



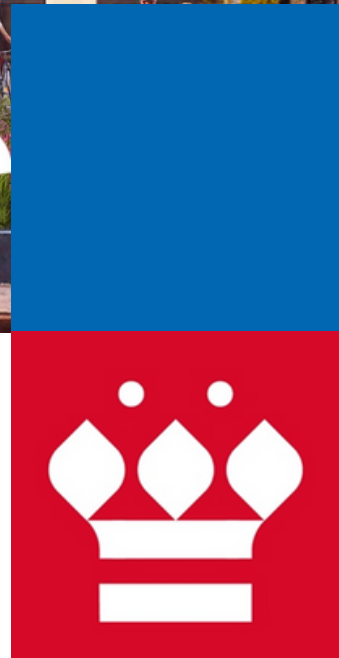
GEMEENTE
**Hardinxveld-
Giessendam**



Centrum Hardinxveld-Giessendam

Gerichte keuzes voor een toekomstbestendig centrum

Juni 2025



Inhoudsopgave

1. Aanleiding en context	2
2. Identiteit en positionering	5
3. Ruimtelijke structuur	9
4. Functies en aanbod	14
5. Bereikbaarheid en parkeren	16
6. Samenvatting uitgangspunten	19



1. Aanleiding en context

“Hoe houden we het centrum levendig?” Dat is een vraag die de afgelopen jaren aan de orde kwam in gesprekken met winkeliers en andere betrokken ondernemers. Een levendig centrum ontstaat namelijk niet vanzelf. Landelijk spelen er diverse trends en ontwikkelingen, die het functioneren van centra sterk beïnvloeden. Zo winkelen steeds meer mensen online en het winkelaanbod is sterk afgenomen. Ook in Hardinxveld-Giessendam is deze ontwikkeling merkbaar. De afgelopen jaren zette de coronacrisis verder druk op de levensvatbaarheid van diverse winkels. Toch was het juist in die periode dat er nieuwe energie ontstond om te werken aan een toekomstbestendig centrum. Daarbij stonden drie momenten aan de basis van deze centrumvisie:

- De oprichting van het ondernemersfonds in 2021/2022 met specifieke aandacht voor (activiteiten in) het centrum
- De start van een nieuwe collegeperiode in 2022 met een wens in het coalitieakkoord om te komen tot een ruimtelijk-economische visie voor het centrumgebied
- De oproep van ondernemers en winkeliers om een stip op de horizon te zetten: hoe zou het centrum er over 15-20 jaar uit kunnen zien?

1.1. Participatie(proces)

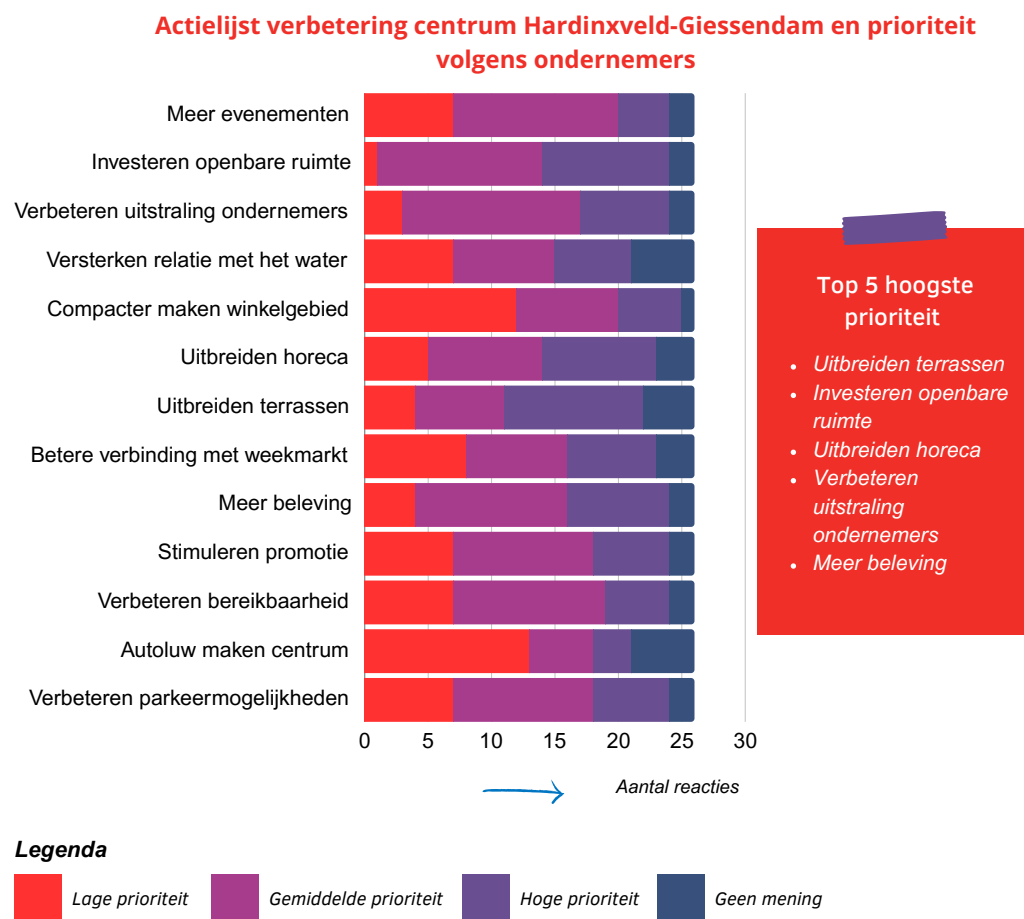
Met de leden van zowel het Centrummanagement als de Stuurgroep Economische Visie is er vanaf 2022 nagedacht hoe de centrumvisie vorm zou moeten krijgen. Daarbij was in beide overleggen overeenstemming dat we moesten starten met een inspirerende stip op de horizon. Daarom zijn we samen met winkeliers en andere ondernemers gestart met het opstellen van enkele prikkelende droombeelden. Deze zijn verderop in de visie opgenomen. Het opstellen hiervan is verzorgd door adviseurs van RuimteVerhaal en StadsKracht. Deze bureaus hebben de gemeente ook ondersteund in het vervolg.

De kracht van de droombeelden heeft zich inmiddels bewezen. Ze zijn bekend bij winkeliers, andere ondernemers in het dorp, pandeigenaren en inwoners. De droombeelden zijn bij al deze groepen positief ontvangen.

Daarbij is het goed om aan te geven dat deze beelden geen benadering zijn van hoe herontwikkeling er precies uit gaat zien. Wel zijn de onderliggende principes leidend voor de ontwikkeling van het centrum richting de toekomst. Deze principes zijn concreet uitgewerkt in de hoofdstukken twee, drie, vier en vijf.

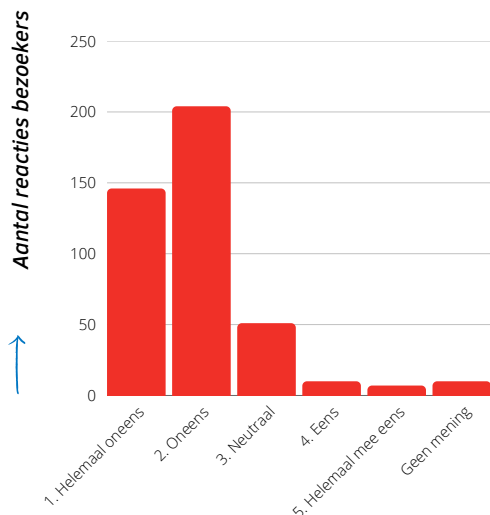
Na het opstellen van de droombeelden is er in de eerste helft van 2024 een enquête uitgezet bij ondernemers in het centrum en de inwoners/bezoekers van ons centrum. De vragenlijst is door respectievelijk 26 en 435 personen ingevuld. Daarmee ontstaat een goed beeld van kwaliteiten en knelpunten.

Op hoofdlijnen leverde dat het volgende beeld op:

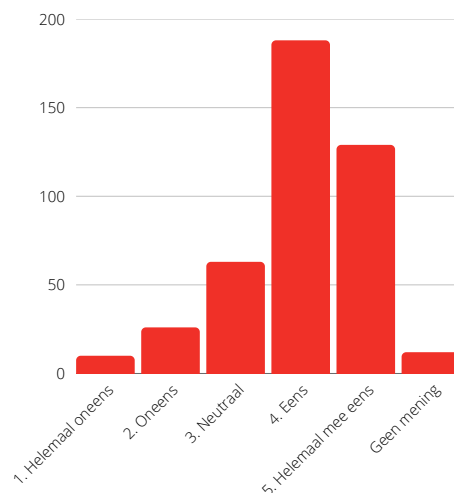


Onderstaand enkele resultaten uit de vragenlijst bezoekers.

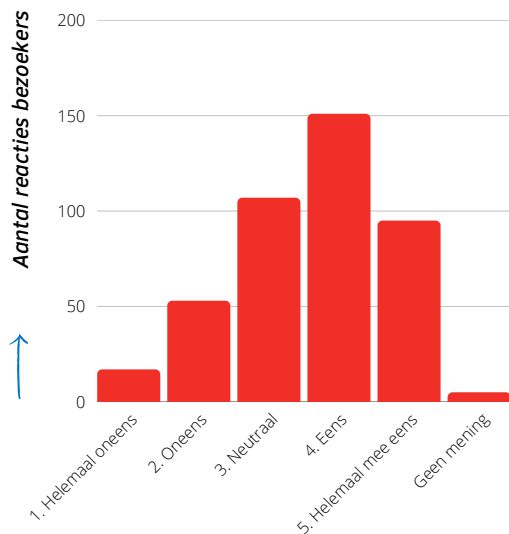
**"De openbare ruimte in het centrum
nodigt uit om langer te blijven."**



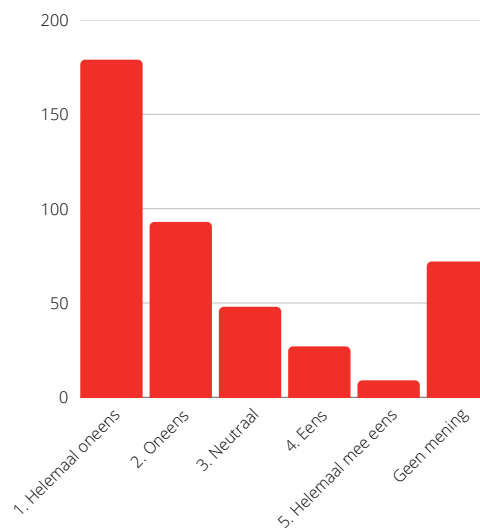
**"De Giessen kan gebruikt worden om het
centrum aantrekkelijker te maken."**



**"De komende jaren is het belangrijk om
te investeren in meer groen."**



**"Het horeca aanbod in het centrum
spreekt mij aan."**



Opvallend is dat de uitkomsten van de enquêtes voor een groot deel overeenkomen. Zowel tussen ondernemers en bezoekers als met de gehanteerde principes in de droombeelden (zoals opgenomen in deze visie). Dit werd in het najaar van 2024 nogmaals bevestigd tijdens een inloophmoment op locatie voor ondernemers, inwoners en andere belangstellenden. De volledige enquêteresultaten zijn opgenomen als bijlage bij dit document.

In 2024 en begin 2025 is er intensief gesproken met enkele vastgoedeigenaren in het centrum. Zij zien kansen om een belangrijke bijdrage te leveren aan een toekomstbestendig centrum en herontwikkeling. Dit werd in het najaar van 2024 nogmaals bevestigd tijdens een inloophmoment op locatie voor ondernemers, inwoners en andere belangstellenden. Met hen is nagedacht over de haalbaarheid van de gewenste richting en de kansen en knelpunten hierbij. In grote lijnen is er overeenstemming over de richting, maar op diverse punten is er verdere uitwerking nodig. Het vervolgproces biedt daar ook ruimte voor. Tot slot is er een verkennend gesprek geweest met de marktmeesters over de kansen van de weekmarkt in het centrumgebied.

1.2. Status van dit document en vervolg

In het hele proces in de totstandkoming van dit document zijn er verschillende termen gebruikt: centrumvisie (coalitieakkoord en communicatie naar buiten toe), centrumplan (prioritering van ruimtelijke projecten door de gemeenteraad) en bouwsteen voor de Omgevingsvisie. Met de komst van de Omgevingswet per 1 januari 2024 zijn er nieuwe instrumenten geïntroduceerd waar gemeenten mee moeten en/of kunnen werken. Deze zijn gevat in een nieuwe beleidscyclus waar een (verplichte) Omgevingsvisie het startpunt is. Vanuit de Omgevingsvisie worden regels vertaald naar een Omgevingsplan. Daarnaast kunnen onderdelen vanuit de Omgevingsvisie op specifieke thema's of gebieden concreet worden uitgewerkt in een programma. Het werken met deze nieuwe beleidscyclus doorkruist het proces van de aanloop naar dit document. Dit was namelijk al gestart vóór inwerkingtreding van de Omgevingswet.

Om duidelijkheid te creëren wordt dit document verder aangeduid als centrumvisie. Het bevat namelijk een visie op hoe het centrum de komende jaren tot ontwikkeling kan komen. De hoofdlijnen van deze centrumvisie worden opgenomen in de Omgevingsvisie.

Daarna zijn we niet klaar. Visievorming is belangrijk om verschillende belangen goed te wegen en een richting te kiezen, maar is geen doel op zich. Daarom is het wenselijk om binnen de contouren van de centrumvisie en de Omgevingsvisie te werken aan een programma. Hierin zal een concrete uitwerking plaatsvinden op maatregeleniveau inclusief bijbehorende investeringen. Het college van burgemeester en wethouders (B&W) is bevoegd om dit programma vast te stellen, mits het binnen de contouren blijft van vastgestelde kaders door de gemeenteraad.

Deze centrumvisie wordt vastgesteld door de gemeenteraad. Hoewel het college vervolgens aan de slag gaat met een concrete uitwerking in een programma is de rol van de raad ook in het vervolgtraject voorzien. Als het gaat om mogelijke investeringen zal dit geborgd worden in de reguliere Planning & Control-cyclus. Verder zullen er naar alle waarschijnlijkheid ruimtelijke procedures volgen waar de raad een rol in heeft.

Voor de gemeente is deze centrumvisie richtinggevend. Tegelijkertijd biedt het ook een helder kader, waarmee de ontwikkelende partijen in het centrum aan de slag kunnen. Deze centrumvisie kan dan ook worden gezien als een uitnodiging naar deze partijen om de toekomst van het centrum van Hardinxveld-Giessendam samen vorm te geven.

1.3. Leeswijzer

De centrumvisie bestaat uit vier lijnen:

- **Identiteit en positionering**
- **Ruimtelijke structuur**
- **Functies en aanbod**
- **Bereikbaarheid en parkeren**

Deze onderwerpen staan niet in een willekeurige volgorde. Het is goed om eerst te kijken naar de identiteit en positie van het centrum binnen de regio en de gemeente.

Vervolgens zoomen we verder in op de huidige en gewenste ruimtelijke structuur van het centrum. Daarna is er aandacht voor de functies en het aanbod binnen dit gebied. Tot slot gaan we in op bereikbaarheid en parkeren. Een centrum kan namelijk goed gepositioneerd zijn in een dorp, een goede ruimtelijke structuur en een divers aanbod van functies hebben. Echter: als de bereikbaarheid niet goed is zullen mensen sneller kiezen voor alternatieven of de bezoekfrequentie verlagen.

Per onderwerp staat eerst een korte analyse van de huidige situatie. Vervolgens worden richtinggevende uitgangspunten voor de toekomst beschreven. Deze zijn per punt toegelicht en onderbouwd.



2. Identiteit en positionering

2.1. Analyse

Identiteit van Hardinxveld-Giessendam

Hardinxveld-Giessendam is een gemeente met een verstedelijkt gebied aan de zuidkant en een landelijk gebied aan de noordkant. Deze combinatie biedt de nodige voordelen: een gevarieerd woningaanbod, veel bedrijvigheid met bijbehorende werkgelegenheid, de nabijheid van voorzieningen in het stedelijk gebied én de mogelijkheid om de rust en ruimte van de polder op te zoeken.

De ligging aan het water heeft de vorming van de gemeente sterk bepaald. Ook daar wordt het onderscheid tussen stedelijk en landelijk gebied duidelijk. De Giessen stroomt vanuit het landelijk gebied van de Alblasserwaard richting Hardinxveld-Giessendam. Hier kan vanaf het water of aan de oevers gerecreëerd kan worden. Aan de zuidkant is er een florerende scheepsbouwindustrie ontstaan. Waar door globalisering op andere plaatsen in Nederland verval is ontstaan in deze sector, is dat niet het geval in Hardinxveld-Giessendam. Op dit moment vindt er juist een bestendiging plaats, gevoed door innovatie en vakmanschap. Daarbij speelt mee dat er veel bouw- en techniekbedrijven aanwezig zijn. Er is een hechte keten waar goederen en diensten onderling uitgewisseld worden. Er kan met recht gesproken worden van een goed werkend (maritiem) ecosysteem. Een unieke kwaliteit van onze gemeente, die ook meer zichtbaar kan worden gemaakt in het centrum.

De inwoners van Hardinxveld-Giessendam staan bekend als nuchter, hardwerkend en overwegend religieus. Er is een grote onderlinge verbondenheid wat ervoor zorgt dat mensen naar elkaar omzien. Daarnaast wordt regelmatig zichtbaar welke mooie resultaten er behaald kunnen worden als inwoners, ondernemers en maatschappelijke organisaties ergens samen de schouders onderzetten.

Positie van het centrum in de regio

De gemeente is onderdeel van de Smart Delta Drechtsteden en nauw verbonden met de omliggende gemeenten Molenlanden en Gorinchem. Qua winkelaanbod is er in de regio voldoende aanbod.

Voor het recreatief winkelen trekken inwoners naar steden als Gorinchem, Dordrecht, Rotterdam en Breda. De dagelijkse boodschappen worden vooral lokaal gedaan. De trekkracht van het centrum voor mensen van buitenaf is beperkt. Uit het Koopstromenonderzoek* van 2021 blijkt dat bijna 90% van de omzet in de winkels gegenereerd wordt door aankopen van eigen inwoners. De overige 10% komt dus van bezoekers van buitenaf. In de praktijk zijn dit vooral inwoners vanuit Molenlanden die in de eigen dorpskernen niet altijd een compleet aanbod hebben voor het doen van dagelijkse en doelgerichte aankopen.

Positie van het centrum binnen de gemeente

Vanuit de historie waren er twee oude dijklinten binnen de gemeente waar detailhandel zich concentreerde: de Peulenstraat in Neder-Hardinxveld en De Buurt in Boven-Hardinxveld. Beide straten hadden in het verleden een levendig karakter met een divers en compleet aanbod. De laatste decennia heeft hier langzaam een verkleuring plaatsgevonden van winkels naar wonen en andere functies. Vaak zijn de woning en de winkel met elkaar verweven. Als er geen opvolging is wordt het winkelgedeelte omgebouwd en ontstaat er een complete woning. Daarnaast is het vanwege de krapte op de woningmarkt aantrekkelijker om te investeren in woningen. Gezien de hoge kosten gebeurt het zelden dat er weer transformatie naar een winkel plaatsvindt.

Deze ontwikkeling heeft er vooral in De Buurt toe geleid dat er nagenoeg geen winkels meer zijn. Wel is er verderop een supermarkt die functioneert als een belangrijke wijkvoorziening voor de inwoners van Boven-Hardinxveld. Hoewel ook de Peulenstraat niet meer is wat het vroeger was, zijn er nog diverse winkels en andere commerciële voorzieningen aanwezig. Met de komst van de Albert Heijn en diverse andere winkels hieromheen heeft er in 2010 nog een herontwikkeling plaatsgevonden. Daardoor is het accent van het centrum verder opgeschoven richting de Talmastraat.

Verder is er enkele jaren geleden nog een transformatie geweest van het Peulenplein. Enkele winkels en horecavoorzieningen zijn toen getransformeerd naar een grote(re) supermarkt. Gezien de afstand tot de winkels in de driehoek Peulenstraat – Talmastraat – Buitendams kan dit niet gezien worden als onderdeel van het centrum.

**Bron: Koopstromenonderzoek provincies Noord-Brabant, Noord-Holland, Zuid-Holland, Utrecht (2021)*

Ontwikkeling van de gemeente

De ontwikkeling van de gemeente staat niet stil. De afgelopen jaren is de gemeente qua woningen en inwoneraantal gegroeid. In het stedelijk gebied heeft er verdichting plaatsgevonden (waaronder de IJzergieterij en de Rokerij) en in agrarisch gebied vindt er een gefaseerde ontwikkeling van de Blauwe Zoom plaats. De komende jaren wordt er vanuit de gemeente ingezet op de (verdere) ontwikkeling van 't Oog. Afhankelijk van de precieze invulling ontstaat er in dit gebied ruimte voor minimaal 1500 woningen. Op pagina 7 is de ligging van 't Oog afgebeeld op kaart.

Ook op andere (bestaande of nog te ontwikkelen) locaties zal een flink aantal woningen gebouwd worden. Het woningbouwprogramma zoals dat nu voorzien wordt bedraagt voor de komende circa 20 jaar ongeveer 2.500 woningen. Daarmee zal de bevolking van de gemeente de komende jaren met een paar duizend inwoners toenemen.

2.2. Richtinggevende uitgangspunten



Uitgangspunt 1: Het huidige centrum van Hardinxveld-Giessendam is hét gebied waar een kwaliteitsimpuls moet plaatsvinden.

Gezien het functioneren van het huidige centrum, ook in relatie tot de kleinere wijkvoorzieningen in andere delen van het dorp, ligt het voor de hand dat het huidige centrumgebied de volledige aandacht krijgt als het gaat om een kwaliteitsimpuls en investeringen in de openbare ruimte. De huidige voorzieningen in Boven-Hardinxveld en aan het voormalige Peulenplein vervullen een belangrijke behoefte voor de wijk, maar het is niet noodzakelijk en zelfs onwenselijk om daar actief als gemeente herontwikkeling te stimuleren of te faciliteren.



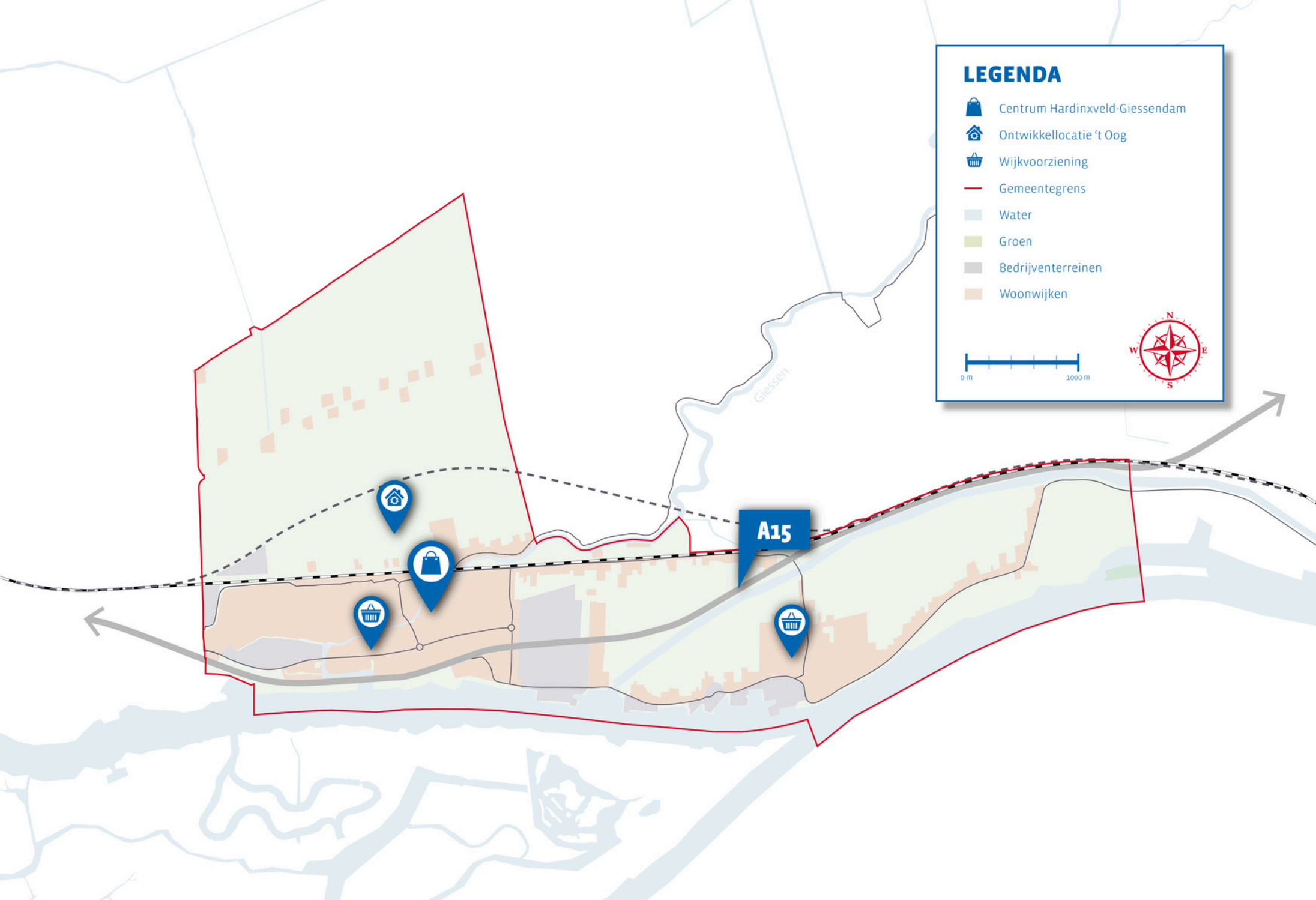
Uitgangspunt 2: Het huidige centrum is ook voor de toekomstige inwoners van 't Oog de centrale plek voor het doen van (dagelijkse) aankopen en bezoek aan (horeca)voorzieningen.

