

**WORK IN
PROGRESS**

re:publiek



Een verrukkelijk stadshart tussenrapport kansenkaart en uitvoeringsagenda centrum Dronten

inhoud

inleiding	3
1. van ambitie naar opgaven	6
2. propositie	10
3. doelgroepen	17
4. kansen	19
5. uitvoeringsagenda	41
6. bijlagen	56

inleiding

Aanleiding en opdracht

De ontwikkelingen en veranderingen van winkelgebieden is een actueel onderwerp. Steeds meer steden voeren een actief beleid ten aanzien van winkelgebieden om het hoofd te bieden aan toenemende leegstand, veranderend consumentengedrag en daarmee een veranderende rol van een winkelgebied. Ook in Dronten. Mede in het licht van de voorgenomen groei van Dronten is de wens en ambitie om het hoofdcentrum Suydersee te versterken en om te vormen van een winkelcentrum naar een levendig en bruisend hart met stedelijke uitstraling. Van winkelen naar beleven, ontmoeten en verblijven. Hiertoe stellen de gemeente en betrokken stakeholders een kansenkaart en uitvoeringsagenda op.

Doel van de kansenkaart is kansen te schetsen en concrete ontwikkelingsrichtingen te duiden. De kansenkaart biedt een wenkend perspectief waarin heel Dronten en direct betrokkenen bij het centrum zich herkennen. Concrete actiepunten en ieders rol zijn geborgd in een uitvoeringsagenda die kaders biedt voor de toekomst.

Proces

Om te komen tot de kansenkaart met bijhorende uitvoeringsagenda is een participatief proces gevolgd waarin nauw wordt samengewerkt met de

stakeholders. Naast een projectgroep is een brede werkgroep ingesteld met vertegenwoordiging van onder andere ondernemers en vastgoedeigenaren (vanuit VWS, DOES en BVVS) actief in het centrum van Dronten. De rol van deze groep is het toetsen, aanscherpen en aanvullen van voorstellen en ideeën.

Daarnaast is in het najaar een eerste centrum-atelier georganiseerd en volgt op 17 april een tweede centrum-atelier. Met de centrum-ateliers betrekken we ook hen die niet lid zijn van één van de centrum organisaties, waaronder bewoners.

Status document

Dit document is ter informatie en heeft nog geen verdere status. Het is een tussenrapportage van de ontwikkeling van de Kansenkaart. De potentiële projecten voor de uitvoeringsagenda zijn benoemd. De financiële paragraaf wordt komende weken verder uitgewerkt.



ambitie

'In het licht van de voorgenomen groei van Dronten, is de wens en ambitie om het hoofdcentrum Suydersee te versterken en om te vormen van een winkelcentrum naar een levendig en bruisend hart met stedelijk comfort. Van winkelen naar beleven, ontmoeten en verblijven.'

het stadshart van de toekomst is...

een plek voor retail en
nieuwe (meng)concepten

een verblijfsplek

groen



Binnenstad Hengelo

culturele hart van de stad



Stadsstrand Veenendaal, door en met bewoners



Boulderhal, binnenstad Den Haag



Woonhof, binnenstad Breda



Peter Brouwer, binnenstad Deventer

"De binnenstad is het
grootste bedrijf
van de stad"



Forum, binnenstad Groningen

een plek voor sport en spel

een plek om te wonen

goed georganiseerd

een plek om te werken en studeren

1. opgaven voor Dronten

De ambitie is helder, maar ook nog generiek. Wat betekent deze voor het centrum van Dronten? Op basis van een analyse (zie bijlage), locatiebezoeken, deskresearch en bijeenkomsten met stakeholders is de ambitie vertaald naar zeven opgaven die zijn uitgewerkt in de kansenkaart en de uitvoeringsagenda.

Een verrukkelijk stadshart de opgaven



Wat betekent de ambitie in de context van het centrum van Dronten?

1. Een open hart van de stad in plaats van een gesloten winkelcentrum

Door de planmatige opzet met de ruime, maar ook dominante parkeervelden om het centrum is het centrum van Dronten naar binnen gekeerd. We moeten het centrum van Dronten niet langer als een 'gesloten' winkelcentrum zien, maar als het hart van de stad door daar waar het kan:

- sterkere ruimtelijke (groen en infrastructureel) en programmatische verbindingen met de omgeving te leggen
- het een gezicht naar buiten geven door functies naar buiten te keren
- overgangen naar het centrum verzachten

2. Koesteren van 'het dagelijkse' aangevuld met andere functies

Het centrum van Dronten is als winkelgebied ontwikkeld, maar heeft haar recreatieve winkelfunctie in de loop van de jaren verloren met toenemende leegstand als gevolg. Voor boodschappen en dagelijkse behoeften is Dronten (met vier supermarkten en een aantal speciaalzaken) juist een sterk centrum. Dit komt mede door de goede bereikbaarheid met veel gratis parkeren. We zien kansen om, vanuit de Agro en food identiteit van Dronten, 'het dagelijkse' te koesteren en daarnaast een breed aanvullend aanbod te definiëren passend bij een bruisend stadshart. Het gaat hierbij ook om andere functies dan traditionele retail. In het geval van Dronten betekent dit onder andere:

- meer differentiatie in horeca
- nieuwe leisure functies voor jongeren en jonge gezinnen
- meer cultuur en ambachten
- meer wonen
- aanvullende evenementen

Een verrukkelijk stadshart opgaven



Wat betekent de ambitie in de context van het centrum van Dronten?

3. Programmeren vanuit doelgroepen met wensen en behoeften

Het centrum van Dronten heeft verschillende gebruikers. Voor de verdere ontwikkeling moeten deze gebruikersgroepen als doelgroepen worden gezien waarbij wordt ontwikkeld vanuit de behoeften en klantenreis van deze groepen. Meer concreet:

- Drontenaren: van boodschappenplek naar ontmoetingsplek.
- Bewoners centrum: een bruisende, veilige en aantrekkelijke woonplek.
- Jongeren (6 scholen) en studenten: meer en breder horeca en leisure aanbod.
- Werkenden: een fijne plek voor een lunchwandeling, om af te spreken of te werken.
- Bezoekers van buiten Dronten: een must see of must do.

4. Verhogen van de verblijfskwaliteit

Door de sterke retail focus, de eentonige en functionele inrichting van de openbare ruimte en de stenige parkeervelden heeft het centrum van Dronten onvoldoende verblijfskwaliteit. Voor een bruisend stadshart is het verhogen van de verblijfskwaliteit in het hele centrum noodzakelijk door naast een gevarieerd aanbod verschillende levendige actieve verblijfsplekken te maken en de pleinen te activeren.

Een verrukkelijk stadshart opgaven



Wat betekent de ambitie in de context van het centrum van Dronten?

5. Groen als Drontense kwaliteit ook beleefbaar maken in het centrum van Dronten

Groen en water zijn twee elementen die bijdragen de verblijfskwaliteit. Groen draagt ook bij aan de beleving, geeft identiteit en draagt positief bij aan de gemoedstoestand van mensen en zelfs hun bestedingen. Het centrum van Dronten heeft nu nauwelijks groen en water. In het geval van Dronten, waar groen zo nadrukkelijk als Drontense kwaliteit wordt gezien, is een stevige vergroening van het centrum om daarmee ook een bijdrage te leveren aan de klimaatadaptieve en natuurinclusieve stad een logische stap.

6. Transformatie en herontwikkeling onderzoeken

Het centrum van Dronten heeft een aantal plekken die voor transformatie of herontwikkeling in aanmerking komen. Door deze plekken in te vullen met andere functies dan retail kunnen deze ook bijdragen aan een levendig stadshart.

7. Betekenis geven door middel van een wervende propositie

Een levendig en bruisend stadshart is een stadshart waar mensen zich mee verbonden voelen, waar ze trots op zijn en dus graag naar toe gaan. De identiteit van de plek die komt uit het DNA van Dronten is hierbij van groot belang. Het huidige centrum heeft vanuit programma, architectuur, inrichting of kunst niet een uniek karakter. De rijke agro en food historie en de ambities hierin voor de toekomst komen vaak terug in gesprekken en zijn als uitgangspunt gekozen. Deze moeten we vertalen naar zaken als programma, evenementen en activiteiten en zelfs de openbare ruimte. Een wervende propositie is hiervoor een middel.

2. propositie

Om tot een levendig en bruisend stadshart te komen is meer nodig dan het toevoegen van andersoortig programma dan retail. Centrumgebieden moeten daarnaast op zoek naar nieuwe relevantie en een eigen verhaal voor meer onderscheidend vermogen. Een verhaal dat richting geeft aan de invulling van het programma, de inrichting van de openbare ruimte, maar ook aan evenementen, storytelling, branding en communicatie. Een propositie of brand story is hiervoor de basis. Om de nieuwe concurrentie positie te duiden maken we gebruik van positioneringschema's.

propositie

Een verrukkelijk stadshart propositie

Een propositie is een wervende, korte, maar krachtige stip op de horizon die in woord én beeld het toekomstbeeld van het Drontense stadshart beschrijft. Met onder andere een uniek verhaal op basis van het DNA van Dronten en is daarmee onderscheidend.

De positionering is vervolgens ook het kader dat richting geeft aan de uitwerking van de kansen voor de ontwikkeling van het stadshart en voeding geeft aan de 'waarom' voor bepaalde keuzes. Daarmee ontstaat samen met het projectenprogramma een samenhangend raamwerk en toekomstig toetsingskader.

Voor het centrum van Dronten is de rijke agro en food historie en de ambities hierin voor de toekomst als basis genomen voor de propositie 'Een verrukkelijk stadshart'.

'Een verrukkelijk stadshart'

VEREecken DRONTEN

'Een verrukkelijk stadshart'

Denkend aan Dronten

Denkend aan Dronten, dan denk je aan groen. Letterlijk en figuurlijk. Aan de ruim opgezette groene stad, maar ook aan de rijke agro en food historie en de ambities hierin voor de toekomst. Dit is de basis voor de toekomstige ontwikkeling van het stadshart.

Waar boodschappen doen een uitje wordt

We koesteren 'het dagelijkse' en versterken dat wat het centrum van Dronten nu al onderscheidend maakt: boodschappen doen. Hierin 'tonen we lef' en blijven we pioniers: we maken een duidelijke keuze en zetten hier op in. In Dronten wordt boodschappen doen een foodbeleving en een uitje doordat we het boodschappenaanbod versterken en uitbreiden met nieuwe food en food-gerelateerde concepten. Ook in de meer gedifferentieerde horeca voel je dat goed en lekker eten en werken met lokale producten op nr 1 staat. Nieuwe leisure concepten ondersteunen dit en dragen bij aan een breed en attractief programma, waar recreatief winkelen ook nog steeds onderdeel vanuit maakt en kan groeien. Vanuit het rijke agro en food profiel is dit een logische keuze: zo verbinden we de identiteit van de stad en de omgeving met de economische ambities voor de toekomst. Voor Drontenaren en de regio.



'Een verrukkelijk stadshart'



Drontens verhaal maken en uitdragen

Op het niveau van **storytelling, placemaking en branding** maken we **samen** met het bedrijfsleven, het onderwijs en de culturele sector de koppeling met de agro en food historie en ambities van Dronten. **Verhalen uit de sector** worden ontsloten en toegankelijk gemaakt in het centrum. Denk aan een museum of **experience center, evenementen, tentoonstellingen** in de openbare ruimte, educatieprojecten of een symposium. Het gehele stadshart fungeert als podium met het **Meerpaalplein als het hart.**

De ontmoetingsplek van de stad

'**Mensen maken de samenleving**', mensen maken ook het hart van Dronten. Dit betekent dat het centrum van Dronten **dé ontmoetingsplek** van de stad wordt waar het fijn vertoeven is. Door de functies en de activiteiten die mensen samenbrengt, maar ook door een **openbare ruimte die ontmoeting stimuleert**. We verhogen de **verblijfskwaliteit** met verschillende levendige verblijfsplekken waardoor het centrum een ontmoetingsplek wordt voor alle Drontenaren. Waar je gezellig afspreekt of elkaar spontaan tegenkomt. Van jong tot oud. In een **substantieel vergroende openbare ruimte**, want het Drontense principe '**onze basis is groen**' voel je natuurlijk ook in het centrum. Zo leveren we een bijdrage aan de **klimaatadaptieve en natuurinclusieve stad.**



'Een verrukkelijk stadshart'



Dorps karakter met stedelijk comfort

Dronten groeit. Het stadshart groeit mee. Door een transitie te maken van een winkelcentrum naar een levendig stadshart met een breder programma. Waar naast horeca, cultuur en leisure ook ruimte gecreeërd wordt voor werken en nieuwe meer stedelijke woonmilieus. Hiermee krijgt het centrum van Dronten meer levendigheid en 'stadse allure'. Dit is ook de wens van de inwoners van Dronten. We koesteren daarbij het dorps karakter van Dronten. De ruimtelijke schaal en architectuur van nieuwe ontwikkelingen moet dit waarborgen.

Een verrukkelijk stadshart

Het centrum van Dronten ontwikkelt zich de komende jaren samen met de gemeente, ondernemers, culturele instellingen, vastgoedeigenaren en bewoners tot een verrukkelijk stadshart met regionale aantrekkingskracht. Een plek waar letterlijk en figuurlijk ruimte is gegeven aan nieuwe functies, nieuwe initiatieven en ondernemerschap. Een centrum dat niet langer als winkelcentrum wordt gezien, maar als het kloppende stadshart van Dronten. Een bruisende, foody ontmoetingsplek goed verankerd in de stad en de omgeving. In de breedste zin van het woord.



'Een verrukkelijk stadshart'

'Een verrukkelijk stadshart' is een verschuiving op het niveau van programma, storytelling en beleving in al zijn facetten. Op landschappelijk en stedenbouwkundig niveau biedt deze verschuiving een kans om het centrum aan te haken op de bestaande groene structuren in Dronten.

Versterkte en nieuwe groene verbindingen kunnen vervolgens de dragers voor fiets- en voetgangersnetwerken naar het centrum zijn. Hiermee verankeren we het centrum van Dronten primair via 'groen' in plaats van via 'grijs' in de stad en wordt het centrum ook 'gezond bereikbaar'.

Van winkelen op een parkeerplaats...



