



**Centrumplan Made**  
**2016-2025**

**·dtnp·**





**Droogh Trommelen en Partners (DTNP)**  
Adviseurs voor Ruimte en Strategie  
Graafseweg 109  
6512 BS Nijmegen

**T** 024 - 379 20 83  
**E** [info@dtnp.nl](mailto:info@dtnp.nl)  
**W** [www.dtnp.nl](http://www.dtnp.nl)

**Opdrachtgever:** Gemeente Drimmelen  
**Contactpersoon:** Mevrouw C. Segeren

**Projectteam DTNP:** De heer. R. Eijkelkamp  
De heer W. Frielink  
De heer T. Wissink

**Projectnummer:** 1620.0615  
**Datum:** 12 september 2016  
**Vastgesteld op:** 8 september 2016

**Centrumplan Made**  
**2016-2025**

**·dtnp·**

# Voorwoord

Voor u ligt het Centrumplan Made. Het is een plan met een grote ambitie gestoeld op realistische haalbaarheid.

Het plan is tot stand gekomen na een zeer levendig proces, waarbij veel inwoners en ondernemers uit Made actief betrokken zijn geweest. De visie is het kader voor de verdere vormgeving van onze ambities in het centrum.

Zij die hier dagelijks hun boterham moeten verdienen en zij die hier met plezier hun boodschappen doen of gebruik maken van de horecafaciliteiten of de openbare ruimte hebben input geleverd en die is zoveel mogelijk verwerkt. Dit heeft een grote meerwaarde. Betere adviseurs hadden we ons niet kunnen wensen. Het participatietraject, zoals we dit rond het centrum hebben opgezet, is voor ons een prettige manier van werken geweest. Het is een avontuur dat we gezamenlijk met de betrokkenen zijn aangegaan, bedankt hiervoor. Over het eindresultaat ben ik zeer tevreden.

Het goede willen we behouden, zoals de bomenstructuur in de Marktstraat. De detailhandel willen we stimuleren in de Marktstraat en in de overige gebieden worden voldoende mogelijkheden geboden voor transformatie. De pleinen worden weer echte pleinen die bij evenementen optimaal gebruikt kunnen worden en leven in de brouwerij brengen. Het

Molenplein gaat de Kerkstraat met de Marktstraat verbinden. Het gebied rondom de Bernarduskerk hebben we bestempeld als kansrijke zone. Hier zal de overheid optimaal faciliteren om deze omgeving een kwaliteitsimpuls te geven met behoud van de kerk. Ik kijk uit naar uw initiatieven. Want de mensen zelf zijn uiteindelijk zelf de belangrijkste succesfactor.

Met het Centrumplan Made ligt er nu een gezonde basis die richting geeft aan de toekomst. Er kan iets moois gaan bloeien “op de May”. We kunnen nu daadwerkelijk aan de slag met de genoemde projecten. Dit gaan we samen doen met iedereen die hierin een bijdrage wil of kan leveren.

Ik nodig u uit om mee te blijven doen aan de realisatie van een mooi, bruisend groen en duurzaam centrum met een eigen identiteit en wens u veel plezier en inspiratie bij het lezen van dit centrumplan.

*Jan-Willem Stoop, wethouder Centrumplan Made*



# Inhoudsopgave

<b>1</b>	<b>Inleiding</b>	<b>1</b>	<b>5</b>	<b>Uitvoeringsprogramma</b>	<b>35</b>
1.1	Aanleiding	2	5.1	Organisatie uitvoering	36
1.2	Doel	2	5.2	Kaders herinrichting verblijfsgebied	39
1.3	Proces	3	5.3	Uitvoeringsprojecten	44
1.4	Leeswijzer	4			
<b>2</b>	<b>Analyse huidige situatie</b>	<b>5</b>	<b>Bijlage</b>		<b>51</b>
2.1	Context	6	Bijlage 1	Leden werkgroepen	52
2.2	Bezoekers van het centrum	9	Bijlage 2	Monumentenkaart	53
2.3	Kwaliteiten van het centrum	12			
2.4	Knelpunten van het centrum	15			
<b>3</b>	<b>Invloed van winkelrends op Made</b>	<b>18</b>			
3.1	Wijzigende winkelmarkt	19			
3.2	Verschillen per locatie en branche	20			
3.3	Gevolgen voor centrum Made	22			
<b>4</b>	<b>Ruimtelijk-functionele visie</b>	<b>25</b>			
4.1	Ambities voor de toekomst	26			
4.2	Opgaven voor centrumplan	27			
4.3	Kernwinkelgebied	28			
4.4	Horeca- en cultuurpleinen	29			
4.5	Gevarieerd woon-werkmilieu	30			
4.6	Verkeer en parkeren	31			
4.7	Openbare ruimte	33			
4.8	Integraal centrumplan	34			







# 1 Inleiding

## 1.1 Aanleiding

Door de economische recessie, demografische ontwikkelingen (krimp, vergrijzing) en internet wijzigt het gedrag van consumenten. Binnen de detailhandelssector leiden het grote aanbod, schaalvergroting en teruglopende winkelbestedingen tot verdringing. Winkelgebieden kampen met stagnatie en leegstand, de economische vitaliteit en attractiviteit ervan staan onder druk.

Ook in de gemeente Drimmelen is dit merkbaar. In het centrum van Made staan diverse panden leeg. Ondernemers maken zich zorgen over de leefbaarheid en het economisch functioneren van het centrum op de langere termijn. In het coalitieakkoord 'Samen investeren in Drimmelen' wordt door de gemeente ingezet op een integrale aanpak van het centrum van Made. Samen met ondernemers, vastgoedeigenaren en overige belanghebbenden heeft de gemeente in 2015 gewerkt aan een detailhandelsvisie voor de hele gemeente. Deze vormt het kader voor een integrale visie op het centrum van Made. Aan DTNP is opdracht gegeven het centrumplan op te stellen.

## 1.2 Doel

De doelstelling van het centrumplan is te komen tot een plan voor versterking van de attractiviteit en de economische vitaliteit van het centrum van Made. Gestreefd wordt naar een centrum dat fungeert als kloppend hart, dat aantrekkingskracht heeft op zowel bewoners als bezoekers, en een gunstig (vestigings)klimaat biedt voor bestaande en nieuwe ondernemers. Het plan integreert meerdere beleidsvelden, waaronder centrumfuncties, openbare ruimte, verkeer en evenementen.





## 1.3 Proces

Een belangrijke voorwaarde voor het centrumplan is draagvlak bij de verschillende belanghebbenden. Bij de visie- en planvorming is daarom gekozen voor een uitgebreid en zorgvuldig proces waarin uiteenlopende doelgroepen op verschillende wijzen betrokken zijn.

### **Interne en externe klankbordgroep**

Het onderzoek is op de eerste plaats begeleid door een ambtelijke (interne) klankbordgroep, waarin diverse disciplines werden vertegenwoordigd, en een externe klankbordgroep, bestaande uit (afgevaardigden van) ondernemers (winkels, horeca), eigenaren, bewoners en de parochie. In bijlage 1 is een overzicht opgenomen van de leden van beide klankbordgroepen.

Beide klankbordgroepen zijn tot nu toe los van elkaar drie keer bij elkaar gekomen:

- Een eerste keer om een toelichting te krijgen op het onderzoek;
- Een tweede keer om geïnformeerd te worden over de eerste analyse van DTNP, een gezamenlijke schouw door het centrum te hebben en met elkaar in een werkatelier

na te denken over problemen en mogelijke oplossingsrichtingen;

- Een derde keer om geïnformeerd te worden over het conceptplan van DTNP.
- Een vierde keer om het conceptrapport te bespreken.

### **Brede discussie-avond**

Om ook andere belanghebbenden in de gelegenheid te stellen input te leveren voor het centrumplan is op 20 januari 2016 een brede discussie-avond in het gemeentehuis georganiseerd. Tijdens deze avond is aan belangstellenden het conceptplan toegelicht aan de hand van een presentatie. Vervolgens heeft iedereen tijdens een informele 'markt' (flip-overs met kaart van het centrumplan verspreid door de ruimte) de gelegenheid gehad vragen te stellen en opmerkingen te plaatsen. De gemaakte opmerkingen zijn meegenomen bij het opstellen van dit rapport.

### **Facebook, email en krant**

Op een aantal momenten heeft de gemeente op haar Facebook-pagina een oproep gedaan input te leveren voor het centrumplan. Dit kon middels email of een reactie op de Facebook-pagina. Hier is door veel mensen op gereageerd.

Ook in BN De Stem en in weekblad 't Carillon is op meerdere momenten aandacht geweest voor het centrumplan, onder andere middels artikelen en een poll. Naar aanleiding daarvan zijn ook reacties bij de gemeente binnengekomen.

### **Opinerende gemeenteraad**

Op 11 februari 2016 heeft het college het voorontwerp centrumplan gepresenteerd en toegelicht in de gemeenteraad. Opmerkingen die zijn geplaatst zijn aan DTNP doorgegeven.

### **Verwerking van reacties**

Alle reacties die per mail of via Facebook bij de gemeente zijn binnengekomen, zijn doorgestuurd aan DTNP. De reacties waren divers van aard (groot/klein, lovend/opbouwend), gericht op veel verschillende thema's (verkeer, leegstand, aanbod, ruimtelijke structuur, ondernemerschap) en soms tegenstrijdig. Tijdens het opstellen van het centrumplan en dit rapport is zoveel mogelijk rekening gehouden met de gevoelens die spelen, waarbij logischerwijs niet aan alle tips, wensen of opmerkingen tegemoet gekomen kan worden.

## 1.4 Leeswijzer

In het rapport is zoveel mogelijk visueel verbeeld, zodat onnodig lange teksten worden voorkomen. Het rapport is als volgt opgebouwd:

### 2 Analyse huidige situatie

In hoofdstuk 2 wordt een analyse gemaakt van de huidige situatie in het centrum van Made.

Ingegaan wordt op onder andere de afbakening van het centrumgebied, het aanwezige aanbod, verkeers- en parkeerstructuur (par. 2.1), en de resultaten van het consumentenonderzoek dat in het centrum is uitgevoerd (enquêtes, telling-en) (par. 2.2). Mede aan de hand van deze analyses en de opmerkingen die door de klankbord-groepen zijn geplaatst en die per mail en via Facebook zijn binnengekomen, zijn kwaliteiten (par. 2.3) en knelpunten (par. 2.4) van het centrum benoemd.

### 3 Invloed van winkelrends op Made

Om een goede visie op het centrum van Made te maken, is inzicht nodig in de belangrijkste trends en ontwikkelingen die van invloed zijn op het centrum van Made. In hoofdstuk 3 wordt ingegaan op de belangrijke trends (par. 3.1), de wijze waarop die trends uitwerken op verschillende typen centra (par. 3.2) en welke gevolgen het centrum van Made hiervan ondervindt (par. 3.3).

### 4 Ruimtelijk-functionele visie

In hoofdstuk 4 wordt toegewerkt naar het integrale centrumplan voor Made. Op basis van onder andere de detailhandelsvisie voor alle kernen van de gemeente Drimmelen zijn de ambities voor het centrum van Made bepaald (par. 4.1), die vervolgens vertaald zijn naar een aantal opgaven (par. 4.2). Het centrumplan wordt in het hoofdstuk opgebouwd rondom vijf thema's: het kernwinkelgebied (par. 4.3), de verblijfspleinen (par. 4.4), het gevarieerde woon-werkmilieu (par. 4.5), verkeer en parkeren (par. 4.6) en de openbare ruimte (par. 4.7). Deze vijf thema's leveren gezamenlijk het centrumplan (par. 4.8).

### 5 Uitvoeringsprogramma

Om van visie tot uitvoering te komen is in hoofdstuk 5 een uitvoeringsprogramma opgenomen, inclusief een voorstel voor de wijze waarop dit georganiseerd kan worden (par. 5.1). Herinrichting van het toekomstige verblijfsgebied is een strategisch belangrijk project (par. 5.2). Paragraaf 5.3 geeft het overzicht van allerlei uitvoeringsprojecten (groot en klein) waaraan gemeente, ondernemers en eigenaren kunnen werken om de vitaliteit van het centrum te versterken.







## 2 Analyse huidige situatie



## 2.1 Context

### Inwoners

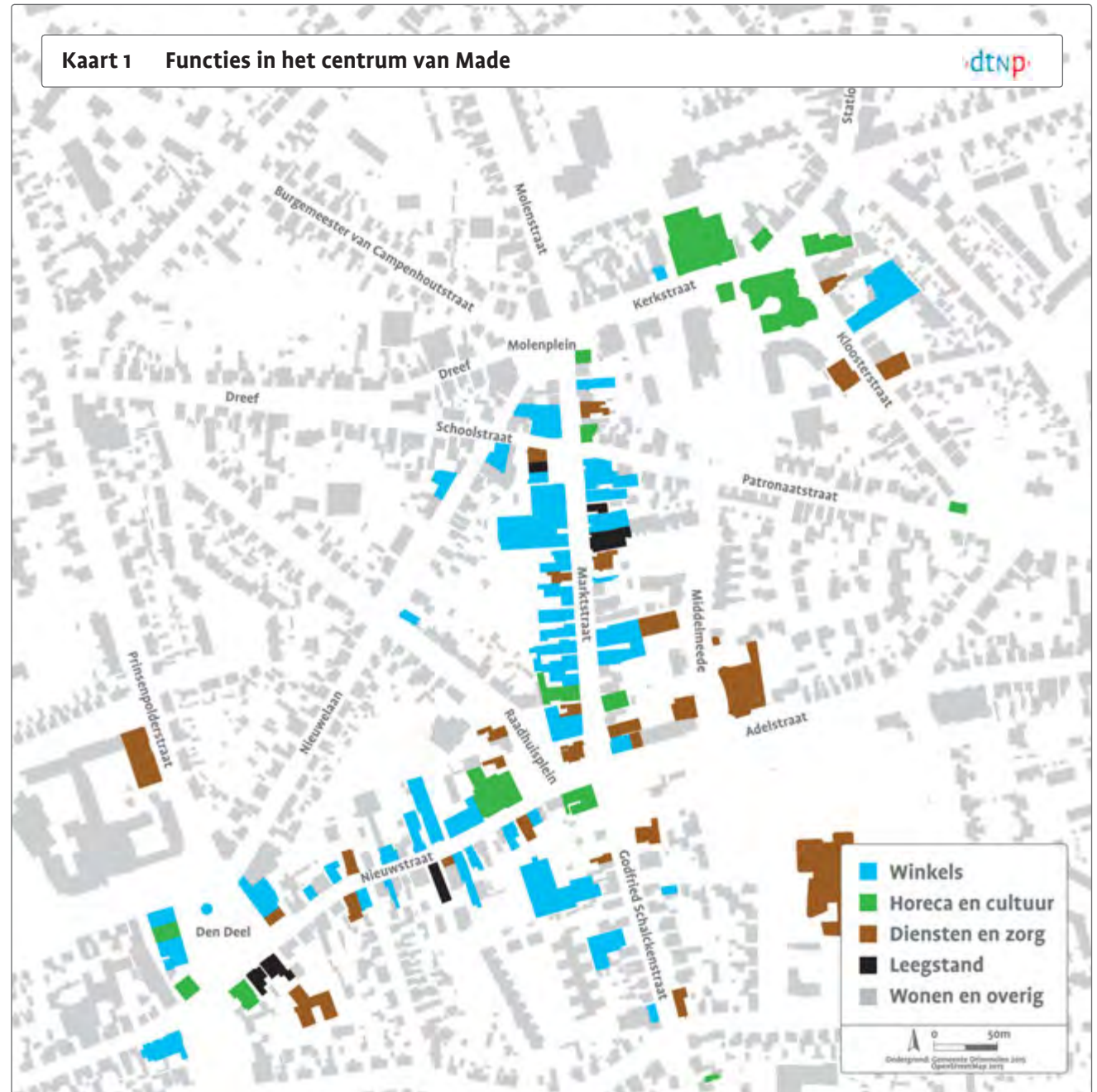
Made heeft circa 12.050 inwoners (01-01-2016) en is de grootste kern van de gemeente Drimmelen (circa 26.800 inwoners), waartoe ook de kernen Drimmelen, Hooge Zwaluwe, Lage Zwaluwe, Terheijden en Wagenberg behoren. In de omgeving van Made vinden verschillende toeristische activiteiten plaats (bijvoorbeeld Biesbosch, campings, havens en fietsnetwerk).

### Afbakening centrum

Het centrumgebied van Made bestaat uit Den Deel, Nieuwstraat, Raadhuisplein, Godfried Schalckenstraat, Marktstraat, Valkenbergplein, Middelseede, Molenplein, Kerkstraat en Gaymans Plantsoen. Daarbinnen is de meeste publieksgerichte bedrijvigheid gelegen aan de 'spiegelbeeldige Z-as', bestaande uit Den Deel, Nieuwstraat, Marktstraat en Kerkstraat. Het centrumplan richt zich primair op dat gebied.

### Omvang en type aanbod

Het centrum van Made (kaart 1) is met circa 60 winkels (circa 12.300 m<sup>2</sup> winkelvloeroppervlak (wvo)) en ruim 30 overige publieksgerichte bedrijven (o.a. horeca, diensten, ambachten) het grootste centrumgebied in de gemeente.