In aanvulling op het eerste uitgangspunt is het richting de toekomst wenselijk om het huidige centrum ook te zien als centrale plek voor winkelen inclusief het doen van boodschappen en het bezoeken van (horeca)voorziening door inwoners van 't Oog. Dit heeft meerdere redenen. Allereerst zorgt dit ervoor dat het bestaande (winkel)aanbod een impuls krijgt en daarmee vitaal blijft. Ten tweede is de potentiële stijging van het inwoneraantal dusdanig, dat vastgoedeigenaren en gebruikers sneller bereid zijn om te investeren in het huidige centrumgebied.

Daarmee ontstaat mogelijk zelfs ruimte om nieuwe commerciële voorzieningen aan te trekken en het aanbod te vergroten. De mogelijke kwantitatieve groeipotentie van commerciële voorzieningen wordt verder uitgewerkt in een programma.

Ook voor de toekomstig inwoners van 't Oog draagt de nabijheid van een compleet (winkel)aanbod voor de dagelijkse boodschappen en doelgerichte aankopen bij aan een aantrekkelijk woon- en leefklimaat. Voorwaarde is wel dat de twee gebieden goed met elkaar verbonden worden, zodat het centrum op een snelle en comfortabele manier bereikt kan worden. Dit bij voorkeur per fiets of lopend, maar ook de bereikbaarheid per auto is een aandachtspunt. In de lobby naar het Rijk voor cofinanciering ten behoeve van de ontwikkeling van 't Oog is het daarom wenselijk om de kosten voor infrastructurele maatregelen die bijdragen aan een goede verbinding tussen centrum en het toekomstig woongebied actief onder de aandacht te brengen.

Het is denkbaar dat er binnen 't Oog een kleinschalige wijkvoorziening ontstaat. Het is echter niet wenselijk om een subcentrum te ontwikkelen dat concurreert met het centrum van Hardinxveld-Giessendam.





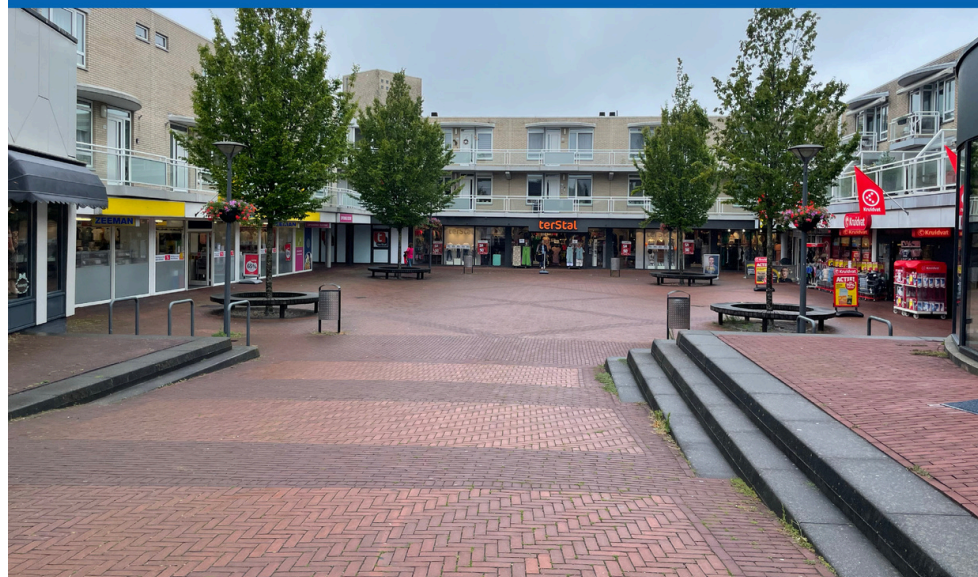
Uitgangspunt 3: Het centrum is niet alleen een boodschappencentrum, maar ook een plek waar ruimte is voor ontmoeting, beleven en recreëren.

Op dit moment kan het centrum bestempeld worden als 'boodschappencentrum'. Belangrijk kenmerk hiervan is dat bezoekers heel doelgericht naar een centrum komen en er niet langer verblijven dan strikt noodzakelijk is. Gezien het feit dat het overgrote deel van de bezoekers lokale inwoners zijn is dat niet vreemd. Het is daarom niet realistisch om de omslag te gaan maken naar een centrum met grote trekkracht voor bezoekers van buiten de gemeente die langdurig in het gebied verblijven. Wel kan de aantrekkelijkheid van het centrum voor de inwoners worden vergroot door te voorzien in een breder aanbod van winkels, horeca en dienstverlening en het toevoegen van meer verblijfskwaliteit in de openbare ruimte.

Een ontwikkeling die al is terug te zien in andere, vergelijkbare centra buiten Hardinxveld-Giessendam. Uit recent onderzoek* naar dit soort centra blijkt zelfs dat een bredere functiemix en meer verblijfskwaliteit noodzakelijk zijn om in de toekomst voldoende aantrekkelijk te blijven voor bezoekers. Daarmee kan ook invulling worden gegeven aan andere maatschappelijke doelstellingen binnen de gemeente, zoals het tegengaan van vereenzaming, het bieden van speelruimte voor kinderen en het vergroten van recreatiemogelijkheden binnen de gemeente.

**Bron: Het kloppend hart van de wijk: een onderzoek naar toekomstbestendige wijkwinkelcentra, AM (2022)*

Huidige situatie



Gewenste situatie

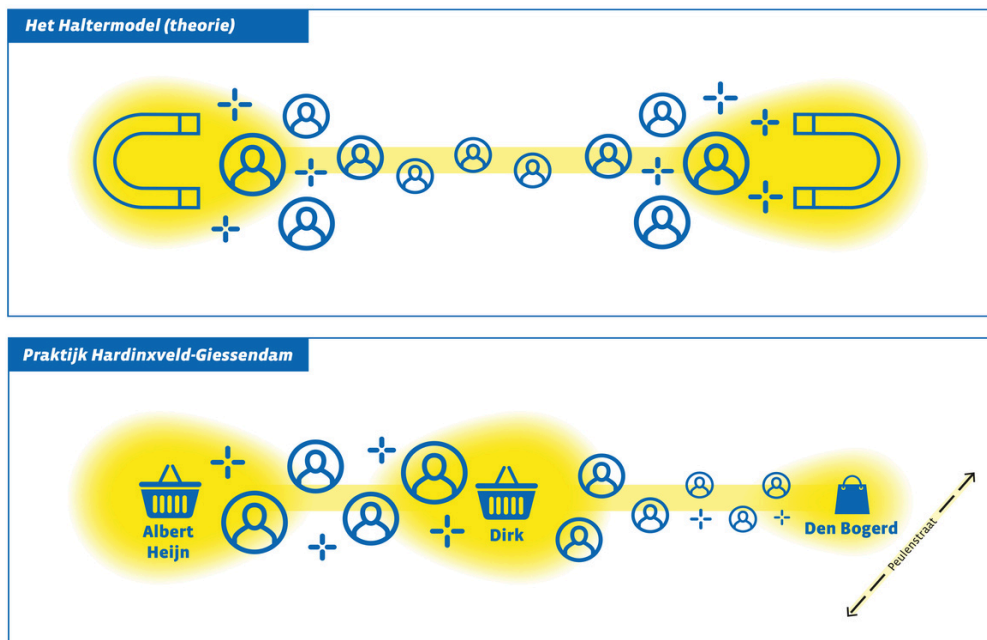


Droombeeld (Den Bogerd)

3. Ruimtelijke structuur

3.1. Analyse

Bij de ontwikkeling van het huidige centrum was het 'haltermodel' het uitgangspunt. De gedachte achter dit model is dat de twee uiteinden (de halters) van het centrum meer programma en trekkracht hebben, waardoor zoveel mogelijk bezoekers van de ene kant naar de andere kant van het centrum lopen. Tijdens deze wandeling lopen zij ook langs de winkels in het 'midden', waarmee de kans op bezoek aanzienlijk wordt vergroot. In onze gemeente betekent dit concreet dat er een zwaartepunt rondom de Albert Heijn (de zuidelijke halter) en een zwaartepunt ter hoogte van plein Den Bogerd (de noordelijke halter) zou moeten zijn. In de praktijk blijkt dit model in Hardinxveld-Giessendam op dit moment niet goed te werken. Dat heeft vier oorzaken.



Figuur: schematische weergave van het Haltermodel als theorie en de praktijksituatie in het centrum van Hardinxveld-Giessendam

Allereerst zijn de twee halters onvoldoende in evenwicht. De twee supermarkten (Albert Heijn en Dirk van den Broek) – verreweg de grootste trekkers in het centrum – zijn beide in het zuidelijk deel van het centrum gelegen. In de tweede plaats zijn de parkeerplaatsen niet gelijkwaardig over de twee halters verdeeld.

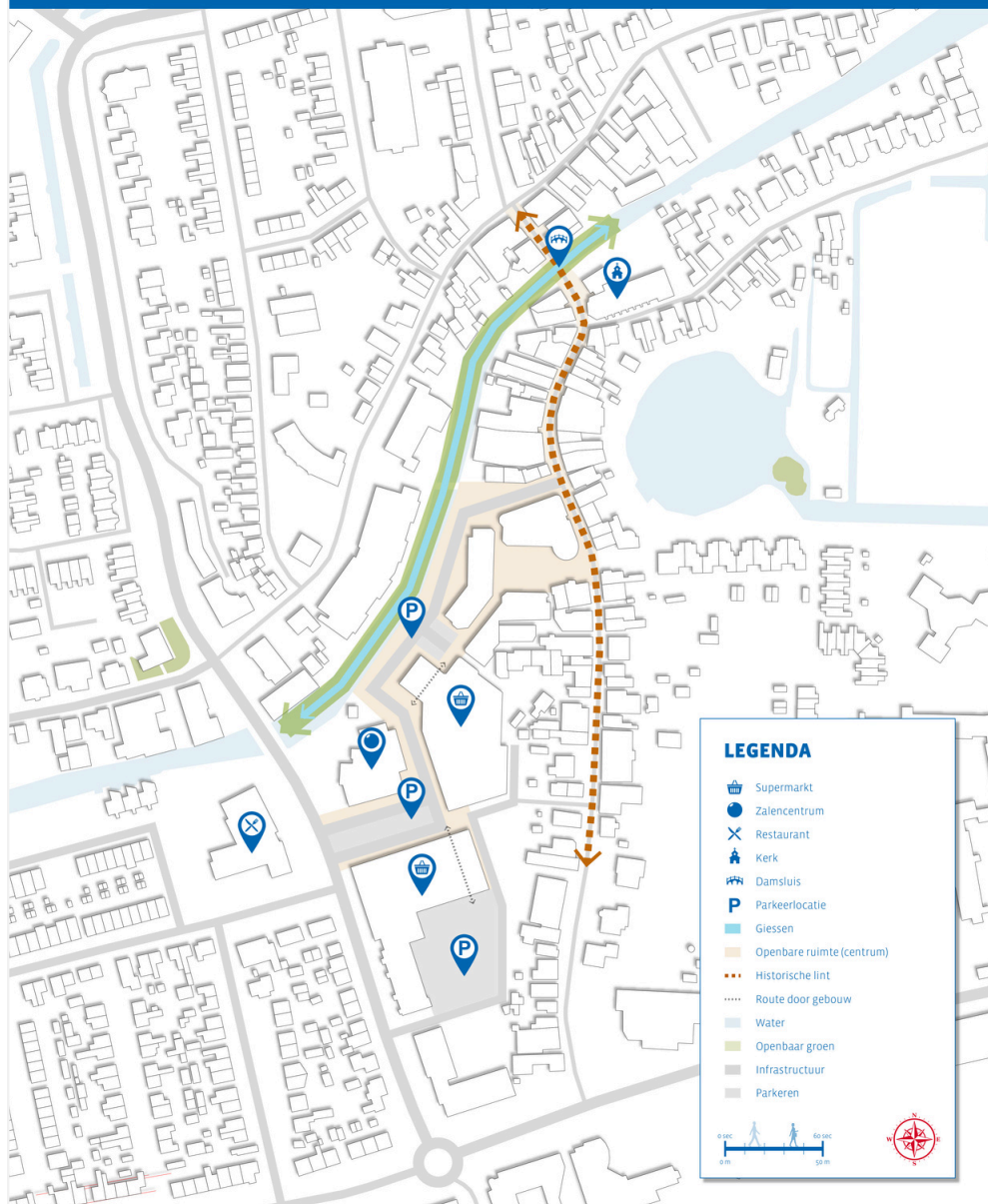
In de derde plaats werkt de (voetgangers)verbinding tussen de Albert Heijn en Den Bogerd niet optimaal. Dat heeft te maken met de inrichting van de openbare ruimte en de dominante rol van de auto hierin. Bezoekers gaan doelgericht met de auto richting de Dirk van den Broek, er zijn geen duidelijke looproutes en er staan veel obstakels in de openbare ruimte. Het gevolg hiervan is dat bezoekersstromen (automobilisten, fietsers en voetgangers) zich met elkaar mengen. Dit leidt niet alleen tot onveilige situaties, maar zorgt er ook voor dat het niet aantrekkelijk is om er langer te verblijven dan strikt noodzakelijk is. Tot slot is de zichtrelatie tussen de twee verschillende halters onvoldoende. Er is sprake van een 'L-vormige' structuur waarbij het openbaar gebied onderbroken wordt door een 'passage' (ter hoogte van de Dirk van den Broek). Dit maakt dat de wandelroute tussen Albert Heijn en Den Bogerd niet voelt als een logische route en daarmee als een samenhangend geheel.

De Peulenstraat functioneert in het haltermodel (deels) als aanloopgebied naar het kerncentrumgebied. Vanwege de verkleuring van winkels naar wonen, zoals beschreven in hoofdstuk twee, is hier veel versnippering van winkelaanbod ontstaan. Daardoor is er onvoldoende samenhang tussen de winkels en functioneert de Peulenstraat niet meer als logisch onderdeel van de totale centrumstructuur. Naar verwachting zet deze ontwikkeling zich in de toekomst verder door. Het zwaartepunt komt daarmee nog meer te liggen bij het cluster supermarkten. Net buiten het centrum (Buitendams, Klein Diepje, Molenstraat en Stationsstraat) zijn er nog enkele winkels en commerciële dienstverleners aanwezig. Ook dit zorgt voor versnippering van het aanbod.

Op de volgende pagina is een kaart opgenomen van de huidige structuur in het centrum.

Structuurkaart

Huidige situatie



3.2. Richtinggevende uitgangspunten



Uitgangspunt 4: Het kerncentrumgebied loopt van de Albert Heijn tot en met plein Den Bogerd, met een concentratie van (winkel)aanbod in de zone tussen de supermarkten.

De trend op veel plekken in Nederland is om de winkelfunctie van centra compacter te maken. Achtergrond hiervan is de kleinere behoefte aan fysieke winkels. Een ontwikkeling die al 15 jaar bezig is en zich verder evolueert. Concentratie heeft als voordeel dat functies geclusterd worden aangeboden en dat bezoekersstromen samenkomen. Hierdoor worden de kansen van ondernemers vergroot.

Zoals in de analyse beschreven is, is er voor het centrum van Hardinxveld-Giessendam gekozen voor het haltermodel. Dit model is nog steeds toepasbaar, omdat de belangrijkste bezoekersstromen zich in de lijn tussen Albert Heijn-Den Bogerd bevinden. Een verschuiving van aandacht hierbij is dat we in de zone tussen de Albert Heijn en de Dirk van den Broek de focus leggen op de winkelfunctie in combinatie met ondersteunde functies zoals horeca. De supermarkten zijn de magneten waar overige winkels en voorzieningen van profiteren. Dat betekent niet dat in de overige delen van het kerncentrumgebied (richting Den Bogerd) winkels geen plek meer hebben. Echter de focus van het toevoegen van functies, het vergroten van verblijfskwaliteit en investeringen in de openbare ruimte ligt op het concentratiegebied tussen de twee supermarkten. Daarbij is het wenselijk dat de entree van de Dirk van de Broek beter zichtbaar wordt en in goede verbinding staat met de openbare ruimte. Dit is positief voor de trekkracht van de halter én biedt kansen voor het beter accentueren van de looproutes.

Met de keuze voor dit kerncentrumgebied wordt expliciet de keuze gemaakt om de Peulenstraat niet actief in de herontwikkeling te betrekken. We blijven het historische karakter van de straat met kenmerkende panden en gevels waarderen en zetten daarom in op het behoud hiervan.

Huidige situatie



Gewenste situatie



Droombeeld (perspectief met de rug naar Albert Heijn)



Uitgangspunt 5: Bij herontwikkeling van vastgoed en ingrepen in openbare ruimte staat de verbinding met de Giessen centraal.

Hoewel het water een belangrijk onderdeel is van de identiteit van Hardinxveld-Giessendam, is dat in het centrum nauwelijks zichtbaar. De Giessen zit ter hoogte van het centrum 'verstopt' achter geparkeerde auto's en kwalitatief matig groen. Daarnaast is de Giessen dusdanig verdiept dat bezoekers van het centrum eroverheen kijken.

Een groot deel van de inwoners en ondernemers in het centrum heeft in de enquête aangegeven dat de Giessen gebruikt kan worden om het centrum aantrekkelijker te maken. Dit kan op een getrapte wijze gebeuren, zowel fysiek als in tijd. Fysiek door hoogteverschillen aan te brengen waardoor er natuurlijke zichtlijnen op het water ontstaan. Maar ook een getrapte aanpak in tijd is mogelijk. Bijvoorbeeld door te beginnen met ingrepen aan de kade en toe te werken naar de winkelgevels. In de as van het kerncentrumgebied ontstaat er zo de mogelijkheid voor het realiseren van een plein aan het water.

Wanneer de kades zo worden aangelegd dat ook pleziervaart aan kan meren ontstaat er een groter bezoekerspotentieel voor het centrum. Zo zorgen we ervoor dat recreanten die vanuit de Merwede de Giessen op gaan richting de Alblasserwaard en vice versa, Hardinxveld-Giessendam aan kunnen doen voor inkopen en/of een bezoek aan een horecagelegenheid.

Huidige situatie



Gewenste situatie



Droombeeld (De Giessen - perspectief richting supermarkt Dirk)

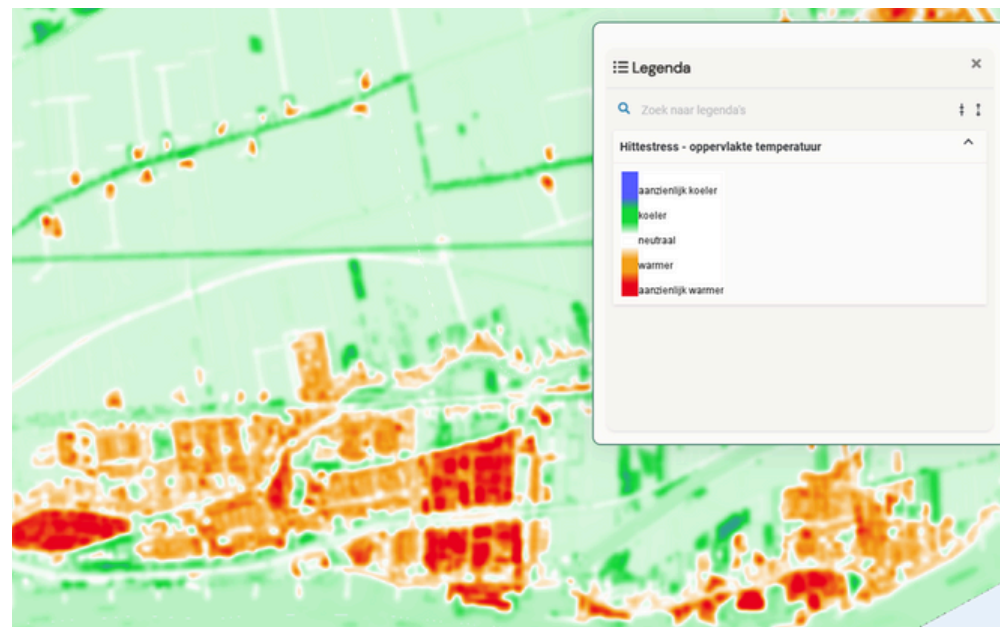


Uitgangspunt 6: Het toevoegen van groen is noodzakelijk voor meer beleving en verkoeling op warme dagen.

Op dit moment is het centrum erg versteend. De biodiversiteit is daardoor beperkt. Bovendien wordt het bovengemiddeld warm op zomerse dagen. De temperatuur in het centrum is vergelijkbaar met de temperatuur op onze bedrijventerreinen. Dit terwijl er in het centrum veel meer bezoekersstromen zijn. Hittestress heeft een negatieve invloed op de (ervaren) gezondheid van mensen. Dit geldt zeker voor kwetsbare doelgroepen.

Om de biodiversiteit te bevorderen en hittestress tegen te gaan is het toevoegen van groen op verschillende plekken in het centrum noodzakelijk. Een belangrijk bijvangst is dat de kwalitatieve uitstraling toeneemt. Dat draagt bij aan de (economische) aantrekkelijkheid van het gebied en bevordert daarmee de verblijfsduur van bezoekers. Ook kan nog meer geprofiteerd worden van de Giessen als aanwezige waterstructuur, die op warme dagen kan bijdragen aan de 'verkoeling' van het centrum.

Het toevoegen van groen (en blauw) kan op verschillende manieren. Niet overal is het bijvoorbeeld mogelijk om bomen te planten, maar er zijn vele verschijningsvormen van groen. In de verdere uitwerking zal gekeken worden welke soorten groen het best passend zijn op welke plekken.



Figuur: Oppervlaktetemperatuur 2021 (Bron: open data provincie Zuid-Holland).



4. Functies en aanbod

4.1. Analyse

Op dit moment is er al een redelijke mix van functies in het centrum. Er is een divers aanbod van detailhandel, waaronder supermarkten, winkels met versproducten, een aantal modezaken en enkele drogisterijen. Het aanbod kent wel een neergaande lijn, vooral de non-food sector. In het Koopstromenonderzoek* van 2021 is een afname te zien van 8500m² winkelvloeroppervlakte in 2016 naar 7800m² in 2021.

Het is positief dat de leegstand beperkt is. Begin 2025 bedroeg de leegstand** in percentage verkooppunten circa 5% en in percentage m2 winkelvloeroppervlakte circa 4%. Dit ligt onder het landelijk gemiddelde voor vergelijkbare kernen. Boven de winkels zijn op de meeste plekken woningen aanwezig. Verder wordt de plint in de Peulenstraat op verschillende plekken ingevuld door bedrijven die actief zijn in de commerciële dienstverlening, zoals een makelaarskantoor. De laatste jaren zien we in de Peulenstraat steeds meer transformaties van commerciële panden naar woonfuncties. Dit is een van de verklaringen waarom de leegstand relatief laag is.

Verder is er een relatief beperkt aanbod van horeca. Er zijn twee lunchrooms, enkele afhaalrestaurants en een kwalitatief hoogwaardig restaurant aan de rand van het centrum (Kampanje). Daarnaast is er een zalencentrum dat zowel gebruikt wordt voor kerkdiensten als voor commerciële verhuur (de Parel). Op de locaties van Kampanje en de Parel is een herontwikkeling beoogd. Op dit moment loopt er een verkenning om de huidige functies van de Parel te vestigen op de locatie van Kampanje. Als dit leidt tot overeenstemming tussen betrokken partijen dan wordt een zalencentrum in de nabijheid van het centrum, met bezoekersstromen van buitenaf, behouden. De huidige locatie van de Parel valt daarmee naar verwachting vrij. Dit is een cruciale plek in de as van het kerncentrumgebied. Daarmee biedt het kansen voor versterking van bestaande functies, het toevoegen van nieuwe functies en het verbeteren van de ruimtelijke structuur zoals benoemd in hoofdstuk twee.

**Bron: Koopstromenonderzoek provincies Noord-Brabant, Noord-Holland, Zuid-Holland, Utrecht (2021)*

***Bron: Locatus – via Kamer van Koophandel Regiodata*

4.2. Richtinggevende uitgangspunten



Uitgangspunt 7: In het kerncentrumgebied wordt ingezet op levendige (commerciële) plinten.

