



Gebiedsvisie Marconigebied



Gemeente Goes

Vastgesteld door de gemeenteraad

op 23 september 2021



Inhoudsopgave

1. INLEIDING	2
1.1. Participatie.....	2
2. KARAKTERISTIEK MARCONIGEBIED	3
2.1. Geschiedenis.....	3
2.2. Sterke punten	5
2.3. Zwakke punten	5
3. TOEKOMSTPERSPECTIEF	6
4. TOEKOMSTBEELD	7
5. UITGANGSPUNTEN.....	11
5.1. Economische positionering.....	11
5.2. Aantrekkelijke uitstraling	14
5.3. Bereikbaarheid en verkeersveiligheid	17
5.4. Parkeren.....	19
5.5. Passend winkelaanbod.....	20
5.6. Duurzame en klimaatbestendige omgeving.....	22
BIJLAGE 1: GEWENSTE MATERIALISATIE OPENBARE RUIMTE	23
BIJLAGE 2: PARTICIPATIETRAJECT MARCONIGEBIED	24



1. Inleiding

In het collegeprogramma 2018-2022, de perspectiefbrief 2019 en 2020 en de begroting 2020 is het opstellen van een gebiedsvisie voor het Marconigebied aangekondigd. Het gebied kan in zijn huidige staat voor zowel de ondernemers als bezoekers een kwaliteitsimpuls gebruiken. Daarnaast is er een goede en veilige ontsluiting noodzakelijk voor het doorgaande en bestemmingsverkeer.

De toegenomen leegstand, het gebrek aan samenhang en de kansen die regionale ontwikkelingen bieden, leiden tot de urgentie om een integrale regie te voeren op activiteiten en inspanningen die het Marconigebied treffen. Om sturing te geven aan het toekomstbeeld voor het Marconigebied is deze gebiedsvisie opgesteld.

1.1. Participatie

Participatie heeft plaatsgevonden volgens het vastgestelde participatieplan Marconigebied. Er is ingestoken op het bereiken van uiteenlopende vormen van publiek waaronder winkelbezoekers, verkeersdeelnemers, omwonenden, enz. Hiertoe is er gedurende twee weken een enquête breed uitgezet, waarbij -naast de reguliere bekendmakingen en inzet van enquêteurs- gebruik is gemaakt van de netwerken van de exploitanten. De enquête is door ruim 1.000 mensen ingevuld.

Met winkelexploitanten en vastgoedeigenaren is geïnterviewd wat de sterke en zwakke punten van het gebied zijn en welke kansen en bedreigingen zij zien. Daarnaast is een inloopavond georganiseerd voor omwonenden om te horen hoe men tegen het gebied aankijkt.

Uit het tot nu toe doorlopen participatieproces blijkt dat er behoefte is aan een betere verkeerssituatie, een andere parkeerregulering, een beter winkelaanbod en een betere uitstraling van het gebied.

In de periode van 22 maart 2021 tot en met 11 april 2021 konden belanghebbenden via het platform www.goespraatmee.nl reageren op de gebiedsvisie.

De gemeente heeft in totaal 4 reacties ontvangen. De 49 reacties via het platform Goespraatmee.nl worden gezien als één reactie.

De ingediende reacties waren onder andere gericht op de vastgoedaanpak al dan niet gecombineerd met een woonfunctie, de parkeervoorzieningen en de toegankelijkheid van het Marconigebied, de levensvatbaarheid van de PDV functie in het Marconigebied, het flankerend beleid met betrekking tot detailhandel in Goes. In de beantwoording wordt hierop ingegaan. De ingediende reacties gaven op een aantal punten aanleiding om de concept-gebiedsvisie aan te passen.



2. Karakteristiek Marconigebied

2.1. Geschiedenis

Tot na de Tweede Wereldoorlog begint het Poelgebied ten zuiden van Goes meteen na het passeren van de Westsingel. Na de bevrijding merkt de gemeente Goes dat er veel behoefte ontstaat aan gebouwen voor industrie en voor de opslag van producten. Lokale bedrijven moeten zich in de binnenstad vaak behelpen met krakkemikkige loodsjes, die onbereikbaar zijn voor vrachtauto's. Grotere firma's van elders die niet speciaal de haven nodig hebben voor hun huisvesting laten Goes links liggen. In deze schrale tijd hebben de meeste ondernemingen nog geen kapitaal genoeg om zelf onderkomens te bouwen. De gemeente Goes neemt daarop een vooruitstrevend besluit en gaat de bouw van industriehallen voorbereiden. Ondernemers kunnen deze vervolgens huren voor een tiental jaren, waarna koop een optie is. Het 'Uitbreidingsplan 1947 westelijk deel' biedt de mogelijkheden voor de bouw van deze hallen. Om te beginnen maken de weilanden plaats voor ruime wegen, pleinen, trottoirs en bouwterreinen. De nieuwe straatnamen ademen de geest van vooruitgang van die tijd: Edison, Marconi en Pasteur. Het eerste bedrijf in dit gebied is de Vlaardingse Hollandia-fabriek, een zogenaamd melkontvangststation. Een grote schoorsteen met de firmaam is vanaf 1952 de blikvanger van het bedrijf.

Vanaf de jaren 1980 breekt een nieuwe fase aan in het Marconigebied. De nieuwe Ringbaan-west gaat rechtstreeks aansluiten op de Marconistraat. Nogal wat bedrijven vertrekken. De brand in bandenhandel Clarijs op 28 oktober 1992 zorgde voor een noodzakelijke verandering aan de zuidkant van het Marconigebied. De eerste generatie bedrijfsgebouwen maakt plaats voor nieuwbouw.



Marconigebied 1950



Marconigebied 1960



Marconigebied 1974



Brand Bandenhandel Clarijs 1992



Marconigebied 1992



Bestaande situatie Marconigebed

Nu wordt de industrie opgevolgd door de handel, vooral van grotere koopwaar zoals meubels en bedden. De krant van 1996 constateert dat het grauwe Marconigebed, lange tijd een saaie, rommelige strook langs het spoor, steeds meer aan kleur wint. Er komen diverse interieur- en meubelwinkels, hierdoor krijgt het bedrijventerrein in de volksmond de benaming van 'woonboulevard'. Daarmee voegt Goes zich bij een kwartet van dergelijke winkelconcentraties in Zeeland: die in Poortvliet, Morres in Hulst en Mortiere in Middelburg.

Industrieel erfgoed: de melkfabriek

Op het adres Marconistraat 3 staat de voormalige Renaultgarage, waarvan het oudste gedeelte de oorspronkelijke melkfabriek 'Hollandia' is. De melkfabriek is opgericht door de 'Hollandsche Fabrik van Melkproducten NV Hollandia', met de hoofdvestiging in Vlaardingen. De fabriek is opgegaan in 1951 en telde vijf à zeven man fabriekspersoneel. Daarnaast gaf het bedrijf ook werk aan het transport in Goes. De fabriek is gesloten in 1975. In 1978 betrok Auto Centrum Goes B.V. de voormalige Hollandia-fabriek. Het oorspronkelijke gebouw betreft het gedeelte aan de Willem Barentszstraat, met de afgetopte schoorsteen, waar nog een aantal letters op leesbaar is. Later zijn er delen aangebouwd. De oorspronkelijke schoorsteen was 35 meter hoog.





2.2. Sterke punten



Het Marconigebed kent een aantal sterke punten, deze punten zijn naar voren gekomen in het uitgebreide participatietraject. Zo heeft het gebied een goede bereikbaarheid en kan voor de deur van de winkels geparkeerd worden. Daarnaast heeft het gebied een divers winkelaanbod dat aansluit bij de regionale functie van Goes.

Het Marconigebed heeft een beeldbepalend element, de oude melkfabriek met beeldbepalende schoorsteen. Ook heeft het gebied een volwassen bomenstructuur. Enkele bedrijven in het Marconigebed hebben al geïnvesteerd in manieren om duurzame energie op te wekken. Op sommige daken liggen al zonnepanelen. De bedrijven in het Marconigebed zijn bereid verder te investeren in duurzaamheid.



2.3. Zwakke punten



Het Marconigebed heeft, zoals duidelijk is geworden in het participatietraject, ook zwakke punten. Er is bijvoorbeeld vanuit stakeholders geen draagvlak voor betaald parkeren in het gebied. Dit wordt gezien als een bedreiging voor de economische levensvatbaarheid. Daarnaast wordt de verkeersveiligheid in het gebied, en de toegankelijkheid via loop- en fietsroutes, als negatief ervaren. Verder is aangegeven dat aanvullend aanbod wordt gemist. De vestiging van een horeca-gelegenheid wordt zeer gewenst.

Bezoekers van het Marconigebed vinden de entrees aan beide zijden erg onaantrekkelijk. De openbare ruimte heeft een verouderde uitstraling, er is te weinig beplanting en een gebrek aan samenhang.



3. Toekomstperspectief

Het Marconigebied beschikt momenteel over ruim 23.000 m² perifere detailhandel, aangevuld met ruim 3.000 m² reguliere detailhandel (en enkele leegstaande panden). In het Marconigebied is kortom een perifere detailhandelsconcentratie aanwezig. Het uitgangspunt is om de functie van perifere detailhandelsvestigingen (hierna: PDV) te behouden. Hoewel er in het verleden al verkleuring heeft plaatsgevonden in het Marconigebied door toevoeging van reguliere detailhandel is de strategie gericht op het versterken van het PDV-profiel. Dit betekent dat werk wordt gemaakt van het behoud van de bestaande winkels en waar mogelijk gekeken wordt of en welke publiekstrekkers toegevoegd kunnen worden. Het Marconigebied leent zich qua omvang en ligging bij uitstek voor de middelgrote PDV-winkels.



Er is beperkt (fysieke) ruimte in het Marconigebied voor toevoeging. Mogelijke locaties voor toevoeging van winkelmeters zijn gelegen in de noordwest- en noordoosthoek van het gebied. Herontwikkeling van de panden aan de Zuidvlietstraat is ook een optie. Ook op de lege kavel aan de zuidzijde van de Marconistraat is ruimte voor toevoeging van extra PDV-meters.



Het accent van de visie ligt dus op het upgraden van het Marconigebied door het toevoegen van extra vierkante meters PDV. Daarnaast is het toevoegen van kleinschalige ondersteunende horeca een goede mogelijkheid om het verblijfsklimaat te versterken. Zolang de levensvatbaarheid van het Marconigebied niet onder druk staat, zou aan de noordwestrand richting Goes-West kleinschalige verkleuring richting wonen voorstelbaar zijn.

De locatie Marconistraat 3 is een studiegebied. Voor deze locatie wordt een aparte visie uitgewerkt.

Marktvraag

Behoud van perifere detailhandelsmeters binnen de gemeente is opportuun. Ook in de toekomst is er behoefte aan woonwinkels, bouwmarkten en tuincentra. Perifere winkels functioneren het best als zij in elkaars nabijheid gevestigd zijn. Behoud van het huidige profiel als PDV-locatie heeft daarmee zeker potentie, dit blijkt ook uit de marktanalyse.

Er is sprake van enige marktruimte in de branche in/om het huis. In de huidige branchesamenstelling in de gemeente valt op dat een volwaardig tuincentrum ontbreekt. Er is voldoende economisch draagvlak voor een tuincentrum.

