



KLAZIENAVEEN-CENTRUM

**AFSTUDEERSCHRIPTIE: ONDERZOEK NAAR EEN AANTREKKELIJK WINKELCENTRUM
VOOR KLAZIENAVEEN IN DE TOEKOMST**

Koen de Groote
316273
Gemeente Emmen

Winkelcentrum Klazienaveen

Onderzoek naar een aantrekkelijk winkelcentrum voor Klazienaveen in de toekomst

**Auteur: Koen de Groote
Studentnummer: 316273
Opleiding: Ruimtelijke Ordening & Planologie
Instelling: Saxion Hogeschool Deventer
Stage instelling: Gemeente Emmen**

Emmen, 16 februari 2016

**Begeleider Saxion: H.J. Korthals Altes
Beoordelaar Saxion: G. Lier
Begeleider gemeente Emmen: J.D. Huising**

VOORWOORD

Voor u ligt het onderzoek naar een aantrekkelijk winkelcentrum voor de kern Klazienaveen in de toekomst. Graag wil ik iedereen bedanken die heeft meegewerkt om dit onderzoek afgerond te krijgen. Dit onderzoek heb ik uitgevoerd in het kader van mijn afstuderen voor de opleiding Ruimtelijke Ordening en Planologie aan het Saxion te Deventer.

De opdrachtgever van het onderzoek is de gemeente Emmen, die ik heb benaderd vanwege mijn achtergrond, maar ook omdat dit een grote gemeente is die veel te bieden heeft. Het centrum van Klazienaveen sprak mij aan, omdat het gaat om het centrum van een relatief kleine kern, in een krimpregio, wat op één of andere manier toch veel winkelend publiek aantrekt.

Het onderzoek is geschreven aan alle betrokken partijen van het centrum van Klazienaveen, om voor iedereen inzichtelijk te maken op welke manier het centrum aantrekkelijk behouden kan blijven. Toch is de gemeente Emmen opdrachtgever van het onderzoek en zijn de meeste aanbevelingen gericht aan de gemeente.

Graag wil ik in eerste instantie de begeleiding vanuit de onderwijsinstelling, de heer H.J. Korthals Altes (begeleider) en de heer G. Lier (beoordelaar), bedanken voor hun tijd en inzet. Daarnaast wil ik mijn begeleider vanuit de gemeente Emmen, de heer J.D. Huisling, bedanken voor zijn inzet en coachingsmomenten. Ook wil ik alle betrokken partijen bedanken voor de tijd die er is genomen om een interview af te nemen, want deze waren erg waardevol voor het onderzoek. Als laatste wil ik de mensen bedanken die de moeite hebben genomen om hun mening over het centrum te geven in de enquête.

Erica, 15 februari 2016

SAMENVATTING

Er zijn tal van ontwikkelingen gaande, die het centrum van Klazienaveen geen positief toekomstbeeld geven. Nederlandse winkelcentra veranderen namelijk van kleur, de gemiddelde winkelleegstand neemt toe en winkelgebieden worden meer verblijfsgebieden. De demografische ontwikkelingen in Klazienaveen en Zuidoost-Drenthe spreken in het nadeel, zo is er bevolkingskrimp en is het gemiddelde besteedbare inkomen fors lager dan het landelijk gemiddelde. Ook is er in het centrum relatief veel leegstand. Toch blijkt dat het een aantrekkelijk centrum heeft omdat het relatief veel bezoekers genereert. Maar zou dat in de toekomst, vanwege deze ontwikkelingen, nog wel zo zijn? Daarom is het van belang dat er onderzocht wordt hoe het centrum ook in de toekomst aantrekkelijk kan blijven.

Om in kaart te brengen hoe het centrum in de toekomst aantrekkelijk kan blijven, is eerst in beeld gebracht waarom het centrum nu juist in trek is. Door middel van enquêtes is bezoekers gevraagd naar hoe zij het centrum beoordelen op tal van aspecten en is hen de mogelijkheid geboden om verbeterpunten aan te dragen voor de toekomst. Ook zijn betrokken partijen geïnterviewd, die een beter beeld hebben op de toekomst. In de interviews is daarom meer ingegaan op de toekomstgerichtheid, omdat de betrokken partijen een grotere expertise hebben met het zien en inspelen op ontwikkelingen in de toekomst.

Uit de enquête bleek dat bezoekers vooral ontevreden zijn over de doorstroming van het verkeer in het centrum omdat er vaak files staan richting de supermarkten. Daarnaast bleek uit de enquêtes en interviews dat er ook ontevredenheid over de routing en belijning in het centrum, waardoor wildparkeren en gevaarlijke situaties ontstaan. Ook gaven de bezoekers aan meer horeca in het centrum te willen, in de vorm van een restaurant, terras of uitgaansgelegenheid, zodat het centrum gezelliger wordt.

Omdat bleek dat Nederlandse winkelcentra zich steeds meer ontwikkelen tot verblijfscentra en de bezoekers graag horeca zien komen, wordt geadviseerd om horeca in het centrum te stimuleren.

INHOUDSOPGAVE

Voorwoord	2
Samenvatting	3
1. Inleiding.....	7
1.1. Klazienaveen	7
1.1.1. Klazienaveen	7
1.1.2. Winkelcentrum Klazienaveen	9
1.1.3. Sfeerimpressies	Fout! Bladwijzer niet gedefinieerd.
1.2. Belanghebbenden	10
2. Situatieschets	12
(b) Huidige ontwikkelingen nederlandse winkelcentra	12
(c) Demografische ontwikkelingen Klazienaveen en omstreken	12
(d) Klazienaveen wordt gezien als regionaal centrum	13
(e) Klazienaveen relatief aantrekkelijk	14
(f) Waarom is onderzoek belangrijk?	14
3. Onderzoekopdracht	16
3.1. Probleemstelling en doelstelling	16
3.1.1. Probleemstelling	16
3.1.2. Doelstelling	16
3.2. Onderzoeksvragen	16
4. Theoretisch Kader	17
4.1. onderzoeksmodel	17
4.2. Uitwerking theoretisch kader	18
5. Onderzoeksmethoden.....	20
5.1. Inventarisatie van het centrumgebied	20
5.2. Deskresearch	20
5.3. interviews met betrokken partijen	21
5.4. Enquêtes onder het winkelend publiek	22

5.5.	Dataverzamelmatrix	25
6.	Uitwerking enquêtes	26
6.1.	Respons Enquête	26
6.2.	Uitkomsten inleidende vragen	27
6.3.	Uitkomsten vragen m.b.t. voorzieningen	28
6.4.	Uitkomsten vragen m.b.t. ruimtelijke kwaliteit	30
6.5.	Uitkomsten vragen m.b.t. bereikbaarheid	32
6.6.	Uitkomsten vragen m.b.t. veiligheid	33
6.7.	Uitkomsten afsluitende vragen	33
6.8.	Uitgangspunten enquête	34
7.	Uitkomsten interviews	36
7.1.	Uitwerkingen interviews	36
7.2.	Uitkomsten interviews	40
8.	Conclusies en aanbevelingen	42
8.1.	Conclusies onderzoek	42
8.2.	Aanbevelingen	44
Artikel II.	Literatuurlijst	48
Artikel III.	Bijlagen	52
	Bijlage I: Uitwerking beleid, demografie en koopstromen	52
(a)	beleid	Fout! Bladwijzer niet gedefinieerd.
(b)	Demografie	Fout! Bladwijzer niet gedefinieerd.
(c)	Koopstromen	54
	Bijlage II: Enquêtevragen	55
(d)	Enquêtevragen Nederlands	Fout! Bladwijzer niet gedefinieerd.
	Inleidende vragen	55
	Voorzieningen	56
	Ruimtelijke kwaliteit	57
	Bereikbaarheid	58
	Veiligheid	58

Afsluitende vragen	59
(e) Enquêtevragen engels.....	59
Introducing questions	59
Facilities	60
Spatial Quality	61
Reachability.....	62
Safety	63
Overall questions	63
(f) Enquêtevragen Duits.....	Fout! Bladwijzer niet gedefinieerd.
Anfangende Fragen	64
Angebot	64
Räumliche Qualität	65
Erreichbarkeit	66
Sicherheit.....	67
Abschließende Fragen.....	67
Bijlage III: Uitwerkingen enquête	68
Inleidende vragen	68
Voorzieningen	69
Ruimtelijke kwaliteit	75
Bereikbaarheid	79
Veiligheid.....	81
Afsluitende vragen.....	83
Bijlage IV: Uitwerkingen interviews.....	85

1. INLEIDING

In de inleiding wordt een omschrijving gegeven van Klazienaveen en het centrum, gevolgd door de aanleiding van het onderzoek en een overzicht van de belanghebbenden.

1.1. KLAZIENAVEEN

1.1.1. KLAZIENAVEEN

Klazienaveen is een dorp in de gemeente Emmen en is met 12.050 de op één na grootste kern van deze gemeente (CBS, 2015). Klazienaveen ligt ongeveer tien kilometer ten zuidoosten van Emmen, wat met ongeveer 60.000 inwoners de grootste kern is van de gemeente. In Klazienaveen is een fabriek van tablettenfabrikant Cabot Norit B.V. gevestigd en sportverslaggever Evert ten Napel is in 1944 geboren in Klazienaveen. Op de volgende pagina is een kaart weergegeven van de ligging van de kern Klazienaveen in de gemeente Emmen.

