



Visie en uitvoeringsplan Centrum

Renkum



Datum: januari 2022

Plaats: Utrecht

Opdrachtnemer: Stichting CLOK

Opdrachtgever: Ondernemersvereniging Renkum centrum, Gemeente Renkum

Inhoudsopgave

Visie en uitvoeringsplan Centrum	1
Renkum.....	1
1. Inleiding: visie, verkenning, uitvoeringsprogramma	3
2. Wens: naar een toekomstbestendig centrum.....	4
2.1 Achtergrond Renkum/Heelsum.....	4
2.2 Profiel Renkum/Heelsum.....	4
2.3 Wens toekomstbestendig centrum.....	6
2.4 Twee belangrijke uitdagingen	7
2.5 Er zijn goede vooruitzichten.....	9
3. Visie: Renkum favoriete dorpse ontmoetingsplaats	12
3.1 Waarom een visie? Omdat samenwerking met perspectief nodig is.....	12
3.2 Rol van het centrum is veranderd, ook dat van Renkum	12
3.3 Centrum Renkum als merk.....	13
3.4 Samenwerken, het Dorpsteam dat ondernemersvereniging OVC ondersteunt	14
3.5 Visie: Renkum favoriete dorpse ontmoetingsplaats	14
4. Speerpunten en organisatie voor een uitvoeringsplan.....	16
4.1 Afwegingskader voor het uitvoeringsplan	16
4.2 De actiekaart.....	17
4.3 Vergroten organisatiekracht.....	19
4.4 Prioriteiten Uitvoeringsprogramma	20
Bijlage 1: Actiepunten	23
Bijlage 2: KSO 2019	25

1. Inleiding: visie, verkenning, uitvoeringsprogramma

Deze visie is uitgevoerd in opdracht van Ondernemersvereniging Renkum Centrum, Gemeente Renkum en ondersteund door de provincie Gelderland. De opdracht aan CLOK luidde om zowel een visie met uitvoeringsplan te maken voor het centrum, alsook om uitvoering te geven aan de verkenning voor de komst voor een discount supermarkt. Daarnaast werd gevraagd de wenselijkheid mee te nemen van een integraliteitsteam. Doel van een integraliteitsteam is om verschillende beleidsterreinen bij elkaar te brengen (bijvoorbeeld “Verkeer”, “Wonen” en “Economische Zaken” om wensen ten aanzien van het centrum beter ten uitvoer te brengen.

Het doel van deze visie is het realiseren van het centrum van Renkum/Heelsum als favoriete ontmoetingsplaats voor beide dorpen. Het gaat bij een favoriete ontmoetingsplaats niet alleen om winkelen en boodschappen doen, maar ook om andere functies zoals verblijven en ontmoeten, om cultuur en zorg en om wonen. Er zijn bijvoorbeeld m.b.t. wonen belangrijke doelgroepen, zoals senioren en starters, voor wie wonen nabij voorzieningen aantrekkelijk is.

Een goed functionerend centrum is doorslaggevend voor de lokale economie en de leefbaarheid van Renkum. Dat kan niet alleen aan de centrumondernemers overgelaten worden, al is hun rol belangrijk.

Daarom is samenwerken nodig. Tussen ondernemers (winkels, horeca, diensten, toerisme, cultuur, zorg), vastgoedeigenaren en gemeente. De samenwerking tussen ondernemers, vastgoed en gemeente wordt vaak de Gouden Driehoek genoemd. Een goed functionerende Gouden Driehoek vraagt om een gedeelde visie met een uitvoeringsagenda.

Via het Dorpsteam hebben we belangrijke bijdragen gekregen van ondernemers, vastgoedeigenaren, gemeente en bijvoorbeeld de toeristische sector en bewoners. Het Dorpsteam bestaat uit vertegenwoordigers van ondernemers, vastgoed, toerisme en bewoners. Het was een klankbord bij het maken van de visie en helpt nu bij de uitvoering ervan, onder andere door het inschakelen van het netwerk van de Dorpsteam deelnemers. Op die manier vormt het een schakel tussen centrum ondernemers en de samenleving en biedt het hulp bij denken en doen. Het brengt de wens van het centrum als favoriete ontmoetingsplaats dichterbij.

Het is een visie in uitvoering. Er is het achterliggende jaar al uitvoering gegeven aan onderdelen van het uitvoeringsplan. Zo is er een onderzoek uitgevoerd naar de komst van een discountsupermarkt en de bibliotheek.

Er is nu een grote behoefte zo snel mogelijk stappen te zetten naar het versterken van het centrum. Welke stappen dat zijn, en hoe die versterking te bereiken staat in de volgende hoofdstukken.

2. Wens: naar een toekomstbestendig centrum

2.1 Achtergrond Renkum/Heelsum

De kernen Renkum/Heelsum tellen samen ongeveer 12.700 inwoners. De komende jaren wordt een lichte toename verwacht. Deze plaatsen vormen het primaire verzorgingsgebied voor het dorpscentrum van Renkum. De belangrijkste straten in het centrum zijn Dorpsstraat, Dorpsplein en de Europalaan.

Het centrum van Renkum is ook een belangrijk knooppunt van gemarkeerde fiets- en wandelroutes voor de zuidelijke Veluwe en de Betuwe. De routes komen samen in het hartje van het centrum, bij het Dorpsplein. Er zijn in de directe omgeving aantrekkelijke toeristische faciliteiten en verblijfsplaatsen.

De omgeving is bosachtig, heeft reliëf en is via een veer verbonden met de Betuwe. Vanouds heeft Renkum een belangrijke papierindustrie. Er zijn altijd veel bedrijven geweest die allerlei vormen papier maken. Het aantal arbeidsplaatsen is hier afgenomen en Renkum en Heelsum zijn steeds meer ontwikkeld tot aantrekkelijke, welvarende woondorpen in een groene omgeving.

In de directe omgeving bevinden zich diverse restaurants, B&B 's en andere verblijfsplaatsen. Het beekdal bij Renkum is in ere hersteld in de vorm van wandel- en natuurgebied aan de rand van de bebouwde kom. Voorheen was hier industrie gevestigd. Het betekent een forse impuls op de woonwaarde van Renkum.

2.2 Profiel Renkum/Heelsum

Het aantal inwoners in de gemeente Renkum is vrij stabiel rond de 31.000 inwoners en zal de komende jaren nauwelijks toenemen. Het aandeel 65+ neemt heel geleidelijk en slechts licht toe.

Het besteedbaar inkomen per huishouden in met name de gemeente Renkum is relatief hoog en ligt in alle kernen, dus ook in de plaats Renkum, boven het gemiddelde van Nederland. Het besteedbare inkomen per huishouden is het inkomen dat vrij beschikbaar is na aftrek van kosten. Het gemiddelde inkomen per inwoner is het inkomen dat men gemiddeld heeft. Hier moeten alle kosten van betaald worden. Verschillen in samenstelling van het huishouden hebben bijvoorbeeld veel invloed op kosten die men nog moet betalen. Daarom zijn er verschillen en kan het besteedbaar inkomen per huishouden in Renkum gunstiger dan gemiddeld Nederland zijn kan het gemiddeld inkomen per inwoner (net) onder het gemiddelde liggen.

Afbeelding 1: Toeristisch knooppunt



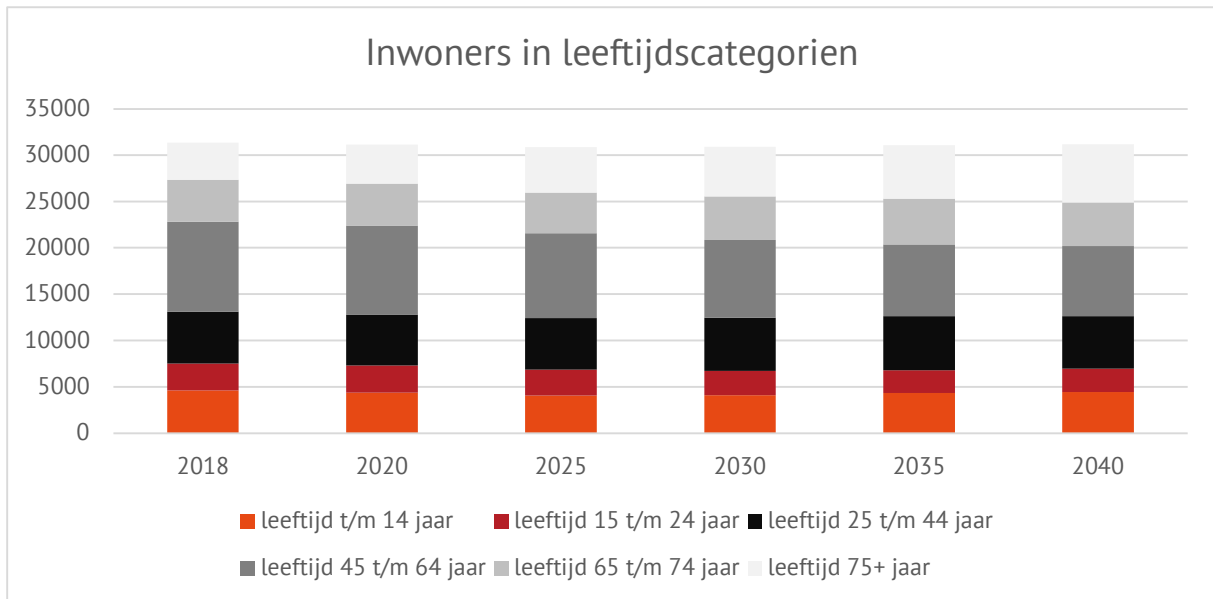


Diagram 1: Bevolkingsontwikkeling gemeente Renkum 2018-2040 (bron: gemeente Renkum)