Overige marktpotentie zal met name bestaan uit het verplaatsen en het (eventueel tegelijkertijd) uitbreiden van bestaande detailhandelsvestigingen. Daarbij is met name een bouwmarkt



aanvullend voor het Marconigebied. Om de verblijfsduur te verlengen en aantrekkelijkheid van het gebied te versterken wordt gedacht aan het beperkt toevoegen van horeca.

4. Toekomstbeeld

De uitkomsten van het participatieproces, de gevoerde gesprekken met stakeholders, externe adviseurs en de inbreng van de gemeentelijke vakdisciplines hebben geresulteerd in een toekomstbeeld.



Toekomstbeeld Marconigebied

Functies

In de detailhandelsvisie is het Marconigebied het enige aangewezen winkelgebied voor grootschalige detailhandel in Goes. Door de beperkte omvang en de ligging nabij het centrum is er weinig tot geen zeer grootschalige PDV aanwezig in het gebied. Het Marconigebied is meer geschikt voor het tussensegment PDV qua schaal en omvang. Er is geen ruimte voor nieuwe grootschalige detailhandel op andere locaties in Goes.

Een transitie naar wonen lijkt voor de hand liggend gezien de ligging tegen het centrum aan. Maar op basis van de huidige bezetting van het gebied met ca 23.000 m² aan PDV-functies heeft het gebied nog steeds een goed toekomstperspectief als woonboulevard. Wel is versterking nodig en moet flankerend detailhandelsbeleid worden gevoerd. Versterking is mogelijk door aanvullend aanbod, ondersteunende horeca en extra m² PDV (bijvoorbeeld door de komst van een nieuwe trekker). Op de braakliggende kavel in het midden van het Marconigebied



(Marconistraat 18) is een bestemmingsplan in voorbereiding om extra winkelmeters PDV toe te voegen aan het gebied.

Studiegebied en transformatiemogelijkheden

Studiegebied 1 in het toekomstbeeld op pagina 7 is de locatie waar voorheen de Renaultgarage was gevestigd. Voor deze locatie moeten nog wat afwegingen gemaakt worden terwijl de rest van de gebiedsvisie gereed is om vast te stellen. Daarom is deze locatie aangeduid als studiegebied.

Voor dit studiegebied wordt een aparte visie uitgewerkt waarbij gekeken wordt naar een uitbreiding van de parkeermogelijkheden en waarbij het behoud van het melkfabriekje en de schoorsteen gewenst zijn.



Om de versterking van het gebied verder vorm te geven zijn in het toekomstbeeld op pagina 7 twee mogelijke transformatiegebieden benoemd.

In transformatiegebied 2 is er met name ruimte voor uitbreiding van de PDV-functie voor het gebied. Gezien de druk op de woningmarkt op dit moment kan ook gedacht worden aan een gedeeltelijke verkleuring naar wonen in dit transformatiegebied, met name richting Goes-West.

De omgeving rondom transformatiegebied 3 leent zich voor intensivering van de PDV-functie. Toch is verkleuring naar wonen ook hier aan de rand van dit gebied (transformatiegebied 3) richting Goes-West voorstelbaar.

Parkeren

Om als PDV-locatie goed te kunnen functioneren en met de komst van de Lidl en de plannen van de Jumbo moeten er binnen het Marconigebied voldoende parkeerplaatsen aanwezig zijn en deze moeten goed gesitueerd zijn. Door de realisatie van extra parkeerplaatsen aan de zuidzijde van het gebied en onderzoek naar het toevoegen van parkeren in het studiegebied is de verwachting dat er een betere verdeling plaatsvindt van het gebruik van de parkeerplaatsen door winkelend publiek.

In het participatieproces zijn veel opmerkingen gemaakt over het huidige parkeerregime. Met het huidige parkeerregime worden langparkeerders geweerd en zijn er voldoende vrije parkeerplaatsen beschikbaar voor bezoekers aan het Marconigebied. Dat parkeerregulering noodzakelijk is, staat vast. Met de ondernemers is gesproken over een passende vorm van parkeerregulering. Enkele ondernemers onderzoeken of een gezamenlijke bijdrage aan de kosten van een blauwe zone tot de mogelijkheden behoort.

Het huidige parkeerregime functioneert naar behoren, er is geen reden om dit aan te passen. De bezoeker heeft een vrije parkeerplaats, er geldt een laag tarief en vanaf het 3e uur een hoger tarief, waardoor langparkeerders geweerd worden en het parkeerregime is duidelijk voor de parkeerder (1 parkeerregime in Goes). Gelet op de kosten en gevolgen voor parkeerinkomsten kent het invoeren van een blauwe zone enkel een nadelig financieel effect.

Verkeerssituatie

De bestaande verkeerssituatie laat veel te wensen over. Het gebied wordt ontsloten door de Marconistraat. Deze weg wordt gebruikt door bestemmingsverkeer (winkelend publiek) en



doorgaand verkeer. Het fietsverkeer is gescheiden van de hoofdbaan maar kruist deze wel regelmatig.

In de toekomstige situatie komt de verkeerstructuur er anders uit te zien. De ambitie is de rondweg 'af' te maken door aan de zuidzijde van het gebied tegen het spoor aan de verbinding tussen de twee rotondes te maken. Het doorgaand verkeer rijdt dan niet meer door het gebied. De Marconistraat wordt ingericht als bestemmingsweg waarbij het fietsverkeer de rijweg niet meer kruist. Parkeren aan de Marconistraat wordt ook veiliger.

Door de aanpassingen ten gevolge van de spooronderdoorgang is het tijdelijke kruispunt M.A. de Ruijterlaan – Willem Barentszstraat suboptimaal. Door de aanleg van de rondweg kan dit kruispunt worden opgeheven.

Uitstraling

Een betere uitstraling van het gebied is noodzakelijk. Door braakliggende percelen te bebouwen en in te richten, leegstaande panden te herontwikkeling of herbestemmen krijgt het gebied een levendiger beeld. Daarnaast wordt het openbaar gebied meer ingericht als verblijfsgebied met veel groen en toegankelijke wandelroutes. Het profiel van de Marconistraat wordt ook aangepast. Het parkeren wordt daarnaast beter en logischer ingericht. Al deze maatregelen bij elkaar maakt dat het gebied een aantrekkelijker uitstraling krijgt. Een idee hoe dat eruit kan komen te zien is in onderstaande impressie verbeeld.



Marconi



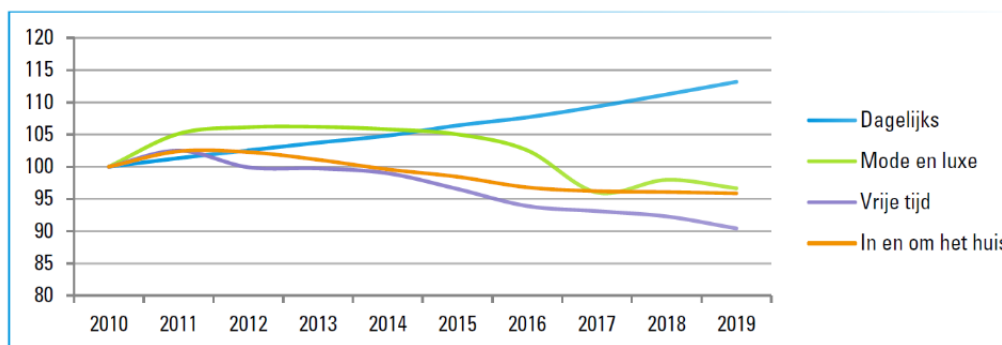
5. Uitgangspunten

5.1. Economische positionering

Marktsituatie

Het marktperspectief voor fysieke winkels is de afgelopen vijf á tien jaar ingrijpend veranderd. Dit is vooral het gevolg van snelle veranderingen in het consumentengedrag: pakketjes worden op ieder moment van de dag bezorgd of afgehaald en de consument heeft steeds meer mogelijkheden zelf te bepalen waar, wanneer en of hij wel gaat winkelen. De sterke groei van online verkopen leidt tot een afnemende en veranderende behoefte aan fysieke winkelmeters. De voorheen groeiende winkelmarkt is een verdringingsmarkt geworden: het aantal winkelmeters per inwoner daalt. Diverse zelfstandigen en winkelketens zijn hierdoor failliet gegaan of krimpen en focussen op een beperkter aantal locaties in grote centra en verzorgingsgebieden. De sterke economische ontwikkeling van de laatste vijf jaar en vergroting van het horeca-aanbod heeft het structurele overschot aan winkelmeters enigszins versluisd. Naar verwachting leidt de huidige coronacrisis tot meer structurele leegstand. In de afgelopen jaren zijn vraag en aanbod in de winkelmarkt sterk in onbalans geraakt, met alle consequenties van dien. Dit uit zich in leegstand en gaten in de winkelstraten, maar ook op woonboulevards.

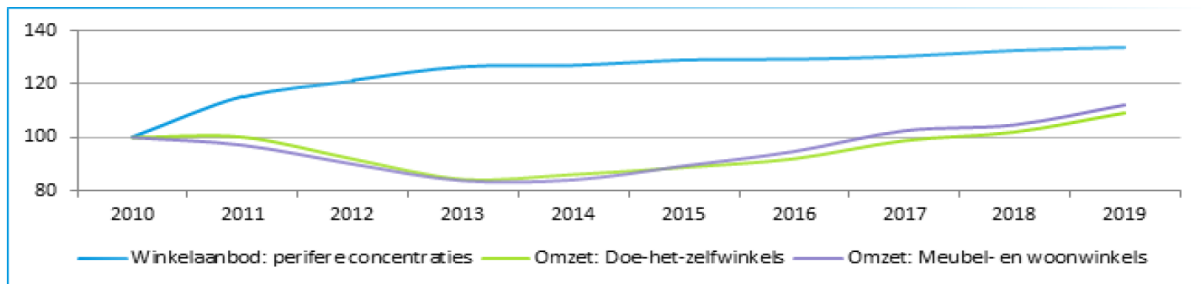
Met uitzondering van supermarkten, is in alle branches het winkelvloeroppervlak gedaald met circa 5 tot 10% ten opzichte van 2011, zie figuur 1. Het winkelaanbod op perifere concentraties (waaronder woonboulevards) is juist sterk gestegen. Dit is met name het gevolg van uitbreiding van het winkelbestand van een aantal grote retailers met grote oppervlakten, zoals Hornbach, Bauhaus en Decathlon. Ook is het winkelaanbod van supermarkten toegenomen op deze locaties. De toename van winkelmeters op perifere concentraties staat in contrast met de omzetontwikkeling van branches die regulier aanwezig zijn op perifere locaties. De omzet van doe-het-zelf, meubel- en woonwinkels blijft ver achter bij de aanbodontwikkeling. Voor perifere concentraties wordt verwacht dat het verschil in functioneren tussen locaties verder toe gaat nemen. Door een sterk overaanbod in winkelmeters op deze locaties (met name door een overaanbod in de branche 'in/om huis') neemt de onderlinge concurrentie toe en nemen omzetten per m² gemiddeld gezien af. Dit betekent dat perifere concentraties die niet voldoen aan de randvoorwaarden voor goed functioneren (trekkers, bereikbaarheid, parkeren, voldoende marktgebied, profilering, goed gepositioneerd ten opzichte van concurrerende locaties, et cetera) te maken krijgen met een fors verminderde vraag. Over het algemeen wordt als vuistregel genomen dat een woonboulevard levensvatbaar is bij een minimale vloeroppervlakte van 20.000m² voor de PDV-functie.