GESCHIEDENIS VAN KLAZIENAVEEN

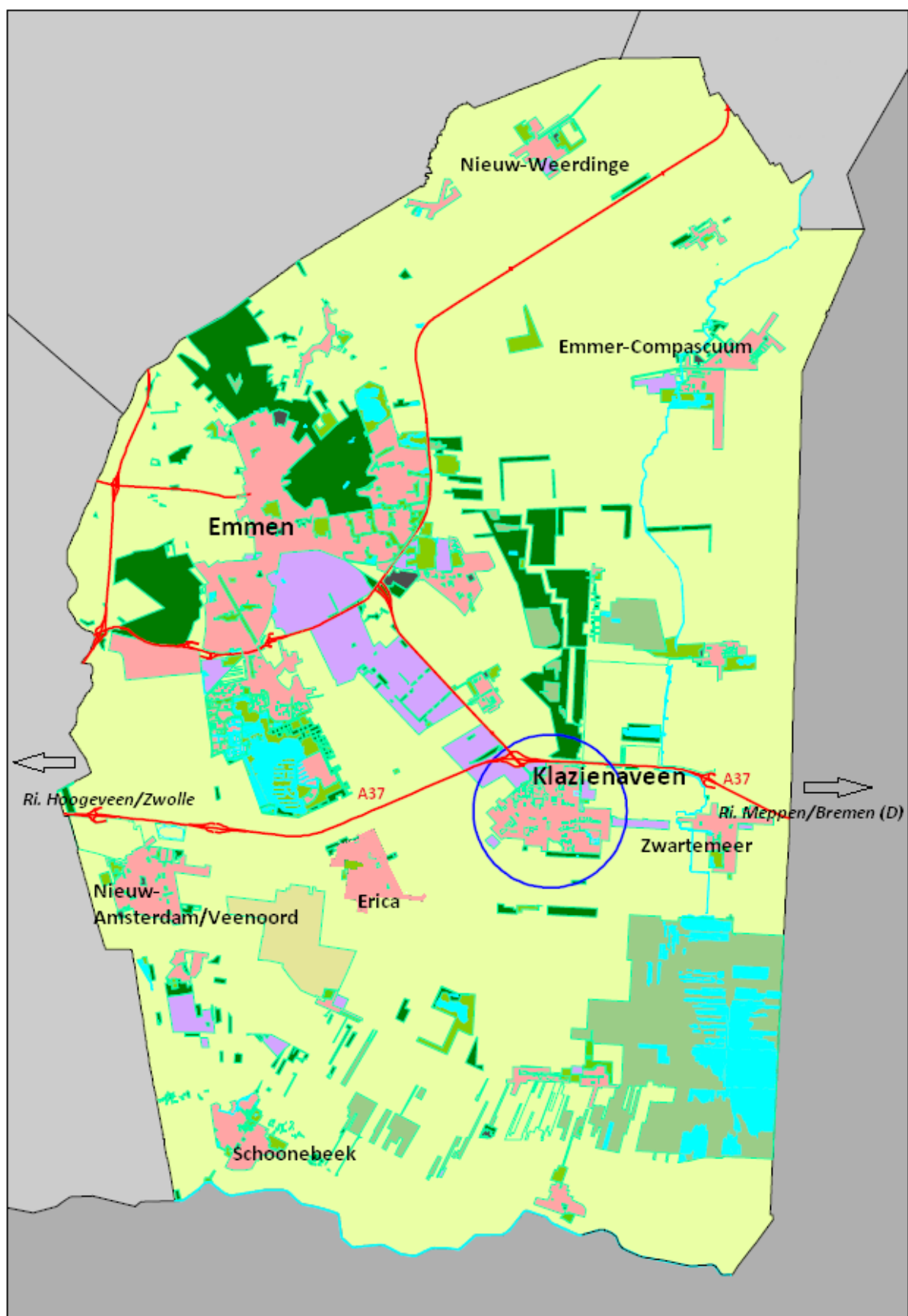
Evenals vele andere dorpen in de gemeente Emmen, is Klazienaveen ontstaan als veenontginningsdorp. In 1889 was de Verlengde Hoozeveense Vaart doorgetrokken tot de huidige Dordsebrug, waarna het als “Van Echtskanaal” is doorgetrokken tot de Duitse grens. Hierna kwam de vervening volledig op gang en de kanalen werden gebruikt voor het afvoeren van turf. Sommige kanaalgravers trokken mee met de afgraving van het kanaal, anderen bleven op bepaalde plekken langs het kanaal om te werken in de turfafgraving, turftransport, turfverwerkende industrie of landbouw. Klazienaveen ontstond op dezelfde wijze, tussen de huidige Dordsebrug en de toenmalige Trambrug, vanaf waar in 1907 het Scholtenskanaal richting Ter-Apel gereed werd. De middenstand vestigde zich aan de zuidkant van het kanaal, omdat de grond daar goedkoper verkocht werd.

De Groningse Willem (W.A.) Scholten, eigenaar van het Smeulveen ten oosten van Emmen, heeft in Klazienaveen het Scholtenskanaal gegraven en de Purit en de Turfstrooiselfabriek Klazienaveen opgericht. Daarnaast hebben ze gezorgd voor de komst van meerdere voorzieningen naar het dorp. Willem Scholten heeft het dorp naar zijn vrouw “Klaziëna” vernoemd.

Na de Tweede Wereldoorlog vestigden enkele bedrijven zich in Klazienaveen, waardoor het aangewezen werd als industriekern. Hierdoor groeide de vraag naar woningbouw aanzienlijk en werd het traditionele veenkoloniale lint doorbroken en kwamen er uitbreidingswijken. Hierdoor groeide ook weer de behoefte aan voorzieningen, waardoor in de jaren '70 het centrum aangepast is.



Afbeelding 1: Klazienaveen in de loop der jaren



Kaart 1: Ligging Klazienaveen in de gemeente Emmen (Eigen bewerking, 2016)

Om de barrierewerking van het kanaal en de verkeersdruk te verminderen, is in 1975 een reconstructieplan opgesteld voor het centrum van Klazienaveen. Hiervoor is de rijbaan zigzaggend over het kanaal aangelegd. In 2005 werd het woon-winkelcomplex "Het Schip" gerealiseerd, hierdoor werd er een betere uitstraling, meer winkels en een betere verbinding tussen noord en zuid gerealiseerd (Gerding, 1998).

Op basis van deze situatie is het Masterplan Klazienaveen-Centrum geschreven, wat omschreven wordt onder de onderzoeksvraag "Wat is het huidige beleid omtrent het aantrekkelijk houden van het winkelcentrum van Klazienaveen?".

BEREIKBAARHEID VAN KLAZIENAVEEN

Voor het autoverkeer is Klazienaveen via de N862 verbonden met Emmen en verbindt de autosnelweg A37 het dorp in westelijke richting met Hogeveen en Zwolle en in oostelijke richting met het Duitse Meppen en de Autobahn 31. Ook is het dorp verbonden met de omliggende kernen Nieuw-Dordrecht, Zwartemeer, Weiteveen en Erica. Het wegensysteem in het veenkoloniale deel kent een rechtlijnige grid-structuur.



Afbeelding 2: De bus van Groningen, via Emmen, naar Klazienaveen

Daarnaast is er een hoogwaardige busverbinding naar Groningen, die via Emmen rijdt en is er een regionale buslijn in de richting van Weiteveen, Schoonebeek en Coevorden en richting Emmen, via de dorpen Zwartemeer en Barger-Compascuum. In Emmen en Coevorden bestaat de mogelijkheid om over te stappen op de trein richting Zwolle. Het centrale punt waar de bussen vertrekken is de ovonde, aan de westelijke kant van het centrum, hoewel sommige lijnen ook elders door het dorp rijden.

Het dichtstbijzijnde treinstation is in de kern Nieuw-Amsterdam/Veenoord, op tien minuten rijden van Klazienaveen. Dit station ligt eveneens aan de spoorlijn tussen Emmen en Zwolle.

1.1.2. WINKELCENTRUM KLAZIENAVEEN

Het fysieke onderzoeksgebied is het centrum van Klazienaveen en wordt in dit onderzoek als volgt gedefinieerd: "Het onderzoeksgebied betreft de panden met de bestemming "centrum" in Klazienaveen, inclusief de aangrenzende openbare ruimte". Op de onderstaande kaart is het gebied roze gemarkeerd.



Kaart 2: Ligging van het centrum van Klazienaveen (Ruimtelijke Plannen, 2015).

De noordelijke grens van het centrum is de zuidelijke aftakking van de straat Evenaar, waarna het Van Echtenskanaal N.Z. de noordelijke grens vormt. De oostelijke grens is de Roedestraat, de zuidelijke grens zijn de Fanfaronstraat, Jonkheer M.W.C. de Jongestraat en de Evert Ten Napelstraat en de westelijke grens wordt gevormd door de Dordsedijk en de Brugstraat.

Het centrum van Klazienaveen kent relatief veel voorzieningen, wanneer het vergeleken wordt met plaatsen van een gelijke omvang. Zo zijn er vijf supermarkten (waarvan twee budgetsupermarkten), een groot aantal kledingwinkels, elektronicawinkels en andere niet-dagelijkse winkels. De woonwinkels en de twee bouwmarkten zijn gevestigd op het bedrijventerrein de Pollux.



Afbeelding 3: Winkelen in de Langestraat

1.2. BELANGHEBBENDEN

Om te inventariseren wat de belangen en doelen van betrokken partijen zijn, is hieronder een actorenanalyse opgesteld. Iedere betrokken partij heeft eigen belangen binnen het gebied en om hier op in te spelen moeten deze overzichtelijk in kaart worden gebracht. Toch is er verschil in de mate waarin de partijen betrokken zijn, waardoor onderscheid gemaakt wordt tussen de directe en indirecte belanghebbenden.

DIRECTE BELANGHEBBENDEN:

De directe belanghebbenden staan het dichtst bij de ontwikkelingen in het centrum en deze partijen genieten de meeste aandacht tijdens het onderzoek.