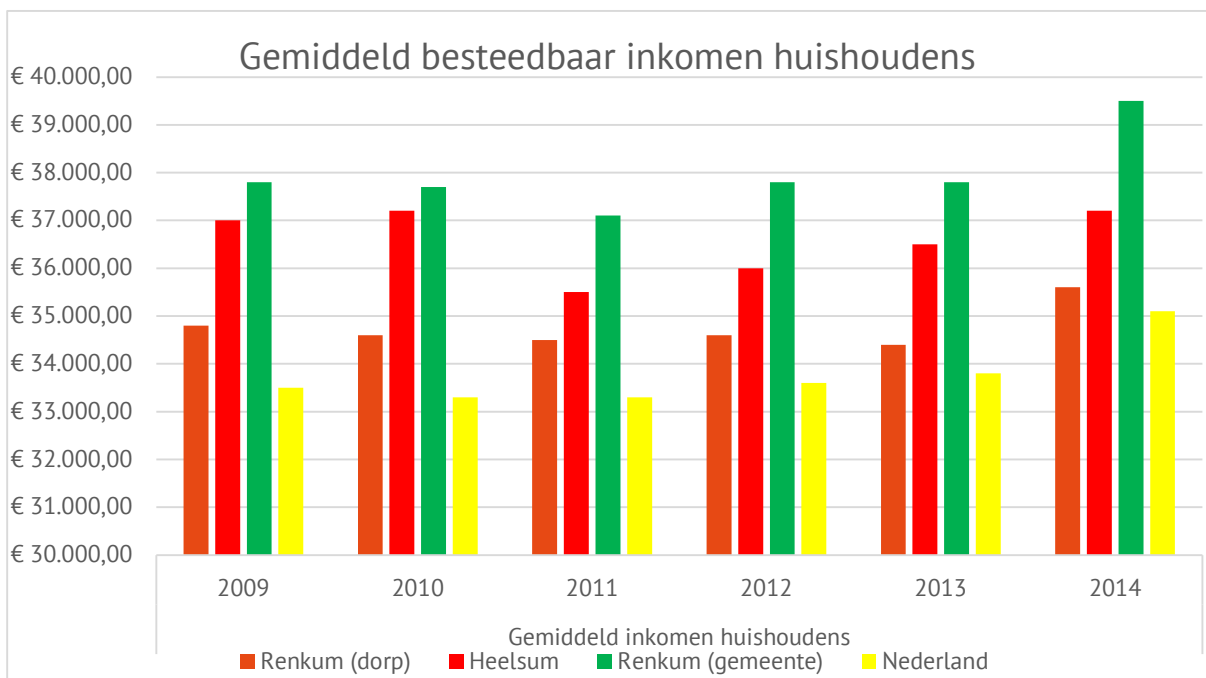


Diagram 2: Gemiddelde besteedbaar inkomen per huishouden in Renkum (bron: CBS, bewerking CLOK)

Ook als we kijken naar het gemiddelde inkomen per inwoner is er een gunstig beeld, al zit de plaats Renkum naar inkomen iets onder het gemiddelde. Let op: het besteedbare inkomen per huishouden ligt AKKOORD in de plaats Renkum boven het gemiddelde.

Index (NL=100)

	2010	2014	2018
Nederland	100	100	100
Renkum (gemeente)	111	117	114
Renkum (kern)	96	98	98
Heelsum (kern)	117	114	112

Tabel 1: Gemiddelde inkomen per inwoner
(bron: CBS en Rienstra/REPROG)

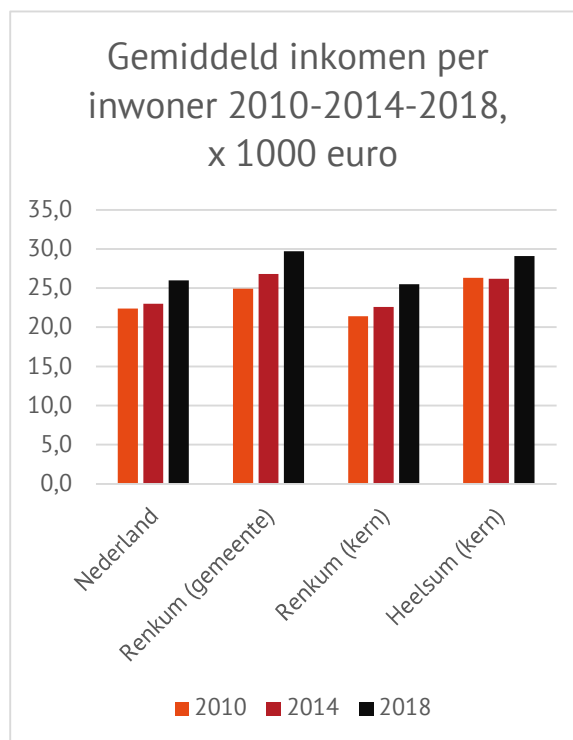


Diagram 3: Gemiddeld inkomen per inwoner
(bron: CBS en Rienstra/REPROG)

2.3 Wens toekomstbestendig centrum

2.3.1 Verkeerstellingen N225

Het centrum van Renkum ligt pal aan de provinciale weg N225. De op- en afritten van de N225 liggen aan respectievelijk de oostzijde- en de westzijde van de Dorpsstraat. Het centrum van Renkum is nu nog niet goed zichtbaar van de N225 of vanaf de afritten.

Uit de tabel op bijgaande Tabel 2 blijkt dat er per werkdag ca 18.000 auto's passeren, op de zaterdag rond de 13.500 en op de zondag ongeveer 11.500.

Diagram 4: Verkeerstellingen N225



Dit betekent dat een betere zichtbaarheid een belangrijke impuls kan betekenen voor het centrum. Dat kan bijvoorbeeld via uitingen op de geluidswal en door het toevoegen van richting borden op beide afslagen en op de korte vervolg route naar het centrum.

Gelders Verkeer

Jaargegevens telvakken

Weg

Zoeken

- A325
- A326
- A348
- N224
- N225
- N233
- N271
- N301
- N302
- N303

Telvak

Zoeken

- 1. Provinciegrens Utrecht (50) - Nude (51.4)
- 2. Nude (51.4) - Wageningen (52)
- 3. Diedenweg Wageningen (54.4) - Gen. Foulkesweg (55.4)
- 4. Gen. Foulkesweg (55.4) - Dorpsstraat (57.2)
- 5. Dorpsstraat (57.2) - Melkdam/Veerweg (58.2)
- 6. Melkdam/Veerweg (58.2) - Heidesteinlaan (59.2)
- 7. Heidesteinlaan (59.2) - Op-/Afrif A50 West (60)
- 7.1. Op-/Afrif A50 West (60) - Op-/Afrif A50 Noord (60.3)
- 8. Op-/Afrif A50 Noord (60.3) - N782 Utrechtseweg/van der Molenallee...
- 9. N782 Utrechtseweg/van der Molenallee (61.6) - Kasteelweg (62.8)

Gemiddeld aantal motorvoertuigen per etmaal, per jaar en type dag

Jaar	Werkdag	Weekdag	Zaterdag	Zondag
1993	17400	16000		
1994	18100	16650		
1995	18300	16730		
1996	17420	15860	12940	11000
1997	17800	16200		
1998	17860	16260		
1999	18720	17040		
2000	18830	17000	13750	11080
2001	19390	17510		
2002	19450	17600		
2003	19160	17300		
2004	18490	16760	13340	11570
2005	17760	16120		
2006	18140	16280		
2007	18500	16610		
2008	19150	17150		
2009	17940	16040	12690	9940
2010	18780	16770		
2011	18440	16500		
2012	18300	16300	12490	10110
2013	18090	16230		
2014	18290	16390		
2015	18870	16970		
2016	18720	17020	13870	11670
2017	17670	16070		
2018	18150	16550		
2019	18310	16700		
2020	15240	14100		



Diagram 5: Verkeerstellingen N225 met kaartsegment (bron: Gemeente Renkum, 2020)

2.4 Twee belangrijke uitdagingen

2.4.1 Twee belangrijke uitdagingen voor het centrum

Onder andere in het onderzoek KSO 2019 (zie bijlage) maar ook bij een rondgang in het veld en uit onderzoek van de Retailagenda komen twee belangrijke uitdagingen naar voren die ook voor Renkum een belangrijke rol spelen om de vitaliteit van het centrum te versterken:

- 1- Transformatie: Door de verwachte afname van het aantal winkels bij een gelijkblijvende bevolking streven naar een compacter centrum en naar een (kwalitatieve) transformatie. Daarmee bedoelen we niet alleen minder winkelmeters, maar ook het versterken van andere functies (wonen, zorg, cultuur, educatie, verzorging/service, ambachten, startups) in het centrum. In het kernwinkelgebied van het centrum zetten we in op behoud en versterken van de winkelfunctie. Doel is een compact en aantrekkelijk winkelgebied realiseren, met versterken van horeca en andere publiek trekkende centrumfuncties, bijvoorbeeld in diensten, cultuur, zorg en ambacht.
- 2- Profilering: Wat zou de rol van het centrum van Renkum moeten zijn (in de definitie van KSO 2019 (vooral een “dagelijks/verzorgend centrum”, hoewel het werkelijk WVO-aanbod groter is dan de 8.800m² die KSO hanteert), wat betekent dat voor het huidige noodzakelijke winkel- en voorzieningenaanbod (we noemen dit de N-waarden, de Noodzakelijke waarden, het type aanbod dat consumenten minimaal verwachten in een centrum als Renkum) en hoe kan het centrum van

Renkum zich onderscheiden (we noemen dit de O waarden, de Onderscheidende waarden, het type extra onderscheidende aanbod zoals een chocolaterie waardoor consumenten verrast worden)?

