



GEMEENTE   
**ETTEN-LEUR**

  
**CLOK**  
LOKAAL **KRACHTIG**  
ONDERNEMEN

# Centrumvisie Etten-Leur

December 2023

# Wat is een Centrumvisie?

In dit document staat de centrumvisie voor de binnenstad van Etten-Leur verwoord. Deze is opgesteld in 2023 door CLOK in samenwerking met opdrachtgever gemeente Etten-Leur en belanghebbenden in de binnenstad: ondernemers, vastgoedeigenaren en inwoners.

De visie geeft richting voor het centrum van Etten-Leur om te behouden wat op dit moment goed gaat, te verbeteren waar nodig, en in te zetten op de kansen die er liggen. De visie vormt de basis voor de vernieuwde samenwerking tussen ondernemers, vastgoed en gemeente. Vanuit gedeeld belang en ambitie werkt deze groep structureel aan een toekomstbestendig centrum.

Allereerst schetsen we (1) de aanleiding en het doorlopen proces. De opgaven voor de binnenstad staan verwoord in de (2) centrumvisie, die vervolgens concreter wordt ingekaderd met een praktisch (3) uitvoeringsagenda en (4) organisatievoorstel om vanaf 2024 mee aan de slag te gaan.

1

## Inleiding

p.3

In dit inleidende hoofdstuk gaan we in op de aanleiding voor het opstellen van de centrumvisie en het doorlopen proces in 2023 van start tot centrumvisie.

2

## Centrumvisie: wat voor centrum willen we?

p.7

In dit hoofdstuk gaan we in op de vraag: wat voor centrum willen we? Deze visie vormt de motivatie en leidraad om uitvoeringsplannen te benoemen, toetsen en in gang te zetten.

3

## Uitvoeringsagenda

p.16

In dit hoofdstuk staat de uitvoeringsagenda omschreven. Ingedeeld naar een aantal thema's zijn actiepunten opgesteld op basis van de input uit het participatietraject. Deze acties vormen de inzet vanaf 2024 om de visie te realiseren.

4

## Organisatie uitvoering

p.28

In dit hoofdstuk beantwoorden we de *hoe*-vraag. We beschrijven de manier waarop we met elkaar met de uitvoeringsagenda aan de slag gaan, inclusief een organisatievoorstel.



# 1

## Inleiding

In dit hoofdstuk gaan we in op de aanleiding voor het opstellen van de centrumvisie en het doorlopen proces in 2023 van start tot centrumvisie.

# Aanleiding voor de centrumvisie

## **Gemeente Etten-Leur zet in op een vitaal centrum**

De Gemeenteraad en het College van B&W van Etten-Leur zetten in op een levendig centrum. Het centrum van Etten-Leur draait goed en dat moet, in tijden van verandering, zo blijven. Dit is geen automatisch gegeven. Daarom is er een integrale visie nodig voor een toekomstbestendig centrum. In zowel het Raadsprogramma 2022-2026 als College Uitvoeringsprogramma 2022-2026 staat dat we met ondernemers en bewoners een visie op de winkelcentra in Etten-Leur ontwikkelen.

De gemeenteraad wil de regiofunctie van het centrum van Etten-Leur behouden en versterken. Daarvoor moeten voorwaarden voor levendige en aantrekkelijke winkelcentra in kaart worden gebracht en richting geven aan de ontwikkeling van het stadscentrum, Van Bergenplein en Kerkwerve. We stellen eerst een visie op voor het centrum van Etten-Leur. Daarna stellen we in een los traject visies op voor de wijkwinkelcentra. Zo borgen we dat de wijkcentra ook de aandacht krijgen die ze verdienen. Bij deze visie op het centrum hebben we wel de samenhang met de wijkcentra in acht genomen.

In deze centrumvisie zetten we uiteen wat nodig is om het centrum levendig en toekomstbestendig te houden en hoe dit verder uit te bouwen. Denk hierbij aan vergroening, compleet en onderscheidend aanbod detailhandel, verbinding met cultuur, woningbouw, maatschappelijke activiteiten, voldoende parkeervoorzieningen en versterking van lokaal ondernemerschap. Deze aandachtspunten zijn in lijn met de Gebiedsvisie Centrumgebied uit de Omgevingsvisie van Etten-Leur.

De centrumvisie met uitvoeringsprogramma is een document van de gemeente, dat in samenwerking met andere partijen uit de Gouden Driehoek van belanghebbenden: ondernemers en vastgoed is opgesteld. Naast de Gouden Driehoek zijn ook bewoners van het centrum betrokken in het participatieproces. Hier gaat hoofdstuk 4 verder op in. Het gedeelde belang van deze groepen vormt de basis voor een toekomstbestendig en levendig centrum. Dat vraagt samenwerking, gedeelde ambities en duidelijkheid.

# Proces: niet vanaf nul begonnen

## Startdocument als basis

We zijn niet vanaf nul begonnen. In de afgelopen jaren zijn er al diverse onderzoeken gedaan en plannen opgesteld waarin iets is opgenomen over het centrum.

In voorbereiding op de participatie is er een startdocument opgesteld. Dit startdocument is onder andere gebaseerd op de door CLOK in het najaar van 2021 opgestelde Analyse van het centrum Gemeente Etten-Leur. Andere meegenomen documenten staan rechts weergegeven. Daarnaast hebben we data vanuit koopstromenonderzoeken meegenomen om de positie van Etten-Leur binnen trends en ontwikkelingen in kaart te brengen. Deze zijn in de bijlage te vinden.

Voor het startdocument hebben we ook een SWOT-analyse met daarin sterke punten, zwakke punten, kansen en bedreigingen voor het centrum gemaakt. Deze is ook te vinden in de bijlage op pagina 34.

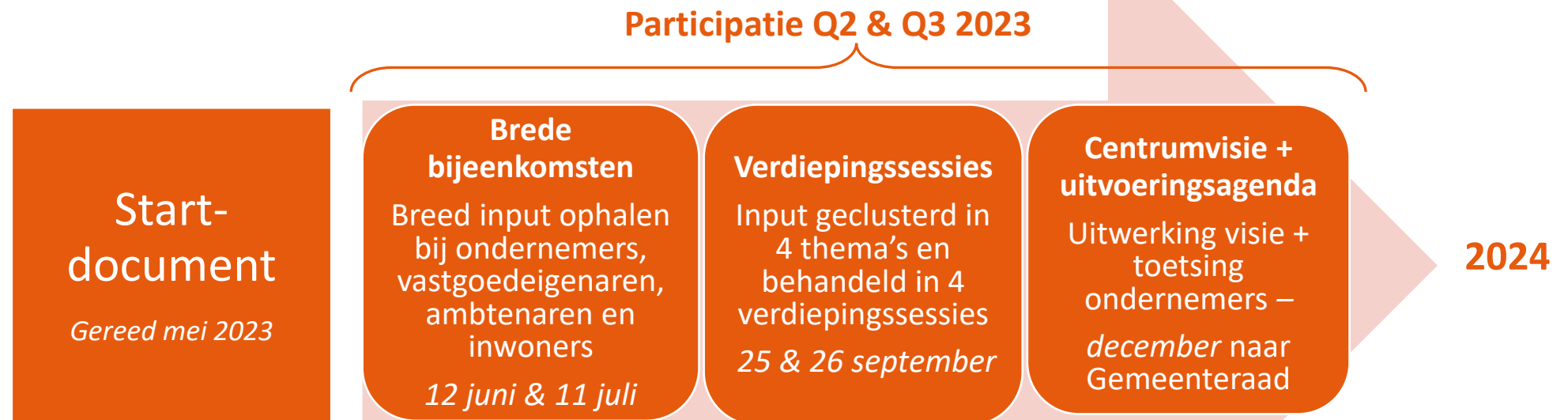


# Proces: van startdocument naar visie

## Participatie en opzet organisatie & samenwerking

Op basis van het startdocument voerden we een participatietraject uit. Dit traject was gericht op draagvlak en organisatiekracht om de centrumvisie ook uit te kunnen voeren. Hieronder schematisch weergegeven.

De centrumvisie + uitvoeringsagenda houdt rekening met beleidstrajecten vanuit gemeente Etten-Leur die parallel lopen aan deze visie: Uitvoeringsprogramma Vrijetijds Economie 2024-2026, Woonzorgvisie, Mobiliteitsplan en het Groenplan.





# 2

## Centrumvisie

In dit hoofdstuk gaan we in op de vraag: wat voor centrum willen we? Deze visie vormt de motivatie en leidraad om uitvoeringsplannen te benoemen, toetsen en in gang te zetten.

# Visie: favoriete ontmoetingsplek

*We streven er naar dat het centrum de favoriete ontmoetingsplek is voor bezoekers van binnen én buiten Etten-Leur.*

Moderne centra en binnensteden moeten de consument meer bieden dan een compleet aanbod van winkels. Vrijwel alles kan tegenwoordig online worden gekocht. Voor centra wordt daarom de bezoekersbeleving en verblijfswaarde steeds belangrijker. Dit betekent dat naast de te kopen producten het centrum voorziet in een aangename ervaring voor bezoekers. Daarnaast worden, met winkels en horeca als trekker, functies als wonen, werken, cultuur, zorg en ambachten steeds belangrijker in centra. Hiermee verstevigt het centrum van Etten-Leur ook de positie als favoriete ontmoetingsplek voor de eigen bewoners. Deze verandering in focus van winkelen naar beleving en brede ontmoeting is ook één van de uitgangspunten voor het centrum vanuit de Omgevingsvisie van Etten-Leur. Drie cruciale vragen die we onszelf continu moeten blijven stellen zijn:

- Waarom komen consumenten naar het centrum van Etten-Leur en kopen zij niet thuis vanaf de bank online?
- Waarom komen consumenten naar het centrum van Etten-Leur en gaan zij niet naar een andere plaats?
- Wanneer de consumenten naar het centrum van Etten-Leur komen; hoe verleiden we hen dan om meer te doen, dan een gericht bezoek aan een winkel, horecagelegenheid of andere functie?

Op bovenstaande vragen is een reeks aan antwoorden te geven. De gemeenschappelijke deler is dat het centrum van Etten-Leur een fijne plek is om naar toe te gaan en te verblijven. Een plek waar bovendien van alles te beleven is. In het centrum van Etten-Leur spreek je af met je vrienden en familie. Daar heb je nog persoonlijk contact en geniet je van de goede service van verkopers en bediening in winkels en horeca. Alles wat je nodig hebt vind je in het centrum van Etten-Leur compact bij elkaar. Goed bereikbaar, overzichtelijk en in een mooie omgeving. Dit is het uitgangspunt wanneer we het hebben over bezoekersbeleving en verblijfswaarde.