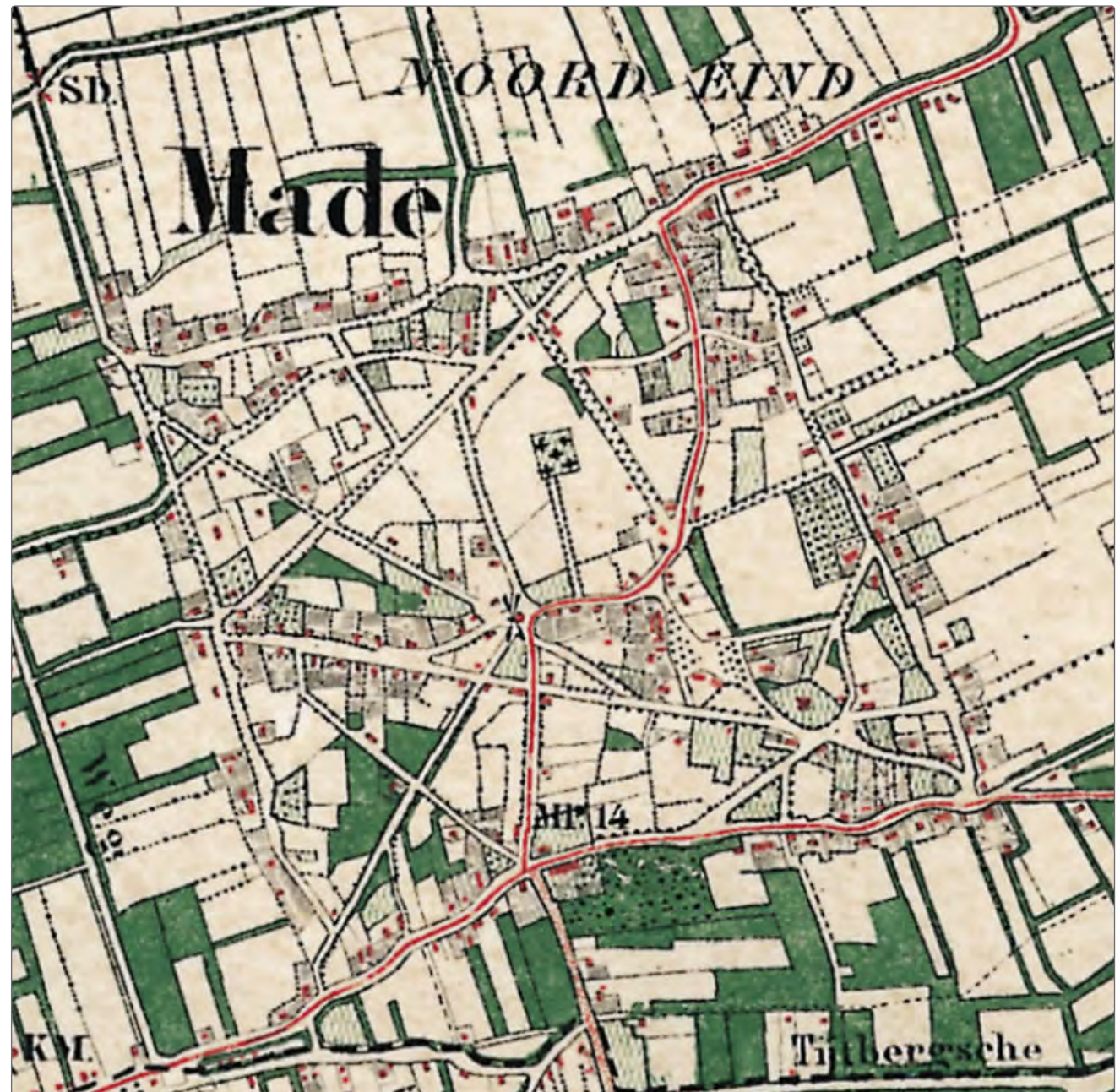
Het winkelaanbod is divers en bestaat uit een compleet aanbod dagelijkse winkels (o.a. supermarkt, slagers, bakkers, slijter, vis, tabak, drogisten) en een divers niet-dagelijks aanbod dat past bij een dorp als Made (o.a. warenhuis, huishoudelijke artikelen, juweliers, modewinkels, elektronikawinkels, woninginrichters), aangevuld met horeca (o.a. bars, lunchrooms, restaurants), ambachten (o.a. kappers en kledingreparatie), diensten (o.a. makelaar, reisbureau) en zorg (o.a. apotheek, fysiotherapeut). Op woensdagochtend wordt in de Marktstraat ook de wekelijkse warenmarkt gehouden.

In het centrum is één supermarkt gevestigd (Coop, circa 1.000 m<sup>2</sup> wvo). De overige drie supermarkten van Made zijn gelegen verderop in de Nieuwstraat en aan de Stationsstraat, in het verlengde van de Kerkstraat. Het centrum heeft een belangrijke boodschappen- en ontmoetingsfunctie voor de hele gemeente.

In de openbare ruimte zijn relatief weinig terrassen van horecabedrijven. Bovendien zijn de terrassen verspreid over het centrum, waardoor een duidelijk 'terrassenplein' ontbreekt.

### Geschiedenis

De Godfried Schalckenstraat, Marktstraat, Kerkstraat en Stationsstraat waren vroeger de



Made in 1869 (Bron: Kadaster, 2016)



doorgaande wegen voor noord-zuidverkeer, de Nieuwstraat en Adelstraat voor oost-westverkeer (zie beeld p. 7). Deze geschiedenis is nog steeds goed terug te zien in de straten, zowel functioneel als stedenbouwkundig. Vooral de Marktstraat heeft door de vooroorlogse bebouwing en de leilinden een historische uitstraling.

### Verkeersstructuur

De verkeersstructuur in het centrum van Made is in de loop der jaren sterk veranderd. Marktstraat en Nieuwstraat zijn geen ontsluitingswegen meer. De huidige verkeersstructuur kenmerkt zich door relatief veel straten met eenrichtingsverkeer, waardoor het voor een buitenstaander relatief moeilijk is de weg te vinden. Belangrijke redenen voor het eenrichtingsverkeer is het voorkomen van doorgaand verkeer en overlast voor bewoners (straatprofiel te smal voor tweerichtingsverkeer).

### Bernarduskerk

De Vijf Heiligen Parochie heeft op dit moment de katholieke kerk aan de Kerkstraat in gebruik. De parochie loopt terug in aantal leden en denkt op dit moment na over haar toekomstige locatie. De kerk komt naar verwachting geheel of gedeeltelijk beschikbaar voor ander gebruik. In het centrumplan wordt deze ontwikkeling meegenomen.





## 2.2 Bezoekers van het centrum

Op donderdag 1 oktober en zaterdag 3 oktober 2015 zijn in het centrum van Made enquêtes gehouden onder bezoekers (297 respondenten) en is op een achttal locaties in het centrum het aantal passanten geteld. In deze paragraaf staan de belangrijkste resultaten.

### Typering van de 'doorsnee' bezoeker

Consumenten die het centrum van Made bezoeken verschillen onderling uiteraard. De een komt met de auto om boodschappen te doen, de ander komt per fiets om in het centrum te lunchen. Ondanks de verschillen is er wel een dominante bezoeksgroep en bezoekmotief. Deze 'doorsnee' bezoeker komt uit Made of overig gemeente Drimmelen, komt twee keer per week voor een gerichte boodschap of aankoop en verblijft circa 40 minuten in het centrum.

### Verzorgingsfunctie centrum

Bijna tweederde van de bezoekers aan het centrum komt uit Made of de overige kernen van de gemeente (figuur 1). Het centrum heeft daarmee vooral een lokaalverzorgende functie. Dit komt ook tot uiting in de bezoekmotieven van consumenten. Het gros van de geënquêteerden komt voor een gerichte

aankoop of voor een boodschap. Voor een klein deel van de bezoekers is winkelen of recreatief verblijven de belangrijkste reden om het centrum te bezoeken.

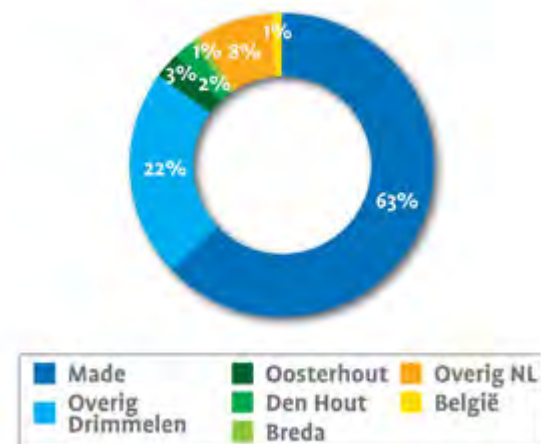
Het doelgerichte en hoogfrequente karakter van bezoeken in Made-Centrum komt tevens tot uiting in het type voorzieningen dat door de geënquêteerden het meest is bezocht (figuur 5). Kruidvat en HEMA kregen veruit de meeste bezoekers. Daarna volgt een grote groep met niet alleen landelijke boodschappenformules (o.a. Blokker en Zeeman), maar ook mode-winkels (o.a. Jola Mode en Peter Mode). Coop werd als suboptimaal gesitueerde supermarkt door circa 30 (10%) van de 297 geënquêteerden bezocht.

### Passantentellingen

Door het hele centrum heen is het druktebeeld laag (kaart 3 en 4, p. 11). Buiten de Marktstraat is zelfs slechts één persoon per minuut geteld per locatie (60 of minder op de kaart). De meeste passanten in het centrum van Made zijn te vinden in de Marktstraat, met een duidelijk 'piek' voor de HEMA. Op de donderdag van de telling liepen daar gemiddeld 160 personen per uur. Op zaterdag lag dit op circa 280 voetgangers. Ondanks dat dit voor het centrum van Made veruit het drukste punt is, is het absolute

Figuur 1 Herkomst bezoekers centrum Made

dtnp



Figuur 2 Bezoekmotief bezoekers centrum Made

dtnp

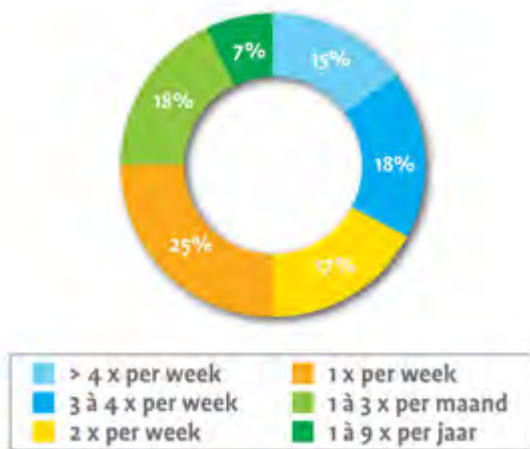


aantal bezoekers nog steeds erg laag. In vergelijkbare situaties (centra van kleine dorpen) ligt het aantal passanten vaak op het dubbele.

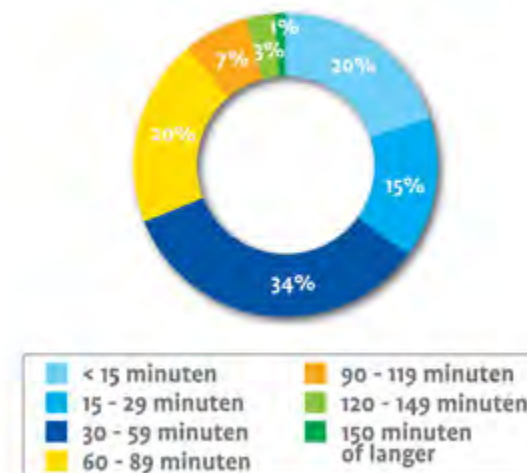
### ‘Om het hoekje’

Tijdens de bezoekersenquête is ook gevraagd naar de afgelegde route door het centrum. Gecombineerd met de passantentellingen levert dit een beeld op van de wijze waarop delen van het centrum onderling worden bezocht. Hieruit blijkt dat bezoekers die in de Marktstraat zijn geweest, in meer dan 90% van de gevallen niet ‘het hoekje zijn omgegaan’ naar de Kerkstraat en/of de Nieuwstraat. De Marktstaat wordt derhalve niet alleen veruit het meest bezocht (3 tot 4 maal zo veel als het drukste punt buiten de Marktstraat), maar ook heel doelgericht.

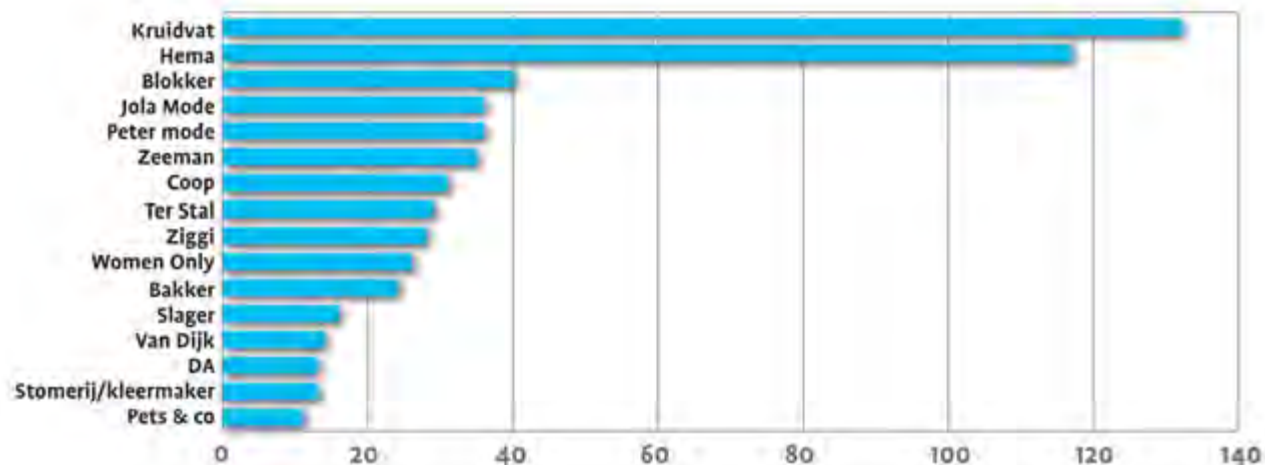
**Figuur 3 Bezoekfrequentie bezoekers centrum Made** 



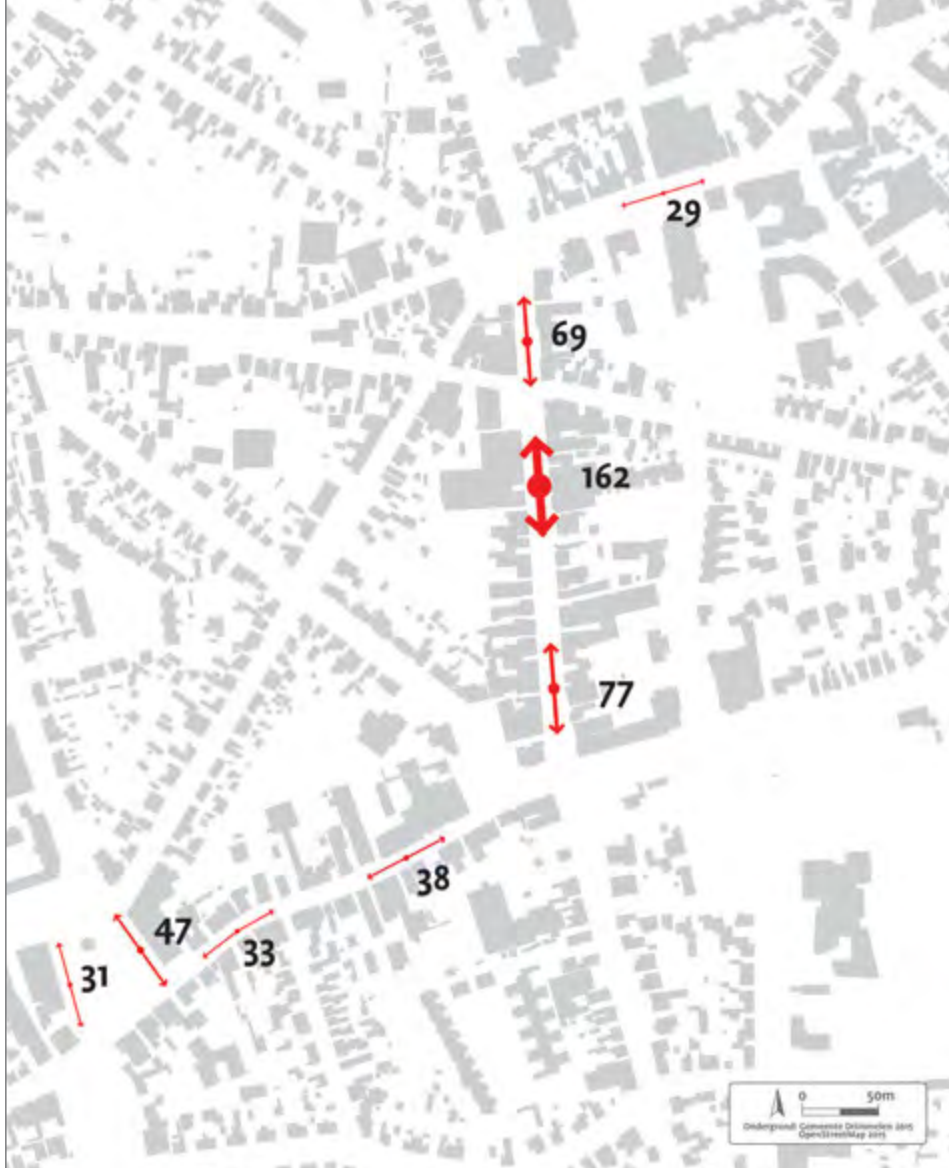
**Figuur 4 Bezoekduur bezoekers centrum Made** 