- **Gemeente Emmen:** Met het oog op de toenemende winkelleegstand, bevolkingskrimp en verandering van de bevolkingssamenstelling, wil de gemeente dat het centrum van Klazienaveen ook in de toekomst aantrekkelijk en vitaal blijft.
- **Handelsvereniging Klazienaveen:** De Handelsvereniging Klazienaveen is een vereniging van ondernemers met een eigen winkel in het centrum van Klazienaveen, die hun gezamenlijke wensen met betrekking tot het centrum overleggen, op papier zetten en afstemmen met de gemeente. Deze organisatie heeft veel baat bij een aantrekkelijk centrum, omdat dit meer bezoekers genereert voor het centrum (Handelsvereniging Klazienaveen, 2015).
- **Winkelend publiek:** De gebruikers zijn erg belangrijk voor het gebied, omdat zij zorgen voor de inkomsten van de winkels. Daarnaast zorgen de gebruikers ook voor reuring in het gebied, waardoor de leefbaarheid en aantrekkelijkheid groter wordt. De mening van de gebruikers wordt daarom ook ruim in kaart gebracht.

INDIRECTE BELANGHEBBENDEN

Daarnaast hebben de onderstaande partijen een indirect belang, welke meegenomen wordt in het onderzoek.

- **Emmen Revisited:** Emmen Revisited, onderdeel van de gemeente Emmen, is een samenwerkingsorganisatie tussen organisaties en bewoners, die zich inzetten voor een prettige leefomgeving in een wijk of dorp in de gemeente Emmen. Doordat deze mensen erg betrokken

zijn, weten ze wat er speelt in de wijk of het dorp. Voor iedere wijk of dorp is er een dorpscoördinator aangewezen, zo ook voor Klazienaveen (Emmen Revisited, 2015).

- **Politie Emmen:** De wijkagent van Klazienaveen kan informatie geven over misdaadgegevens en de sociale veiligheid in het centrum van Klazienaveen, waardoor een ruime omschrijving van de veiligheid in het centrumgebied kan worden gegeven.
- **Wooncorporatie:** In het centrum van Klazienaveen zijn de wooncorporaties Domesta en Lefier actief. De mensen van deze corporaties weten in welke mate de panden in het centrum in trek zijn, hoe het leefgenot is in dit gebied en hoe de woningmarkt zich hier ontwikkeld.
- **Eigenaar supermarkt:** In het onderzoek wordt een belangrijk onderscheid gemaakt tussen dagelijkse- en niet-dagelijkse boodschappen. Bezoekers hebben andere motieven om ergens naar toe te gaan voor het doen van dagelijkse boodschappen, dan voor niet-dagelijkse boodschappen. Ook is de conjunctuurgevoeligheid van supermarkten veel lager. Supermarkten en niet-dagelijkse winkels onderscheiden zich dus van elkaar, waardoor deze een andere betekenis hebben voor het centrum dan niet-dagelijkse winkels.
- **Vastgoedeigenaren:** Vastgoedeigenaren hebben kennis van de marktwerking van de panden in het centrum van Klazienaveen. Zij weten of leegstaande panden wel of niet in trek zijn bij nieuwe ondernemers.

2. SITUATIESCHETS

In de situatieschets wordt duidelijk omschreven waarom het van belang is dat onderzocht wordt hoe het centrum van Klazienaveen ook in de toekomst aantrekkelijk kan blijven.

HUDIGE ONTWIKKELINGEN NEDERLANDSE WINKELCENTRA

TOENEMENDE WINKELLEEGSTAND IN NEDERLANDSE WINKELCENTRA

Vanwege het groeiende aantal internetverkoppen en de economische crisis, is het winkelend publiek in de Nederlandse winkelcentra afgenomen en is het koopgedrag veranderd. Het aandeel dat winkelt via internet is in de laatste vijf jaar met drie procent gestegen. Daarnaast is de gemiddelde winkelleegstand in Nederlandse binnensteden toegenomen van ongeveer 6% in 2009 tot 10% in 2014, waarbij vooral de kleinere en middelgrote steden worden getroffen (Planbureau voor de Leefomgeving, 2014). Ook uit het Koopstromenonderzoek 2015 blijkt dat bijna alle winkelcentra in Oost-Nederland te maken hebben met een omzetafname in de detailhandelsomzet vanwege deze trends (I & O Research, 2015). Een belangrijke reden om te komen met een nieuwe visie voor de winkelcentra.

NEDERLANDSE WINKELGEBIEDEN VERANDEREN VAN KLEUR

Naast het feit dat de winkelleegstand in Nederlandse winkelcentra toeneemt, veranderen de winkelcentra van kleur. In het rapport "Winkelgebied van de toekomst" van Platform 31 staat omschreven dat er steeds meer wordt ingezet op de beleveniseconomie, dat wil zeggen dat de consument verleid moet worden door middel van unieke ervaringen. Hierdoor worden de winkelgebieden steeds meer verblijfsgebieden, wat vraagt om een andere inrichting van een winkelcentrum (Platform 31, 2014).

Nederlandse winkelcentra zijn aan verandering onderhevig, zo is de winkelleegstand de laatste jaren, vooral in de kleinere en middelgrote steden, sterk toegenomen. Daarnaast veranderen veel functies in de winkelcentra, waardoor het voor Nederlandse overheden en betrokken partijen belangrijk is geworden om te sturen, zodat de winkelcentra ook in de toekomst aantrekkelijk blijven.

DEMOGRAFISCHE ONTWIKKELINGEN KLAZIENAVEEN EN OMSTREKEN

OOST-DRENTHE ALS ANTICIPEERREGIO

De gebieden waar de bevolkingskrimp het sterkst is, zijn door het rijk aangewezen als de zogenaamde topkrimpgebieden. Hier daalt het bevolkingsaantal tot 2040 naar verwachting met zestien procent of meer. Deze gebieden genieten vanuit het rijk de meeste aandacht omtrent krimpvraagstukken. Daarnaast zijn er ook de zogenaamde anticipeerregio's (gebieden waar het bevolkingsaantal nog niet daalt, maar waar het naar verwachting in de toekomst wel zal dalen). Oost-Drenthe (de gemeenten Emmen, Coevorden, Aa en Hunze en Borger-Odoorn) is door het rijk aangewezen als anticipeerregio. In de gemeente Emmen wordt tot 2040 een bevolkingsdaling verwacht van 8,8%, terwijl dit in de meeste anticipeerregio's ongeveer 4% is. Hieruit blijkt dat de gemeente Emmen een relatief hoge bevolkingskrimp kent, in vergelijking met andere anticipeerregio's (Rijksoverheid, 2015).

TOENEMENDE VERGRIJZING ZUID-OOST DRENTHE

Naast bevolkingskrimp, vergrijsst de bevolking in de regio Oost-Drenthe ook. In de gemeente Emmen was het aantal 65-plussers (hierna: ouderen) in 2012 18,4%, in 2015 is dit 20,5%. De prognose voor 2025 is een aantal ouderen van 25,9%, terwijl er voor 2040 een aantal ouderen van 32,9% verwacht wordt (CBS, 2015). Ouderen hebben een ander bestedingspatroon dan jongeren, waardoor de vraag naar mode en luxe artikelen in de gemeente Emmen af zal nemen, terwijl de vraag naar levensmiddelen toe zal nemen. Ook andere demografische ontwikkelingen hebben invloed op het koopgedrag van het winkelend publiek (AnalyZus en Roots Beleidsadvies, 2014).

KOOPKRACHT IN KLAZIENAVEEN EN DE GEMEENTE EMMEN LAGER

Wanneer de demografische gegevens van de kern Klazienaveen en de regio Zuidoost-Drenthe vergeleken worden met het landelijk gemiddelde, valt op dat het gemiddeld besteedbaar inkomen in Klazienaveen en Zuidoost-Drenthe veel lager is dan het landelijk gemiddelde (CBS, 2015).

	Gem. inkomen	Hoge inkomens (%) ¹	Lage inkomens (%) ²
Klazienaveen	€ 24.300	11	49
Gemeente Emmen	€ 26.100	13	46
Nederland	€ 30.800	20	40

Vanwege dit gegeven, zullen de bezoekers minder besteden in het centrum, waarbij vooral bepaalde sectoren gevoelig zijn. De luxe- en duurdere aankopen zijn logischerwijs gevoeliger en hebben een minder goed perspectief. De invloed hiervan is geringer op supermarkten.

Deze demografische ontwikkelingen hebben een negatief effect op het toekomstperspectief van het centrum van Klazienaveen en zorgen ervoor dat het centrum meer onder druk komt te staan dan het gemiddelde Nederlandse winkelcentrum. Hierdoor is het voor de betrokken partijen des te meer van belang dat ingezet wordt op een aantrekkelijk en vitaal centrum in de toekomst.

KLAZIENAVEEN WORDT GEZIEN ALS REGIONAAL CENTRUM

STREEKCENTRUM

De structuurvisie "Veelzijdigheid troef" van de gemeente Emmen gaat ook in op de gewenste ontwikkelingen van winkelcentra in de gemeente. Hierin wordt het centrum van Emmen als belangrijkste aankoopcentrum gezien, gevolgd door het centrum van Klazienaveen. Over het centrum van Klazienaveen wordt vermeldt dat het ook een functie heeft voor omliggende dorpen.

LEEGSTAND IN KLAZIENAVEEN RELATIEF HOOG

In de gemeente Emmen wordt in de winkelcentra van de Emmense wijken Bargeres (44%) en Emmerhout (29%) het hoogste percentage leegstand gemeten, maar dit heeft direct te maken met de herontwikkeling van deze winkelcentra. Daarna volgen de winkelcentra van Klazienaveen (18%), Emmen-Centrum (12%) en de Nijbracht (een perifere detailhandelslocatie die niet in deze tabel is opgenomen met 23% winkelleegstand). Omdat het centrum van Klazienaveen dus een relatief hoge

¹ en ² Hier wordt het procentuele aantal inkomens wat binnen de 40% van de laagste Nederlandse inkomens en 20% van de hoogste hoge inkomens valt.

winkelleegstand kent, is het in deze notitie aangewezen als aandachtsgebied om de leegstand te bestrijden (Gemeente Emmen, 2013).