Het centrum van Renkum concentreert zich op de circa 370 meter lange Dorpsstraat met aan de oostzijde de Plus supermarkt en aan de westzijde de Albert Heijn supermarkt. Een discount supermarkt ontbreekt. Aanwezigheid hiervan zou de koopkrachtbinding en bezoekersaantallen versterken. Een compleet aanbod dagelijks is belangrijk voor Renkum. Dan hoeft men voor dagelijkse artikelen niet elders heen te gaan. Een deel van de extra bezoekers zal -als extra traffic- in het centrum meer winkels gaan bezoeken. Inwoners wijken nu regelmatig uit naar een centrum waar zowel een discount- als een service-supermarkt is. Een discounter zal daarom een flinke toegevoegde waarde hebben op de bestedingen in Renkum. Minder consumenten verlaten het dorp voor boodschappen, de binding aan het centrum wordt groter. Dat geeft ook een impuls op bestedingen aan niet dagelijkse artikelen en horeca.

Ongeveer halverwege bevindt zich het Dorpsplein. Een tweede, veel kleinere, zone is de iets noordelijk van de Dorpsstraat gelegen Europalaan. Het karakter van de Europalaan is meer stop en shop. Dus gerichte, snelle aankopen, gekoppeld aan parkeren.

Papierdorp, kunstenaarsdorp en toeristisch fiets- en wandelknooppunt

Naast haar positie als papierdorp profileert Renkum zich vanouds als kunstenaarsdorp en is het één van de plaatsen die betrokken was bij de Airborne operatie in 1944, zodat naast papier en kunst ook vrijheid een belangrijke lijn is waarlangs Renkum zich profileert.



Foto 2: kunstenaarsdorp

Toeristisch sterk

Tenslotte vormt Renkum een belangrijk (en in belang toenemend) knooppunt in populaire wandel- en fietsroutes voor de Veluwe en de Betuwe. In combinatie met de vanouds sterke toeristische voorzieningen profileert Renkum zich zo ook als een fiets- en wandeldorp voor actieve toeristen. En dit is een groeiend marktsegment, getuige alleen al de explosie aan e-bike verkopen en de populariteit van (korte) vakanties in Nederland.

2.5 Er zijn goede vooruitzichten

Ondanks de welvarende achtergrond van Renkum heeft het centrum te maken met een aantal uitdagingen. Het gaat daarbij onder andere om:

- het aanpakken van de leegstand
- verhogen van de verblijfswaarde
- vergroten van de zichtbaarheid
- versterken van het winkel- en horeca aanbod
- het aantrekken van andere publiekstreckende functies naast winkels en horeca
- meer ruimte bieden voor wonen
- het compacter en aantrekkelijker maken van het centrumgebied.

Een uitdaging daarbij is dat de kernstraat van het centrum, de Dorpsstraat, met een lengte van ca 350 a 400 meter te lang is. Dit zal overbrugd moeten worden.

De positie van de Europalaan vraagt om duidelijkheid. Hoewel er zich enkele goed functionerende (stop en shop) winkels bevinden, neemt de centrumfunctie er af. De vraag naar woningen, zeker nabij centrumvoorzieningen, neemt toe. Mogen vrijkomende panden aan de Europalaan getransformeerd worden naar wonen? De lijn in deze visie is: Ja dat mag.

Een toekomstbestendig centrum gaat niet alleen over winkels. De verwachting is dat na de corona periode andere functies versneld belangrijker worden. Denk daarbij aan wonen, zorg, zakelijke diensten, persoonlijke service, educatie, cultuur en bijvoorbeeld ambachten. Deze functies zullen ook steeds meer in de mix van gecombineerde functies voorkomen. Denk maar aan de combinatie van fitness, verzorging, horeca en retail. Van een bibliotheek met horeca. Voor start ups is het centrum ook aantrekkelijk vanwege de nabijheid van voorzieningen, de bereikbaarheid en de omgeving die voor een aantal bedrijven meer aanspreekt dan een bedrijventerrein.

Het centrum biedt daarnaast kansen voor het realiseren van duurzaamheid- en klimaatdoelstellingen. Hier liggen 1+1=3 kansen. Investerings in duurzaamheid en klimaatbestendigheid kunnen tegelijk investeringen in een aantrekkelijker, groener centrum zijn.

Ondernemers en bezoekers geven aan dat ze meer groen zouden willen zien. Of aantrekkelijke waterpartijen. Indien in het centrum meer groen en blauw wordt aangebracht wordt het centrum aantrekkelijker om heen te gaan of te ondernemen, maar worden ook concrete stappen gezet om temperatuurstijging tegen te gaan. De daken van winkels kunnen in samenwerking ingezet worden om duurzame energie op te wekken.

Dit sluit ook aan bij het profiel van de bevolking met het toenemende aantal mensen met binding met de WUR (Wageningen Universiteit), Food Valley en daaraan gelieerde instellingen en bedrijven.

Bovendien is Renkum verbonden met de papierindustrie, die op haar beurt een rol kan spelen in de circulaire samenleving. Papier is een natuurproduct en draagt bijvoorbeeld niet bij aan de plastic soep op de oceanen.

Door met het centrum in te spelen op het geschetste profiel van Renkum, Heelsum en haar omgeving ontstaat er een impuls op de binding tussen bewoners en centrum.

Dit vraagt om een bondige, maar heldere visie op het centrum, met een uitvoeringsprogramma om de visie naar de praktijk te vertalen.

Er is in datzelfde onderzoek ook een vitaliteitsbenchmark voor centrum Renkum gemaakt. De resultaten voor Renkum, gemeten volgens de methode van bureau GoudappelCoffeng, geven aan dat er perspectief is, maar dat er belangrijke uitdagingen zijn: compactheid, leegstand, groen en kansen voor toerisme en digitale vindbaarheid.

In de bijlage hebben we meer informatie en de link naar het onderzoek opgenomen. Het overzicht uit het rapport KSO 2019 staat op de volgende bladzijde.

Conclusie: Het vitaliteitsonderzoek van de provincie Gelderland biedt aanknopingspunten. Maar ook het lokale besteedbare inkomen is gunstig. Momenteel is er bovendien een trend naar het vaker bezoeken van lokale centra. In combinatie met het inzetten op een compact, aantrekkelijk en goed vindbaar centrum met verblijfswaarde, inclusief aandacht voor het aantrekken van publiek trekkende non retail functies en toevoegen van (kwalitatief) wonen kunnen er zo nieuwe kansen en nieuw perspectief voor Renkum centrum ontstaan.

Vitaliteitsbenchmark Gelderland: Renkum in beeld

Demografie

	Renkum	Provincie Gelderland
Bevolkingsprognose (2040)	-4%	4%
Vergrijzing	28%	20%
Besteedbaar inkomen	44.700	42.000
Aandeel studenten	3%	4%
Consumenten binnen bereik	218.440 direct 1.492.530 indirect	156.800 direct 1.250.147 indirect

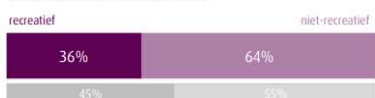
Voorzieningen

Renkum kent **72** consumentgerichte voorzieningen (excl. leegstand)

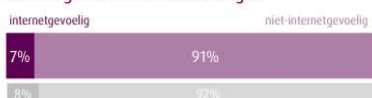
De centra die onderdeel zijn van de Vitaliteitsbenchmark Gelderland kennen gemiddeld **119** consumentgerichte voorzieningen (excl. leegstand)

Regiopolitie: binnen 20 kilometer zijn onder andere de grotere centrumgebieden van Arnhem, Bemmelen, Ede, Nijmegen, Veenendaal en Wageningen gelegen. Binnen 40 kilometer van Renkum zijn ook de grotere centra van onder andere Amersfoort, Kleef en Zutphen gelegen.

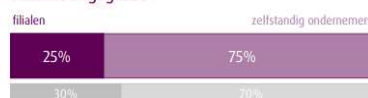
Diversiteit van het aanbod



Gevoeligheid internetbestedingen



Filialisingsgraad



Samenwerking

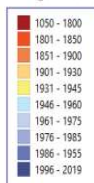
In Renkum is een (niet-geaccordeerde) **gemeentelijke centrumvisie**. Er is een **ondernemersvereniging** voor het centrum, de kern en gemeente plus **overleg** tussen gemeente en ondernemers. Ook is de **verordening reclamebelasting** voor centrumontwikkeling van kracht en is er een **centrummanager** aanwezig in Renkum.



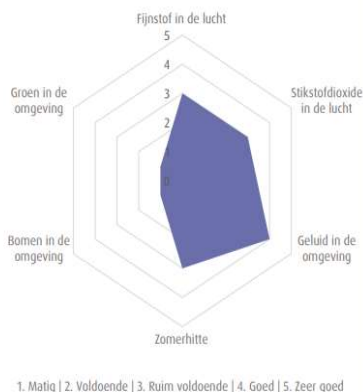
Ruimtelijke kwaliteit

Historisch karakter - bouwjaar

Aandeel panden dat voor 1940 is gerealiseerd is **37%**
Het gemiddelde in de benchmark is **36%**



Kwaliteit van de leefomgeving



Bereikbaarheid

1. Matig | 2. Voldoende | 3. Ruim voldoende | 4. Goed | 5. Zeer goed



In Renkum is er geen sprake van parkeerregulering of een blauwe zone.

Impact Covid-19

Van de aanwezige consumentgerichte voorzieningen in Renkum kent **26%** een positief effect en **29%** een negatief effect als gevolg van de Covid-19 pandemie.

In de centra onderdeel van de Vitaliteitsbenchmark Gelderland is dit gemiddeld respectievelijk **28%** en **41%**.

