij Vermeulen Steenbergen. Het Glossy Magazine gaat verder dan het centrum van Steenbergen, maar biedt voor heel de gemeente en alle kernen en ontwikkelingen een podium om zich te presenteren, bij te dragen aan een trots gevoel en interessante ontwikkelingen en activiteiten voor het voetlicht te brengen. Er kan ook overwogen worden om naar een meer digitale uitingsvorm van een glossy te streven, bijvoorbeeld een specifieke app.		

4.4 Werkgroep 4: Positionering, marketing en promotie



Actiepunt 08:
Gezamenlijke communicatie winkelhart Steenbergen

Doelstelling(en)	Doelgroepen van het winkelhart proactief informeren door structurele, gezamenlijke communicatie		
Activiteiten	**Omschrijving activiteit**	**Planning**	**Kosten**
	Ontwikkeling website winkelhartsteenbergen.nl, waar alle winkels zich gezamenlijk op presenteren en waarop de doelgroepen informatie over het winkelhart kunnen terugvinden (huidige website rpsinfo.nl is voornamelijk gericht op leden; niet op de consument/gebruiker van het winkelhart)	Q1 2018	€ 3.500
	Ontwikkeling van een nieuw logo en huisstijl voor winkelhart Steenbergen op basis van de identiteit van winkelhart Steenbergen	Q1 2018	€ 1.500
	Gezamenlijke communicatie van winkelhart Steenbergen, bestaande uit: • Actuele berichtgeving op winkelhartsteenbergen.nl • Actuele berichtgeving op Facebook • Adverteren op Facebook ter vergroting van het aantal volgers (likes) • Maandelijkse digitale nieuwsbrief naar de doelgroepen met daarin actuele berichtgeving • Adverteren op KijkopSteenbergen.nl inclusief redactionele ondersteuning • Adverteren in Steenbergse Courant inclusief redactionele ondersteuning • Vormgeven en verbeteren interne communicatie	Continu, startend per 1 januari 2018	€ 17.500 per jaar
Trekker(s)	Werkgroep Positionering, Marketing en Promotie		
Partners	Vermeulen Steenbergen bv / Steenbergse Courant / KijkopSteenbergen.nl/Evenementenplatform/Gemeente, afdeling communicatie		
Voorwaarden	n.v.t.		
Relaties met andere actiepunten	n.v.t.		
Bijzonder-heden	Dit actiepunt dient ter vervanging van de huidige manier van communiceren van RPS.		