In een centrum waar ruimte is voor winkelen, ontmoeting, beleven en recreëren zijn levendige plinten onmisbaar. We zetten in op een goede toegankelijkheid, een hoge mate van transparantie, verticaliteit, 'ritme' en een hoogwaardige materialisatie. Door onder andere de beoogde herontwikkeling op de huidige Parellocatie ontstaat ruimte voor het toevoegen van een dergelijke plint. Hierbij zoeken we naar een gevarieerde functiemix die het kerncentrumgebied als geheel versterkt. Het toevoegen van kwalitatief hoogwaardige horeca heeft daarbij hoge prioriteit. Zowel inwoners als ondernemers in het centrum geven in overgrote meerderheid aan dat het aanbod aan horeca op dit moment onvoldoende is. Met het beoogde vertrek van restaurant Kampanje verschaalt het aanbod verder. Daarom is het reserveren van ruimte voor horeca in de commerciële plint wenselijk. Daarbij is het toevoegen van terrassen een aanvullende wens van inwoners. De gerichtheid van terrassen op de Giessen heeft de voorkeur om zo de beleving van het water, onderdeel van onze identiteit, te vergroten. In de verdere uitwerking zal aandacht zijn voor precieze situering, ook in relatie tot bezonning.

Daarnaast is uitbreiding van winkels in de nieuw toe te voegen plint niet uitgesloten. Hoewel winkels in het algemeen onder druk staan, zijn er winkeliers die uit willen breiden en/of de wens hebben om te verhuizen naar een toekomstbestendig pand. Tel daarbij de groei van het aantal woningen in onze gemeente op waardoor het draagvlak voor voorzieningen in het centrum toeneemt. Ook zien we binnen onze gemeente een significante groei van het aantal webshops, zowel vanuit huis als op bedrijventerreinen. Het is goed voorstelbaar dat deze ondernemers op termijn een stap willen maken naar een fysieke winkelruimte.

Tot slot vinden we het belangrijk dat de plinten een open en kwalitatief hoogwaardige uitstraling hebben. Zo ontstaat er een intieme en aantrekkelijk winkelstraat tussen de twee supermarkten. Dit zorgt ervoor dat het eerder beschreven haltermodel weer gaat functioneren zoals het bedoeld is. De precieze invulling van de plinten wordt verder uitgewerkt in een programma.



Uitgangspunt 8: In het kerncentrumgebied is het toevoegen van een aanzienlijk woningbouwprogramma mogelijk.

De behoefte aan passende woningen is in navolging van de landelijke trend ook in Hardinxveld-Giessendam erg groot. Op dit moment zijn er op verschillende plekken appartementen bovenop de commerciële plinten gesitueerd. Tegelijkertijd zien we dat er op diverse plekken in het kerncentrumgebied ruimte is voor het toevoegen van nieuwe woningen. In de praktijk zullen ook dit appartementen zijn die aansluiten op de levendige plinten. Woningen zorgen voor sociale controle (ook na winkeltijden), extra levendigheid, stedenbouwkundige variatie en nieuwe klanten.

Samen met ontwikkelende partijen kijken we naar een aantrekkelijke mix voor verschillende doelgroepen. Het Rijks- en Provinciaal beleid rondom woningbouwprogrammering is daarbij leidend. Daarnaast zoeken we aansluiting bij het (nog te ontwikkelen) lokale volkshuisvestingsprogramma. Ook de uitkomst van de regionale en lokale woon-zorganalyse is input. Juist het centrum is een plek waar wonen en de nabijheid van (zorg)voorzieningen goed gecombineerd kunnen worden.

Het kerncentrumgebied is geschikt om ruimte te bieden voor meerdere bouwlagen. Het precieze aantal lagen is voor ons niet leidend in de verdere uitwerking. Een kwalitatief goede stedenbouwkundige opzet, met duidelijke accenten op de hoeken, zichtlijnen die de gewenste ruimtelijke structuur benadrukken en een logische aansluiting op omliggende bebouwing, is het uitgangspunt.



Uitgangspunt 9: Verplaatsing van de weekmarkt naar het kerncentrumgebied is wenselijk.

Elke zaterdag is er de weekmarkt. De circa 25 marktkramen staan uitgesteld op de Houweningeplaats, naast sporthal De Wielewaal. Er is een divers aanbod van waren en de markt wordt goed bezocht. Tegelijkertijd geeft een groot deel van de inwoners aan dat de weekmarkt te ver afligt van de kern van het centrum.

De meerderheid van de ondernemers in het centrumgebied geeft ook aan dat een betere verbinding met de weekmarkt kansrijk is. In andere centra zien we dat een korte afstand tussen de markt en de winkels een positief effect heeft op de verblijfsduur van bezoekers in het gebied. Daarmee ontstaat voor zowel de winkeliers als de marktkooplui een hogere omzetpotentie. Kortom: het is wenselijk dat de weekmarkt zich op termijn verplaatst naar het kerncentrumgebied. We realiseren ons dat dit alleen mogelijk is als aan een aantal voorwaarden wordt voldaan:

- De marktkramen kunnen worden opgesteld in een samenhangend geheel zonder grote (ruimtelijke) onderbrekingen.
- Er is voldoende aanbod van (kracht)stroompunten.
- De bereikbaarheid voor bezoekers, ook van buiten Hardinxveld-Giessendam, is goed.
- De plek is goed bereikbaar voor de kramen/wagens van de marktkooplui.

Binnen de huidige structuur en inrichting van het kerncentrumgebied kan op dit moment niet voldaan worden aan bovenstaande voorwaarden. Bij herontwikkeling van het kerncentrumgebied onderzoeken we of er wel ruimte ontstaat om de markt in te passen.



Uitgangspunt 10: De activiteiten die partners in het centrum – zoals ondernemers en/of vastgoedeigenaren – organiseren worden waar mogelijk gefaciliteerd.

Met de komst van het Ondernemersfonds in Hardinxveld-Giessendam in 2022 is er ook een impuls gegeven aan activiteiten in het centrum. Op verschillende momenten in het jaar, bijvoorbeeld rond de feestdagen, worden er kleinschalige evenementen georganiseerd. Na enkele jaren van afwezigheid, onder andere door de coronacrisis, is ook de jaarlijkse braderie weer terug van weggeweest. De gemeente waardeert de inzet die ondernemers, zowel in als buiten het centrum, hiervoor plegen. Daarom willen we waar mogelijk medewerking verlenen aan (nieuwe) initiatieven die de levendigheid in het centrum vergroten en de samenwerking tussen ondernemers in het centrum versterken. Daarbij hebben we aandacht voor waarden die in Hardinxveld-Giessendam ook belangrijk worden gevonden, zoals de zondagsrust. Het faciliteren van initiatieven doen we onder andere door vergunningverleningsprocedures snel en in goede afstemming met aanvragers te doorlopen.

5. Bereikbaarheid en parkeren

5.1. Analyse

Het centrum wordt op dit moment via meerdere toegangswegen ontsloten. De grootste verkeersstromen bevinden zich aan de zijde van de Thorbeckestraat: er is een in- en uitrit van en naar de parkeerplaats aan de achterzijde van de Albert Heijn en een in- en uitrit ter hoogte van de huidige Parellocatie. Daarnaast is het centrum op twee plekken vanuit de Peulenstraat bereikbaar: via Klein Diepje en de Talmastraat ter hoogte van 'Deelcafé De Buurman'.

Het aanbod van parkeerplaatsen is verspreid over het centrum, met een zwaartepunt rond de twee supermarkten. Voor het parkeren van fietsen is geen centraal punt aanwezig. Er wordt over het hele centrumgebied verspreid op verschillende manieren plek geboden om de fiets te stallen.

Als we verder inzoomen op parkeren zijn er vanuit een parkeeronderzoek uit 2023 enkele opvallende punten te benoemen:

- Op werkdagen wordt de bezettingsgraad van 85% in het grootste deel van het centrum niet overschreden. Dit percentage wordt als maximaal acceptabel gezien. Een uitzondering daarop zijn de parkeerplekken in de verbinding tussen de Peulenstraat en de Talmastraat én de parkeerplekken aan het Klein Diepje. Daar is op drie meetmomenten een bezettingsgraad van 85% of meer.
- Op zaterdag ontstaat er een vergelijkbaar beeld, al neemt de druk iets toe: de bezettingsgraad is gelijk of hoger dan 85% in de lijn tussen de Albert Heijn, via Klein Diepje tot aan de Peulenstraat. Op andere plekken wordt de bezettingsgraad van 85% niet overschreden.
- Het centrum als geheel kent een kleine overcapaciteit van parkeerplekken. Dit wordt vooral veroorzaakt door de ruimte die er is op de parkeerplaats achter de Albert Heijn.
- Het parkeermotief op een werkdag is over de dag gemiddeld als volgt verdeeld: circa 60% van de bezetting komt door geparkeerde auto's van bewoners (met een toename naar 100% in de avond). Werknemers hebben een aandeel van bijna 30%. Het overige deel is bezoeker met een maximum van 12% in de ochtend en begin van de middag.

- Het parkeermotief op een zaterdag is over de dag gemiddeld als volgt verdeeld: circa 45% van de bezetting komt door geparkeerde auto's van bewoners. Hoewel met ondernemers afspraken zijn gemaakt over het parkeren van auto's van werknemers, blijkt een kleine 30% van de geparkeerde auto's in de middag van werknemers te zijn. Het overige deel is bezoeker. Het zwaartepunt van het aantal bezoekers is op zaterdag om 10.00 uur 's ochtends: 38% van de bezette parkeervakken is herleidbaar naar deze categorie.

5.2. Richtinggevende uitgangspunten



Uitgangspunt 11: De goede bereikbaarheid voor bezoekers van het centrum blijft voor alle vervoersmodaliteiten behouden

De bezoekers van het centrum komen op verschillende manieren naar het gebied toe. Uit de enquêteresultaten blijkt dat bijna 42% met de auto komt, terwijl ruim 55% te voet of met de fiets naar het centrum komt. Naast dat dit onderdeel is van het gemeentelijke Mobiliteitsplan, is het gezien deze verdeling logisch om bij herontwikkeling en investeringen in de openbare ruimte te werken volgens het STOMP-principe. STOMP staat voor: Stappen, Trappen, Openbaar Vervoer, Mobility as a service, Privéauto.

Dat betekent dat de aandacht primair uitgaat naar het stimuleren van lopen en fietsen van en naar het centrum. Tegelijkertijd is het vanwege de boodschappenfunctie wenselijk om ook zorg te dragen voor een goede bereikbaarheid per auto. Hier is de relatie met uitgangspunt één en twee evident: als we dit centrum positioneren als hét centrum voor alle inwoners van Hardinxveld-Giessendam, dan is een goede bereikbaarheid randvoorwaardelijk. Uit de analyse blijkt dat de bezoekers een relatief klein aandeel hebben in de totale bezetting van parkeervakken. Er is dus potentieel ruimte om deze groep te faciliteren om naast het lopen en fietsen ook gelegenheid te geven om met de auto naar het centrum te komen.



Uitgangspunt 12: De (zichtbare) aanwezigheid van de auto in het kerncentrumgebied wordt teruggebracht.

Op dit moment is de auto prominent aanwezig in het centrumgebied. Dit heeft negatieve gevolgen voor zowel het kwantitatieve ruimtegebruik als de kwalitatieve uitstraling en veiligheid van en in het gebied. Om invulling te geven aan de voorgaande uitgangspunten is een andere kijk op auto's in het centrum noodzakelijk.

Het terugbrengen van de (zichtbare) aanwezigheid van de auto in het kerncentrumgebied is daarom onvermijdelijk. Daarbij zijn verschillende opties denkbaar. Allereerst is het van belang om de aandacht te richten op de twee categorieën met de hoogste bezettingspercentages: de bewoners en de werknemers. Deze auto's staan gemiddeld langere tijd achter elkaar geparkeerd in het gebied. De werking van de 'blauwe zone' inclusief het ontheffingenbeleid zal daarom tegen het licht worden gehouden. Deze systematiek en de mogelijke herziening hiervan valt onder sturende maatregelen. We kunnen echter ook denken aan meer stimulerende maatregelen. Bijvoorbeeld het stimuleren van werknemers en bezoekers om op een andere manier dan met de auto naar het centrum te laten komen. En daarnaast meer 'handhaving' van de gemaakte afspraken met ondernemers dat personeel aan de rand van het centrum parkeert.

In de tweede plaats kan bij herontwikkeling in combinatie met het toevoegen van nieuw programma in het kerncentrumgebied gekeken worden naar de parkeernormen. De doelgroepen die er bewust voor kiezen om in een centrum te wonen hebben vaak een andere behoefte als het gaat om autobezit en/of -gebruik dan mensen die in reguliere woonwijken wonen. Kortom: we kijken naar passende parkeernormen voor een centrumgebied en de beoogde doelgroepen daarbinnen.

Een derde optie is om de auto niet meer op maaiveld te laten parkeren. Een (ondergrondse) parkeergarage lijkt daarbij kwalitatief gezien het meest wenselijk. De bereikbaarheid van met name de supermarkten kan door middel van stijgpunten nabij de entrees geborgd worden.

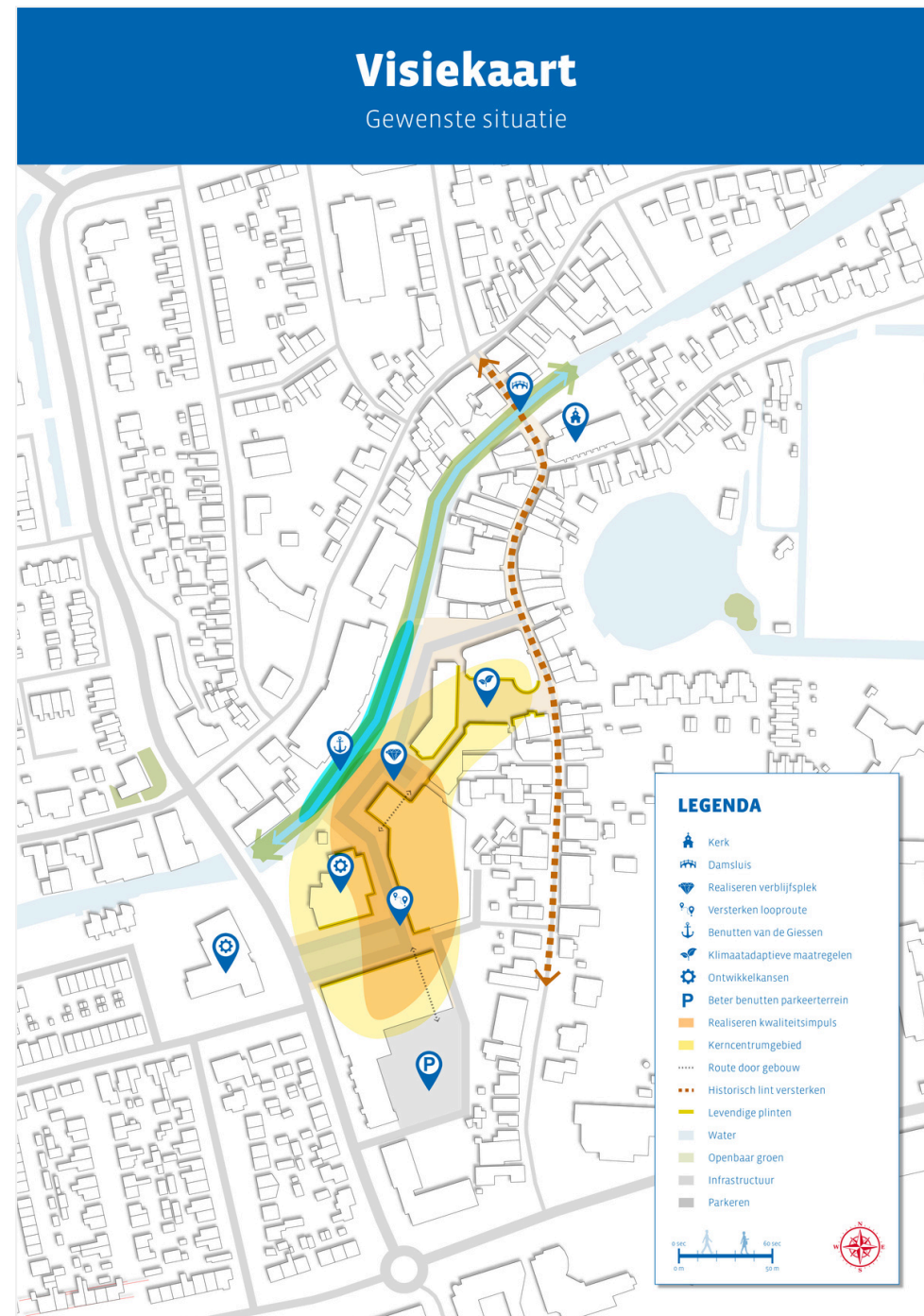
Het uitgangspunt is dat de ontwikkelende partijen zelf voorzien in de parkeerplaatsen die noodzakelijk zijn voor het beoogde programma. Echter ontstaat er dan ook een kans om openbare parkeerplekken op het maaiveld te verplaatsen naar een ondergrondse parkeergarage. Dit laatste vraagt om een investering die niet alleen door ontwikkelende partijen gedragen kan worden.



Het is logisch om deze mogelijke investering onderdeel te maken van de lobby richting het Rijk zoals benoemd is onder uitgangspunt 2.

Bovenstaande maatregelen kunnen ook in samenhang genomen worden. Concrete uitwerking hiervan vindt plaats in het te ontwikkelen programma voor het centrum. Daarbij zal ook aandacht zijn voor de verkeersafwikkeling en de (kwantitatieve) toename van verkeer vanuit ontwikkelgebied 't Oog op het centrum.

Op de visiekaart worden de voorgestelde uitgangspunt in samenhang gepresenteerd.





6. Samenvatting uitgangspunten





GEMEENTE
**Hardinxveld-
Giessendam**



Bijlagen

Resultaten enquêtes ondernemers
Resultaten enquêtes bezoekers





RESULATEN ENQUÊTE ONDERNEMERS

HARDINXVELD-GIESSENDAM: 26 REACTIES



*Enquête ondernemers over centrum
Hardinxveld-Giessendam*

Respons periode: April - mei 2024

Methode: Verspreiding van deur tot deur en e-mail

Aantal afgenomen enquêtes: 26

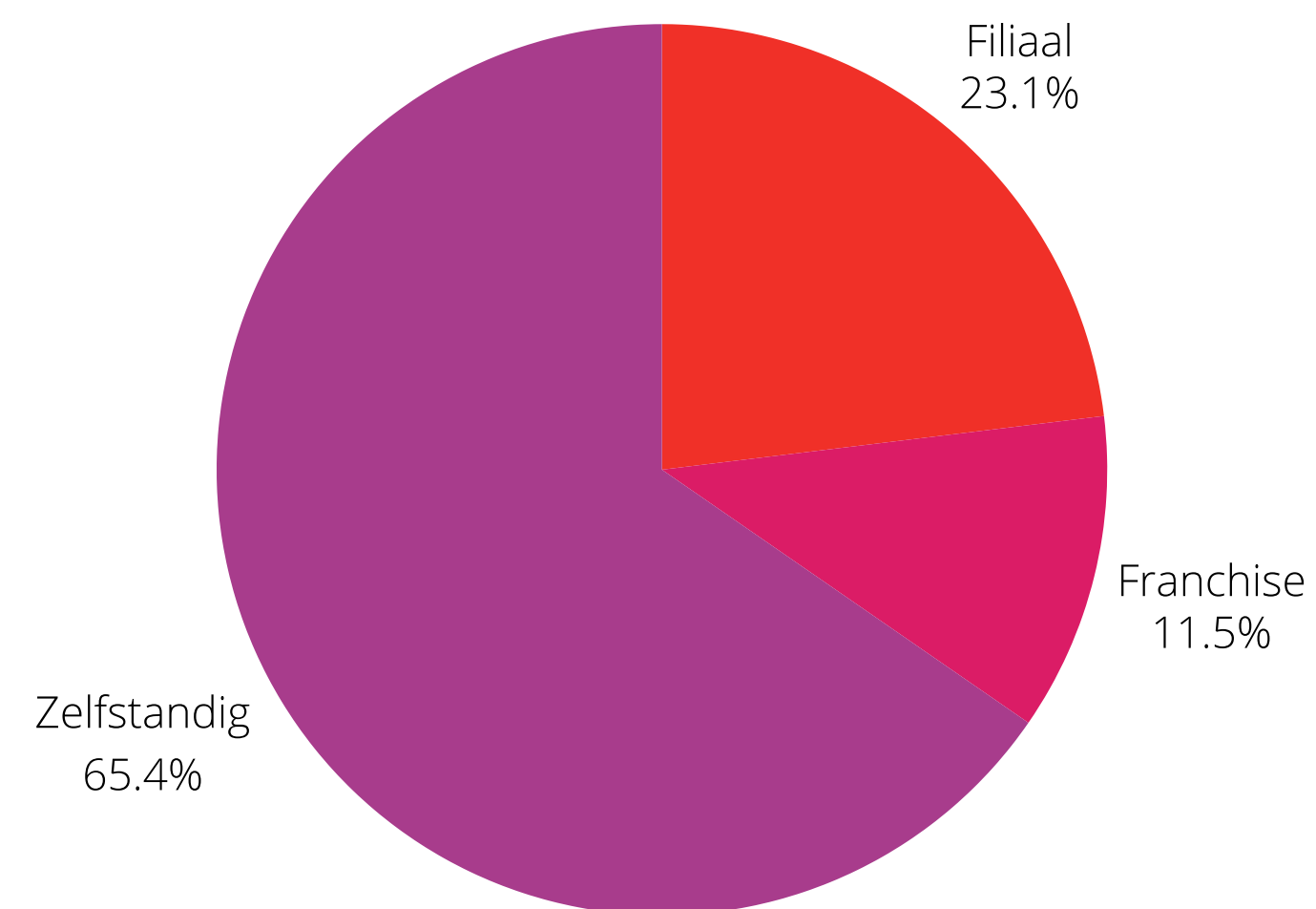
Bewerking door StadsKracht & RuimteVerhaal