Uit het beleid blijkt dat het centrum van Klazienaveen door de gemeente wordt gezien als een centrum met een functie voor Klazienaveen en omliggende kernen en het is het op één na belangrijkste centrum binnen de gemeente. Ook blijkt dat de winkelleegstand in Klazienaveen relatief hoog is. Omdat het voor de gemeente Emmen een belangrijk centrum is en de leegstand hier hoog is, is het belangrijk dat de betrokken partijen zich richten op de toekomstbestendigheid van het centrum.

KLAZIENAVEEN RELATIEF AANTREKKELIJK

KLAZIENAVEEN AANTREKKELIJK DORP OM TE WINKELN

Klazienaveen is met 12.070 inwoners de tweede kern van de gemeente Emmen, na Emmen, wat 56.000 inwoners telt (CBS.nl, 2014). Ondanks dat de winkelleegstand in Klazienaveen relatief hoog is, blijkt uit het Koopstromenonderzoek dat Klazienaveen een aantrekkelijk dorp is om te winkelen. Ook is het opvallend dat het om een relatief klein dorp gaat, wanneer het wordt vergeleken met het nabijgelegen en grotere Emmen. Er is een relatief grote binding vanuit de eigen kern en daarnaast is de toevloeiing voor dagelijks- en niet-dagelijks winkelen de laatste jaren toegenomen. Daarnaast kent de absolute ontwikkeling van de detailhandel de op één na grootste toename van de deelnemers aan het Koopstromenonderzoek (Oost-Nederland), terwijl in de meeste winkelcentra een daling te erkennen is. Ook liggen de meeste kernen uit dit onderzoek verder van grotere plaatsen af, terwijl Klazienaveen op relatief kleine afstand van het grotere Emmen ligt (I & O Research, 2015). De Quicksan Leefbaarheid gemeente Emmen geeft ook aan dat Klazienaveen een relatief grote aantrekkingskracht heeft vanuit de omliggende kernen (STAMM, 2013).

OOK WAARDEVOL VOOR EMMEN-CENTRUM

Onderzoek naar de sterke kanten brengt de kracht van het centrum in beeld, waar in de toekomst op ingespeeld moet worden. Daarom is juist een onderzoek naar Klazienaveen van belang, kan voor de gemeente namelijk ook weer waarde geven voor de toekomst van Emmen-Centrum.

Het is belangrijk om de aantrekkelijkheid van het centrum te achterhalen, omdat wanneer inzichtelijk is gemaakt waarom het aantrekkelijk is, het centrum beter weerbaar gemaakt kan worden tegen de huidige negatieve ontwikkelingen, zodat het in de toekomst aantrekkelijk kan blijven. Ook kunnen de sterke punten van Klazienaveen-Centrum nieuwe inzichten bieden om het centrum van Emmen tegen de huidige negatieve ontwikkelingen te weren.

WAAROM IS ONDERZOEK BELANGRIJK?

DE VRAAG VAN DE GEMEENTE OM HET CENTRUM IN DE TOEKOMST AANTREKKELIJK TE HOUDEN

De gemeente Emmen is gebaat bij een aantrekkelijk en vitaal winkelcentrum in Klazienaveen, omdat dit meer bezoekers trekt, de leefbaarheid vergroot en zorgt voor meer werkgelegenheid in de regio. Dit is in de huidige situatie zeker het geval. Maar, vanwege de bovengenoemde trends, die zowel op landelijk als op regionaal niveau spelen, kwam bij de gemeente Emmen de vraag naar boven, hoe het centrum in de toekomst aantrekkelijk gehouden kan worden. De gemeente heeft hierin een

regisserende rol en heeft daarom onderzoek laten doen naar een aantrekkelijk en vitaal centrum in Klazienaveen voor de toekomst.

Gezien de huidige negatieve ontwikkelingen die spelen rondom het centrum van Klazienaveen, terwijl het toch een relatief aantrekkelijk centrum is, is het belangrijk om in kaart te brengen waarom het aantrekkelijk is en hoe betrokken partijen het centrum het beste aantrekkelijk kunnen houden, zodat het centrum beter weerbaar gemaakt kan worden tegen de negatieve ontwikkelingen.

3. ONDERZOEKOPDRACHT

In dit hoofdstuk worden de probleem- en doelstelling gegeven, evenals de onderzoeksvragen geformuleerd.

3.1. PROBLEEMSTELLING EN DOELSTELLING

Hieronder worden de probleemstelling en de doelstelling geformuleerd.

3.1.1. PROBLEEMSTELLING

De probleemstelling van het onderzoek luidt: *Hoe kunnen de betrokken partijen het centrum van Klazienaveen aantrekkelijk houden in de toekomst?*

3.1.2. DOELSTELLING

De doelstelling van het onderzoek luidt: *“Een adviesrapport, gericht aan de betrokken partijen, met aanbevelingen over de aanpak die moet leiden naar een aantrekkelijk en vitaal centrum voor in de toekomst”*

3.2. ONDERZOEKSVRAGEN

De volgende onderzoeksvragen zijn van toepassing op het onderzoek.

1. Welke factoren zijn belangrijk voor de toekomstbestendigheid van het winkelcentrum van Klazienaveen?
2. Hoe scoort het centrum van Klazienaveen op aantrekkelijkheid en vitaliteit in de ogen van bezoekers?
3. Welke ideeën zijn er vanuit de betrokken partijen om het centrum van Klazienaveen in de toekomst aantrekkelijk te houden?
4. Hoe kunnen de betrokken partijen het centrum van Klazienaveen aantrekkelijk houden in de toekomst?



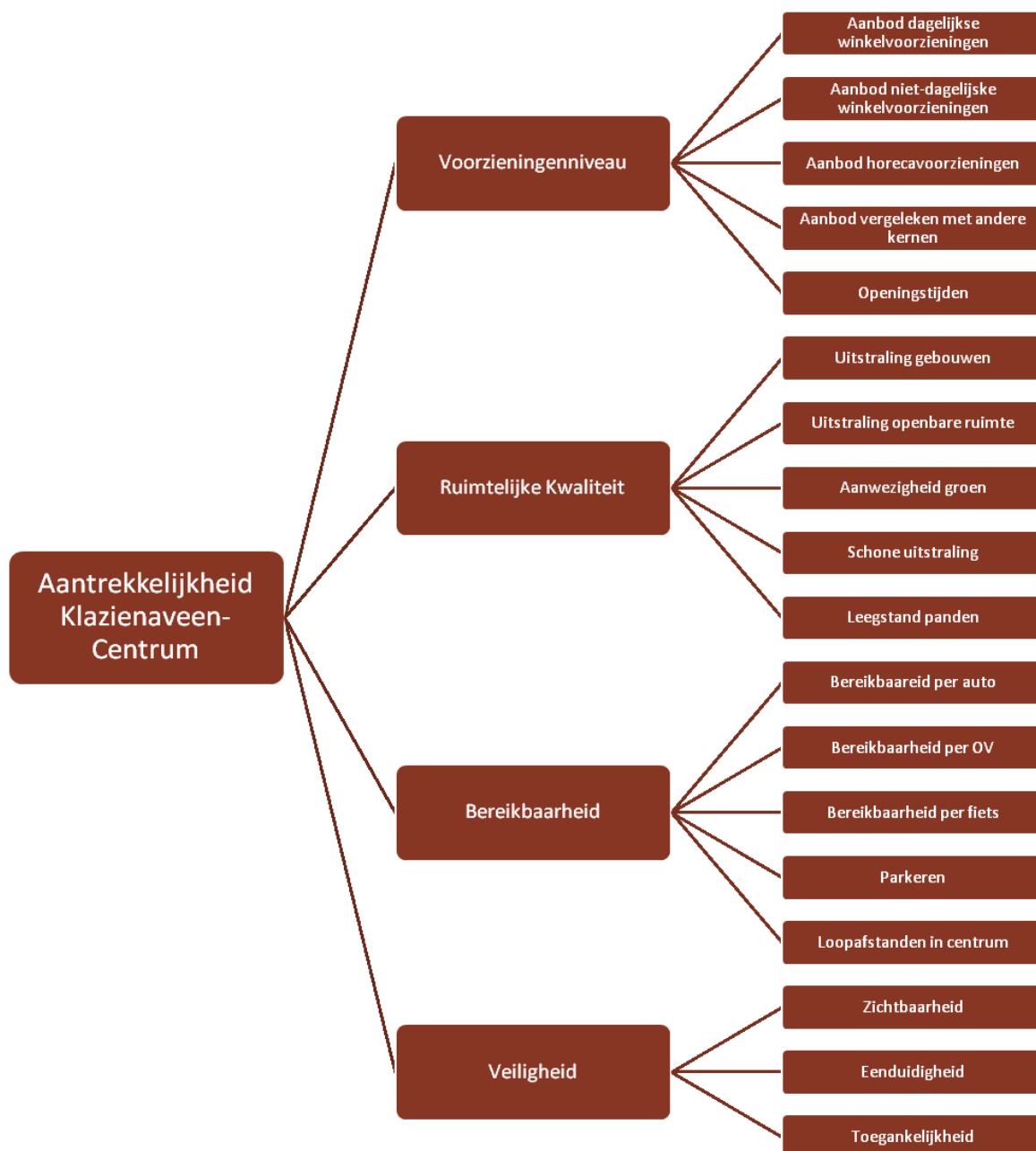
Afbeelding 4: Winkelen in Klazienaveen-Centrum (G. Meijer, Dagblad van het Noorden, 2015)

4. THEORETISCH KADER

In het theoretisch kader staat omschreven welke variabelen worden onderzocht, hoe deze zich tot elkaar verhouden en hoe deze meetbaar worden gemaakt.