# Visie: favoriete ontmoetingsplek

## *Het concept “favoriete ontmoetingsplek” is de leidraad voor de uitvoering*

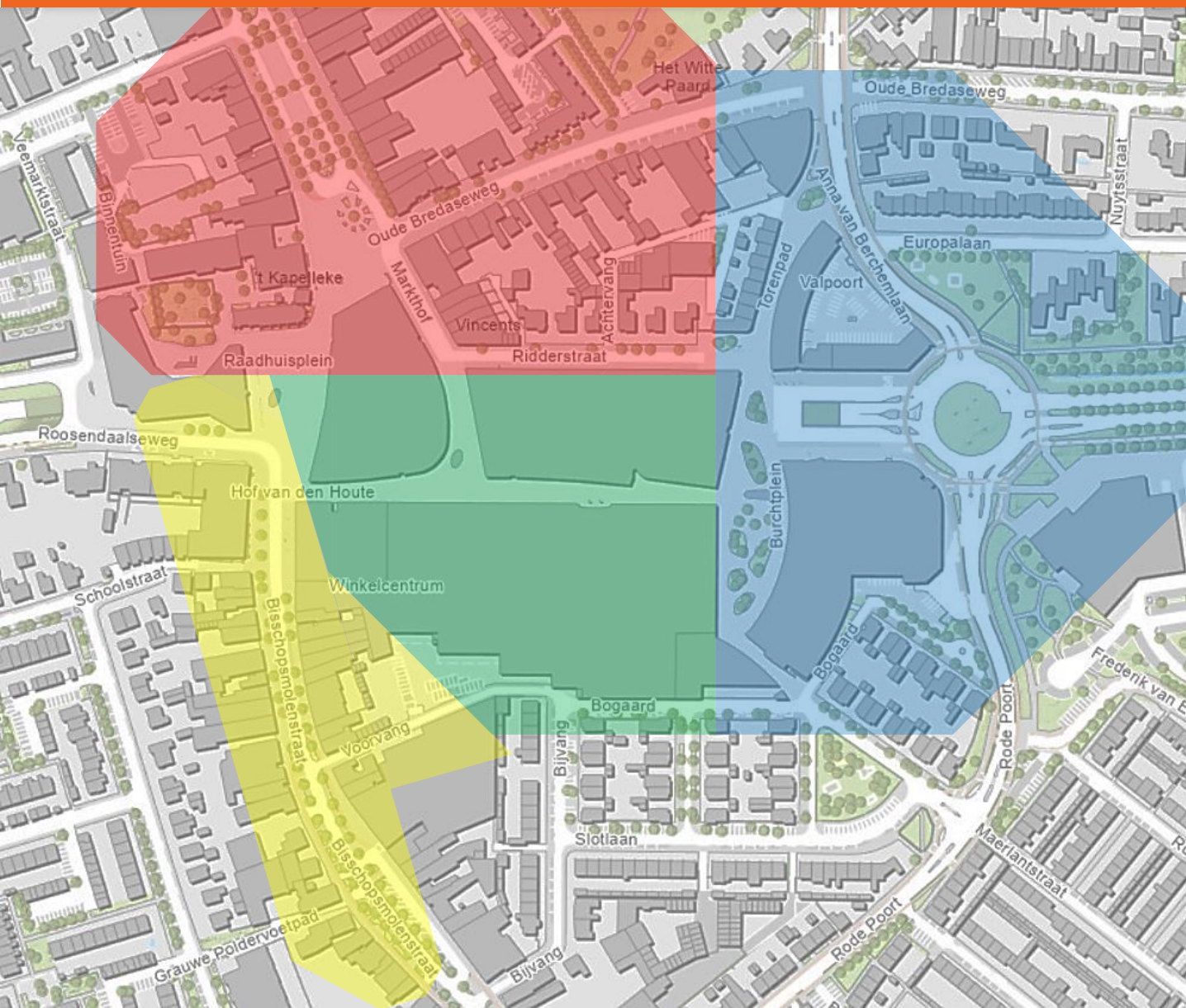
In deze visie schetsen we geen blauwdruk voor de toekomst of stip op de horizon. De wereld om ons heen verandert dusdanig snel, dat onmogelijk te voorspellen is hoe deze er over pakweg tien à twintig jaar uit zal zien. We werken met alle betrokken partijen aan het idee dat het centrum van Etten-Leur de favoriete ontmoetingsplek moet zijn van de bezoeker. Dit is de leidraad voor het bedenken en uitvoeren van acties en projecten. Met het voortschrijden van de tijd kan de invulling veranderen, maar het concept blijft als gemeenschappelijk streven overeind.

## *Aan de slag met aanbodversterking en verbetering van de bezoekersbeleving*

Om van het centrum de favoriete ontmoetingsplek van haar bezoekers te maken werken we de komende jaren aan het versterken van het winkelaanbod in het centrum en verbetering van de bezoekersbeleving. We werken aan een centrum dat compact, toegankelijk en onderscheidend in aanbod is. Waardoor de sterke lokale positie wordt uitgebouwd en ook vanuit de regio meer bezoekers worden aangetrokken. Het centrum is vitaal als bezoekers in hun klantreis verleid worden met een uitstekende bereikbaarheid, makkelijk parkeren en aantrekkelijke entrees. Daarnaast vergroten we de verblijfswaarde via een aantrekkelijke openbare ruimte met veel groen en zitplekken. Een aandachtspunt in de openbare ruimte is dat we een inclusief centrum willen, een centrum voor iedereen. We zetten in op een divers en onderscheidend aanbod van winkels en horeca met een compleet foodaanbod als drager. Dit wil zeggen dat supermarkten, maar ook foodspecialzaken met service functie, een sleutelrol vervullen voor het totaalaanbod van winkels. In hoofdstuk 3 gaan we verder in op wat we verstaan onder foodaanbod. Daarbij zorgen we voor een goede mix van functies met ook culturele- en zorgvoorzieningen, wonen en werken in het centrum. Dat geeft het centrum van Etten-Leur haar couleur locale.

Bovenstaande punten zijn nader uitgewerkt in de uitvoeringsagenda in het volgende hoofdstuk.

## Vier zones met eigen karakteristiek en bijdrage aan centrum als favoriete ontmoetingsplek



Voordat we naar de uitvoeringsagenda gaan zoomen we eerst nog wat verder in op de verschillende deelgebieden van het centrum. We kunnen vier zones onderscheiden, die ieder een iets andere karakteristiek en focus hebben. Deze zijn afgebeeld op de kaart hiernaast.

Zij dragen op hun eigen manier bij aan het centrum als favoriete ontmoetingsplek. Op de volgende pagina's gaan we daar per zone op in.

**GROEN:** Het winkelgebied dat deels overdekt en deels niet overdekt het hart van het centrum betreft;

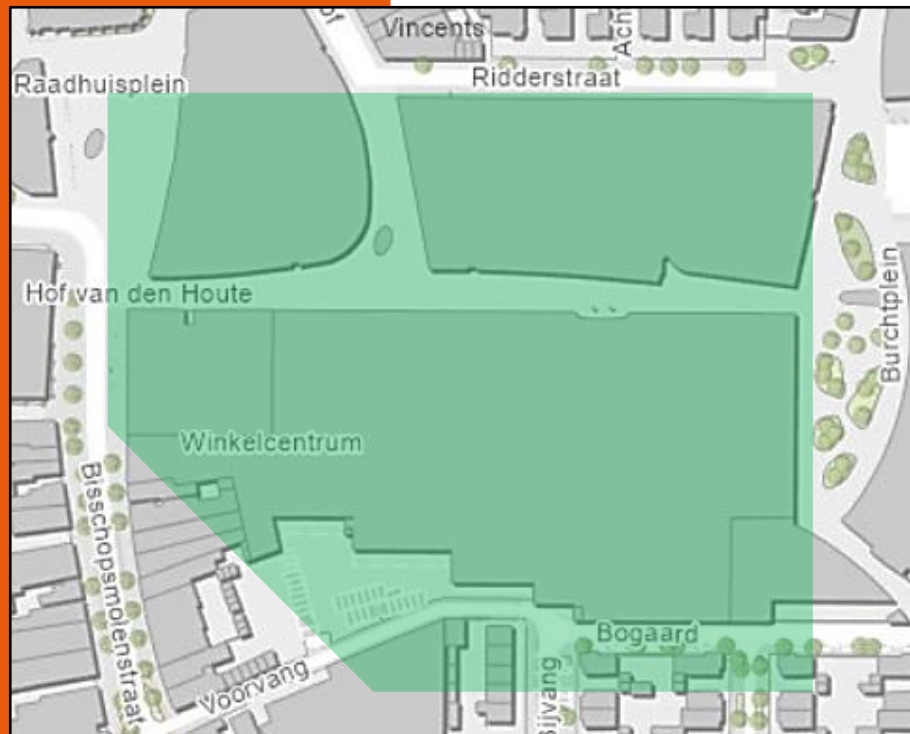
**ROOD:** het Raadhuisplein, Markt en Ouderkerkpark met veel horecagelegenheden en groen. Entreezone vanaf de noordkant en verbinding met station;

**GEEL:** Bisschopsmolenstraat en Passage, groene aanloopstraat met eigen karakter en broedplaats voor start-ups;

**BLAUW:** Oostelijk van het winkelcentrum: Verbinding tussen het centrumgebied - Burchtplein en cultuurhuis De Nobelaer, zwembad De Banakker en de snelweg, met wervend entree als functie.

## Visie kernwinkelgebied & winkelcentrum

Het winkelgebied dat deels overdekt en deels niet overdekt het hart van het centrum betreft. De mix van lokale ondernemers en aansprekende formules (winkels, ondersteunende horeca) is hier de succesfactor. Kleuraanduiding **GROEN**



### Wonen, winkelen en verblijven

Er moet een juiste balans zijn tussen wonen, winkelen en een groeiend aantal andere (verblijfs)functies in dit gebied. Bouwplannen van vastgoedeigenaren mogen niet ten koste gaan van lokale ondernemers. Herontwikkeling dient in goed overleg met de omgeving en gefaseerd te gebeuren. Tijdens de uitvoering van bouwwerkzaamheden ter behoeve van de vernieuwing van het centrum moet het centrum aantrekkelijk blijven en mag er geen verlies van bezoekers optreden.

Als uitgangspunt voor het bovenstaande is het inzetten op structureel overleg tussen de Gouden Driehoek: gemeente, vastgoed en ondernemers van belang om deze zorg aandacht te geven.

### Verblijfswaarde door compleet food aanbod, groenvoorziening en zitplaatsen

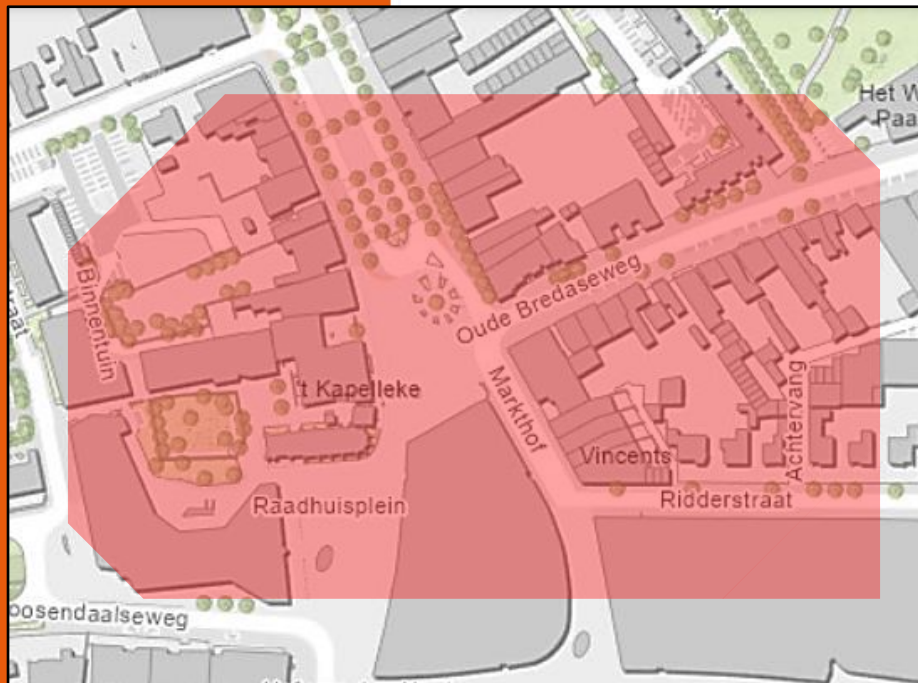
Het centrum is bepalend voor de regionale positie van Etten-Leur als geheel. Voor een centrum van de omvang van Etten-Leur is

een compleet food-aanbod een belangrijke drager voor een blijvend sterk totaalaanbod in het centrum. Het centrum wordt daarnaast nog aantrekkelijker door meer groen en het verbeteren van de openbare ruimte.