Figuur 1, ontwikkeling winkelloppervlakte naar branche en type centra



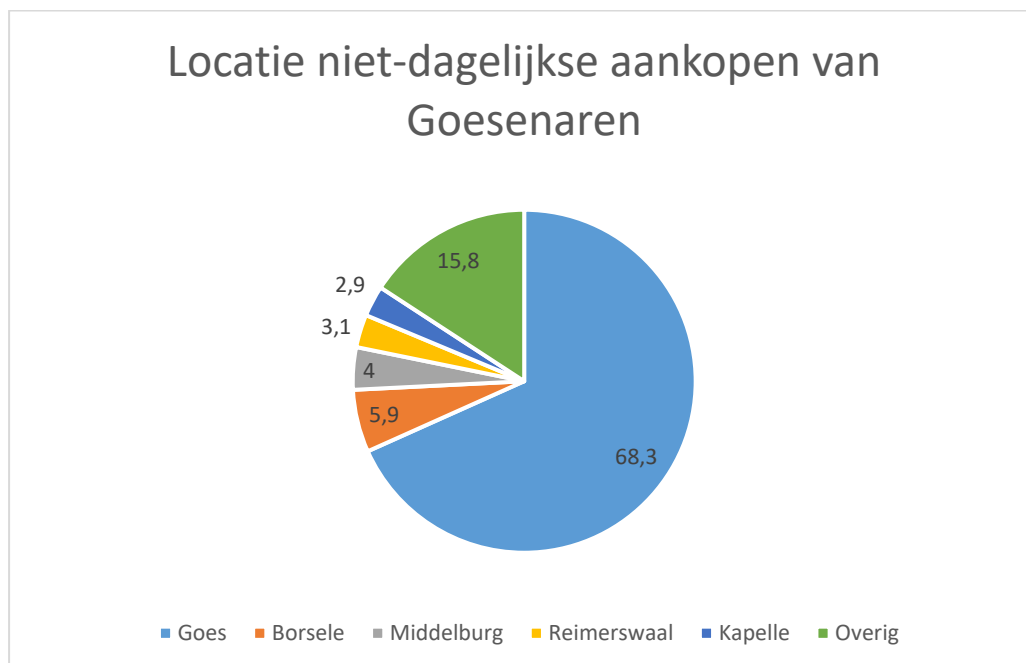
Landelijke ontwikkelingen hebben ook hun weerslag op Goes en de regio. Gemeentebreed constateren we dat het winkelaanbod de afgelopen vijf jaar afnam met ruim 4%. Vooral in de branches 'in/om Huis' (-7%) en 'Vrije Tijd' (-26%) nam het aanbod af. Binnen deze branche 'in/om Huis' (hoofdbranche voor het Marconigebied) valt een sterke afname in het aanbod 'Plant & Dier' op. In deze branche zijn diverse winkels gestopt, zoals tuincentrum Gewoon Plant en Dier (2.320 m²) en Bloembinderij Ter Lucht (260 m²). Een compleet tuincentrum ontbreekt inmiddels daardoor in de gemeente.



Figuur 2, ontwikkeling winkelaanbod perifere locaties en omzet branches

Ook in het Marconigebied zelf zien we een afname van winkelmeters (-6%). Dit is met name het gevolg van het vertrek van Gamma (3.500 m² wvo). In de branche 'wonen' nam het aanbod juist toe. Dit is volledig toe te rekenen aan een uitbreiding van winkelmeters van TMC Wonen (Marconistraat 13).

In het prestatieonderzoek Zeeland is onderzoek gedaan naar de kooporiëntatie van inwoners van Goes en de regio. Uit dit onderzoek blijkt het volgende:





Veranderende omgeving

Voor het typeren van perifere clusters is het perspectief van de consument het uitgangspunt. In de rapportage 'Woonboulevards in Kaart' van INretail (2010) wordt gekeken naar de omvang van het aanbod en het bezoekmotief van de consument. Het Marconigebied kent – binnen de branche in/om huis – een thematisch aanbod (wonen).

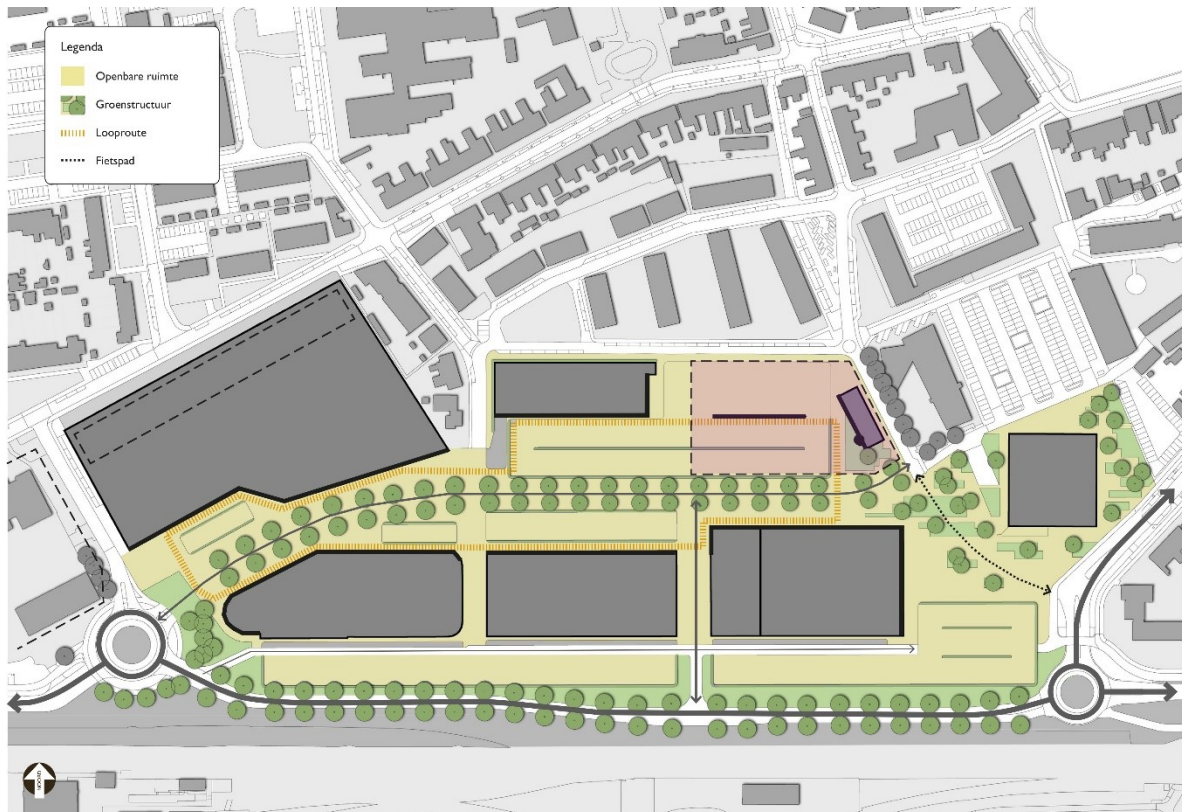
Het Marconigebied behoort tot de clusters waar de consument terecht kan voor weinig keuzegevoelige artikelen. Ook gaat het om producten waarvoor de bereidheid om te reizen beperkt is. Denk hierbij aan clusters waar voornamelijk bouwmarkten, discounters en woningtextielzaken gevestigd zijn. Binnen dit type clusters ligt de focus op het doelgericht winkelen (en beperkt op thematisch winkelen). Het percentage meubel- en woninginrichtingszaken, waar de consument bereid is om langer voor te reizen is klein. Het aanbod bestaat grotendeels uit ondernemingen in het laag- en middensegment.

Het Marconigebied krijgt in de toekomst (nog meer dan nu) te maken met de veranderende consumentenbehoeften. De kleinere clusters die zich richten op de doelgerichte aankopen trekken publiek op lokaal niveau en hebben aan dit verzorgingsgebied voldoende. Het omzetspotentieel binnen het regionale gebied is niet voldoende, omdat zij concurrentie ondervinden van grotere centra/clusters. Ze missen het aantrekkelijke aanbod om buiten de regio consumenten te trekken.

Naast het aanbod spelen ook andere zaken een rol bij de aantrekkelijkheid zoals voldoende parkeermogelijkheden en een goede bereikbaarheid. Deze faciliteiten vormen steeds meer een basisvoorwaarde. De overige faciliteiten waarover een (woon)cluster beschikt, zullen steeds meer afgestemd moeten worden op het karakter van het aanbod en daarmee aan de wensen van de consument. Voorbeelden zijn een aantrekkelijk horeca-aanbod en faciliteiten zoals toiletten en andere verblijfsduurverlengende functies.



5.2. Aantrekkelijke uitstraling



Openbare ruimte Marconigebied

Openbare ruimte als randvoorwaarde

Het succes van een winkelgebied begint met het winkelaanbod en de hieraan gekoppelde voorzieningen zoals horeca, speelruimte en opvang voor kinderen en (tijdelijke) evenementen. De aantrekkelijkheid van de openbare ruimte, bereikbaarheid en parkeervoorzieningen zijn daarbij ondersteunend. De openbare ruimte in het Marconigebied heeft momenteel een matige en sterk functionele uitstraling. Dit heeft een negatieve weerslag op het winkelgebied als geheel. Om hier verandering in te brengen worden de volgende opgaven op hoofdlijnen onderkend.

1. Het creëren van een winkelgebied waar verblijf en ontmoeting wordt gestimuleerd door het realiseren van een aantrekkelijke openbare ruimte en voldoende groen en een inrichting die rekening houdt met voetgangers en fietsers als de primaire gebruikers in het gebied, de auto is te gast.
2. Het goed bereikbaar zijn van het winkelgebied, waarbij de voetganger en de fietser eenvoudig diep het gebied in kunnen lopen en fietsen. Daarnaast op meerdere plekken voldoende parkeerruimte bieden voor autoverkeer.

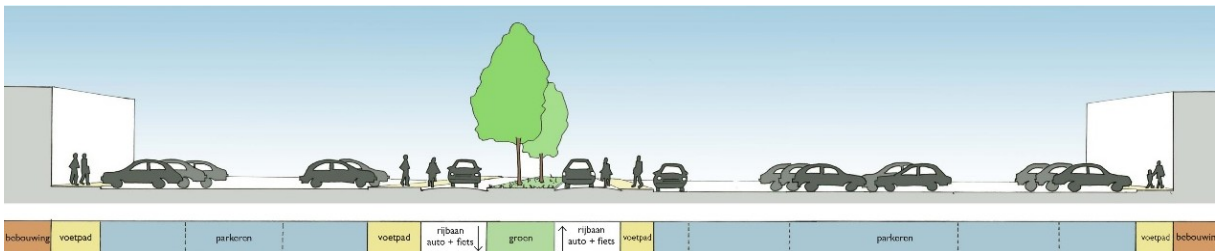




- Goede bereikbaarheid betekent ook hoogwaardige parkeervoorzieningen voor zowel fietser als automobilist. Hoogwaardig: doelgroepen (bezoeker, werker, leverancier) worden hierbij onderscheiden en bediend, parkeerruimte is juist vormgegeven, goed toegankelijk (minder validen) en de hoeveelheden sluiten aan bij de vraag. Parkeerruimte moet integraal zijn opgenomen in het ontwerp met aandacht voor de looproute naar de winkels.