4.1. ONDERZOEKSMODEL

Hieronder staat weergegeven hoe de onderzoeksvariabelen zich tot elkaar verhouden.



Figuur 1: Toegepast onderzoeksmodel

4.2. UITWERKING THEORETISCH KADER

Door middel van deskresearch zijn verschillende rapporten over aantrekkelijke en vitale binnensteden vergeleken. Deze vergelijking werd gedaan op basis van de toegepaste methoden die zijn ingezet om de aantrekkelijkheid en vitaliteit meetbaar te maken.

Het model wat toegepast is in het rapport “Vitaliteitsbenchmark Centrumgebieden” van Goudappel/Coffeng, is een overzichtelijke methode waarin de gebruikte indicatoren verdeeld zijn over een viertal categorieën. Toch zijn tevens andere indicatoren en categorieën toegevoegd, gewijzigd of weggehaald, om de volledigheid te waarborgen of omdat deze beter toepasbaar (of niet goed toepasbaar) zijn op het centrum van Klazienaveen. Hieronder wordt per indicator toegelicht wat de invloed is op de aantrekkelijkheid en vitaliteit van het centrum, ook wijken de categorieën af van het rapport. Het onderstaande model geeft de verhoudingen tussen de categorieën en indicatoren weer.

I) VOORZIENINGENNIVEAU

Voldoende voorzieningen zijn belangrijk om een winkelcentrum aantrekkelijk te houden voor bezoekers, hierbij gaat het niet alleen om het aantal winkels, maar ook om de diversiteit aan winkels. Daarom wordt er een belangrijk onderscheid gemaakt tussen soorten voorzieningen.

- **Aanbod dagelijkse winkelvoorzieningen:** In kernen met een streekfunctie is het belangrijk om een sterke supermarkt in het centrum te hebben. Een goed lopende supermarkt genereert zo’n 10.000 klanten per week, wat zorgt voor een levendig straatbeeld en veel extra klanten in de overige winkels (Seinpost Adviesbureau, 2013).
- **Aanbod niet-dagelijkse winkelvoorzieningen:** Met een uitgebreid aanbod aan niet-dagelijkse voorzieningen, kan een centrum zich onderscheiden van andere centra. Eenheidsworst moet hierin voorkomen worden (Goudappel Coffeng, 2015).
- **Aanbod horeca:** Een centrum is niet alleen meer een plek om te kopen, maar ook om te vertoeven, te ontmoeten, te ervaren en te netwerken. Dit vereist een invulling die meer gericht is op beleving. De aanwezigheid van horeca speelt hier een belangrijke rol in en zorgt door deze trend voor extra bezoekers (Seinpost Adviesbureau, 2015).
- **Aanbod vergeleken met andere kernen:** Centra van kernen dienen zich te onderscheiden van omliggende kernen, een eigen karakter maakt een centrum uniek en aantrekkelijk (Hospers, 2011).
- **Openingstijden:** Het winkelend publiek heeft belang bij “gemak” tijdens winkelen en prefereert daarom flexibele openingstijden.

II) RUIMTELIJKE KWALITEIT

Een andere belangrijke factor die meespeelt bij de beleving van een winkelcentrum is de ruimtelijke kwaliteit, hoe oogt een centrum? De belangrijkste factoren die de ruimtelijke kwaliteit beïnvloeden worden meegenomen (Goudappel Coffeng, 2015).

- **Uitstraling gebouwen:** Aantrekkelijke gebouwen vergroten de ruimtelijke kwaliteit van een gebied, hierbij kan het gaan om zowel historische als nieuwe panden met hoogwaardige architectuur, maar een combinatie hiervan is het beste (Goudappel Coffeng, 2015).
- **Uitstraling openbare ruimte:** Wanneer bezoekers tevreden zijn over de uitstraling van bijvoorbeeld straten, pleinen, parken en monumenten, schept dit verbondenheid en is het een bron van aantrekkingskracht voor bezoekers (Stadsmonitor, 2016).
- **Aanwezigheid groen:** De aanwezigheid van groen vergroot de belevingswaarde van een centrum en maakt het aantrekkelijker als verblijfsgebied.
- **Schone uitstraling:** De uitstraling van een winkelcentrum wordt beter wanneer het goed onderhouden wordt en er weinig afval op straat ligt.

- **Leegstand panden:** Leegstaande panden hebben een negatieve uitwerking op de ruimtelijke kwaliteit van een centrum en vergroten de aantrekkingskracht niet. Het zorgt namelijk voor een verloederde uitstraling (Platform 31, 2014).

III) BEREIKBAARHEID

Een goede bereikbaarheid, voor meerdere vervoerswijzen, is van essentieel belang voor een winkelcentrum. Ook spelen parkeervoorzieningen hierbij een rol (Platform 31, 2014). Daarnaast maken de loopafstanden deel uit van het onderzoek.

- **Bereikbaarheid per auto:** In Zuidoost-Drenthe is de auto veruit het meest gebruikte vervoersmiddel, waardoor deze indicator als belangrijkste wordt geacht (STAMM, 2013).
- **Bereikbaarheid per OV:** Een goed bereikbaar centrum is ook goed ontsloten met het openbaar vervoer. Ondanks dat deze indicator minder aandacht krijgt dan de auto, is het toch van belang dat er een goede OV-verbinding is om alle bezoekers te kunnen laten komen (Goudappel Coffeng, 2015).
- **Bereikbaarheid fiets:** Klazienaveen-Centrum heeft veel bezoekers uit eigen kern. Een goed centrum heeft goede fietsverbindingen en stallingsmogelijkheden voor lokale bewoners (Goudappel Coffeng, 2015).
- **Parkeren:** Voldoende en bereikbare parkeerplaatsen, maar ook betaalbare parkeerplaatsen, dragen bij aan een aantrekkelijk centrum (Goudappel Coffeng, 2015).
- **Loopafstanden:** Een compact centrum is aantrekkelijker, omdat winkels sneller bereikbaar zijn en dit ook meer reuring geeft (CBRE, 2015).

IV) VEILIGHEID

De keuze om naar een bepaalde plaats te gaan is mede afhankelijk van de veiligheidsbeleving die bezoekers bij een bepaalde locatie hebben. Gebieden met een hoge winkelleegstand lopen het risico onveilig te worden, door gebrek aan sociale controle en verloedering (Wortely & Mazerolle, 2008).

Om de veiligheidsbeleving in een bepaalde omgeving meetbaar te maken, worden de ZETA-Regels toegepast (Luten, 2008). Het veiligheidsgevoel wordt voor Klazienaveen eveneens inzichtelijk gemaakt aan de hand van deze ZETA-Regels, hoewel aantrekkelijkheid wordt weggelaten. De aantrekkelijkheid van het centrum wordt namelijk gemeten door middel van de andere indicatoren.

- **Zichtbaarheid:** Bezoekers willen een goed overzicht hebben over het gebied waar ze zich bevinden, de zichtbaarheid en overzichtelijkheid moet goed zijn. Dit geldt vooral 's avonds, waardoor een goede verlichting belangrijk is (Luten, 2008).
- **Eenduidigheid:** Dit betreft een eenduidige en duidelijke zonering van territoria. Hierbij gaat het om een duidelijke afscheiding en aanduiding van terreinen, zodat bezoekers weten wat bijvoorbeeld het voetpad is (Luten, 2008).
- **Toegankelijkheid:** In het Masterplan Klazienaveen-Centrum wordt als kritisch punt de toegankelijkheid via de doorsteeksteegjes (vanaf de Evert ten Napelstraat en Fanfaronstraat) genoemd. Een toegankelijk centrum heeft doorwerking op het veiligheidsgevoel in de rest van het centrum (Stichting Masterplan Klazienaveen, 2006).

5. ONDERZOEKSMETHODEN

In dit hoofdstuk zijn de gebruikte onderzoeksmethoden toegelicht. De volgende onderzoeksmethoden zijn toegepast tijdens het onderzoek:

- Inventarisatie van het centrumgebied
- Deskresearch (literatuur)
- Interviews met betrokken partijen – Kwalitatief onderzoek
- Enquêtes onder het winkelend publiek – Kwantitatief onderzoek

De dataverzamelingsmatrix aan het eind van dit hoofdstuk laat op een overzichtelijke wijze zien welke methoden per onderzoeksvraag toegepast zijn.

5.1. INVENTARISATIE VAN HET CENTRUMGEBIED

De inventarisatie van het centrumgebied staat in het eerste hoofdstuk omschreven. Dit omvat een omschrijving van de kern Klazienaveen, de ontstaansgeschiedenis van het dorp en het centrum en een omschrijving van de ligging. Daarnaast is een sfeerimpressie gegeven a.d.h.v. foto's.

Om dit te bewerkstelligen is het centrum verkend en zijn foto's van het centrum gemaakt. Dit om de structuur en de landmarks (herkenningspunten) in het centrum te kunnen herkennen en een beeld te vormen van het centrum. Ook is er literatuuronderzoek verricht naar de ontstaansgeschiedenis van het dorp en het centrum.

5.2. DESKRESEARCH

Ook is er deskresearch verricht naar een verschillend aantal onderdelen van het onderzoek. Sommige informatie kan namelijk uit bestaande bronnen gehaald worden, waardoor een eigen onderzoek niet altijd gewenst is. De hieronder omschreven onderdelen worden onderzocht door middel van deskresearch. Ook is bijpassende literatuur bestudeerd en geraadpleegd.