...naar een verrukkelijk stadshart

positionering

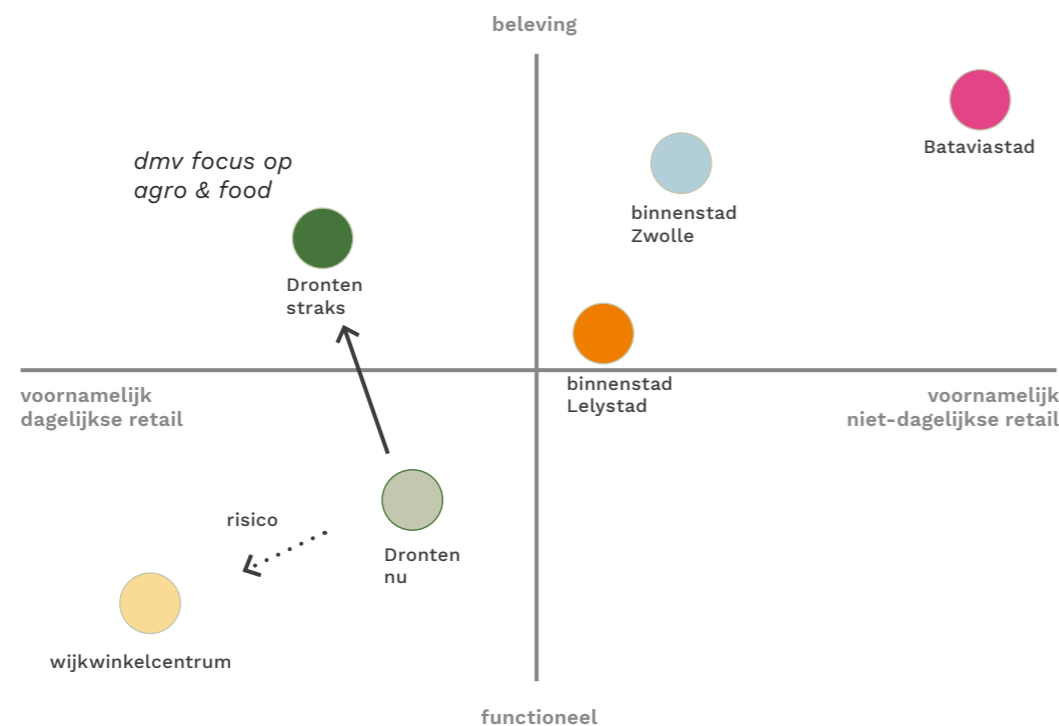
De propositie 'Een verrukkelijk stadshart' geeft door middel van een focus op agro & food richting aan de toekomstige ontwikkeling van het stadshart. Deze is ook af te zetten tegen andere stads- en dorpscentra in de buurt om inzichtelijk te maken welke kant Dronten zich gaat

ontwikkelen ten opzichte van deze andere plekken. Bijvoorbeeld op basis van de retailfunctie. Als we hierbij kijken naar aspecten als een functioneel centrum versus een centrum met veel beleving draagt 'Een Verrukkelijk Stadshart' door de focus op

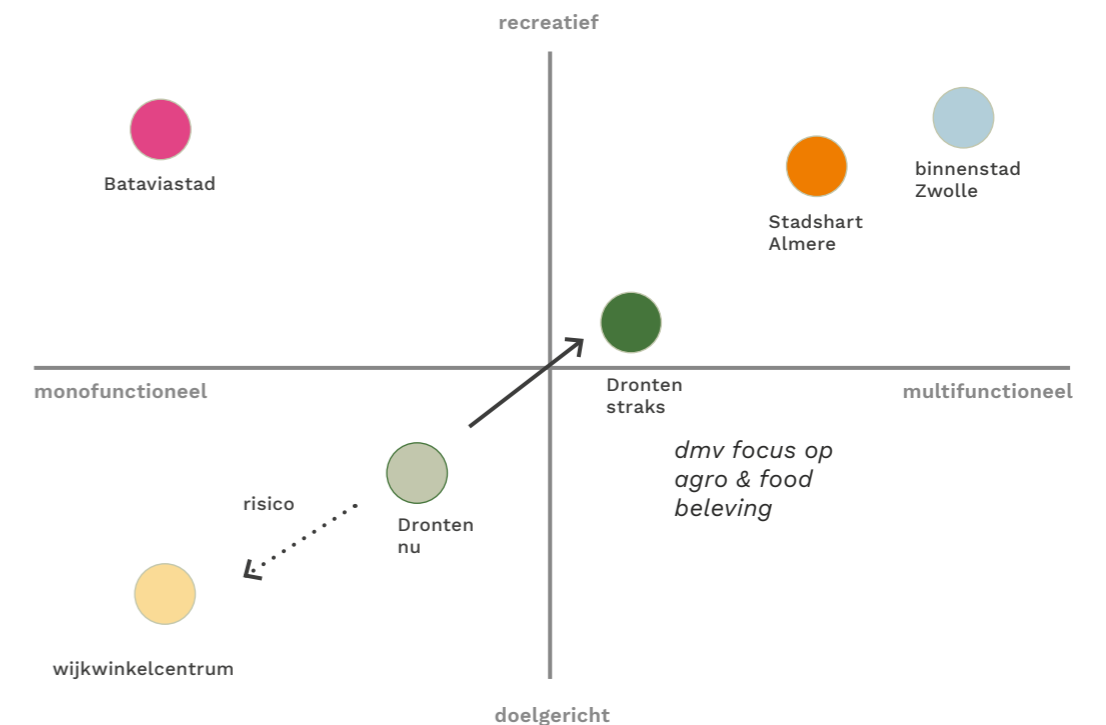
dagelijkse retail met een sterker agro & foodbeleving bij om afstand te nemen van een wijkwinkelcentrum en niet die kant op te glijden. Dit is immers een risico als we niets doen. Als we kijken naar bezoekmotief kunnen we met 'Een Verrukkelijk Stadshart' door een breder en

onderscheidend programma ook afstand nemen van een wijkwinkelcentrum en opschuiven richting binnensteden als Lelystad, Almere en Zwolle.

positonering op de retailfunctie



positonering op bezoekmotief



3. doelgroepen

Het Stadshart is er voor alle Drontenaren, daarbinnen vallen verschillende groepen te onderscheiden die allemaal andere bezoekmotieven hebben en daarmee eigen verwachtingen en wensen. Het is belangrijk rekenschap te geven van deze verschillende groepen bij de verdere ontwikkeling van het nieuwe programma en de inrichting van de openbare ruimte om tot een levendig en bruisend stadshart te komen.

doelgroepen en behoeften



1. Drontenaren

Wie

- gezinnen, stellen, emptynesters, senioren Met extra aandacht voor groepen die nu minder komen (middelbaar welvarend en trendsetten en trendgevoelig)

Behoefte

- voor boodschap, efficiënt winkelen, markt
- willen in hun vrije tijd het centrum bezoeken voor uitgaan, vermaak, verblijf



2. Bewoners

Wie

- studenten en oudere doelgroep
- kleinere huishoudens
- verlengde van directe woonomgeving

Behoefte

- dagelijkse boodschap, ommetje
- zoeken vertier en comfort buitenshuis



3. Jeugd & studenten

Wie

- scholieren
- studenten (Aeres), deels ook bewoners

Behoefte

- boodschap of snack in pauze
- ontmoeting met vrienden en klasgenoten
- beperkt budget
- willen uitgaan en vermaak



4. Werkenden

Wie

- gemeente, kantoren, diensten

Behoefte

- koffie- en lunchpauze, kleine boodschap, ommetje
- korte momenten
- stadshart als ontmoetingsplek voor relaties en collega's



5. Bezoekers

Wie

- met name uit Lelystad, Kampen en Noordoostpolder

Behoefte

- recreatieve toerist uit omgeving meer bedienen

4. kansen

Om de ambitie van een levendig en bruisend stadshart met bijbehorende opgaven en de propositie 'Een verrukkelijk stadshart' verder handen en voeten te geven zijn samen met stakeholders kansenkaarten opgesteld. De kansenkaarten benoemen toekomstige verbeteringen, ingrepen en gewenste ontwikkelingen binnen de volgende thema's:

- breed en attractief programma
- kwaliteitsimpuls vastgoed
- optimaal en gezond bereikbaar
- naar buiten keren en verbinden
- uitnodigende groene openbare ruimte

breed en attractief programma

Een levendig en bruisend stadshart is meer dan een winkelgebied. Dit is een multifunctionele ontmoetingsplek waarin naast winkelen ruimte is voor horeca, cultuur, leisure, wonen en werken. Daarnaast zijn er jaarrond activiteiten die bijdragen aan de levendigheid en verblijfskwaliteit van het stadshart.

Doelstellingen

Een kloppend hart van de stad

- van winkelen naar ontmoeting (place to buy -> place to be, live, work)
- naar een bredere programmamix
- overdag, in de avond, (soms) in de nacht

Met stadse dynamiek en een dorps karakter

- voorzien in behoeften van een groeiende gemeenschap met nieuwe bewoners ook van buiten Dronten

Regionale trekkracht vanuit sterke eigen identiteit

- "waar boodschappen doen een uitje wordt"
- foodbeleving & experience in horeca en leisure
- recreatief winkelen maakt aanbod compleet
- verrukkelijk stadshart als kader voor events die bijdragen aan de identiteit van Dronten

Terugdringen leegstand

- opnieuw invullen met o.a. scherp foodretail profiel
- transformatie naar leisure, horeca, werken, wonen

Kansen



Boodschappen verbreden



Meer differentiatie in de horeca



Cultuur en leisure toevoegen



Wonen toevoegen



Werken stimuleren



Aanvullende evenementen

Een verrukkelijk stadshart kansen

1. Boodschappenfunctie verbreden

- Agro-food identiteit doorvertalen naar het retail-aanbod
- Met regionale aantrekkingskracht: 'recreatief boodschappen doen'.
- Unieke concepten met makers en producenten uit de omgeving.

Programma voorbeelden:

Winkel in streekproducten (Polder & Food), speciaalzaken (groente, kaas, bier, wijn), maar ook kookwinkel, traiteur, streekmarkt etc.



Een verrukkelijk stadshart kansen

3. Cultuur & leisure toevoegen en verrijken

- Stadshart als plek voor vrijetijdsbesteding en verblijf.
- In (te transformeren) leegstaande panden en de openbare ruimte.

Programma voorbeelden:

(permanent aanbod):
escaperoom, in- en outdoor jeu de boules, food experience (instagram), gallery, museum, bolderen, arcade, educatiecentrum, kunst in de openbare ruimte etc.

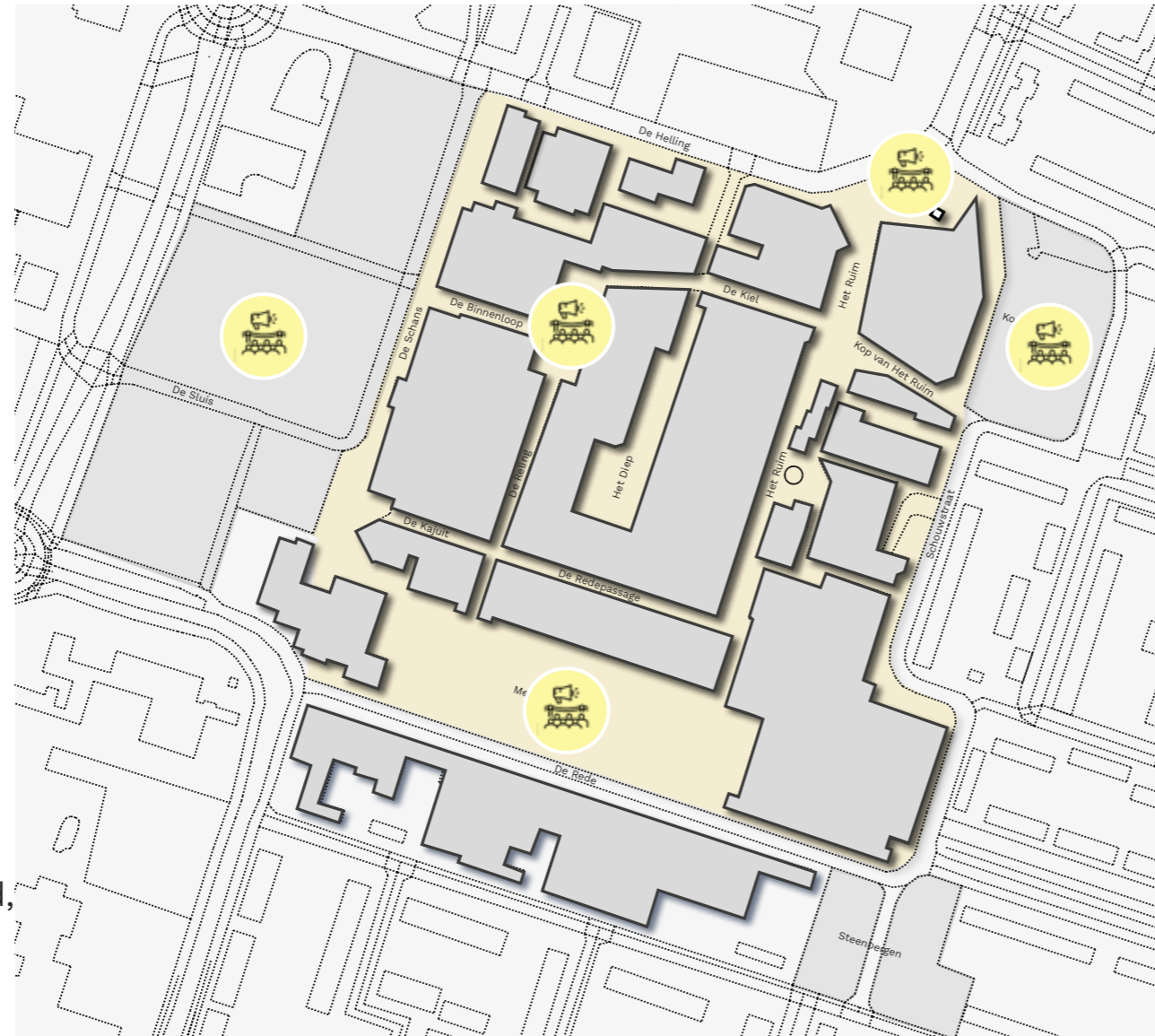


4. Identiteit en attractiewaarde versterken via evenementen

- Agro & food jaarprogramma met (terugkerende) en seizoensgerelateerde evenementen
- (Deels) in samenwerking met de gemeenschap organiseren
- Meerpaal en het Meerpaalplein als herkenbaar hart

Programma voorbeelden:

Koningsdag, Vrijheidsmaaltijd, Meerpaaldagen (andere opzet), Tulpenfeest, stadsstrand, openlucht bios, 'intreeweek', ijsbaan, sportevenementen (i.s.m. sportclubs) etc.