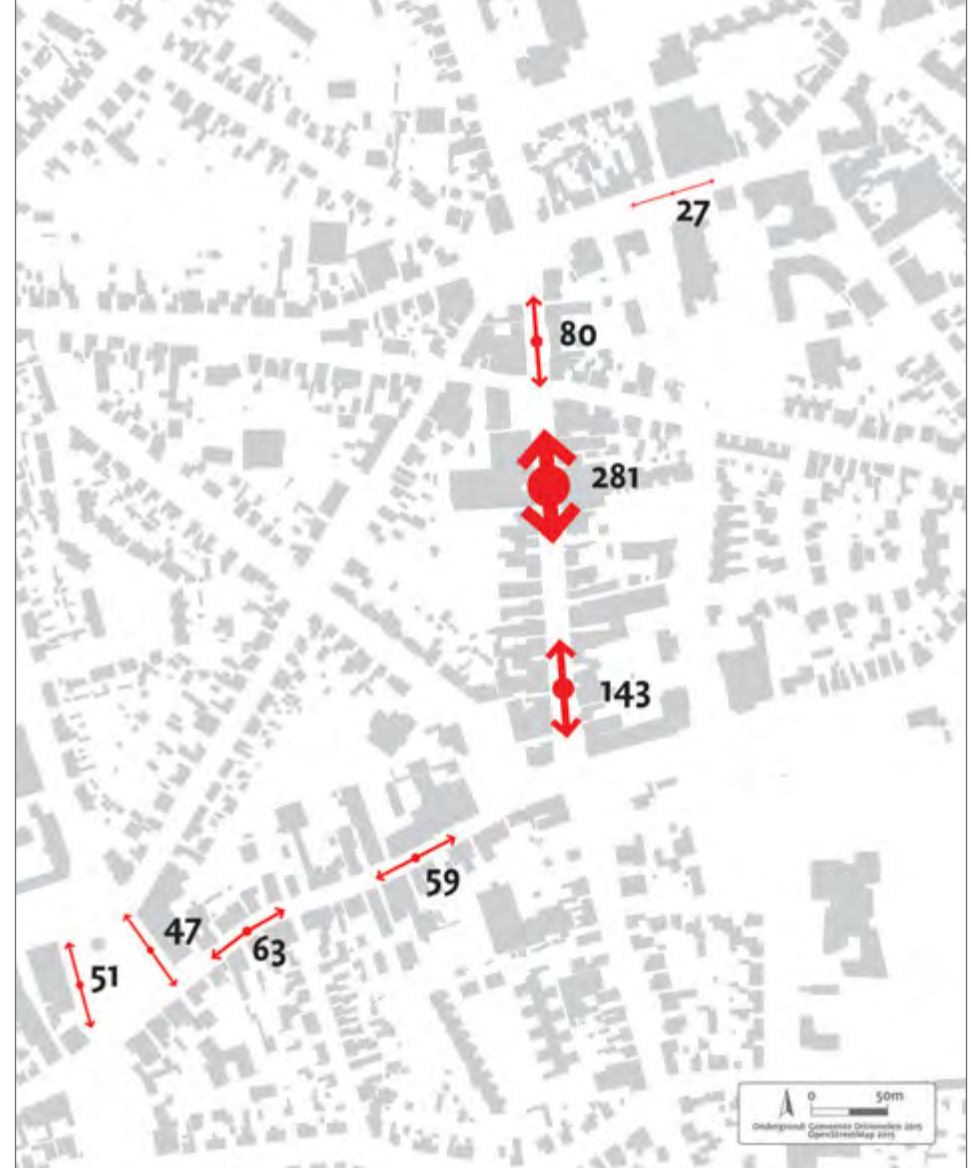
**Figuur 5 Meest bezochte voorzieningen door geënquêteerden** 



Kaart 3 Gemiddeld aantal passanten (te voet) per uur op donderdag 1 oktober 2015



Kaart 4 Gemiddeld aantal passanten (te voet) per uur op zaterdag 3 oktober 2015





## 2.3 Kwaliteiten van het centrum



### Functionele kwaliteiten (kaart 5)

De Marktstraat vormt het zwaartepunt van het winkelaanbod in het centrum. De meeste panden hebben een publieksgerichte functie en er is een compleet aanbod in een relatief compact gebied. Consumenten geven aan de compactheid van dit gebied te waarderen. Het aanbod bestaat enerzijds uit boodschappenwinkels (o.a. Kruidvat, HEMA, bakkers, slager), aangevuld met een divers overig aanbod (o.a. enkele (grote) mode-winkels, textiel, elektronica, media, sport, huishoudelijke artikelen, horeca, ambachten en diensten) en de weekmarkt (op woensdag). In de nabijheid van de Marktstraat is één supermarkt gevestigd.

Behalve een duidelijk te onderscheiden winkelcluster aan de Marktstraat zijn er twee horecaclusters te onderscheiden: het Raadhuisplein met meer de 'feesthoreca' (o.a. café/bar, zalencentrum), en een cluster van horeca en cultuur in de Kerkstraat.



### Ruimtelijke kwaliteiten (kaart 6)

Kenmerkend voor het centrum van Made is de historische bomenlaan in de Marktstraat (en in mindere mate in de Kerkstraat). Aan weerszijden van de Marktstraat staan grote (oude) leilinden die een groen en besloten karakter geven aan de straat. Op momenten dat de bomen in blad staan, is de Marktstraat één groene laan.

Andere sterke ruimtelijke kwaliteiten zijn het oude Raadhuis aan het Raadhuisplein en de Bernarduskerk aan de Kerkstraat. Het statige Raadhuis is een rijksmonument en springt direct in het oog als het centrum wordt benaderd vanuit het zuiden. De Bernarduskerk is evenals de naastgelegen pastorie, oude pastorie en kapel (onderdeel van De Mayboom) een gemeentelijk monument. Door de clustering van diverse monumentale panden en het bijbehorende (private) groen (tuin pastorie, Gaymans Plantsoen) is het een gebied met veel ruimtelijke kwaliteit. In het centrum zijn meerdere monumenten en historische panden te vinden (zie bijlage 2).



### Verkeerskwaliteiten (kaart 7)

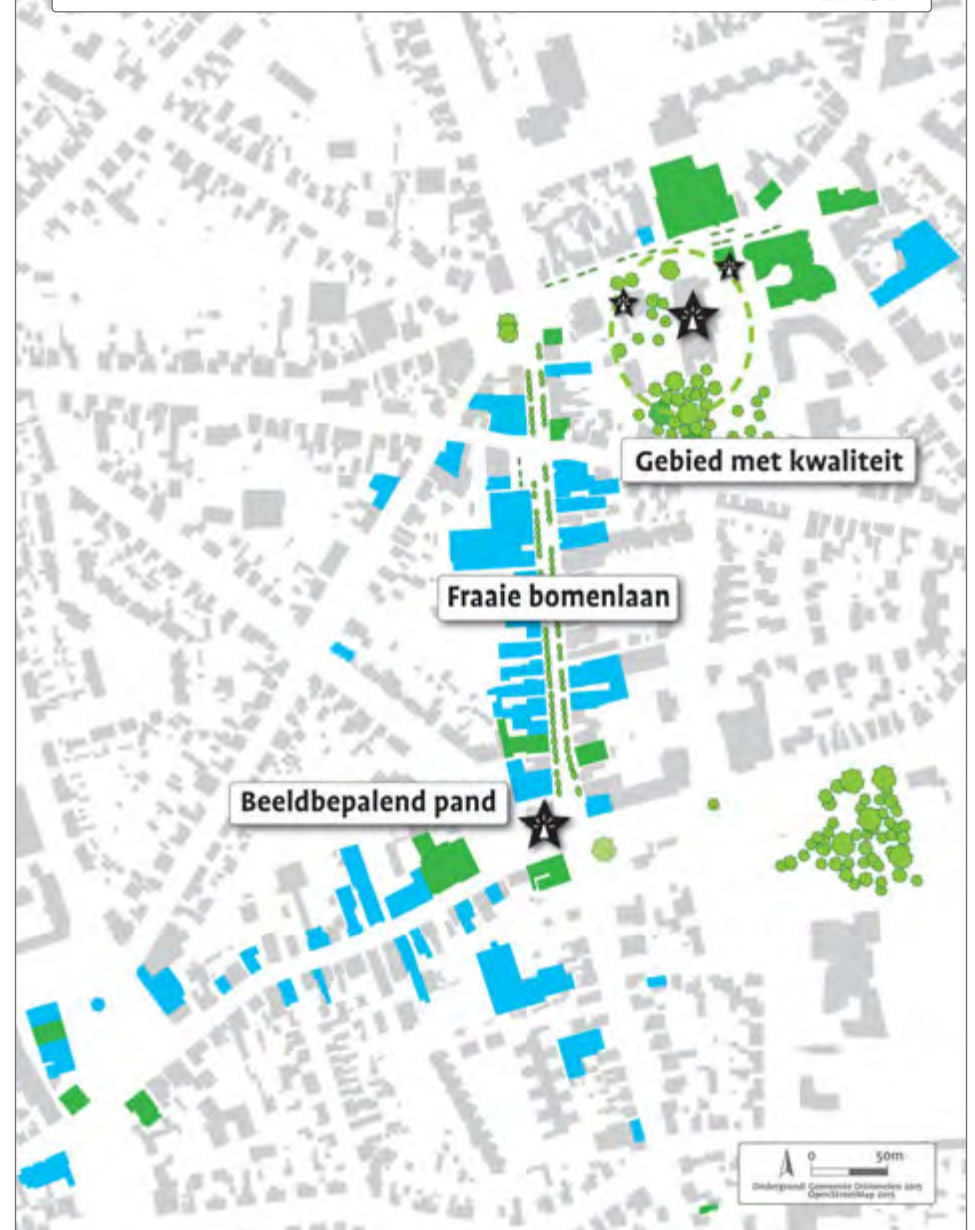
Door het hele centrum heen is het mogelijk de auto voor de deur van de winkels te parkeren (zoals langsparkeren in Marktstraat en Nieuwstraat). Dit faciliteert een snel en doelgericht bezoek aan één of enkele winkels in het centrum, en sluit daarmee aan bij het gebruik van het centrum (zie par. 2.2). In de Marktstraat is een blauwe zone, waardoor de parkeercapaciteit daar optimaal wordt benut.

Het gros van de parkeervoorzieningen is echter verspreid over het centrum, op diverse grotere en kleinere parkeerterreinen. Aan weerszijden van de Marktstraat zijn de twee grootste parkeerterreinen gelegen: het Valkenbergplein aan de westzijde, achter de HEMA, en Middelmeede aan de oostzijde, achter de Wereldwinkel. Beide parkeervelden zijn door middel van een voetgangerspadje verbonden met de Marktstraat, waardoor de afstand tot de winkels klein is. Kleinere parkeerterreinen zijn gevestigd aan Den Deel, het Molenplein en achter de Kerk. Supermarkt Coop heeft een eigen parkeerterrein.

Kaart 5 Functionele kwaliteiten centrum Made



Kaart 6 Ruimtelijke kwaliteiten centrum Made





Kaart 7 Verkeerskwaliteiten centrum Made



Historische laanstructuur van de Marktstraat



Parkeren voor de deur in grote delen van het centrum

## 2.4 Knelpunten van het centrum



### Functionele knelpunten (kaart 8)

Het hele centrum van Made is te langgerekt. De afstand tussen café 't Hoekske (Den Deel) en café The Pub is 920 meter. Het aantal inwoners van Made is te klein voor voldoende (winkel)aanbod om deze lengte volledig in te vullen. Het gevolg is dat er in het centrum 'gaten' vallen in de publiekswand. Tussen de voorzieningen zijn, door het hele centrum heen, woningen gevestigd. Voorzieningen kunnen daardoor niet goed van elkaars nabijheid profiteren. Een ander gevolg van de te grote lengte van het centrum is dat de passantenstroom uiteen wordt getrokken, er daardoor door het hele centrum heen te weinig passanten zijn en dat de relatie tussen deelgebieden in het centrum (o.a. Kerkstraat-Marktstraat-Nieuwstraat) slecht is. Consumenten bezoeken slechts zeer beperkt meerdere delen van het centrum.

Door de (verscholen) ligging en situering van de Coop (eigen parkeerterrein en ontsluiting) heeft deze supermarkt een matige relatie met de rest van het centrum. Andere winkels in het centrum kunnen slechts zeer beperkt van de trekkracht van de supermarkt profiteren.



### Ruimtelijke knelpunten (kaart 9)

De leilinden in de Marktstraat vormen behalve een aantrekkelijke uitstraling ook een knelpunt: ze ontnemen het zicht aan de voorzieningen in de straat, vooral als de bomen in blad staan. De zichtbaarheid en het overzicht van winkels is beperkt. Combinatiebezoek tussen voorzieningen wordt niet gestimuleerd. Dit geldt ook voor de standplaats op het pleintje bij de Schoolstraat.

Een ander knelpunt is het ontbreken van een centraal plein. In het centrum zijn meerdere pleinen, maar geen van alle is op dit moment het 'terrassenplein' en het logische plein waar de ontmoeting plaatsvindt. Het Raadhuisplein was in het verleden het centrale plein. Sinds de herinrichting van het plein is de evenementenfunctie verplaatst naar het weinig aantrekkelijke parkeerterrein Valkenbergplein.

Inwoners van Made beoordelen in algemene zin de ruimtelijke kwaliteit als matig. Behalve de leilinden heeft het centrum een weinig aantrekkelijke uitstraling en nodigt het niet uit om er te verblijven. Nieuwstraat en Den Deel hebben een stenig karakter.



### Verkeersknelpunten (kaart 10)

In het centrum hebben de meeste straten eenrichtingsverkeer. Dit levert met name in de Marktstraat een rare situatie op, doordat ter hoogte van Patronaatstraat tegengestelde rijrichtingen elkaar tegen komen. Het is daardoor niet mogelijk de Marktstraat volledig uit te rijden, wat de relatie tussen beide delen van de straat én de relatie met de Kerkstraat beperkt.

In de Marktstraat is er een spanningsveld tussen de verschillende verkeersstromen en passanten. Hierdoor wordt de verblijfsfunctie ondermijnd. Auto's verdringen fietsers naar het voetpad, met overlast voor voetgangers tot gevolg. De bestrating ligt op veel plekken niet recht.

Het Valkenbergplein wordt weinig gebruikt als parkeerlocatie voor de Marktstraat, onder andere door de matige vindbaarheid en het gevoel uit het centrum te rijden.

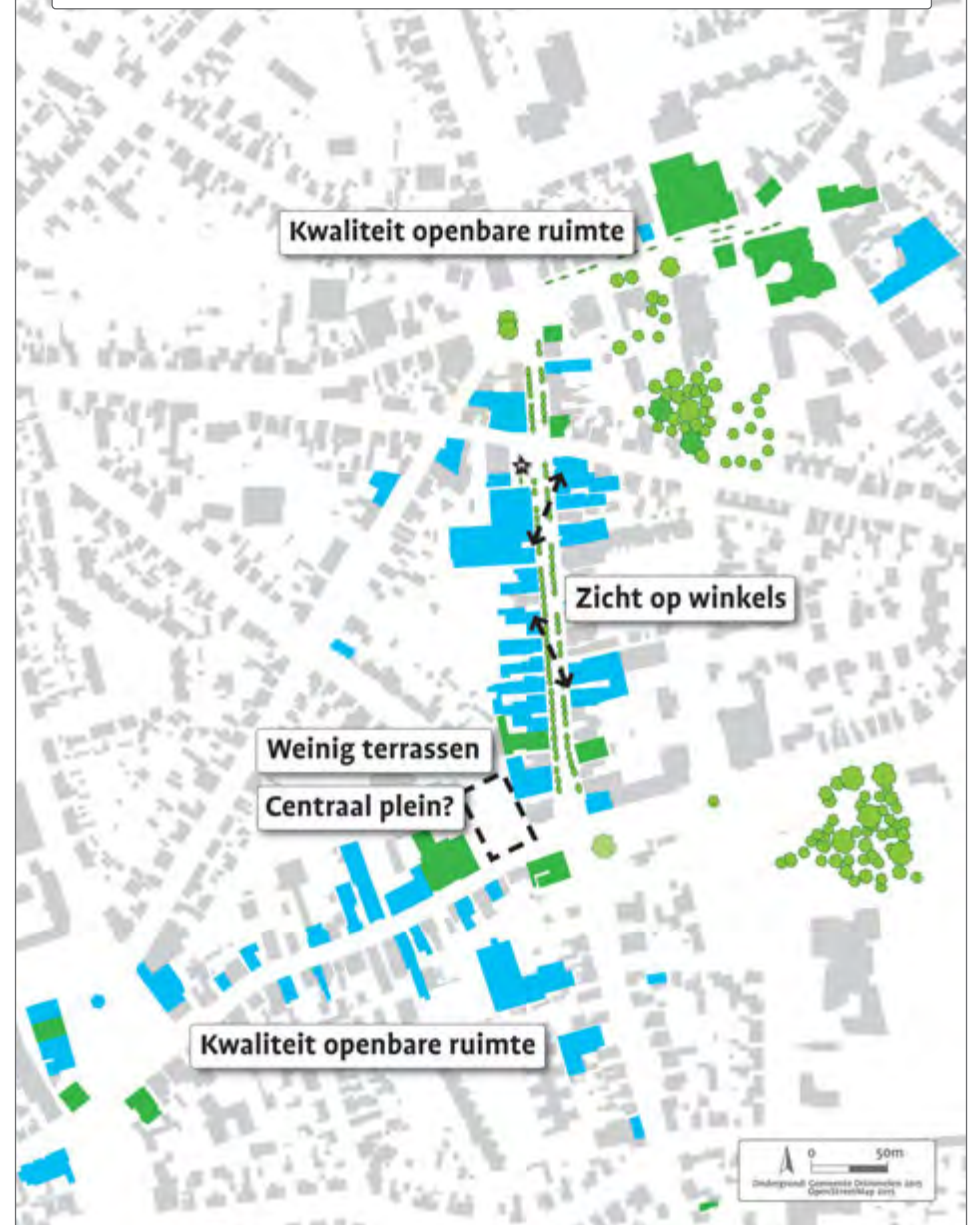
Het verkeerslicht bij de Marktstraat past niet goed bij het dorpse karakter van Made en leidt op gezette tijden tot opstoppingen.



Kaart 8 Functionele knelpunten centrum Made



Kaart 9 Ruimtelijke knelpunten centrum Made











### 3 Invloed van winkeltrends op Made

### 3.1 Wijzigende winkelmarkt

#### Detailhandel belangrijk in centrumgebied

De detailhandel is een van de belangrijkste (grootste) sectoren binnen een centrumgebied. De aanwezigheid van een goed winkelaanbod zorgt, elke dag van de week, voor het aantrekken van bezoekers. Deze drukte zorgt voor levendigheid in het centrum, en voor kansen voor andere publieksgerichte functies. Een goed functionerend winkelaanbod draagt bovendien bij aan een goed woon- en leefklimaat in dorp, wijk of stad.

Voor een sterk centrumgebied is het dan ook van belang in te spelen op de trends en ontwikkelingen in de winkelmarkt.

#### Van groei- naar verdringingsmarkt

De winkelmarkt is sterk aan het veranderen. Waar tot een aantal jaar geleden sprake was van een steeds maar groeiend aanbod, is de winkelmarkt inmiddels gewijzigd in een krimpmarkt. Een van de oorzaken van de snel wijzigende winkelmarkt is de (nasleep van de) economische recessie. Daarnaast zijn er een aantal structurele ontwikkelingen aan vraag- en aanbodzijde die ingrijpend zijn en elkaar onderling versterken.