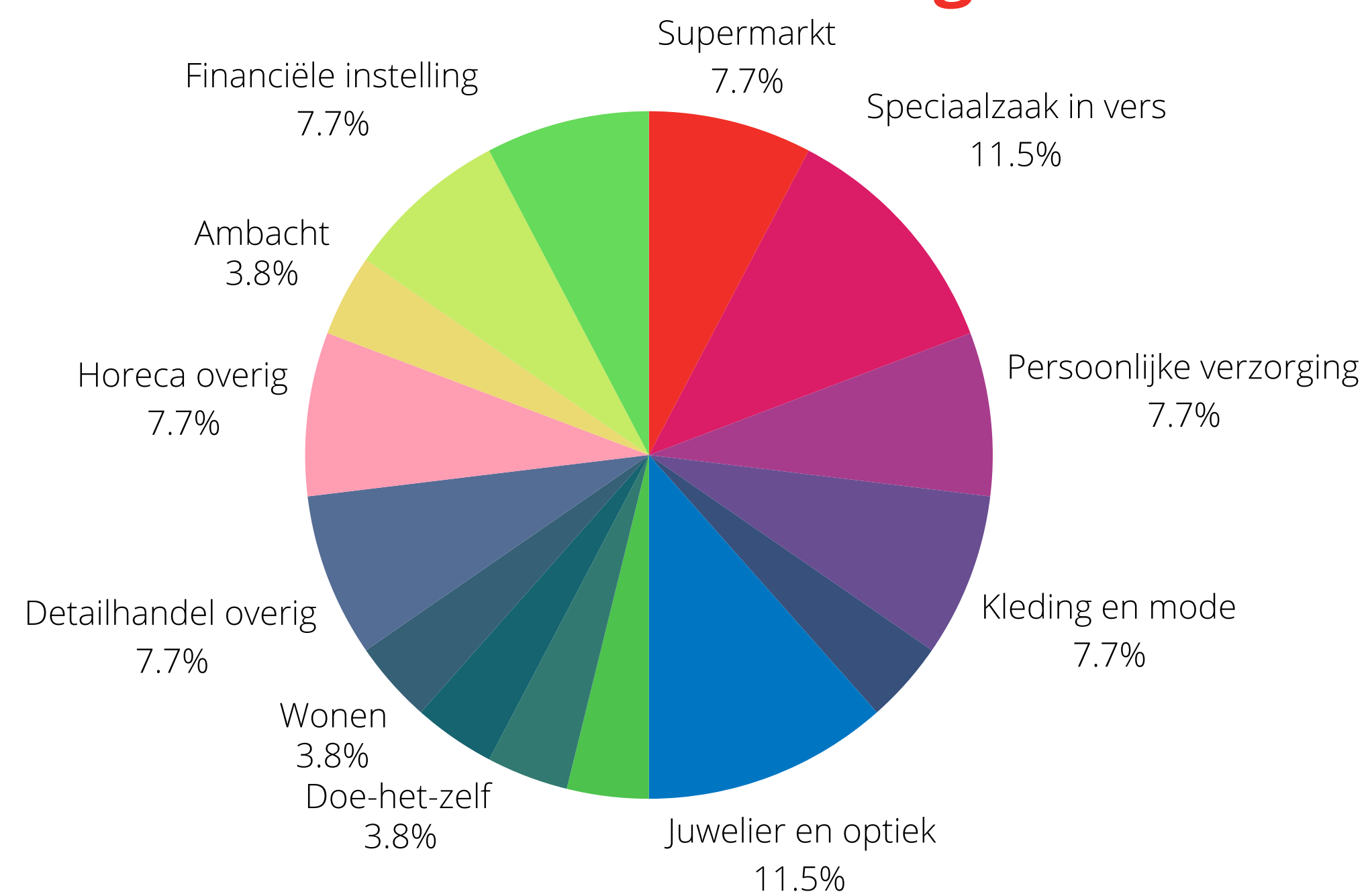
STADSKRACHT
retail & gebiedsmanagement

BASIGEGEVENS ONDERNEMERS

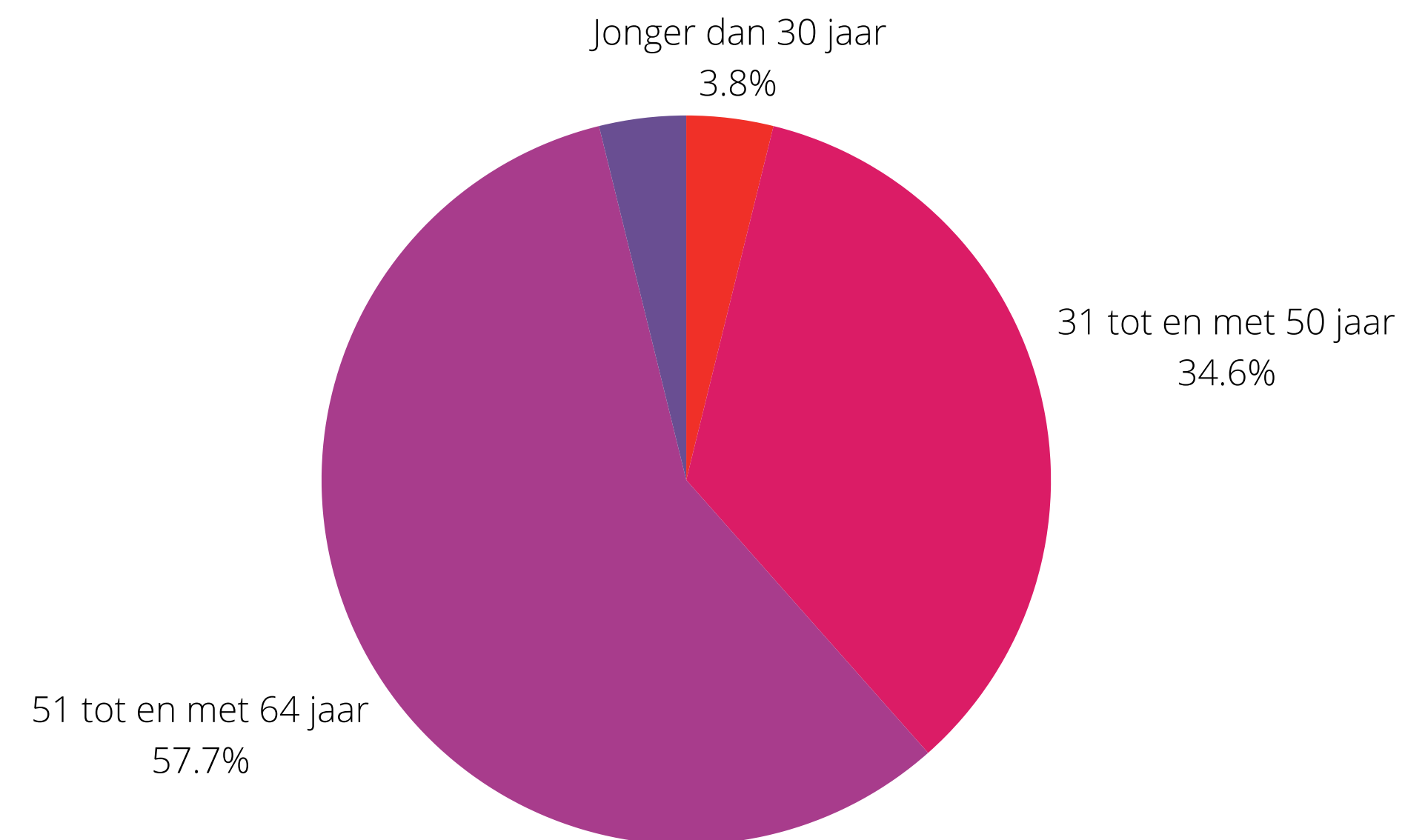
Categorie verdeling



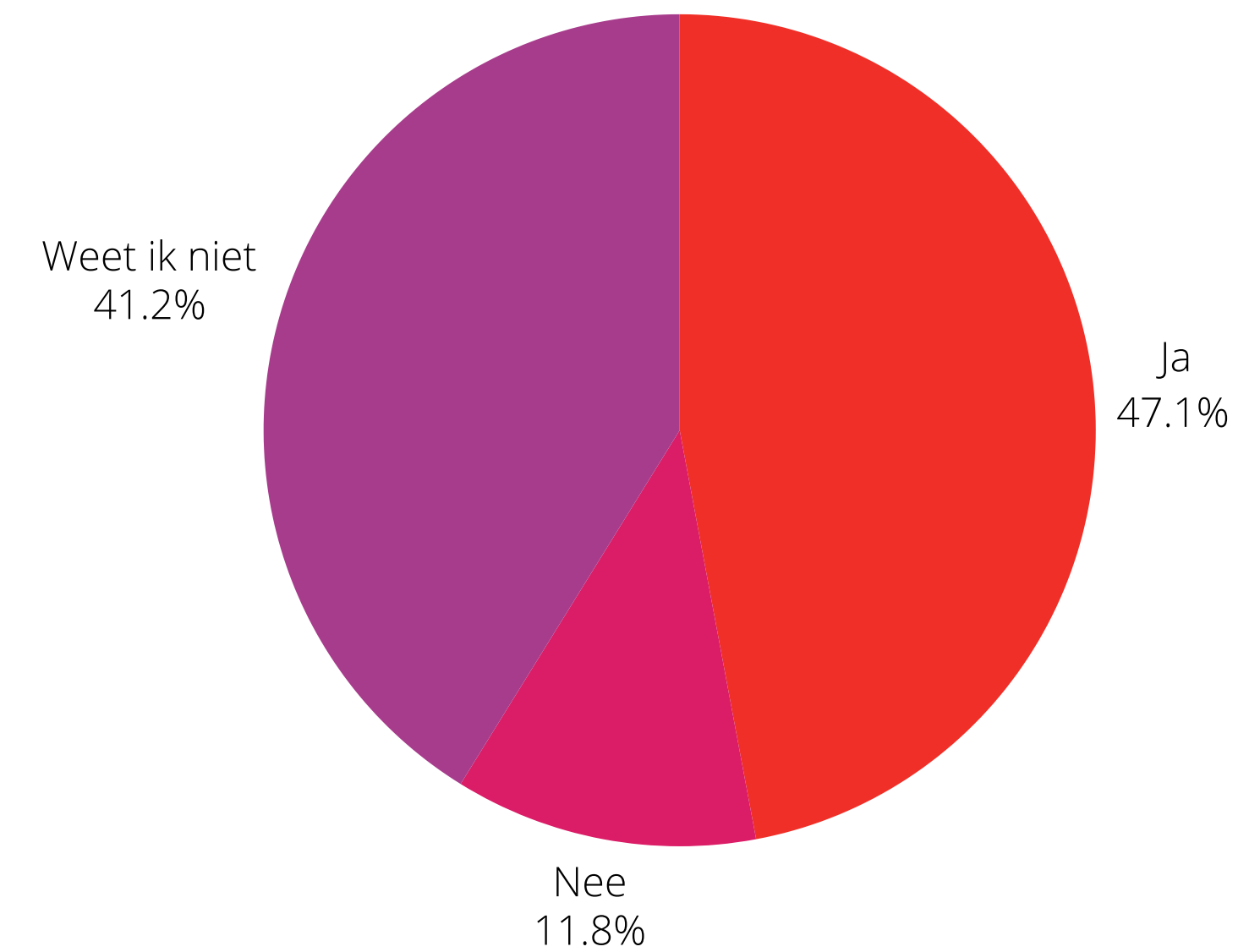
Branche verdeling



Leeftijd

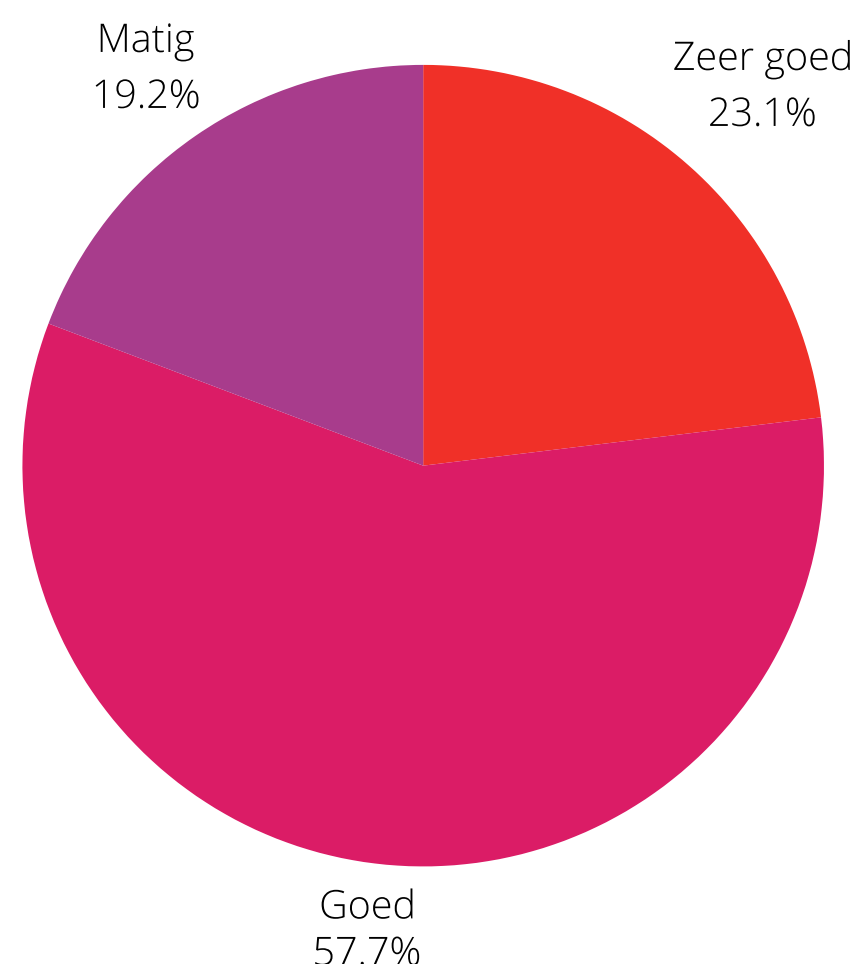


Opvolger voor 50-plussers

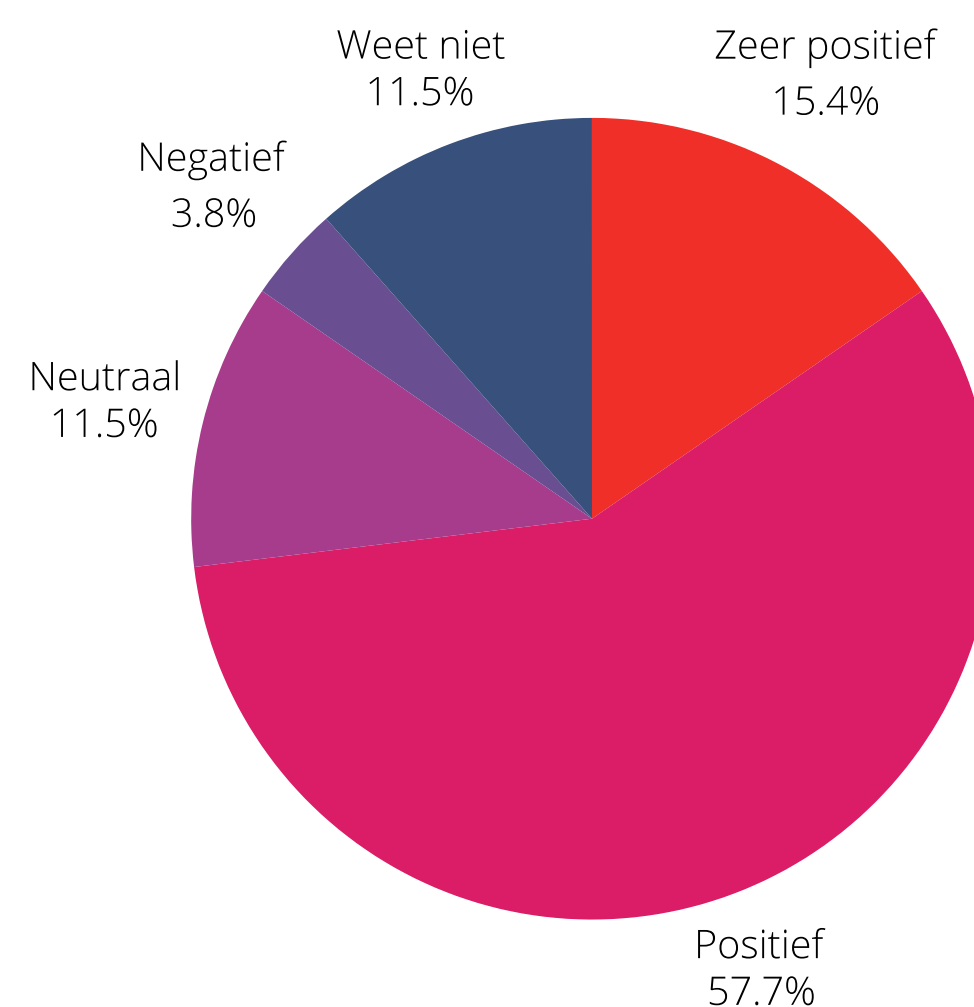


FUNCTIONEREN EN VESTIGINGSLOCATIE VAN ONDERNEMER

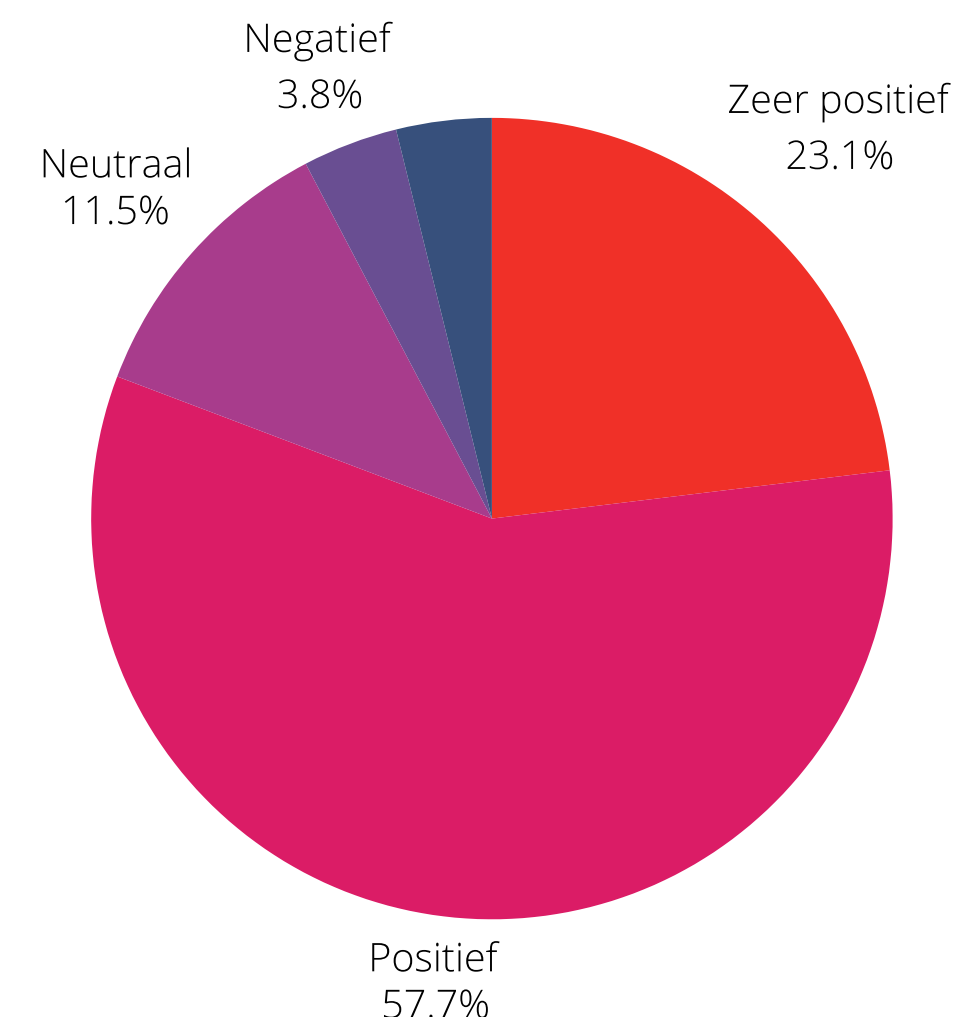
Beoordeling huidig economisch functioneren



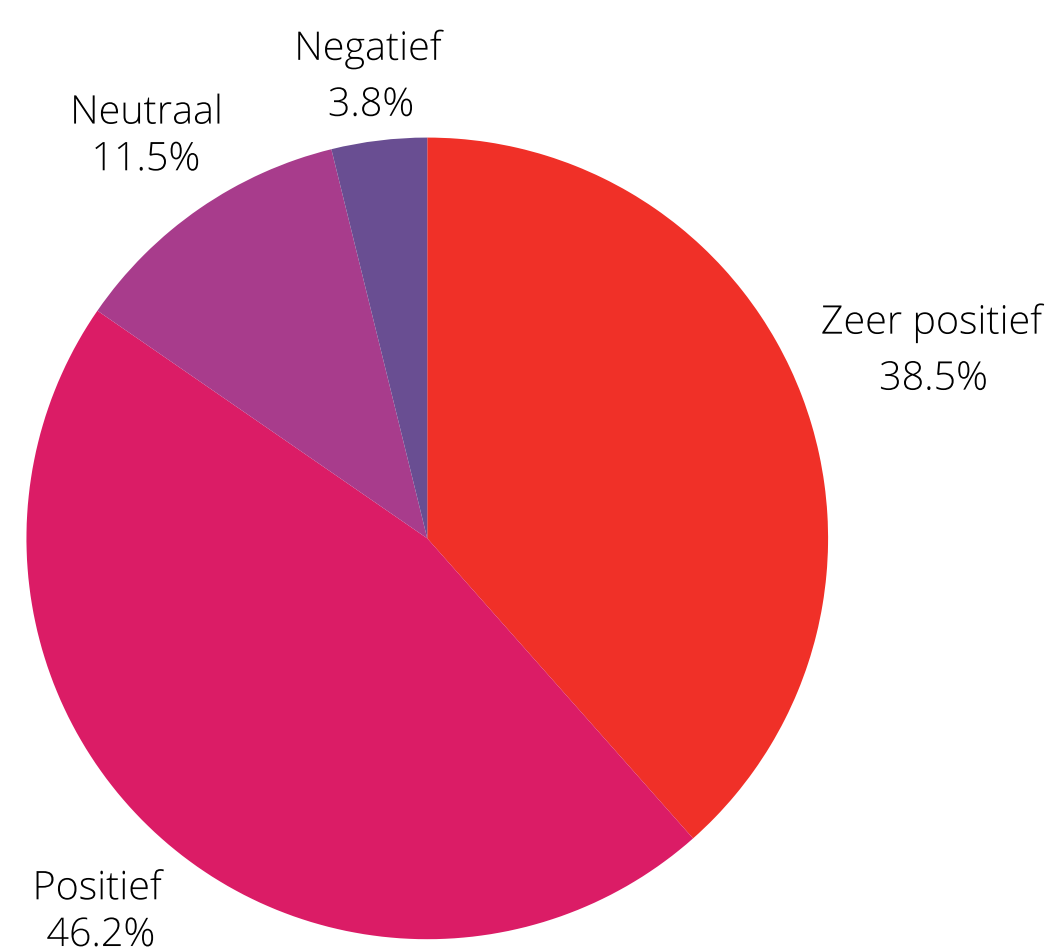
Beoordeling economisch functioneren afgelopen 5 jaar



Toekomst perspectief onderneming



Beoordeling vestigingslocatie



Beoordeling eventuele problemen van huisvesting en locatie

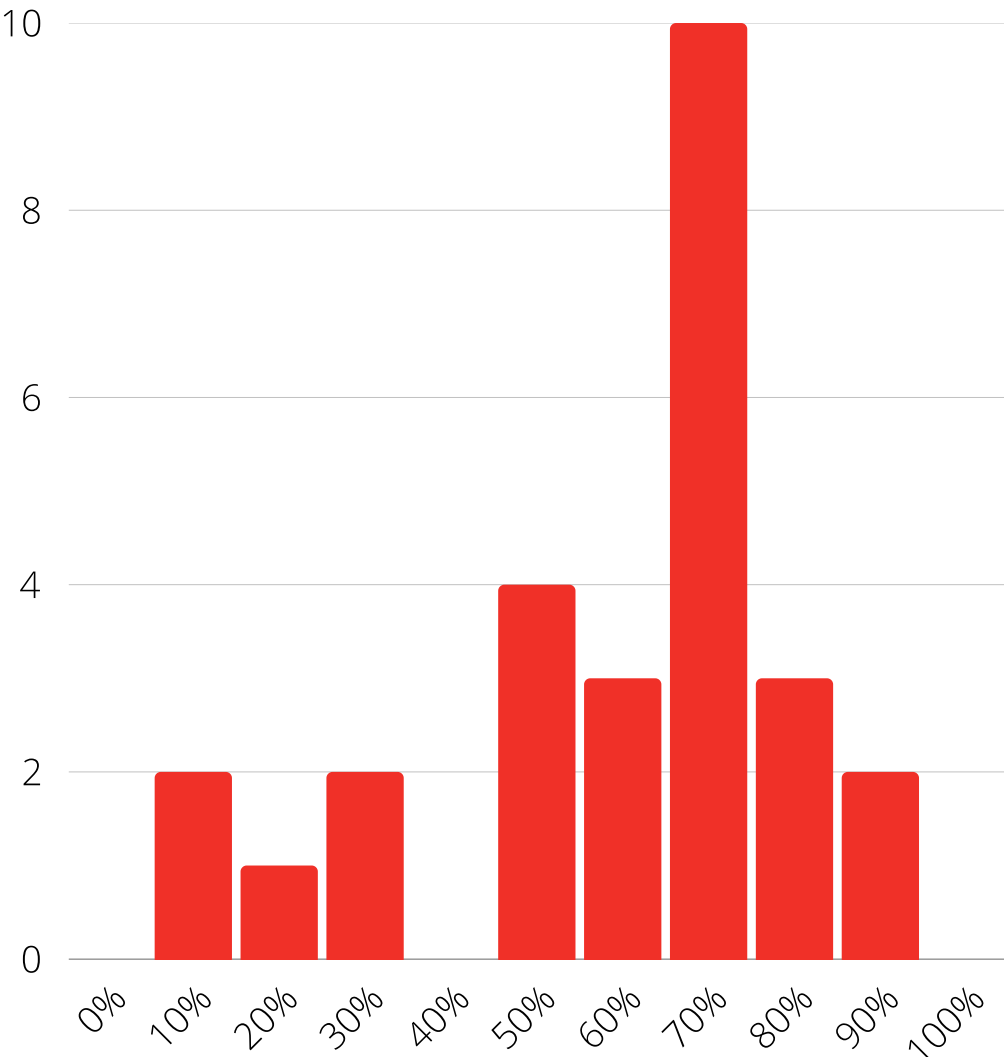


Inschatting de herkomst van omzet van onderneming als percentages van de totale jaaromzet (aantal reacties op verticale as)