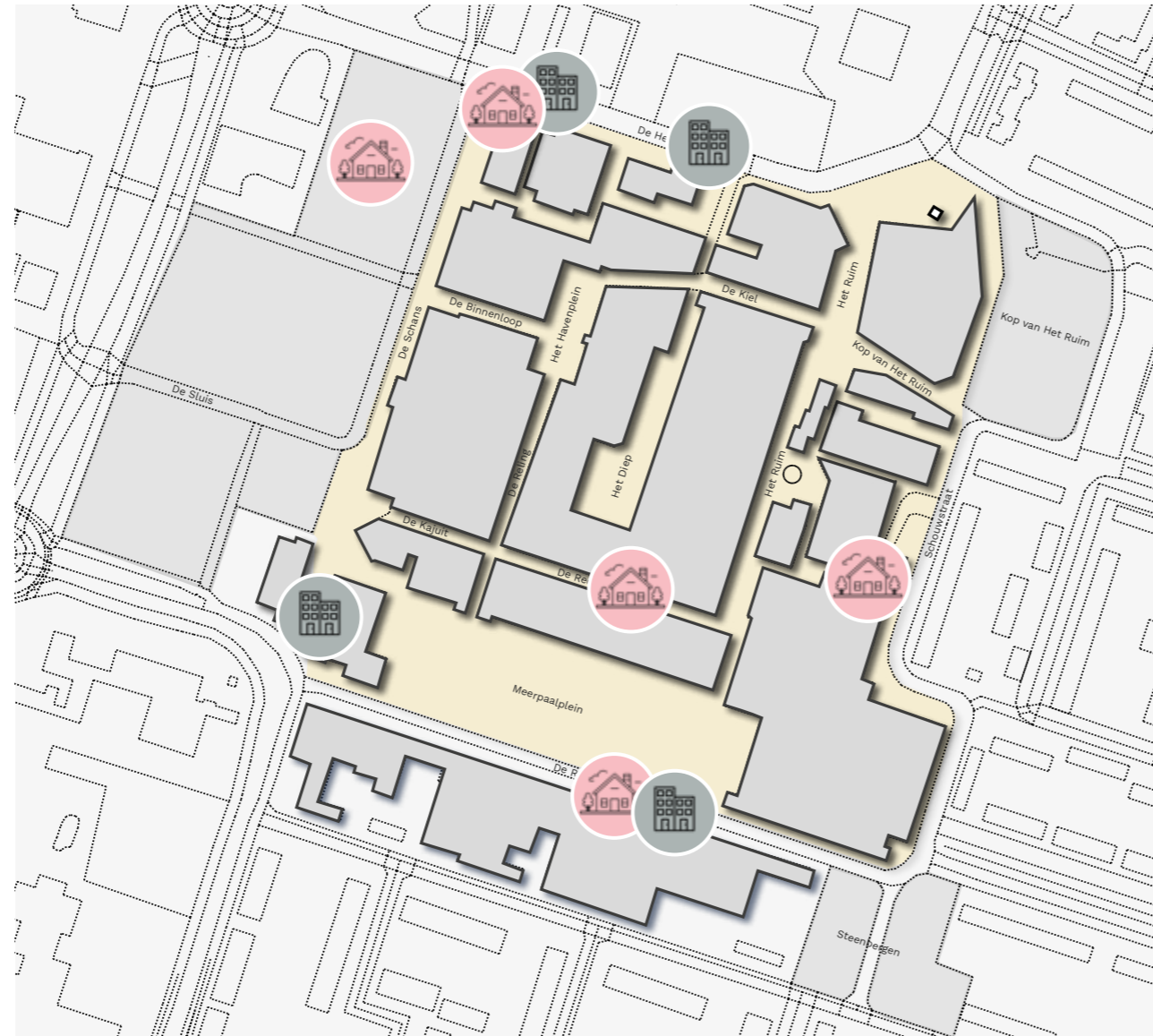


5. Wonen en werken stimuleren, toevoegen, faciliteren

- Dragen bij aan een breed programma en gebruik van het Stadshart
- Vergroot de levendigheid en het draagvlak voor voorzieningen.

Programma voorbeelden:

kantoren, coworking concepten, stedelijke woonmilieus (senioren, studenten, starters)



kwaliteitsimpuls vastgoed

Een andere sleutel in de transitie naar een kloppend hart van de stad ligt bij vastgoed. Het centrum is planmatig ontwikkeld als een winkelcentrum dat zich zal moeten aanpassen naar een stadshart dat nieuwe functies. Dit kan onder andere door het upgraden en transformeren van bestaand vastgoed. Hiervoor dient zich een aantal concrete projecten aan. Ook hebben vastgoedeigenaren een taak en opgave om bij te dragen aan verduurzaming, klimaatadaptatie en energietransitie.

Doelstellingen

Upgrade en transformatie van verouderd en/of leegstaand vastgoed

- ruimte bieden aan nieuwsoortig publieksprogramma
- creëren van (nieuwe) stedelijke woonmilieus

Bijdragen open en toegankelijk stadshart

- gezicht naar buiten gezicht geven
- entrees ontwikkelen

Duurzaamheid & klimaatadaptatie

- vergroenen gevels
- verduurzamen panden

Concrete projecten

- Het Ruim
- De Redepassage en De Kajuit
- voormalige Rabobank locatie
- KPN-centrale
- op lange termijn: parkeervelden met behoud van parkeerfunctie

Kansen



Transformatie projecten onderzoeken

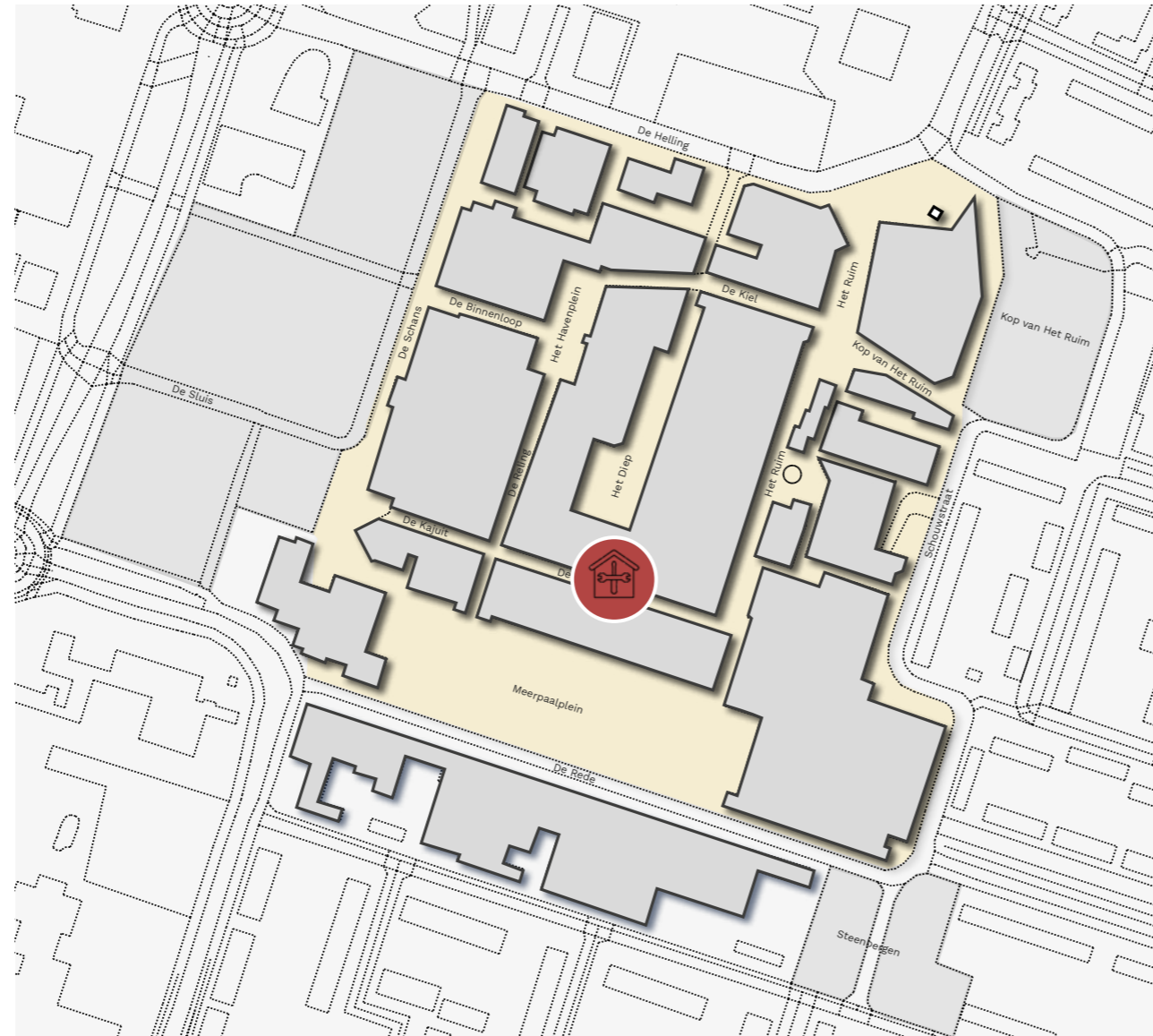
2. De Redepassage en De Kajuit

Opgave:

- Opwaardering van de uitstraling en kwaliteit van het vastgoed
- Invullen met nieuw programma

Te onderzoeken scenario's:

1. opknappen en bestaande units opnieuw vullen
2. herindeling voor meerdere grotere gebruikers (bijvoorbeeld Action, Polder & Food (nieuw concept) of leisure functies).

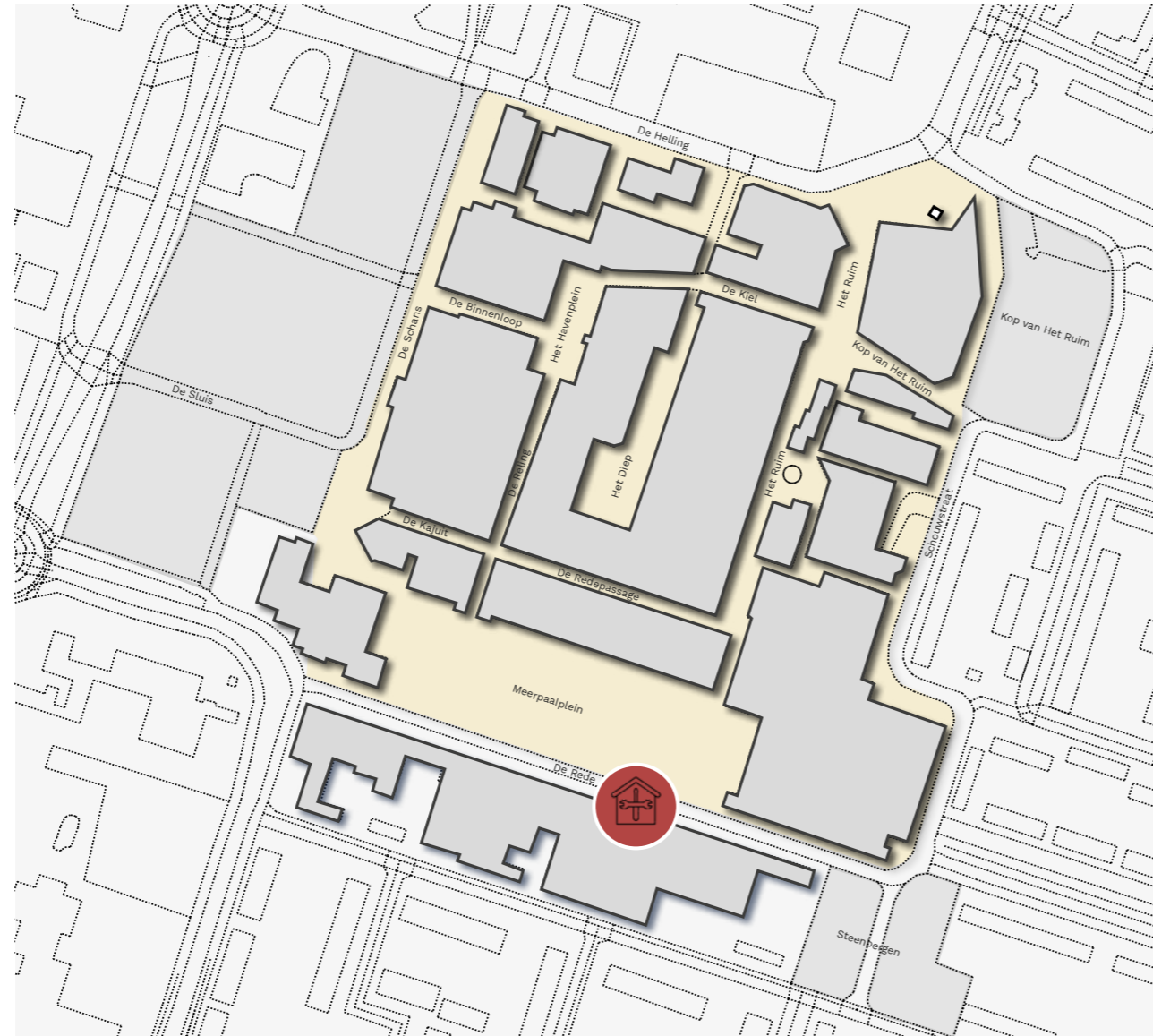


3. Voormalige Rabobank locatie

Opgave:

- Transformatie van voormalig bankkantoor en tijdelijke vluchtelingenopvang
- Invulling met meerwaarde voor de verblijfskwaliteit van het Meerpaalplein.

Programma: wonen met publieksgerichte plint, horeca (incl. hotel), leisure, kantoren.