Het kernwinkelgebied heeft als deelgebied van het centrum het meeste winkelaanbod. Er is hier relatief veel niet-dagelijks winkelaanbod aanwezig, zoals kledingwinkels (bron: KvK Regiodata; Locatus, 2023) Net als alle andere winkelgebieden in Nederland concurreert dit deel sterk met de opkomst van online winkelen. De trend is dan ook om concurrerend te blijven als winkelgebied meer in te zetten op de ervaring van het shoppen, naast de consumptie van producten. Winkelgebieden veranderen van een 'place to buy' meer naar een 'place to meet'. Dit is ook het uitgangspunt voor dit gebied.

## Visie Markt, Raadhuisplein, Oderkerkpark en aanloopstraatjes

Dit gebied heeft een kwalitatief goede uitstraling door het Raadhuisplein, Markt en Oderkerkpark met veel horecagelegenheden en groen. Kleuraanduiding **ROOD**



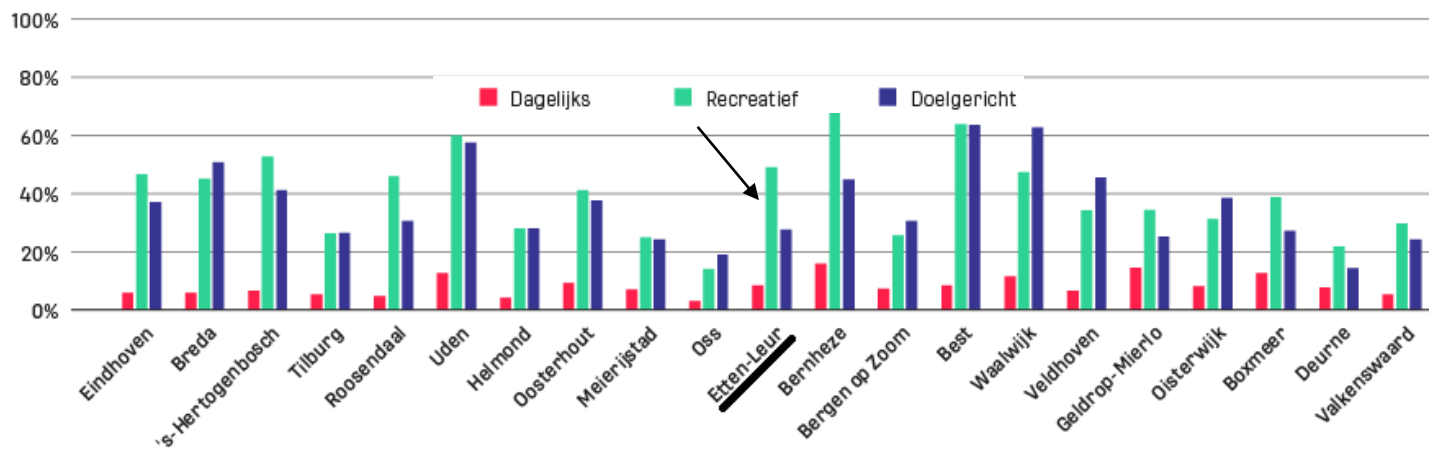
### Verblijfswaarde door horeca en aanvullende voorzieningen

Bij verblijfswaarde hoort naast een compleet aanbodportfolio – lees: overzicht- van (non)food-winkels ook een aantrekkelijk horeca aanbod aangevuld met andere functies zoals sport & cultuur. Uit het *Koopstromenonderzoek Noord-Brabant 2021* (tabel hieronder) komt naar voren dat Etten-Leur verhoudingsgewijs naar andere plaatsen in Noord-Brabant veel bezoekers aantrekt die komen recreëren.

Als uitgangspunt voor met name dit gebied kunnen we inzetten op

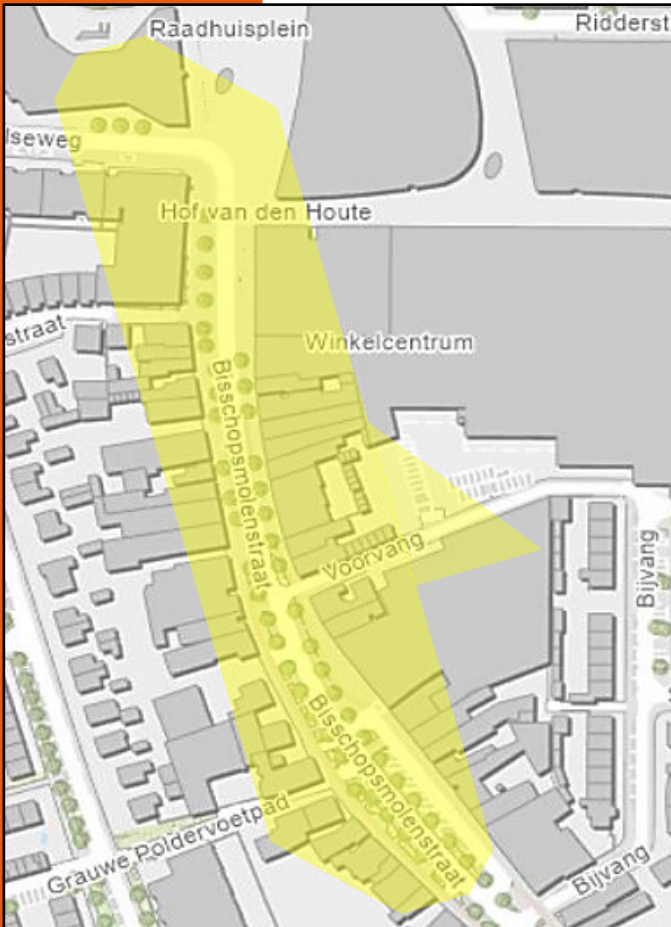
structurele samenwerking met Koninklijke Horeca Nederland (KHN) Etten-Leur, Weekmarkt, gemeente (Team Ruimte & Economie), cultuur- en regionale toeristische organisaties, zoals Van Goghkerk en C-Cinema. We moeten kwesties over verkeer en mobiliteit in dit gebied nog afwegen met deze partijen.

Aanvullende voorzieningen die deze recreatieve stroom faciliteren, als fiets-oplaadpunten, maken dit gebied een aangename verblijfsplaats en aantrekkelijk, groen aanloopgebied tussen de Markt, Oderkerkpark en het kernwinkelgebied.



## Visie Bisschopsmolenstraat en Passage

Dit gebied is tegelijkertijd een centrumstraat met eigen gezicht als aanloopstraat naar het centrum als onderdeel met veel groen. Kleuraanduiding **GEEL**



### Mix van functies

De Bisschopsmolenstraat kent in het centrumdeel een groene, speelse aanloop naar de rest van het centrum. Maar deze straat is meer dan alleen een aanloopstraat. De Bisschopsmolenstraat is een creatief stukje Etten-Leur met een uitgebreide mix van functies en architectuur. Ondernemers hier geven aan dat ze bezoekers trekken van ver buiten Etten-Leur. De Molenpassage met supermarkt Dirk en enkele aantrekkelijke nieuwe ondernemers wordt actief beheerd door verschillende ondernemers. Voorbij de passage naar het zuiden worden voorzieningen minder belangrijk, en neemt de woonfunctie toe.

In zowel de bestemmingsplannen als de positionering (marketing) van deze straat is het verstandig om de mix van functies en openstaan voor startende ondernemers als uitgangspunt te nemen.

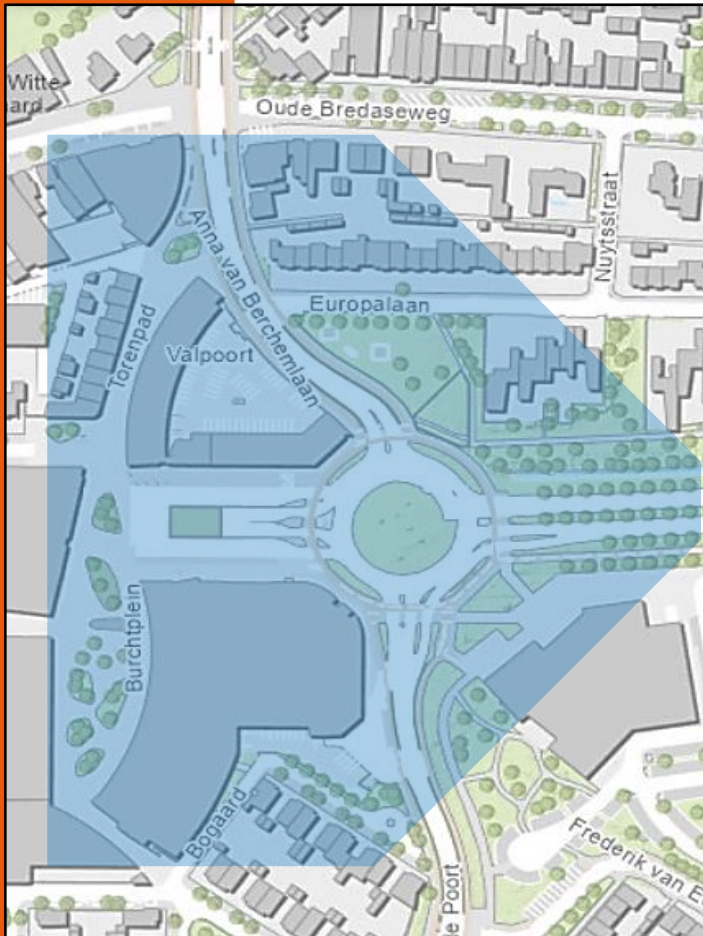
### Transformatie en organisatie

Met name in het deel voorbij de passage naar het zuiden zou natuurlijke transformatie naar wonen een mogelijkheid kunnen zijn. Indien hiervoor wordt gekozen moeten afspraken gemaakt worden over aantallen bouwlagen en parkeereisen om dit mogelijk te maken.

Naast transformatie is het van belang dat er wordt ingezet op organisatie in dit gebied. Veel van de activiteiten waar de Bisschopsmolenstraat en Molenpassage op dit moment zijn aantrekkingskracht dankt komen door de inzet van individuele, vrijwillige ondernemers. Dit is een risico. Inzet op organisatiekracht in dit gebied, zowel eigenaren als gebruikers, op is van belang als vertegenwoordiging naar de rest van het centrum toe. Zo kunnen we deze winkelstraat verder ontwikkelen en professionaliseren.

## Visie Valpoort, Torenpad en Parklaan

Deze oostzijde van het centrum veranderen we in een aantrekkelijke zichtbare entree voor het centrum en tevens verbindingzone met de Nobelaer en de Banakker. Kleuraanduiding **BLAUW**



### Aantrekkelijker zichtbare entree voor het centrum

Deze zone vormt een belangrijk visitekaartje voor het centrum, gezien de route van de Parklaan richting de snelweg en het gegeven dat de meeste regionale bezoekers via de snelweg deze zone binnenrijden. Bezoekers die met de bus komen, komen ook hier aan.

Waar de openbare ruimte nu nog kaal en stenig is, gaan we meer groen aanbrengen. De entree van de parkeergarage maken we ook fleuriger met groen en banners. Verder verbeteren we de routing en signing het centrum. Wie hier binnenkomt moet eenvoudig de weg naar het aanbod in het centrum kunnen vinden.