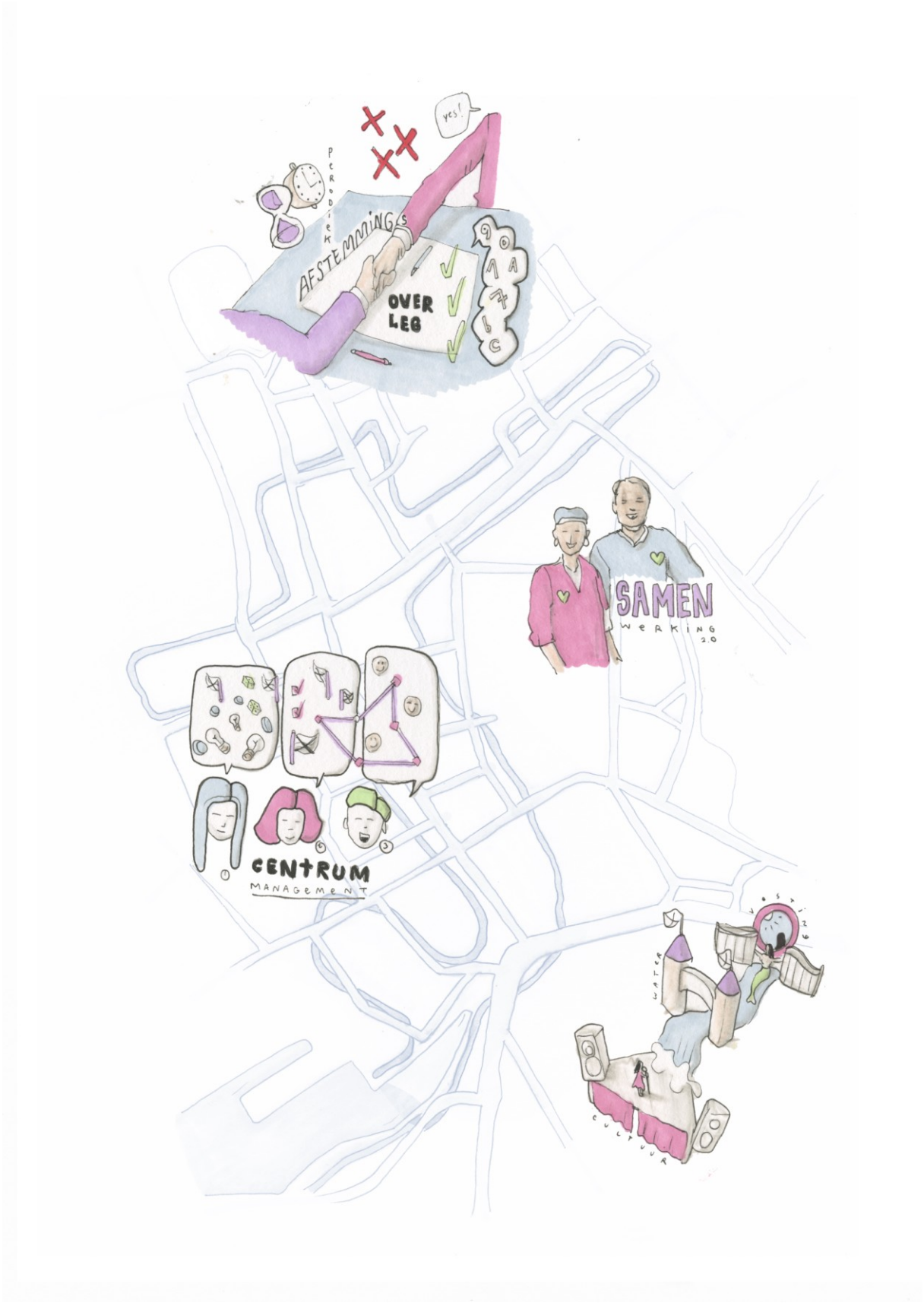
Actiepunt 09:
Evenementenborden

Doelstelling(en)	- Beter, eenduidiger en meer zichtbaar promoten van evenementen en activiteiten, die plaatsvinden in de kern(en) Steenbergen voor bezoekers van de stad, toeristen, maar ook inwoners. - Meet bezoekers aantrekken van binnen en buiten de gemeente.		
Activiteiten	**Omschrijving activiteit**	**Planning**	**Kosten**
	- Onderzoek naar de realisatie van evenementenborden op en nabij de toegangswegen naar het centrum van Steenbergen. Vanuit het traject Hart voor de Stad is een drietal varianten met voor en nadelen onderzocht en voorgelegd aan de gemeente. Deze varianten zijn: spandoeken op gespannen steiger of houtenframe, statische toeristische informatiezuilen in de huisstijl van gemeente Steenbergen of digitale informatieborden (LED). De gemeente oriënteert zich op de realisatie van A0 reclameborden en een drietal digitale informatieborden, waarvan twee op de entrees richting Steenbergen en het hiertoe voorbereiden en sluiten van een contract.	2018	Uitwerking wordt meegenomen in het evenementenbeleid van de gemeente. Hiervoor volgt een apart voorstel aan de raad.
	• Realisatie	2018/	Idem
Trekker(s)	Gemeente		
Partners	Werkgroep positionering, marketing en promotie, Evenementen Platform Steenbergen, VVV Steenbergen.		
Voorwaarden	Uitgangspunt vanuit Hart voor de Stad is eenvoudig en betaalbaar, maar wel aantrekkelijk.		
Relaties met andere actiepunten	Evenementenborden zouden optioneel beheerd worden door VVV/UitInSteenbergen (actiepunt 10). Zo creëer je een centraal aanspreekpunt en een semi-commerciële 'drive' om tijdig en professioneel de borden te vullen.		
Bijzonder-heden	Vanuit het traject Hart voor de Stad is het advies in te zetten op variant 1 en 2; dit i.v.m. relatief hoge kosten en de onaantrekkelijke uitstraling van variant 3. Aangegeven is dat met variant 1 en 2 vanwege de relatief beperkte kosten en aanpassingsvermogen aan de gewenste huisstijl kan worden geëxperimenteerd en kijken of de borden bevallen, opwaardering nodig is etc.. Hart voor de Stad geeft daarbij de volgende vier locaties aan: (1) Zeelandweg-Oost, vanaf de A4, (2) Franseweg, vanaf N259 richting Halsteren, (3) Nassaulaan, vanaf Dinteloordseweg, (4) Nabij havenkom.		