Veiligheid	Matig - Voldoende - Ruim voldoende - Goed - Zeer goed
Toerisme	Matig - Voldoende - Ruim voldoende - Goed - Zeer goed
Digitale vindbaarheid	Matig - Voldoende - Ruim voldoende - Goed - Zeer goed

Renkum kent **20%** leegstand

In de centra onderdeel van de Vitaliteitsbenchmark Gelderland is de leegstand gemiddeld **10%**

2020 | Goudappel Coffeng BV

In opdracht van de provincie Gelderland

Aan deze factsheet kunnen, ondanks zorgvuldige samenstelling, geen rechten worden ontleend.

3. Visie: Renkum favoriete dorpse ontmoetingsplaats

3.1 Waarom een visie? Omdat samenwerking met perspectief nodig is.

Waarom is een visie belangrijk? De kern van een succesvol, toekomstbestendig centrum van Renkum is dat er wordt samengewerkt. Samenwerking zonder doel, zonder perspectief is een lege huls. Samenwerking vraagt om een gedeelde probleemanalyse, om een gedeeld doel dat stap voor stap gerealiseerd gaat worden.

Dat is niet alleen een probleem van de centrumondernemers, maar ook van vastgoedpartijen, gemeente en de toeristische en culturele sector. Zij allen hebben er belang bij dat het centrum aantrekkelijk is voor bewoners en bezoekers. Ook bewoners hebben belang bij een aantrekkelijk centrum. Dat verhoogt hun woonplezier, de waarde van hun huis en de leefbaarheid van hun woonplaats. Denk maar aan de impuls die het betekent voor de zorg. Een aantrekkelijk centrum is bijvoorbeeld een stimulans voor een arts zich te vestigen in Renkum en Heelsum. Hetzelfde geldt voor de aantrekkingskracht van Renkum op bedrijven in bijvoorbeeld de ICT sector.

Renkum en Heelsum zijn dorpen in een aantrekkelijke omgeving, met zowel bossen als stedelijke voorzieningen. De plaatsen trekken momenteel ook inwoners uit Wageningen aan, denk aan jonge professionals, al of niet met gezinnen. Het gevolg is een geleidelijk veranderende bevolking. Ze zoeken het dorpse karakter met complete voorzieningen. Er is ook sprake van ontspannen centrumbezoek door beperkte drukte, goede bereikbaarheid, makkelijk parkeren en verrassende winkels. Hier liggen kansen voor het werken aan een onderscheidend centrum. Maar dat vraagt compleet zijn in dagelijkse voorzieningen, goede zichtbaarheid, compactheid en verblijfswaarde. Met iets extra's als leuke winkels en voorzieningen.

3.2 Rol van het centrum is veranderd, ook dat van Renkum

De rol van het centrum is veranderd. Die verandering is versterkt door de Corona-crisis. Het is nog niet duidelijk hoe het post Corona tijdperk uitpakt voor centra. Er zijn echter wel een aantal indicaties, die we al terugzien in het centrum van Renkum. We noemen elf relevante, meerjarige trends:

11 Trends post-Corona

1. In de klantreis -waar ga je winkelen- wordt online belangrijker
2. De rol van de winkel is veranderd van verkooppunt naar schakel in de klantreis
3. Toerisme wordt belangrijker voor centra
4. Consumenten verwachten minder vaak te winkelen
5. Aan duurzaamheid en vergroening wordt steeds meer gehecht
6. Kleinere centra dichterbij winnen aan populariteit
7. De toegevoegde waarde van de ondernemer wordt belangrijker
8. Formules hechten meer belang aan lokaal samenwerken
9. Centra worden steeds meer een ontmoetings- en inspiratie plaats
10. Andere functies dan winkels en horeca gaan belangrijker worden
11. Er ontstaan nieuwe winkelconcepten, vaak ook in de vorm van *blending of multi-branchering*

Hoe zien we dat in Renkum terug? De rol van de winkel als schakel in de klantreis is goed te zien bij een winkel als MTK Fashion. Deze winkel is in oppervlakte sterk gegroeid, maar het grootste aandeel in de omzet wordt online geboekt. Een andere nieuwe onderneming zoals Mijn Hypotheekwinkel heeft doelbewust gekozen om met een winkel te gaan werken. Veel andere winkels zijn actief in de social-media en gebruiken de etalage bijvoorbeeld om bestellingen te genereren. Of gebruiken de social-media om klanten naar de winkels te brengen.

Landelijk zien we dit beeld ook. Herman Bramer, de CEO van de elektronicaketten BCC geeft aan doelbewust voor een netwerk van ongeveer 70 winkels te kiezen. Net als bijvoorbeeld Expert en Coolblue merkt BCC dat winkels de online omzet ondersteunen en vice versa.

Het belang van toerisme zien we in Renkum terug in de fietsroutes in hartje centrum. Toeristische ondernemers merken dat hun klanten ook vragen naar leuke adressen in het centrum. Toeristische ondernemers en centrum ondernemers versterken elkaar. Voor de komst van het pannenkoekenrestaurant was het toeristische knooppunt een belangrijke factor. Een zaak als Beleef ontvangt vooral in de zomer veel toeristen.

3.3 Centrum Renkum als merk

Je kunt een centrum vergelijken met een pak Drecht. Drecht moet in ieder geval wit wassen, maar moet ook onderscheidend zijn. We noemden dit in hoofdstuk 2 de N-waarden, de Noodzakelijke waarden. Maar als Drecht verder niet onderscheidend is kun je net zo goed het huismerk van een winkel kopen. Drecht moet dus om gekozen te worden ook iets extra's bieden, onderscheidend zijn. Bijvoorbeeld dat het veel witter was, dat je er minder van nodig hebt en dat het biologisch is. We noemde dat de O-waarden, de Onderscheidende waarden.

Voor een centrum geldt dit ook. Schoon, heel en veilig (en steeds vaker groen) is een randvoorwaarde, een N-waarde. De winkels die je bij de omvang van Renkum verwacht moeten er in ieder geval zijn. Bijvoorbeeld op het gebied van dagelijks een service supermarkt en een discount supermarkt. In de kern is de N-waarde voor Renkum nog niet compleet voor het lokaal verzorgende karakter door het ontbreken van een discount supermarkt.

Daarnaast is onderscheid belangrijk. De O-waarden zijn al aanwezig, maar ze moeten versterkt worden om twee redenen, namelijk 1) om de vanzelfsprekende keuze te worden voor de bewoners van Renkum en Heelsum en 2) om de positie bij toeristen te versterken

Als aangegeven zijn de O-waarden aanwezig. Denk aan de aanwezigheid van speciaalzaken. Bij dagelijks een kaaswinkel, groenteboer, bakker, goede slager of een chocolaterie. Aparte winkels in mode, leefstijl of een fijne kapper die bij een persoonlijke stijl past. Maar de O-waarden kunnen versterkt worden. Er moet actief op worden ingezet. Buiten winkels kan het gaan om horeca voorzieningen, goede bereikbaarheid, makkelijk parkeren, fietsbereikbaarheid en zichtbaarheid. Het hebben van ontdekkingsstraatjes of ontdekkingszones, waar je aparte winkels hebt. Dat trekt consumenten maar ook andere aparte ondernemers.

Een sterke merkpositie vraagt om gedeelde merkwaarden. Drecht richt zich op "care". Voor Renkum kan het bijvoorbeeld gaan om "kunstzinnig" (van oudsher), "duurzaam" (papier), "ontspannen" (recreatie, geen gedoe), "energie opdoen"(fietsroutes). Dit moet opgepakt worden in de uitvoering van deze visie.

3.4 Samenwerken, het Dorpsteam dat ondernemersvereniging OVC ondersteunt

De afgelopen maanden is het dorpsteam samengesteld: een klein team van betrokken inwoners en ondernemers met verschillende achtergronden. In de startfase hebben ze meegedacht over welke verbeterpunten er zijn voor het centrum. Die zijn verwerkt in deze visie en de bijbehorende uitvoeringsagenda. Nadat de visie gereed is kan het Dorpsteam zich samen met de ondernemers gaan inzetten voor het centrum. Eventueel kan het Dorpsteam daartoe uitgebreid worden.

Ondersteuning gebeurt aan de hand van meedenken en het helpen uitvoeren van (kleine of grotere) projecten. Men hoeft niet alles zelf te doen: De verschillende deelnemers kunnen daarbij hun netwerken inzetten. Men zet zich in bij projecten waarin men interesse of expertise heeft. Zo wordt de betrokkenheid van Renkum/Heelsum met het centrum vergroot en wordt de visie stap voor stap en al doende ten uitvoer gebracht.

3.5 Visie: Renkum favoriete dorpse ontmoetingsplaats

Het concept van het centrum van Renkum als favoriete dorpse ontmoetingsplaats betekent dat er een sterk aanbod van winkels en horeca is, die aansluiten op het profiel van de bevolking en de bezoekers en dat men er niet alleen komt om boodschappen te doen of te winkelen. Men komt ook naar het centrum om bijvoorbeeld naar de bibliotheek te gaan, te werken, voorstellingen te zien, evenementen te beleven, voor kinderopvang, zorg, persoonlijke diensten. Hier presenteren verenigingen zich en spreek je af voor een vergadering. Hier zullen zich ook start ups kunnen vestigen. De winkels en horeca zullen zich concentreren in het kerngebied, andere functies meer aan de randen, in de aanloopgebieden.