Bestaande situatie middendeel Marconistraat



Mogelijk profiel middendeel Marconistraat

Bovenstaande profieldoorsnede is een suggestie om invulling te geven aan de bovengenoemde opgaven voor de openbare ruimte.

Groenstructuur

De laanstructuur van de bestaande bomen geeft het gebied een volwassen groenstructuur en is van voldoende waarde om te behouden in een nieuwe lay-out van het terrein. In het gebied moet gekeken worden naar mogelijkheden deze groenstructuur te versterken met nieuwe aanplant. Ook de nieuw aan te leggen gebiedsontsluitingsweg aan de zuidzijde wordt voorzien van een laanbeplanting.



Verblijfskwaliteit

De toevoeging van groene elementen in combinatie met water, bankjes en speelobjecten maakt een verblijf in het gebied aangenamer.

Er wordt ingezet op een aantrekkelijke en herkenbare openbare ruimte zonder veel niveaunderschillen. Hierbij wordt gestreefd naar het eenduidig gebruik van hoogwaardige bestrating en straatmeubilair. De uitstraling/presentatie van het Marconigebied aan de zuidzijde, gezien vanaf de nieuw te realiseren gebiedsontsluitingsweg, is een aandachtspunt.

Cultureel erfgoed

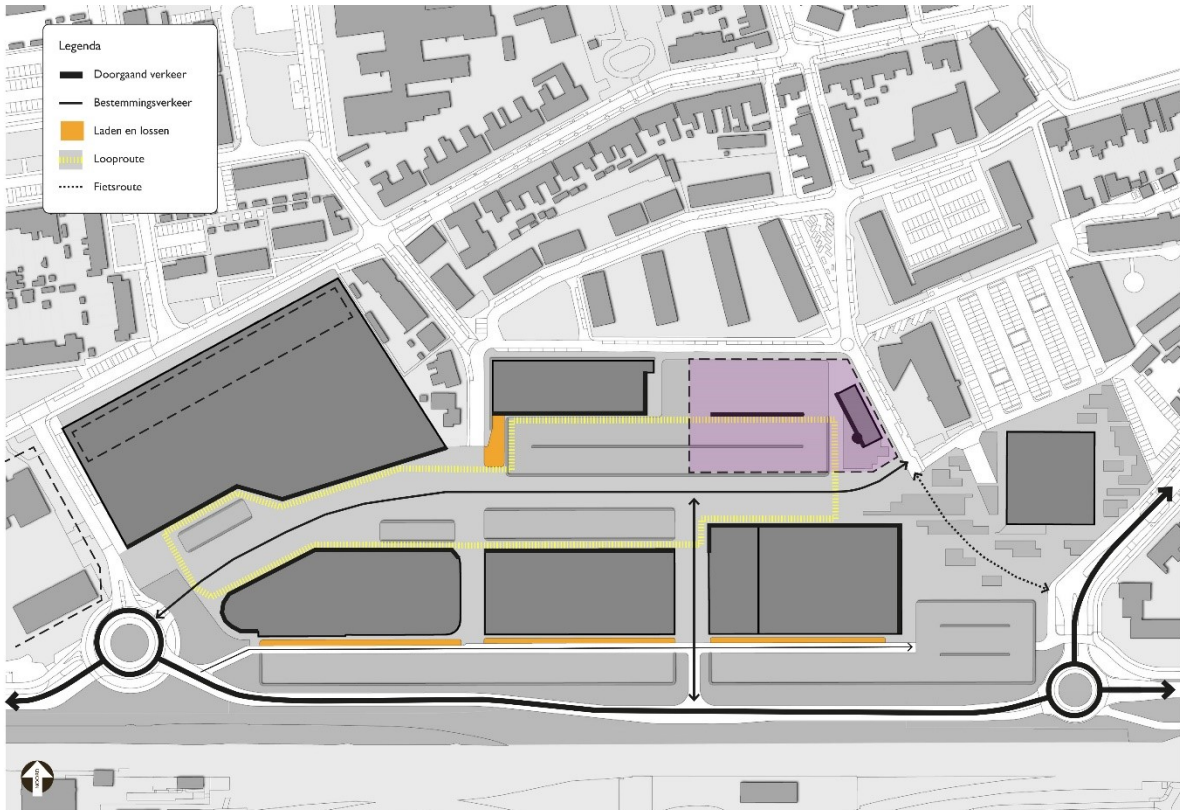
De melkfabriek en de bijbehorende schoorsteen hebben momenteel geen monumentale status. Het is de wens om deze te behouden en in de nieuwe plannen op te nemen. Dit vanwege de cultuurhistorische waarde en de potentie die de landmark voor de identiteit van het gebied kan hebben. De melkfabriek maakt onderdeel uit van het industrieel erfgoed in Goes uit de periode van de wederopbouw. In de gemeente Goes is maar weinig overgebleven uit de wederopbouwperiode en juist daarom is het extra belangrijk om uit die periode erfgoed te behouden.

Architectuur uit de wederopbouwperiode kenmerkt zich door het gebruik van nieuwe materialen, zoals beton, staal en kunststeen. Eén van de kenmerken is de dynamische gevel met in- en uitspringende onderdelen zoals balkons. Ook is in de gevel de constructie en de functie van het gebouw zichtbaar. Voor de Hollandiafabriek zijn met name de grote stalen ramen belangrijke kenmerken, geflankeerd door de betonnen elementen, de dakrand en de schoorsteen.

De melkfabriek en de bijbehorende schoorsteen zijn onderdeel van het studiegebied.



5.3. Bereikbaarheid en verkeersveiligheid



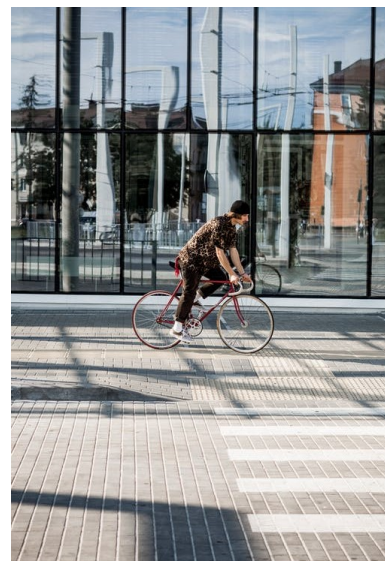
Nieuwe verkeersstructuur Marconigebied

Lopen en fietsen

Het Marconigebied is primair gericht op voetgangers en fietsers. De looproute naar de binnenstad verdient een opwaardering in de zin van aantrekkelijkheid en directheid. Zeker met het oog op de komst van een centrale parkeerplaats op Marconistraat 3.

De looproutes tussen autoparkeerplaatsen en winkels zijn veilig en aantrekkelijk. De acceptabele loopafstand voor autoparkeren is afhankelijk van de doelgroep. De doelgroepen werker, supermarktbezoeker, bezoeker andere winkels en leverancier worden onderscheiden. Toegankelijkheid voor mensen met een functiebeperking is daarbij de norm.

De huidige Marconistraat is onderdeel van de hoofd fietsroutestructuur. De kwaliteit en verkeersveiligheid van de fietsroute wordt verbeterd. Ook is er aandacht voor de bereikbaarheid van de winkels per fiets. Op korte afstand van de ingang van winkels worden fietsparkeerplaatsen gerealiseerd om het fietsgebruik te stimuleren en wildstallen voor de ingangen van de winkels te voorkomen.





Gemotoriseerd verkeer

In het Gemeentelijk Verkeers- en Vervoersplan is het uitgangspunt opgenomen om de verkeersstructuur in Goes te verbeteren door een gebiedsontsluitingsweg (50 km/uur) te realiseren tussen de rotonde Kompasplein (voor het Stadskantoor) en de rotonde Voltaplein. Voor een aantrekkelijker verblijfsklimaat in het Marconigebied is deze maatregel een randvoorwaarde. Doorgaand verkeer en bestemmingsverkeer wordt hierdoor gescheiden en ook wordt met deze nieuwe infrastructuur de bereikbaarheid van het gebied verbeterd. Het opheffen of omleiden van de Lorentzstraat is te overwegen als dit noodzakelijk is om grotere PDV-ontwikkeling mogelijk te maken.

Het winkelgebied krijgt een verblijfskarakter. Gemotoriseerd verkeer en voor zover noodzakelijk laad- en losverkeer is toegestaan.

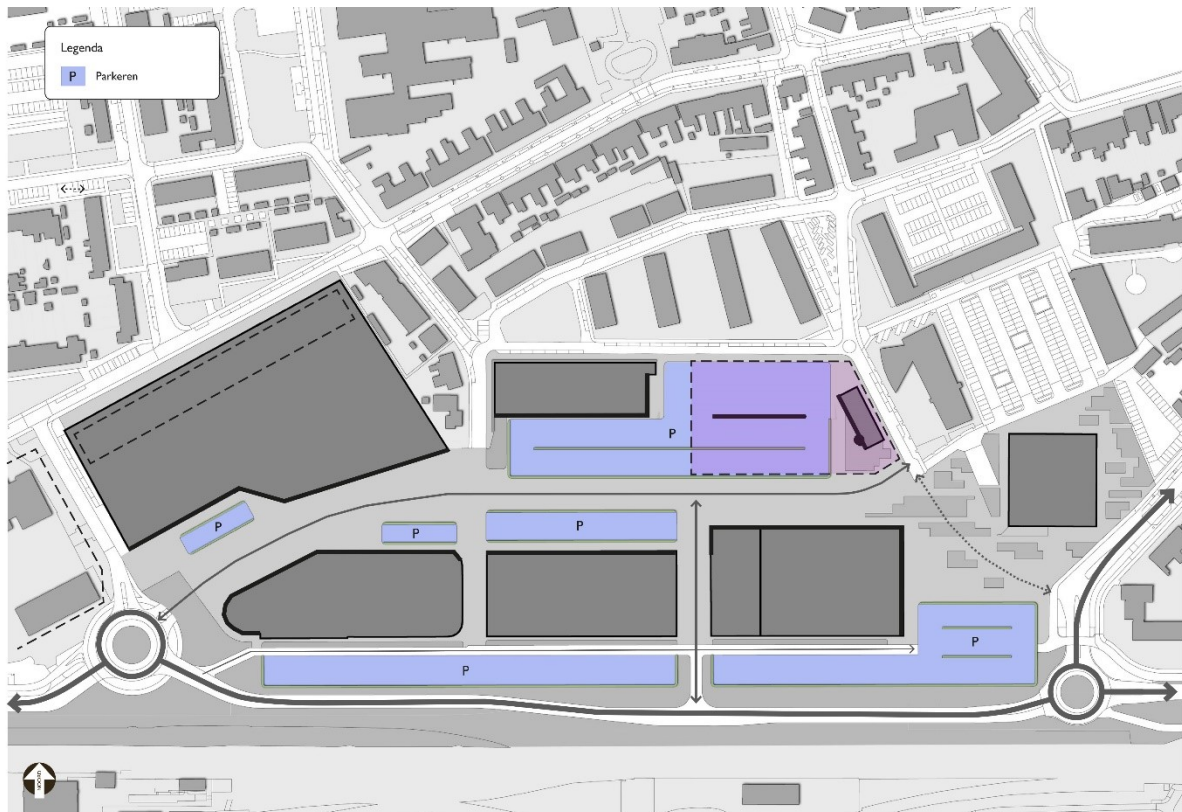


Laden en lossen

Het laden en lossen van gekochte spullen door particulieren wordt waar mogelijk gefaciliteerd, met name daar waar parkeren voor de deur niet altijd gegarandeerd kan worden. Uitgangspunt is dat dit locaties zijn waar geen conflicten ontstaan met voetgangers en fietsers. Professioneel laden en lossen gebeurt zoveel mogelijk buiten het verblijfsgebied, zo dicht mogelijk bij een gebiedsontsluitingsweg (50km/h) en uit het zicht van winkelend publiek.