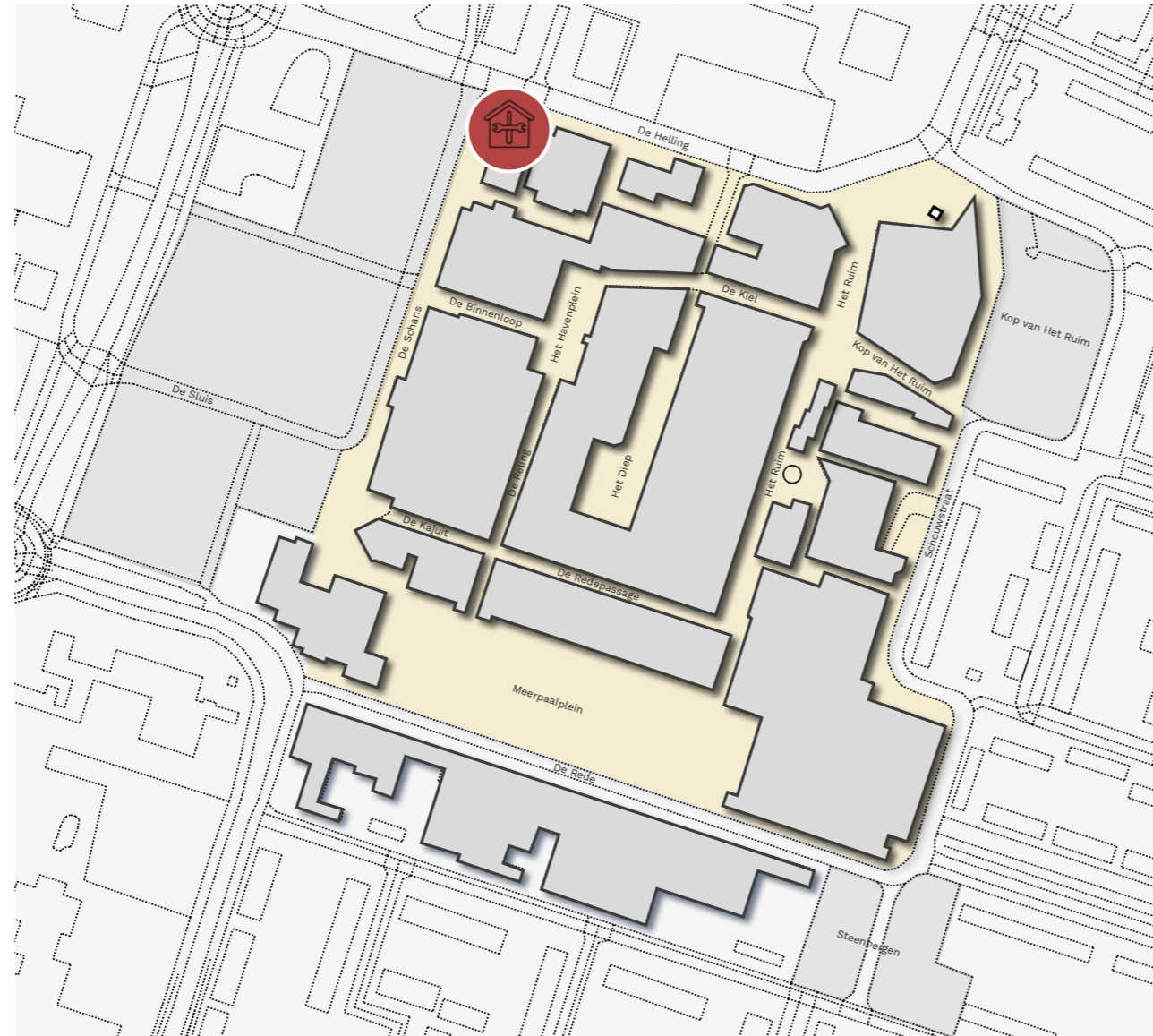


4. KPN-centrale

Opgave:

- Wanneer deze centrale zijn functie verliest ontstaat aan de buitenrand van het winkelcentrum een kans om van dode hoek naar aantrekkelijke wand te verkleuren.

Programma: wonen, leisure, kantoren, suboptimale locatie voor een hotel.



naar buiten keren en verbinden

De meeste binnensteden in Nederland zijn organisch gegroeid en zijn daardoor logisch verbonden met hun omgeving, doorwaadbaar en toegankelijk. Ze hebben een gezicht naar buiten en kondigen zich hiermee aan.

Het centrum van Dronten heeft dit niet, maar er zijn kansen voor verbetering.

Het gaat niet langer om naar binnen stappen en een geheel 'winkelrondje' maken, maar meer om gebruik van verschillende functies en plekken op verschillende momenten van de dag.

Doelstellingen

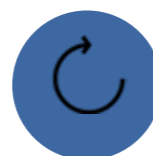
Naar buiten keren en verbinden

- soepele overgangen maken
- achterkanten oplossen
- voorkanten creëren bij transformatie

Kansen



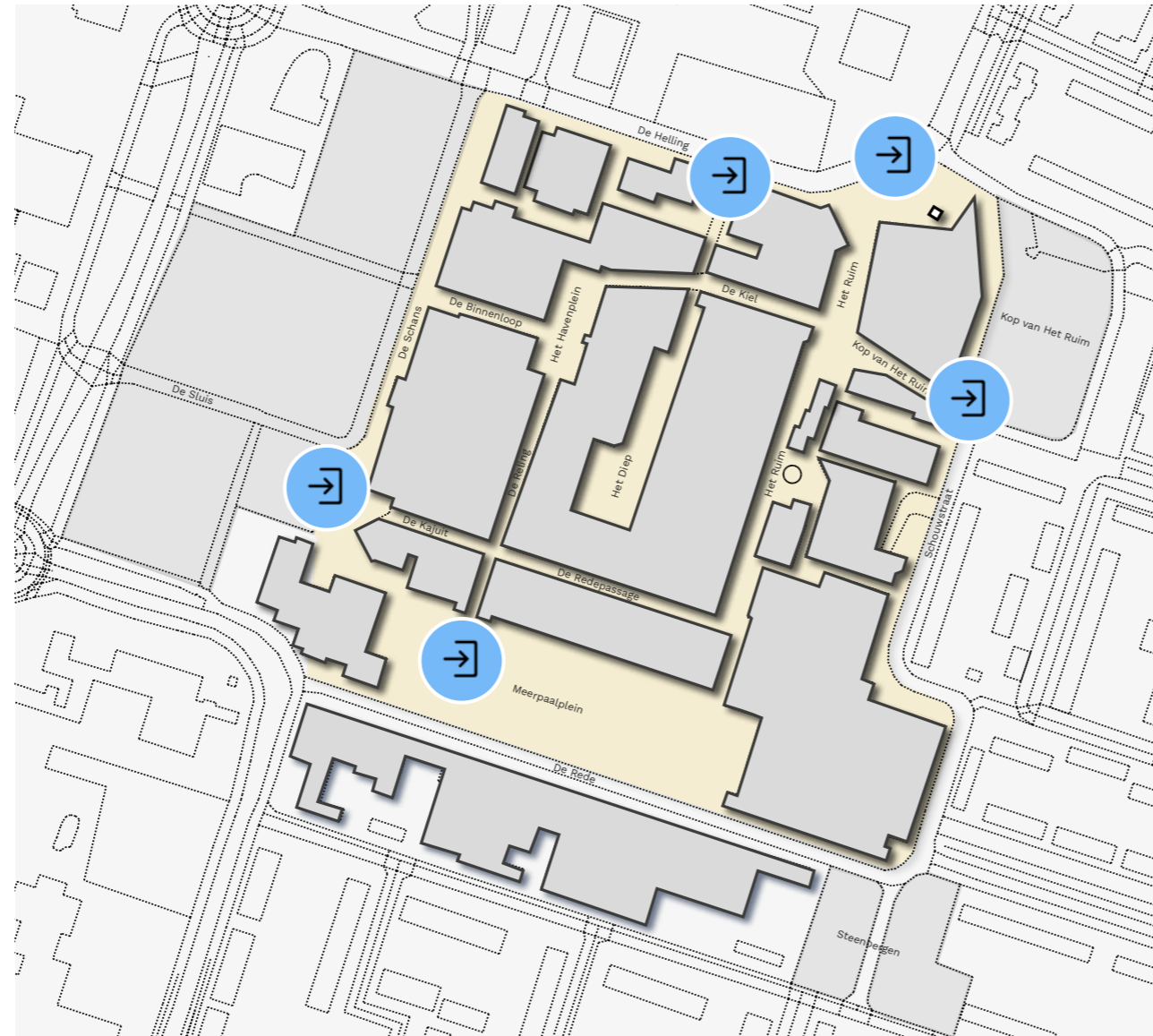
Overgangen en entrees vormgeven



Achterkanten oplossen

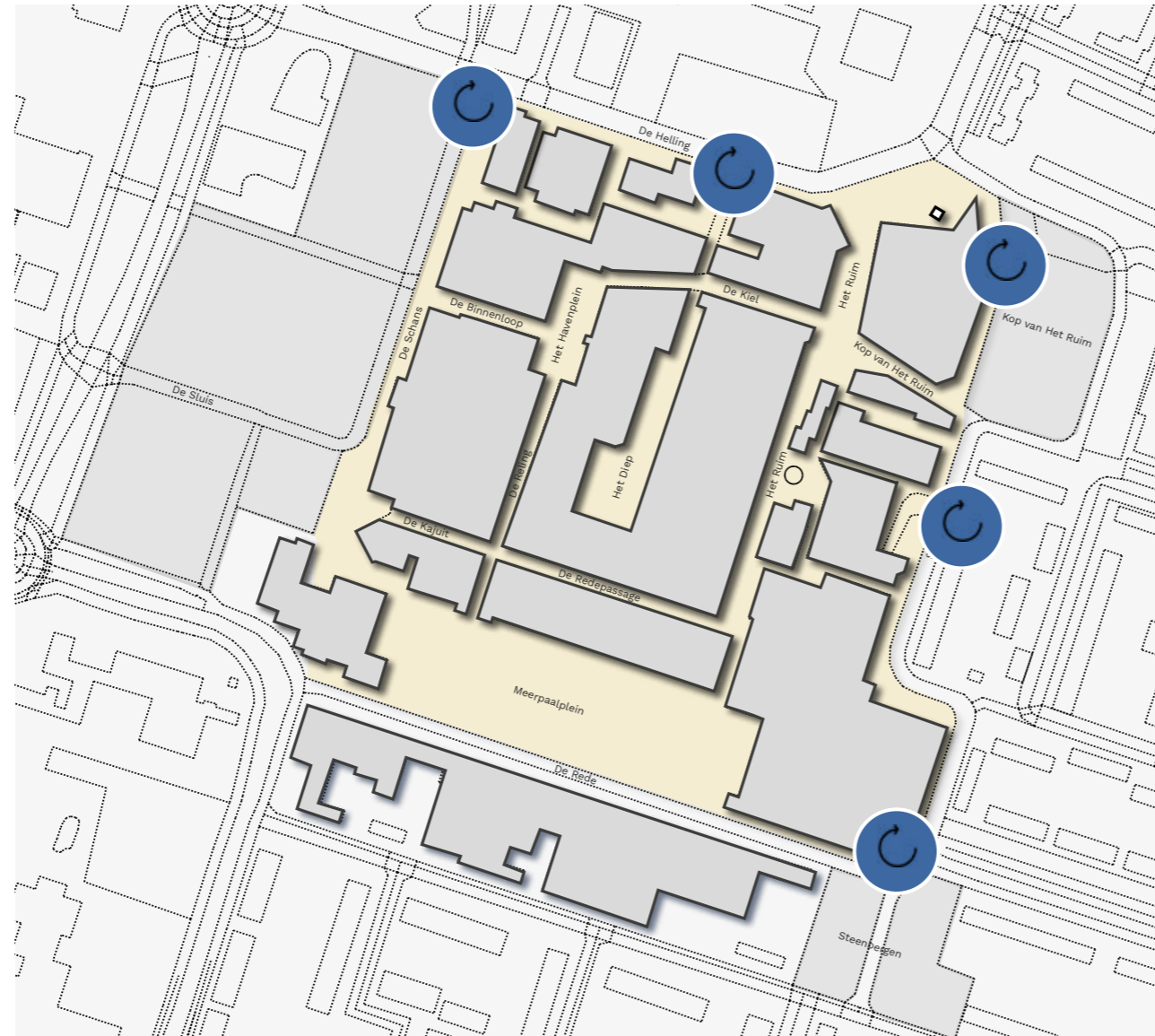
1. Overgangen verzachten en entrees vormgeven

- Verkeersbarrieres wegnemen (met name De Helling)
- Herinrichting overgang parkeerterreinen - Stadshart (Kop van het Ruim en in mindere mate Schans)
- Entrees creëren (De Helling distributiestraat) en opwaarderen (Kajuit, Meerpaalplein-De Reling, 'blauwe passage', 2x Kop van Het Ruim)



2. Achterkanten oplossen

- Blinde gevels verfraaien: groen, kunst, murals (bijvoorbeeld rondom de Meerpaal, Het Ruim en De Helling)
- Daar waar in de toekomst bebouwing wordt toegevoegd of wordt getransformeerd voorkanten creëren en blinde gevels in het zicht vermijden.



optimaal en gezond bereikbaar

Een kloppend hart van een stad is goed bereikbaar. Dronten onderscheidt zich met goede autobereikbaarheid en ruime (gratis) parkeergelegenheid rondom het Stadshart. Er liggen kansen het stadshart logisch en leuk te verbinden met fiets- en voetgangersnetwerken om het centrum

Doelstellingen

Autoparkeren op peil houden

- behoud parkeerlocaties als bronpunten rondom het centrum (regionale functie)
- vergroenen en kwaliteit verhogen

Stimuleren fietsgebruik

- fietspaden en groenstructuren gebruiken om het winkelcentrum te verankeren in de stad
- fietsfaciliteiten toevoegen