Renkum Papierdorp: innovatieve duurzaamheid door Innovatielab

Daarnaast biedt samenwerking met aanwezige papierfabrieken de kans de relatie met de papier industrie te vergroten. Dat zou op een innovatieve manier kunnen. Er vindt op het gebied van papier veel innovatie plaats die belangrijk is voor duurzaamheid en circulariteit in bijvoorbeeld retail en horeca. Papier draagt niet bij aan de plastic soep op de oceanen. Renkum zou een rol kunnen krijgen als innovatielab voor die nieuwe papier toepassingen. Dan zijn de positionering van papierdorp en innovatie in retail en horeca effectief met elkaar verbonden. Het sluit ook aan bij consumententrends, en de extra belangstelling voor duurzaamheid en circulariteit in de regio door de aanwezigheid van WUR (Wageningen University & Research)

Wat is de opgave?

De opgave van Renkum is het verhogen van de bezoekersaantallen, het verlengen van de verblijfsduur het verbeteren van de verblijfswaarde. Door meer betrokkenheid en binding invulling geven aan de gewenste positie van favoriete dorpse ontmoetingsplaats.

Wat is daarvoor de strategie?

Die zal zich allereerst moeten richten op het realiseren van een zo groot mogelijk binding met de bevolking uit Renkum/Heelsum. Daarnaast zal ingezet moeten worden op toeristische bezoekers en het verleiden van passanten op de drukke provinciale weg N225.

Hoe gaan we dat bereiken?

- 1- Versterken positie dagelijks, door de koopkracht afvloeiing in food te verkleinen. Compleet zijn in dagelijkse boodschappen. Zodat het aantal bezoekers en de omzet in het centrum stijgt. Hiervoor is de aanwezigheid van een discount supermarkt in het centrum belangrijk. De verkenning hiervoor, een ingewikkeld proces, is ingezet.
- 2- Actief inzetten op het aantrekken van functies die publiek trekken en die het centrum als ontmoetingsplaats versterken. Dit kan bijvoorbeeld zijn het vestigen van een (wervende) bibliotheek en zorgfuncties als artsen- of tandartsenpraktijk of diensten als persoonlijke service op bijvoorbeeld van persoonlijke fitheid of gezondheid.
- 3- Versterken toerisme door het betrekken van toeristische ondernemers in de centrum organisatie en het bieden van bezoekerswaarde, bijvoorbeeld door een aantrekkelijker Dorpsplein met terraskeuze.
- 4- Versterken positie als fiets- en wandelknooppunt door de verblijfswaarde van het Dorpsplein te vergroten met aantrekkelijker, groenere en flexibeler inrichting, toevoegen van terrassen en stimuleren meer functies (denk aan alles wat toeristen en centrum bezoekers zoeken, toilet, oplaadpunt, informatie, food, reparatie) en meer samenwerking tussen ondernemers bij het Dorpsplein.
- 5- Vergroten van de zichtbaarheid vanaf de N225. Momenteel is vanaf de weg niet direct zichtbaar dat er een compleet en toegankelijk centrum op 1 minuut van de oostelijke en de westelijke afslag op de N225 ligt. Er staat bijvoorbeeld geen richtingbord bij de afslagen en er is geen markering zoals een zuil of markant punt. Het centrum is niet zichtbaar.
- 6- Verhogen van de verblijfswaarde door het realiseren van een horecapplein op het Dorpsplein. Dit breekt ook de te lange loopafstand tussen oostzijde en westzijde van de Dorpsstraat. Tegelijk inzetten op meer vergroening, zitjes en eventueel een waterpartij. Zo kan tegelijk een bijdrage worden geleverd aan lokale klimaatdoelstellingen.
- 7- Verminderen leegstand door in te zetten op transformatie. Vrijkomende winkelpanden aan de Europalaan mogen getransformeerd worden naar andere niet-centrum functies, zoals wonen. Transformatie naar vooral wonen aan de westzijde van de Dorpsstraat en aan de oostzijde, waar ook mogelijkheden zijn voor aanloop functies zoals zorg en diensten.
- 8- Het verleiden van start ups en (regionale) formules zich in het centrum te vestigen en door relocatie te ondersteunen.
- 9- Integrale beleidsaanpak van het centrum. Het centrum kan een belangrijke rol spelen bij het toevoegen van wonen, realiseren van klimaatdoelstellingen, versterken van de zorg en verhogen participatie. Dit kan bijvoorbeeld mede geactiveerd worden door een praktisch papier innovatielab in samenwerking met de papierindustrie, passend bij de positie van Renkum als papierdorp en de nabijheid van de WUR.
- 10- Bespreken of optimaliseren van parkeren (op enkele plekken) nodig is door het toevoegen van blauwe zone parkeren. Tegelijk zorgdragen dat er voldoende lang parkeerplaatsen nabij het centrum beschikbaar blijven of eventueel toegevoegd worden.
- 11- Vergroten van de samenwerking en de organisatiekracht m.b.t. het centrum, waar behalve ondernemers, vastgoed, gemeente ook partijen die doelgroepen als bewoners en toeristen kunnen binden behoren, zoals meegenomen in het Dorpsteam.

We werken dat in hoofdstuk vier uit, aan de hand van een actiekaart, organisatie model en actiepunten. Cruciaal daarbij is de samenwerking tussen ondernemers, gemeente en Dorpsteam.

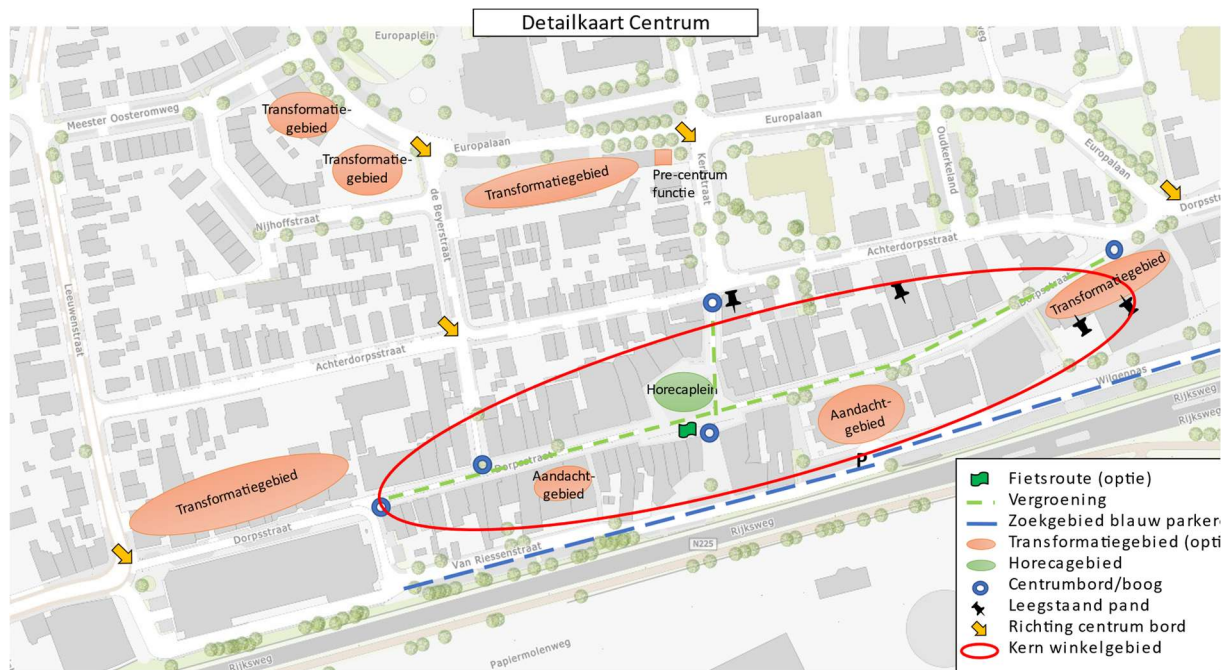
4. Speerpunten en organisatie voor een uitvoeringsplan

4.1 Afwegingskader voor het uitvoeringsplan

- Streven afwegingskader: Centrum als favoriete dorpsse ontmoetingsplaats. Daartoe compacte kern met diverse centrumfuncties, transformatie in aanloopzones mogelijk, versterken wonen rond centrum via transformatielocaties.
- Versterken van de positie dagelijkse artikelen door te streven naar het toevoegen van een discount supermarkt in het centrum en bij voorkeur (indien mogelijk) in het kernwinkelgebied. Discount supermarkt en centrum dienen elkaar te versterken in het lokaal binden van koopkracht
- Inspelen op de veranderende rol van het centrum. Dat betekent: Inzetten op een compact, aantrekkelijk en groen centrum, compleet in haar lokaal verzorgende functie met extra's voor (toeristische/regionale) bezoekers. Het kernwinkelgebied bestemmen voor winkels, horeca en diensten alsmede publiek trekkende functies in de zorg, cultuur en ambachten. Mix functies (blurring, bijvoorbeeld combinatie winkel en cultuur) zijn mogelijk. Geen woonfuncties op de begane grond met wonen aan voorzijde aan winkelstraten toevoegen.
- Publiektrekkende niet-winkelfuncties in de gemeente zoveel mogelijk binnen het kernwinkelgebied of indien dit niet haalbaar is naar de randen van het kernwinkelgebied (aanloop en transformatie zones) brengen.
- Verblijfswaarde verhogen door een horecaplein met terrassen, horeca voorzieningen, groen en bankjes, speciaalzaken en goede toiletvoorzieningen, een aantrekkelijke bibliotheek (toch al gauw zo'n 35.000 a 50.000 bezoekers per jaar) met horeca- en ontmoetingsfunctie.
- Streven naar meer traffic (bezoekers) in het centrum en langere verblijfsduur. Trachten doelstellingen met betrekking tot duurzaamheid en klimaatbestendigheid te combineren met het realiseren van een groener, aantrekkelijker centrum.
- Transformatie naar andere functies (met name wonen, eventueel ook zorg, diensten) aan de randen van het centrum en de Europalaan, meewerken aan verzoeken daartoe en dit opnemen in de ruimtelijke visie. De transformatie- en aanloop zones mogen ingezet worden voor publiek trekkende cultuur- en zorgfuncties indien deze in het kernwinkelgebied niet haalbaar zijn.
- Streven naar aantrekkelijke aanloop locaties, gelegen tussen transformatie zones en kernwinkelgebied. Nader uit te werken.
- Zichtbaarheid van het centrum vergroten via bewegwijzering (met name vanaf belangrijke bronpunten zoals de N225), markering, entrees, zichtbare centrumfuncties, zodat het centrum zich "natuurlijk" ontvouwt (denk aan een winkel op de hoek Europalaan/Kerkstraat of een ijssalon met terras aan de oostzijde van de Dorpsstraat of een supermarkt aan de westzijde van de Dorpsstraat).
- Parkeerplaatsen optimaal inzetten voor bezoekers, overwegen van blauwe zones om zo parkeerplaatsen effectiever voor bezoekers in te kunnen zetten, aantrekkelijk fiets parkeren met oplaad mogelijkheden.
- Realiseren van duidelijke entrees daar waar het centrum begint. Dat kan in de vorm van banieren of via een artistieke invulling.
- Inzetten op woonkwaliteit in de transformatiegebieden, zodat bewoning een impuls voor het winkelen en de verblijfswaarde van het centrum betekent.
- Versterken van (kwalitatief) wonen nabij het centrum, in de transformatiezones en boven winkels en horeca, zodat een impuls op het functioneren van het centrum wordt gerealiseerd.