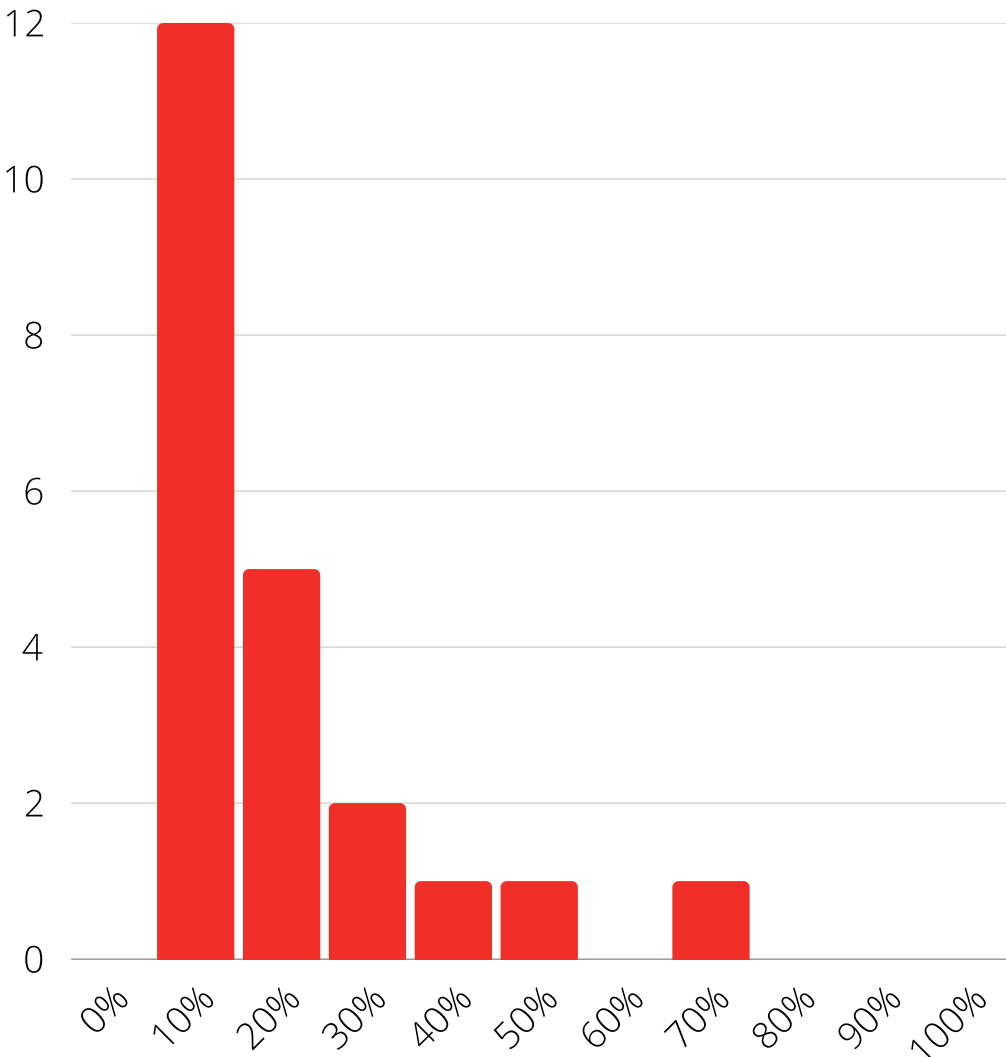
Aantal reacties



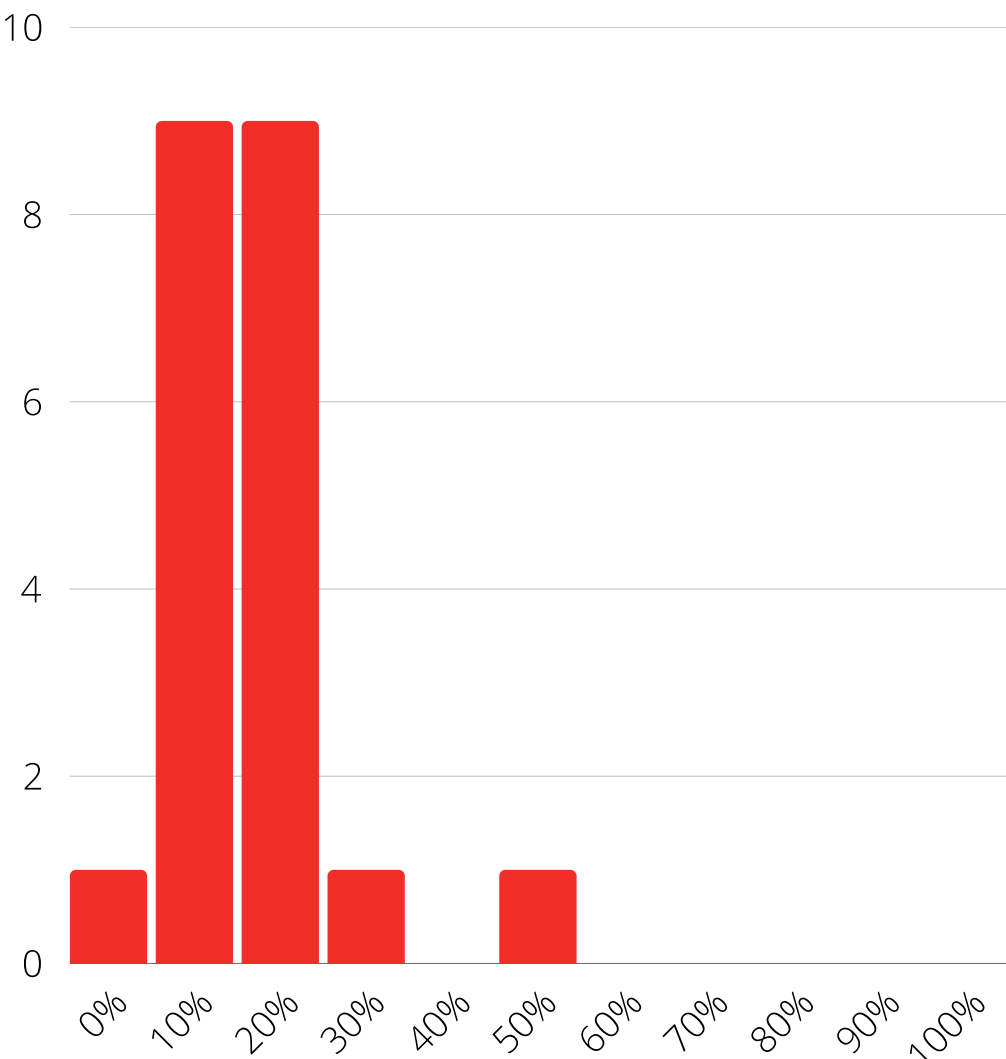
Bezoekers uit gemeente Hardinxveld-Giessendam



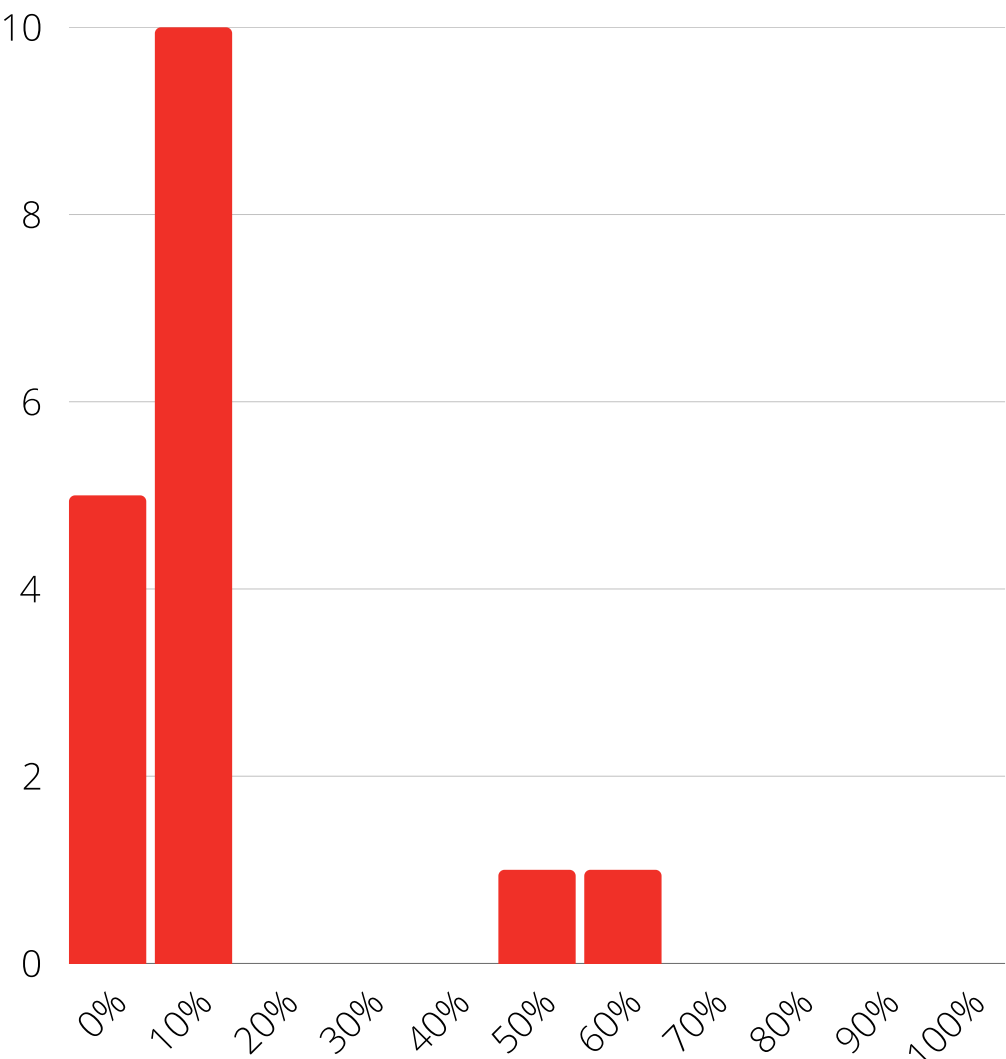
Bezoekers uit kleine kernen in omgeving



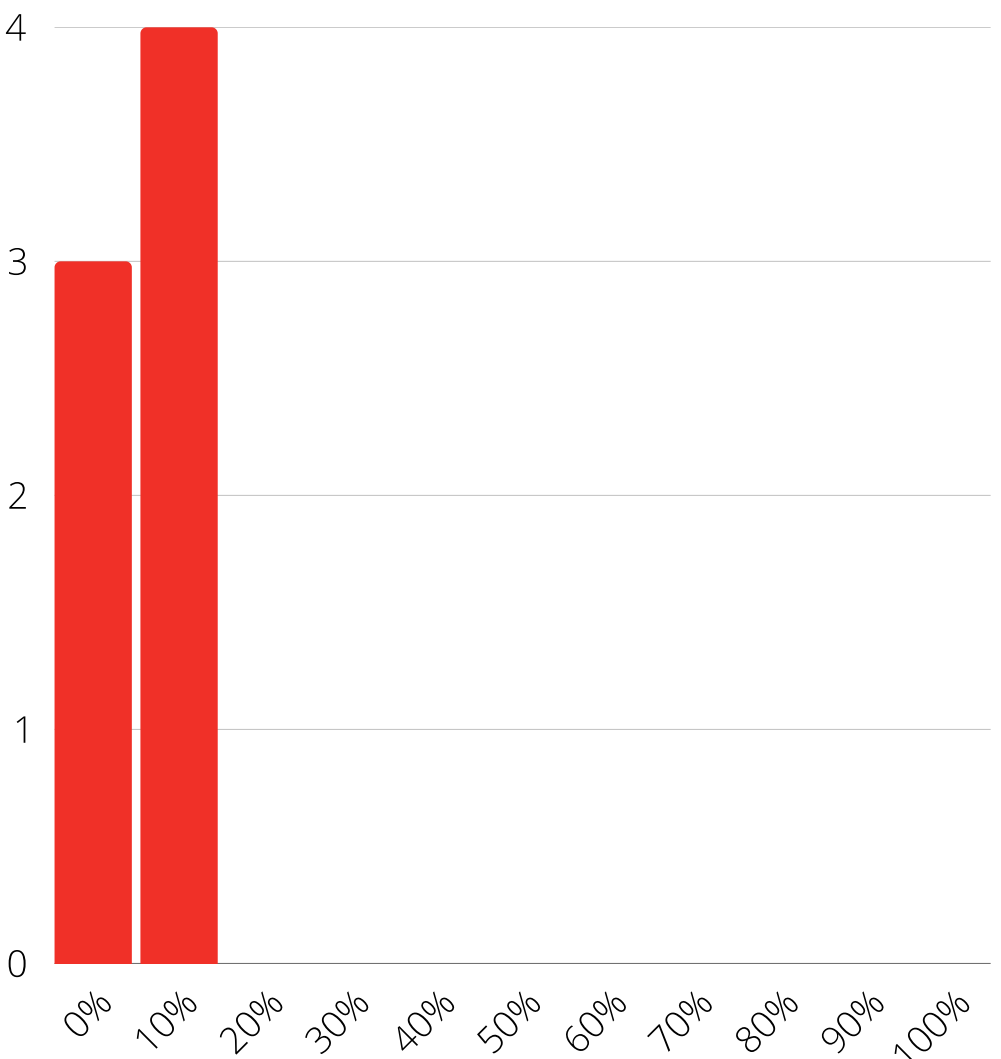
Bezoekers uit de regio



Bezoekers uit buiten de regio

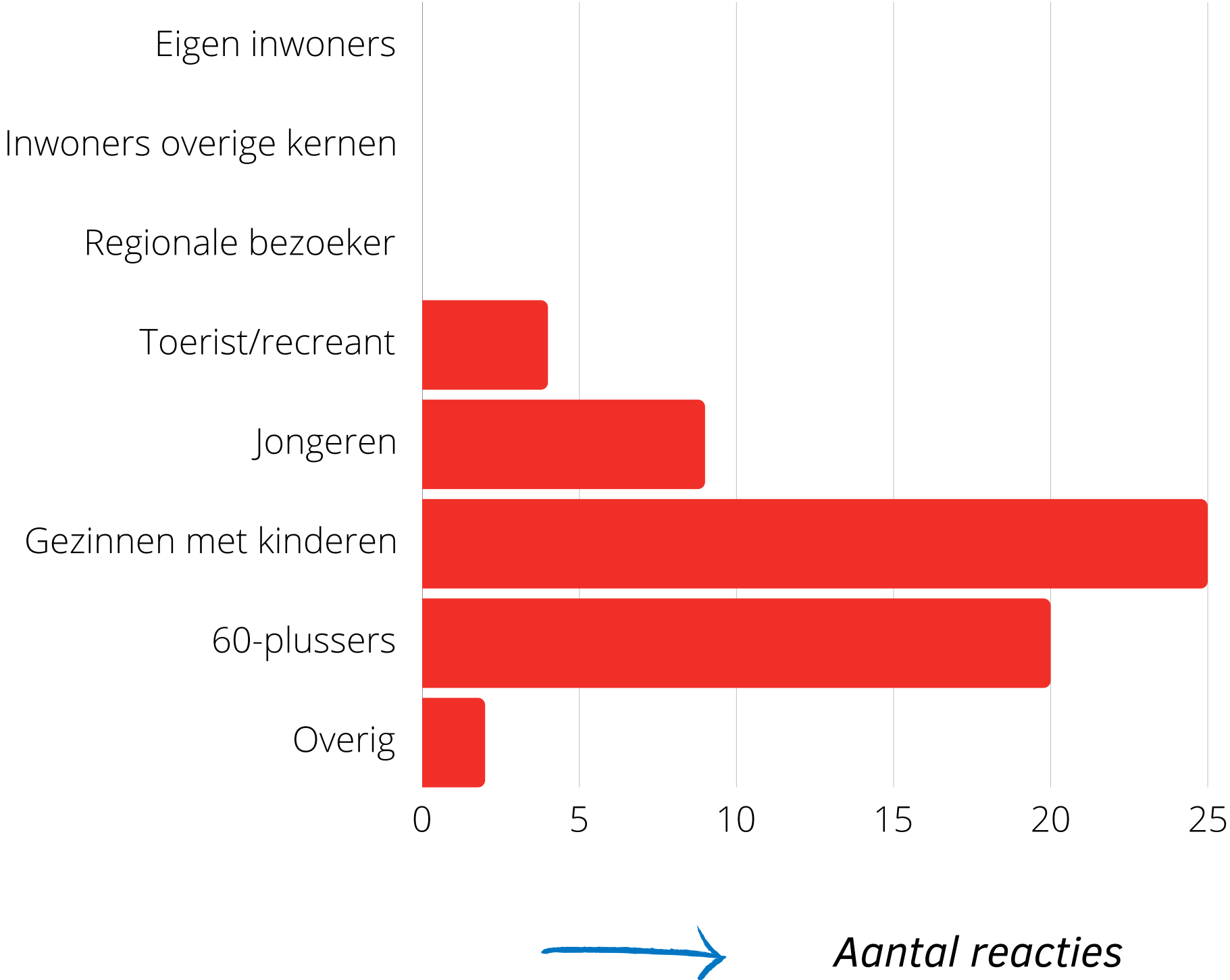


Overig

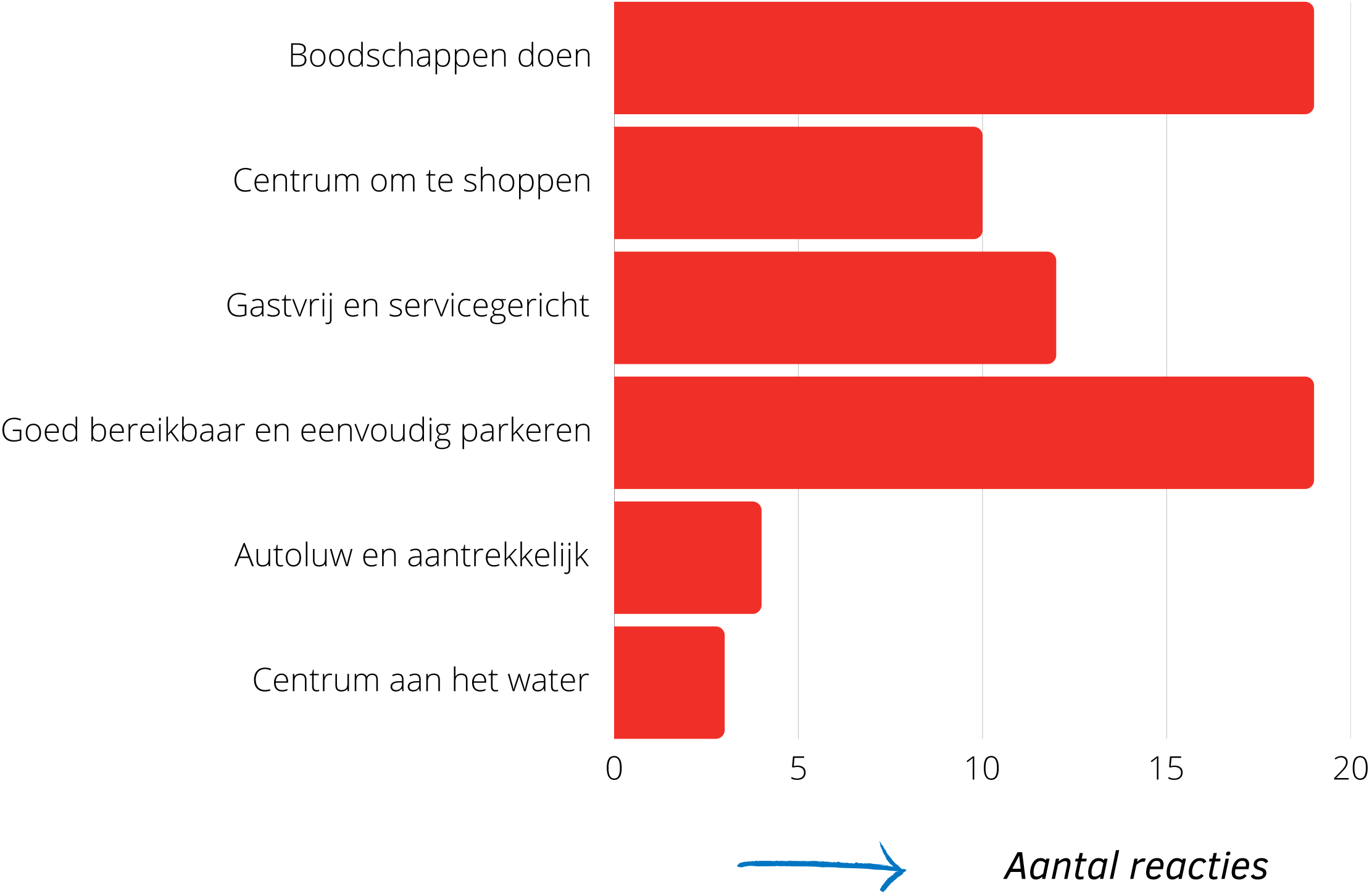


KWALITEITEN EN KNELPUNTEN

Belangrijkste doelgroep centrum
Hardinxveld



Kansrijke acties voor profilering
Hardinxveld



Centrum kwaliteiten

- 
- Het dorpse karakter en de intieme sfeer.
 - Alles ligt dicht bij elkaar en is goed bereikbaar.
 - Het centrum heeft een goed aanbod voor dagelijkse boodschappen.
 - Genoeg parkeerplekken en tevens gratis parkeren.
 - Goede service en dit is erg aantrekkelijk voor bezoekers.

Centrum knelpunten

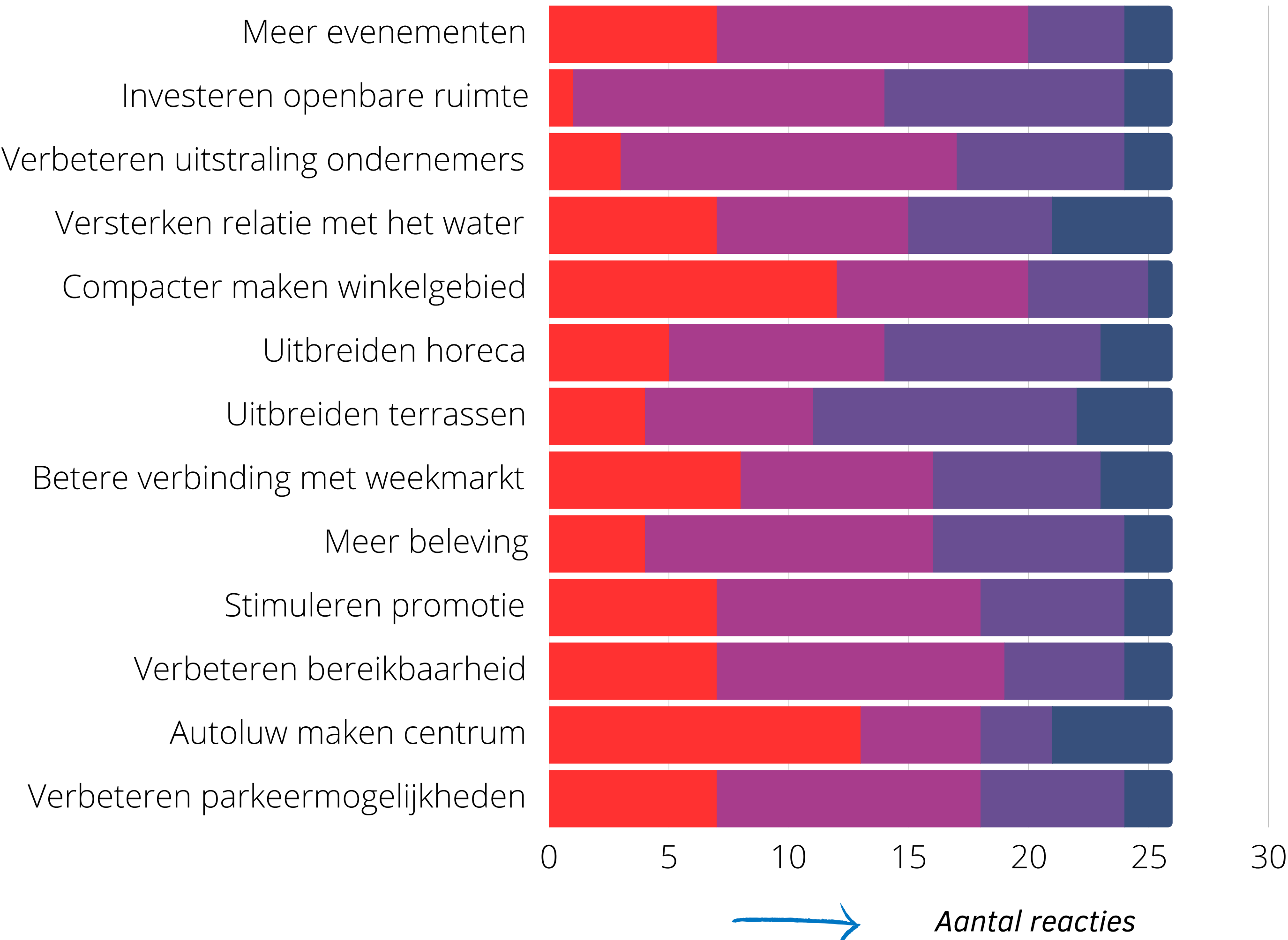
- De splitsing Peulenstraat-Talmastraat.
- Veel winkelpanden worden tot woonhuis gemaakt.
- Door de smalle straten is het lastig om te parkeren.
- Het plein moet een ontmoetingsplek van gemaakt worden. Deze plek is nu rommelig.
- Meer ruimte voor bedrijven om te laden en lossen.
- Weinig mogelijkheden tot uitbreiding centrum.
- Op het plein mist sfeer en het is onaantrekkelijk om te verblijven.