#### Enorme groei winkeloppervlak in Nederland

Het winkeloppervlak in Nederland is sinds 2001 met circa 25% toegenomen, in de non-food-sector zelfs met maar liefst 40%. Deze enorme groei is veroorzaakt door schaalvergroting van winkels en door de grote hoeveelheid planmatig ontwikkelde winkelprojecten die de afgelopen jaren op de markt zijn gekomen.

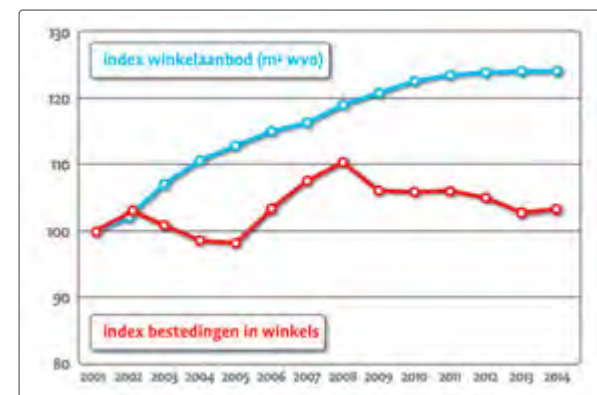
#### Afnemende bestedingen in winkels

Tegenover het fors gegroeide aanbod staat een stagnerende vraagzijde, met name sinds 2008. Dit komt ten eerste doordat consumenten hun aankopen op een andere wijze doen (nieuwe kanalen, met non-foodsector).

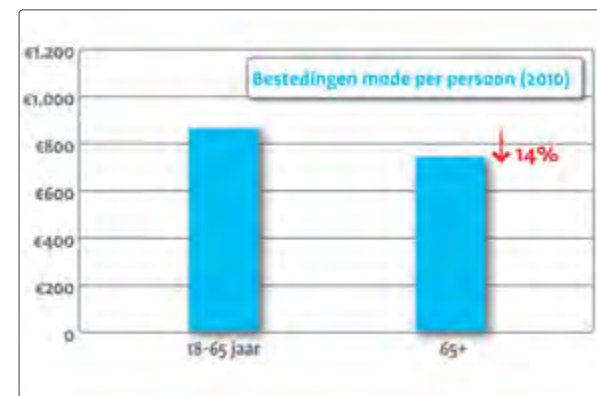
Daarnaast heeft de toenemende vergrijzing van consumenten een nadelig effect op de omzet: ouderen besteden gemiddeld minder in winkels dan de leeftijdsgroepen tussen de 20 en 65 jaar (gezinsvorming, carrière, groter wonen, etc.). In sommige gebieden leidt ook bevolkingskrimp tot een afname van het bestedingspotentieel.

#### Invloed internet op besteding in fysieke winkels

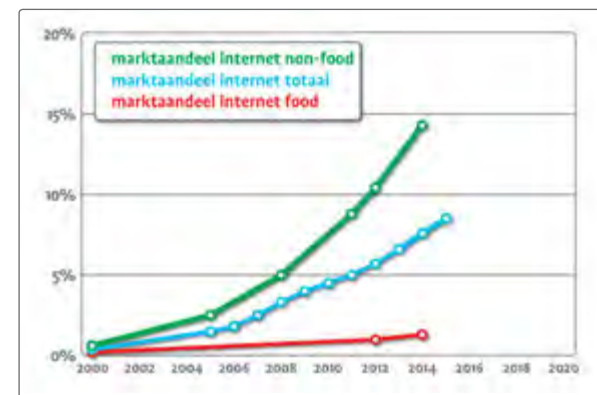
Ook vindt een verschuiving plaats van bestedingen van fysieke winkels naar webshops. Het marktaandeel van internet in de totale detailhandelsbestedingen groeide van minder dan 1% in 2002 naar circa 8% in 2014. In de niet-



Structurele scheefgroei tussen vraag en aanbod



Vergrijzing: bestedingen in winkels onder druk



Webshops: verschuiving omzet naar online kanalen



dagelijkse sector heeft internet inmiddels een marktaandeel van al bijna 15%. Vooral in deze sector wordt nog een forse groei van het internetwinkelen verwacht (20 à 30% marktaandeel in 2020). Het marktaandeel van internet in food is tot nu toe zeer klein ( $\pm 1\%$ ), mede door de fijnmazige structuur, de aard van het product (vers), de lage marges en de complexe logistiek. Innovaties in logistiek en technologie kunnen de invloed van internet ook in deze branche gaan wijzigen.

### Vloerproductiviteit onder druk

Het gevolg van voornoemde ontwikkelingen is dat de vloerproductiviteit (omzet/m<sup>2</sup>) in met name de niet-dagelijkse sector onder grote druk staat. Voor het eerst in de geschiedenis van de detailhandel neemt het winkeloppervlak zelfs af. De leegstand loopt al jaren op. Inmiddels staat 11% van de winkelpanden in Nederland leeg en neemt dit op veel locaties structurele vormen aan.

### Toekomst: afname winkelaanbod

Conclusie is dat de aanbodzijde structureel te groot is in vergelijking tot de vraagzijde, met name in de non-foodsector. Hierdoor vindt in toenemende mate verdringing plaats met een afnemend aantal winkels en toenemende leegstand tot gevolg. De verwachting is dat de

afname van het winkelaanbod de komende jaren verder zal doorzetten. Het feit dat een aanzienlijk deel van de MKB-ondernemers de komende jaren met pensioen gaat, vaak zonder opvolging, zal deze ontwikkeling nog versterken.

Sommige voorspellingen gaan uit van 30% minder winkels in 2020. Hoe dan ook zullen de ontwikkelingen grote gevolgen gaan hebben voor het functioneren van de detailhandel op alle typen winkellocaties (hoofdcentra, dorps-, wijk- en buurtcentra, perifere locaties).

## 3.2 Verschillen per locatie en branche

De ontwikkelingen in de winkelmarkt hebben verschillende gevolgen per type winkelgedrag, type winkelgebied en type sector. Per saldo zullen winkels op goede locaties winkels op zwakke locaties verdringen. Dit betekent bedreigingen (toename leegstand) voor het ene winkel-/deelgebied, en kansen voor het andere.

### Kansrijke typen winkelgebieden

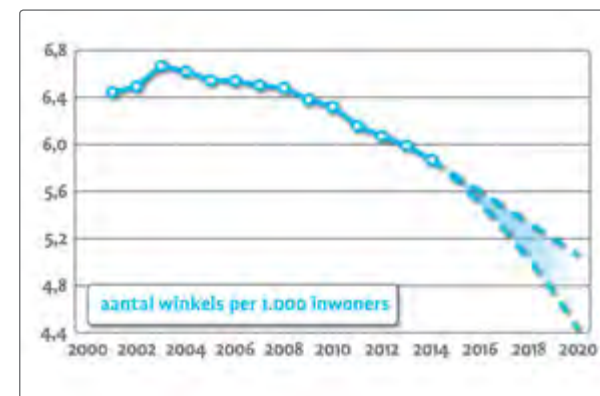
Centra met voldoende onderscheidende sfeer en beleving (zoals historische binnensteden) blijven kansrijk. Consumenten blijven de behoefte houden om recreatief te winkelen. Zij



Winkelformules middensegment gaan failliet



Gevolg optelsom van trends: toename leegstand



Prognose: forse afname winkelaanbod

kiezen voor winkelgebieden met de meeste sfeer en beleving. Met de opkomst van internetwinkelen wordt het bezoek aan een centrum meer een dagje uit dan een vooraf bedacht koopdoel. Niet meer 'the place to buy' maar 'the place to be'.

Ook grote dorps- en wijkcentra hebben nog goede kansen. Consumenten willen gemakkelijk en efficiënt de dagelijkse boodschappen kunnen doen. In de dagelijkse sector heeft internet (nog) nauwelijks effect. Centra met voldoende keuze (aanbod), een goede bereikbaarheid en voldoende parkeren zijn kansrijk voor het doen van boodschappen.

#### **Kwetsbare typen winkelgebieden**

Kleine dorps- en buurtcentra zijn kwetsbaar, omdat ze een te beperkt aanbod hebben om aan de eisen van consumenten te kunnen voldoen. Consumenten zijn steeds kritischer en mobieler en kiezen al snel voor centra op grotere afstand die wel aan de eisen voldoen.

Ook middelgrote stadscentra hebben een kwetsbare positie, omdat ze vaak over onvoldoende onderscheidend vermogen beschikken. Ze zijn te groot voor efficiënt boodschappen doen en te klein voor een dagje winkelen (tussen tafellaken en servet).

#### **Kansrijke en kwetsbare typen winkellocaties**

Niet alleen tussen verschillende typen winkelgebieden zijn kansrijke en kwetsbare groepen aan te wijzen, ook binnen winkelgebieden is er onderscheid te maken. Kansrijke winkellocaties zijn de locaties met veel passanten. Hoe meer passanten, hoe meer potentiële klanten. De druk op deze A1-winkellocaties blijft onverminderd groot, waardoor panden die daar beschikbaar komen op korte termijn worden heringevuld.

Aanloopstraten en delen van centrumgebieden die uit de loop liggen zijn daarentegen kwetsbaar. Er komen weinig mensen, meestal te weinig voor een goed draaiende winkel. Het gevolg is dan ook dat een kleine daling in omzet (bijvoorbeeld als gevolg van autonome ontwikkelingen in de winkelmarkt) al snel grote gevolgen heeft voor de exploitatie van de winkel, met faillissement als meest desastreuus gevolg. Panden die in dit soort gebieden op de markt komen (door bijvoorbeeld verhuizing of faillissement), staan vaak langdurig leeg en/of krijgen een andere functie.

#### **Leegstand en incurante locaties**

Een groot deel van de leegstand in Nederland is te vinden op kwetsbare en incurante locaties, zoals aanloopstraten en middelgrote



Kansrijk: historische centra met sfeer en beleving



Kansrijk: grote centra voor frequente aankopen



centra. Het al dan niet ontwikkelen van nieuwe winkel-ruimtes op courante winkellocaties (bijvoorbeeld A1-winkelstraat) leidt niet tot een andere verhuurbaarheid en (her)invulbaarheid van incurante locaties. Incurante locaties zijn onafhankelijk van nieuwe ontwikkelingen moeilijk verhuurbaar en (her)invulbaar.

### **Wijzigende vestigingsstrategie winkels**

In de nieuwe winkelmarkt wijzigen winkel-formules radicaal hun vestigingsstrategie. Deze is niet langer gericht op expansie en het invullen van 'witte vlekken' (vestigingen in meer winkel-gebieden). In toenemende mate focussen zij zich op een beperkter aantal locaties in centra die goed passen bij hun formule. Steeds vaker zijn dat alleen de grote centra. Daar wordt geïnvesteerd in uitbreiding en nieuwe concepten.

### **Kansrijke en kwetsbare sectoren**

Ook wat betreft het winkelaanbod zelf is onderscheid te maken in kansrijke en kwetsbare sectoren. Winkelaanbod dat zich onderscheidt door hoogwaardigheid, authenticiteit of het bieden van beleving is kansrijk. Zo zijn de afgelopen jaren veel nieuwe concepten ontstaan die daarop inspelen (o.a. concept-stores). Ook winkels in het harddiscount-segment met een hoge doorloopsnelheid van

het assortiment zijn interessant voor consumenten (o.a. Primark, Action).

Het winkelaanbod dat zich in het midden-segment bevindt, is kwetsbaar. De toegevoegde waarde (ten opzichte van internet) is beperkt. Als gevolg van de gewijzigde winkelmarkt is met name in het middensegment de afgelopen jaren een groot aantal nationale winkelketens failliet gegaan (o.a. V&D, Schoenenreus, Halfords, It's). Ook andere landelijke ketens als Blokker en Hema hebben het erg zwaar. Dit soort winkels, ooit de vlaggenscheppen van de Nederlandse detailhandel, zitten nu in de hoek waar de klappen vallen en zijn exemplarisch voor de huidige situatie in de Nederlandse winkelmarkt.

Gelijktijdig ontstaat door het wegvallen van grote namen ruimte voor nieuw ondernemerschap. Dit uit zich in (her)nieuw(d)e en onderscheidende concepten en profilering (bijvoorbeeld sterke nadruk op vers en slowfood), en in het vervagen van traditionele grenzen tussen verschillende branches en sectoren ('blurring', bijvoorbeeld een boekhandel annex broodjeszaak). Deze nieuwe concepten passen bij de veranderende en wispelturige consument, maar hebben vaak wel een wat groter verzorgingsbereik nodig.

## **3.3 Gevolgen voor centrum Made**

### **Kwetsbaar: beperkte(re) kritische massa winkels**

Ook in Made spelen eerder genoemde trends. Dit uit zich onder andere in 9% leegstand en in transformatie van een winkelpand in de Marktstraat naar een woning. Het centrum heeft een kwets-bare positie, onder andere doordat er slechts één supermarkt is gevestigd (die bovendien een matige relatie heeft met het centrum), en het relatief beperkte aantal inwoners. Rekening moet worden gehouden met een verder afnemend aantal winkels (met name in de niet-dagelijkse sector). Met het afnemende winkelaanbod neemt ook het aantal bezoekers af. Stagnatie en leegstand dreigen, waarmee ook de attractiviteit van het centrum (verder) onder druk kan komen te staan. Dit heeft dan weer gevolgen voor het woon- en leefklimaat in heel Made.

### **Kansrijk: compleet aanbod frequente aankopen**

Het supermarktaanbod buiten het centrum van Made is sterker is dan in het centrum. Desondanks is in het centrum een compleet aanbod aanwezig voor frequente aankopen. In de huidige markt is dat een goede prestatie. Toch moet er niet van uit worden gegaan dat dit ook in de (nabije) toekomst zo zal blijven. In een krimpende markt met een afname van winkels

kan een supermarkt bijdragen aan de gewenste kooporiëntatie en voldoende bezoekersstromen. Versterking van het supermarktaanbod kan de positie van het centrum versterken en een duurzamer perspectief bieden aan het overige aanbod in het centrum. Dit kan door versterking van de relatie van de huidige supermarkt met het centrum en door toevoeging van een tweede supermarkt.

### **Toevoeging nieuwe supermarkt niet haalbaar**

Tijdens meerdere discussiebijeenkomsten en workshops, zowel ambtelijk als met ondernemers, is gezocht naar realistische mogelijkheden voor inpassing van een tweede supermarkt in het centrum van Made. De conclusie hiervan is dat alle realistische ruimtelijke varianten leiden tot suboptimale situaties die vergelijkbaar zijn met de huidige situatie bij de Coop. Met elkaar is geconstateerd dat inpassing van een nieuwe supermarkt derhalve zou leiden tot forse investeringen en weinig toegevoegde waarde ten opzichte van de huidige situatie heeft. Beter kan ingezet worden op het verbeteren van de relatie tussen het centrum en de huidige supermarkt. In het volgende hoofdstuk wordt het centrumplan verder uitgewerkt, waarbij het *niet* toevoegen van een tweede supermarkt als uitgangspunt wordt gehanteerd.

### **Kansen: compacter maken en functieverbreiding**

Gelet op de ontwikkelingen in de winkelmarkt moet Made hoe dan ook rekening houden met op termijn een afnemend aantal winkels. Een te sterke focus op het winkelaanbod alleen biedt onvoldoende mogelijkheden om op lange termijn een volwaardig centrum overeind te houden. Er zijn in de basis twee oplossingsrichtingen en strategieën: een kleiner en compacter centrum en kernwinkelgebied, en verbreding van het functiepakket (figuur 6). Het compacter maken van het winkelgebied is een ambitie die ook in de detailhandelsvisie is verwoord. Het verbreden van het functiepakket leidt tot meer bezoekredenen om naar het centrum te gaan en tot herinvulling van leegkomende winkels. Ook wonen is in toenemende mate een geschikte centrumfunctie. Het past enerzijds binnen een wens dicht bij voorzieningen te wonen, en anderzijds biedt het een oplossing voor leegkomend vastgoed.

In de meeste centrumgebieden is de keuze voor één van beide strategieën onvoldoende om een aantrekkelijk centrum te houden. Het is én een compacter centrum, én het verbreden van het functiepakket, ook in Made.