Kansen



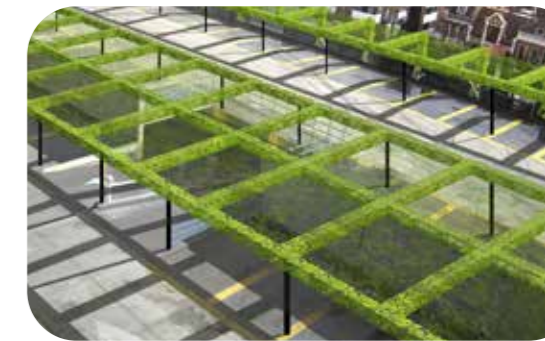
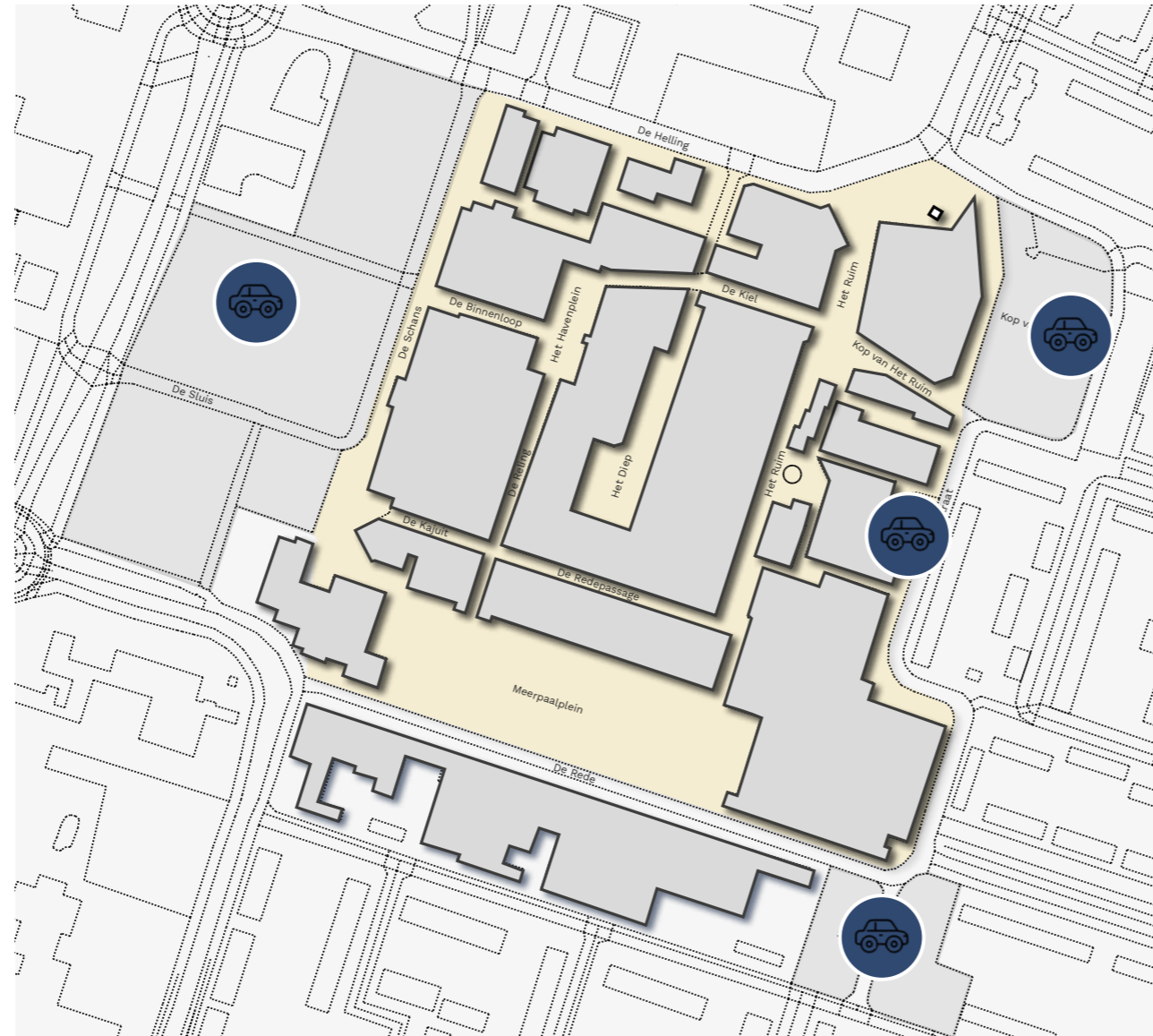
Fietsontsluiting verbeteren



Autoparkeren optimaliseren

1. Autoparkeren

- Parkeercapaciteit als bronpunt op peil houden vanuit de positionering om het centrum als boodchappenplek te versterken.
- Electrisch laden uitbreiden.
- Maar parkeerterreinen veel minder dominant maken door herinrichting en vergroening (auto te gast).
- Parkeergarage Het Ruim upgraden als onderdeel van de transformatie van deze plek.



2. Fietsontsluiting

- Uitbreiden fietsparkeren (in onderzoek)
- Beter aantakken Stadshart op fietsnetwerken en groen-blauwe netwerken (in onderzoek)
- Nieuwe faciliteiten: laden, overdekt of bewaakt stallen etc.



uitnodigende groene openbare ruimte

Passend bij de groene basis van Dronten én bij het Agro Food profiel wordt de transitie van het stadshart aangejaagd door rigorieuze vergroening en verblauwing. Groen en blauw wordt ook gebruikt om de verblijfskwaliteit van de openbare ruimte te verhogen.

Het plan voor een nieuwe afvoerstructuur hemelwater (in voorbereiding) in het centrum is een uitgelezen kans voor vergroening en activering van de openbare ruimte.

Doelstellingen

Bijdragen aan de klimaatadaptieve en natuurinclusieve stad

- rigoreus vergroenen en verblauwen

Aanhaken op groene en blauwe structuren

- groen en blauw het stadshart intrekken en aantakken op groen-blauwe netwerken
- concreet: het plan afvoerstructuur hemelwater integreren in een geheel inrichtingsplan voor de openbare ruimte en daarbij vergroenen rondom de nieuwe afvoerstructuren

Groene en actieve openbare ruimte

- stenige karakter van het stadshart verzachten
- levendige pleinen met actief programma
- steppingstones die de bezoeker geleiden en verleiden
- groen en blauw combineren we met sport, spel, kunst en licht.

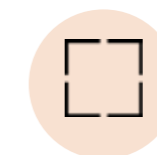
Kansen



Vergroenen en verblauwen



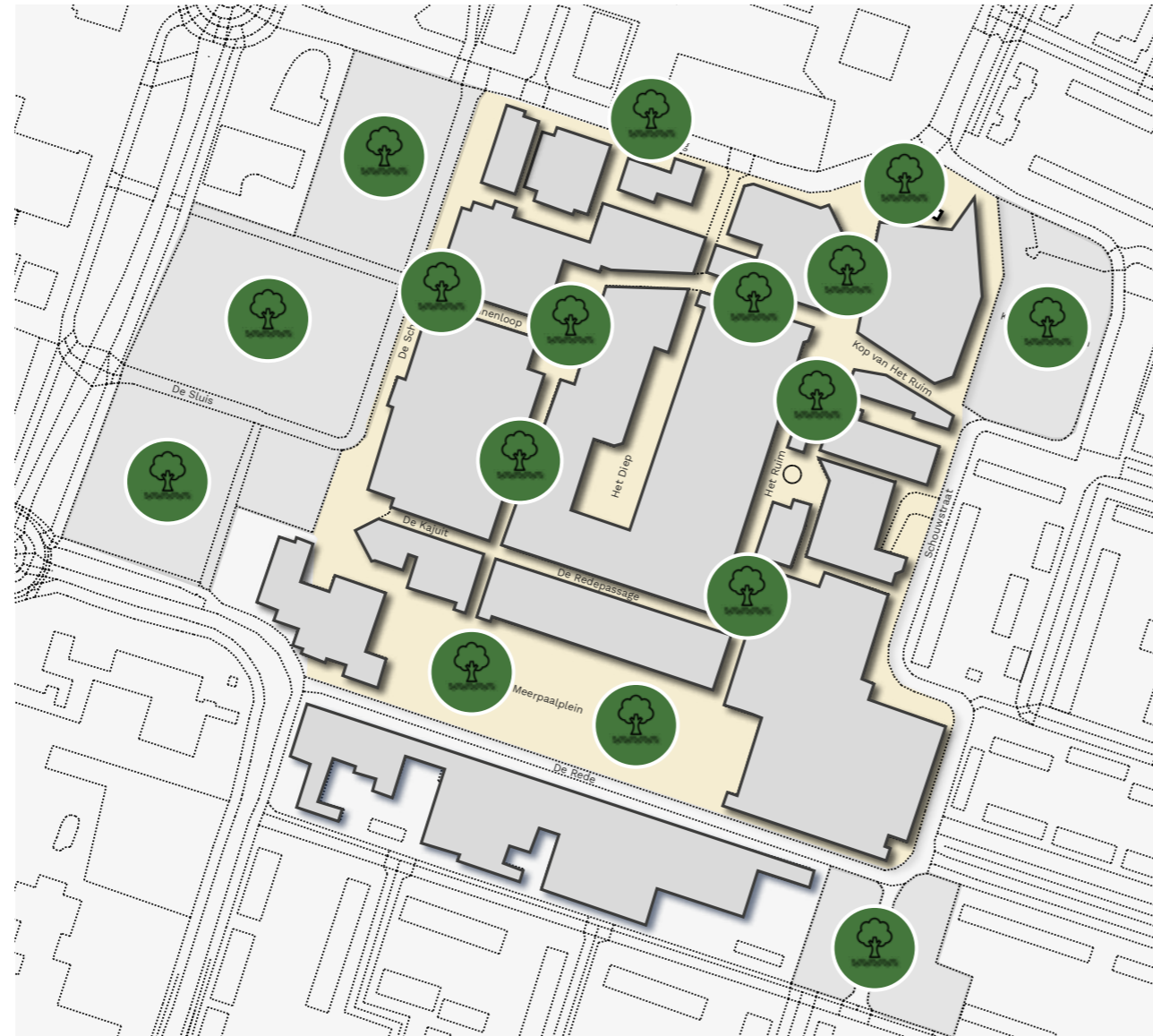
Steppingstones ontwikkelen



Levendige pleinen maken

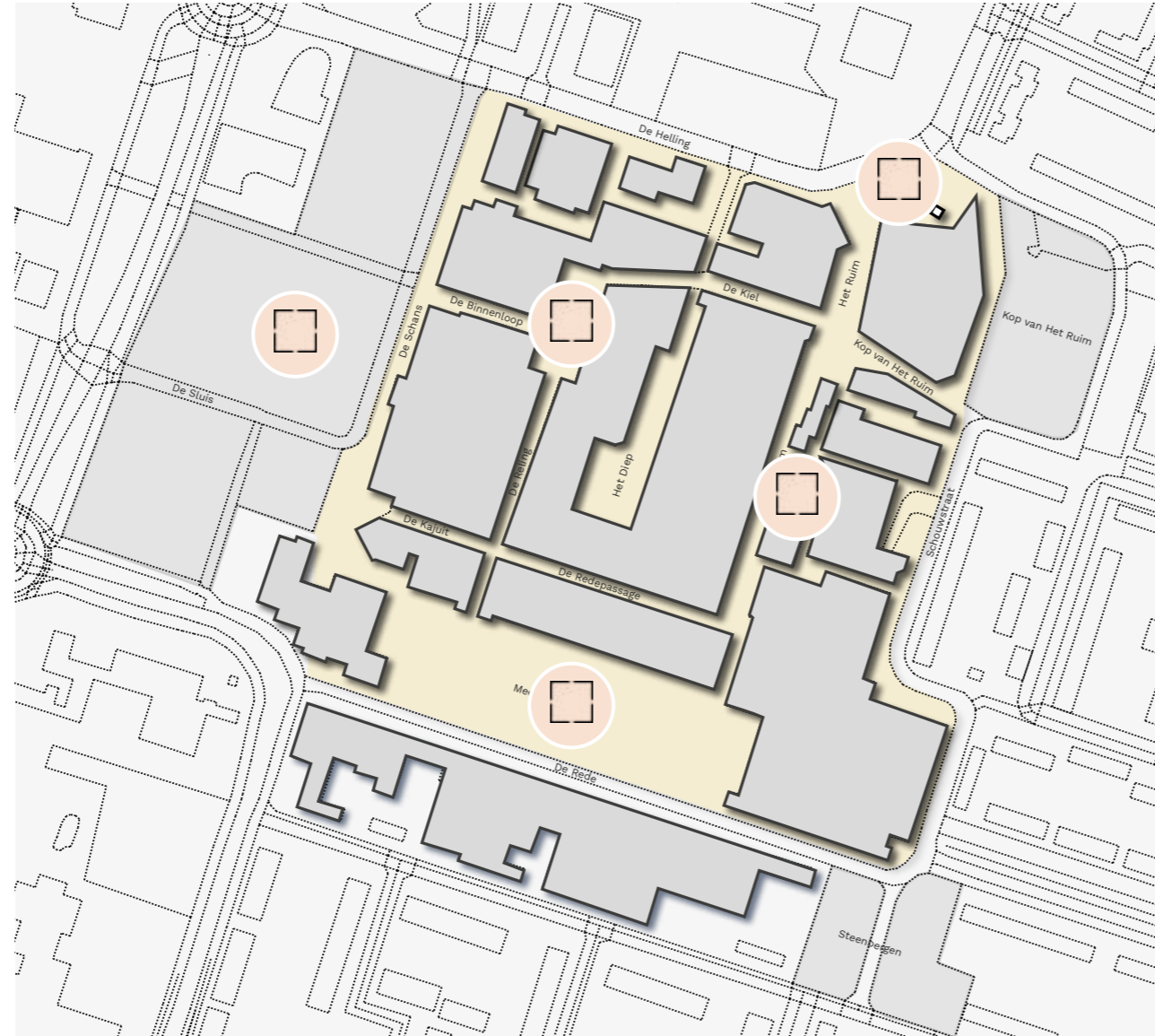
1. Vergroenen en verblauwen

- Parkeerterreinen en daken vergroenen.
- (Winkel)straten vergroenen door middel van gevelgroen, klimplanten en bomen.
- Waterbergende maatregelen met verblijfswaarde op bijvoorbeeld Het Ruim en Meerpaalplein.
- Groene en blauw als onderdeel van aantrekkelijke inrichting pleinen en stepping stones (zie 2 en 3).



2. Hoogwaardige en levendige pleinen met attractiewaarde

- Herinrichting van de hoofdpleinen: Meerpaalplein, Havenplein en Het Ruim
- Met ruimte voor terras, groen, sport en spelactiviteiten, kunst en evenementen.
- Verandering opzet Meerpaaldagen overwegen, want dit is voorwaardelijk voor de herinrichting van het Meerpaalplein.



3. Steppingstones

- Plekken creëren op draaipunten (kruizingen en splitsingen in zichtlijnen van de bezoeker) voor oriëntatie, verrassing en als rustpunten verspreid door het stadshart om de bezoeker te verleiden en geleiden.



5. uitvoeringsagenda

stakeholders en rollen

De gemeenschapszin die Dronten zo kenmerkt is ook in de samenwerking tussen ondernemers, eigenaren en de gemeente aanwezig. In de huidige situatie wordt al als 'gouden driehoek' samengewerkt. Om de ambities voor het Stadshart te kunnen realiseren is een uitbreiding met nieuwe centrumspelers, zoals culturele en maatschappelijke organisaties en bewoners belangrijk. We noemen dit ook wel de 'gouden cirkel'. Voor de totstandkoming van deze kansenkaart is een start gemaakt met een verbreding van deze samenwerking.

Stakeholders

- Gemeente Dronten: de afdeling economie is trekker van de Kansenkaart. Hiernaast zijn diverse andere afdelingen betrokken zoals groen, wonen, cultuur, sociale domein.
- WVS: Winkeliersvereniging Suydersee. Vertegenwoordigen de ondernemers van het Stadshart.
- BVVS: belangenvereniging Vastgoedeigenaren Vitaal Suydersee. Vertegenwoordigt ca 120 panden in het Stadshart.
- Centrummanager
- DOES: Stichting Dronten Ondernemersfonds

Evenementen Suydersee. Via inning van reclamegelden van ondernemers organiseren van evenementen, marketing en promotie.