Met de Gouden Driehoek van belanghebbenden kan bedacht worden wat voor mogelijkheden er zijn voor projecten om dit aanloopgebied voor

dag-avond bezoek aantrekkelijker te maken.

### Verbinding tussen het centrumgebied en cultuurhuis De Nobelaer/zwembad De Banakker

We richten het gebied meer in als verbindende zone tussen cultureel centrum de Nobelaer en zwembad De Banakker. Dit kan bijvoorbeeld door het maken van een “groene loper” en het plaatsen van verlichting in het trottoir die de weg wijst.

### Ruimte voor horecagelegenheden

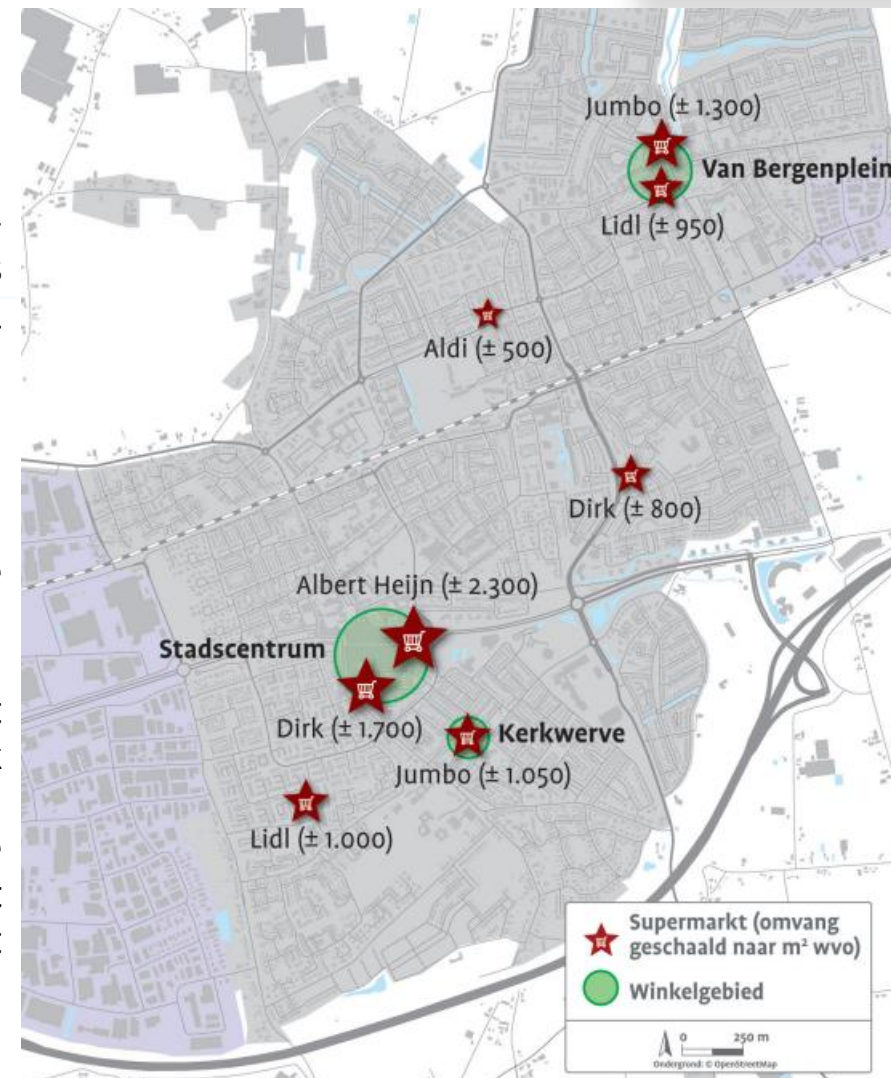
Tot slot zijn er kansen om horeca met terrassen toe te voegen rondom een aantrekkelijk busknooppunt, zodat dit meer verblijfs- en ontmoetingswaarde krijgt. We onderzoeken de mogelijkheden en wat voor type (horeca)ondernemers er passen in dit gebied.

## Denkrichting Etten-Leur in samenhang met wijkcentra

### Samenhang centrum met wijkcentra: Van Bergenplein en Kerkwerve

Het centrum is de drager voor de regionale positie van Etten-Leur en moet zorg dragen voor een sterke binding van de bevolking aan Etten-Leur. Dat vraagt een compleet food aanbod en een sterk non-food en horeca aanbod, in combinatie met andere functies als cultuur, sport, zorg en wonen. Als onderdeel van citymarketing & stadspromotie kunnen we klantreis in de binnenstad verbeteren.

Etten-Leur heeft ook twee wijkcentra: Van Bergenplein en Kerkwerve. Deze hebben een verzorgende functie voor de directe omgeving. De solo gevestigde supermarkten hier hebben alleen een aanvullende rol op de verzorgingsstructuur. Zie hiervoor de Koopstromendata in de bijlage. Het is belangrijk om aan te kaarten dat in alle centra ingezet moet worden op verblijfswaarde. Dit kan onder andere door groenvoorzieningen, zitplaatsen. Binnen het organiserend vermogen van ondernemers in de centra is het ook belangrijk dat verduurzaming van deze werklocaties op de agenda staat, waarbij er middelen vrij worden gemaakt om in de samenwerking duurzaam te herontwikkelen, bijvoorbeeld door het isoleren van panden. Een uitvoeringsplan voor de wijkcentra wordt in een separaat participatietraject opgesteld.



Bron: DTNP



# 3

## Kaders Uitvoeringsagenda

Met belanghebbenden is in het participatietraject nagedacht welke acties nodig zijn om de in het vorig hoofdstuk beschreven visie te realiseren. Deze staan beschreven in dit hoofdstuk.





## Aan de slag met aanbodversterking en bezoekersbeleving

De in de voorgaande hoofdstukken beschreven visie is tijdens thema avonden met belanghebbenden uit het centrum uitgewerkt tot een uitvoeringsagenda met actiepunten. Daar gaan we in de volgende pagina's nader op in door telkens een toelichting te geven en onder aan de pagina concreet actiepunten te benoemen met suggesties voor de uitvoering. Om tot een centrum als favoriete ontmoetingsplek te komen zijn de benodigde acties op hoofdlijnen in te delen in:

- 1) Acties gericht op aanbodversterking
- 2) Acties gericht op het verbeteren van de bezoekersbeleving

### Aanbodversterking

Voor de acties op aanbodversterking zijn hoofdzakelijk private partijen in de lead en is de gemeente faciliterend. We werken aan aanbodversterking door in te zetten op:

- Gericht aantrekken van nieuwe winkels (acquisitie)
- Een compleet food-aanbod
- Versterking van de leisure-functie: entertainment
- Toevoegen van wonen, werken en zorg
- Een aantrekkelijk aanbod voor jongeren

### Verbeteren van de bezoekersbeleving

De gemeente wil de inrichting van de openbare ruimte verbeteren met ondersteuning van private partijen. We verbeteren de beleving tijdens de klantreis door in te zetten op:

- Aantrekkelijke entrees en goede signing
- Blijvend investeren in goede parkeervoorzieningen, ook voor fietsers
- Meer groen in het centrum
- Verhogen verblijfswaarde openbare ruimte

## Aanbodversterking: gerichte acquisitie en combinatie met andere functies

Het is van belang om een compleet en onderscheidend winkelaanbod te hebben. Dit om bezoekers aan te trekken en te verleiden langer te blijven in het centrum. Etten-Leur beschikt al over een compleet aanbod en relatief weinig leegstand. De komende jaren willen we dat behouden en aanvullen met specifieke winkels. Daartoe stellen we een centrumbreed aanbodportfolio, waarin we gewenste versterkingen gericht op compleet en onderscheidend winkelaanbod opnemen. Zo creëer je overzicht in wat belangrijk is om te koesteren in je aanbod en wat door middel van acquisitie kan worden versterkt.

Dit gericht versterken doen we als gemeente met vastgoedpartijen. Een kwartiermaker of centrummanager kan daarbij in de toekomst een aanjagende, ondersteunende en verbindende rol vervullen.



Onderwerp	Actiepunten en advies voor de uitvoering	Prioritering zone
Aanbodportfolio	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>We stellen een centrumbreed gewenst aanbodportfolio op</b></li> <li>- <i>Advies:</i> Binnen het aanbodportfolio stippen we duidelijke opties aan waar en in welke mate andere functies dan winkels mogelijk zijn, bijvoorbeeld in de aanloopstraten naar het kernwinkelgebied. Denk hierbij aan wonen, zorgwinkels &amp; gezondheidspraktijken of sport, maar ook waar juist concentratie van winkels en horeca wenselijk is.</li> </ul>	Alle zones, voornamelijk <b>GROEN</b>
Acquisitie	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>We blijven actief zoeken naar onderscheidende winkels, met ruimte voor startups</b></li> <li>- <i>Advies:</i> ...zoals luxueuze of aparte kledingzaken, vernieuwende en onderscheidende non-food en foodwinkels. Hierbij kan je ook denken aan <i>blurring</i> concepten waarbij verschillende functies worden gecombineerd, zoals spelletjeswinkels waar gegamed kan worden. De Bisschopsmolenstraat kan als broedplaats/startup locatie dienen.</li> </ul>	Vooral <b>GROEN</b> , <b>ROOD</b> , <b>GEEL</b> . Startups zone vooral <b>GEEL</b> .

# Aanbodversterking: compleet foodaanbod van belang



**Een compleet foodaanbod als basis voor toekomstbestendige centra**  
 Met de compleetheid in food bedoelen we een ruime keuzevrijheid voor bezoekers door naast de supermarkten ook een divers aanbod van foodspecialzaken te hebben. Denk hierbij bijvoorbeeld aan kaas- en notenwinkels, groentespecialzaken, stadsboeren, food-horeca combinaties, eco-winkels of buitenlandse specialiteiten als aanvulling op een sterke basis door supermarkten. Dergelijke zaken bieden ook vaak kant- en klaar maaltijden aan en de mogelijkheid om ook ter plekke verse producten te eten en drinken in de vorm van een bescheiden horeca-functie.

Dit vult het aanbod in het centrum aan en leidt tot een betere belevingswaarde van het centrum. Een sterke foodpositie van centra vormt de basis voor bezoek aan non-food winkels, zoals kledingzaken. Hoe completer dus het foodaanbod is in Etten-Leur, hoe sterker ook de basis is voor de non-food winkels.

Onderwerp	Actiepunt en advies voor de uitvoering	Prioritering Zone
Food-aanbod	<p>- <b>Een compleet en aantrekkelijk aanbod in food is de drager voor het centrumaanbod, dit food aanbod willen we uitbreiden.</b></p> <p><i>Advies:</i> Binnen het foodaanbod kijken naar het inzetten op meer foodspecialzaken. Hierbij denken we aan een ambachtelijke bakker, slager, patisserie, ecologische foodmarkt, winkel met streekproducten etc. Dit uitgangspunt biedt ook randvoorwaarden om met vastgoedpartijen meer foodspecialzaken te kunnen laten vestigen. Kopgroep neemt in 2024 het voortouw om inspirerende voorbeelden elders te inventariseren, zoals Fresh! In in Mall of the Netherlands of EveryDeli van Wereldhave.</p>	<p>Vooral <b>ROOD</b> &amp; <b>GROEN</b></p>

## Aanbodversterking: versterken en verbinden horeca-aanbod

Winkelen is één van de belangrijkste vormen van vrijetijdsbesteding. Het centrum van Etten-Leur wordt een favoriete ontmoetingsplaats en plek om de vrije tijd door te brengen als het winkelaanbod wordt gecombineerd met andere vrijetijds-functies, zoals horeca en culturele voorzieningen. In de figuur rechtsonder is te zien dat het aandeel vrijetijdsfuncties in het centrum van Etten-Leur kleiner is dan in centra van vergelijkbare omvang. Met name horeca is relatief minder aanwezig. Daarom willen we het horeca aanbod versterken en waar mogelijk uitbreiden.