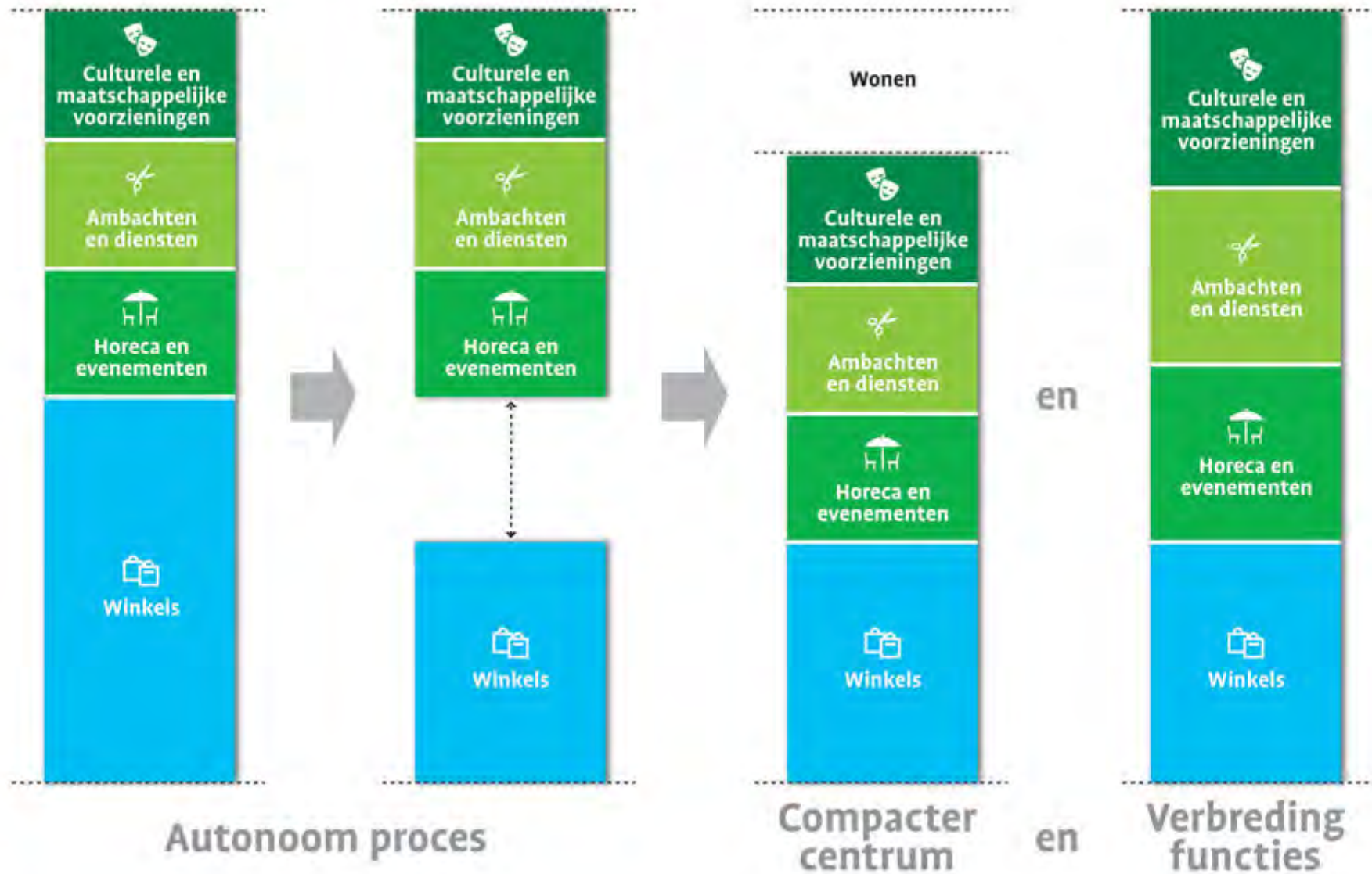
Afnemende behoefte aan winkels, leegstand volgt



Grote supermarkt is sterke basis voor toekomst



Figuur 6 Oplossingsrichtingen krimp winkelmarkt in centrumgebieden





## 4 Ruimtelijk-functionele visie



## 4.1 Ambities voor de toekomst

### Detailhandelsvisie: boodschappen-plus

Naar aanleiding van het rapport 'Perspectief winkelgebieden Amerstreek' (22 december 2014) van BRO is de gemeente Drimmelen aan de slag gegaan met het opstellen van een gemeentelijke detailhandelsvisie. Op 24 maart 2016 is deze door de gemeenteraad vastgesteld. In de detailhandelsvisie worden voor het centrum de volgende twee functionele ambities uitgesproken:

- het centrum als boodschappen-plus-centrum versterken om de consument weer aan te kunnen spreken;
- het supermarktaanbod in het centrum versterken.

### De huiskamer voor alle inwoners

Het centrum van Made is natuurlijk veel meer dan alleen een boodschappencentrum. Het is het hart van het dorp waar inwoners graag naar toe gaan om iets te doen en elkaar te ontmoeten. De ambitie is het centrum meer dan nu dé huiskamer voor alle inwoners van Made te laten zijn. Het zal er aangenaam zijn om te verblijven, er zal een verscheidenheid aan publieksfuncties aanwezig zijn en een grote diversiteit aan bezoekmotieven zal worden gefaciliteerd.



## 4.2 Opgaven voor centrumplan

Rekening houdend met de huidige kwaliteiten en knelpunten van het centrum van Made, trends en ontwikkelingen, de ambities voor de toekomst én het niet haalbaar zijn van toevoeging van een tweede supermarkt, constateren wij de volgende opgaven voor het centrumplan:

### Compacter kernwinkelgebied

Om het huidige winkelaanbod in het centrum van Made zo compleet mogelijk te houden en een boodschappen-plusaanbod te kunnen blijven bieden, is het belangrijk het winkelaanbod zoveel mogelijk te concentreren in een compact kernwinkelgebied. In een compact gebied lopen consumenten makkelijk van winkel naar winkel, is de zichtbaarheid van winkels beter (hogere top-of-mind), worden combinatiebezoeken gestimuleerd en is de herkenbaarheid als winkelgebied beter. Winkels profiteren dan optimaal van elkaars nabijheid.

Een compacter kernwinkelgebied kan alleen als winkels niet meer in de volle 920 meter van het centrum worden toegestaan. Er dient een scherpe keuze te worden gemaakt voor een beperkter gebied.

### Vergroten van het bezoekgemak

Om het bezoek aan het centrum verder te stimuleren blijft het bezoekgemak in het hele centrum behouden en waar mogelijk wordt het gemak vergroot. Dit betekent op de eerste plaats een verbetering van de verkeers- en parkeersituatie, onder andere door de bereikbaarheid van parkeerplaatsen (met name Valkenbergplein) te verbeteren.

### Verblijfskwaliteit verbeteren

Een andere wijze waarop het comfort van het centrum (en daarmee de aantrekkelijkheid) verbeterd kan worden, is door een prettigere verblijfskwaliteit. Dit houdt onder andere in dat aandacht moet bestaan voor het (veilige) samenspel tussen auto's, fietsers, voetgangers en bezoekers met fysieke beperkingen, aantrekkelijke gebieden waar langer verbleven kan worden (o.a. pleinen en parkeren) en locaties die geschikt zijn voor evenementen.

### Opbouw plan langs vijf thema's

In de volgende paragrafen worden genoemde opgaven uitgewerkt in een integraal centrumplan. Het plan wordt middels een vijftal thema's opgebouwd (par. 4.3 t/m 4.7). In paragraaf 4.8 wordt het integrale plan weergegeven.

Projecten om te komen tot uitvoering van het plan komen in hoofdstuk 5 aan bod.



Opgave 1: een compacter kernwinkelgebied



Opgave 2: meer comfort



## 4.3 Kernwinkelgebied

De Marktstraat is in de toekomst het gebied waar inwoners van Made hun aankopen doen. Een bezoek aan de voorzieningen in de Marktstraat is gemakkelijk en comfortabel, onder andere wat betreft verkeer en parkeren, verblijfskwaliteit en veiligheid.

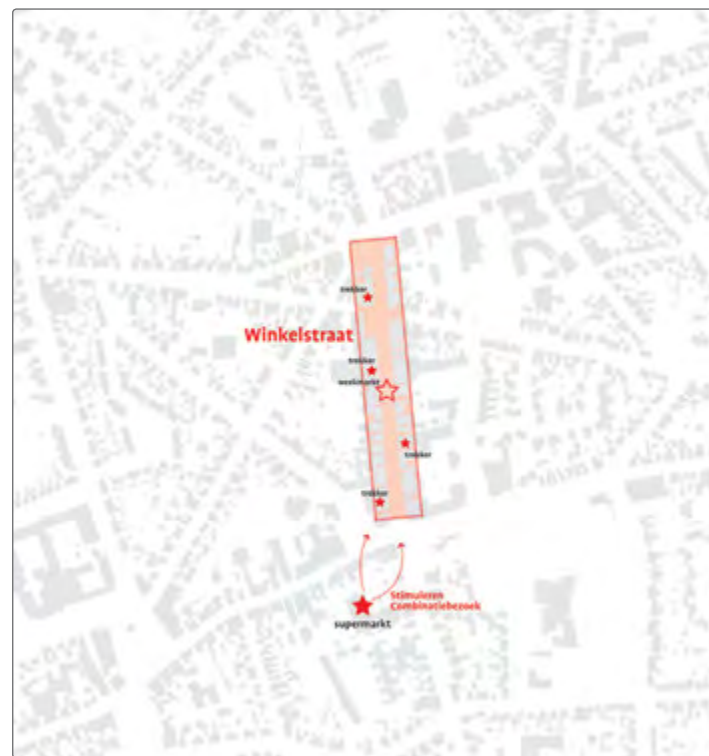
Potenties voor een compleet en gevarieerd boodschappen-plusaanbod worden hier zoveel mogelijk geconcentreerd. Nu al ligt hier het zwaartepunt van publieksfuncties (winkels, horeca, diensten, ambachten) en zijn hier de meeste consumenten aanwezig. Nieuwvestigings worden zoveel mogelijk in de Marktstraat gevestigd en er wordt ruimte geboden aan vernieuwde concepten. Bestaande winkels buiten de Marktstraat worden uitgenodigd te verplaatsen naar het kernwinkelgebied.

In potentie kan publiekstrekker Coop een bron-punt zijn voor bezoekers aan de Marktstraat. Ingezet wordt op versterking van de relatie van de supermarkt met Marktstraat en Raadhuisplein (o.a. door inrichting van openbare ruimte).

De wekelijkse warenmarkt blijft in de toekomst in de Marktstraat. Door te kiezen voor een slimme inrichting van de markt profiteren winkels én markt van elkaar bezoekers.



Warenmarkt in de Marktstraat behouden



Centrumplan: thema kernwinkelgebied



Relatie Coop-Marktstraat verbeteren



Iets nodig? Het centrum van Made is dé plek in Drimmelen

## 4.4 Horeca- en cultuurpleinen

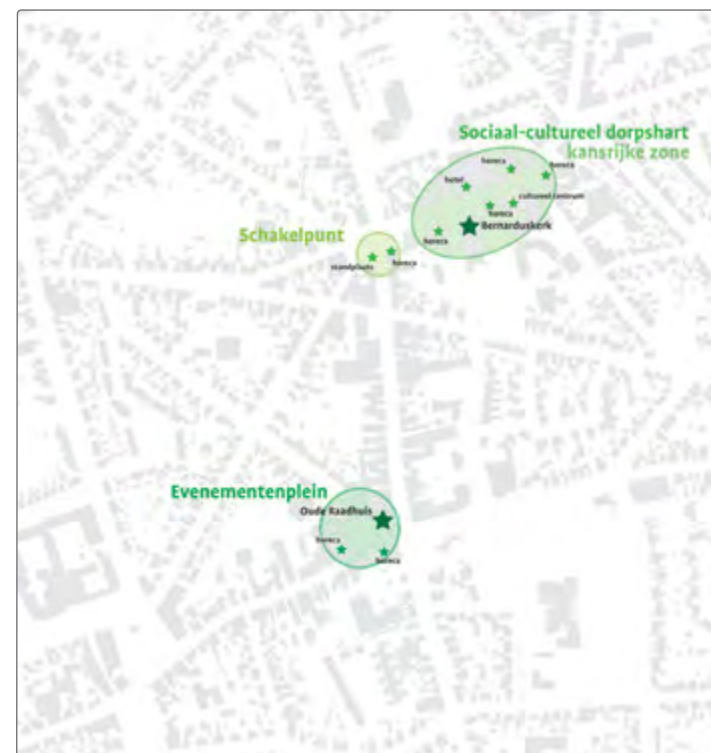
Rondom het Oude Raadhuis en de Bernarduskerk, twee beeldbepalende gebouwen in het centrum, liggen potenties voor aantrekkelijke pleinen gericht op verblijven, met elk een eigen karakter. De nadruk bij de pleinen ligt niet op 'kopen', maar op aangenaam ontmoeten, verblijven, horeca en cultuur.

Het Raadhuisplein is het plein dat meer op de grote massa gericht is en wordt opnieuw in gebruik genomen als het evenementenplein (o.a. Sinterklaas, kermis). Om deze functie goed te kunnen vervullen, is het nodig dat het plein weer een echt plein wordt, zonder barrières en met pleinwanden. Het Oude Raadhuis kan meer bij het plein worden betrokken, bijvoorbeeld door een horecabedrijf met terras.

Het gebied rondom de Bernarduskerk heeft een meer kleinschalig en sociaal-cultureel karakter. De Mayboom is daarin een belangrijke partij en publiekstrekker. Behalve horeca passen maatschappelijke en zorgfuncties bij het gebied. Voor de kerk en omgeving wordt gezocht naar een passende invulling, die de kwaliteiten van het gebied benut. Ook wonen is in deze kansrijke zone bespreekbaar. De monumentale uitstraling van de kerk blijft behouden, ongeacht de nieuwe

invulling van de kerk. Samen met de andere monumenten geven zij sfeer aan het verblijfsgebied.

Het Molenplein wijkt functioneel gezien af van Raadhuisplein en 'Kerkplein', doordat de pleinwanden maar zeer beperkt een publieksgerichte invulling hebben. Het plein vormt echter een belangrijke schakel tussen het Kerkplein en de Marktstraat. Publieksgericht functioneel programma, met name in de zuid-oostkant van het plein, helpt de relatie tussen beide centrumdelen te verbeteren, en vormt de 'kop' op de Marktstraat. Een klein terras en een standplaats, gecombineerd met parkeren, zijn een goede invulling van het plein. Het plein kan tevens worden gebruikt als overlooplocatie voor evenementen.



Centrumplan: thema verblijfspleinen



Kleinschaliger karakter rondom kerk



Raadhuisplein weer gebruiken voor evenementen



## 4.5 Gevarieerd woon-werkmilieu

Verspreid aan de Nieuwstraat en Den Deel zijn behalve winkels veel andere typen voorzieningen gevestigd. Het vestigingsmilieu van Nieuwstraat en Den Deel (functionele uitstraling en inrichting, parkeren voor de deur) sluit goed aan op de reeds aanwezige functies.

In het centrumplan en de detailhandelsvisie wordt ingezet op het versterken van de Marktstraat als de winkelstraat van Made. Gelet op deze wens is in de detailhandelsvisie van de gemeente Drimmelen de keuze gemaakt de Nieuwstraat te laten transformeren naar een meer op diensten gericht milieu. Ook verkleuring naar wonen wordt toegestaan. Er ontstaat daarmee een gevarieerd woon-werkmilieu, waar het aantal winkels langzaam zal afnemen.

In de detailhandelsvisie is er voor gekozen Den Deel te houden zoals deze is. Bestaande winkels en bedrijven kunnen, net als in de Nieuwstraat, hun bedrijfsvoering voortzetten. In tegenstelling tot de Nieuwstraat lenen de panden op Den Deel zich niet voor wonen op de begane grond. Op Den Deel is daardoor meer sprake van een werkmilieu. Voor panden aan Den Deel wordt naast de winkelfunctie, dan ook zoveel mogelijk gestreefd naar dienstverlening en lichte bedrijvigheid.



Lichte bedrijvigheid in plint op Den Deel



Centrumplan: thema gevarieerd woon-werkmilieu



Versterking van winkelfunctie niet gewenst



Gebruiksmogelijkheden panden wordt verruimd

## 4.6 Verkeer en parkeren

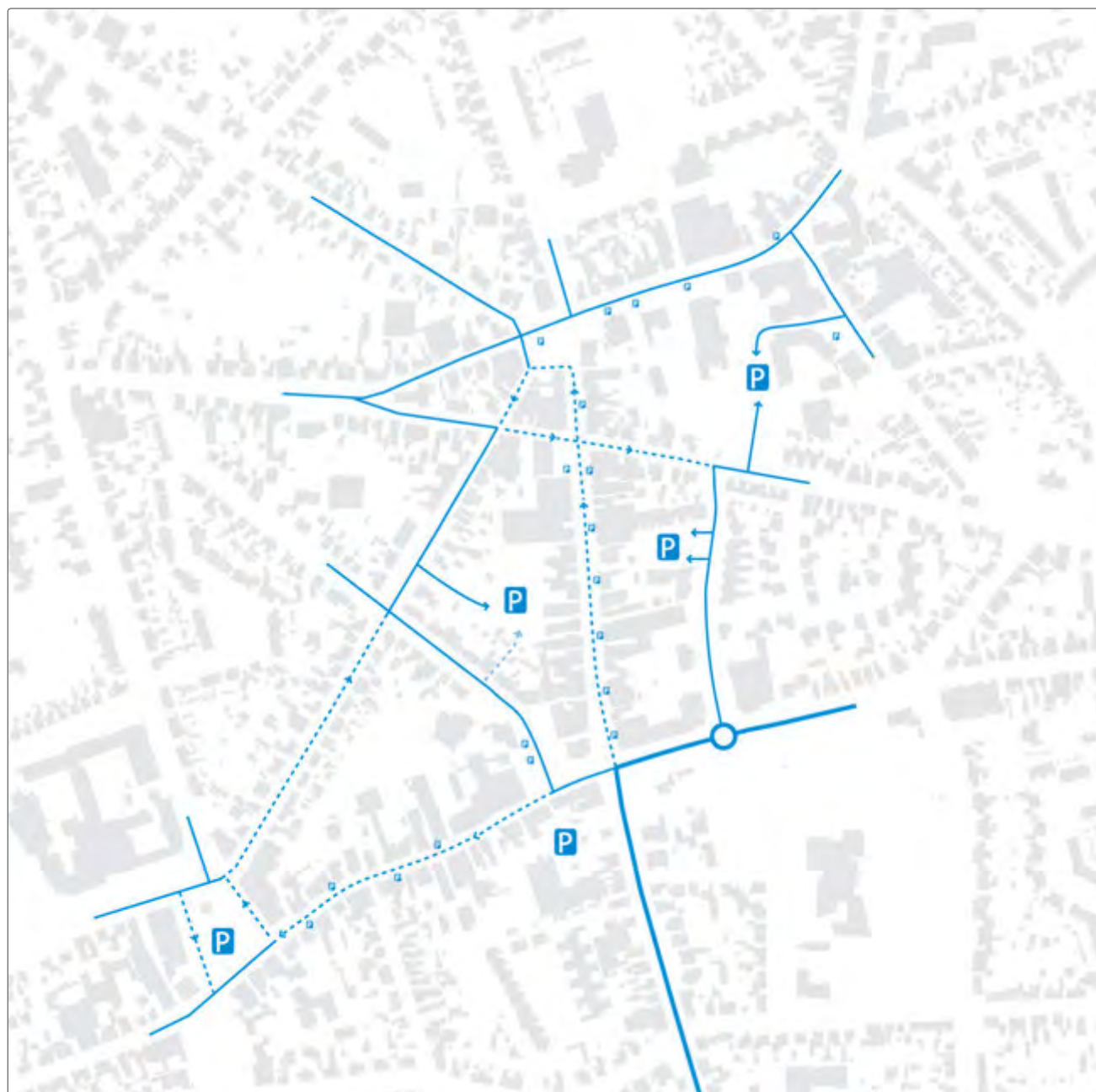
### Marktstraat

Om de twee delen van de Marktstraat zo goed mogelijk op elkaar aan te laten sluiten, wordt voorgesteld het eenrichtingsverkeer in de hele Marktstraat hetzelfde te maken: van zuid naar noord. Dit betekent dat de rijrichting van het noordelijke deel wordt omgedraaid. Om in het gebied een goede verkeersafwikkeling te behouden, wordt ook de rijrichting in delen van de Nieuwelaan en de Schoolstraat omgedraaid. De gevolgen hiervan zullen met behulp van een verkeersmodel moeten worden onderzocht (onderdeel van project 3).