- Dronten Marketing: verantwoordelijk voor ontwikkeling merk(verhaal) en marketing voor Dronten (inclusief de dorpen).
- Onderwijsinstellingen, waaronder Aeres Hogeschool. Gezien de positionering een interessante partner. Deze samenwerking krijgt nu al vorm via opdrachten gelieerd aan de projecten van de Kansenkaart.
- Cultuurpartners: De Meerpaal, Bibliotheek Dronten. Vervullen een belangrijke ontmoetings- en programmeringsfunctie in het Stadshart.
- Ondernemers
- Vastgoedeigenaren
- Makelaars
- Bewoners

Projectorganisatie

De realisatie van de projecten die uitvoering geven aan deze Kansenkaart vraagt om een projectgerichte organisatie. De verschillende deelprojecten die hierna

zijn uitgewerkt hebben elk een eigen scope, planning, stakeholdercombinatie, budget. Op de volgende pagina is de projectorganisatie uiteengezet.

Aansluiten bij en optimalisatie van huidige structuren

Natuurlijk wordt ook aangesloten bij de bestaande samenwerkingsverbanden. De projecten van de Kansenkaart hebben invloed op de invulling van 'business as usual'. Immers acquisitie, evenementen en marketing en communicatie vinden nu al plaats. De nieuwe positionering en de Kansenkaart geeft nieuwe richting en vraagt ook om 'een tandje erbij'.

Dat betekent dat de huidige financiële basis voor DOES / WVS voor de komende jaren geborgd moet blijven als ondernemersfonds via de reclamebelasting, zodat de ondernemers ook hun huidige eigen rol en activiteiten kunnen voortzetten (in 2024 vindt een evaluatie van de reclamebelasting plaats). Naast voortzetting van de huidige organisatie, zijn er kansen om de samenwerking onderling te versterken: door samenvoeging van DOES en WVS en door de samenwerking tussen DOES en Dronten Marketing te versterken.

inrichting projectorganisatie

De projectorganisatie wordt lean & mean en uitvoeringsgericht ingericht, met zoveel mogelijk inzet van bestaande stakeholders. Met een **stuurgroep** die toeziet op de totale uitvoering van de Kansenkaart, de integraliteit en de impact daarvan. De uitvoering van deelprojecten is bij verschillende trekkers belegd. In **werkgroepen** vindt clustering en afstemming van de verschillende projecten plaats, vanwege de onderlinge raakvlakken. Een **programmaregisseur** overziet het geheel, bewaakt de voortgang, zorgt voor afstemming in de uitvoering en voor besluitvorming in de stuurgroep. De programmaregisseur werkt nauw samen met de **centrummanager**, die als eerste aanspreekpunt voor externe samenwerkingspartners fungeert. De samenwerking van dit duo bevordert de samenwerking in de gouden cirkel die nodig is voor de realisatie van het uitvoeringsprogramma.

Voor de uitvoering van de projecten kan externe ondersteuning worden ingeschakeld. Denk aan een landschapsarchitect, een kunstenaar, een marketingbureau. Opdrachtgericht, binnen de overeengekomen kaders en uitgangspunten van de Kansenkaart en het Projectenprogramma.

Naast de trekkers en betrokkenen bij de uitvoering van deze projecten is het zaak stakeholders en de gemeenschap breed te blijven betrekken om zo samen aan een geliefd en verrukkelijk Stadshart te werken.

Stuurgroep kansenkaart

- verantwoordelijk voor de realisatie van de projecten uit de kansenkaart.
- Afspiegeling van de belangrijkste partners van de kansenkaart: gemeente, BVVS, WVS, Does, De Meerpaal.

Programmaregisseur Kansenkaart

- brengt de stuurgroep bijeen en bereid besluitvorming voor.
- werkt nauw samen met de **centrummanager** voor het aanjagen van de verschillende projecten en de samenwerking met 'externe' stakeholders
- stuurt trekkers van deelprojecten aan of vervult zelf deze rol, wanneer er geen logische trekker aan te wijzen is
- agendeert en organiseert de participatie van stakeholders bij verschillende deelprojecten en draagt zorg voor communicatie over de voortgang (intern en extern)

Projectgroep programma & vastgoed

Projectgroep openbare ruimte

Projectgroep branding & storytelling

Communicatie en participatie:

Brede betrokkenheid bij vormgeving en uitvoering van de kansenkaart organiseren. Samen een verrukkelijk Stadshart maken.

tien projecten

Om de kansenkaart naar uitvoering te vertalen zijn de projecten van het projectenprogramma geclusterd onder de hoofdthema's van de kansenkaart:

Branding, storytelling en communicatie

1. Positionering doorvoeren in marketing- en communicatieaanpak Stadshart Dronten

Breed en attractief programma

2. Acquisitie bedrijven en matchmaking met beschikbare panden
3. Organiseren sfeer- en beeldbepalende evenementen en activiteiten
4. Ontwikkelen woonvisie Stadshart

Kwaliteitsimpuls vastgoed

5. Aanjagen en faciliteren planvorming transformatieprojecten
6. Stimuleren verduurzaming panden
7. Realiseren artistieke ingrepen in het publieke domein

Optimaal en gezond bereikbaar

8. Vergroenen en verbeteren uitstraling parkeerterreinen

Uitnodigende groene openbare ruimte

9. ontwikkelen ontwerpleidraad natuurinclusief Stadshart
10. gebiedsgerichte realisatie deelprojecten openbare ruimte, inclusief laaghangend fruit

Realisatietermijnen

De projecten zijn in de opvolgende pagina's uitgewerkt, naar concrete stappen en acties, de betrokken stakeholders en hun rollen en fasering van de acties:

- Korte termijn (KT): 2024-2025. Vangt aan na vaststelling van de kansenkaart.
- Middellange termijn (MT): 2025-2026.
- Lange termijn (LT): 2027-2030

laaghangend fruit

We willen al op korte termijn de eerste zichtbare resultaten laten zien in het Stadshart. Dit wakkert de energie aan om mee te doen en zorgt ervoor dat we niet alleen maar 'achter de schermen' plannen uitwerken. De volgende activiteiten zijn kansrijk als laaghangend fruit:

- een markt in streekproducten (onderdeel van project 3)
- muziek (of natuurgeluiden) en sfeerverlichting in het Stadshart (onderdeel van project 3)
- nestkasten/insectenhotels die bijdragen aan biodiversiteit (onderdeel van project 10)
- kunstwerken en murals (agro en food) op blinde muren (onderdeel van project 7)
- een speels pop up park of bos (met fruitbomen?) op het Meerpaalplein (zie project 10)



positionering

1. Positionering doorvoeren in marketing- en communicatieaanpak Stadshart Dronten

De positionering van 'Het Verukkelijke Stadshart' moet worden uitgewerkt in een merkverhaal dat sturend is voor de marketing en communicatie voor het Stadshart van Dronten. Het merkverhaal wordt ook doorvertaald naar een marketing- en communicatieaanpak voor verschillende stakeholders. Denk aan centrale boodschappen die iedereen uitdraagt, maar ook de andere deelprojecten uit deze Kansenkaart: het vormgeven en realiseren van het (meerjaren) evenementenprogramma (project 2), de artistieke ingrepen in de openbare ruimte (project 6) en het laaghangende fruit in de openbare ruimte (project 9). Samen met Dronten Marketing (DM) moet worden verkend hoe de marketing voor het Stadshart als wezenlijk onderdeel van citymarketing meegenomen kan worden en hoe de samenwerking en organisatie vorm kan krijgen. Immers, het Stadshart is het visitekaartje voor de stad.

hoe?

- **Samenwerking Gemeente, Does, Dronten Marketing verkennen**
- **Uitwerken merkverhaal (brandstory)** voor het Verrukkelijke Stadshart en marketing- en communicatieplan:
 - merkverhaal
 - branding & citydressing: identiteit (Suydersee) aanpassen
 - communicatie: boodschappen, verhalen, middelen, online, offline, publiciteit
 - evenementen
- **Merkverhaal vertellen en uitvoering geven aan acties** uit het marketing en communicatieplan

Trekker: Does

Betrokken: Gemeente, Dronten Marketing, Centrummanager, WVS, BVVS, De Meerpaal, evenementenpartners, extern (marketing)bureau

wie?

- Gemeente, DM, Does
- Marketeer
- Dronten marketing, DOES

KT MT LT

X		
X		
X	X	X

Resultaten:

- merkverhaal
- marketing & communicatieplan
- middelen
- citydressing

breed en attractief programma

2. Acquisitie bedrijven & matchmaking met beschikbare panden

Via actieve inzet op acquisitie en bemiddeling het programma in het Stadshart versterken en verbreden met retail, leisure, horeca en culturele en maatschappelijke voorzieningen met focus op de nieuwe positionering van 'Het Verrukkelijke Stadshart'.

hoe?

- **Uitwerken aanpak** voor acquisitie:
 - aanpak, wie doet wat (team: gemeente en vastgoed), fasering en prioritering acquisitiewerkzaamheden
 - inventarisatie van bij Dronten en/of positionering passende concepten voor retail, horeca, leisure, cultuur
- Vormgeven **wervend document (bidbook)** in samenwerking met stakeholders
- Uitvoering: **acquisitie gesprekken** voeren:
 - kansen samenwerking lokale foodondernemers verkennen
 - inventarisatie van kansen voor conceptaanpassing huidig aanbod
 - nieuwe concepten koppelen aan beschikbare panden (huidig en toekomstig) en bemiddelen om dit mogelijk te maken (aanpassingen panden, regelgeving)
- **Actualisering omgevingsplan centrum:** nieuw programma ook juridisch mogelijk maken. De in het najaar van 2024 te actualiseren retailvisie legt hiervoor de basis.

Trekker: Acquisitieteam (met BVVS als trekker)

Betrokken: centrummanager, Gemeente (economie), WVS, Does, BVVS, ondernemers, vastgoedeigenaren, makelaars

wie?

	KT	MT	LT
• gemeente/BVVS/ centrummanager, makelaars	X		
• bureau	X		
• acquisitieteam	X	X	X
• gemeente	X	X	

Resultaten:

- teruggedrongen leegstand
- breder en bij positionering passend programma
- flexibeler juridische kaders
- een agrofood winkel concept

3. Organiseren van sfeer- en beeldbepalende evenementen en activiteiten

Binnen de overkoepelende positionering van 'Het Verrukkelijke Stadshart' (uitgewerkt in een 'brandstory', zie project 1) organiseren we gezamenlijk sfeer- en beeldbepalende evenementen en activiteiten met betekenis voor en in samenwerking met alle Stadshartstakeholders. Met de Meerpaal en het Meerpaalplein als herkenbaar hart (de 'Agro Agora'). Bestaande activiteiten kunnen hier onderdeel van zijn, maar worden 'geframed' binnen de positionering. Nieuwe agro food gerelateerde activiteiten worden ontwikkeld in samenwerking met partners zoals de Meerpaal, de Aeres Hogeschool, middelbare scholen, kunstenaars, de Warmonderhof, en meer. Denk aan foodmarkten, bevrijdingsmaaltijden, optredens, (sfeer)inrichting, etc.

hoe?	wie?	KT	MT	LT
<ul style="list-style-type: none"> Opstellen meerjarenprogramma en jaarprogramma: <ul style="list-style-type: none"> - ambities en inhoud, doelgroepen, doelstellingen, aanpak, locaties, kaders, organisatie, financiering - jaarprogramma met (terugkerende) en seizoensgerelateerde evenementen, begroting en dekking - uitwerken ruimtelijke uitgangspunten: wat vind waar plaats en wat is daarvoor nodig (in pandig en openbare ruimte)? Inclusief scenario's voor de Meerpaaldagen. Inregelen van de randvoorwaarden voor succesvolle uitvoering: <ul style="list-style-type: none"> - financiering (publiek en privaat) - een programmateam of stadsprogrammeur die aanjaagt en verbindingen legt - en een toetsingskader voor bestaande en nieuwe initiatieven. Een goede referentie voor de coördinatie en financiering van evenementen is Stichting Evenementenplatform Kampen (visitkampen.nl) Uitvoeren activiteiten conform overeengekomen jaarprogramma, door programmapartners. Pilot & evaluatie verplaatsing van de warenmarkt: versterken warenmarkt en onderzoeken effecten van verplaatsing naar het parkeerterrein (Schans) voor marktkoopliden, bezoekers en ondernemers in het Stadshart. 	<ul style="list-style-type: none"> Beoogde partners met gemeente Beoogde partners met gemeente Diverse partijen Gemeente (economie en marktmeester) 	X		
Trekker: Gemeente (opstarten en aanjagen), daarna een programmateam				
Betrokken: centrummanager, Does, De Meerpaal, Aeres Hogeschool, Warmonderhof, andere agro-foodpartners, ondernemers, marktmeester, evenementenorganisaties, kunstenaars.				
	Resultaten:			
	<ul style="list-style-type: none"> stadsbrede betrokkenheid evenementen en activiteiten over en voor een Verrukkelijk Stadshart sterkere warenmarkt 			

4. Ontwikkelen woonvisie Stadshart

Met 'Het Verrukkelijk Stadshart' kunnen we ook invulling geven aan de woonambities van Dronten, want wonen draagt bij aan draagvlak en levendigheid. Die moeten wel in goede balans en uitwisseling met voorzieningen en openbare ruimte vormgegeven moet worden. Dat vraagt om een visie op de (door) ontwikkeling van wonen in het Stadshart. Welke doelgroepen moeten er worden gehuisvest, welke locaties kunnen nog worden ontwikkeld, welke woonmilieus passen bij deze doelgroepen en locaties. Wat betekent dat voor woontypologieën en -segmenten? Tussen deze woonvisie en het Stadshart bestaat een nauwe wisselwerking: doelgroepen en woonmilieus hebben invloed op het draagvlak voor programma en de ruimtelijke beleving. En de woonvisie geeft richting en sturing aan de transformatie en ontwikkelprojecten.

hoe?	wie?	KT	MT	LT
<ul style="list-style-type: none"> • projectleider aanstellen • ontwikkelen visie op wonen in het Stadshart, inclusief formuleren uitgangspunten en kaders • sturing/input geven aan transformatie- en ontwikkelprojecten vanuit het woonperspectief 	<ul style="list-style-type: none"> • Gemeente • Gemeente • Gemeente 	X		
Trekker: Gemeente (wonen)	Resultaten: <ul style="list-style-type: none"> • woonvisie Stadshart • realisatie nieuwe centrumstedelijke woonmilieus 	X		
Betrokken: OFW (woningcorporatie), BVVS, vastgoedeigenaren, marktpartijen, makelaars		X	X	X

kwaliteitsimpuls vastgoed

5. Aanjagen en faciliteren planvorming transformatieprojecten

In de kanskaart zijn een aantal plekken aangewezen waar transformatie denkbaar is en in sommige gevallen initiatieven voor bestaan. Deze locaties zijn: Het Ruim, De Redepassage, de KPN centrale en de voormalige Rabobanklocatie en omgeving. Het initiatief hiervoor ligt bij marktpartijen. De gemeente heeft een rol om de initiatieven te verbinden met de doelstellingen van de Kanskaart, te sturen op bijvoorbeeld gewenst programma en te faciliteren in het ontwikkelproces. De gemeente dient hierbij ook een standpunt in te nemen of en hoe ze kan bijdragen aan plan- en haalbaarheidstudies.

hoe?