Aantrekkelijkheid verbeteren

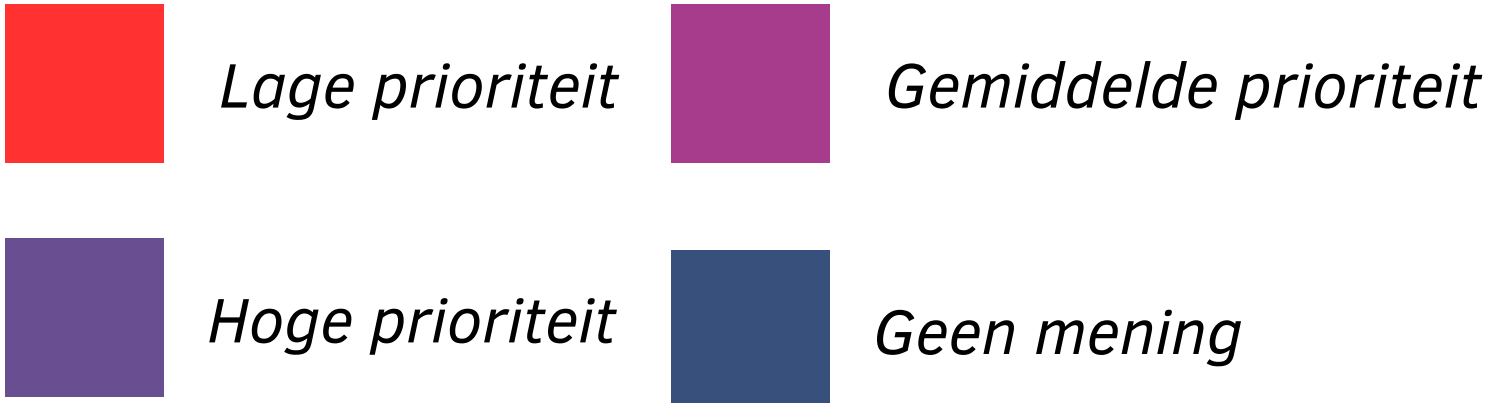
- Een horecaterras op Den Bogerd.
- Meer groen plaatsen.
- Meer horeca en kledingzaken terug in het centrum brengen.
- Een speeltuin in het centrum.
- Versterking van het aanbod: winkeldiversiteit.
- Meer recreatie in het centrum mogelijk maken.
- Meer binding tussen het centrum en het water.
- Meer ruimte voor bedrijven om te laden en lossen.



**Actielijst verbetering centrum
Hardinxveld-Giessendam en prioriteit**



Legenda



Top 5 hoogste prioriteit

- *Uitbreiden terrassen*
- *Investeren openbare ruimte*
- *Uitbreiden horeca*
- *Verbeteren uitstraling ondernemers*
- *Meer beleving*

Aanvullende acties

- *Duurzaamheid*
- *Verkeersveiligheid*



Gemeente
Hardinxveld-Giessendam



RESULATEN ENQUÊTE BEZOEKERS

CENTRUM HARDINXVELD-GIESSENDAM: 433 REACTIES



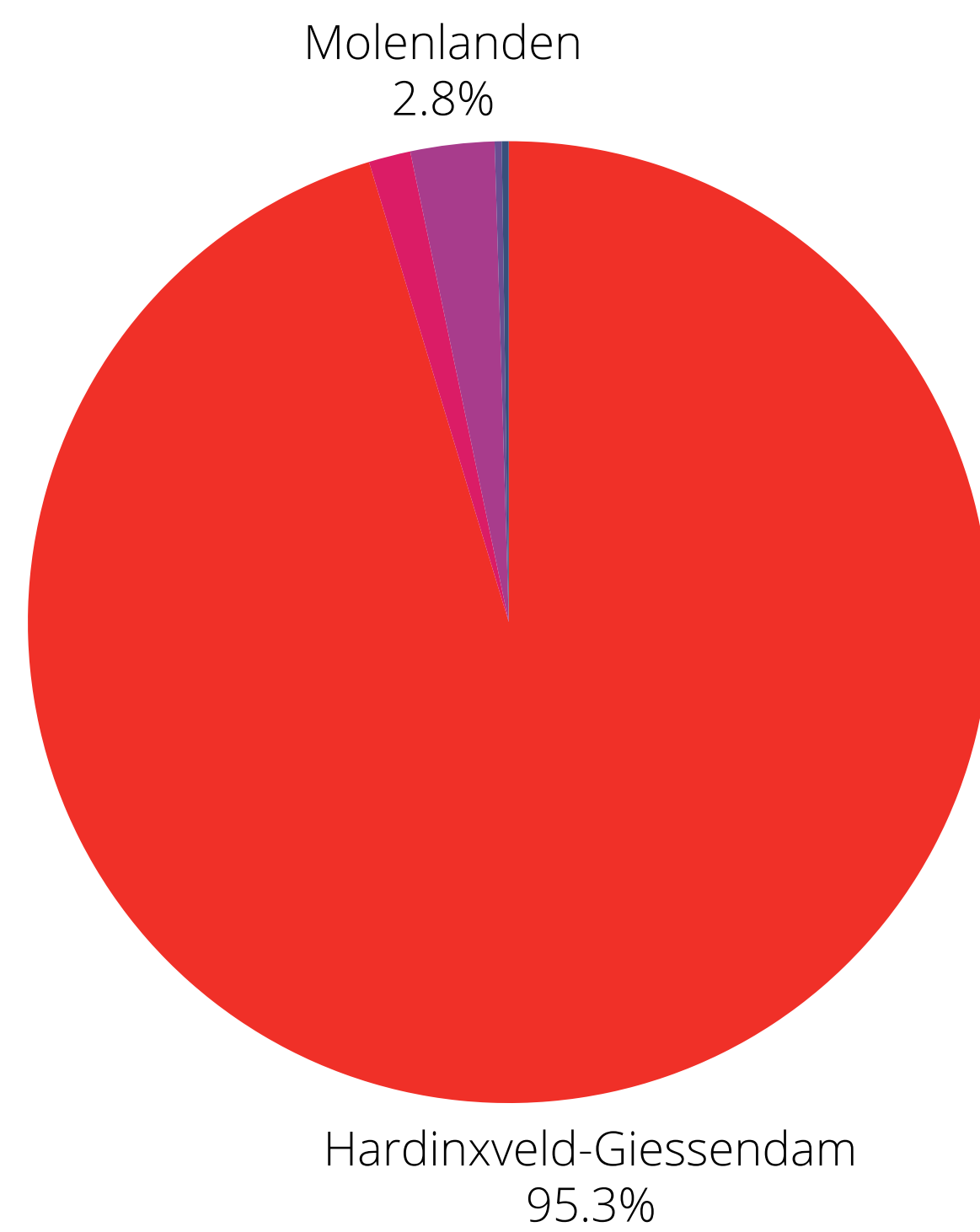
*Enquête bezoekers over centrum
Hardinxveld-Giessendam*

Respons periode: April - mei 2024

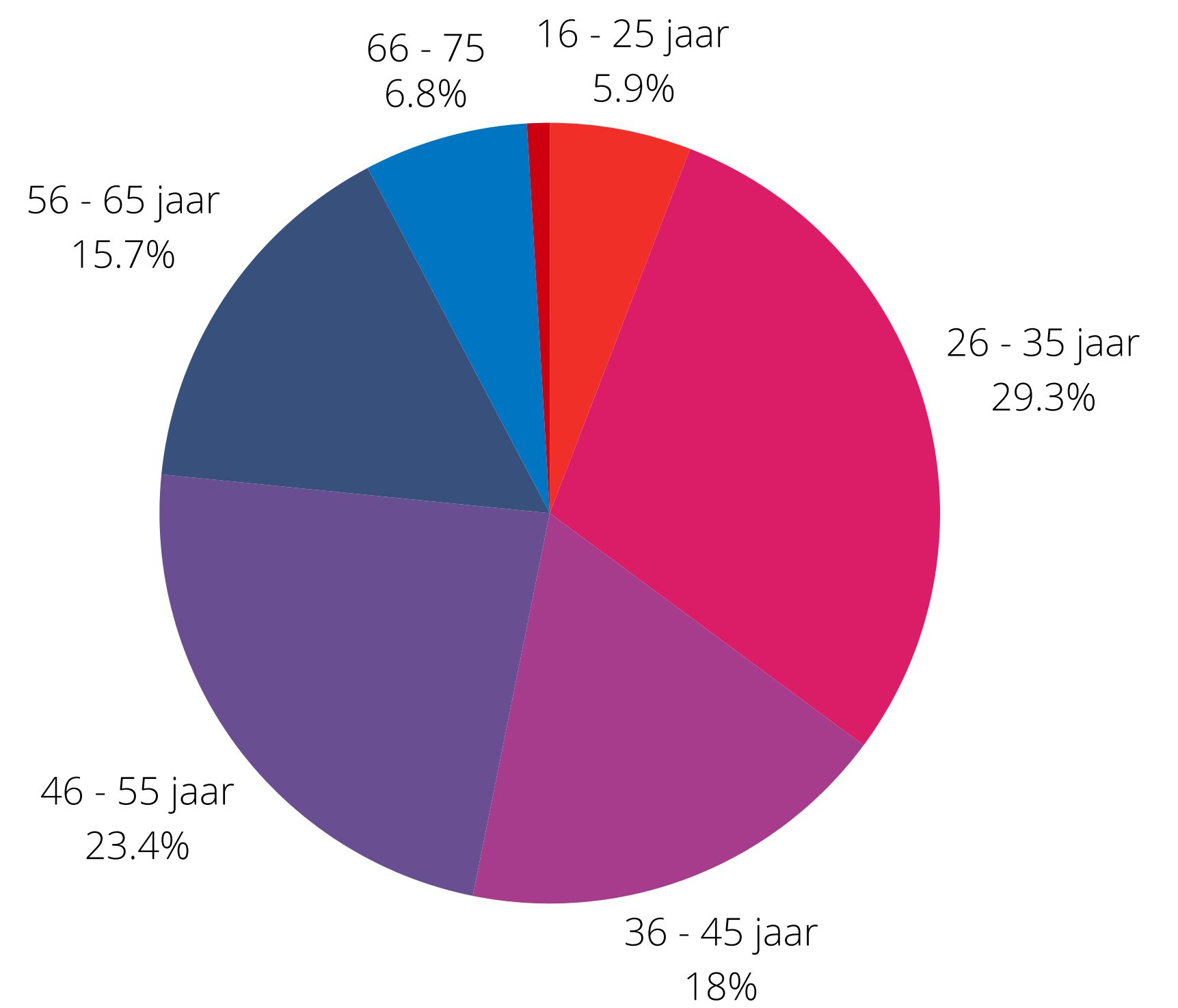
Aantal ingevulde enquêtes: 433

Bewerking door StadsKracht & RuimteVerhaal

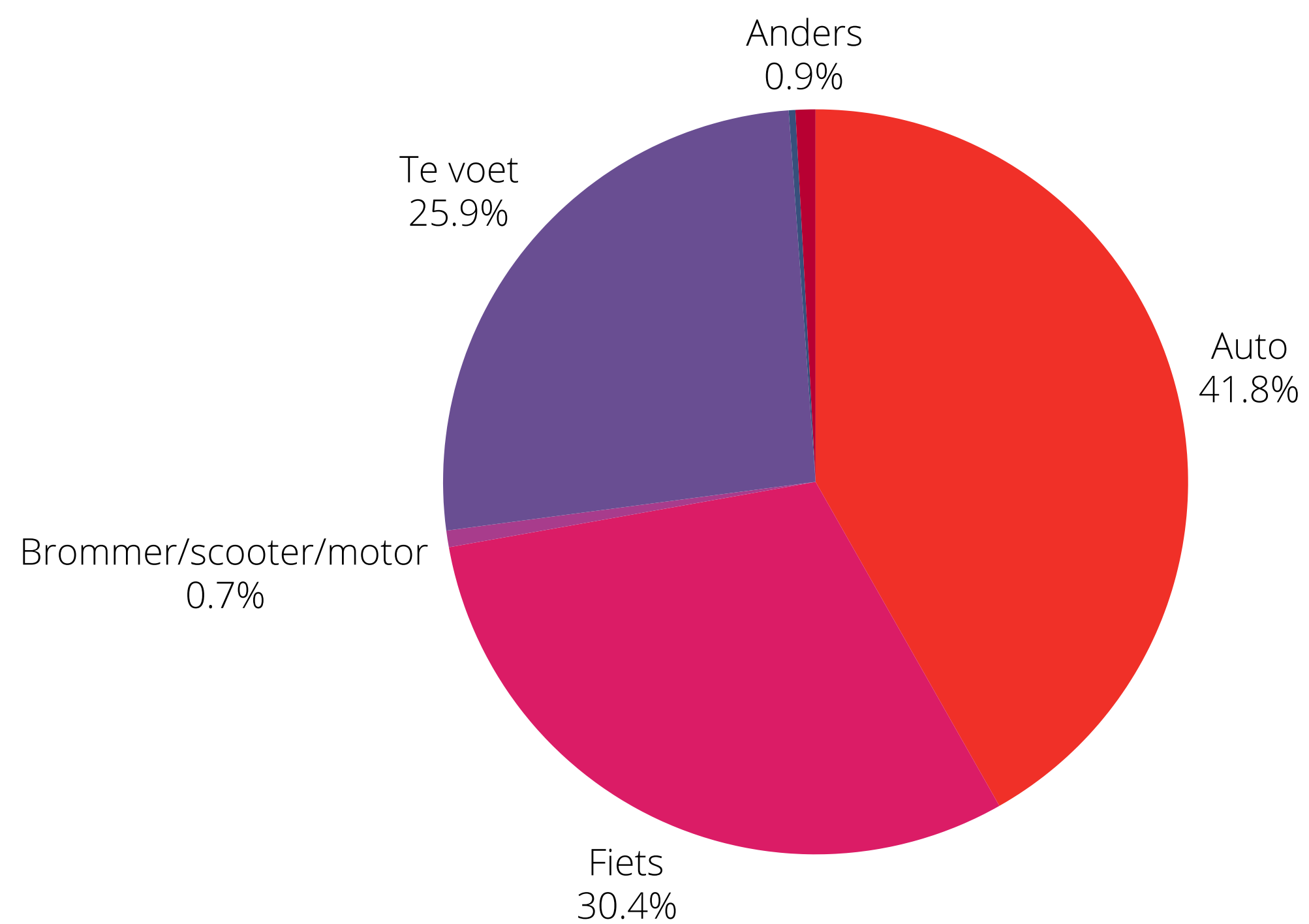
Herkomst bezoeker



Leeftijd

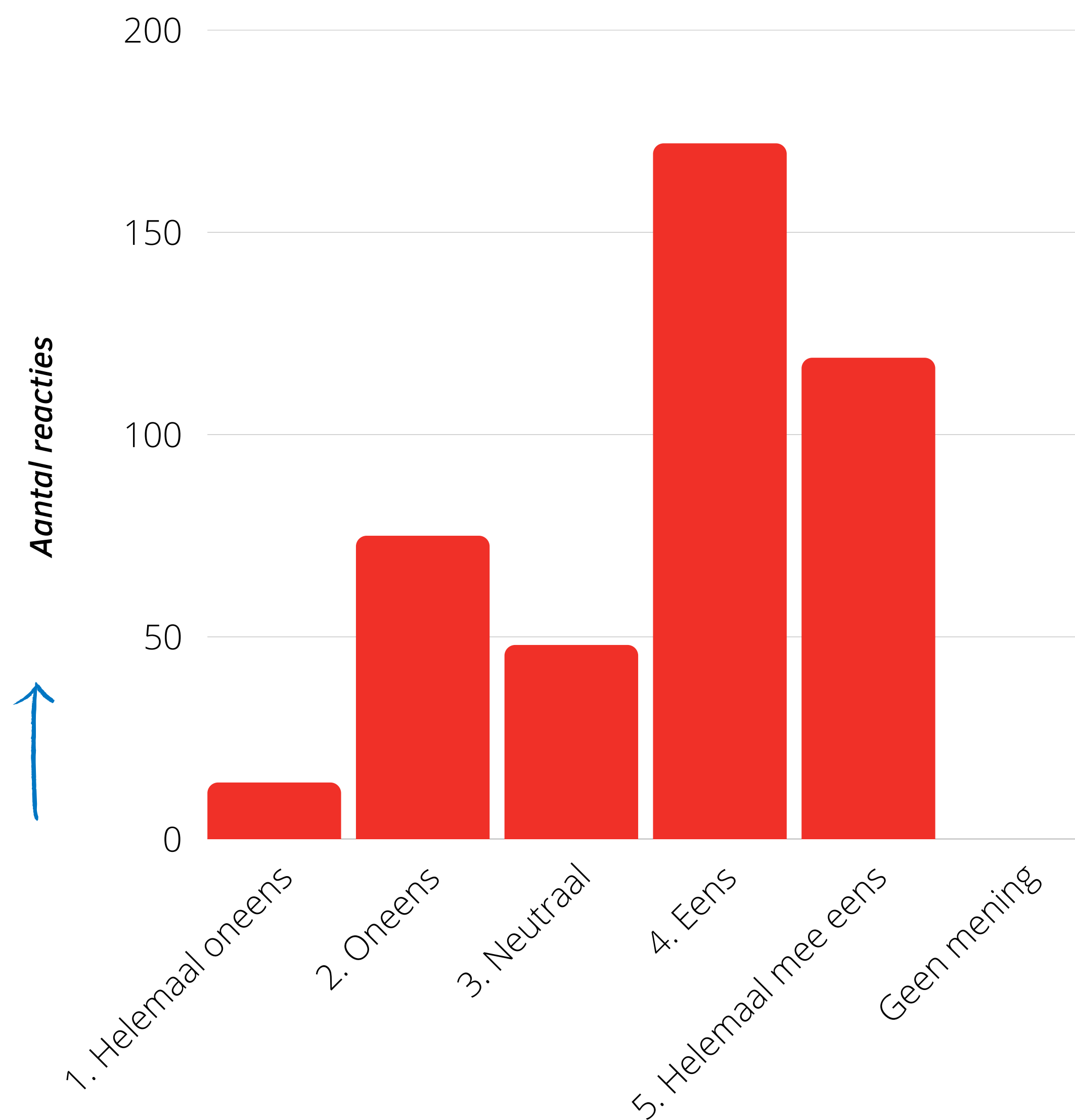


Vervoermiddel naar het centrum

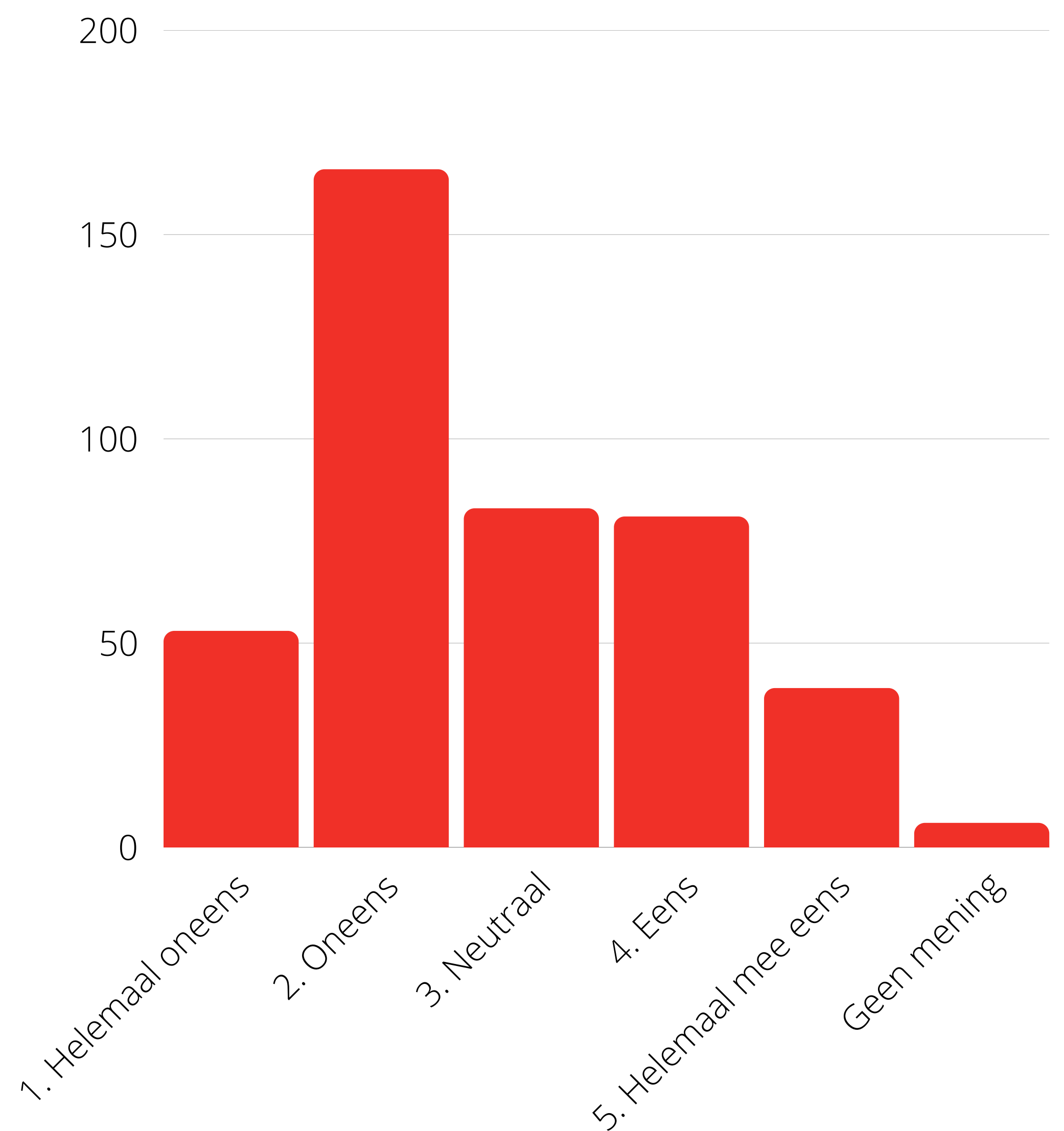


STELLINGEN

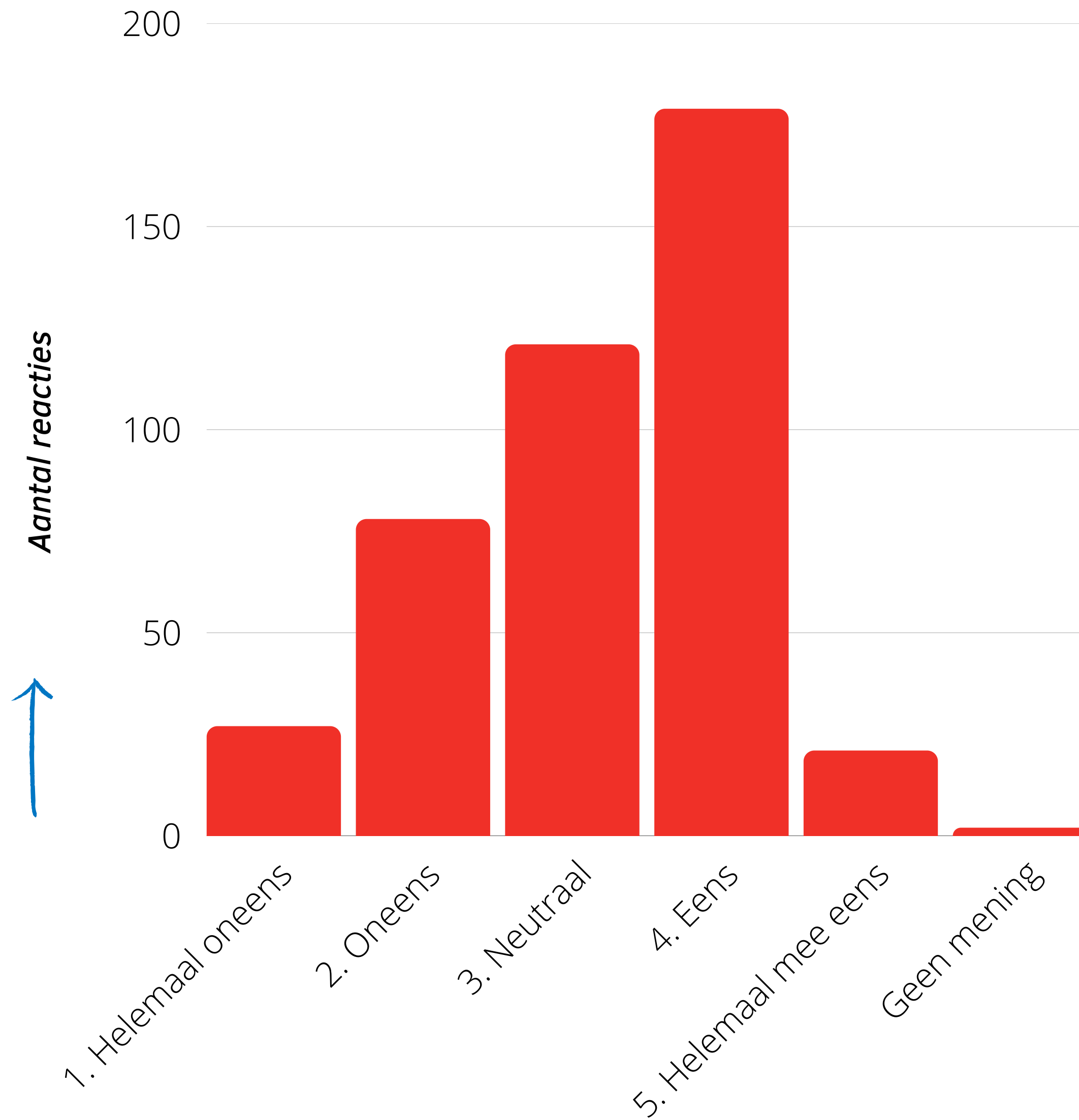
"Het boodschappen aanbod in Hardinxveld-Giessendam is compleet (supermarkten en vers)."