Aantrekkelijke winkelgebieden: Er zijn in het verleden verschillende onderzoeken verricht naar waarom bepaalde Nederlandse winkelgebieden aantrekkelijk zijn en hoe Nederlandse winkelgebieden ook in de toekomst aantrekkelijk gehouden kunnen worden, waarbij ingespeeld is op de huidige ontwikkelingen in winkelcentra. Dit is gedaan door advies- en onderzoeksbureau's als Platform 31, Seinpost en Goudappel Coffeng. De informatie die toepasbaar is op Klazienaveen, is gebruikt om het onderzoek te versterken.

Demografische gegevens: Het Centraal Bureau voor de Statistiek is een databank, waarin demografische gegevens tot op wijkniveau te vinden zijn. Dit maakt het mogelijk om de demografie van Klazienaveen en omliggende kernen in kaart te brengen en te vergelijken met het Nederlands gemiddelde.

Beleidsdocumenten: Om de visie van de gemeentelijke en provinciale overheid met betrekking tot Klazienaveen-Centrum te achterhalen, zijn de structuurvisies en beleidsnota's geraadpleegd.

Koopstromen: In 2015 is onderzocht waar de bezoekers van Klazienaveen-Centrum vandaan komen en op basis van deze gegevens is bepaald hoeveel respondenten uit welke kernen moeten komen. Doordat dit onderzoek is verricht, was het overbodig om dit alsnog te onderzoeken.

Ontstaansgeschiedenis: Door middel van internetsites en het bestuderen van literatuur, is er een omschrijving gegeven van de ontstaansgeschiedenis van Klazienaveen in chronologische volgorde.

5.3. INTERVIEWS MET BETROKKEN PARTIJEN

Er zijn interviews afgenomen met alle betrokken partijen, waarin de mogelijkheid geboden werd om hun visie omtrent het centrum te geven.

I) WAAROM INTERVIEWS?

Om kwalitatief onderzoek goed uit te voeren, is het belangrijk om diepgaande informatie te achterhalen. De beste methode hiervoor is het doen van diepte-interviews, zodat gerichte vragen gesteld kunnen worden aan de juiste betrokken personen. Door deze methode toe te passen, is het beste inzichtelijk geworden wat het belang is van de betrokken partijen, hoe de betrokken partijen het centrum beoordelen en wat hun visie op de toekomst is voor het centrum.

Omdat de geïnterviewde personen betrokken zijn bij de ontwikkelingen in het centrum, zijn deze ook beter in staat om een duidelijker en algemener beeld te schetsen van het centrum. Bezoekers van het centrum baseren hun oordeel vaker op eigen ervaringen en intuïtie, en betrokken partijen overzien meer het geheel. Mede hierdoor is er gekozen voor interviews, naast de uitvoering van de enquête.

II) UITVOERING INTERVIEWS

Voor het afnemen van de interviews is een bezoek gebracht aan de geïnterviewde persoon, op een afgesproken locatie, veelal op de werkplek van de geïnterviewde persoon. Hiervoor is in eerste instantie de vragenlijst ingestuurd, zodat de geïnterviewde persoon zich beter kan inlezen en verdiepen in de vragen, waardoor er betere en duidelijkere antwoorden gegeven kunnen worden. Achteraf is nogmaals de mogelijkheid geboden om de antwoorden in te zien en verbeteringen aan te geven.

III) OPBOUW INTERVIEWS

De volgende opbouw is gehanteerd tijdens de uitvoering van de interviews:

- **Eigen invulling per geïnterviewde:** Iedere partij is gekozen om een bepaalde reden, zoals omschreven in paragraaf 1.3. "Belanghebbenden". Door deze vraag te stellen, wordt inzichtelijk wat de taken zijn van de betrokken partij en op welke manier deze betrokken is bij de ontwikkelingen in het centrum van Klazienaveen.
- **Oordeel over centrum:** Eerst is er een vraag gesteld over hoe de geïnterviewde persoon het centrum in het algemeen beoordeelt, om het algehele beeld inzichtelijk te krijgen. Daarna is per aspect ingegaan op hoe dit beoordeelt wordt. In sommige gevallen wordt er in eerste instantie al ingegaan op een bepaald aspect, waaruit dus duidelijk wordt dat dit als belangrijk wordt ervaren. De aspecten die belicht zijn voorzieningenniveau, ruimtelijke kwaliteit en bereikbaarheid.
- **Toekomstperspectief:** Om in kaart te brengen wat het toekomstperspectief van het centrum van Klazienaveen is, worden de betrokken partijen gevraagd hoe zij het centrum in de toekomst zien en waarom het centrum zich op die manier zal ontwikkelen.
- **Verbeterpunten:** De betrokken partijen wordt gevraagd om eventuele verbeterpunten aan te dragen, die het centrum in de toekomst aantrekkelijker kunnen maken. Hierdoor wordt inzichtelijk welke verbeteringen gewenst zijn en waarom deze toegepast dienen te worden.

IV) VERWERKING INTERVIEWS

De interviewresultaten zijn verwerkt door middel van screening. Hiervoor zijn de interviews in eerste instantie grondig doorgenomen, waarna overeenkomsten zijn gezocht tussen de antwoorden en is daarna een conclusie geschreven van de meest voorkomende uitkomsten.

5.4. ENQUÊTES ONDER HET WINKELEND PUBLIEK

De methode “publieksenquête” is toegepast om de aantrekkelijkheid van het centrum te peilen. De enquête is op verschillende manieren uitgevoerd en er zijn streefgetallen toegepast op het geslacht, de leeftijd en de woonplaats van de respondenten.

I) SOORT ENQUÊTE

De methode publieksenquête is toegepast, omdat deze methode het beste inzicht geeft in hoe de bezoekers het centrum beoordelen op aantrekkelijkheid.

II) WAAROM ENQUÊTE?

Om duidelijk en overzichtelijk in beeld te krijgen op welke indicatoren het centrum goed en minder goed scoort, is de enquête toegepast. Op deze manier kunnen respondenten namelijk het centrum beoordelen op de indicatoren en ontstaat er een representatief beeld. Hierna kunnen heldere uitspraken als “80% van de bezoekers vindt het centrum van Klazienaveen een schoon centrum” worden gegeven.

Daarnaast kunnen diepgaande analyses uitgevoerd worden voor bepaalde subgroepen, door bijvoorbeeld te kijken hoe een bepaalde leeftijdsgroep of inwoners van een bepaalde woonplaats over bepaalde dingen denken. Op deze manier kunnen uitspraken gedaan worden als “56% van de mensen tussen de 15 en 25 jaar vinden dat er veel overlast is” of “40% van de inwoners van Erica gaat vaker naar Emmen om te winkelen, maar 80% doet de dagelijkse boodschappen wel in Klazienaveen”. Ook is het een objectieve methode, omdat de resultaten niet beïnvloedbaar zijn door een interviewer of observator.

Een leuke bijkomstigheid is dat de inwoners van Noord-Nederland er bekend om staan recht voor hun raap te zijn, waardoor deze mensen dus minder snel geneigd zijn een sociaal wenselijk antwoord in te vullen, wat de objectiviteit bevordert.

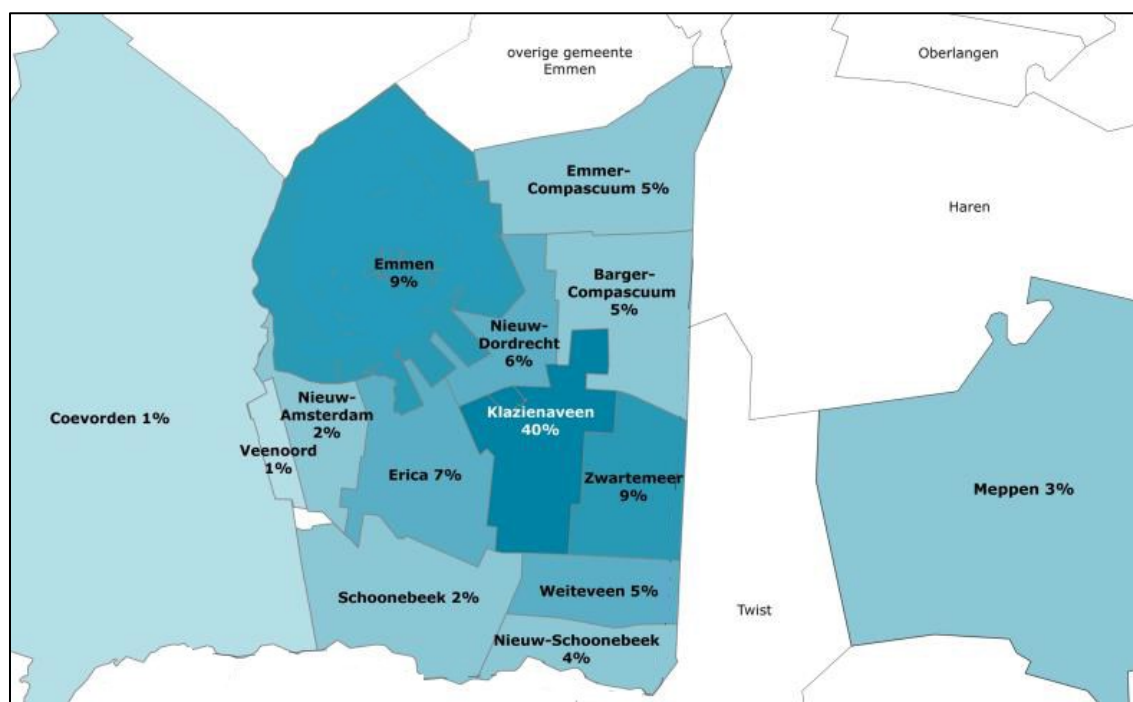
III) VERDELING RESPONDENTEN

Op basis van demografische gegevens en gegevens over de herkomst van de bezoekers, is een verdeling gemaakt van het aantal respondenten op basis van geslacht, leeftijd en woonplaats.