- Instellen of **aanwijzen van een coördinator** binnen de gemeente die initiatieven bij marktpartijen aanjaagt, aanspreekpunt is en initiatieven intern begeleidt (matchen met wonen, economie, intake- en omgevingstafel, vergunningen, etc)
- Onderzoeken van financieringsinstrumenten (zoals bv. een revolverend fonds of een gevelverbeteringsfonds) en uitwerken planstudies om projecten te stimuleren of mogelijk te maken.
- **Nieuw programma** dat voortkomt uit acquisitieinspanningen (project 1) in transformatieprojecten (en op andere plekken) **laten landen**.

Trekker: Gemeente (gebiedsontwikkeling)

Betrokken: marktpartijen, betrokken vastgoedeigenaren, acquisitieteam

wie?

	KT	MT	LT
• gemeente	X		
• gemeente	X		
• acquisitieteam	X	X	X

Resultaten:

- borging doelen Kanskaart, versnellen van projecten en toevoegen kwaliteit
- stimulerende financieringsinstrumenten

6. Stimuleren verduurzaming panden

Eigenaren hebben een verantwoordelijkheid om bij te dragen aan klimaatdoelstellingen en spelen een rol bij een natuurinclusiever Stadshart. Ze zijn een belangrijke samenwerkingspartner om vergroening van gevels en op daken te realiseren. Duurzame (inclusief energie) en natuurinclusieve maatregelen kunnen in veel gevallen beter collectief dan individueel opgepakt worden. Dit project is gericht op het faciliteren van die collectiviteit en de samenwerking aan de natuurinclusieve maatregelen (projecten 9 en 10).

hoe?

- Samenwerken aan realiseren duurzaam stadshart
 - **inventariseren oplossingen uit leidraad natuurinclusief Stadshart** (project 9) die i.s.m. met vastgoedeigenaren (en ondernemers) gerealiseerd kunnen worden
 - **inventariseren behoefte en mogelijkheden collectieve oplossingen** voor verduurzaming panden (bijv energie cooperatie, gekoppeld aan energieopwekking parkeerterreinen) en kansen voor samenwerking natuurinclusief Stadshart
- Inspireren en **faciliteren verduurzamingsmogelijkheden vanuit de gemeente** en aanspraak maken op fondsen Provincie Flevoland
- **Realiseren** duurzaamheidsoplossingen vastgoed

Trekker: BVVS

Betrokken: vastgoedeigenaren, centrummanager, ondernemers, gemeente (duurzaamheid), provincie (Energie Expertise Centrum Flevoland)

wie?	KT	MT	LT
• BVVS	X		
	X		
	X		
• gemeente, provincie		X	X
• vastgoedeigenaren			

Resultaten:

- groene gevels en daken
- zonnepanelen op daken
- wateropvang daken

naar buiten keren en verbinden

7. Realiseren artistieke ingrepen in het publieke domein

In dit project komen verschillende doelstellingen samen. Via artistieke ingrepen kunnen we het Drontense verhaal in het publieke domein zichtbaar maken, op plekken die nu een achterkant of onvoldoende entree zijn. In de vorm van kunstuitingen op blinde muren of artistieke objecten (kunst, installaties, groen) in de openbare ruimte om entrees te markeren.

hoe?

- Inventarisatie en aanpak:
 - **inventariseren van locaties** en gevels waar artistieke ingrepen zouden kunnen plaatsvinden.
 - verkennen (haalbaarheid) samenwerking met vastgoedeigenaren
 - **randvoorwaarden in beeld brengen:** vormen van uitingen (groen, licht, kunst), ruimtelijke inpassing, budget, samenwerkingspartners (community), etc.
 Dit leidt tot fasering en opdrachtformulering aan een of enkele buitenkunstenaar(s), met nadrukkelijke betrokkenheid van de gemeenschap.
 Een interessante referentie is de Blind Walls Gallery in Breda (<https://blindwalls.gallery>).
- **Selectie en uitvoering:**
 - oproep aan of selectie van buitenkunstenaar(s)
 - gefaseerde realisatie artistieke ingrepen (met laaghangend fruit onderdelen)
 - optioneel: onderdeel van transformatieprojecten maken (voorwaarde voor ontwikkelaars)

Trekker: team gemeente (economie of cultuur), centrummanager

Betrokken: gemeente (economie, cultuur, openbare ruimte), (specifieke) vastgoedeigenaren, de Meerpaal

wie?

	KT	MT	LT
• gemeente, centrummanager	X		
• gemeente, buiten-kunstenaar	X	X	X

Resultaten:

- een aanpak voor buitenkunst
- kunstwerken aan gevels en in de openbare ruimte

optimaal en gezond bereikbaar

8. Verbeteren faciliteiten voor auto en fiets

Optimaliseren van de bereikbaarheid van het Stadshart voor auto en fiets. In voorzieningen - voldoende parkeren voor auto rondom het Stadshart en waar mogelijk uitbreiding van elektrisch laden. En in beleving - vergroenen en verbeteren uitstraling van parkeervoorzieningen (o.a. als onderdeel van de ontwerpleidraad (project 9). Passend bij de duurzaamheidsambities hoort ook het stimuleren van fietsgebruik, door het Stadshart aan te takken op fietsroutes en te voorzien in aantrekkelijke fietsenstallingen, inpandig en in de openbare ruimte.

hoe?

- Vergroenen en verzachten parkeerterreinen en zonnepaneeldaken als onderdeel van de leidraad natuurinclusief Stadshart. Van ontwerp tot realisatie. (zie project 9)
- Optimaliseren bereikbaarheid Stadshart per fiets
 - onderzoeken hoe het Stadshart beter kan aanhaken op fietsroutes
 - optimaliseren fietsparkeren bij entrees naar het Stadshart, met bijzondere aandacht voor Kop van het Ruim (meenemen in ontwerpleidraad, project 9)
 - onderzoeken behoefte aan bewaakte fietsenstalling Stadshart en andere aanvullende faciliteiten

Trekker: gemeente (groen en ruimte)

Betrokken: gemeente, WVS, BVVS

wie?

- gemeente
- gemeente

KT MT LT

X		
X	X	

Resultaten:

- groene parkeerterreinen
- waterberging
- aantrekkelijke fietsenstallingen

uitnodigende groene openbare ruimte

9. Ontwikkelen ontwerpleidraad natuurinclusief Stadshart

We sluiten aan bij de gemeentelijke ambitie om het Stadshart natuurinclusiever te maken, door waterbergende maatregelen te treffen en groen en blauw via het Stadshart te verbinden. De inrichting van de openbare ruimte sluit aan bij de positionering van 'Het Verrukkelijke Stadshart' en geeft invulling aan de concrete wensen voor het verbeteren van de verblijfskwaliteit. Met een ontwerpleidraad leggen we de ambities op elkaar zodat ze elkaar versterken. Om vervolgens richting te geven aan gebiedsgerichte uitwerking en uitvoering (zie project 10)

hoe?

- **Ontwikkelen ontwerpleidraad openbare ruimte** Stadshart gericht met de onderdelen:
 - groen en water via het Stadshart aantakken op groen- en waterstructuur
 - ontwerp oplossingen waterbergende en natuurinclusieve maatregelen met verblijfswaarde (openbare verblijfsruimte, parkeerterreinen, gevels, daken)
 - ontwerp principes steppingstones met groen, water, kunst, licht, zitplekken
 - integreren artistieke ingrepen project 8 (verhalend, identiteit)
 - integreren ruimtelijke wensen vanuit evenementen en activiteiten, project 3
 - integreren (of aanpassen) huidige inrichtingselementen, zoals baskets, bloembakken, piramides
 - betrekken afdeling beheer om maatregelen en beheerbudget aan te sluiten
 - fasering van de uitvoering met integrale deelprojecten, gefaseerd en geprioriteerd
 - bepalen welke maatregelen als laaghangend fruit kunnen worden gerealiseerd
- mogelijkheden van daken en gevels met vastgoedeigenaren inventariseren en integreren in de leidraad (onderdeel van proces project 6).
- Een pop-up park (laaghangend fruit) als participatie- en placemaking instrument inzetten: gebruiken om het gesprek te voeren over natuurinclusieve en verblijfskwaliteitverhogende maatregelen.
- **participatie van kanskaart stakeholders** bij totstandkoming ontwerpleidraad

Trekker: gemeente (groen en ruimte)

Betrokken: Centrummanager, Does, WVS, BVVS, ondernemers, vastgoedeigenaren, bewoners

wie?

- gemeente (en landschapontwerper)
- BVVS, centrummanager
- programmaregisseur

KT MT LT

X		
X		
X		

Resultaten:

- ontwerpleidraad
- concrete plannen voor laaghangend fruit
- pop-up park als placemakinginstrument

10. Gebiedsgerichte realisatie deelprojecten openbare ruimte

Gefaseerde uitvoering van de gebiedsgerichte projecten die uit de ontwerpleidraad (project 8) naar voren komen. Vergroening en inrichtingselementen in de openbare ruimte zijn belangrijke aanjagers voor de transitie van winkelcentrum naar verukkelijk Stadshart. Dit zijn projecten die de samenwerking en betrokkenheid stimuleren. In de fasering van de uitvoering zorgen we dat we al op korte termijn maatregelen in de openbare ruimte laten zien als startsein voor realisatie van de Kansenkaart. Kandidaten voor laaghangend fruit zijn:

- vergroening van gevels (op plekken waar 'de straat niet opengaat' voor waterbergende maatregelen)
- het plaatsen van nestkasten voor soorten vooruitlopend op permanente ingrepen
- een pop-up (fruit)park inrichting voor het Meerpaalplein om het gesprek over wat we met vergroening en verblijfskwaliteit willen aan te jagen (placemaking aanpak- zie project 9)

hoe?

- **Gebiedsgericht en gefaseerd vormgeven van deelprojecten**, binnen de kaders van de ontwerpleidraad (project 8) en de bredere (ook programmatische) richtlijnen vanuit deze kansenkaart: o.a. Meerpaalplein, Het Ruim, Havenplein, steppingstones.
- **Gebiedsgerichte participatie** en samenwerking aan deze deelprojecten met stakeholders
- **Laaghangend fruit realiseren**. Bijvoorbeeld: nestkasten, vergroening van gevels.

Trekker: gemeente (groen en ruimte)

Betrokken: Centrummanager, Does, WVS, BVVS, ondernemers, vastgoedeigenaren, bewoners

wie?

	KT	MT	LT
• gemeente		X	X
• programmaregisseur	X	X	X
• gemeente, vastgoedeigenaren	X		

Resultaten:

- laaghangend fruit
- ingrepen in de openbare ruimte

kansenkaart uitwerking

resumé

	1. Van gesloten winkelcentrum naar open stadshart	2. programma met food-beleving	3. doelgroep-benadering: wensen en behoeften	4. Verhogen verblijfs-kwaliteit	5. Groen in Stadshart beleefbaar maken	6. Transformatie en her-ontwikkeling	7. Betekenis via een wervende propositie
1. Positionering, marketing- en communicatie	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
2. Acquisitie & matchmaking	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
3. Sfeer- en beeldbepalende evenementen	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
4. Woonvisie Stadshart	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
4. Aanjagen planvorming transformatieprojecten	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
5. Stimuleren verduurzaming panden	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
6. Artistieke ingrepen in het publieke domein	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
7. Verbeteren uitstraling parkeerterreinen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
8. Ontwerpleidraad natuurinclusief Stadshart	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
9. Realisatie projecten openbare ruimte	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

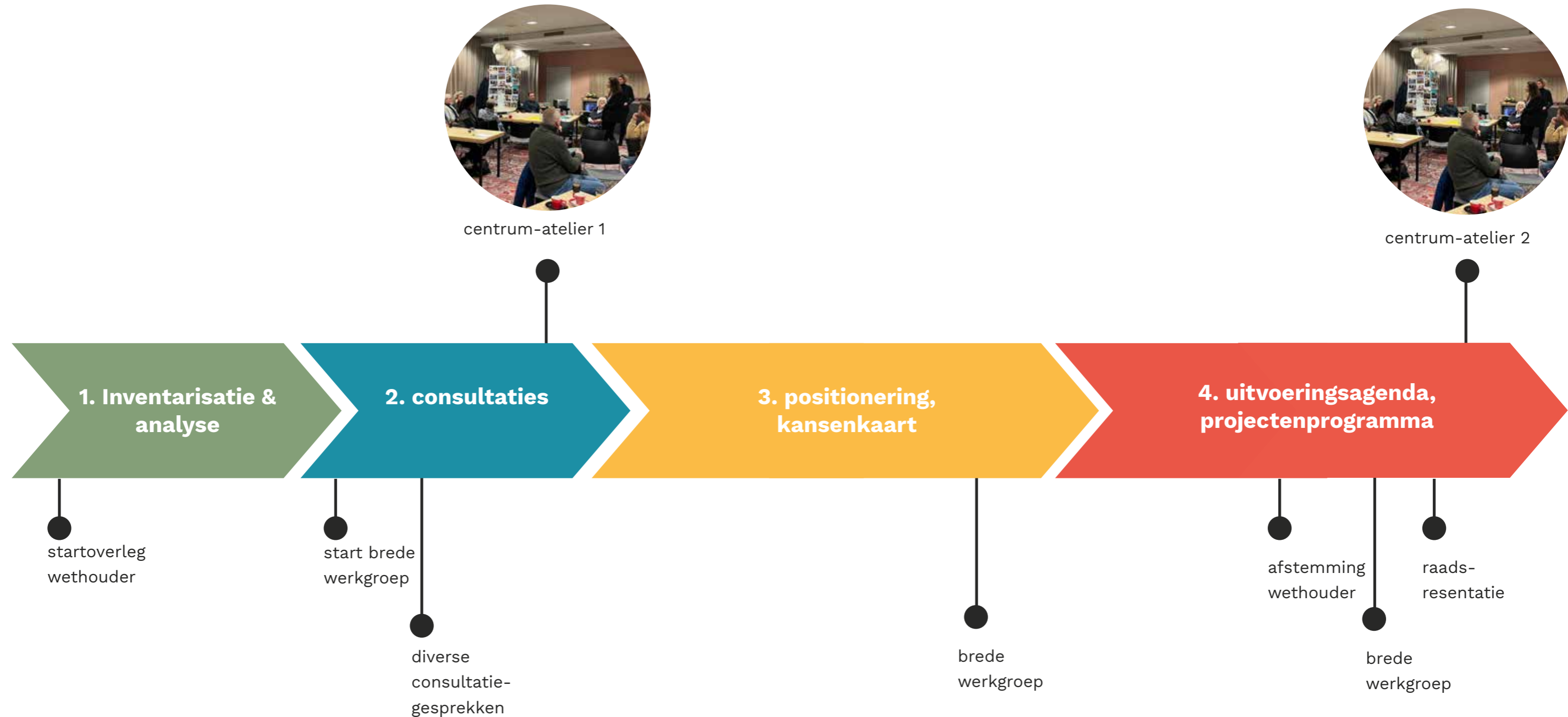
6. bijlage

A. Processtappen en participatiemomenten

B. Analyse stadshart Dronten

A. Processtappen en participatiemomenten

proces en participatie



B. Analyse centrum Dronten

analyse

Of het nu een winkelstraat, een winkelcentrum of het centrum van een stad is, het moeten plekken zijn die mensen bezoeken, gebruiken en opnieuw gebruiken, omdat ze het leuk vinden, ze ervan houden en er trots op zijn. Als een plek vanuit gebruik succesvol is, is deze dat ook voor ondernemers. Dit succes hangt niet alleen af van harde factoren zoals het programma of de functionaliteiten in het gebied, de staat van het vastgoed en de openbare ruimte en hoe het toegankelijk is, maar ook van zachte factoren zoals hoe een plek voelt en hoe je de vitaliteit ervaart.