5.4. Parkeren



Parkeerclusters in het Marconigebied

Parkeerregulering

De groei en ontwikkeling van de meubelboulevard eind van de jaren '90 vormde de aanleiding om (onder andere) het parkeerproduct tegen het licht te houden. De druk op het parkeren remde de ontwikkeling in kwalitatieve zin. Het ontbreken van regulering was de oorzaak van de hoge parkeerdruk.

De ligging van de meubelboulevard maakt het namelijk tot een ideaal parkeeralternatief voor bezoekers (binnenstad) en werkers (binnenstad, kantoren). Beide groepen parkeerders hielden parkeerplaatsen bezet die eigenlijk bestemd waren voor de bezoekers van de woonboulevard. De roep om maatregelen groeide. Medio 2000 is betaald parkeren ingevoerd. Dit middel maakt langdurig parkeren onaantrekkelijk en de gebruiker betaalt voor de voorziening. Er is zoveel mogelijk aansluiting gevonden bij bestaande betaalde regelingen omwille van duidelijkheid en handhaafbaarheid.

Ten opzichte van de situatie in de binnenstad is het tarief sterk gereduceerd. Om te voorkomen dat de meubelboulevard alsnog een alternatief wordt voor bezoekers en werkers van de binnenstad geldt de reductie enkel voor de eerste twee uren. Enkele jaren later is ook de duur van de regulering ingekort. 09:00 - 15:00 uur in plaats van de standaard regeling van 09:00 - 18:00 uur (binnenstad).



Parkeerregulering maakt het mogelijk dat juist de bezoeker van de meubelboulevard dichtbij haar bestemming kan parkeren. Veel ondernemers in het gebied hebben hier een andere mening over.

Parkeerclusters

Uitgangspunt is het realiseren van enkele grotere parkeerclusters aangezien versnippering leidt tot ongewenst zoekverkeer. Het spreiden van het autoparkeren staat op gespannen voet met het verbeteren van het verblijfsklimaat.

Er ligt bovendien een opgave om aan de zuid(west)kant van de binnenstad minimaal tachtig tot honderd parkeerplaatsen te realiseren voor bezoekers van de binnenstad en vergunninghouders.

Studiegebied Marconistraat 3 is een goede plaats om de parkeercapaciteit in het gebied te vergroten. Dit terrein is voor autoverkeer goed toegankelijk en de ligging zorgt voor relatief korte loopafstanden binnen het Marconigebied en richting de binnenstad.

5.5. Passend winkelaanbod



Functies Marconigebied



Functionele invulling

Gelet op de krimpende winkelmarkt is het wenselijk dat vestigingsmogelijkheden voor perifere detailhandel buiten het Marconigebed beperkt worden. Dit betekent dat er meer gestuurd gaat worden op het flankerend beleid. We nemen juridisch planologische maatregelen wat ervoor zorgt dat vestiging van (perifere) detailhandel buiten de winkelgebieden voorkomen wordt. Het verder verbreden van de detailhandel, met uitzondering van grootschalige bouw, tuin- of diergerichte winkels, in het Marconigebed is onwenselijk omdat reguliere detailhandel hier concurrentie vormt met de detailhandel in de binnenstad. De gevestigde



detailhandelsbedrijven kunnen in de Marconistraat gevestigd blijven.

Er wordt in het Marconigebed ingestoken op het aantrekken van een extra publiekstrekker of op de uitbreiding van een huidige ondernemer. Versterking van het profiel in/om huis is wenselijk.

Branding

Het Marconigebed positioneert zich niet duidelijk als één winkelgebied. Door een duidelijke branding wordt de aantrekkingskracht van het winkelgebied verhoogd. Hierdoor komt het winkelgebied beter in beeld bij potentiële klanten, wat uiteindelijk kan leiden tot een drukker bezocht winkelgebied. Deze branding kan in de vorm van een logo/naam maar ook bijvoorbeeld terug te vinden zijn in de openbare ruimte.

Verbinding binnenstad

Het Marconigebed ligt op loopafstand van de binnenstad. Het aanbod is aanvullend aan de binnenstad, toch vindt er weinig uitwisseling plaats. Gewenst is deze koppeling te versterken door bijvoorbeeld de langzaamverkeerroutes te versterken en een beter verblijfsklimaat in het Marconigebed te creëren.

Flankerend beleid

De winkelmarkt is de afgelopen tijd stevig gekrompen. Om het karakter van het Marconigebed als PDV-locatie te versterken en niet te concurreren met het centrumwinkelgebied, is het wenselijk duidelijke keuzes te maken welke activiteiten wel en niet zijn toegestaan. Vestigingsmogelijkheden voor perifere detailhandel buiten het Marconigebed moeten daarom beperkt of uitgesloten worden. Daarnaast moet kritisch gekeken worden naar kleinschalige detailhandel die zich in het Marconigebed wil vestigen.

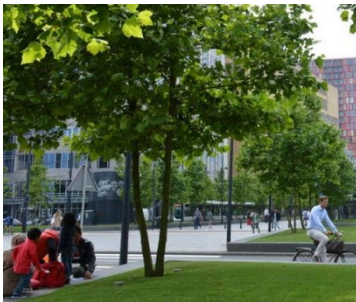
Door middel van een actualisatie van bestemmingsplannen worden de ontwikkelmogelijkheden (nog niet gerealiseerd planaanbod) voor perifere detailhandel buiten het Marconigebed en de Goese Poort geschrapt.



5.6. Duurzame en klimaatbestendige omgeving

Wateroverlast

In het Marconigebied worden preventieve maatregelen genomen tegen wateroverlast. Infrastructurele maatregelen moeten ervoor zorgen dat er minder wateroverlast is in het gebied. Hierbij kan gedacht worden aan waterinfiltratie op parkeervakken en onbelemmerde waterstroom op de rijbaan. De wens is om niet alleen het water af te voeren, maar ook vast te houden voor perioden van droogte. Wanneer regenwater dan toch afgevoerd wordt, wordt hierbij rekening gehouden met Masterplan Goes-West.



Hitte

Uit onderzoek is gebleken dat het Marconigebied gevoelig is voor het hitte-eilandeffect en de temperatuur daarmee op warme dagen hoger is dan op andere locaties in Goes. Om dit effect te reduceren zullen er groene maatregelen worden genomen in het gebied. Hierbij kan gedacht worden aan groen in de openbare ruimte, aan gevels en op daken.

CO₂-reductie/elektrisch vervoer

De prognose is dat in de toekomst steeds meer elektrische vervoermiddelen op de weg zullen rijden. Bij de herstructurering van het Marconigebied worden laadpunten vooruitlopend op de vraag actief geplaatst.



Energiebesparing- en opwekking

Voor de ambitie van de gemeente Goes om in 2045 energieneutraal te zijn, moet zowel duurzame energie worden opgewekt als energie worden bespaard. De beperkte beschikbare ruimte stimuleert innovatieve oplossingen voor energieopwekking. Daarnaast zal er gedacht worden aan duurzame vormen van verlichting, zoals LED- en dynamische verlichting, of een combinatie hiervan.

Circulaire economie

Het Rijk heeft als doel om in 2050 Nederland volledig circulair te laten zijn. Om hieraan bij te dragen is het de wens voor het gebruik van duurzame en/of circulaire materialen voor wegen en verkeersborden. Op deze manier worden minder primaire grondstoffen gebruikt en wordt er minder afval geproduceerd.



Bijlage 1: Gewenste materialisatie openbare ruimte

Voor het Marconigebied worden eisen gesteld die bijdragen aan een goede uitstraling en goede onderhoud- en beheermogelijkheden. Met de onderstaande eisen moet minimaal rekening worden gehouden:

- Plekken waar kabels en leidingen onder de grond liggen, moeten bereikbaar blijven;
- De nieuwe groenaanleg moet robuust zijn. Dat betekent: geen snippergroen, groenvakken niet kleiner dan 10 m².
- Het Groenstructuurplan is uitgangspunt voor ontwerp en groenaanleg en -beheer;
- Nieuwe plantvakken moeten vrij zijn van kabels en leidingen;
- De gebiedsontsluitingsweg wordt gerealiseerd in asfalt. De verharding wordt zoveel mogelijk onder afschot naar openbaar gebied gelegd, zodat bij regenval het water via hier weg kan. Ook groenstroken kunnen hiervoor een oplossing bieden;
- Voor het winkelgebied is een nadere afweging noodzakelijk welke type verharding toegepast wordt:
 - o Omwille van het de verkeersveiligheid en het accentueren van het verblijfsgebied is het uitgangspunt elementverharding;
 - o Voor de doorgaande fietser is asfaltverharding op zich het uitgangspunt. Maar gelet op de verbijzondering van het gebied is elementverharding acceptabel;
 - o Kijkend naar beheerkosten in de toekomst heeft asfaltverharding de voorkeur;
- Op een breed trottoir ontstaat bij lage voetgangersaantallen onkruid. Het aanbrengen van een breder trottoir dan de richtlijn van 1.80 m vraagt daarom een integrale afweging;
- Obstakels op de rijbaan, zoals drempels, moeten het wegstromen van regenwater niet belemmeren en het regenwater moet gebufferd kunnen worden;
- Er komt een regenwaterriool vanaf het Hollandia plein naar het riool in de Edisonstraat. Bij de uitvoering en planvorming van de riolering wordt rekening gehouden met Masterplan Goes West;
- Een wens is om de parkeervakken te maken met infiltratiepakket (waterdoorlatende verharding);
- Bij de uitwerking van de parkeerplaatsen en openbare ruimte zijn de principedetails het uitgangspunt. Waar afwijkingen gewenst zijn volgt een nadere integrale afweging;
- Om wachtrijen te voorkomen worden parkeerterreinen niet gesloten met slagbomen. Wordt hiervoor wel gekozen dan moet er een bufferruimte van voldoende omvang zijn op het desbetreffende terrein;
- Haaksparkeren is op wegen die eveneens fungeren als fietsroute niet toegestaan gelet op de verkeersveiligheid. Haaksparkeren kan daardoor enkel op parkeerterreinen;
- Naast de centrale parkeerplaatsen voor auto's worden voor het CBR twee parkeerplaatsen gerealiseerd voor grote voertuigen in de nabijheid van het stadskantoor;
- Voor het professioneel laden en lossen zijn plaatsen beschikbaar voor voertuigen van 16,50 meter lang. Er kan rekening gehouden worden met samenstellingen tot 18,75 meter lang.



Bijlage 2: Participatietraject Marconigebied

Doel

Het participatiedoel in dit project is input vragen en daarmee draagvlak creëren onder inwoners, bedrijven en organisaties voor een nieuwe visie die de basis is voor een aantrekkelijk en toekomstbestendig Marconigebied.