Er is gekozen om de enquête in te laten vullen door een groter aantal vrouwen, omdat vrouwen meer en langer winkelen en daardoor meer gebruik maken van Klazienaveen-Centrum. Daarom wordt gestreefd naar een aandeel van 60% door vrouwen en 40% door mannen.

Demografische gegevens wijzen uit dat het aantal ouderen in Klazienaveen en andere kernen in de gemeente Emmen hoger is dan in andere delen van Nederland, waardoor gekozen is voor een groter aantal ouderen. Voor de leeftijdscategorieën 15 – 25 jaar, 26 – 35 jaar en 36 – 45 jaar is gekozen voor twintig respondenten en voor de leeftijdscategorieën 46 – 55 jaar, 56 – 65 jaar en 66 jaar en ouder is gekozen voor dertig respondenten.

Daarnaast is er gekozen voor een verdeling van mensen op basis van hun woonplaats, op basis van gegevens uit het Koopstromenonderzoek. De herkomst van de bezoekers wordt op de onderstaande kaart weergegeven.



De gehanteerde streefgetallen, gerelateerd aan de gegevens over de herkomst van de bezoekers, wordt in de onderstaande tabel weergegeven.

	Streefaantal respondenten	Percentage
Klazienaveen	65	43 %
Emmen, Zwartemeer en Erica	45	30 %
Overig gemeente Emmen	25	17 %
Duitsland	5	3 %
Totaal	150	100 %

Tabel 1: Streefaantallen op basis van herkomst

De meeste bezoekers komen uit de kern Klazienaveen zelf, waarna de kernen Emmen, Zwartemeer en Erica de meeste bezoekers genereren. Voor deze kernen is een streefaantal van vijftien per kern gehanteerd. Voor de overige kernen wordt niet gekeken naar uit welke kern de respondenten komen, omdat dit te specifiek wordt. Een klein aantal Duitsers wordt ook nagestreefd.

IV) INDELING ENQUÊTE

De indeling van de enquête is volgens de gebruikte indicatoren, die in het theoretisch kader zijn toegelicht. Er zijn dus vragen gesteld over het voorzieningenniveau, de ruimtelijke kwaliteit, de bereikbaarheid en de veiligheid.

Algemene vragen:

In eerste instantie zijn algemene vragen gesteld, om een inventarisatie te krijgen van de ondervraagde personen. Ook wordt dit gebruikt om de bovengenoemde streefgetallen na te leven.

Algemene beoordeling:

Om de enquête een goed verloop te geven, wordt afgetrapt met een tweetal algemene vragen over het centrum, namelijk hoe het centrum wordt beoordeeld en waarvoor de bezoeker naar Klazienaveen komt. Dit geeft een algeheel beeld van de beoordeling en de bezoekmotieven.

Beoordeling voorzieningenniveau:

Bij de beoordeling van het voorzieningenniveau wordt onderscheid gemaakt tussen de beoordeling van dagelijkse winkelveorzieningen, niet-dagelijkse winkelveorzieningen en horecaveorzieningen. Hieruit blijkt welk soort voorzieningen het best wordt beoordeeld.

Daarna wordt gevraagd of men vaker naar Emmen, Coevorden of Meppen (Duitsland) gaat en zo ja, waarom men hier naartoe gaat. Hieruit blijkt op welke manier andere kernen zich wellicht onderscheiden van Klazienaveen.

De vraag over de openingstijden geeft aan of er (en wanneer) ruimere openingstijden gewenst zijn, daarna wordt aangegeven welke voorzieningen het belangrijkste worden bevonden door de bezoekers.

Beoordeling ruimtelijke kwaliteit:

De beoordeling van de ruimtelijke kwaliteit wordt gedaan op een viertal aspecten, namelijk uitstraling gebouwen, uitstraling openbare ruimte, aanwezigheid van groen en schone uitstraling van het centrum. Daarna is gevraagd in welke mate de leegstand bevonden wordt en waar het eventueel storend is en omdat de uitstraling erg kan verschillen per locatie, is de mogelijkheid geboden om locaties aan te geven waar de uitstraling verbeterd dient te worden.

Beoordeling bereikbaarheid:

De beoordeling van de bereikbaarheid wordt getoetst aan een drietal aspecten, namelijk de bereikbaarheid per auto, openbaar vervoer en de fiets. Daarnaast worden de beoordeling van de parkeergelegenheid (en waar eventueel onvoldoende parkeerplaatsen zijn) en de loopafstanden in het centrum meegenomen.

Beoordeling veiligheid:

Er wordt gevraagd hoe vaak de bezoekers zich onveilig voelen in het centrum, waarna de verlichting wordt beoordeeld. Ook wordt de mogelijkheid geboden om specifieke onveilige locaties aan te geven.

Afsluitende vragen:

In de afsluitende vragen wordt de mogelijkheid geboden om eventuele verbeterpunten aan te dragen en aanmerkingen te geven over het centrum.

V) UITVOERING ENQUÊTE

Voor de uitvoering van de enquête zijn verschillende methoden toegepast, namelijk:

- **Online enquête:** De enquête is uitgezet in een overzichtelijk programma, namelijk [survio.com](https://www.surveymonkey.com). Deze link is doorgespeeld naar de Handelsvereniging Klazienaveen, zodat mensen bereikt worden die betrokken zijn bij het centrum. Op deze manier heeft men ook tijd om de enquête in te vullen, zodat het ook zorgvuldiger gebeurt.
- **Straatenquête:** Bezoekers van het centrum is op straat of tijdens een bezoek aan een café/restaurant gevraagd om de enquête in te vullen.
- **Thuis bezorgd:** De enquête is thuis bezorgd bij bewoners van de Evert Ten Napelflat en woon/zorgcentrum De Dillehof, om een groter aantal ouderen (65+ers) te bereiken. Wanneer het thuis wordt bezorgd, hebben de mensen ook de tijd om het serieus in te vullen.

Om anderstaligen tegemoet te komen, is de enquête eveneens uitgezet in het Duits en in het Engels.

VI) VERWERKING ENQUÊTE

De enquête wordt op twee verschillende manieren verwerkt, omdat de enquête zowel open als gesloten vragen bevat.

De gesloten vragen zijn verwerkt in Excel doordat de verschillende opties een bepaald nummer hebben gekregen, waarna makkelijk achterhaald is welk antwoord het vaakst is gegeven. Ook bestaat in Excel de mogelijkheid om de enquêtes te filteren, zodat bijvoorbeeld alleen de enquêtes die ingevuld zijn door inwoners van Zwartemeer of mensen tussen de 35 en 45 jaar in beeld komen. Op deze manier kunnen conclusies over bepaalde subgroepen worden opgesteld.

De open vragen zijn verwerkt in Word, waarna de antwoorden zijn gefilterd per categorie, er is dus gekeken naar de omschrijving die het meest overeenkomt met het antwoord. Deze omschrijvingen zijn opgesteld doordat de antwoorden in eerste instantie zijn gescreend. Niet toepasbare antwoorden zijn eruit gehaald.

5.5. DATAVERZAMELINGSMATRIX

De dataverzamelingmatrix is een overzichtelijke weergave van de gebruikte onderzoeksmethoden bij de beantwoording van de onderzoeksvragen. De kruizen geven de toegepaste methode(n) aan.

	Inventari- satie	Desk- research	Enquêtes	Interviews
1. Welke factoren zijn belangrijk voor de toekomstbestendigheid van het winkelcentrum van Klazienaveen?	X	X		
2. Hoe scoort het centrum van Klazienaveen op aantrekkelijkheid en vitaliteit door de ogen van bezoekers?			X	
3. Welke ideeën zijn er vanuit de betrokken partijen om het centrum van Klazienaveen in de toekomst aantrekkelijk te houden?				X
4. Hoe kunnen de betrokken partijen het centrum van Klazienaveen aantrekkelijk houden in de toekomst?		X		

6. UITWERKING ENQUÊTES

Om de opinie van het winkelend publiek te peilen, is een enquête afgenomen onder deze doelgroep, waarin verschillende vragen zijn gesteld op basis van de vooraf bepaalde indicatoren. De gebruikte indicatoren zijn: aanbod voorzieningen, ruimtelijke kwaliteit, bereikbaarheid en veiligheid. Een complete uitwerking van de enquêteresultaten is te vinden in Bijlage III.

6.1. RESPONS ENQUÊTE

Om tot een goede verdeling van het aantal respondenten, op basis van geslacht, leeftijd en woonplaats, is de enquête op verschillende manieren uitgevoerd. In totaal is de enquête ingevuld door 142 personen en zijn de volgende methoden toegepast, waarbij het aantal respondenten tussen haakjes staat:

- **Straatenquête (73):** Er is op verschillende momenten een bezoek gebracht aan het centrum van Klazienaveen, waarbij bezoekers zijn gevraagd de enquête in te vullen. Dit is gedaan op vrijdagmiddag 5, 12 en 18 december 2015 en op zaterdagmiddag 6 en 13 december, omdat het op deze momenten druk was in het centrum.
- **Online enquête (53):** De enquête is online uitgezet via [survio.com](https://www.surveymonkey.com), waarvoor Handelsvereniging Klazienaveen is benaderd om deze te spreiden. Dit heeft geleid tot een respons van mensen die zich betrokken voelen bij het centrum en daardoor snel bereid waren om de enquête in te vullen.
- **Thuisbezorgd (16):** Omdat het aantal ouderen (65+ ers) achterliep, is de enquête thuisbezorgd bij de oudere mensen thuis. Dit is gedaan in woon/zorgcentrum de Dillehof en bij woningen in de Evert ten Napelflat, aan de Evert ten Napelstraat.