Naar analogie van het 'Great Place Model' van het adviesbureau PPS, hanteren we voor de analyse een integraal denkraam waarin al deze harde en zachte aspecten zijn opgenomen. Het is een tool voor de analyse van de huidige situatie en ook om juist plannen mee te maken. Het model bestaat uit vier kwadranten die allemaal aandacht behoeven, het zijn de knoppen waar we aan kunnen draaien voor een vitaal centrum.

a great place

1. Gebruikers & gebruik

Wie komen er in het centrum en wie nog niet? En hoe wordt het gebruikt?

2. Aanbod & activiteiten

Wat is er en wat is te doen in het centrum?

3. Ruimtelijke kwaliteit & beleving

Hoe ervaar je het centrum?

4. Verbinding & bereikbaarheid

Hoe zit het met toegankelijkheid en aansluiting met de omgeving en de bereikbaarheid?



1. gebruikers & gebruik

Gebruik (KSO 2019)

- Vooral voor dagelijkse boodschappen, ook voor mensen van buiten Dronten.
- Recreatief winkelen relatief meer in andere plaatsen als Zwolle, maar ook Kampen en Elburg.

Gebruikers (KSO 2019)

- Relatief welvarende bewonersgroepen van Dronten (middelbare leeftijd en ouder) komen minder naar het centrum.
- Jongere en oudere gezinnen juist relatief meer.
- Ook de meer trendsettende en trendgevoelige bewoners van Dronten komen minder aan hun trekken.

Waardering (KSO 2019)

- Dronten is een middenmoter: 'netheid' iets boven het gemiddelde, 'aanwezigheid van groen' iets onder het gemiddelde.



Vooral voor dagelijkse boodschappen voor voornamelijk jongere en jongere gezinnen uit Dronten.

Volgens het koopstromenonderzoek Regio Zwolle 2019 een middenmoter wat betreft waardering met een plusje voor 'netheid' en een minnetje voor 'aanwezigheid groen'.

We zien verschillende gebruikersgroepen die verschillend kunnen en moeten worden bediend.

- **Drontenaren:** van boodschappenplek naar ontmoetingsplek.
- **Bewoners centrum:** een veilige, aantrekkelijke en comfortabele woonplek.
- **Jongeren (6 scholen) en studenten:** meer en breder leisure aanbod.
- **Werkenden:** een fijne plek voor een lunchwandeling, af te spreken of te werken.
- **Bezoekers buiten Dronten:** een must see of must do voor meer aantrekkingskracht van buiten.



Verschillende gebruikersgroepen die verschillend kunnen worden bediend.

2. aanbod & activiteiten



Retail

- Sterk gericht op boodschappen en dagelijkse behoeften wat ook een kwaliteit is.
- En met een aantal mooie specialzaken.
- Het aanbod in niet-dagelijks/recreatief winkelen is gedaald en dat uit zich in de toegenomen leegstand in met name De Reling, De Redepassage en de passage bij de Action.
- Het is een planmatig winkelgebied met de trekkers, zoals dat hoort, keurig verspreid, maar zijn allemaal supermarkten (incl. Action) aan de rand van het centrum gecombineerd met parkeren, wat een gemiste kans is om bezoekers door het centrum te trekken.

Eenzijdig door een sterke retail focus gericht op boodschappen en dagelijkse behoeften wat ook een kwaliteit is.

Aanbod recreatief winkelen is gedaald en dat uit zich in de toegenomen leegstand.

Keurige verspreide 'trekkers' die je niet door het winkelcentrum trekken.



Horeca

- Relatief veel 'fastfood' (45%).
- Veel middle of the road concepten in het midden en lagere segment en weinig eigentijdse concepten.
- Weinig avondhoreca voor jongeren en studenten.

Cultuur & leisure

- De Meerpaal is een icoon in het centrum en biedt een mooi breed cultureel aanbod, maar is ook het enige in het centrum.
- In de categorie 'leisure' is er eigenlijk niets.

Diensten

- Een mooi aanbod in 'wellness' gerelateerde diensten met o.a. een Cityspa, Lijfstijlstudio en Beauty Salon.

Veel fastfood en middle of the road concepten in het midden en lagere segment. Weinig eigentijdse concepten en avondhoreca voor jongeren en studenten.

De Meerpaal is het enige culturele aanbod in het centrum en leisure ontbreekt.

3. verbinding & bereikbaarheid

Verankering in de omgeving

- Het Drontense principe 'onze basis is groen' ervaar je ten noorden van het centrum, maar niet in het centrum.
- Het centrum ligt wel aan de groen-blaauwe as van het westen naar het noorden van Dronten.



'Onze basis is groen' ervaar je niet in het centrum, maar het ligt wel aan een mooie groen-blaauwe as.

Bereikbaarheid

- Per auto, fiets en bus prima bereikbaar.
- Veel gratis parkeergelegenheid (wat ook hoog wordt gewaardeerd).
- Maar het sluit het stadshart tegelijkertijd ook ruimtelijk en visueel af van de rest van de stad en benadrukt het 'winkelcentrum-gevoel'.



Veel parkeergelegenheid is fijn, maar sluit af en benadrukt het 'winkelcentrum-gevoel'.

Randen

- Het centrum van Dronten is sterk naar binnen gekeerd met hier en daar blinde gevels aan de randen.
- Hierdoor kondigt het stadshart zich niet aan en is er geen natuurlijke overgang van de rest van de stad naar het centrum.



Naar binnen gekeerd met hier en daar blinde gevels aan de randen. Met als gevolg, geen aankondiging en natuurlijke overgang van de rest van de stad naar het centrum.

Entrees

- Duidelijke hoofdingangen door de planmatige opzet.
- Maar het zijn niet overal welkome natuurlijke entrees.



Duidelijke ingangen, maar niet overal welkome en natuurlijke entrees.

4. ruimtelijke kwaliteit & beleving



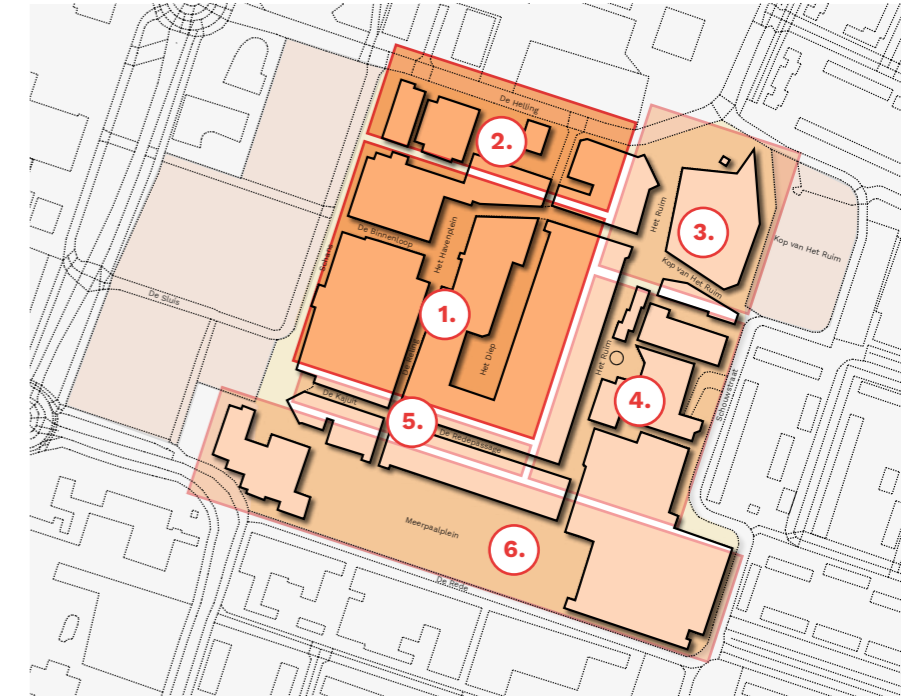
**De eerste indruk:
keurig met hier en
daar een rafelrandje,
maar ook saai, hard,
stenig en weinig
groen.**

**En daardoor
erg functioneel
en met weinig
verblijfskwaliteit.**



1. rondom het Havenplein

- Gesloten deel en je waant je bijna in een vestingstadje.
- Saai en eentonig door weinig variatie in de architectuur en de inrichting van de openbare ruimte.
- Het Havenplein is een klein pareltje met potentie.



2. De Helling

- Geen achterkant, maar ook geen aankondiging van het centrum door de bedrijfsruimtes.
- Botst met de groene parkachtige setting van de Dukdalf.
- De expeditiestraat is ook als zodanig vormgegeven en voelt unheimisch.



3. Kop van het Ruim

- Vanuit de verbinding met het station een belangrijke entree.
- Plein op de kop is voornamelijk een loze ruimte in plaats van een aankondiging.
- Bouwblok Albert Heijn is richting het parkeerterrein gesloten en voelt als een achterkant.



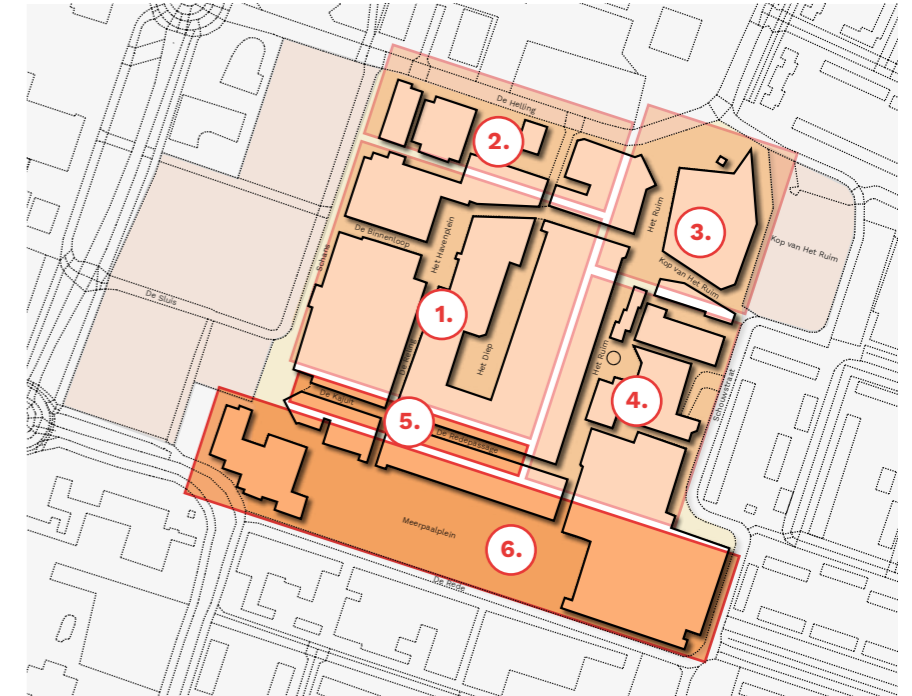
4. Het Ruim

- Het Ruim heeft nog oorspronkelijke bebouwing en heeft daarmee ook cultuurhistorische waarde.
- Ook een probleemgebied met leegstand in het bijzonder in en rond het complex van de Action.
- Bebouwing rondom de fontein heeft achterstallig onderhoud en voelt door de grote overstekken laag.



5. De Redepassage

- Met toenemende leegstand een zorgenkindje.
- Ontwikkeld voor comfortabel winkelen, niet echt uitnodigend door inrichting en vormgeving (lilla kleur en sterke horizontale lijnen)
- De winkelpuien liggen terug waardoor de penanten het beeld bepalen in plaats van winkels.



6. Meerpaalplein

- Het stadsplein van Dronten met het meest stedelijke gevoel.
- Het evenementenplein met de wekelijkse markt en events als Meerpaaldagen.
- Maar ook groot deel van de week leeg en wordt als te groot, leeg en saai ervaren.

colofon

Tussenrapport kansenkaart en uitvoeringsagenda centrum Dronten

status: ter informatie

Gemeente Dronten

Marc Majolée | adviseur Economische Zaken

Remko Bak | senior adviseur Economische Zaken

Leo Hoksbergen | centrummanager

Re:publiek

Sander Bos | sander@re-publiek.nl

Marloes Sonsma | marloes@re-publiek.nl

Dit document is voor intern gebruik voor de Dronten en niet voor publicatie. De gebruikte beelden zijn van Re:publiek of van openbare bronnen waarvoor, indien van toepassing, de rechthebbers nog niet zijn achterhaald en geen auteursrecht is afgedragen.

re:publiek
place designers

re:publiek

kruithuisstraat 19

1018 wj amsterdam

+31 20 428 00 00

Intellectual property

The contents of this document are for demonstration, comparison & review. Individual images may belong to third parties and may not be reproduced in any way.