Actiepunt 10:
Professionalisering van toeristische informatiepunt(en) in winkelhart Steenbergen

Doelstelling(en)	• Opgewaardeerde toeristische informatiepunt(en) in het centrum van Steenbergen. • Een compleet en aantrekkelijk aanbod van o.a. evenementen en arrangementen, bezienswaardigheden, wandel- en fietsroutes, het winkel- en horeca-aanbod in Steenbergen en de regio voor inwoners, ondernemers en bezoekers. • Inzicht is verkregen in de mogelijkheid om toeristische informatiepunt(en) op te waarderen met andere functies, zoals de verkoop van streekproducten, presenteren van de historie van Steenbergen, ontmoetingsplek, services voor bezoekers in de stad. • Relatie is geborgd tussen toeristische informatiepunt(en) en het uit te werken concept Vestinghuys van de Expeditie Nassau.		
Activiteiten	**Omschrijving activiteit**	**Planning**	**Kosten**
	1. Analyse huidige situatie m.b.t. toeristische informatiepunten en implementatie van snelle verbeteracties. Indicatief kan het hier gaan om opwaardering van het promotie- en foldermateriaal, presenteren van nieuw aanbod, het opwaarderen van het serviceniveau en de bezettingsgraad. Dit gaat om het huidige VVV punt en andere plekken, waar toeristische informatie wordt aangeboden. Van belang hierbij is de afstemming met VVV Brabantse Wal.	Q1/Q2 2018	Dit wordt meegenomen in de uitvoering van het toeristisch-recreatief beleid.
	2. Een onderzoek naar de professionalisering van toeristische informatiepunten in het centrum van Steenbergen, ook vanuit het oogpunt van de Expeditie Nassau (Vestinghuys). Hieruit volgt een businessplan over hoe de toeristische informatievoorziening in het centrum van Steenbergen permanent te verbeteren. Het gaat hierbij o.a. om de locaties, producten en diensten van de toeristische informatiepunten en de organisatie, financiering en aansturing van deze informatiepunten.	2019	Idem
	3. Uitvoering van het advies.	2019	Idem
Trekker(s)	Werkgroep promotie en marketing en gemeente		
Partners	RPS, KHN, afdeling Steenbergen, VVV Brabantse Wal, Evenementen Platform Steenbergen; Heemkundekring, Stadsarcheologie, etc.,		
Voorwaarden	n.v.t.		
Relaties met andere actiepunten	Relatie met actiepunt 07. Introductie Glossy magazine en 09. Evenementenborden (als een uiting van toeristische informatie)		
Bijzonder-heden	Belangrijke uitgangspunten bij dit actiepunt zijn: - Actuele, complete, meertalige en aantrekkelijk gepresenteerde informatie en promotiemateriaal. - Gastvrije medewerkers (en vrijwilligers) als gastheer van Steenbergen. - Kennis en kunde van het toeristisch-recreatief product. - Professionele begeleiding en aansturing van toeristische informatiepunten.		

4.5 Werkgroep 5: Samenwerking 2.0



Actiepunt 11:
Periodiek overleg en versterken onderlinge samenwerking t.b.v. voortgang centrumplan

Doelstelling(en)	- Gestructureerd uitvoering geven aan het centrumplan voor het centrum van Steenbergen - Afstemming borgen tussen alle centrum gerelateerde ontwikkelingen; in het bijzonder de samenhang bewaken tussen activiteiten en projecten m.b.t. de Expeditie Nassau (Vestingpoort), de haven (Waterpoort) en cultuur (Cultuurpoort), zo ook andere ontwikkelingen en kansen op het gebied van toerisme en recreatie. - Doorontwikkeling Retail Platform Steenbergen naar een brede ondernemersvereniging voor het centrum van Steenbergen (zorg, horeca, evenementen, retail, leisure, mkb).		
Activiteiten	**Omschrijving activiteit**	**Planning**	**Kosten**
	Periodiek afstemmingsoverleg	Ieder kwartaal 1 x bijeen komen	Tijdsinzet van betrokken partijen
	Benoemen accountmanager Hart voor de Stad vanuit gemeentelijke organisatie	Continu	Tijdsinzet van betrokken ambtenaar
	Doorontwikkeling RPS naar brede ondernemersvereniging	2018	n.v.t.
Trekker(s)	RPS, KHN afdeling Steenbergen, Gemeente, Evenementen Platform Steenbergen, Stadsraad		
Partners	Idem trekkers		
Voorwaarden	Inzet van betrokken partijen om dit overleg inhoud te geven. Aanwezigheid op basis van agenda. Overleg is vooral gericht op de uitvoering (‘het doen’). Bewaken voortgang, monitoring uitvoering, herijken uitvoering waar nodig.		
Relaties met andere actiepunten	Relatie met alle actiepunten, aangezien de voortgang in dit overleg besproken wordt. Belangrijk is hierbij ook de rol van de centrummanagementorganisatie (actiepunt 12).		
Bijzonder-heden	n.v.t.		