4.2 De actiekaart

In overleg met het dorpssteam, uit gesprekken met ondernemers en op basis van marktontwikkelingen en de DNA van het gebied is een kaart gemaakt die de actiepunten op hoofdlijnen weergeeft.



Kaart 1: Actieoverzicht Centrum (CLOK 2021)

Op de kaart zien we de visie op het centrum samengevat in een aantal actiepunten:

- Streven naar een compact, aantrekkelijk kernwinkelgebied met winkels, horeca, diensten, publiek trekkende cultuur en zorgfuncties en mengvormen die publiek trekken zoals een bibliotheek met horeca en/of andere diensten.
- Bij transformatie ruimte kunnen bieden aan een discount supermarkt.
- Transformatie van winkels naar (voornamelijk) wonen op de Europalaan. Dit betekent dat er meegewerkt zal worden indien een pandeigenaar de functie wil veranderen naar wonen.
- Nagaan of andere publiektrekkende functies (zoals de bibliotheek) naar het centrum kunnen verhuizen.
- Transformatie naar wonen aan de westzijde van de Dorpsstraat mogelijk.
- Transformatie naar wonen of zorgfuncties (en andere niet-winkelfuncties) aan de oostzijde van de Dorpsstraat.
- Haalbaarheid onderzoeken van een discount supermarkt.
- In de Aandachtsgebieden extra aandacht voor vestiging aantrekkelijke centrum voorzieningen of winkels, denk aan sociaal culturele publiekstrekkers, retail trekkers of horeca cq start ups
- Verbeteren bewegwijzering naar centrum, aanbrengen aantrekkelijke markering bij de entrees.
- Dorpsplein omvormen naar een aantrekkelijk horecaplein, in samenhang met andere functies. Zoals een bakker die ook horeca- en terras- service biedt.
- Vergroten horecavoorzieningen tbv verblijfswaarde, langere verblijfstijd.
- Vergroening in het hele centrum.
- Onderzoeken wenselijkheid en mogelijkheid blauwe zone parkeren.

Het gaat om richtinggevende hoofdlijnen die nader uitgewerkt moeten worden.

Toeristenstroom fiets



Kaart 1: Toeristische fietsroutes (CLOK 2021), het centrum is ook een knooppunt voor wandelroutes

Op kaart 2 staan op hoofdlijnen de toeristische fietsroutes aangegeven, uitmondend op het knooppunt bij het Dorpsplein, dat ook horecaplein met terrassen zal worden. Hier zullen ook fietsnietjes en oplaadpunten geplaatst kunnen worden. Daarnaast is het centrum een wandelroute knooppunt.

Rijksweg borden



Kaart 2: Zichtbaarheid en markering vanaf N225 (CLOK 2021)

De gele pijlen geven aan waar eventueel langs de N225 richtingborden naar centrum Renkum wenselijk zouden zijn, inclusief bebording op de vervolgroutes. Onderzocht moet worden of dit ook daadwerkelijk kan. De rode stippellijn geeft het zoekgebied voor creatieve uitingen om duidelijk te maken dat zich daar het dorpscentrum bevindt.

4.3 Vergroten organisatiekracht

Kijkend naar de opgave dan komen de volgende punten aan de orde: Vergroten organisatiekracht (ondernemersvereniging OVC kan het ondanks hun inzet niet alleen), uitvoeringsplan met prioriteiten, maken van werkgroepen.

Essentieel is het vergroten van de organisatiekracht. Het belang van en de eisen die gesteld worden aan een goed functionerend centrum overstijgt de mogelijkheden van de ondernemersvereniging OVC.

We adviseren om de centrum organisatie te versterken door samenwerking van de OVC met het Dorpsteam. Hiermee is inmiddels een start gemaakt. Het Dorpsteam kan betrokken inwoners, toeristische organisaties, vastgoedeigenaren, verenigingen en ondernemers inschakelen bij het uitvoeren, prioriteren en actualiseren van de Uitvoeringsagenda, of het actieplan. De OVC kan daarbij het ondernemers belang bewaken.

OVC en Dorpsteam maken plan

De OVC en het Dorpsteam maken aan de hand van het Uitvoeringsplan een jaarlijks actieplan. Door de expertise en het netwerk van het Dorpsteam wordt de betrokkenheid vanuit Renkum/Heelsum vergroot en neemt de slagkracht toe.

Er is met het Dorpsteam al een start gemaakt bij het maken van deze visie en uitvoeringsplan.

We adviseren om via bijvoorbeeld drie werkgroepen aan het werk te gaan: een werkgroep gericht op Ruimte (integraal beleid, openbare ruimte, vastgoed/leegstand), een werkgroep gericht op Evenementen (evenementen- en activiteiten agenda, toerisme) en een werkgroep gericht op Ondernemers (online, kennis, onderling contact).

Centrum manager

Overwogen kan worden, indien er budgettaire ruimte is, om een centrum- of programma manager aan te stellen die, aan de hand van een taakverdeling, zorgdraagt voor het doen uitvoeren en met Dorpsteam en OVC actualiseren van het uitvoeringsplan. De centrummanager kan op verschillende niveaus worden ingezet, bijvoorbeeld strategisch, projectmatig of eventueel facilitair niveau. Gezien de uitdaging waar Renkum voor staat adviseren we een strategische inzet, in combinatie met praktische doelstellingen. Hiervoor kan een aparte afweging worden gemaakt.

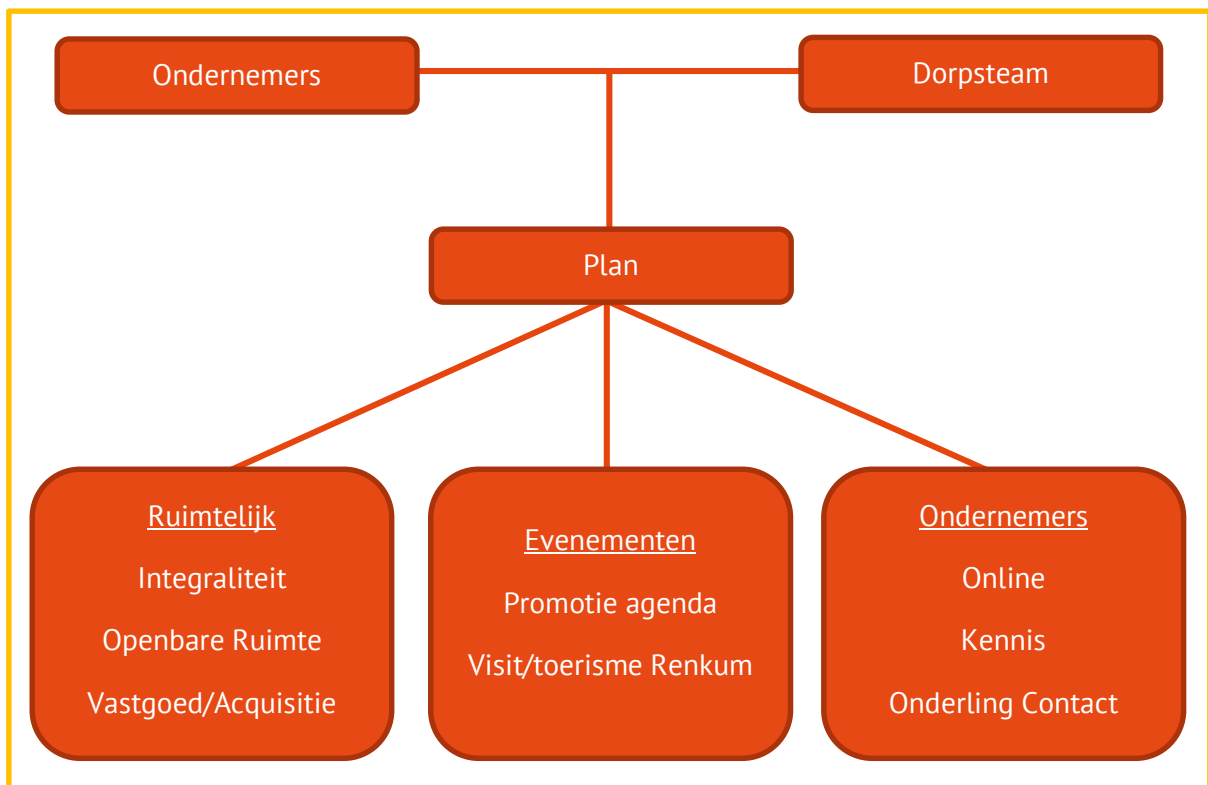


Diagram 6: Voorbeeld organisatieschema voor de uitvoering van het actieplan

4.4 Prioriteiten Uitvoeringsprogramma

Er zijn veel actiepunten genoemd. Deze staan in Bijlage 1. We adviseren te starten met een aantal prioriteiten. Deze speerpunten zijn in overleg tot stand gekomen. De nummering verwijst naar de actiepunten genoemd in Bijlage 1. De centrummanager staat tussen haakjes als optie genoemd. Deze kan ook als aangegeven gericht als programma manager ingezet worden om belangrijke programmapunten uit te helpen voeren. Een voorbeeld is verkennen en helpen realiseren komst discount supermarkt.