Als beleidsdoel is het verkrijgen van een aantrekkelijke en toekomstbestendige woonboulevard abstract geformuleerd. Op basis van een beleidsinventarisatie die randvoorwaarden inzichtelijk maakt is dit concreter gemaakt en zijn hieruit vier thema's gedistilleerd. Deze vier thema's lopen als een rode draad door het participatietraject:

- Aantrekkelijke uitstraling voor ondernemers en bezoekers;
- Bereikbaar (incl. parkeren) en verkeersveilig voor gebruikers;
- Passend/toekomstbestendig winkelaanbod met ruimte om te ondernemen;
- Klimaat adaptieve omgeving.

In onderstaand participatiekader is per thema aangegeven tot hoever de publieksinbreng reikt. Dit loopt uiteen van meeweten, meedenken tot meewerken.

PARTICIPATIEKADER GEBIEDSVISIE MARCONI	
Thema	Maximale participatiegraad
Aantrekkelijke uitstraling	Verdiepen / meewerken (trede 3)
Bereikbaar en verkeersveilig	Verdiepen / meewerken (trede 3)
Passend/toekomstbestendig winkelaanbod met ruimte om te ondernemen	Verdiepen / meewerken (trede 3)
Klimaat adaptieve omgeving	Inventariseren / meedenken (trede 2)

Doelgroepen en inbreng

Exploitanten

Met de winkelexploitanten is in een zestal bijeenkomsten dieper ingegaan op de verschillende thema's. Hun inbreng is opgenomen in het overzicht met sterke en zwakke punten, dat als bijlage 3 is toegevoegd.

De exploitanten hebben meegedacht over de bezoekersenquête en deze zelf ook aan hun klanten voorgelegd.

In een van de bijeenkomsten is het parkeerregime uitgebreid besproken. De toen aanwezige ondernemers (drie bedrijven) gaven aan dat gratis parkeren, met gevolg dat er langparkeerders gaan staan, hun voorkeur heeft boven geen auto's voor de deur. Zij zijn van mening dat dit er beter uitziet dan helemaal geen auto's. Ook is gevraagd of het mogelijk is de woonboulevard in stukken te knippen m.b.t. parkeerbeleid. Ook het instellen van een blauwe zone is besproken. Vanuit de aanwezige ondernemers werd dit als beter alternatief voor het huidige betaald regime gezien, ook al zijn de eventuele boetes voor foutparkeerders bijna twee keer zo hoog.



Vastgoedeigenaren

Met de eigenaren is een aparte bijeenkomst belegd waarin de verschillende thema's aan de orde kwamen. Hun inbreng is opgenomen in het overzicht met sterke en zwakke punten, dat als bijlage 3 is toegevoegd.

Naast deze gezamenlijke bijeenkomst is met diverse eigenaren apart gesproken over plannen en initiatieven die bij hun leven.

Omwonenden

De omwonenden van het Marconigebied zijn voor een avond uitgenodigd om mee te praten over de vier thema's. Er waren ongeveer zestig bewoners aanwezig. De inbreng is opgenomen in het overzicht met sterke en zwakke punten, dat als bijlage 3 is toegevoegd.

Bezoekers

Om tot een zo breed mogelijke participatie te komen van gebruikers van het Marconigebied is ingestoken op het bereiken van uiteenlopende vormen van publiek: winkelbezoekers, verkeersdeelnemers, omwonenden, enz. Hiertoe is er gedurende twee weken in oktober 2019 een enquête uitgezet, waarbij -naast de reguliere bekendmakingen en inzet van enquêteurs- gebruik is gemaakt van de netwerken van de exploitanten. Ook in de te stellen vragen hadden de exploitanten hun inbreng. De enquête betrof meerkeuze- en open vragen. Zie bijlage 1 voor de enquête.

De respons op deze enquête was overweldigend: deze is in totaal 1370 keer ingevuld, waarvan 1040 volledig. Maar liefst 381 mensen hebben in reactie op de vraag of zij voor vervolgvragen benaderd mogen worden, hun e-mailadres achter gelaten.

De meeste reacties hadden betrekking op het winkelaanbod, het uiterlijk van het gebied, de verkeersveiligheid en het parkeren. Bijlage 2: uitslag enquête

Samen met de input uit de gesprekken zijn de uitkomsten uit de enquête gebruikt bij het opstellen van de gebiedsvisie.



Enquête Marconigebied.

De ondernemers in het Marconigebied gaan voor *De beste woonboulevard van Zuidwest Nederland!*

Gemeente Goes en ondernemers willen samen dit winkelgebied aantrekkelijker maken voor veel meer klanten en gebruikers.

Uw ideeën en informatie helpen ons geweldig op weg om een mooi en toekomstbestendig plan te maken.

Fijn dat u deze korte enquête wilt invullen. Bedankt alvast!

1a. Bent u al eens eerder in het Marconigebied geweest om te winkelen

Ja

Indien ja... Ga naar vraag 1b en 1c

Nee

Indien nee...Ga naar vraag 1d

1b. Hoe vaak komt u hier?

1 keer per week of meer

meerdere keren per maand

een aantal keer per jaar

1 keer per maand

1 keer per jaar

Anders nl.....

Ga naar vraag 1 c

1c. Waarom komt u hier/ wat koopt u hier?

Ga na beantwoording naar vraag 2

1 d. Waarom bent u hier nog niet/ nog niet eerder geweest?

1 e. Waar koopt u normaal gesproken uw (grote) woonartikelen?



2. Wat vindt u fijn aan dit winkelgebied? (meerdere antwoorden mogelijk)

- dichtbij het centrum
- persoonlijke service
- kleinschalig
- specifieke winkels
- centrale plek in deze regio om woonartikelen te kopen

Anders namelijk.....

3a. Waar zou, wat u betreft, voorrang aan gegeven moeten worden bij de verbetering van dit gebied? Met andere woorden: wat zou wat u betreft de grootste publiekstrekker kunnen zijn? (max. 3 antwoorden mogelijk)

- diversiteit van winkels
- grootte van winkels
- hoeveelheid parkeerplekken
- gratis parkeren
- bereikbaarheid/ doorstroming van het verkeer
- duurzame inrichting van het gebied en winkels die aandacht besteden aan duurzaamheid
- horeca
- (kinder)vermaak
- namelijk.....
- het aantrekkelijker maken van de openbare ruimte door middel van.....
-
- anders
- namelijk.....

3b. Zou u achter bovenstaande kansen waar u een hokje heeft aangekruist een volgorde kunnen invullen van prioriteit, waarbij 1 is: ' heeft de hoogste prioriteit' en 2 voor "iets minder hoge prioriteit", etc.

4a. Als u een cijfer van 1-10 aan dit winkelgebied zou mogen geven, waarbij 1 heel slecht is en 10 uitstekend, welk cijfer geeft u dan?

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

4b. Waarom geeft u dit cijfer?



5. Heeft u nog opmerkingen/ aanbevelingen/ verbeterkansen?

6. Wilt u uw naam en e-mailadres geven, zodat wij u eventueel nog wat vervolgvragen kunnen stellen?

Uiteraard houden we ons daarbij aan de geldende privacywetgeving: we behandelen uw gegevens vertrouwelijk en u wordt alleen benaderd voor het doel van dit gebiedsonderzoek.

- Ja
Naam:
E-mail:
 Nee
-

Nogmaals dank voor uw medewerking!



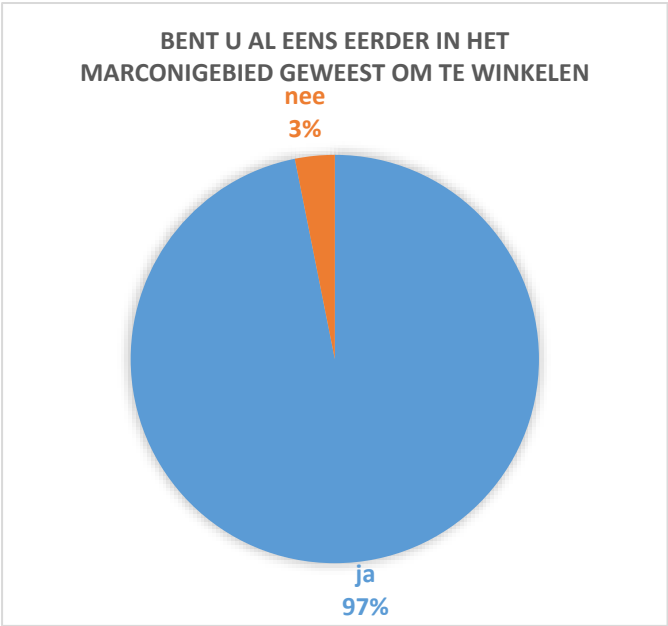
BIJLAGE 2: Uitslag enquête

1. Bent u eerder in Marconigebied geweest om te winkelen?

Ja: 1.327
 Nee: 43
 Reacties: 1.370

Waarom komt u hier niet?

Ken het niet	7
Middelburg	5
Geen behoefte	4
Winkelt elders	6
Woont elders	14
Overig	7
Aantal reacties	43



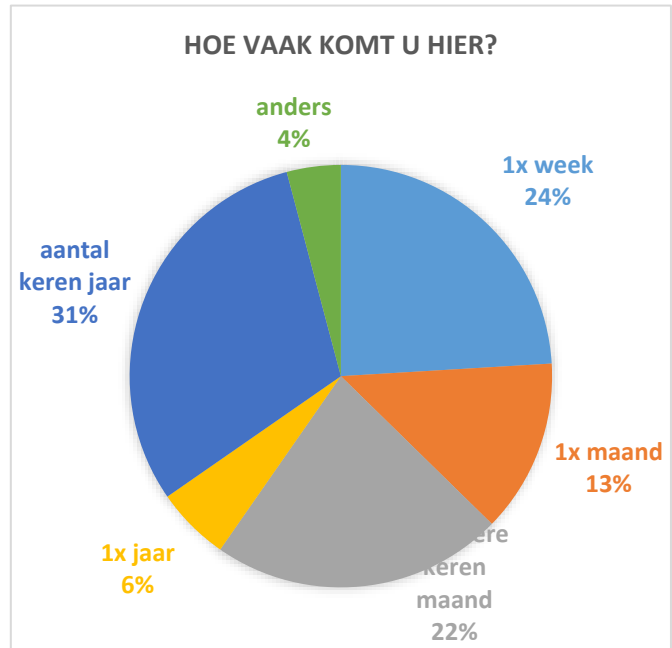


2. Hoe vaak komt u hier?

1x week	297
1x maand	164
meerdere keren maand	276
1x jaar	70
aantal keren jaar	377
anders	51
	1.2
Aantal reacties	35