Actiepunt 12:
Centrummanagementorganisatie

Doelstelling(en)	Realisatie van een krachtige centrummanagementorganisatie, die als verbindende en deels onafhankelijke organisatie (mede) zorg draagt voor de uitvoering van het centrumplan, verbindingen legt tussen ondernemers onderling en gemeente en ondernemers en projecten en activiteiten aanjaagt		
	Omschrijving activiteit	**Planning**	**Kosten**
	- Profielschets en uitvraag centrummanager Een centrummanager die in gezamenlijke opdracht van gemeente en (georganiseerde) ondernemers in het centrum van Steenbergen werkzaam is en met gerichte opdrachten aan de slag gaat binnen het centrum van Steenbergen. o Opstellen van een profiel o Werving van de centrummanager - Uitvoering centrummanagement op basis van een periode van twee jaar, met aan het einde van het eerste jaar een evaluatie-moment over al dan niet continuering. o Gezamenlijke opdrachtverstrekking o Commissie centrummanagement met wethouder economische zaken en voorzitter RPS o Gezamenlijke beoordeling	Q4 2017/Q1 2018 2018 en 2019	n.v.t. € 30.000 p.j.
Trekker(s)	Gemeente Steenbergen en RPS		
Partners	Evenementen Platform Steenbergen, Koninklijke Horeca Nederland, afdeling Steenbergen, Rabobank, andere partners.		
Voorwaarden	Richting voor een profielschets: - Onafhankelijk en in opdracht van en voor het centrum. - Mede verantwoordelijk voor de uitvoering. - Hands on - praktisch ingesteld op de schaal van Steenbergen. - Legt verbindingen tussen bestaande en nieuwe ondernemers, tussen georganiseerde en niet georganiseerde ondernemers(groepen). - Stevige gesprekspartner voor ondernemers, maar ook voor de overheid. - Verbinder, die ondernemers enthousiast weet te maken. - Projectmatige instelling (mede uitvoering geven aan centrumplan). - Ervaring met centrumontwikkeling, trends in retail en kleine kernen. - Bij voorkeur kennis van en netwerk in het centrum van Steenbergen. - Antenne in de regio Brabantse Wal/ West-Brabant/ Waterpoortgebied. - Geen commerciële belangen in het centrum van Steenbergen.		
Relaties met andere actiepunten	n.v.t.		
Bijzonder-heden	n.v.t.		

4.6 Overzicht kosten en dekking uitvoeringsprogramma centrumplan

4.6.1 Kosten en dekking uitvoeringsprogramma Centrumplan

Behouden en Versterken aanbod		**2018**	**2019**	**2020**
01. Compleet, aantrekkelijk en toekomstbestendig aanbod van functies in het winkelhart		*		
02. Continu inspireren, coachen, opleiden en onderling verbinden van de ondernemers		**€ 12.500**	**€ 12.500**	**€ 12.500**
Parkeren en bereikbaarheid				
03. Verbeteren van de bebording en bewegwijzering naar en in het centrum		**€ 7.000**	**	
04. Integraal verkeerscirculatie- en parkeerplan voor winkelhart Steenbergen		**€ 20.000**	**	
05. Verbeteringen van de relatie tussen de haven en het winkelhart				**
Beleving, sfeer en gezelligheid				
06. Natuurbeleving creëren in het winkelhart		***		
07. Glossy Magazine Natuurlijk! Gemeente Steenbergen			**€ 7.000**	**n.v.t.**
Positionering, marketing en promotie				
08. Gezamenlijke communicatie winkelhart Steenbergen		**€ 22.500**	**€ 17.500**	**€ 17.500**
09. Evenementenborden		****		
10. Professionalisering van toeristische informatiepunt(en) in winkelhart Steenbergen		*****		
Samenwerking 2.0				
11. Periodiek overleg stakeholders t.b.v. voortgang centrumplan		**n.v.t.**	**n.v.t.**	**n.v.t.**
12. Centrummanagementorganisatie		**€ 30.000**	**€ 30.000**	**n.v.t.**
Totaal		**€ 92.000**	**€ 67.000**	**€ 30.000**
Deel gemeente		**€ 57.000**	**€ 30.000**	
Deel ondernemers		**€ 35.000**	**€ 37.000**	**€ 30.000**