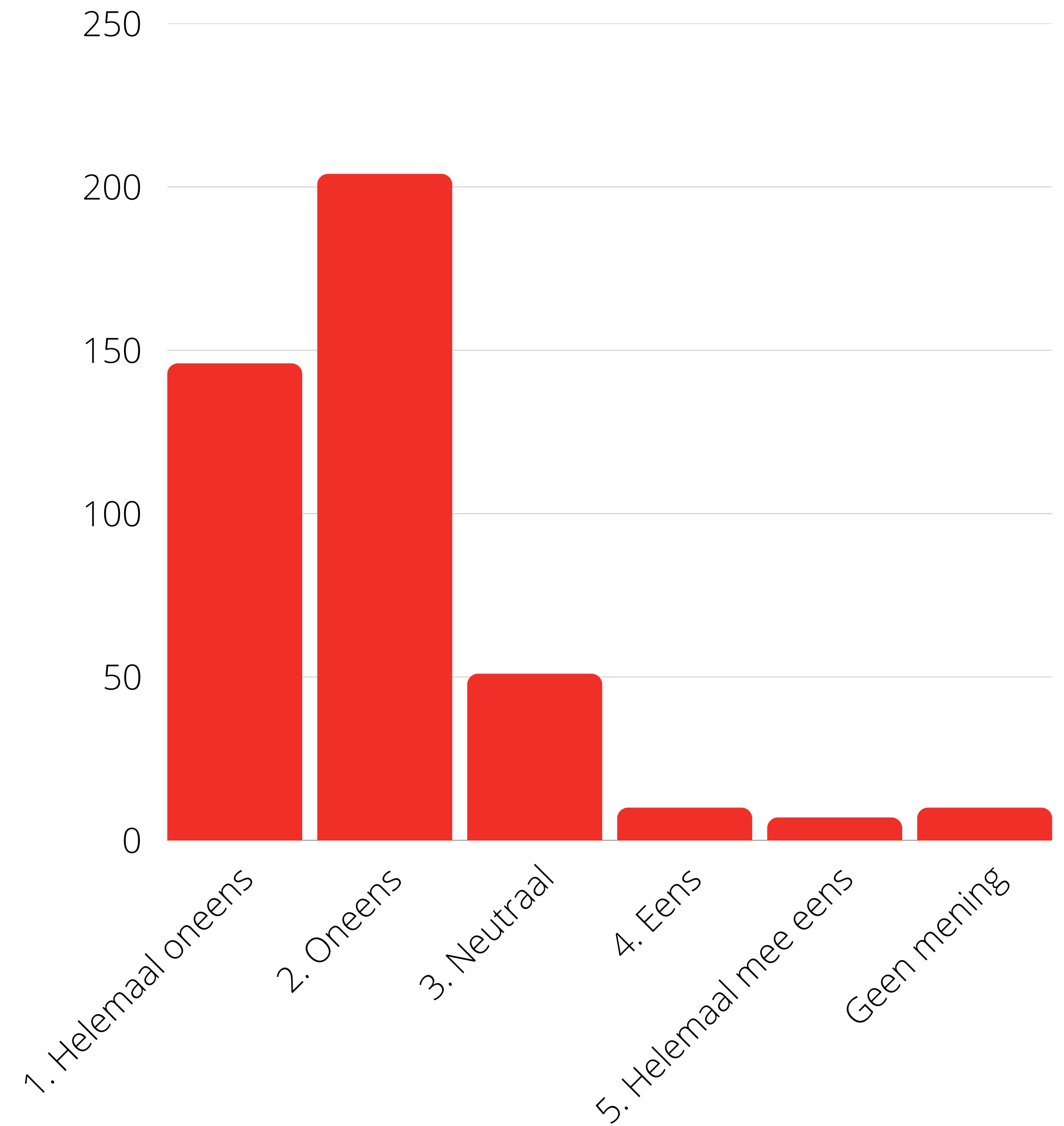
"De winkels in het centrum liggen te ver uit elkaar."



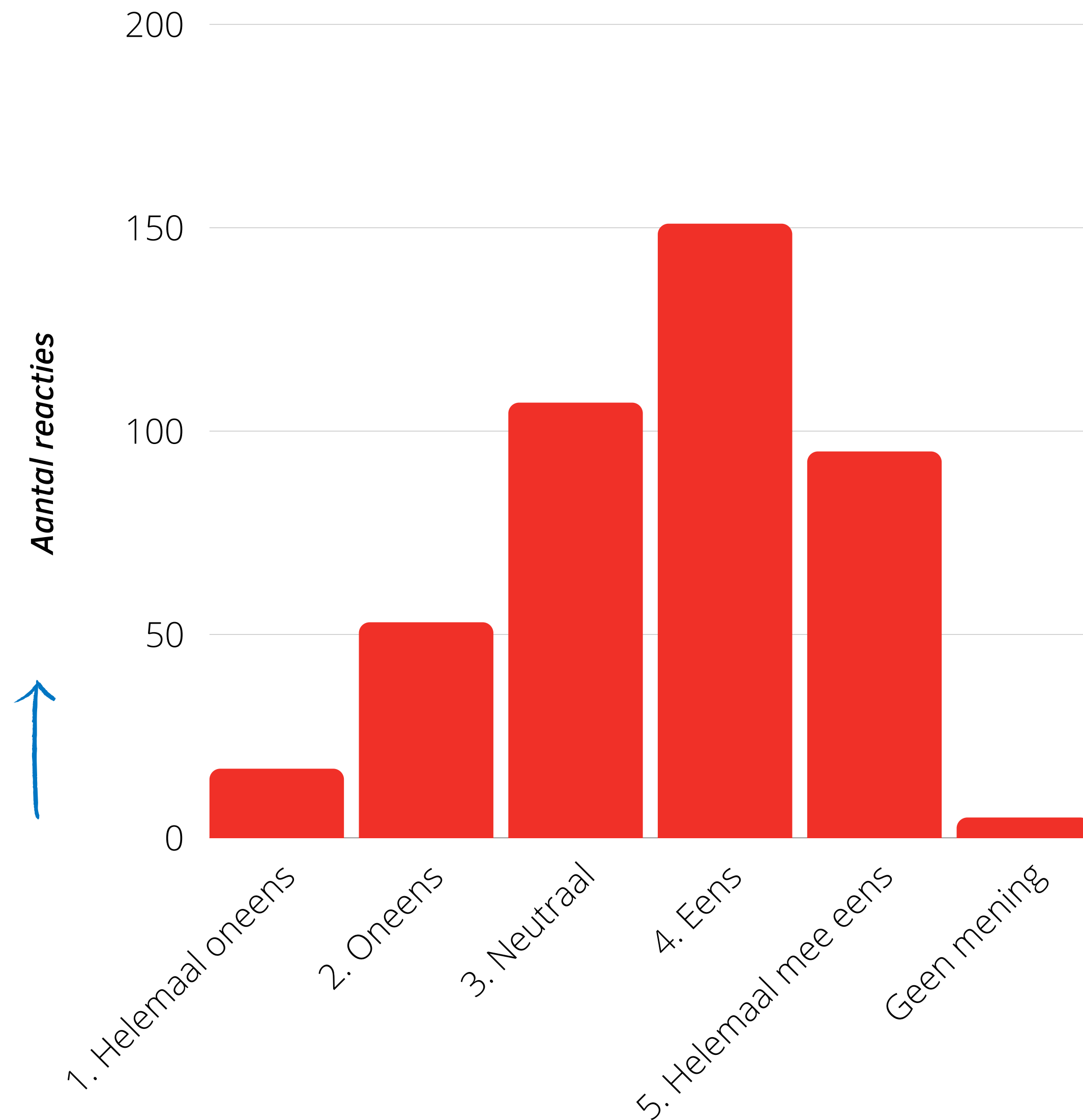
"Het centrum heeft een verzorgde uitstraling (goed onderhouden, schoon en veilig)."



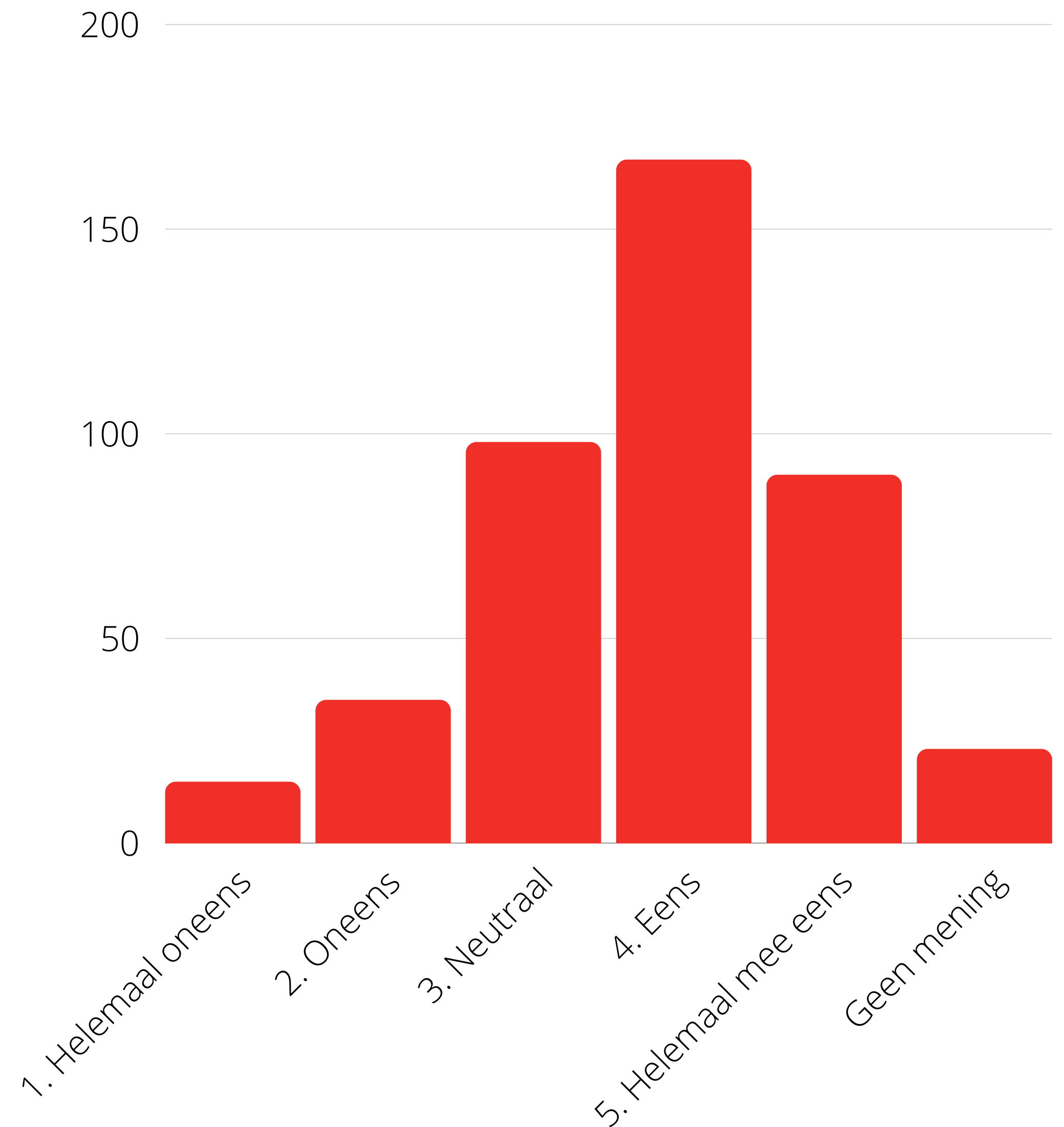
"De openbare ruimte in het centrum nodigt uit om langer te blijven."



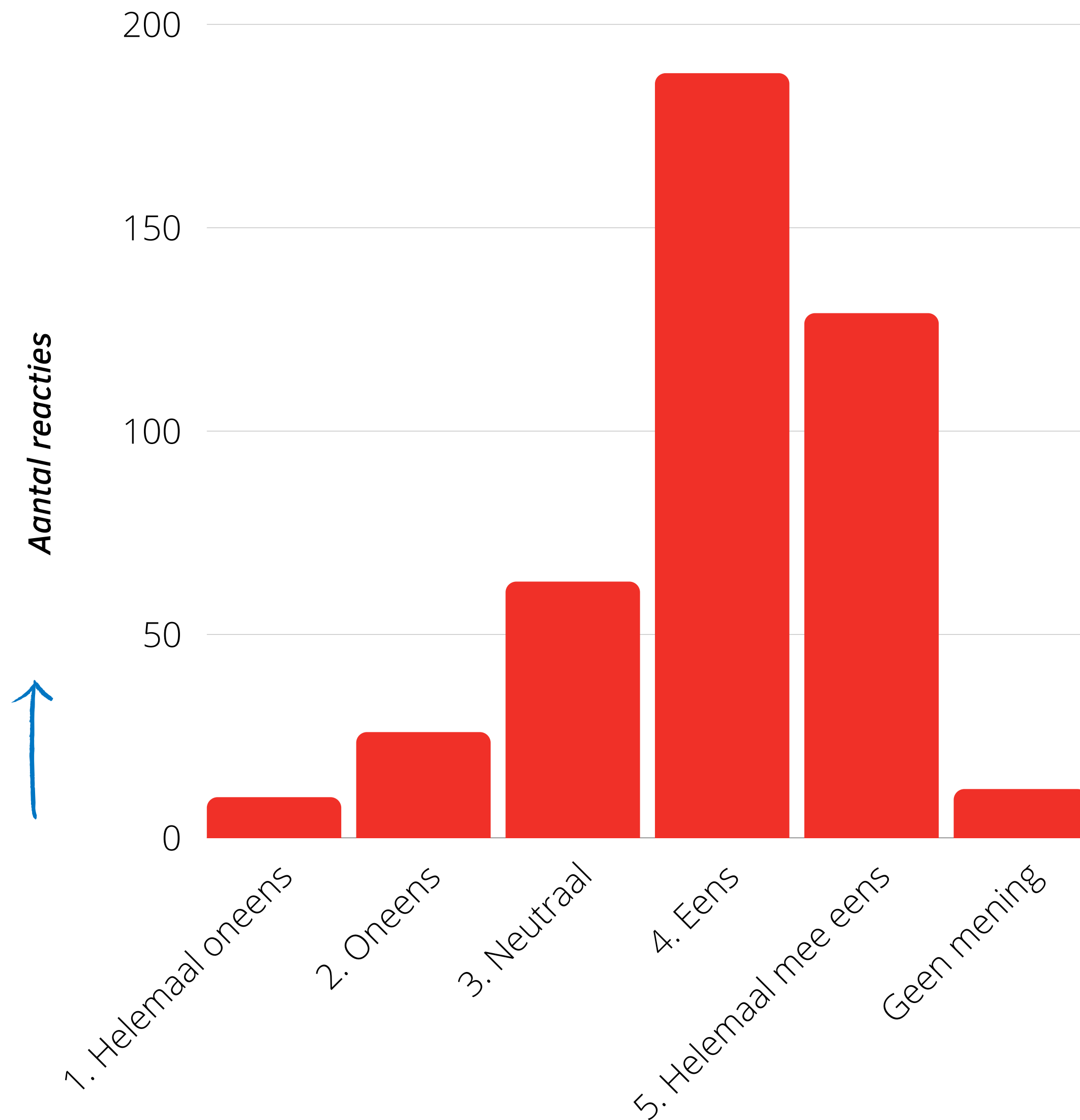
"De komende jaren is het belangrijk om te investeren in meer groen."



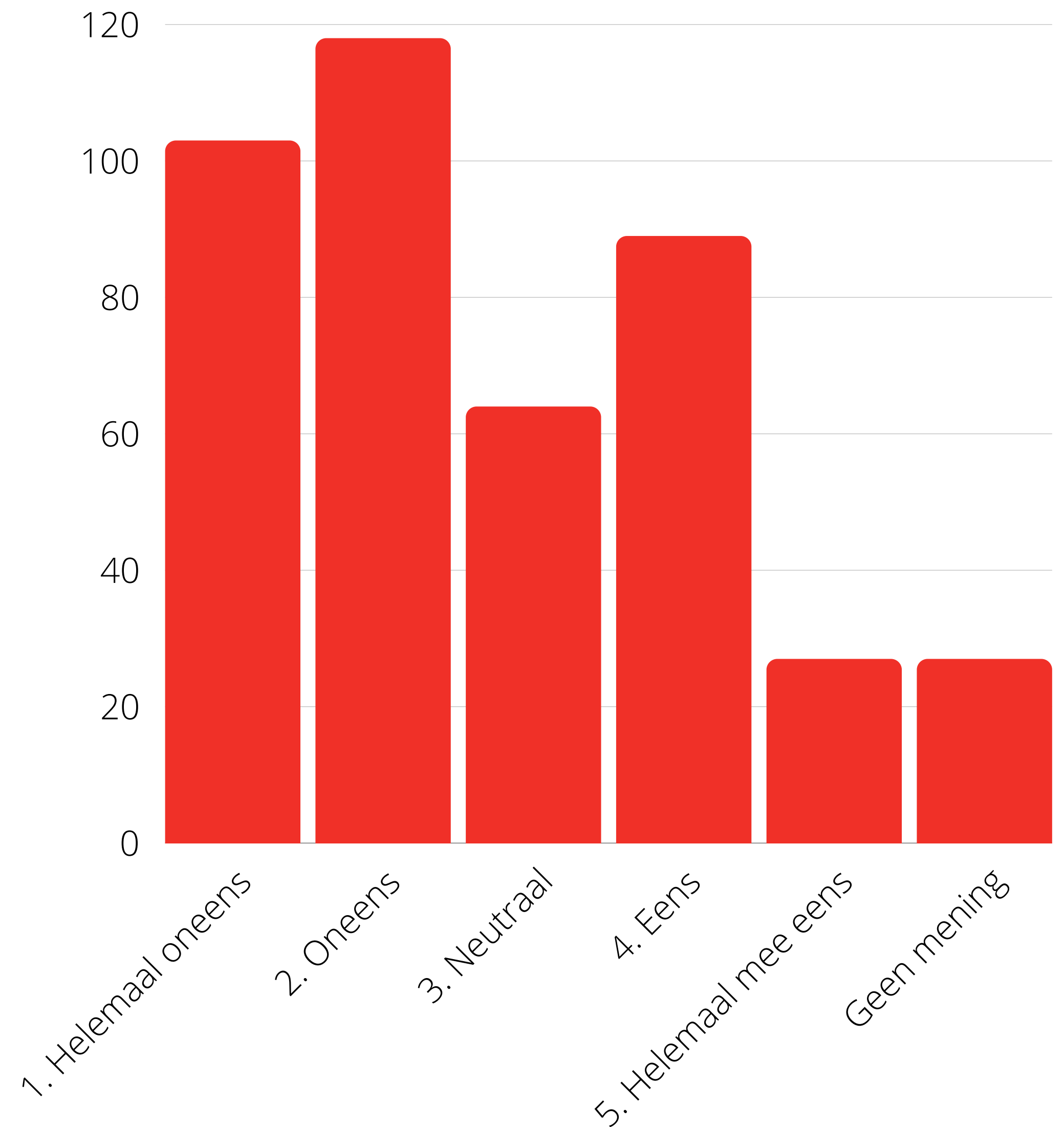
"Het centrum van Hardinxveld-Giessendam moet investeren in een identiteit/onderscheidenheid."



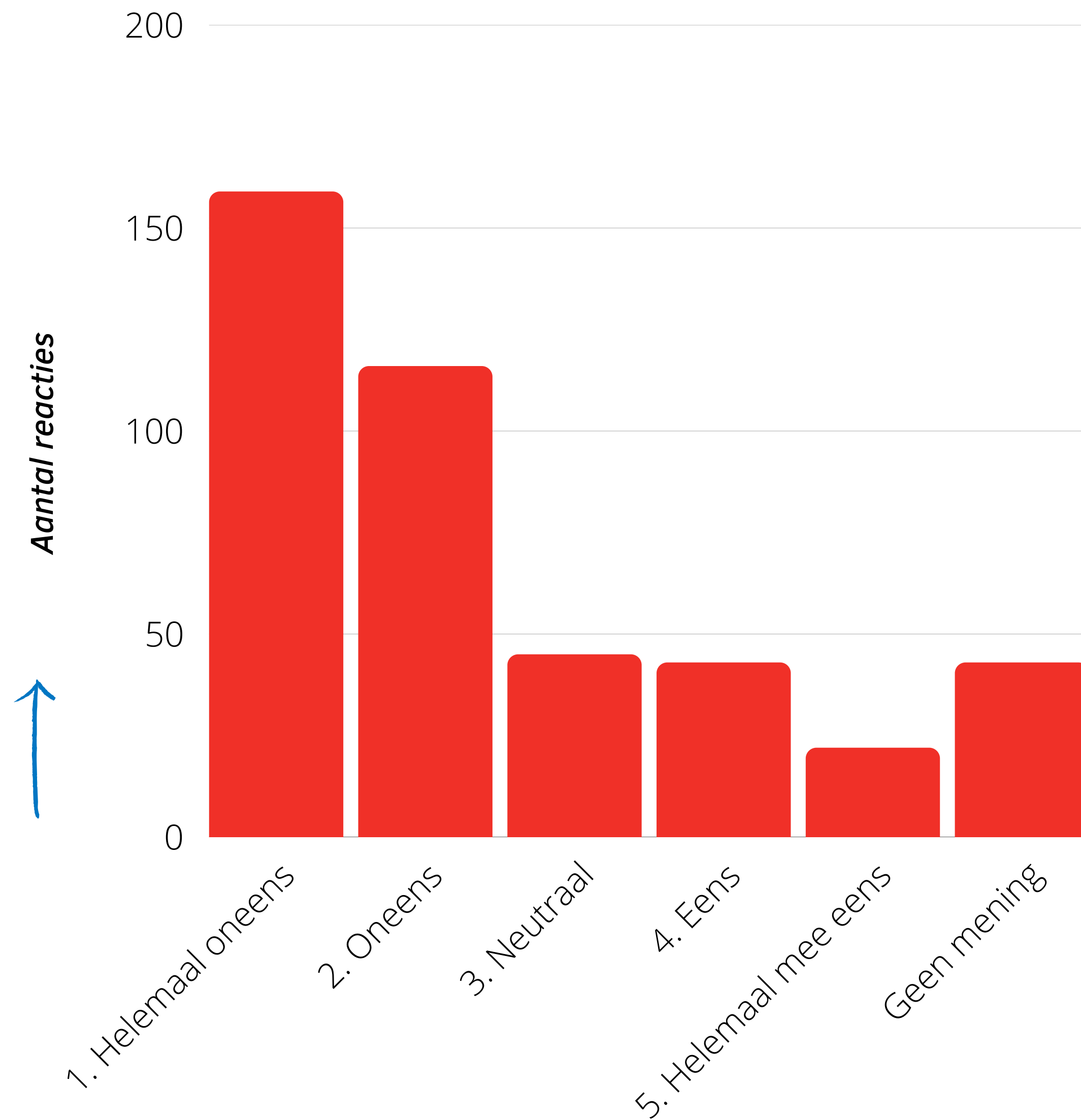
"Het water (de Giessen) kan gebruikt worden om het centrum aantrekkelijker te maken."