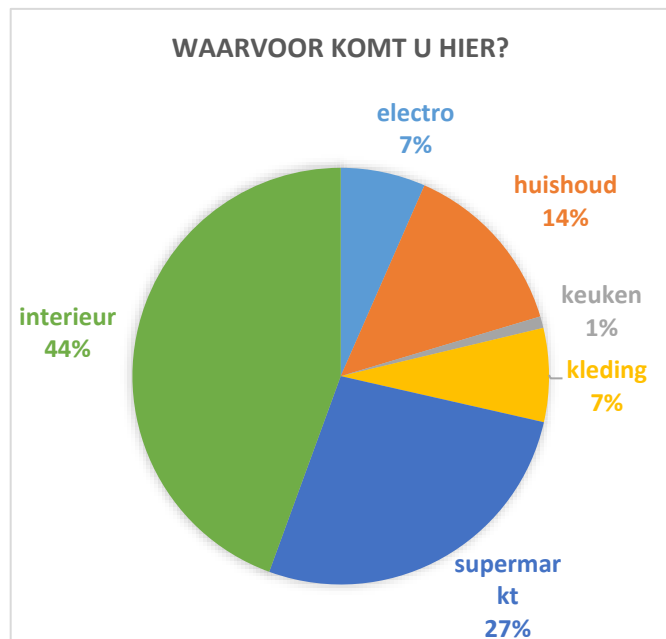
toelichting "anders"

Zo min mogelijk	15
Gerichte aankoop	10
Jumbo vaak, overig winkels minder	13
Steeds minder	4
Overig	7
Aantal reacties	51



3. Waarom komt u hier/ wat koopt u hier?

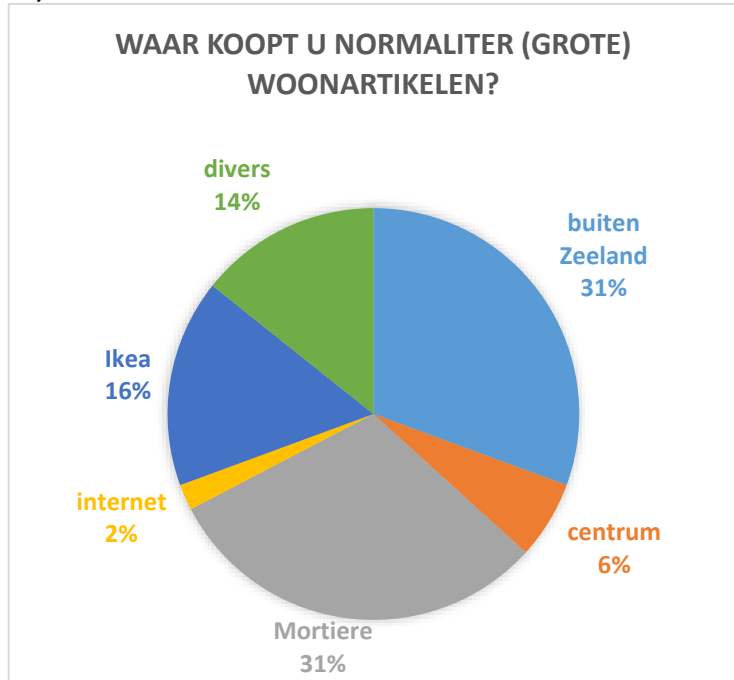
Electro	95
Huishoud	199
Keuken	13
Kleding	105
Supermarkt	390
Interieur	641
Aantal reacties	1.443





4. Waar koopt u normaliter (grote) woonartikelen?

Buiten Zeeland	15
Centrum Goes	3
Mortiere	15
Internet	1
Ikea	8
Divers	7
Aantal reacties	49

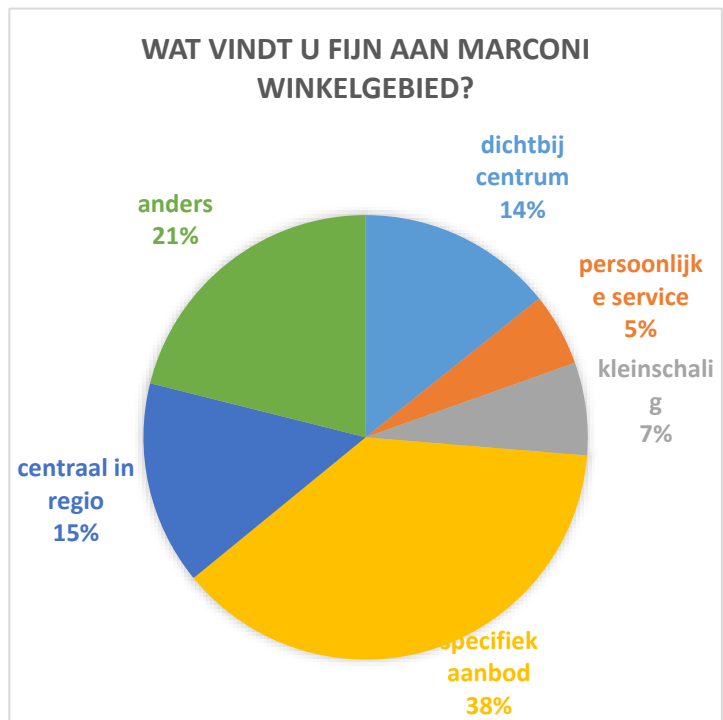


5. Wat vindt u fijn aan dit winkelgebied?

Dichtbij centrum	205
Persoonlijke service	76
Kleinschalig	97
Specifiek aanbod	543
Centraal in regio	213
Anders	303
Aantal reacties	1.437

Toelichting anders:

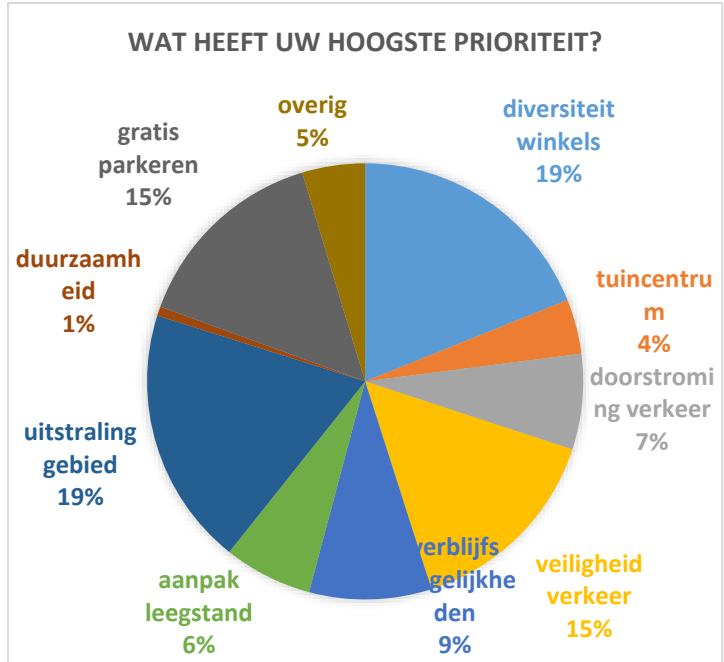
Bereikbaarheid	77
Centraal winkelaanbod	29
Niet fijn	86
Parkeren	90
Supermarkt	12
Overig	9
Aantal reacties	323





6. Waar zou, wat u betreft, voorrang aan gegeven moeten worden bij de verbetering van dit gebied? Met andere woorden: wat zou wat u betreft de grootste publiekstrekker kunnen zijn?

Diversiteit winkels	566
Grootte winkels	42
Gratis parkeren	555
Hoeveelheid parkeerplaatsen	85
Aantrekkelijke openbare ruimte	414
Duurzame inrichting	99
Bereikbaarheid en doorstroming	341
Horeca	393
Kindervermaak	64
Aantal reacties	2.559



7. Wat heeft uw hoogste prioriteit?

Diversiteit winkels	219
Tuincentrum	47
Doorstroming verkeer	82
Veiligheid verkeer	174
Verblijfsmogelijkheden	105
Aanpak leegstand	76
Uitstraling gebied	222
Duurzaamheid	8
Gratis parkeren	171
Overig	54
Aantal reacties	1.158





8. Welk rapportcijfer krijgt Marconigebied en waarom geeft u dit cijfer?

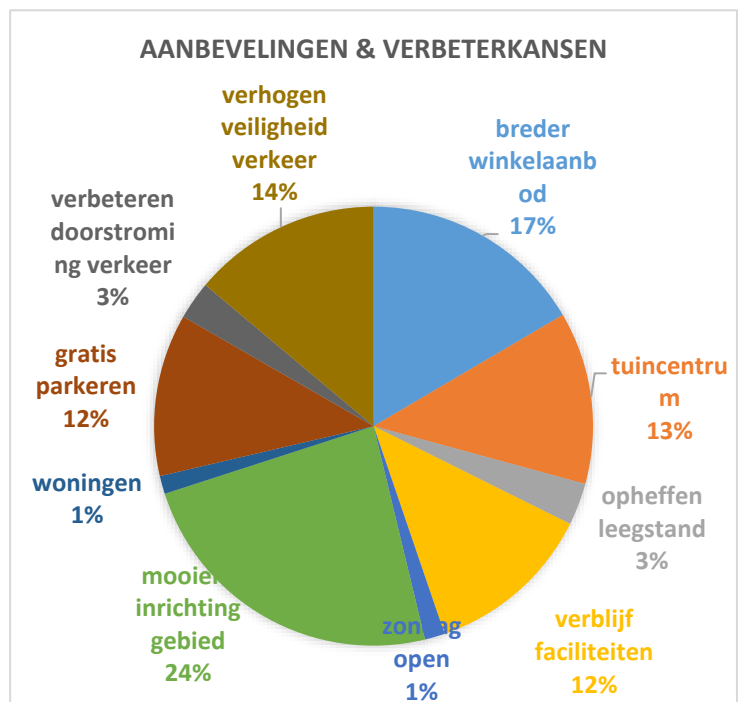
Gemiddeld cijfer: 5,3

Betaald parkeren	61
Leegstand	102
Onaanterkkelijk	265
Ongezellig	109
Ontbreken horeca	39
Verkeerssituatie	172
Winkelaanbod slecht	156
Winkelaanbod goed	98
Aantal reacties	1.002



9. Heeft u nog opmerkingen/ aanbevelingen/ verbeterkansen?

Breder winkelaanbod	112
Tuincentrum	86
Opheffen leegstand	21
Verblijfsfaciliteiten	84
Zondag open	10
Mooiere inrichting gebied	161
Woningen	9
Gratis parkeren	81
Verbeteren doorstroming verkeer	19
Verhogen veiligheid verkeer	94
Overig	188
Aantal reacties	865





Overzicht sterke en zwakke punten

Inbreng ondernemers (O), vastgoed (V), bewoners (B), gemeente (G), Stec (S)

Thema Uitstraling Marconigebied

Sterktes	Zwaktes
<ul style="list-style-type: none"> • Bomen (groen) (V, B, G) • Landmark/beeldbepalend element: Melkfabriek + schoorsteen (B, G) • Creativiteit ondernemers (O) • Zichtbaarheid (O) • Regionale uitstraling (O) • Mooie hoeklocatie (O) • Je kan op meerdere manieren de boulevard opkomen (V) • Het kan alleen maar beter worden (G) 	<ul style="list-style-type: none"> • Onaantrekkelijkheid openbare ruimte (O,V,B, G) • Entree Jumbo erg onaantrekkelijk (O, V, B) • Gevels niet dezelfde kant gericht, uitlijning gevels niet gelijk (V, B) • Geen sfeer (O,B, G) • Te weinig groen (O, B) • Aanzicht vanaf Edisonstraat (V, G) • Verschil in gebied rand <-> achteraf (O) • Creativiteit ondernemers onbenut (O) • Uitstraling algemeen (O) • Entree Jumbo heeft niet uitstraling woonboulevard (O) • Je kan op meerdere manieren de boulevard opkomen, geen echte entree (V) • Lege kavels (V) • Aanzicht vanaf Edisonstraat (V, G) • Heeft niet uitstraling woonboulevard (B) • Ongezellig, te weinig gezelligheid (B) • Omgeving stadskantoor met opstapjes (B) • Vervallen gebouwen (B) • Doods gebied (B) • Veel zwerfafval (B) • Geen woonboulevard (B) • Achterkanten (bij entree) (B) • Voorkanten niet naar elkaar (B) • Matige relatie met binnenstad (B) •
Kansen	Bedreigingen
<ul style="list-style-type: none"> • Industrieel erfgoed schoorsteen en melkfabriek (B, G) • Klein Mortiere (B) • Communicatie PR (G) • Verbindingen SGB (G) • Ontwikkelingen in omgeving (G) • Verbetering ruimtelijke kwaliteit (vastgoed) (S) 	<ul style="list-style-type: none"> • Ketens (O, G) • Leegstand (B, G) • Veel aanpassingen in de omgeving: spoor, sloop woningen (V) • Dichtgetimmerde woningen (B) • Ongedierte door leegstand (B) • Gevoel van onveiligheid ('s avonds) (B) • Huidige ondernemers investeren niet (G)