Door deze ingreep wordt het in potentie voor doorgaand verkeer aantrekkelijker de Marktstraat te nemen, terwijl daar alleen bestemmingsverkeer gewenst is. Door herinrichting van de openbare ruimte kan de snelheid van het autoverkeer in de Marktstraat worden verlaagd en kan de route voor doorgaand verkeer onaantrekkelijk worden gemaakt.

### Entree Marktstraat-Godfried Schalckenstraat

Voorgesteld wordt de entree van de Marktstraat bij de Godfried Schalckenstraat te vervangen door een rotonde. Doel is de verkeersafwikkeling op een veilige manier te



Centrumplan: thema verkeer en parkeren



verhogen, de uitstraling te verbeteren en een aantrekkelijke en herkenbare entree van het centrum te vormen.

### **Molenplein**

Voor het Molenplein wordt een simpelere verkeerssituatie voorgesteld, waarbij de 'gebroken tweerichtingsrotonde' verdwijnt. Deze maakt plaats voor een drietal gelijkwaardige kruispunten, waarbij de Kerkstraat direct in de Dreef overgaat. Deze constructie biedt op het Molenplein ruimte voor een verblijfsplein en vormt daarmee zowel een kop op de Marktstraat, als een verbinding naar de Kerkstraat.

### **Vindbaarheid Valkenbergplein**

Het Valkenbergplein wordt weinig gebruikt als parkeerplein. Om het gebruik te stimuleren en de parkeerplaatsen in de Marktstraat te ontlasten, moet het plein beter vindbaar zijn. Hiervoor wordt een getrappt model voorgesteld, beginnend met een verbetering van de parkeerroute (zie verder hoofdstuk 5).

### **Parkeerterrein Kapelstraat/Kloosterhof**

De parkeercapaciteit bij de Mayboom is beperkt, zeker als het gebied rondom de Kerkstraat een zwaarder functioneel gebruik krijgt. Voorgesteld wordt het aantal parkeerplaatsen rondom de Kapelstraat/Kloosterhof te

vergroten (o.a. parkeerterrein en het kleine 'pleintje' (loze ruimte) bij de Kloosterstraat) en het parkeerterrein te ontsluiten via een nieuw aan te leggen verbinding met de Patronaatstraat. Deze weg kan mogelijk aan de oostzijde worden 'afgezoomd' met bebouwing (woonfunctie), om zodoende ook een logische wand te creëren en geen achterafgebied (zie kaart bij thema openbare ruimte, par. 4.7). Deze ingrepen zullen deels ten koste gaan van de omvang van het Gaymansplantsoen, maar door de pastorietuin een meer publiek karakter te geven, wordt het kwalitatief hoogwaardige groen beter benut.

Ten slotte wordt voorgesteld de aansluiting van de Kapelstraat op de Kerkstraat af te sluiten. Dit creëert mogelijkheden voor een verblijfsplein aan de Kerkstraat.



**Capaciteit Valkenbergplein beter benutten**



**Wijzigingen in de verkeersstructuur**

## 4.7 Openbare ruimte

Raadhuisplein, Marktstraat, Molenplein en Kerkstraat vormen samen het samenhangende verblijfsgebied van Made, met één uitstraling en inrichting. Bezoekers moeten in het gebied (intuïtief) het gevoel krijgen in het centrum van Made te zijn. Hiermee wordt duidelijk waar het centrumgebied begint én ophoudt.

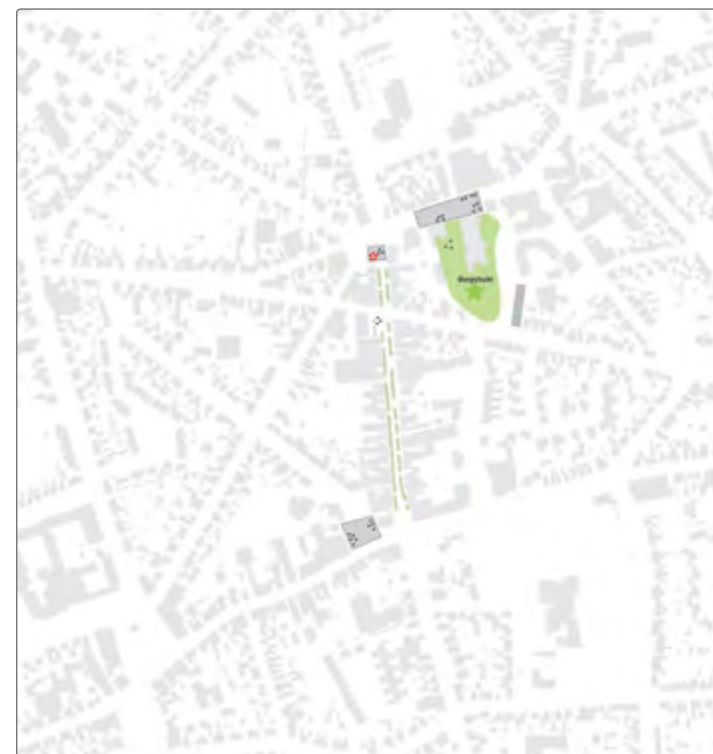
In het hele centrumgebied worden ruimtelijke obstakels die onnodig het zicht belemmeren of in de weg staan zoveel mogelijk weggehaald (o.a. bij het 'pleintje' Marktstraat/Schoolstraat).

Het gebied achter de Bernarduskerk en de pastorie heeft veel ruimtelijke kwaliteiten, die bij voorkeur een meer publiek karakter krijgen. In de 'dorpstuin' bestaat ruimte voor velerlei activiteiten, gericht op diverse doelgroepen, mogelijk aansluitend op de cultuurfunctie van de Mayboom. Alles wat in een normale tuin plaatsvindt, kan ook hier plaatsvinden: zitten, ontmoeten, eten en drinken, spelen, tuinieren.

De laanstructuur in de Marktstraat en Kerkstraat blijven behouden. Dit bepaalt in belangrijke mate het karakter van die straten. Voor zichtbaarheid van winkels en kwalitatief hoogwaardige panden kan in de Marktstraat, in overleg met belanghebbenden, beperkt worden gedund.



Centrumplan: samenhangend verblijfsgebied



Centrumplan: thema openbare ruimte



Bomenlaanstructuur behouden



In de tuin zitten, ontmoeten, eten, spelen en tuinieren

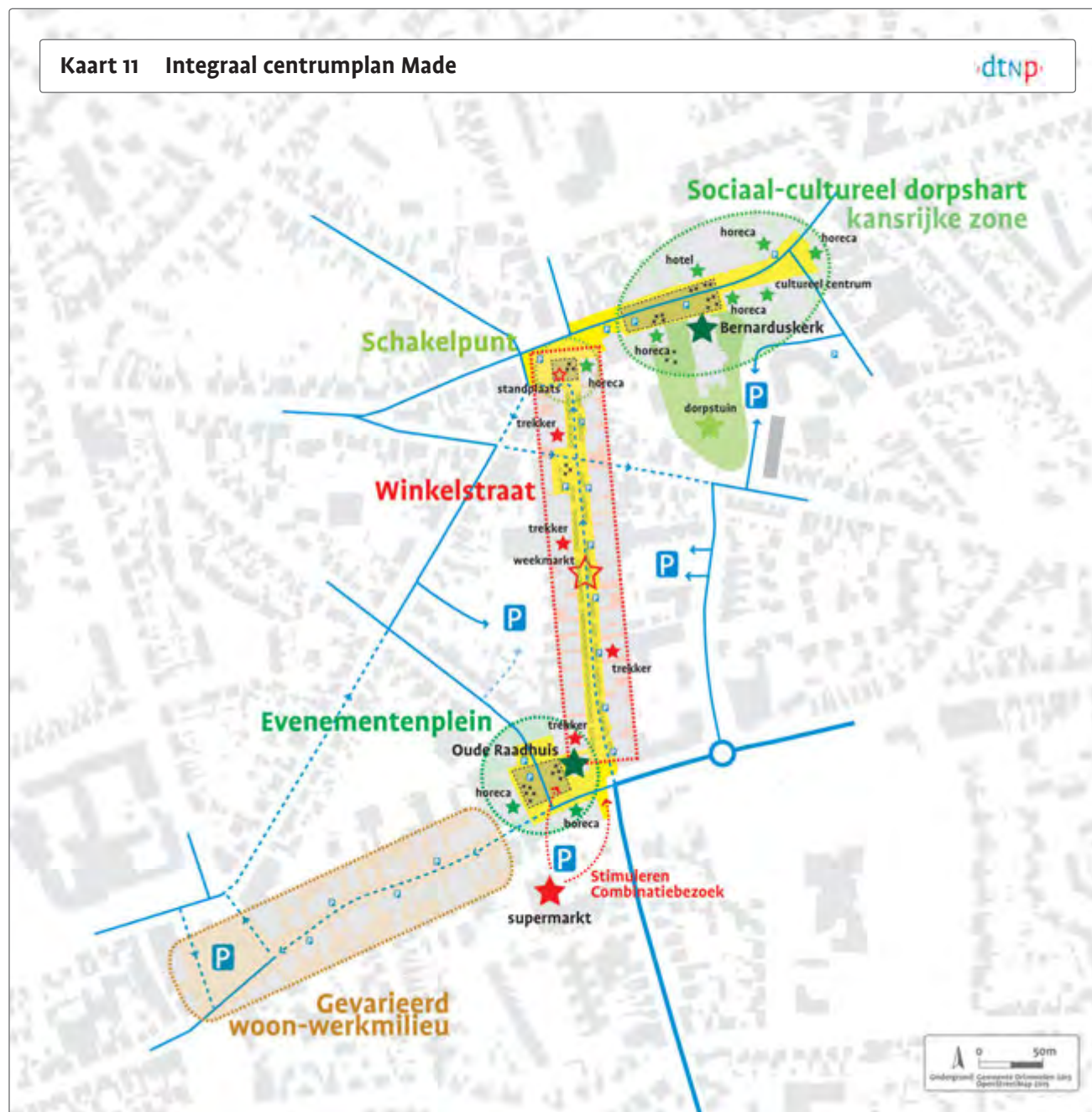


## 4.8 Integraal centrumplan

Kaart 11 geeft het integrale centrumplan van Made weer. De thema's van de vorige vijf paragrafen komen hier in samen. De kaart schetst het na te streven toekomstbeeld voor de komende 10 tot 15 jaar. De kwaliteiten van elk deel van het centrum zijn uitgenut en versterkt; knelpunten in het centrum zijn zoveel mogelijk opgelost.

Met realisatie van het plan krijgt Made een aantrekkelijk centrum voor consumenten, ondernemers en bewoners. Het centrum is een plek waar iedereen (jong, oud) graag naar toe gaat om iets te kopen of te halen, en dorpsgenoten en anderen te ontmoeten. Door bundeling van consumentenstromen in een compact gebied neemt het ondernemersklimaat toe. Maatregelen ten aanzien van onder andere verkeer en parkeren en de inrichting van de openbare ruimte zorgen er voor dat het ook prettig verblijven is in het centrum.

Om het centrumplan ook daadwerkelijk te realiseren, wordt in het volgende hoofdstuk een uitvoeringsprogramma voorgesteld. Hierin zijn concrete projecten benoemd, gericht op uitvoering van het plan. Het betreffen verschillende soorten projecten, waaronder beleid, verkeer, ondernemerschap, zowel voor de korte als (middel)lange termijn.







## 5 Uitvoeringsprogramma



## 5.1 Organisatie uitvoering

### Centrumplan toetsings- en ontwikkelingskader

Dit plan voor de functionele en ruimtelijke structuur van het centrum van Made dient als kader voor de komende tien jaar. Hiermee wordt richting gegeven aan de gewenste ontwikkeling van delen van het centrum. De centrumvisie biedt gemeente Drimmelen enerzijds een toetsingskader voor de beleidsmatige beoordeling van toekomstige centrumontwikkelingen (passief). Anderzijds is de visie het gemeentelijke ontwikkelingskader voor het centrumgebied (actief). Daartoe zijn in de volgende paragrafen de meest strategische projecten en andere uitvoeringsprojecten opgenomen die bijdragen aan versterking van de gewenste functioneel-ruimtelijke structuur van Made-Centrum.

### Centrumplan basis actualisatie bestemmingen

Centrumplan Made is de basis bij actualisatie van bestemmingsplannen in het centrumgebied van Made. Waar mogelijk wordt de bestemming op het vastgoed in lijn met de visie en de detailhandelsvisie van de gemeente Drimmelen strakker of juist breder gedefinieerd:

- In de Marktstraat blijft een brede centrumbestemming gehanteerd, waarbinnen winkels en andere publieksfuncties ruimte

krijgen voor dynamiek (marktwerking in regelluwe zone). De woonfunctie wordt op verdieping gestimuleerd en op de begane grond zoveel mogelijk voorkomen.

- Buiten de Marktstraat en Den Deel wordt aangestuurd op functieverandering naar niet-winkelfuncties. Als een pand langdurig leeg staat, kan in overleg met de eigenaar worden bezien of de bestemming en het gebruik voor detailhandel van het pand kan worden gehaald.
- Bestaande gebruiksmogelijkheden van winkels in de Nieuwstraat en elders in het centrumgebied blijven behouden.

### Projectgroep Herinrichting verblijfsgebied

Het meest strategische en complexe uitvoeringsproject betreft de herinrichting van de verschillende deelgebieden van het samenhangende verblijfsgebied (paragraaf 5.2). De gemeente heeft de regie bij de planuitwerking, maar zal daarbij in gesprek (moeten) gaan met partners uit elk deelgebied. De basis voor de regie zal liggen bij een ambtelijke projectgroep waarin alle beleidssectoren (o.a. ruimtelijke ordening, economie, openbare ruimte, verkeer, riolering en wegen) zijn vertegenwoordigd. Deze groep kan zowel in een vaste frequentie (bijvoorbeeld maandelijks) of op afroep



Centrumplan is toetsingskader voor nieuwe plannen



Centrumplan basis voor actualisatie bestemmingen

bijeenkomen (bijv. als concrete ontwikkeling om afstemming/toetsing vraagt).

Het doel van de Projectgroep Herinrichting verblijfsgebied Made is drieledig:

- Interdisciplinair uitwerken van herinrichtingsplannen. Belanghebbenden (per deelgebied) worden hierbij betrokken.
- Het afstemmen op de andere uitvoeringsprojecten uit het centrumplan.
- Informeren en adviseren van het college van burgemeester en wethouders van gemeente Drimmelen.

### **Oprichten ondernemersfonds**

Het is wenselijk dat belanghebbenden in het centrum collectief bijdragen aan de verdere optimalisatie van de beleving van en verblijfs-waarde in het verblijfsgebied. Een van de uitvoeringsprojecten is het oprichten van een ondernemersfonds. Financiering daarvan kan middels een bedrijveninvesteringszone (BIZ), het ophogen van de OZB voor niet-woningen of door het invoeren van reclamebelasting. Met een ondernemersfonds komen op structurele basis middelen beschikbaar voor extra aankleding van het verblijfsgebied en promotionele activiteiten in het gebied, zoals evenementen, promotiemateriaal en publieksacties.

Bij voorkeur betalen alle ondernemers en eigenaren van bedrijfspanden in het samenhangende verblijfsgebied mee aan het ondernemersfonds. De hoogte van de bijdrage, en eventuele differentiatie, wordt nader bepaald en is afhankelijk van:

- de kosten van de maatregelen ter verhoging van de belevingswaarde en bezoekersaantallen in het verblijfsgebied;
- het belang dat een ondernemer of eigenaar heeft bij de activiteiten.

Non-profitbedrijven, zoals maatschappelijke functies, kunnen worden vrijgesteld van de heffing.

De gemeente neemt samen met Bruisend Made het initiatief bij het oprichten van het ondernemersfonds. De eerste stap is een onderzoek naar het draagvlak voor een ondernemersfonds.

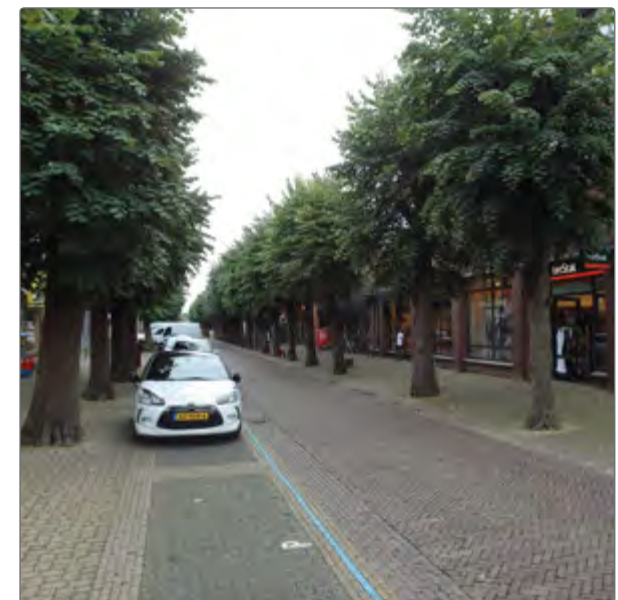
### **Middelen**

Voor de uitvoering van de centrumvisie zijn middelen nodig. Per uitvoeringsproject (par. 5.3) zijn de kosten globaal aangegeven. In beginsel geldt dat ingrepen in de bebouwing gedragen worden door de betrokken eigenaren/marktpartijen.