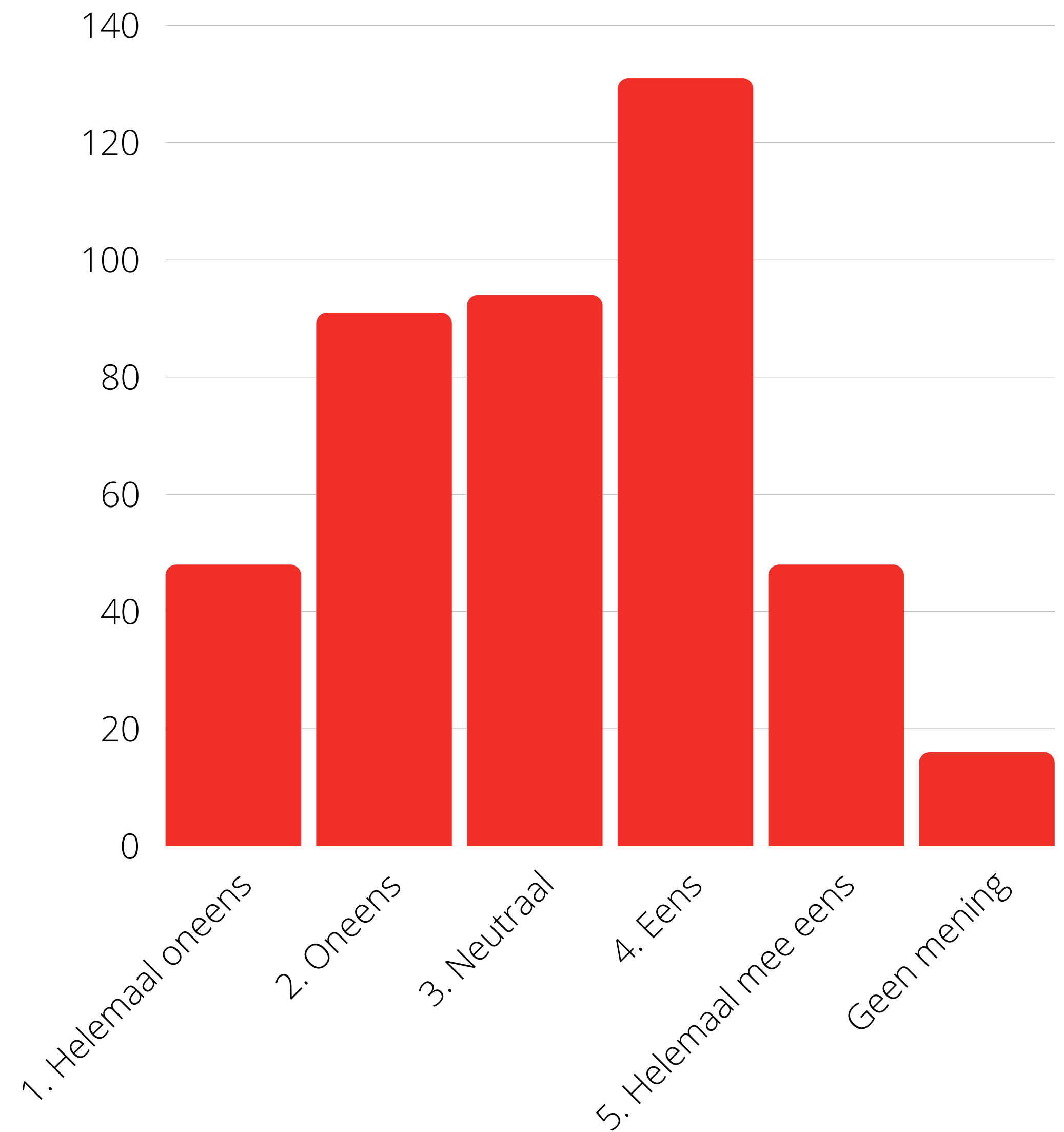
"Ik combineer het bezoek aan de winkels in het centrum soms tot regelmatig met een bezoek aan bijvoorbeeld de kapper."



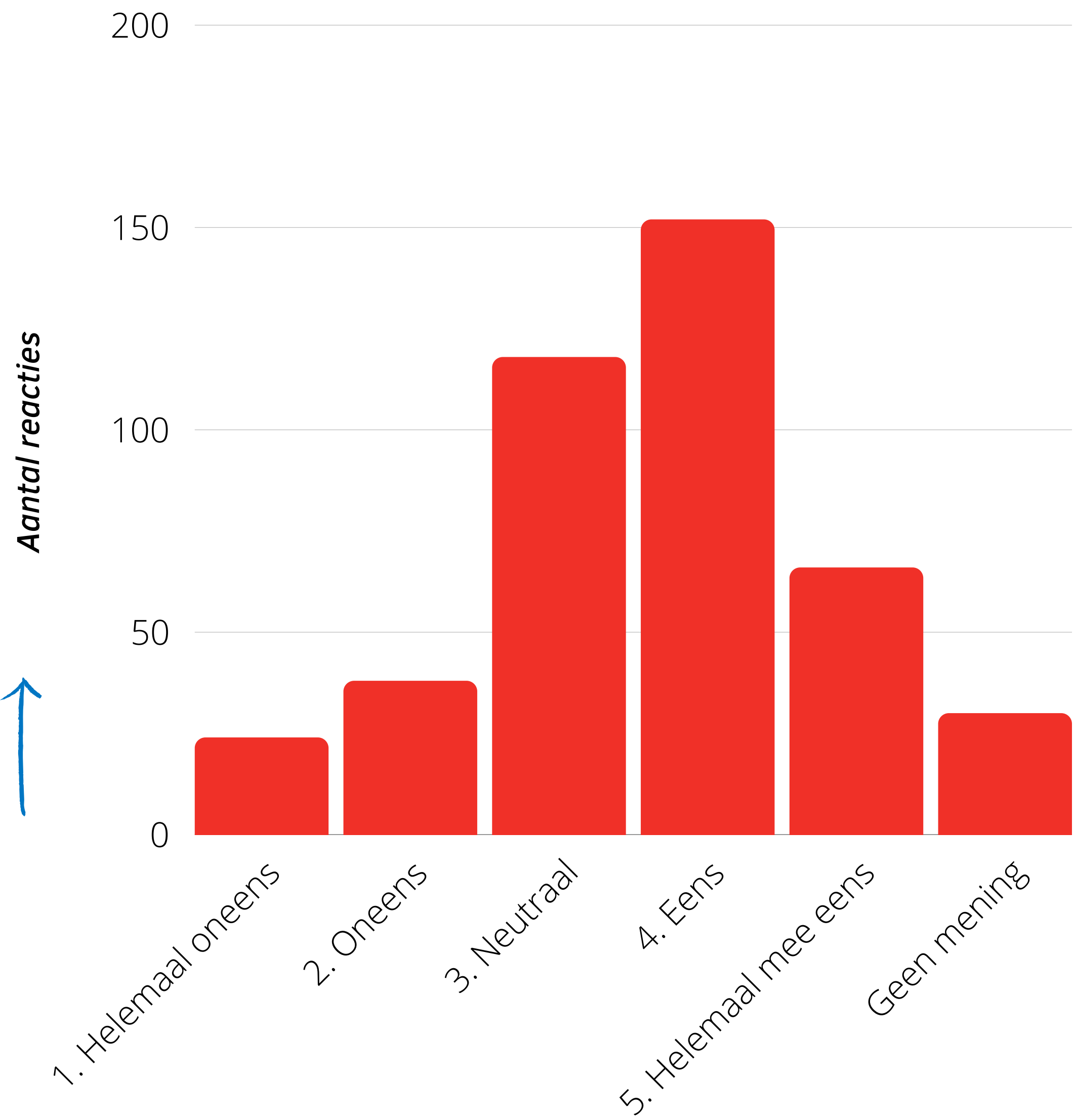
"Ik combineer het bezoek aan de winkels in het centrum soms tot regelmatig met recreatieve doeleinden, bijvoorbeeld horeca."



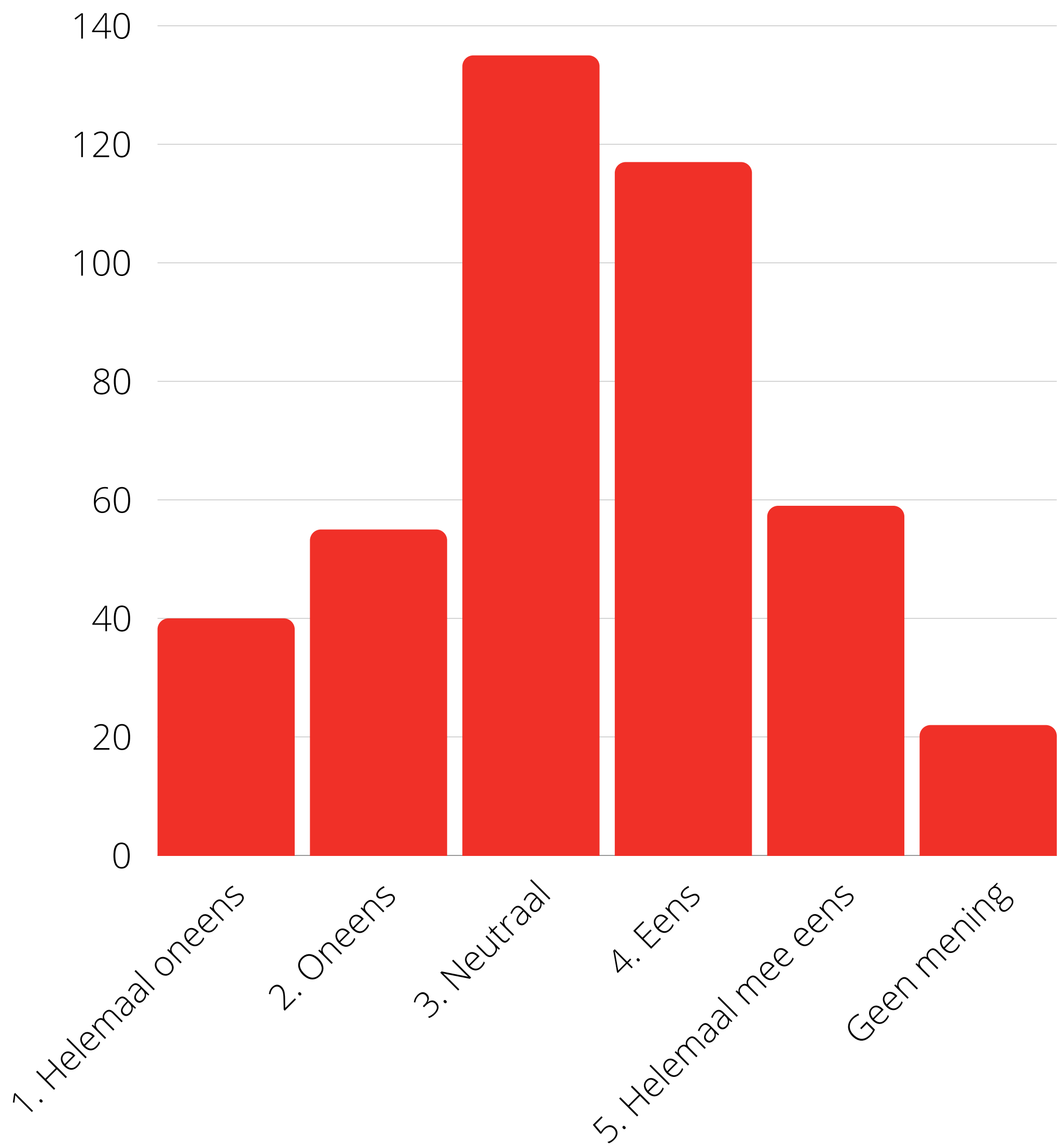
"Het centrum is goed bereikbaar en ik vind er altijd een parkeerplek."



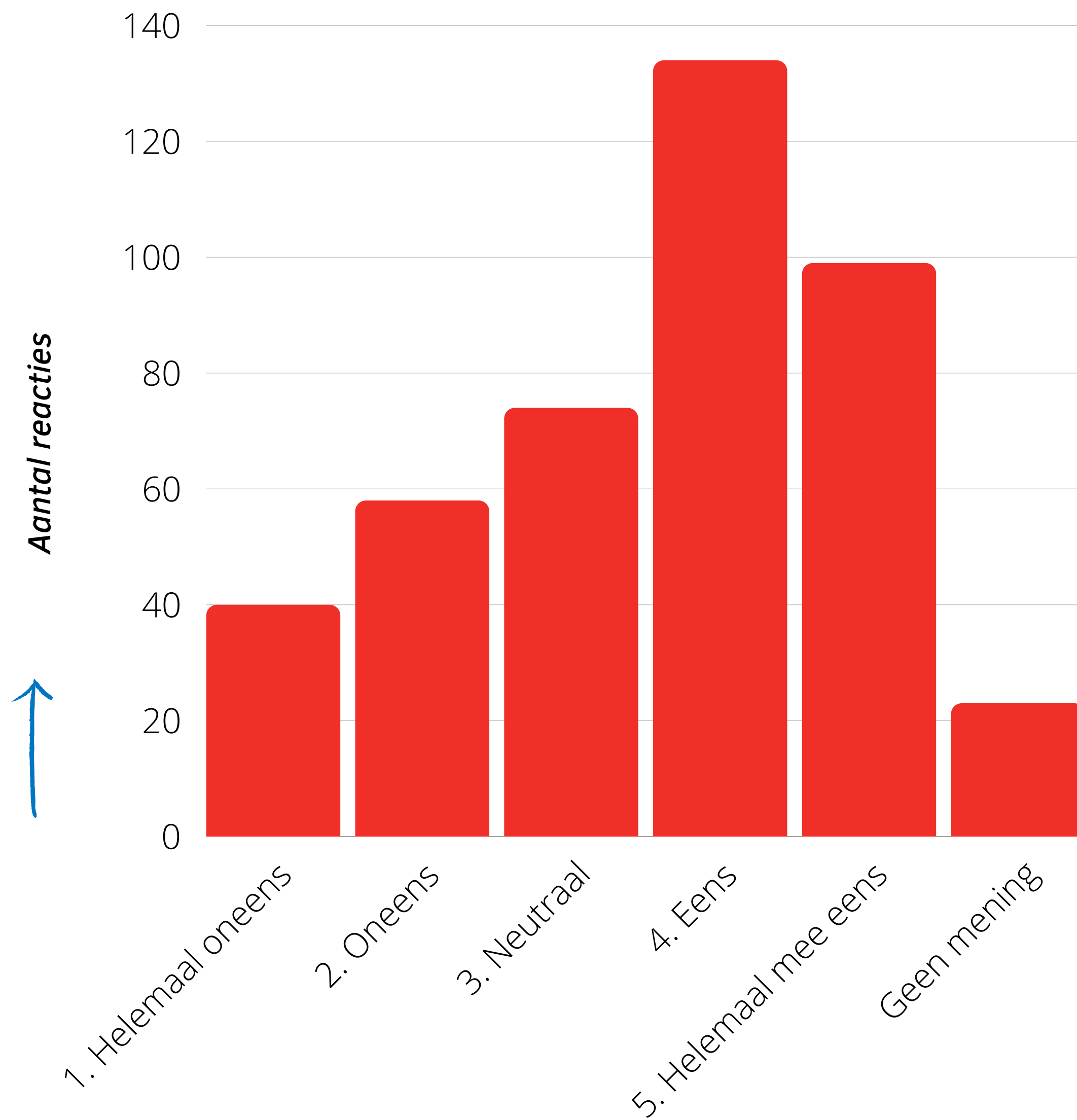
"In het centrum weet ik de weg goed te vinden: de bewegwijzering is duidelijk."



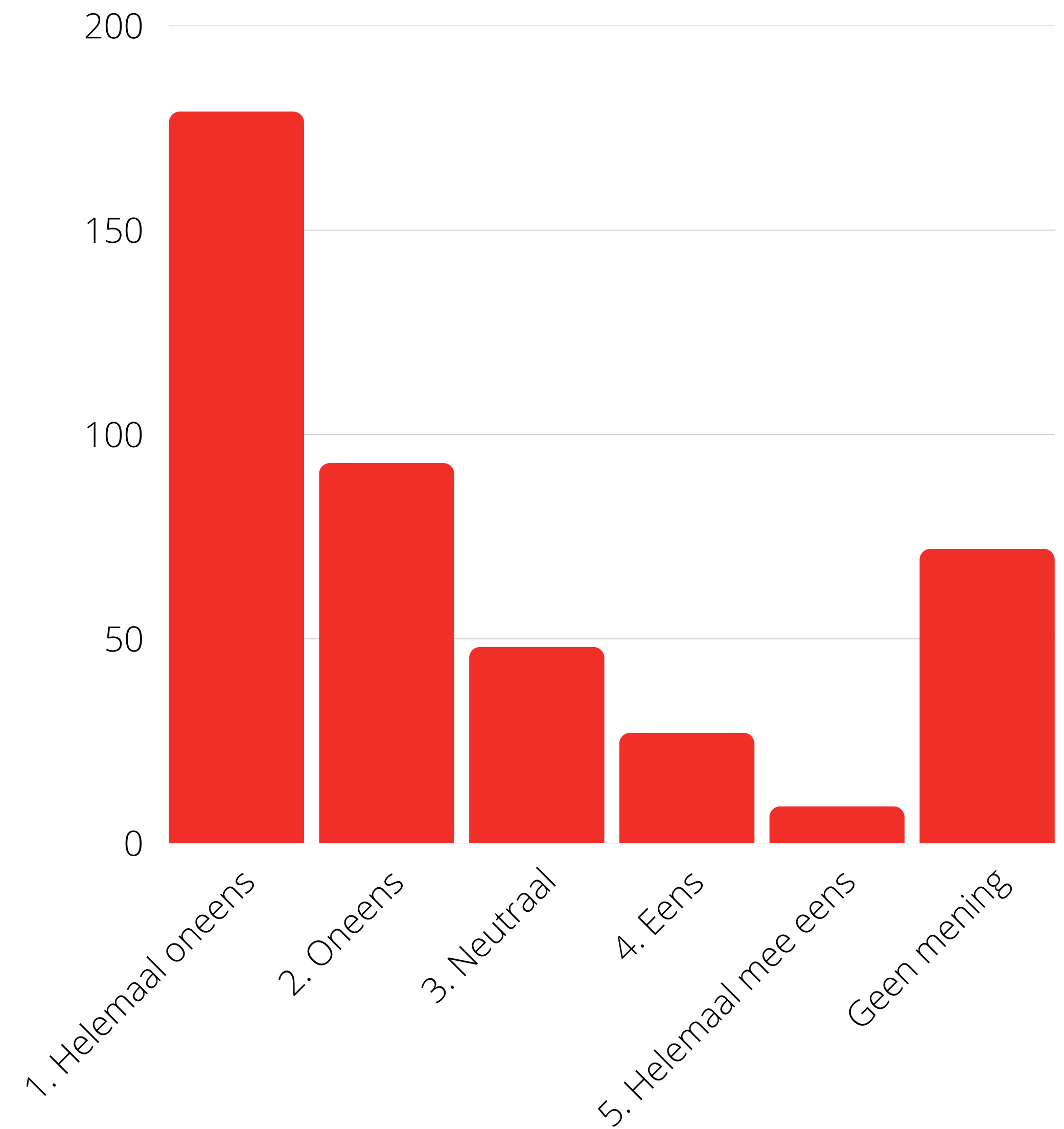
"Het zou goed zijn wanneer in het centrum meer prioriteit wordt gegeven aan de fietser en voetganger."



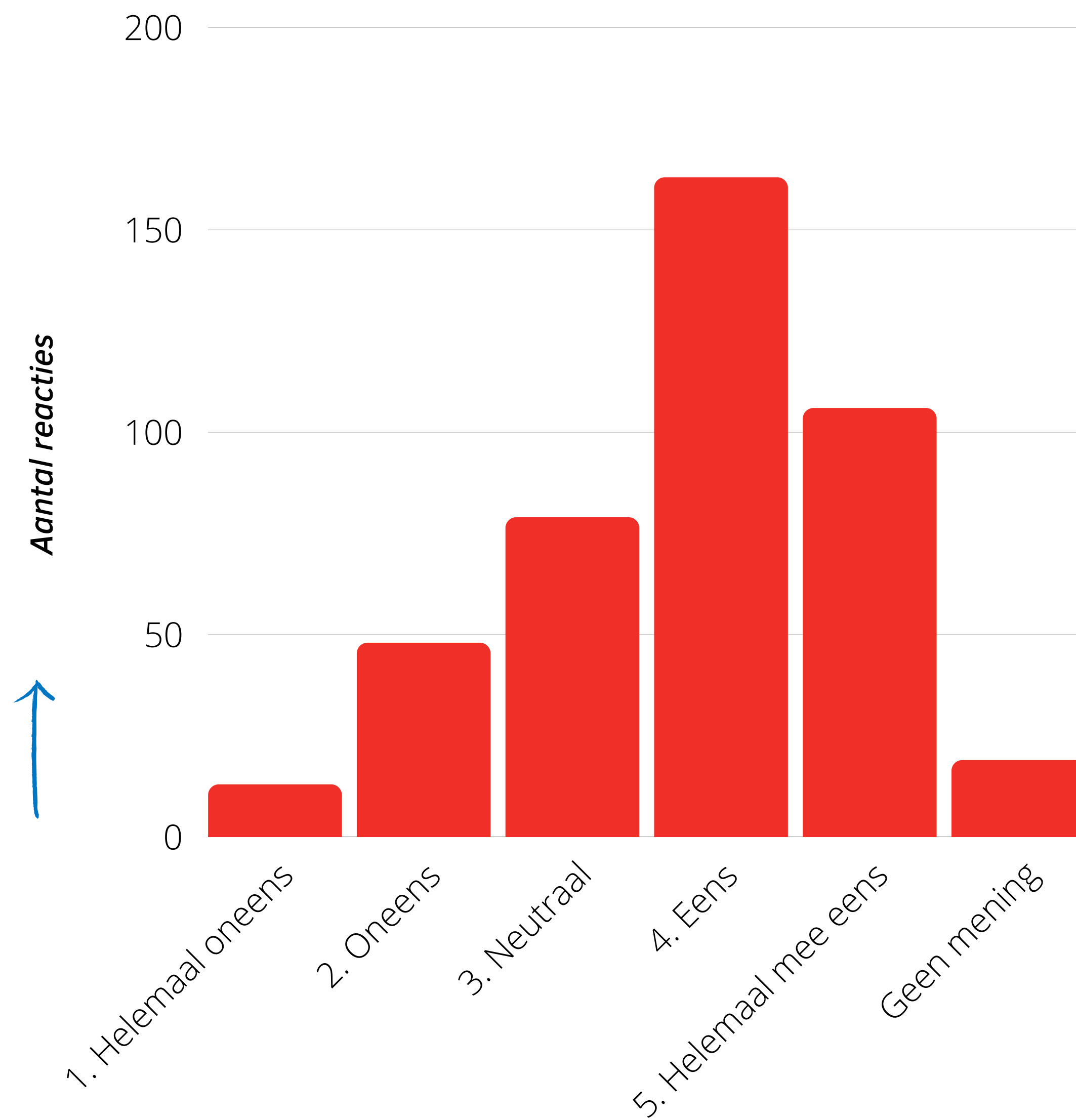
"De weekmarkt ligt te ver af van het echte centrum (de kern)."



"Het horeca aanbod in het centrum spreekt mij aan."



"Ik kan mijn fiets goed parkeren in het centrum."



Centrum kwaliteiten

- **Geen kwaliteiten te benoemen** (93x benoemd)

Een groot deel van de respondenten heeft hier geen antwoord op kunnen/willen geven. Andere antwoorden hebben als strekking dat er geen kwaliteiten zijn.

- **Boodschappen** (86x benoemd)

Er is diversiteit in aanbod van supermarkten aanwezig.

- **Diversiteit** (77x benoemd)

Er is veel diversiteit in retail aanwezig in het centrum.

- **Ligging** (64x benoemd)

Het centrum is compact en zaken liggen dicht bij elkaar. Verder is het centrum goed te bereiken en zijn er genoeg plek om de auto te parkeren.

- **Algemene uitstraling** (38x benoemd)

Het centrum is goed onderhouden en oogt netjes en schoon.

Centrum knelpunten

- **Uitstraling centrum** (126x benoemd)

De uitstraling van het centrum is duidelijk aan verbetering toe. Dit wordt nu gemist en omschreven als 'kil' en 'somber'. Wel worden er plekken benoemd die kansen vormen om de uitstraling te verbeteren.

- **Parkeren en verkeerveiligheid** (99x benoemd)

Parkeerplaatsen worden gezien als chaotisch en het gevoel van verkeerveiligheid wordt gemist. Veel plaatsen en straten zijn te smal. Tevens wordt er meermaals de suggestie gedaan om plekken in het centrum autovrij te maken.

- **Horeca** (58x benoemd)

Een goede balans in horeca zaken wordt gemist. Tevens geven respondenten aan dat er weinig tot geen terrassen zijn.

- **Aanpakken leegstand** (56x benoemd)

Er is veel leegstand te zien en meer winkels zijn gewenst.

Aantrekkelijkheid verbeteren

- **Horeca aanbod en terrassen** (186x benoemd)

Respondenten willen meer (diverse) horeca in het centrum. Plekken om elkaar te ontmoeten en op het terras te zitten.

- **Divers aanbod (retail)** (117x benoemd)

Respondenten willen meer afwisseling in retail. Van huishoudelijke artikelen tot kleding. Ook om leegstand in het centrum te verminderen en de uitstraling te verbeteren.

- **Algemene uitstraling** (46x benoemd)

Er moet ruimte komen voor aankleding van het centrum. Onder andere meer groen, bankjes, kunst en speelplaatsen om de verblijfskwaliteit te verbeteren.



Hardinxveldse trots

- **Water en natuur** (63x benoemd)

Water en natuur zijn het meeste benoemd. De waterwegen, het zwemmen in de rivieren en de natuur om de gemeente heen zijn zaken waar de bezoekers trots op zijn.

- **Dorpse karakter** (55x benoemd)

Het dorpse karakter, het ons-kent-ons, en het gevoel van saamhorigheid kwam duidelijk naar voren uit de antwoorden. Alles omtrent de cultuur van het dorp is belangrijk en iets om trots op te zijn

- **Aanbod** (53x benoemd)

Lokale bedrijven en initiatieven is iets waar bezoekers trots op zijn. Met goede service centraal.





Gemeente
Hardinxveld-Giessendam