Thema Bereikbaarheid, verkeersveiligheid en parkeren

Sterktes	Zwaktes
<ul style="list-style-type: none"> • Huidig parkeren (kan voor de deur, voldoende, na 15 uur gratis) (O, V, G, S • Goede bereikbaarheid (O, S • Voldoende parkeerruimte bezoekers (O) • Huidig parkeersysteem (V) • Parkeren voor de winkel mogelijk (V) • Na 15.00 uur gratis parkeren (G) • Altijd parkeerplaatsen vrij (G) • Parkeerplaatsen leveren inkomsten, daardoor kansen op nieuwe ontwikkelingen (G) • Voldoende parkeerplekken (S) 	<ul style="list-style-type: none"> • Verkeerssituatie (veiligheid fietsers, vermenging doorgaand en gebiedsgericht verkeer) (O, V, B, G, S • Looproutes en toegankelijkheid (V, B, G • Betaald parkeren (O, V, B • Laden en lossen jumbo (B, G • Edisonstraat, zowel doorgaande route als expeditiestraat (V, G • Vreemde doorgang (gevaarlijk voor fietsers) (O) • Slechte indeling verkeerssituatie (O) • Verkeerstructuur (V) • Loop- en fietsroutes (V) • Looplijnen niet goed, je loopt niet makkelijk een rondje (V) • Rotondes (B) • Geluidoverlast trein (B) • Betaald parkeren tot 15:00 uur, liever korter (B) • Niet goed toegankelijk vrachtverkeer (B) • Krapte bij piekdrukke (kermis, kerstmarkt) (B) • Circulatie in: langs achterkant, uit: via winkels (B) • Gebrek aan visie (B) • Toegangswegen (B) • Route naar Hollandiaplein (pijlen) (B) • Het gebied is niet rolstoelvriendelijk (B) • Slingerend fietspad, gevaarlijk voor fietsers (B) • Kwaliteit van parkeerplaatsen (G) • Discussie over parkeervorm / gebrek een draagvlak (G) • Geen goede verbinding met de binnenstad (G)
Kansen	Bedreigingen
<ul style="list-style-type: none"> • Complementeren ring, extra aansluitingsweg tussen rotondes, beter routing (V, B • Mogelijkheid uitbreiding parkeren (B, G • Verbinding binnenstad (O 	<ul style="list-style-type: none"> • Draagvlak betaald parkeren (O, V, G • Verdwijnen van parkeerterreinen omgeving (V) • Toename auto's door trekkracht Lidl (B)



<ul style="list-style-type: none"> • Nieuwe ondertunneling, bereikbaarheid (V) • Venstertijden bevoorrading (B) • Extra aansluitingsweg tussen rotondes (B) • Parkeren op Renaultkavel (B) • Mogelijkheid om extra parkeerplaatsen te creëren (G) 	<ul style="list-style-type: none"> • Geen spontane aanloop (O) • Betaald parkeren + boetes die gegeven worden (geen draagvlak bezoeker) (V, O) • Geen goede aansluiting op nieuwe rotonde (V) • Draagvlak m.b.t. parkeertarief (V) • Toegankelijkheid Hollandiaplein (B)
--	---

Thema Passend en toekomstbestendig winkelaanbod

<p>Sterktes</p> <ul style="list-style-type: none"> • Divers aanbod, grootschalig detailhandel & boodschappen (O, V, G) • Gemotiveerd/ enthousiast personeel (O) • Feit dat het woonwinkelgebied er is (B) • Behalve ketens ook persoonlijker aanbod (O) • Kwalitatief gevarieerd aanbod (O) • Koopzondag (O) • Verschillende eigenaren (V) • Feit dat er winkels zijn (B) • Leuke winkels, winkelaanbod (B) • Winkelgebied moet blijven (B) • Potentie van het (winkel)gebied (B) • Omvang past bij Goes (S) • Relatief veel branches voor pdv-locatie (S) 	<p>Zwaktes</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grootte winkels (O, V) • Geen gezamenlijke acties, promoties (O, G) • Beperkt aanvullend aanbod, horeca/leisure (G, S) • Geen (doelgerichte) trekker in het gebied (G, S) • Leegstand (V, B, S) • Grote winkels > Lege panden opsplitsen voor kleinere ondernemers (O) • Beperkingen binnen huidig Bestemmingsplan Marconigebied (V, G) • Verschillende eigenaren (V) • Bovenverdiepingen lastig te vullen (V) • Coördinatie verschillende eigenaren (V) • M2-eis in huidig bestemmingsplan heeft effect op m2 prijs (V) • Geen vertier 's avonds (B) • Geen openbaar toilet (B) • Geen ondernemersvereniging (G) •
<p>Kansen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Horeca (O, V, B, G, S) • Meer diversiteit (sport en tuin, kort verblijf, bouwmarkt) (V, B, S) • Trekker (B, G, S) • Politieke aandacht (V) • komst Lidl (B) • Meer ondernemers met divers aanbod > Meer kleine winkels met speciaal aanbod (O) • Verplaatsen zaken vanuit de Poel (V) • Leisure (V) • Dichtbij het centrum (V) • Tuincentrum(pje) (B) • Komst Lidl (B) 	<p>Bedreigingen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Verschuiving handel naar De Poel/ concurrentie de Poel (O, V, G, S) • Afname behoefte winkelmeters, veranderende markt (O, V) • Nog meer leegstand (O, B) • Probleem in binnenstad (dus focus daar) (V) • Mild beleid (politiek) (O) • Bestemmingsplannen laten grootschalige detailhandel op andere plekken toe (V) • Versnippering grootschalig aanbod over de stad (V) • Aangepaste verdienmodellen (V)



<ul style="list-style-type: none"> • Openbaar toilet (B) • Goedkope eetgelegenheden (B) • Gamma/ bouwmarkt (B) • Speelgelegenheden (B) • Hulst: depot 7 (B) • Skatebaan (B) • Buurtcafé (B) • Bowling (B) • Bioscoop (B) • Lege renaultkavel (B) • Communicatie PR (G) • Trekker aantrekken (Decathlon, Groenrijk etc..) (G) • Verbeteren winkelaanbod (G) • Van woonboulevard naar leefboulevard (S) • Supermarkt als trekker (S) 	<ul style="list-style-type: none"> • Weinig vertier (bowling, bios), 's avonds weinig te doen (B) • Vertrek jumbo (B) • Geen publiek meer (B) • Als TMC zou stoppen is hele noordkant leeg (B) • We laten winkels toe op de Poel die op Marconi horen (G) • Vergijzing (S) • Verspreiding perifere detailhandel (S) • Kwetsbaarheid branches, internetverkopen (S)
---	---

Thema Duurzaamheid en klimaat adaptieve maatregelen

Sterktes	Zwaktes
<ul style="list-style-type: none"> • Redelijk volwassen begroeiing (achterin woonboulevard) (O, G) • Bedrijven al bereid te investeren (Energie label A Goslow, Lidl A++++) (V, G) • Bepanting op Hollandia plein, alleen de bakken zijn oké (B) • Lantaarnpalen stadskantoor (B) • Groenplaats Pasteurstraat (B) • Zonnepanelen op enkele daken (G) • Lidl energieneutraal (G) • Vrijheid voor creativiteit nieuwe inrichting (G) • Dicht bij de stad (G) 	<ul style="list-style-type: none"> • Te weinig groen (O,V,B) • Hitte onderzoek: hittestress, Marconigebied veel hitte (V) • Weinig begroeiing ter hoogte van voormalige Gamma (O) • Weinig variatie in begroeiing (O) • Bomen (O) • Geen groene gevels, weinig groen (V) • Extra groenbakken missen (B) • Weinig groen en speelaccommodaties (B) • Veel te weinig groen (steenbreek gedachte volgen) (B) • Goede duurzame verlichting op Hollandia plein nu allemaal anders (B) • Erg weinig ondergrondse containers (minimaal 2 erbij) (B) • Oranje licht schijnt in de woonkamers (wit licht heeft voorkeur) (B) • Licht TMC schijnt over gebouw, bovenwoningen in Afstellen lampen (B) • Sommige winkels te warm zomers (B) • Staat van gebouwen (zwakke constructie voor bvb zonnepanelen) (G) • Hittestress – verharding / daken (G) • Huidige inrichting bevordert autogebruik (G)



Kansen	Bedreigingen
<ul style="list-style-type: none"> • Wettelijke Duurzaamheidseisen (aanpassingen die binnen 5 jaar terug zijn te verdienen zijn verplicht, realisatie oplaadpunten elektrische auto's, ledverlichting) (O,V,G) • Klimaatadaptatie eisen (wateropvang, groen) (O, B) • Realisatie Oplaadpunten elektrische auto's... (O, G) • Wateropvang wordt mogelijk bij nieuw plan (O) • Aanpassingen die binnen 5 jaar terug zijn te verdienen zijn verplicht (V) • Korf met bloemen aan lantaarnpalen zoals in de binnenstad (B) • Nieuw verkeersplan = Led verlichting (B) • Niet benutte parkeerplaatsen vergroenen (B) • Verbeteren sfeer met vaste beplanting (B) • Gevelbeplanting/verticale tuin (B) • Meer groen en bossen (maar let wel op de veiligheid) (B) • Tiny Forest (B) • Ontwerpen op toename elektrische auto's • Eisen voor ontwikkeling (G) • Wettelijke eisen verduurzaming (G) 	<ul style="list-style-type: none"> • Gebouwen ongeschikt voor bijv. zonnepanelen (O, V) • Onzekerheid subsidies (V, G) • Tijdelijkheid/investeringsbereidheid en -ruimte vastgoed (V, G) • Vastgoedwaarde onder druk, dus weinig ruimte voor investeringen (V) • Particulier eigendom (particulier initiatief nodig) (O) • Zonnepanelen (gebouwen niet geschikt, verhuurders benaderen) (O) • Tijdelijkheid/invetsreingsbereidheid gebouwen (V, G) • Schade tegen hittestress – zorgen voor koeling ook voor woningen (B) • Zelf het goede voorbeeld geven (B) • Versnipperd eigendom (G) • Investeringsbereidheid voor verduurzaam gebouw (G) • Aparte parkeerplaatsen elektrische auto's nodig (G)