Met verkennen komst discount supermarkt is een intensieve start gemaakt, naast een aantal andere actiepunten (verkennen verplaatsen bibliotheek naar centrum, er is gestart met het Dorpsteam, overleg gestart m.b.t. realiseren horecaplein Dorpsplein). Zo is al een start gemaakt met de uitvoering van het actieplan. In Tabel 2 staan de prioriteiten genoemd.

Tabel 2 Uitvoeringsprogramma (Prioriteit op basis van actiepunten Bijlage 1)

Nr.	Omschrijving	Waarom?	Wie?
0.1	Versterken bestuur OVC, aandacht vastgoed, samenwerken Dorpsteam, delen en activeren merkpositie centrum Renkum	Visie en samenwerking realiseren	Ondernemers Betrokkenen Gemeente, (cm) Start is gemaakt
0.3	Regelmatig bestuurlijk overleg, aanwezigheid gemeente bij ondernemersvergadering	Monitoring en waar nodig hulp bieden	Ondernemers, Dorpsteam, Gemeente
1.1	Verkennen komst discount supermarkt, completering aanbod dagelijks en verhogen traffic, met ondernemer, vastgoed, gemeente	Completeren lokaal verzorgende rol centrum Renkum, vergroten binding en traffic	Projectgroep, (cm) Onderzoek afgerond
1.3	Verkennen komst bibliotheek (evt in combinatie met horeca, werkplekken, VVV, etc) en naar Dorpstraat, verhogen traffic en verblijfswaarde, leegstand.	Realiseren centrum als favoriete ontmoetingsplaats, ca 35.000 extra bezoekers	Gemeente, bibliotheek, vastgoed (cm) Onderzoek loopt
1.5	Eerste stappen naar Dorpsplein Horecaplein. Verblijfswaarde, toerisme.	Verblijfswaarde, verbinding Dorpsstraat Oost en West	Gemeente, ondernemers (cm) Start is gemaakt
1.6	Aanbrengen groen en check op duurzaamheid/klimaat inzet, gemeente	Integraliteit van beleid, kosten inzet duurzaamheid als plus voor centrum	Gemeente
1.7	Richtingborden centrum, via gemeente of via ondernemers - Fase 1: ANWB borden en parkeerbewegwijzering Fase 2: bruine/toeristische bewegwijzering en zichtbaarheid entrees	Zichtbaarheid en vindbaarheid centrum	Gemeente, ondernemers, Dorpsteam, (cm) Fase 1 gerealiseerd
1.8	Zichtbaarheid centrum vanaf N225, geluidscherm langs de weg als wervend icoon, werkgroep en brainstorm. Toevoegen van zonnepanelen, oude meesters aan kopse kant	Zichtbaarheid en vindbaarheid centrum Onderstrepen duurzaamheid Renkum/Heelsum, positionering kunstenaarsdorp	Gemeente, ondernemers, Dorpsteam, toerisme (cm), overleg Parencó
1.14	Plannen versterken toerisme, brainstorm hoe ondernemers dit kunnen versterken met aanbod Aansluiting bij visie recreatie en toerisme gemeente Renkum	Versterken toerisme en ondernemers	Ondernemers, Dorpsteam, toerisme, (cm)
2.1	Update website en gezamenlijk online social-media FB, actuele uitstraling	Aansluiten veranderde klantreis	Ondernemers
2.5	Hanging-baskets, ondernemers panden	Vergroenen	Ondernemers

2.6	Evenementen/activiteiten Jaarprogramma	Jaarrond gericht programma	Ondernemers, Dorpsteam (cm) In gang gezet
3.1	Werven horeca, completering aanbod, verblijfswaarde	Verblijfswaarde, completering aanbod	Ondernemers, vastgoed, bedrijfscontact (cm)
3.6	Inventariseren ondernemers en vastgoed Europalaan m.b.t. verplaatsen/transformeren	Compact centrum, leegstand aanpak	(Cm), Vastgoed, ondernemers, gemeente (kaders/middelen)
3.9	Verwijzen centrum tips bij toeristische ondernemers, bijvoorbeeld via vouchers, pakketjes	Samenwerking Toerisme en centrum ondernemers versterken	Ondernemers, toerisme, toeristische ondernemers, gesprekken zijn gestart, uitbreiding via Dorpsteam deelnemers

Bijlage 1: Actiepunten

Nr.	Omschrijving/Organisatie	Waarom?	Wie?
0.1	Versterken bestuur ORC, aandacht vastgoed, samenwerken Dorpsteam.	Visie en samenwerking realiseren	
0.2	Samenwerken Dorpsteam formaliseren	Continuïteit	Ondernemers Betrokkenen Gemeente, cm
0.3	Regelmatig bestuurlijk overleg	Monitoring	Ondernemers Betrokkenen Gemeente, cm
Nr.	Omschrijving/Ruimtelijk	Waarom?	Wie?
1.1	Verkennen komst discount supermarkt, completering aanbod dagelijks en verhogen traffic, met ondernemer, vastgoed, gemeente.	Completeren lokaal verzorgende rol centrum Renkum, vergroten binding en traffic	Projectgroep, cm
1.2	Verkennen mogelijkheden verplaatsen bestaande bedrijven om herontwikkeling t.b.v. komst discounter mogelijk te masken, met ondernemen, vastgoed, gemeente	Completeren lokaal verzorgende rol centrum Renkum, vergroten binding en traffic	Projectgroep, Oost BV, cm
1.3	Verkennen bibliotheek en VVV naar Dorpstraat, verhogen traffic en verblijfswaarde, leegstand.	Realiseren centrum als favoriete ontmoetingsplaats	Gemeente, bibliotheek, vastgoed
1.4	Kunstenaars via SLAK (huurplafond), richten op 1 ^e pilot met positieve vastgoedpartij	Leegstand aanpak, invulling geven aan kunstenaarsdorp	SLAK, Vastgoed, cm
1.5	Eerste stappen naar Dorpsplein Horecaplein. Verblijfswaarde, toerisme.	Verblijfswaarde, verbinding Dorpsstraat Oost en West	
1.6	Aanbrengen groen en check op duurzaamheid/klimaat inzet, gemeente	Integraliteit van beleid met 1+1=3	Gemeente
1.7	Richtingborden centrum, via gemeente of via ondernemers (kunst-dorp lijsten)	Zichtbaarheid en vindbaarheid centrum	Gemeente, ondernemers, Dorpsteam
1.8	Zichtbaarheid centrum vanaf N225, geluidscherm langs de weg als wervend icoon, werkgroep en brainstorm	Zichtbaarheid en vindbaarheid centrum	Gemeente, ondernemers, toerisme
1.9	Afval, schoon, gemeente basic	Basis op orde	Gemeente, ondernemers
1.10	Leegstaande panden uitstraling, vastgoed	Leegstand aanpak, werven ondernemers	Vastgoed, cm
1.11	Integraliteitsteam bij gemeente, verbeteren en versimpelen centrumaanpak en regels	Minder regeldruk	Gemeente, cm
1.12	Onderzoek Blauwe Zones parkeren	Optimaliseren parkeren voor bezoekers	Gemeente, ondernemers, bewoners, toerisme

1.13	Aansluiten overleg Omgevingsvisie	Integraliteit, 1+1=3 effecten	Ondernemers, Dorpsteam, gemeente
1.14	Plannen versterken toerisme, brainstorm hoe ondernemers dit kunnen versterken met aanbod	Versterken toerisme en ondernemers	Ondernemers, Dorpsteam, Visit Renkum
Nr.	Omschrijving/Activiteiten	Waarom?	Wie?
2.1	Update website en gezamenlijk online social-media FB, actuele uitstraling	Aansluiten veranderde klantreis	Ondernemers
2.2	Promotiefilm social-media	Aansluiten veranderde klantreis	Ondernemers
2.3	Papierwandeling	Onderscheidende positie vormgeven	Betrokkenen
2.4	Beter aanhalen Airborne, zie Oosterbeek	Sterk evenement	Ondernemers, Dorpsteam
2.5	Hanging-baskets, ondernemers	Vergroenen	Ondernemers
2.6	Evenementen Jaarprogramma	Jaarrond gericht programma	Ondernemers, Dorpsteam
Nr.	Omschrijving/Ondernemers	Waarom?	Wie?
3.1	Werven horeca, completering aanbod, verblijfswaarde	Verblijfswaarde, completering aanbod	Ondernemers, vastgoed, bedrijfscontact
3.2	Toilet aanbod verbeteren, liefst in winkels, bijvoorbeeld app Hoge Nood, ondernemers	Verblijfswaarde, service en omzetten verhogen	Ondernemers
3.3	Uitstraling winkels en lege panden	Werven ondernemers	Vastgoed, ondernemers
3.4	Gunfactor winkels vergroten, door 1 beeld, presenteren ondernemers. Film als start	Binding vergroten	Ondernemers
3.5	Werving horeca, al of niet ondersteunend (bv via Bibliotheek) via werkgroep	Favoriete ontmoetingsplek vormgeven	Gemeente, ondernemer
3.6	Inventariseren ondernemers en vastgoed Europalaan m.b.t. verplaatsen/transformeren	Compact centrum, leegstand aanpak	CM, Vastgoed, ondernemers, gemeente (kaders/middelen)
3.7	Checken hakkenbar naar centrum	Compleet centrum	CM
3.9	Verwijzen centrum tips bij toerist ondernemers, bijvoorbeeld via vouchers	Toerisme en ondernemers versterken	Ondernemers
3.10	Papier innovatie winkel opzetten met papier industrie, als een duurzame papier pilot store	Versterken onderscheid en merkpositie	Papier industrie, wellicht i.c.m. andere partijen als WUR
3.11	Stagiair online, ondernemerscoaches, studenten onderzoeksgroepen	Kennis versterken	Ondernemers, CM