Financiële verantwoordelijkheid gemeente	
Financiële verantwoordelijkheid ondernemers	
*	Dit wordt uitgevoerd door de centrummanagementorganisatie.
**	Hiervoor wordt, indien van toepassing, extra budget aangevraagd.
***	Dit wordt meegenomen in het beheerplan openbare ruimte en maakt zoveel mogelijk onderdeel uit van de diverse gebiedsgerichte verbeteringen.
****	Uitwerking wordt meegenomen in het evenementenbeleid van de gemeente. Hiervoor volgt een apart voorstel aan de raad.
*****	Dit wordt meegenomen in de uitvoering van het toeristisch-recreatief beleid.

4.6.2 Inhoudelijke en financiële uitgangspunten

Inhoudelijke uitgangspunten voor de uitvoering:

- Uitvoering van het centrumplan is een gezamenlijke verantwoordelijkheid van gemeente en ondernemers. Deze gezamenlijke verantwoordelijkheid wordt vormgegeven door o.a.
- Een periodiek overleg in te stellen met alle centrum gerelateerde stakeholders. Dit zijn in ieder geval de gemeente Steenbergen, Retail Platform Steenbergen, de Koninklijke Horeca Nederland, afdeling Steenbergen en het evenementenplatform. In dit overleg wordt de voortgang van het centrumplan aan de orde gesteld en worden centrum gerelateerde ontwikkelingen en initiatieven integraal afgestemd.
- Een onafhankelijke centrummanager aan te stellen, die gefinancierd wordt door gemeente en ondernemers en een belangrijke rol krijgt in het aanjagen en verbinden van ondernemers en gemeente en gericht is op een zorgvuldige en krachtige uitvoering van het centrumplan.
- Vanuit de gemeente daarnaast het accountmanagement voor 'Hart van de Stad' in de ambtelijke organisatie te borgen, waarbij alle centrum gerelateerde (beleids)ontwikkelingen en uitvoeringszaken vanuit een persoon centraal gecoördineerd worden. Deze functionaris opereert daarbij in korte lijnen met de centrummanager.
- Het Retailplatform Steenbergen initiatief zal nemen voor de doorontwikkeling naar een breed ondernemersplatform voor het centrum van Steenbergen, waarin o.a. de retail, de horeca, de zorg, de zakelijke dienstverlening sterk(er) zijn vertegenwoordigd.

Financiële uitgangspunten voor de uitvoering:

- Er is een meerjarenbegroting gepresenteerd voor de periode 2018, 2019 en 2020.
- Bij een aantal actiepunten wordt de uitvoeringskosten meegenomen in het beheerplan openbare ruimte of meegenomen via aanpalende beleidsterreinen.
- De gemeente Steenbergen kiest ervoor om het centrummanagement in 2018 en 2019 voor een periode van twee jaar te financieren. Als tegenprestatie zal RPS minimaal € 20.000 reserveren binnen de bestaande begroting van het reclamefonds om nieuwe activiteiten vanuit het uitvoeringsprogramma van het centrumplan in te passen. Het Retailplatform Steenbergen ontvangt jaarlijks van de gemeente een subsidie op basis van het reclamefonds wat van kracht is in het kernwinkelgebied. Deze reclamebelasting wordt door alle ondernemers in het aangewezen gebied betaalt en levert indicatief een jaarbudget op van € 53.000 euro. Aangezien de begrote bijdrage vanuit ondernemers over de periode 2018-2020 gemiddeld € 34.000 op jaarbasis is, zullen er gezien de reservering van € 20.000 prioriteiten gesteld dienen te worden. Het gaat om de keuzes in en binnen de volgende actiepunten:

01. Compleet, aantrekkelijk en toekomstbestendig aanbod van functies in het winkelhart
02. Continu inspireren, coachen, opleiden en onderling verbinden van de ondernemers van en in winkelhart Steenbergen
07. Glossy Magazine Natuurlijk! Gemeente Steenbergen
08. Gezamenlijke communicatie winkelhart Steenbergen