Ingrepen in de openbare ruimte en regulier onderhoud hiervan worden in principe gedragen



Herinrichting verblijfsgebied zeer gewenst



Uitgangspunt: parkeren en laanstructuur behouden



door de gemeente, zolang ze niet voortvloeien uit particuliere initiatieven of op andere wijze kunnen worden verhaald. Herinrichting van de openbare ruimte is kostbaar. Hiervoor zal gemeente Drimmelen de komende jaren financiële middelen moeten reserveren en prioriteren. Mogelijk kunnen ook subsidiegelden van andere overheden (bijvoorbeeld Rijks-overheid over Europese Unie) worden aangewend. Tevens kunnen investeringen (gedeeltelijk) gedekt worden uit andere gemeentelijke budgetten. Het budget voor vervanging van de riolering in de Marktstraat dekt bijvoorbeeld de kosten van herbestrating van dit gebied, maar niet die van het nieuwe (bestratings)materiaal.

De additionele aankleding en promotionele activiteiten in het centrum worden bekostigd uit het ondernemersfonds.

### **Communicatie**

Een goede uitvoering van het centrumplan en de daaruit voortvloeiende projecten is gebaat bij een heldere communicatie met ondernemers, bewoners, eigenaren en consumenten (inwoners van Made). Iedereen weet dan wat verwacht mag worden en potentiële knelpunten of belemmeringen kunnen dan in zorgvuldig overleg worden afgestemd (bijvoorbeeld niet de

Marktstraat openleggen tijdens de drukke decembermaand).

Per project zal een andere communicatie gewenst zijn. Er wordt derhalve niet één communicatieplan opgesteld, maar per uitvoeringsproject wordt door het projectteam steeds bekeken welke informatie gedeeld moet worden en op welke momenten dat dient plaats te vinden.



Middelen reserveren en prioriteren



Per uitvoeringsproject communicatieplan

## 5.2 Kaders herinrichting verblijfsgebied

### Herinrichting als aanjager dynamisch centrum

Een integrale opwaardering van de openbare ruimte in het verblijfsgebied is het belangrijkste project om de gewenste functioneel-ruimtelijke structuur in het centrum substantieel te verbeteren. Investerings in de openbare ruimte van de Marktstraat en aangrenzende pleinruimten moeten leiden tot een opwaardering van de verblijfskwaliteit voor de bezoeker en de vestigingskwaliteit voor winkels en horeca. Per deelgebied zijn voorwaarden en aandachtspunten verschillend. Het is echter van groot belang de uitwerkingen per deelgebied in samenhang te beschouwen, zodat de eenheid van het gebied gewaarborgd wordt. Door opwaardering van de verblijfskwaliteit worden private investeringen op deze locaties gestimuleerd. De combinatie van een compact, gevuld en aantrekkelijk winkel- en verblijfsgebied moet leiden tot hogere bezoekersaantallen (bundeling passanten) en daarmee tot een economisch vitaal centrum. In dit kader zijn de belangrijkste deelgebieden voor de herinrichting:

- Raadhuisplein;
- Marktstraat;
- Kerkplein (deel Kerkstraat);
- Molenplein.

Voor het gehele verblijfsgebied wordt gewerkt met uniforme hoogwaardige bestrating (natuurlijk materiaal of gebakken vlakke stenen van hoge kwaliteit, conform gemeentelijk handboek), voor het hele straat- en pleinprofiel en komt er, waar mogelijk, een gelijkvloerse inrichting. In het hele verblijfsgebied is de auto te gast. Er zal ook aandacht zijn voor duurzame wateroplossingen.

### Marktstraat: bezoekgemak en -comfort

De Marktstraat is het compacte winkelgebied. Voor het toekomstig functioneren is het van cruciaal belang dat winkels direct bereikbaar zijn (parkeren voor de deur) en bezoekers er graag verblijven (ongehinderd zitten en rondlopen in een aantrekkelijke omgeving). Dit vraagt om een goed uitgebalanceerd straatprofiel. Belangrijke uitgangspunten en randvoorwaarden hierbij zijn:

- de toe- en doorgankelijkheid voor bestemmingsverkeer per auto van zuid naar noord;
- de toe- en doorgankelijkheid voor fietsers in beide richtingen;
- de toe- en doorgankelijkheid van voetgangers en mindervaliden;
- behoud van de huidige parkeergelegenheid;
- behoud/uitbreiding fietsenstallingen;
- prettige verdeling tussen uitstallingsruimte, klein terras en vrije doorloopruimte;
- de opstelling van de weekmarkt (apart uitvoeringsproject, is reeds in gang gezet);

- vergroten zichtbaarheid van (aantrekkelijke) panden en overzicht over winkelaanbod;
- behoud van de bomenlaanstructuur (maximaal beperkt aantal bomen kappen, mogelijkheid onderzoeken van opsnoeien);
- verblijfsprofiel doortrekken tot Coop;
- planning en wijze van aanpak in nauw overleg met direct betrokkenen afstemmen.

Binnen enkele jaren (verwachting 2019) zal de riolering vervangen worden en wordt daarbij de straat opengedoken. Dit biedt een unieke kans de Marktstraat daarna opnieuw in te richten. Voorafgaand aan de werkzaamheden (2017/2018) zal in samenspraak met belanghebbenden een programma van eisen voor de inrichting opgesteld moeten worden, waarin de verschillende functies en elementen van de straat moeten worden opgenomen. Een eerste globale denkrichting hierbij is weergegeven in een dwarsprofiel. Hierbij wordt het volgende zoneringsprincipe voorgesteld (van het midden naar de gevels gezien):

- rijden en 'landen', waarbij de auto te gast is en de fietser ruimte krijgt (bijvoorbeeld door een optisch smallere rijstrook);
- parkeren en stallen; fiets stallen tussen de bomen en aan oostzijde langsparkeren;
- lopen en 'flaneren': vrije doorloopruimte voor passanten;
- ontmoeten en binnengaan: uitstallingsruimte of klein terras van ondernemer (overgang publieke ruimte naar private ruimte).





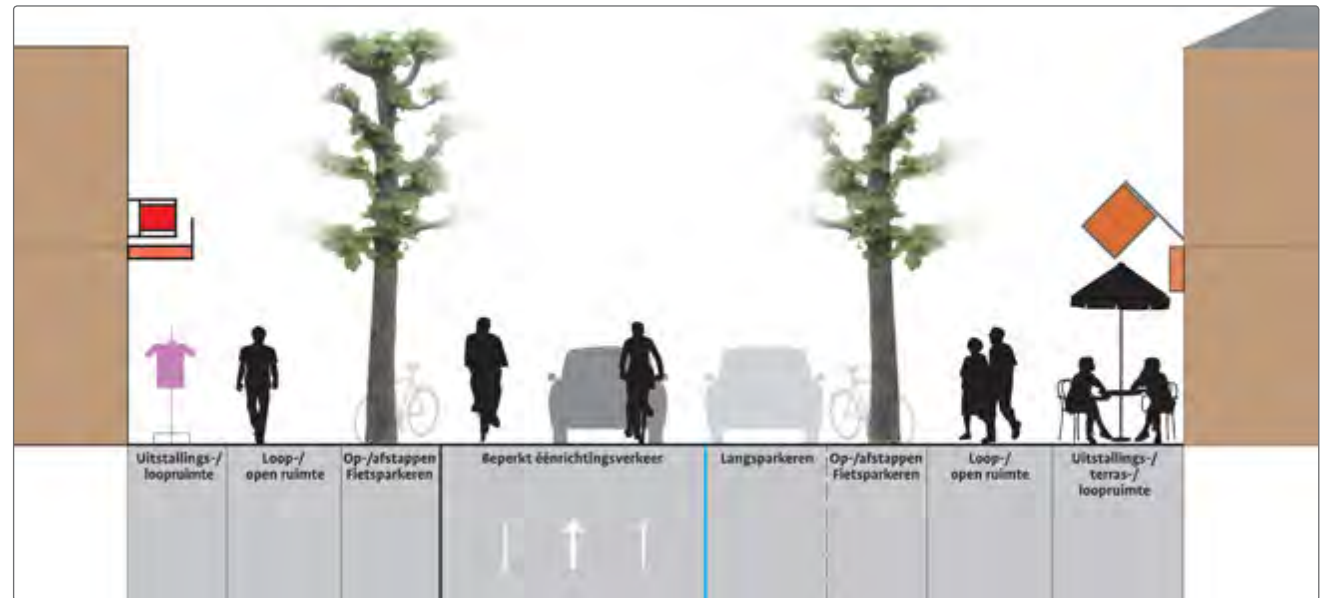
Voorbeeld inrichting op één niveau (gelijkvloers)



Huidig dwarsprofiel Marktstraat



Ruimte voor parkeren en terrasje



Eerste aanzet gewenst profiel Marktstraat

### Raadhuisplein: verblijfs- en evenementenplein

Het Raadhuisplein wordt weer geschikt gemaakt als verblijfs- en evenementenplein. De pleinruimte krijgt een inrichting met zo min mogelijk permanente verticale elementen en stoepranden (volledig gelijkvloers). Hier kan Sinterklaas ontvangen worden, het belangrijkste deel van de kermis worden ingepast en kunnen ook andere grote en kleine braderieën en evenementen worden georganiseerd. Voorkomen moet worden dat het plein doods en leeg is als er geen evenement is. Bestaande horeca (met name westwand) mag het plein gebruiken voor vergroting van het zomerterras. Een restaurant of koffiehuis kan in het Oude Raadhuis worden toegestaan. Uitgangspunten voor de herinrichting zijn:

- een samenhangende pleinruimte;
- gelijkvloerse inrichting, zonder permanente obstakels centraal op het plein;
- behoud huidige verkeersfunctie in een meer autoluw profiel waarbij het Raadhuisplein afsluitbaar wordt;
- voorzieningen voor evenementen (waaronder aansluiting electra en water);
- terugplaatsen bomen aan de randen;
- verplaatsbare bloembakken/zitelementen;
- vergroting terras;
- (ten minste) behoud huidige parkeercapaciteit;
- verblijfsprofiel doortrekken tot Coop.



Met de huidige inrichting is de overgebleven pleinruimte een loze restructuur zonder verblijfswaarde



Aankleden met verplaatsbare elementen

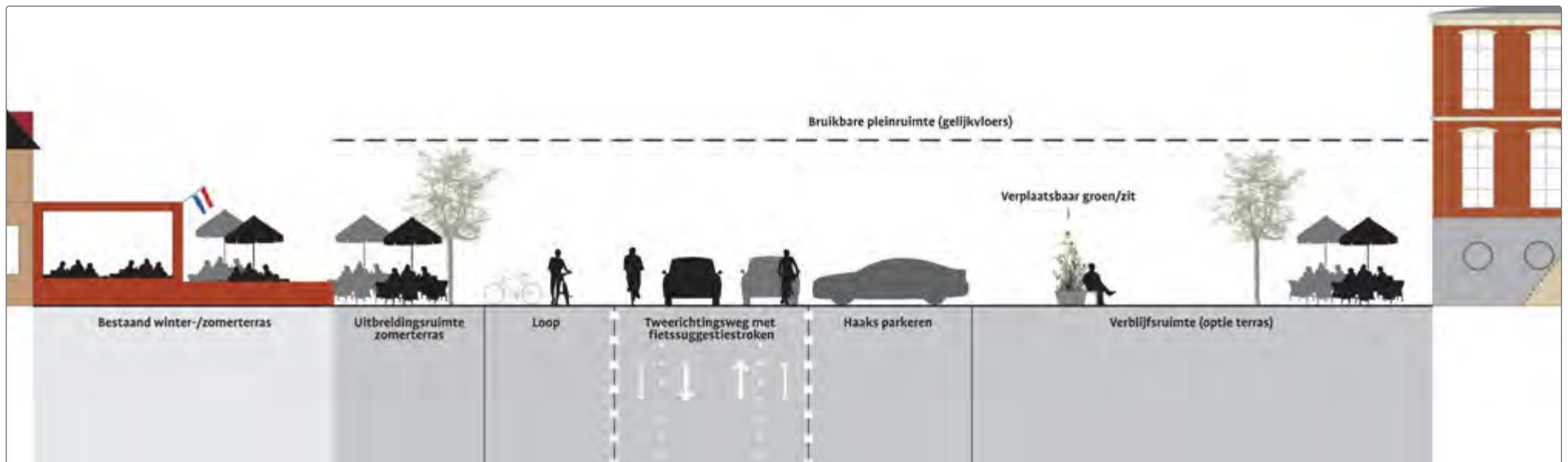


Geen stoepranden in nieuwe situatie





Huidig dwarsprofiel Raadhuisplein



Eerste aanzet gewenst profiel Raadhuisplein

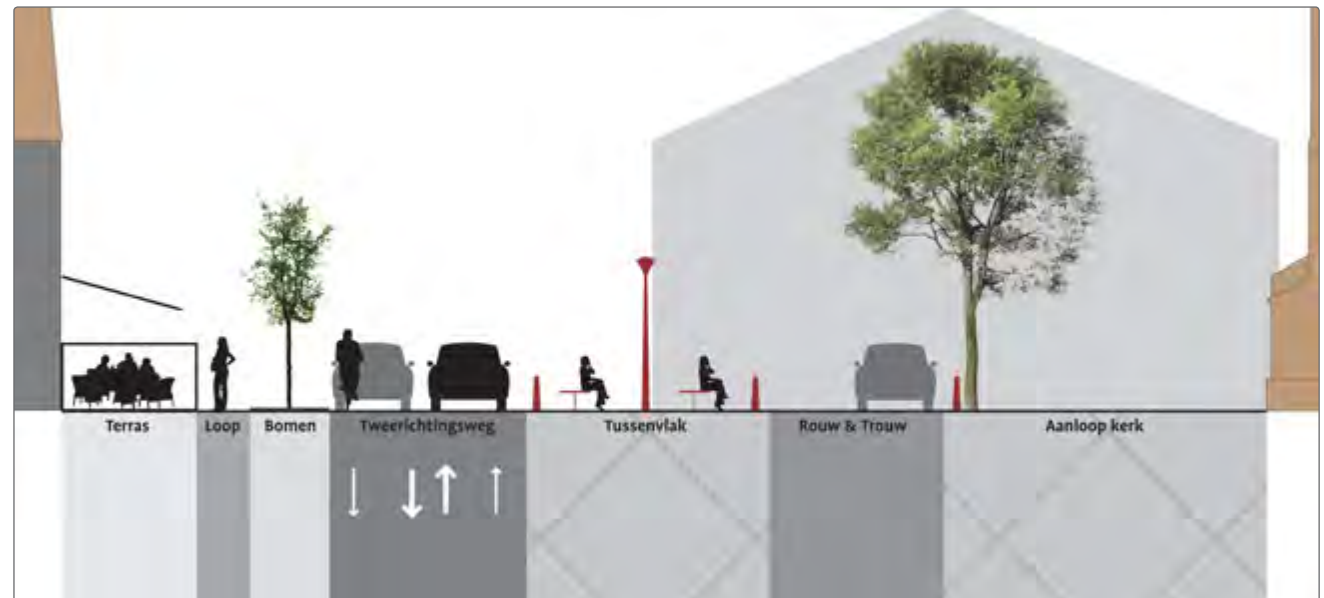
## Kerkstraat: creëren pleinruimte

De openbare ruimte voor de Bernarduskerk en hotel De Korenbeurs is breed. Deze publieke ruimte wordt nu nauwelijks benut als verblijfsruimte. Doordat voor de Bernarduskerk en pastorie gezocht wordt naar nieuwe en extra publieksfuncties, aansluitend op de huidige culturele en maatschappelijke functies, wordt het gebied een nog belangrijkere en centralere ontmoetingsplek.

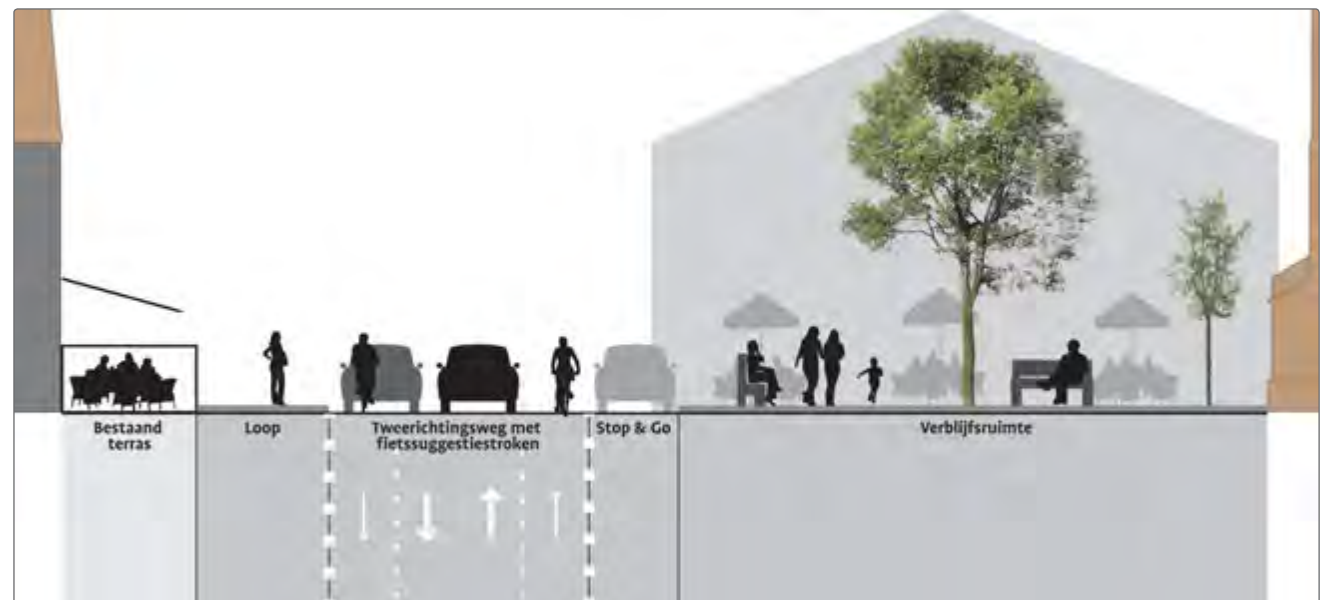
Inspelend op de potenties voor dit gebied wordt ook hier voorgesteld de verblijfskwaliteit flink te vergroten. Het gebied tussen de zijwand van café De Tijd en voorzijde van de pastorie wordt daarom meer als een pleinruimte ingericht. In combinatie met de dorpsstuin ontstaat een interessant gebied voor ontmoeting en recreatie voor zowel (centrum)bewoners als bezoekers.