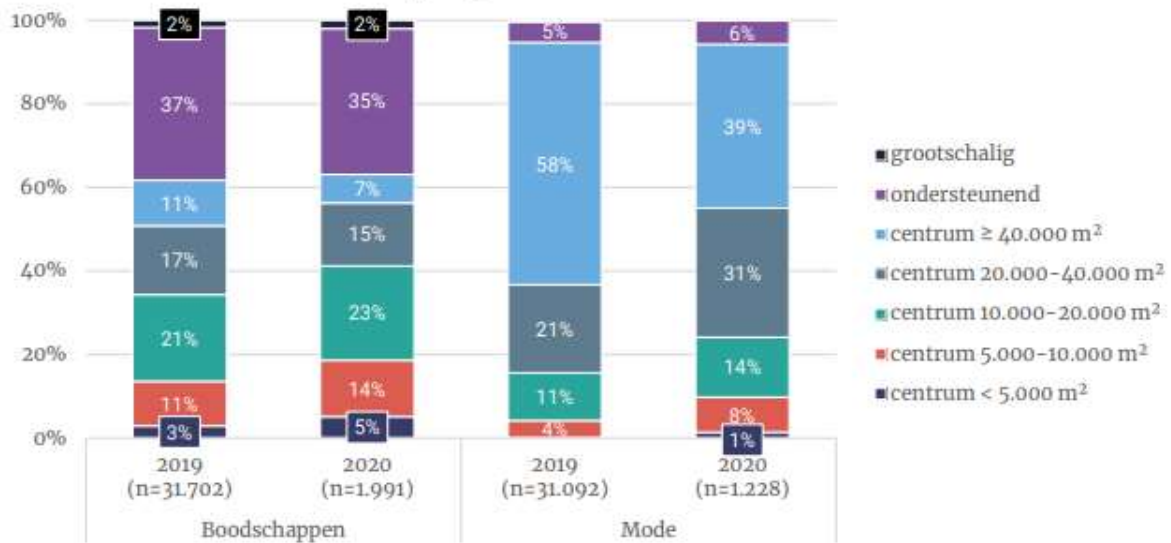
Bijlage 2: KSO 2019

Eind 2019 is door de provincie Gelderland een onderzoek naar de corona impact en de vitaliteit van de centrumgebieden in Helderland uitgevoerd. De corona impact bleek voor Renkum centrum (8.800 M2 wvo) beperkt te zijn, met een score van zelfs iets minder gevoelig dan gemiddeld.

[Corona-oplegger-koopstromen-Oost-Nederland-Gelderland_januari.pdf \(kso2019.nl\)](#)



Waar heeft u de laatste keer boodschappen gedaan?



Arnhem-Nijmegen

Winkelgebied	Gemeente	WVO	Uitgangssituatie	Corona-weerbaarheid	Perspectief
Centrum Arnhem	Arnhem	75.300	3,2	1,7	2,3
Centrum Groesbeek	Berg En Dal	13.500	3,4	3,3	3,0
Centrum Beuningen GLD	Beuningen	14.500	3,6	3,5	3,0
Centrum Doesburg	Doesburg	10.000	3,4	3,0	2,5
Centrum Druten	Druten	11.400	3,0	3,0	3,0
Centrum Duiven	Duiven	10.300	3,0	3,8	2,5
Centrum Malden	Heumen	11.900	4,5	3,8	4,0
Centrum Bemmelen	Lingewaard	9.900	3,5	4,0	3,3
Centrum Huissen	Lingewaard	8.900	3,8	3,2	2,8
Centrum Didam	Montferland	10.700	3,8	2,8	3,0
Centrum 's-Heerenberg	Montferland	8.700	3,5	4,0	2,8
Centrum Nijmegen	Nijmegen	84.900	3,2	1,8	2,0
Centrum Elst GLD	Overbetuwe	19.200	3,8	3,2	3,0
Centrum Zetten	Overbetuwe	7.300	3,0	4,0	3,3
Centrum Oosterbeek	Renkum	9.600	4,3	3,3	3,5
Centrum Renkum	Renkum	8.800	3,5	3,7	3,5
Centrum Dieren	Rheden	13.800	3,0	3,8	3,3
Centrum Velp GLD	Rheden	13.200	3,4	2,8	3,0
Centrum Westervoort	Westervoort	5.100	2,5	4,0	2,5
Centrum Wijchen	Wijchen	19.300	4,0	3,0	2,8
Centrum Zevenaar	Zevenaar	23.900	3,3	3,2	3,0

Er is in datzelfde onderzoek ook een vitaliteitsbenchmark voor centrum Renkum gemaakt. Ze staan hieronder aangegeven. De resultaten voor Renkum, gemeten volgens de methode van bureau GoudappelCoffeng, geven aan dat er perspectief is, maar dat er belangrijke uitdagingen zijn: Compactheid, leegstand, groen en kansen voor toerisme en digitale vindbaarheid.

Vitaliteitsbenchmark Gelderland: Renkum in beeld

Demografie

	Renkum	Provincie Gelderland
Bevolkingsprognose (2040)	-4%	4%
Vergrijzing	28%	20%
Besteedbaar inkomen	44.700	42.000
Aandeel studenten	3%	4%
Consumenten binnen bereik	218.440 direct 1.492.530 indirect	Gem. centrumgebieden 156.800 direct 1.250.147 indirect

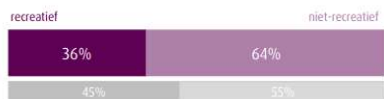
Voorzieningen

Renkum kent **72** consumentgerichte voorzieningen (excl. leegstand)

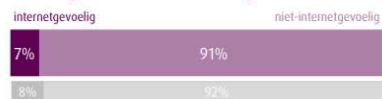
De centra die onderdeel zijn van de Vitaliteitsbenchmark Gelderland kennen gemiddeld **119** consumentgerichte voorzieningen (excl. leegstand)

Regiopolitie: binnen 20 kilometer zijn onder andere de grotere centrumgebieden van Arnhem, Bemmelen, Ede, Nijmegen, Veenendaal en Wageningen gelegen. Binnen 40 kilometer van Renkum zijn ook de grotere centra van onder andere Amersfoort, Kleef en Zutphen gelegen.

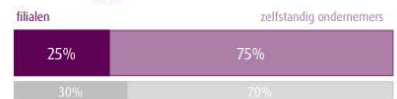
Diversiteit van het aanbod



Gevoeligheid internetbestedingen



Filialiseringsgraad



Samenwerking

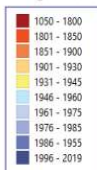
In Renkum is een (niet-geaccordeerde) **gemeentelijke centrumvisie**. Er is een **ondernemersvereniging** voor het centrum, de kern en gemeente plus **overleg** tussen gemeente en ondernemers. Ook is de **verordening reclamebelasting** voor centrumontwikkeling van kracht en is er een **centrummanager** aanwezig in Renkum.



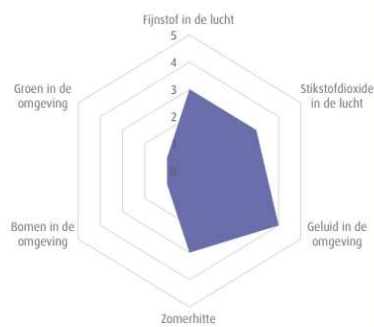
Ruimtelijke kwaliteit

Historisch karakter - bouwjaar

Aandeel panden dat voor 1940 is gerealiseerd is **37%**
Het gemiddelde in de benchmark is **36%**



Kwaliteit van de leefomgeving



1. Matig | 2. Voldoende | 3. Ruim voldoende | 4. Goed | 5. Zeer goed

Veiligheid	Matig - Voldoende - Ruim voldoende - Goed - Zeer goed
Toerisme	Matig - Voldoende - Ruim voldoende - Goed - Zeer goed
Digitale vindbaarheid	Matig - Voldoende - Ruim voldoende - Goed - Zeer goed

Bereikbaarheid

1. Matig | 2. Voldoende | 3. Ruim voldoende | 4. Goed | 5. Zeer goed



Impact Covid-19

Van de aanwezige consumentgerichte voorzieningen in Renkum kent **26%** een positief effect en **29%** een negatief effect als gevolg van de Covid-19 pandemie.

In de centra onderdeel van de Vitaliteitsbenchmark Gelderland is dit gemiddeld respectievelijk **28%** en **41%**.

Renkum kent **20%** leegstand

In de centra onderdeel van de Vitaliteitsbenchmark Gelderland is de leegstand gemiddeld **10%**

2020 | Goudappel Coffeng BV

In opdracht van de provincie Gelderland

Aan deze factsheet kunnen, ondanks zorgvuldige samenstelling, geen rechten worden ontleend.

PowerPoint-presentatie Gelderland (bron www.kso2019.nl)