De horeca bevindt zich nu versnipperd door het centrum. We zetten er op in om de horeca meer bij elkaar in de buurt te krijgen op een aantal horeca-locaties. Hierbij kijken we specifiek naar waar winkel ondersteunende daghoreca en avondhoreca het beste geclusterd kan worden. Dit verbetert de vindbaarheid en belevingswaarde voor de bezoekers. Het maakt het ook eenvoudiger om gezamenlijk naar ruimte voor terrassen en fietsparkeerplaatsen te kijken en als horeca bij elkaar zit is het ook eenvoudiger om de orde te handhaven en overlast te voorkomen.

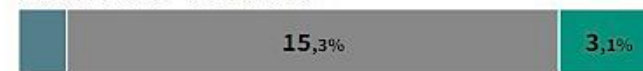
Het begint allemaal met goede samenwerking. Tussen horecaondernemers onderling (vertegenwoordigd door de Koninklijke Horeca Nederland), de gemeente, de weekmarkt, culturele instellingen en andere ondernemers. De verbinding tussen horeca, cultuur en winkels kan bijvoorbeeld de basis leggen voor afspraken over openingstijden. De actiepunten en advies voor dit thema staan op de volgende pagina.



3

### Aandeel leisure verkooppunten

Etten-Leur - Centrum



Hoofdwinkelgebied klein



0% 4% 8% 12% 16% 20% 24%

● Cultuur ● Horeca ● Ontspanning

# Aanbodversterking: actiepunten versterken horeca en leisure-functie

Onderwerp	Actiepunten en advies voor de uitvoering	Prioritering zone
Ruimtelijke clustering nieuwe horeca	<p>- <b>Als ruimtelijk verbeterpunt zetten we in op minder versnippering en meer gecentraliseerde plekken voor horeca.</b>  <i>Advies:</i> In combinatie met het willen uitbreiden van het horeca-aanbod kunnen er vaste plekken aangewezen worden hiervoor: bijvoorbeeld Raadhuisplein en Markt. Hierbij ook het Oderkerkpark als onderdeel betrekken.</p>	Vooraf zone <b>ROOD</b>
Vergunningen	<p>- <b>We zetten in op het behouden en verbeteren van bestaande Horeca, eventueel met verplaatsing naar geclusterde Horeca-plaatsen.</b>  <i>Advies:</i> ...daarnaast kijken we of er specifiek ingezet kan worden op meer restaurants/hotelaanbod en gemengde horeca/winkel concepten zodat er een gevarieerd aanbod is wat getoetst wordt door eerdergenoemde horeca-organisatie.</p>	Vooraf zone <b>ROOD</b>
Samenwerking Horeca	<p>- <b>Het belangrijkste aandachtspunt op het thema horeca is het verbeteren van de samenwerking en organisatie. We zetten primair in op structurele en effectieve publiek-private samenwerking, gesteund door een horeca-behoefte onderzoek. Hierin neemt de gemeente de lead.</b>  <i>Advies:</i> Onderzoek naar horeca behoeften en trends voeren we uit samen met Koninklijke Horeca Nederland (KHN), Structurele samenwerkingspartijen voor de verbetering van de horeca: KHN Etten-Leur, Weekmarkt, gemeente, cultuur- en regionale toeristische organisaties en horecaondernemers.</p>	-
Samenspraak horeca en retail	<p>- <b>Openingstijden van detailhandel en horeca moeten meer afgestemd worden vanuit de gewenste nieuwe centrumbrede samenwerking/organisatie.</b>  <i>Advies:</i> Ook onderzoeken we welke horeca langer open kan in het bredere plaatje van dezelfde doelen m.b.t. bezoekersbeleving voor retail en horeca. Hierbij gaat het zowel om dag- als nachthoreca en de rol van koopavonden. Daarnaast verkennen we of en hoe de gezamenlijke horeca een aantrekkelijk evenementen programma kan bieden.</p>	-
Verbinding cultuur en winkels	<p>- <b>We gaan in het kader van functieverbreiding de samenwerking tussen het winkelaanbod en cultuurinstellingen versterken. Cultuur- en amusementsinstellingen als De Nobelaer, van Goghmuseum en bioscoop worden structureel betrokken bij centrumontwikkeling.</b>  <i>Advies:</i> we maken meer de verstaalslag tussen cultuursector en winkels om vanuit deze basis van samenwerking te kijken hoe wederzijds het aanbod versterkt kan worden. Voorbeelden om te inventariseren: combiarrangementen met voorstellingen en horeca-bezoek, kunstprojecten in de binnenstad (zoals het opfleuren van de parkeergarage ingang aan de oostkant) en het opvullen van leegstand met kunstprojecten of het neerzetten van een iconisch beeld.</p>	Vooraf zone <b>ROOD &amp; BLAUW</b>
Openingstijden afstemmen op consumentengedrag- en trends	<p>- <b>We zetten in op een goede afstemming met betrekking tot openingstijden voor zowel horeca- als retailondernemingen op basis van onderzoeksresultaten over consumentengedrag en –trends. Dit vormt de basis voor afspraken die we tussen ondernemers maken.</b>  <i>Advies:</i> Door in eerste instantie trends o.b.v. consumentengedrag in kaart te brengen biedt een kennisfundament om de juiste keuzes te maken wanneer het slim is om wel of niet open te gaan. Als kopgroep kan je hierin de leiding nemen.</p>	-

## Aanbodversterking: wonen en werken in het centrum

Het centrum is niet alleen een plek om te winkelen en uit te gaan. Het is ook een plek om te werken en te wonen. Het toevoegen van meer woningen en werklocaties kan ook een positief effect hebben op het centrum. Wie in het centrum woont of werkt zal daar bijvoorbeeld eerder iets kopen of op een terras gaan zitten. Extra woon en werklocaties trekken ook extra bezoek aan.

Om investeringen aan te trekken is het belangrijk duidelijkheid te geven aan vastgoedpartijen. Daarom onderzoeken we de mogelijkheden voor transformatie en toevoeging van woningen en werklocaties. We toetsen in hoeverre huidige normen toereikend zijn. Samen met de centrumvisie, nog vast te stellen woonzorgvisie en het mobiliteitsplan en o.a. de Omgevingsvisie geven ze houvast aan vastgoedpartijen.

Daarnaast brengen we aanvullend op het gewenste aanbodportfolio aan winkels en horeca in kaart welke ander type diensten en bedrijvigheid goed in het centrum passen. Denk daarbij bijvoorbeeld aan zorgwinkels- en praktijken, wellness, sportscholen of co-working locaties. Vervolgens kan er in het accountmanagement actief op worden gestuurd dat dit type bedrijven naar het centrum komen en zich niet vestigen op bijvoorbeeld bedrijventerreinen. Zo versterken we het centrum en voorkomen we 'scheefwerken' op bedrijventerreinen waar de ruimte schaars is.



Onderwerp	Actiepunten en advies voor de uitvoering	Prioritering zone
Woningen toevoegen	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>We onderzoeken de mogelijkheden tot meer binnenstedelijk wonen, zodat transformatie naar- c.q. toevoegen van wonen haalbaar wordt.</b></li> </ul> <p><i>Advies:</i> We adviseren kaders te maken zodat transformatie initiatieven met extra ruimte voor met name wonen maar ook zorg en diensten makkelijker tot stand kunnen komen. Ook om duidelijkheid te creëren voor toekomstige parkeernormen en woonhoogtes om in een later stadium vast te stellen</p>	
Werken in het centrum	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>In samenhang met de toevoeging van woningen kijken we ook naar de mogelijkheden om meer werklocaties toe te voegen</b></li> </ul> <p><i>Advies:</i> Maak een analyse van welke soorten bedrijvigheid goed in het centrum en aan de rand van het centrum zouden passen. Stuur er met actief accountmanagement op dat deze bedrijvigheid hier land in plaats van op bedrijventerreinen of andere locaties in de stad.</p>	vooral <b>GEEL</b> .

## Aanbodversterking: aantrekkelijke ontmoetingsplek voor jongeren

We willen dat het centrum van Etten-Leur ook de favoriete ontmoetingsplek voor jongeren is. Momenteel heeft het centrum nog onvoldoende aantrekkingskracht op jongeren.

Met een behoeftenonderzoek onder jongeren bekijken welk aanbod versterkt kan worden. Daarbij kijken we in het bijzonder ook naar horeca-aanbod voor jongvolwassenen. Hieronder staan de actiepunten en advies voor uitvoering op het onderwerp jongeren omschreven:



Onderwerp	Actiepunten en advies voor de uitvoering	Prioritering zone
Aanbod voor jeugd	<p>- <b>We voeren een behoeftenonderzoek naar jongere bevolkingsgroepen uit en bepalen op basis van deze resultaten welk aanbod voor de jeugd versterkt kan worden.</b></p> <p><i>Advies:</i> We gaan niet concurreren met Breda, maar wel een alternatief bieden, d.w.z. meer divers aanbod in evenementen, recreatie en horeca, hierbij trekken we vanuit de centrumorganisatie op met de afdeling jeugd- en jongerenwerk vanuit de gemeente.</p>	-
Jongvolwassen horeca-aanbod	<p>- <b>In overlap met het thema aanbodversterking onderzoeken we de mogelijkheden voor horeca en andere functies voor 16 tot ongeveer 25 jarigen.</b></p> <p><i>Advies:</i> we zetten niet in op concurrentie met Breda, maar wel om een alternatief te bieden en invulling te geven aan het doel van 'favoriete ontmoetingsplek' in het centrum van Etten-Leur voor jeugd, zeker in ook in het kader van moeilijk laat vervoer vanuit Breda. Hierbij inventariseren we voorbeelden van andere middelgrote centra nabij grote horeca-trekpleisters, zoals de Klappeijstraat in Oosterhout. Daarnaast overleggen we met de sport- en cultuur ondernemers en inventariseren we tijdsbesteding in deze leeftijdsgroepen.</p>	Alle zones, vooral zone <b>GEEL</b> & <b>ROOD</b>

## Bezoekersbeleving: aantrekkelijke entrees en goede signing

Een goede ontvangst is het halve werk. Aantrekkelijke entreezones zorgen voor een prettige consumentenbeleving en verleiden bovendien passanten om het centrum in te gaan. Via de authentieke Bisschopmolenstraat met haar bomenrijen is het al prettig binnenkomen. Verbetering is nodig aan de kant van de Markt & Raadhuisplein en de Valpoort.

Vanaf de plekken waar de bezoeker het centrum binnenkomt (inclusief de parkeergarages) is het belangrijk dat hij of zij makkelijk de weg door het centrum weet te vinden en dat het aanbod goed zichtbaar is. Daar brengen we verbeteringen in aan. Ook vanuit de rest van Etten-Leur kan de bezoeker beter richting het centrum worden geleid. Een belangrijk aandachtspunt daarbij is het duidelijker en aantrekkelijker maken van de looproute van het treinstation.