Uitgangspunten voor de herinrichting zijn:

- een samenhangende pleinruimte;
- meer verblijfsruimte met kwaliteit en bankjes;
- behoud huidige verkeersfunctie in een meer autoluw profiel;
- behoud groene karakter;
- behoud waar mogelijk bomenlaanstructuur;
- vergroting/verplaatsing terras;
- behoud huidige parkeercapaciteit;
- verblijfsgebied aansluiten op dorpsstuin.



Huidig dwarsprofiel Kerkstraat



Eerste aanzet gewenst profiel Kerkstraat



## 5.3 Uitvoeringsprojecten

### Projecten die het centrum versterken

Om de gewenste structuur in het centrum te realiseren zijn 18 uitvoeringsprojecten benoemd. Projecten kunnen betrekking hebben op het gehele centrumgebied, deelgebieden of een specifieke locatie (kaart 12) en gaan zowel over de fysieke ruimte (openbare ruimte en vastgoed), juridisch-planologische zaken (bestemmingsplan) als organisatie/promotie.

### Planning en prioritering

Het ene project is van meer strategisch belang voor het functioneren van het centrum dan het andere project. Ook het moment van aanvang en de doorlooptijd verschillen per project. Sommige projecten zijn snel te realiseren of verdienen continu aandacht (quick wins). Per project is een prioritering en globale looptijd toegekend.

De rol van de gemeente en andere betrokkenen is hierbij aangegeven. Daarnaast zijn kort doel en inhoud van elk project aangegeven en, waar mogelijk, een globale kostenindicatie.



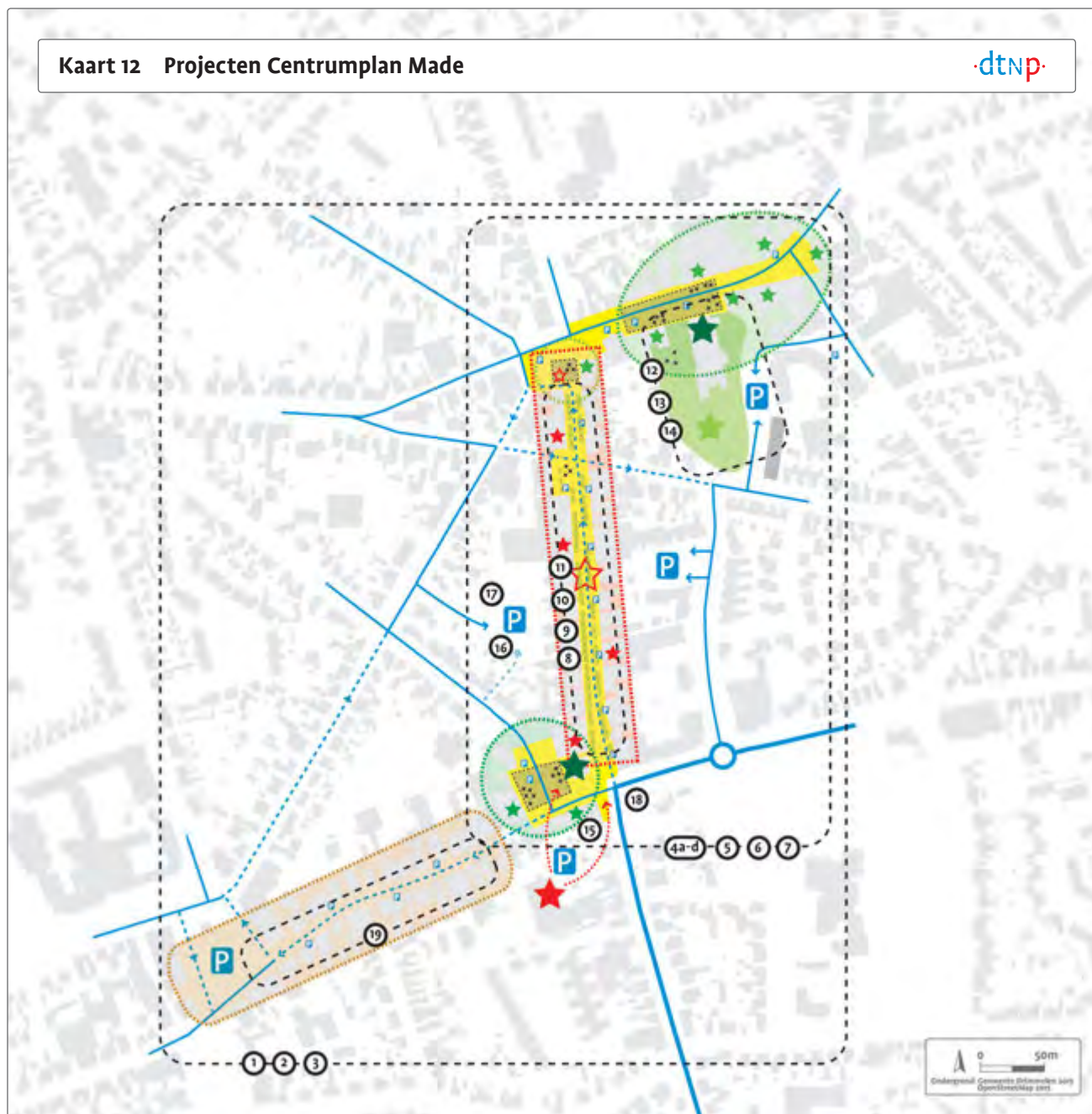
Enkele van de vele publieke functies die mogelijk in de dorpstuin een plekje kunnen krijgen (project 13).



Quick win: laat op het parkeerterrein al zien dat je in het centrum bent (project 11).

## Projectenlijst Centrumplan Made

1. Inventarisatie plannen ondernemers en eigenaren centrumgebied;
2. Opschonen en actualiseren Bestemmingsplan Kern Made;
3. Herijken en actualiseren verkeersstructuur Made (Beleidsplan verkeer en vervoer);
4. Herinrichten verblijfsgebied;
  - 4a. Herinrichtingsplan Marktstraat;
  - 4b. Herinrichtingsplan Raadhuisplein;
  - 4c. Herinrichtingsplan Kerkstraat;
  - 4d. Herinrichtingsplan Molenplein;
5. Aankleding verblijfsgebied;
6. Evenementen en promotionele activiteiten;
7. Oprichten ondernemersfonds;
8. Afspraken uitstallingen van ondernemers in de Marktstraat;
9. Opknappen gevels Marktstraat;
10. Opstelling weekmarkt;
11. Aantrekkelijke looproute van parkeerterreinen naar Marktstraat;
12. Mogelijkheden invulling Bernarduskerk;
13. Verkenning invulling dorpstuin;
14. Ontsluiting en parkeercapaciteit Kapelstraat;
15. Verbinding Coop-terrein met verblijfsgebied;
16. Vindbaarheid parkeerterrein Valkenbergplein;
17. Langparkeren personeel;
18. Herinrichting kruispunt/entree Marktstraat;
19. Vergroening Nieuwstraat en Den Deel.





Projectnaam	Looptijd	Prioriteit	Trekker	Gesprekspartner	Toelichting doel	Indicatie kosten
<i>Centrumgebied</i>						
1 Inventarisatie plannen ondernemers en eigenaren	Continu	●●●●○ <i>quick win!</i>	Bruisend Made	Eigenaren, gemeente	Tijdelijke en langdurige invullingen van juiste functies op kansrijke locaties. Meedenken aan oplossingen op maat in lijn met het centrumplan.	Beperkt (vooral ureninvestering)
2 Opschonen en actualiseren bestemmingsplan	2017-2018	●●●●○	Gemeente	-	Gebruiksmogelijkheden (planregels) verbreden op beoogd gebruik en waar nodig functies beperken (paragraaf 5.1).	Nader te bepalen
3 Herijken en actualiseren verkeersstructuur Made (in Beleidsplan verkeer en vervoer)	2017	●●●●○	Gemeente	Ondernemers, bewoners, belangengroepen	In beeld brengen gevolgen van voorgestelde wijzigingen (relatie projecten 4a, 4b, 4d, 14, 16, 18) en op basis daarvan verkeersstructuur herijken. Aandacht voor ontsluitings- en hoofdroutes grenzend aan het centrumgebied (bereikbaarheid).	Beperkt (vooral ambtelijke capaciteit) (Opstellen Beleidsplan wordt uitbesteed. Er is reeds € 30.000,- gebudgetteerd voor 2017.)



Project 1: matchen wensen aan locaties/panden



Project 2: toename woningen Marktstraat voorkomen



Project 3: andere verkeerssituatie Molenplein

Projectnaam	Looptijd	Prioriteit	Trekker	Gesprekspartner	Toelichting doel	Indicatie kosten
<i>Verblijfsgebied</i>						
4 Herinrichten verblijfsgebied a Marktstraat b Raadhuisplein c Kerkstraat d Molenplein	2017-2020	●●●●●	Gemeente	Bruisend Made, SAM, belanghebbenden deelgebied	In samenhang opstellen van vier herinrichtingsplannen (zie par. 5.2 voor randvoorwaarden Marktstraat, Raadhuisplein, Kerkstraat). Aanvullende randvoorwaarden Molenplein: gelijkvloerse inrichting, creëren pleinruimte met ruimte voor terrasje en standplaatshouder; verkeersveilige kruisingen. Start uitvoer Marktstraat 2019.	- Plankosten - Uitvoeringskosten - Inschatting materiaalkosten PM (sterk afhankelijk van ambitieniveau)
5 Aankleding verblijfsgebied	Continu	●●●●○ <i>quick win!</i>	Bruisend Made/BIZ	Gemeente	Aantrekkelijk en sfeervol centrum (uiting bij entrees, bloembakken).	Bestaand budget/ ondernemersfonds (nr. 7)
6 Evenementen en promotionele activiteiten	Continu	●●●○○	Bruisend Made/BIZ	Gemeente, SAM	Levendigheid in het centrum door grote en kleine evenementen en activiteiten. Samen invulling geven aan (online) promotie van Made-Centrum.	Bestaand budget/ ondernemersfonds (nr. 7)
7 Oprichten ondernemersfonds	2017	●●●●○	Gemeente, Bruisend Made	Gemeente	Structurele en collectieve bijdrage aan gerichte acties ter vergroting van de aantrekkelijkheid en de bezoekersaantallen in het verblijfsgebied (par. 5.1; voorkomen freeriders; relatie project 5 en 6).	Beperkt



Project 4: pleinruimte met kwaliteit voor de kerk



Project 5 en 6: sfeerverhogende acties gewenst



Project 7: samen bijdragen aan beter centrum



Projectnaam	Looptijd	Prioriteit	Trekker	Gesprekspartner	Toelichting doel	Indicatie kosten
<i>Marktstraat</i>					<i>Samenhang project 4a</i>	
8 Afspraken uitstallingen en uitstraling	2017	●●●○○ <i>quick win!</i>	Bruisend Made	Gemeente	Verbeteren kwaliteit openbare ruimte en slim ruimtegebruik, inspelend op nieuwe inrichting. Afsprakenset over uitstallingen en reclame-uitingen (en elkaar hier op aanspreken).	Beperkt (vooral ureninvestering)
9 Opknappen gevels Marktstraat	2017-2019	●●●○○	Eigenaren	Gemeente	Terugbrengen kwaliteit uitstraling panden, individuele verantwoordelijkheid, maar bij voorkeur in samenspraak en gezamenlijke uitvoer.	Private investering
10 Opstelling weekmarkt	2016/2020 (loopt)	●●●○○	Gemeente, Bruisend Made	Marktkooplieden, ondernemers	Toekomstbestendiger maken weekmarkt op huidige locatie. Compactere opstelling en betere relatie met winkels (combinatiebezoek). (2016 plan; na herinrichting 2020 definitieve uitvoering.)	Beperkt (vooral ambtelijke capaciteit en ureninvestering)
11 Looproute parkeerterreinen - Marktstraat	2016	●●●○○ <i>quick win!</i>	Bruisend Made	Gemeente	Betere relatie parkeren Valkenbergplein en Middelmeede. Meer aankleding en uitnodigende looproute naar Marktstraat (relatie project 5).	Beperkt (afhankelijk van materiaalgebruik)



Project 8: eenduidige afspraken uitstallingen



Project 9: achterstallig onderhoud wegwerken



Project 11: meer uitnodigende looproute naar winkels

Projectnaam	Looptijd	Prioriteit	Trekker	Gesprekspartner	Toelichting doel	Indicatie kosten
<i>Bernarduskerk e.o.</i>					<i>Samenhang project 4c</i>	
12 Mogelijkheden invulling Bernarduskerk	2017-2018	●●●●○	Eigenaar	Funcities in het gebied, gemeente	Verbreding programma cultuurcluster. Gemeente biedt eigenaar en marktpartijen flexibiliteit voor invulling met bij de kwaliteiten van het gebied passende functies, mits behoud monumentale uitstraling en openbare groene buitenruimte gegarandeerd blijven.	Private investering
13 Verkenning invulling dorpsstuin	2017-2019	●●●○○	Gemeente en eigenaar	SAM, lokale gemeenschap (bottom-up)	Interessante verblijfsplek voor diverse doelgroepen. Proces met gesprekken en sessie met belanghebbenden en belangstellenden, onder andere in relatie tot project 12.	Beperkte publieke en private investeringen (afhankelijk van functies)
14 Ontsluiting en parkeercapaciteit Kapelstraat	2019 (i.r.t. project 13)	●●●●○	Gemeente	Funcities in het gebied	Grotere parkeercapaciteit cultuurcluster en andere ontsluiting op parkeerroute. Relatie met mogelijke woonbebouwing oostzijde parkeerterrein. Kan pas worden uitgevoerd na afronden van project 13.	PM. Afhankelijk van resultaat (mede in relatie tot project 13).



Project 12: uitwisseling functies Mayboom?



Project 13: beeldentuin? Verplaatsen standbeelden?



Project 14: meer parkeren bij Mayboom en kerk



Projectnaam	Looptijd	Prioriteit	Trekker	Gesprekspartner	Toelichting doel	Indicatie kosten	
<i>Specifieke locaties</i>							
15	Verbinding Coop-terrein met verblijfsgebied	2018-2019	●●●○○	Gemeente, eigenaar	-	Betere functioneel-ruimtelijke relatie: meer combinatiebezoek supermarkt-Marktstraat. Inrichtingsprofiel Marktstraat (project 4a) en Raadhuisplein (project 4b) aansluiten op Coop-terrein. Extra parkeren aan centrumzijde.	Private investering, publieke investering (onderdeel project 4)
16	Vindbaarheid parkeerterrein Valkenbergplein	2016/2018	●●●○○ <i>stap 1: quick win!</i>	Gemeente	Bruisend Made, omwonenden	Betere benutting Valkenbergplein door Marktstraatbezoekers. Getrapte strategie (en monitoring): (1) duidelijker bewegwijzering; (2) eenrichtingsinrit vanaf Valkenbergstraat; of (3) andere directe ontsluiting (Marktstraat?)	Beperkte kosten stap 1 en indien nodig 2  Stap 3 kostbaar (vraagt om aankoop pand)
17	Langparkeren personeel	2016	●●●○○ <i>quick win!</i>	Bruisend Made, ondernemers	-	Verlichten parkeerdruk Molenplein en Kerkstraat. (Winkel)personeel parkeert op weinig gebruikte parkeerplaatsen (o.a. deel van Valkenbergplein).	Geen
18	Aanleg rotonde	2018	●●●●○	Gemeente		Passende en veilige verkeersafwikkeling bij centrumtree. Verdere uitwerking inpassingsplan (reeds in vergevorderd stadium). Uitvoering afstemmen op herinrichting Marktstraat (project 4b) en Raadhuisplein (project 4a).	Voor herinrichting is € 170.000,- gebudgetteerd.
19	Vergroening Nieuwstraat en Den Deel	2017	●●●○○ <i>quick win!</i>	Bewoners en functies in de straat	Gemeente	Prettige openbare ruimte voor bewoners en bedrijven. Bottom-upplan. Gemeente stelt voorwaarden en faciliteert (deel) kosten.	Beperkt (circa € 500 per grote plantenbak of planten boom)



Bijlage



## Bijlage 1 Leden werkgroepen

### Interne werkgroep

De heer J. van Oosterhout	Wethouder
De heer J.W. Stoop	Wethouder
De heer F. Hansort	Ruimtelijke ordening
De heer P. van de Korput	Markt/kermis
Mevrouw L. Lambrechts	Dorpsgericht Werken
De heer J. Mandemakers	Groen en landschap
Mevrouw A. van Omme	Communicatie
Mevrouw C. Segeren	Ruimtelijke ordening
Mevrouw M. Simons	Verkeer
Mevrouw M. den Teuling	Economische zaken
Mevrouw C. Wouters	Toerisme en recreatie

### Externe werkgroep

M. Adriaanse	Bedrijven Netwerk Drimmelen
A. van Alphen	Parochiebestuur
J. Biemans	Makelaar
S. Delhij	Shirley's frituur
B. Dirven	World of Walking
H. van Dongen	Bewoner, burgerlid gemeenteraad
H. van Dongen	Makelaar, vastgoedeigenaar
E. Forte	IJssalon Enzo
F. van Gils	Frank van Gils catering, bestuur Winkeliersvereniging Bruisend Made
J. van Gulp	Parochiebestuur
F. de Heijde	Burger, vastgoedeigenaar
S. Keppe	The Pub
C. Kwaaitaal	Breda Bouw
R. van Leest	Bestuur Winkeliersvereniging Bruisend Made
E. van der Made	Samen Actief Made (SAM)
T. van de Made	Korenbeurs, Koninklijke Horeca Nederland afdeling Drimmelen
T. van Meel	Albert Heijn, Gall&Gall, Etos, Bestuur Winkeliersvereniging Bruisend Made
C. Polak	Studs & Stars
L. van Reijthoven	Bewoner
G. Rombouts	Vastgoedeigenaar
J. Segeren	Jola Mode
W. Smits	Supercoop
C. Thijssen	Blokker, Intertoys, bestuur Winkeliersvereniging Bruisend Made

## Bijlage 2 Monumentenkaart