- Het jaar 2018 wordt daarmee beschouwd als een belangrijk opbouwjaar om te werken aan sterkere verbindingen tussen ondernemers onderling, overheid en ondernemers en het initiëren en aanjagen van bestaande en nieuwe activiteiten en projecten.
- In 2018 zal de gemeente daarnaast initiatief nemen om tot een herijking van de grondslag van de reclamebelasting te komen, waarbij de inzet is in overleg met de ondernemers in het heffingsgebied tot meer financiële slagkracht te komen. Hiervoor wordt in nauwe samenwerking tussen gemeente en ondernemers een werkgroep herijking reclamebelasting ingesteld. Dit kan bereikt worden door een verhoging van de belasting en/of een verruiming van het heffingsgebied. Hierdoor kan ook de structurele financiering van nieuwe activiteiten geborgd worden met behoud en herijking van bestaande activiteiten. Dit past ook in de doorontwikkeling naar een breder ondernemersplatform voor het centrum.
- Naast het faciliteren van het centrummanagement wordt een aantal actiepunten door de ondernemers en gemeente beschouwd als kerntaken van de lokale overheid vanuit schoon, heel en veilig en/of beschouwd als investeringen in het vestings- en verblijfsklimaat, die door de markt zelf niet of minder makkelijk tot stand komen en/of waarbij er sprake is van overduidelijke meerwaarde voor de gehele gemeenschap. Uitgangspunt is dat de financiering van deze actiepunten zoveel mogelijk plaats binnen bestaande (onderhouds)budgetten.

03. Verbeteren van de bebording en bewegwijzering naar en in het centrum 04. Integraal verkeerscirculatie- en parkeerplan voor winkelhart Steenbergen 05. Verbeteringen van de relatie tussen de haven en het winkelhart 06. Natuurbeleving creëren in het winkelhart 09. Evenementenborden 10. Professionalisering van toeristische informatiepunt(en) in winkelhart Steenbergen

4.6.3 Conclusies kosten en dekking

- **De totale kosten voor het uitvoeringsprogramma en het centrummanagement worden voor 2018 t/m 2020 geraamd op €189.000,-. Dit is exclusief de aanvullende kosten voor werkzaamheden/verbeteringen naar aanleiding van de onderzoeken naar parkeergelegenheid en verkeerscirculatie. Wanneer deze kosten bekend zijn zal via het college en de raad aanvullend budget worden aangevraagd.**
- **Het jaar 2018 is, mede gezien de invoering van het centrummanagement, een belangrijk (opbouw)jaar om nieuwe projecten en initiatieven te ontwikkelen.**
- **De gemeente wordt gevraagd voor de periode 2018-2020 een incidenteel projectbudget van € 87.000 ter beschikking te stellen. Hiermee wordt de opstart van actiepunt 03. Verbeteren van de bebording en bewegwijzering naar en in het centrum, actiepunt 04. Integraal verkeerscirculatie- en parkeerplan voor winkelhart Steenbergen en de invoering van centrummanagement voor een periode van twee jaar gefinancierd.**
- **Aan de ondernemers – in het bijzonder het Retail Platform Steenbergen – wordt gevraagd in 2018, mede gezien de keuze het centrummanagement voor een periode van twee jaar te financieren, minimaal een bedrag van € 20.000 bestaande uit nieuwe activiteiten uit het centrumplan te reserveren in de begroting reclamefonds 2018. Inzet is om in de loop van 2018 en uiterlijk per 1 januari 2019, ook gezien de voorgestelde herijking van het reclamefonds, de begroting op te waarderen, zodat ook structureel (een groter deel) van de geraamde kosten vanuit het centrumplan financierbaar wordt gemaakt en ook de huidige activiteiten voldoende financierbaar blijven.**
- **De insteek is tot slot dat de inspanningen van beide partijen ook daadwerkelijk geborgd worden, waarmee het centrumplan ook grotendeels gefinancierd kan worden. Mocht een van beide partijen onverhoopt er niet in slagen de gestelde financieringsbehoefte te realiseren, dan heeft de andere partij het recht om haar aandeel ook naar evenredigheid bij te stellen. Deze solidariteit biedt een prikkel om de gestelde ambities ook daadwerkelijk in gezamenlijkheid te kunnen en te blijven uitvoeren.**