Onderwerp	Actiepunten en Advies voor de uitvoering	Prioritering zone
Markt & Raadhuisplein	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>We besteden investeren in zowel de Markt als het Raadhuisplein als belangrijke ruimtes voor recreatie/bezoekersbeleving en als groen entree voor het centrum.</b></li> </ul> <p><i>Advies:</i> Er worden afspraken gemaakt om deze zones aantrekkelijker te maken, zoals: duidelijke fiets/scooter-signing zodat er meer overige ruimte voor terrassen / groen is. Hierbij betrekken we ook de weekmarkt, met de insteek deze ook aantrekkelijker/toekomstbestendig te maken.</p>	ROOD
Valpoort	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>We maken van de Valpoort (en rotonde) een aantrekkelijke entree en tevens verbindingzone met cultuurcentrum de Nobelaer en zwembad De Banakker.</b></li> </ul> <p><i>Advies:</i> In overlap met het thema aanbod moet er in dit gedeelte aandacht geschonken worden om de ruimte rondom de rotonde/ingang parkeergarage aantrekkelijker en voetganger/verblijfs vriendelijker te maken. Minder ruimte voor busbaan, meer voor aantrekkelijke loopruimte. Hierbij staat de samenwerking tussen centumpartijen en de Nobelaer + zwembad de Banakker centraal.</p>	BLAUW
Zichtbaarheid aanbod	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>We creëren plekken en uitingen om de zichtbaarheid van het centrum te vergroten. Aangevuld met signing/plattegrond bijv. in de parkeergarage, de nieuwe digitale informatieborden die in 2024 geplaatst worden en op andere knooppunten van aanloop- aanrijdstraten richting het centrum.</b></li> </ul> <p><i>Advies:</i> zichtbaarheid d.m.v. vlaggen en banners op plekken als de Parklaan, parkeergarage, andere aanloop/aanrijdstraten. Dit punt ook later verbreden naar wijkcentra, en eventueel ook de snelweg. Hierbij kiezen voor een eenduidige huisstijl om uniformiteit uit te stralen. Ook de routing vanaf station naar centrum moet beter, met fietshub en veilige looppaden.</p>	Alle zones, vooral BLAUW



## Bezoekersbeleving: blijvend investeren in goede parkeervoorzieningen

Parkeermogelijkheden zijn een belangrijke factor in de bezoekersbeleving en regelmatig een doorslaggevende factor voor de consument om een centrum al dan niet te bezoeken. Uit het Koopstromenonderzoek (bijlage) blijkt dat de parkeermogelijkheden voor zowel de auto als de fiets in Etten-Leur goed tot zeer goed worden beoordeeld. Dat willen we zo houden. Bij nieuwe ontwikkelingen zorgen we dat de parkeervoorzieningen voor bezoekers uitstekend blijven. We zoeken verbetering in verruiming van openingstijden van de parkeergarages naar 24/7 open.

Daarnaast zetten we in op bezoeken van het centrum met de fiets. Door extra investeringen in fietsparkeerplaatsen proberen we het aantal fietsers in voetgangersgebieden te verminderen.



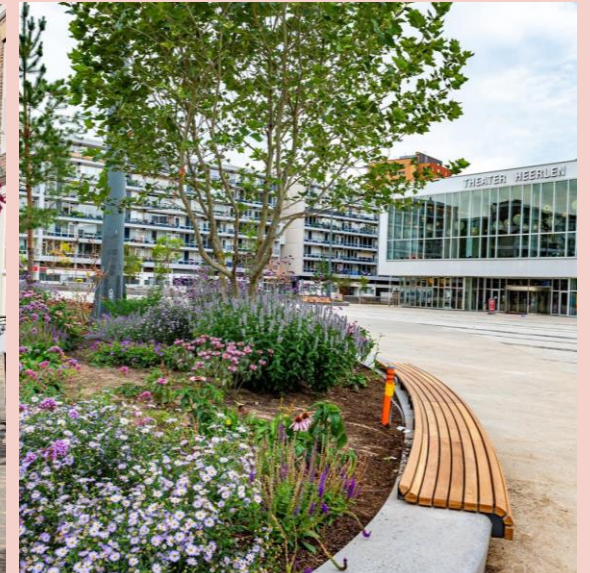
Onderwerp	Actiepunten en Advies voor de uitvoering	Prioritering zone
Balans parkeren bewoners – bezoekers	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>De parkeervoorzieningen moeten voor zowel bewoners als bezoekers aantrekkelijk blijven. Hierbij wordt niet getornd aan het aanbod en de tarieven van parkeervoorzieningen voor bezoekers.</b></li> </ul> <p><i>Advies:</i> Etten-Leur kent een hoog autobezit per huishouden en heeft een regionale positie (gemak winkelen), waarbij bereikbaarheid, parkeren en compleet aanbod belangrijk is. Er wordt samen met afdeling parkeren van de gemeente een overlegstructuur gecreëerd om met ondernemers/bewoners/vastgoed te sparren over ontwikkelingen.</p>	-
Fiets & e-bike	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>We kijken welke zones in het centrum van Etten-Leur voetganger vriendelijker kunnen.</b></li> </ul> <p><i>Advies:</i> we zetten meer in op fietsparkeerplaatsen aan de rand van het centrumdeel. Zo stimuleren we bezoekers vanuit daar het centrum in te lopen. Ook aanvullende voorzieningen die de bezoekers en recreatieve stroom faciliteren, als fiets-oplaadpunten voor e-bikes kunnen op deze plaatsen faciliteren gefaciliteerd worden. De suggestie per zone is om het Burchtplein wel toegankelijk te houden voor fietsers voor de snelle en gemakkelijke boodschap bij bijvoorbeeld de Albert Heijn, maar zetten we wel in op minder fiets op de Markt, Raadhuisplein en kernwinkelgebied.</p>	Alle zones, vooral <b>ROOD</b>
Parkeergarage en fietsenstalling in avonduren	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>De parkeervoorzieningen voor fietsen en auto's moeten ook in de avonduren beter bereikbaar zijn voor avondhoreca en avondbestedingen als voorstellingen/bioscoop.</b></li> </ul> <p><i>Advies:</i> vanuit de vernieuwde samenwerking als prioriteit van het thema Horeca wordt er met afdeling verkeer van de gemeente gekeken of de toegankelijkheid van garage en andere parkeervoorzieningen beter kan aansluiten op het aanbod in de latere uren.</p>	-

# Bezoekersbeleving: Verhogen belevingswaarde door meer groen

## Een aantrekkelijke groenvoorziening als belangrijkste oplossing voor een minder 'stenig' centrum

In zowel eerdere visies als in gesprekken met belanghebbenden komt naar voren dat in het zakelijke, stenige centrum van Etten-Leur er meer ingezet kan worden op de belevingswaarde door groenvoorziening. Er zijn verschillende opties toegespitst op verschillende zones, zo kan er in aanloopgebieden gedacht worden aan entreegroen in combinatie met fietsparkeervoorzieningen.

Daarnaast kan er op marktplaatsen en open centrumplekken gebruik gemaakt worden van verplaatsbaar groen op plaatsen waar ook weekmarkten en evenementen georganiseerd worden aangevuld met wat meer permanente gras- en bosplekjes, seizoensgebonden *hanging baskets* en bloemterrassen inclusief zitmogelijkheden. Ook het aanbrengen van gevelgroen door pandeigenaren kan veel goed doen voor de beleving. Zie de afbeeldingen hieronder ter inspiratie.



## Bezoekersbeleving: Verhogen verblijfswaarde openbare ruimte

We willen de verblijfsduur en bezoekfrequentie aan het centrum verhogen. Daarom zetten we in op acties die de verblijfswaarde van de openbare ruimte verhogen. Allereerst moeten basisvoorzieningen op orde zijn, zoals: openbare toiletten, verlichting, schone straten, up-to-date vuilnisbakken die frequent genoeg geleegd worden, sneeuwruimen. Ondernemers en overheid kunnen hier gezamenlijk afspraken over maken in een overleg. Er kan ook een service level agreement met betrekking tot onderhoud en schoon, heel & veilig worden opgesteld. Een belangrijke actie hierbij is het toegankelijker maken van het centrum voor mensen met een zintuigelijke of mobiliteitsbeperking. In de zomer van 2023 is uit een rondgang onder leiding van Accesso Advies gebleken dat hier op verschillende aspecten verbeteringen mogelijk zijn. Bij de uitwerking van de uitvoeringsagenda worden de adviezen uit het rapport meegenomen.

Bovenop goede basisvoorzieningen zetten we in op het creëren van meer zitplekken in de openbare ruimte en uitbreiding van terrassen. Deze moeten bezoekers verleiden om niet alleen door het centrum te lopen, maar langer te blijven door even te gaan zitten. Tot slot willen we met een in te stellen werkgroep bekijken welke acties nog meer kunnen worden genomen om het centrum gezelliger te maken.



Onderwerp	Actiepunten en Advies voor de uitvoering	Prioritering zone
Werkgroep voor gezelligheid centrum	<b>We zetten een werkgroep op, die gaat kijken welke stappen per zone gezet kunnen worden om het centrum gezelliger te maken</b> <i>Advies:</i> Zoek naar inspirerende voorbeelden elders in het land. Neem hierin ondernemers uit weekmarkt, winkels en horeca mee. Een optie is ook een prijsvraag om bevolking en bezoekers te betrekken, hierin is het echter wel van belang om goed na te denken over het proces van participatie en besluitvorming.	-
Overige verbetering openbare ruimte	<b>We verbeteren de verblijfswaarde van de openbare ruimte door deze, schoner, veiliger en toegankelijker (inclusiever) te maken. Daarnaast creëren we meer zitplekken en uitbreidingsmogelijkheden voor terrassen.</b> <i>Advies:</i> Toets de zitplekken op mogelijke negatieve hang-effecten ervan. Versier de openbare ruimte met kunstobjecten/beelden, muurschilderingen. Kijk in combinatie met het thema horeca of op verschillende plaatsen verkeersvrije of shared space zones geïmplementeerd kunnen worden waardoor er meer ruimte is voor terrassen.	-



# 4

## Organisatie uitvoering

In dit hoofdstuk staat beantwoorden we de *hoe*-vraag in de manier waarop we met elkaar met de uitvoeringsagenda aan de slag gaan. Hierin wordt de samenwerking en organisatie beschreven aan de basis voor het proces vanaf 2024.

---

## Uitvoering van de actiepunten

We gaan aan de slag per thema, met een uitwerking per zone van het centrum. De thema's zijn Aanbodversterking en Bezoekersbeleving. Bij Aanbodversterking is opgenomen Horeca, bij Bezoekersbeleving is opgenomen bereikbaarheid en parkeren.

De uitvoering vraagt om te beginnen samenwerking in het hele centrum en organisatiekracht voor het hele centrum. De aantrekkingskracht van het centrum van Etten-Leur vraagt immers een compleet centrum, met diversiteit in aanbod en vestigingsmogelijkheden. Op dit moment bestaat de samenwerking uit afspraken tussen vastgoedeigenaren met hun huurders, en geldt die alleen voor het centrale deel van het centrum. Deze is gericht op evenementen en promotie. Aspecten als belangenbehartiging en regelmatig bestuurlijk overleg, aanbodversterking, een beleids- en uitvoeringsagenda voor het gehele centrum ontbreken.

We adviseren om een kwartiermaker in te stellen met betrekking tot het opzetten van **centrummanagement**. Deze gaat de haalbaarheid -inclusief subsidie mogelijkheden- vaststellen voor de kopgroep Centrumteam Etten Leur, waaraan deelnemen de vastgoedeigenaar van het overdekte winkelcentrum, de vastgoedeigenaar van de Promenade, met twee ondernemer vertegenwoordigers en vanuit het gebied Bisschopsmolenstraat twee vastgoed vertegenwoordigers en twee ondernemer vertegenwoordigers.

Verder adviseren we aan de kopgroep Centrumteam Etten-Leur toe te voegen een vertegenwoordiger van horeca (KHN), cultuur, bewoners en gemeente. Het kopgroepoverleg wordt voorgezeten door de kwartiermaker of een nog te benoemen voorzitter die de vergadering ook voorbereidt en de kopgroep Centrumteam ondersteunt. Het Centrumteam komt elk kwartaal bij elkaar.

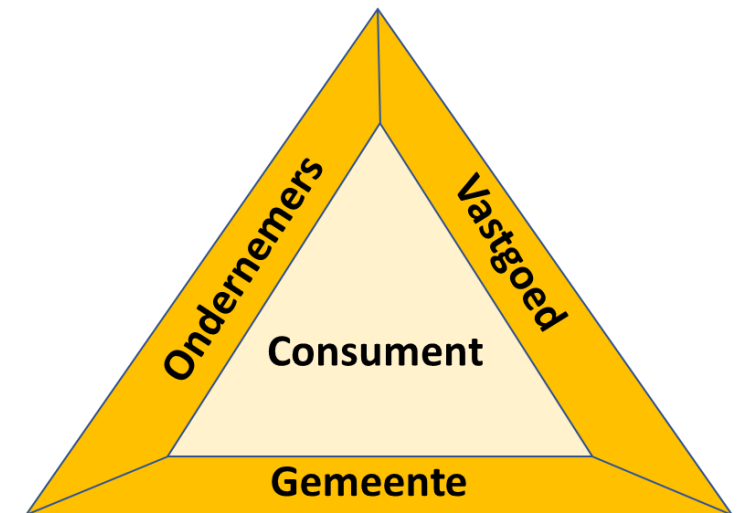
# Samenwerking en organisatie

De centrumvisie is meer dan een document met ambities en een uitvoeringsagenda. Ten grondslag aan de borging en uitvoering van wat er omschreven staat in dit document is de organisatiekracht binnen het centrum. Binnen deze samenwerking zetten we in op het versterken van **De Gouden Driehoek** van belanghebbenden binnen het centrum. De beleving van de consument wordt het beste gewaarborgd als de drie zijden goed georganiseerd samenwerken. Dit is dé succesformule waarop goed draaiende centra hun visie en uitvoeringsagenda vormgeven en de uitvoering borgen.

## Kopgroep

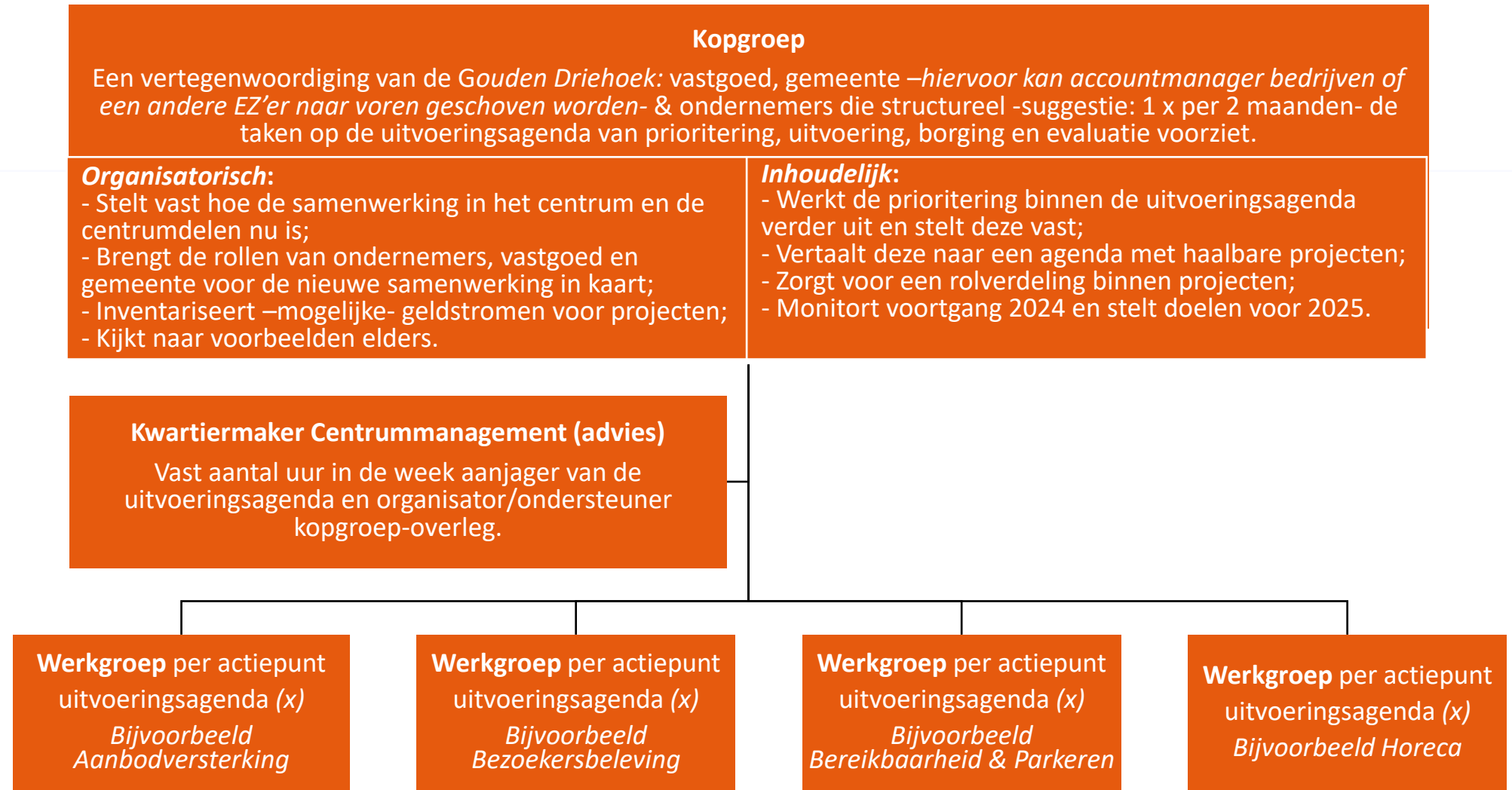
De Gouden Driehoek bestaat uit de samenwerking tussen gemeente, vastgoedeigenaren en ondernemers. Hierbij hoort bijvoorbeeld ook de weekmarkt, organisaties in de cultuursector, zorginstellingen en toerisme. Centraal stellen we de consument (bewoner en bezoeker). In het proces richting de centrumvisie zijn deze partijen betrokken om samen een kopgroep te vormen, de overkoepelende organisatie achter de visie voor het centrum.

Vervolgens gaan we vanuit de kopgroep vanaf 2024 in **werkgroepen** thema en zone uiteen om te werken aan de uitvoeringsagenda. Daarbij zorgen dat de verschillende sectoren en deelgebieden van het centrum zijn vertegenwoordigd. Op de volgende pagina staat schematisch weergegeven hoe we de organisatie van het centrum voor ons zien:



# Samenwerking en organisatie

Schematische weergave van de organisatie voor het centrum:



# 2024: het vervolg







## Bijlagen

Samenvattende SWOT-analyse van het centrum aangevuld met relevante data uit het Koopstromenonderzoek 2021, inclusief toelichting.

# Beknopte SWOT-analyse



## Bijlagen

### Sterktes

- De leegstand is relatief laag
- Het winkel aanbod is vrij compleet, met noodzakelijk en onderscheidend aanbod en een compact kerncentrum dat deels is overdekt
- Parkeren is grotendeels overdekt en direct bij de winkels. Het aantal parkeerplaatsen is ruim
- Goede bereikbaarheid
- Vaste groep bezoekers uit groot gebied buiten Etten-Leur (Zeeland-Rotterdam-Tilburg), zowel uit ervaring van winkeliers als koopstromenonderzoek

### Zwaktes

- Er ontbreekt groen en verblijfswaarde. Het centrum is zakelijk en stenig. Dit geldt zowel voor de entrees als voor het binnengebied
- Meer 'meten is weten' is nodig, over de klanten van het centrum, eventuele verbeterpunten en ontwikkelingen daarin
- Het ontbreken van het startpunt "waar staan we nu" en het streven "waar willen we naartoe". Deze eerste visie is daartoe overigens ook een aanzet
- Een helder perspectief voor alle centrumdelen ontbreekt
- Organiserend vermogen/ samenwerking ondernemers als één centrum.

### Kansen

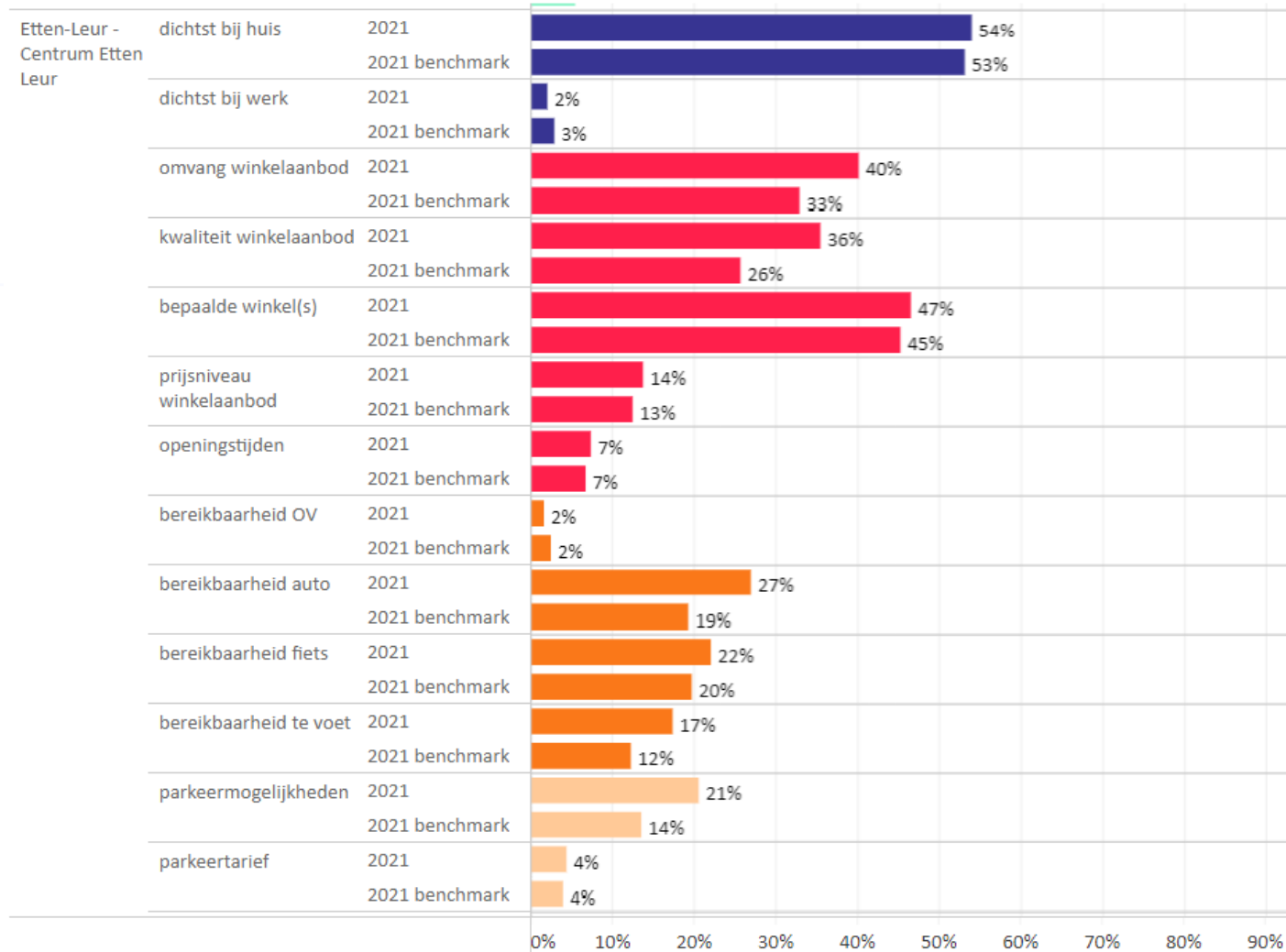
- Inzetten op compleet food aanbod ter versterking van het hele centrum
- Het maken van een horeca agenda met KHN Etten-Leur en hier regionale toeristische organisaties in betrekken (groeierende Van Gogh toerisme, de verbinding met cultuur door onder andere cultuurcentrum, bibliotheek)
- Optimaliseer de klantreis door klanten een goed gevoel te geven via online zichtbaarheid en samenwerking, bij de entrees, met parkeren en fiets-oplaadpunten op goede locaties. Denk hierbij aan de entreezones
- Inzet op centrummanagement met integrale centrumagenda.

### Bedreigingen

- Belemmeringen voor bezoekers tijdens de bouwperiode nieuwe woningen overdekte deel. Een jarenlange 'bouwput' zou kunnen leiden tot structureel verlies van traffic van vaste klanten.
- Winkels stoppen door veroudering centrum, onzeker perspectief
- Het stoppen van ondernemers met onderscheidende winkels verlaagd USP voor bezoekers van buitenaf
- Food positie centrum niet sterk genoeg
- Geen initiatief voor concrete stappen om tot centrummanagement te komen, inclusief structurele samenwerking Gouden Driehoek.



# Bijlage: Koopstromenonderzoek 2021

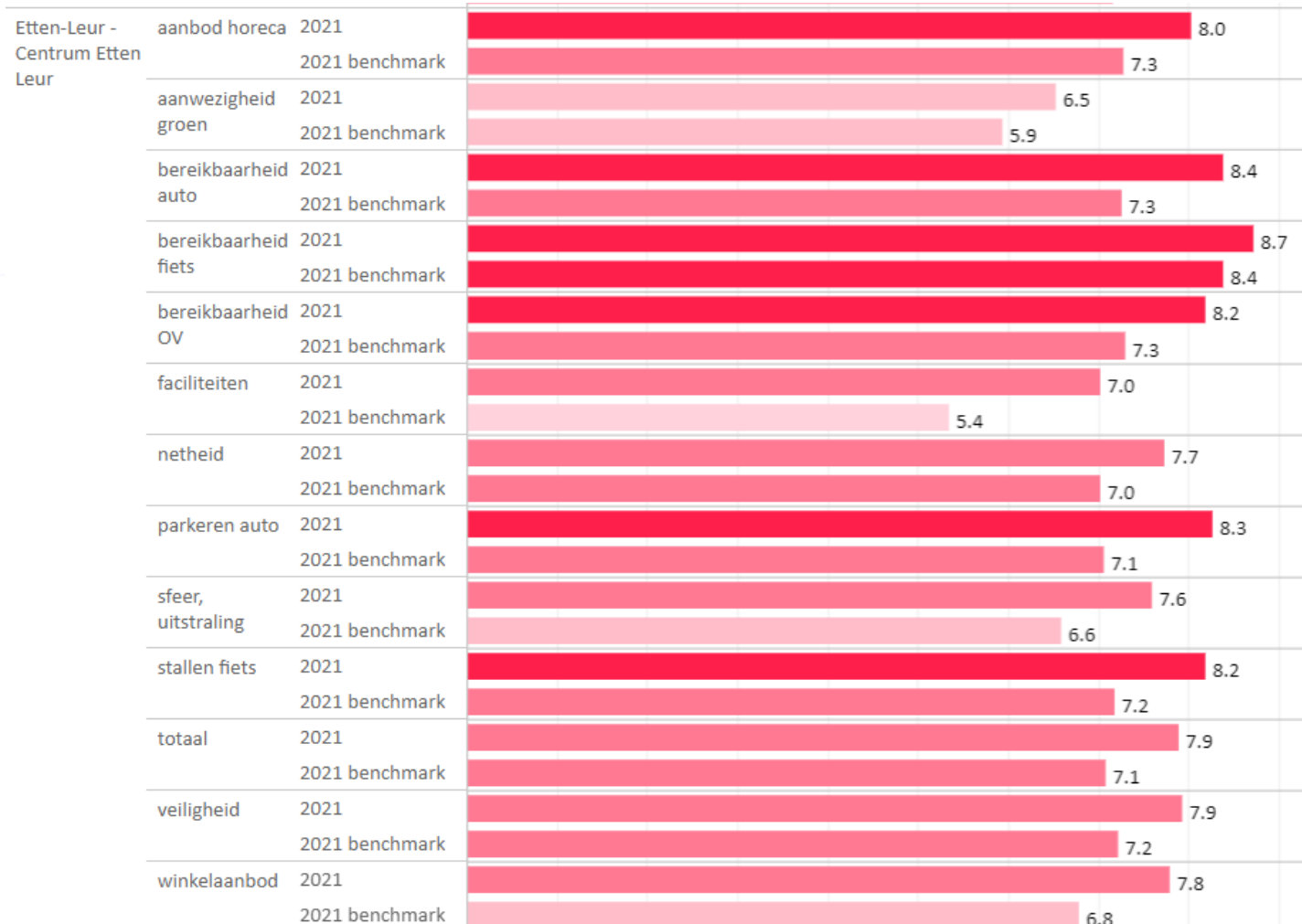


Hier links zijn de bezoekersmotieven om naar het centrum van Etten-Leur te komen te zien van 2021, afgezet als benchmark t.o.v. het gemiddelde van vergelijkbare centra uit het onderzoek.

Wat opvalt is dat met name de omvang en kwaliteit (lees: onderscheidend) aanbod van winkels, met daarnaast bereikbaarheid met de auto en bijbehorende parkeervoorzieningen de belangrijkste redenen zijn om naar het centrum van Etten-Leur te komen.

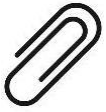


# Bijlage: Koopstromenonderzoek 2021

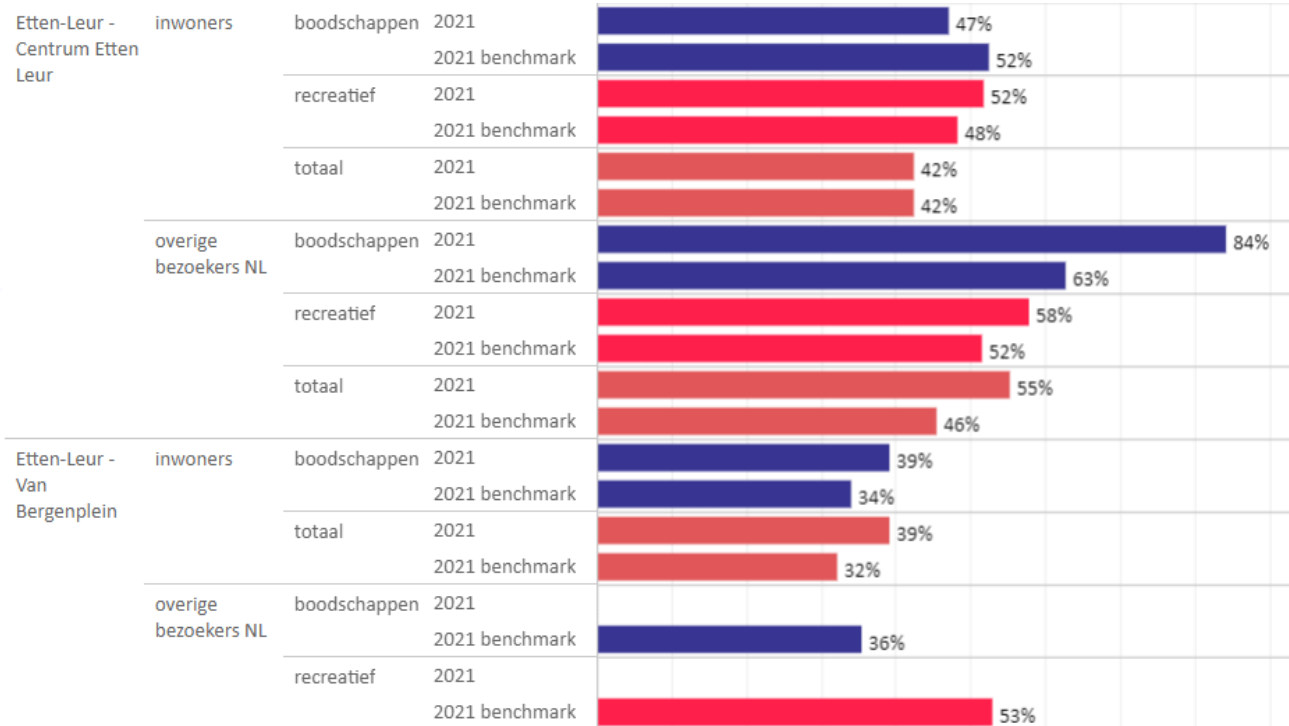


Hier links is de waardering van deze bezoekers van het centrum Etten-Leur te zien, afgezet als benchmark t.o.v. het gemiddelde van vergelijkbare centra uit het onderzoek.

Er kan op basis van deze data geconcludeerd worden dat het over het algemeen erg goed gaat in het centrum van Etten-Leur t.o.v. vergelijkbare centra. Elk onderdeel scoort hoger dan gemiddeld, met name *faciliteiten, bereikbaarheid auto, parkeren auto, stallen fiets en winkelaanbod*.



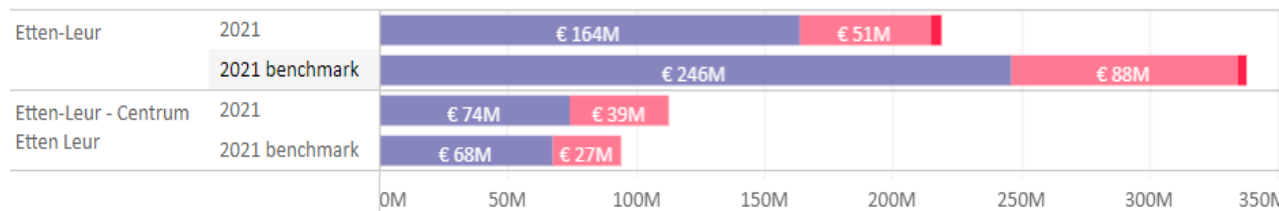
# Bijlage: Koopstromenonderzoek 2021



Deze tabel laat voor zowel het **centrum** als het **van Bergenplein** (Kerkwerve niet onderzocht in KSO) het aandeel van bezoekers zien wat ofwel inwoners uit Etten-Leur zelf, of overige bezoekers van buitenaf, wederom afgezet tegen vergelijkbare gemiddelden.

Er kan op basis van deze data geconcludeerd worden dat het centrum een **bovengemiddeld regionale verzorgingsfunctie** heeft, zowel op dagelijkse boodschappen als recreatieve uitjes. Het Van Bergenplein heeft daarentegen een strikt **wijkverzorgende functie**, met geen bezoekers van buitenaf.

Bestedingen totaal (€)



Wat hieronder opvalt is dat Etten-Leur als geheel ondergemiddeld scoort op bezoekersbestedingen, maar daarbinnen het centrum juist weer bovengemiddeld, met name door toevloeiing van buitenaf (blauw: binding, rood: toevloeiing)