Geslacht respondenten:

De enquête is door meer vrouwen ingevuld dan mannen, wat ook nagestreefd werd omdat vrouwen vaker uitgebreider winkelen dan mannen en dus meer gebruik maken van het centrum. In totaal namen 61 mannen en 81 vrouwen deel aan de enquête.

Leeftijd respondenten:

Ook werd nagestreefd om een groter aantal ouderen de enquête in te laten vullen, omdat in Klazienaveen en omstreken relatief veel ouderen wonen en het gebied de komende jaren nog verder zal vergrijzen. Toch bleek het lastig om ouderen te benaderen en daarom is gekozen om de enquête thuis te bezorgen bij de ouderen thuis. Ondanks dat is het niet gelukt om het gewenste aantal ouderen te bereiken, 13% van de respondenten is ouder dan 65, hoewel 30% nagestreefd werd.

Woonplaats respondenten:

Daarnaast werd gestreefd naar een verdeling van de respondenten uit verschillende woonplaatsen, de meeste respondenten zouden uit Klazienaveen komen (en daarna zouden de kernen Emmen, Zwartemeer en Erica het grootste aandeel hebben. Van de respondenten komt 48% uit Klazienaveen, 38% komt uit Emmen, Erica of Zwartemeer, 13% komt uit het overige deel van de Gemeente Emmen, 1% uit de gemeente Coevorden en 1% komt uit het Duitse Emsland.

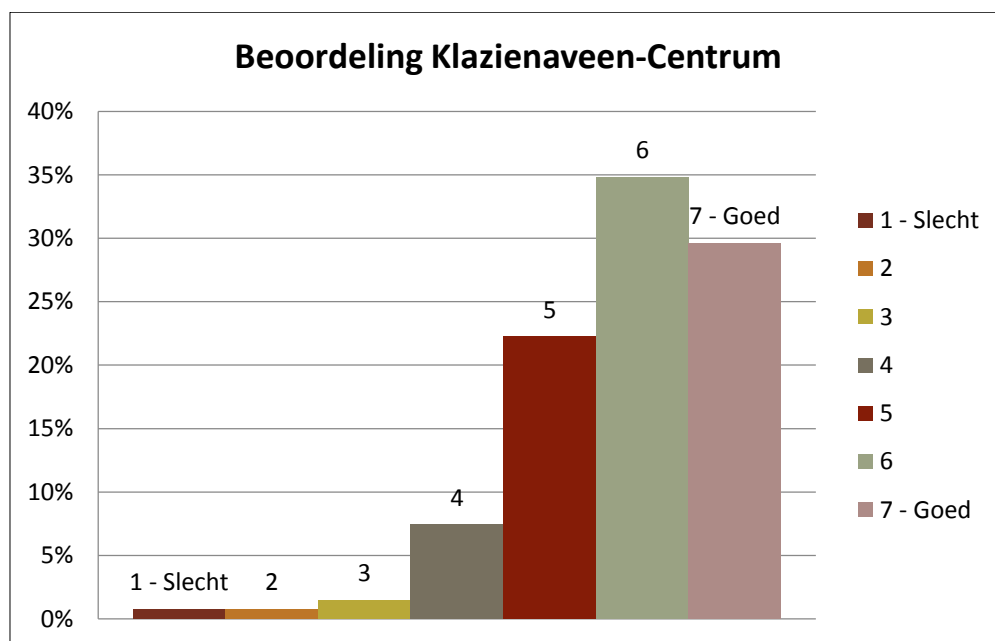
In de uitwerkingen staat het aantal respondenten met "N" aangegeven.

6.2. UITKOMSTEN INLEIDENDE VRAGEN

De inleidende vragen zijn algemene vragen over hoe de bezoeker het centrum beoordeelt en met welk motief de bezoeker naar het centrum van Klazienaveen komt.

I) BEOORDELING KLAZIENAVEEN CENTRUM

De onderstaande grafiek laat zien hoe bezoekers Klazienaveen-Centrum in het geheel beoordelen.

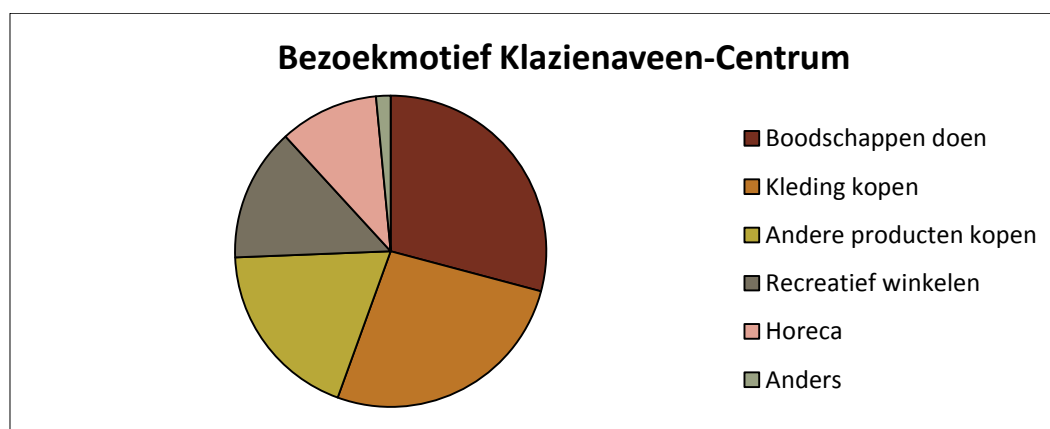


Grafiek 1: Beoordeling Klazienaveen-Centrum (N = 142)

Het getal "6" op de schaal van 7 wordt het vaakst gegeven, door 34,8% van de bezoekers. Daarna wordt het getal "7" het vaakst gegeven, namelijk door 29,6% van de bezoekers. De bezoekers zijn dus erg positief, 64,4% geeft het centrum een zes of zeven, op de schaal van zeven.

II) BEZOEKMOTIEF KLAZIENAVEEN-CENTRUM

De onderstaande grafiek geeft aan met welk motief de bezoekers naar Klazienaveen-Centrum komen. Hier waren meerdere antwoorden mogelijk.



Grafiek 2: Bezoekmotief Klazienaveen-Centrum (N = 142)

De meeste bezoekers komen naar het centrum van Klazienaveen voor het doen van boodschappen, terwijl ook veel mensen komen om kleding te kopen. 83% van de bezoekers gaf aan te komen voor het doen van boodschappen, 75% gaf aan ook voor kleding te komen.

Uit het bezoekmotief kunnen de volgende zaken opgemerkt worden:

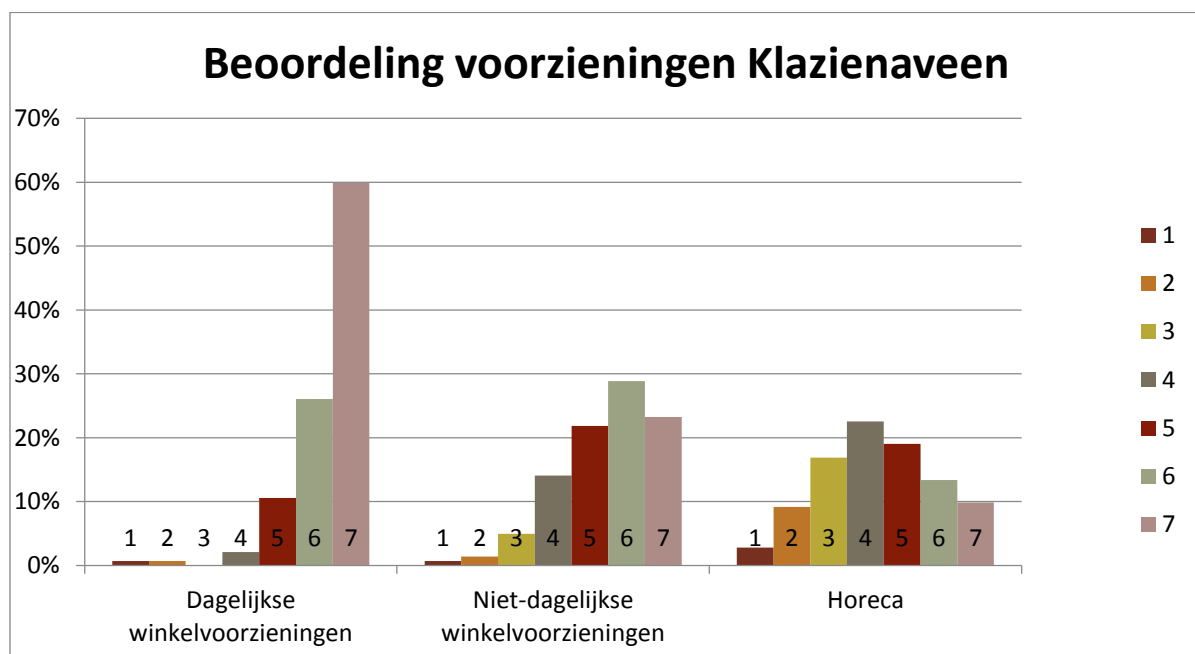
- Vooral mensen uit Klazienaveen geven aan Klazienaveen voor de meeste dingen te bezoeken, terwijl de bezoekers uit omliggende kernen vooral komen voor het doen van boodschappen en het kopen van kleding.
- De horecagelegenheden in Klazienaveen hebben meer een lokale functie. Van de mensen uit Klazienaveen bezoekt 48% het centrum van Klazienaveen, van de mensen uit andere kernen is dat 13%.
- De optie "anders" wordt door slechts 2% van de bezoekers ingevuld, waarbij de Astra Bioscoop het vaakst genoemd wordt.

6.3. UITKOMSTEN VRAGEN M.B.T. VOORZIENINGEN

Hieronder zijn de uitkomsten van de vragen met betrekking tot het voorzieningenniveau in Klazienaveen-Centrum uitgewerkt.

I) AANWEZIGHEID VOORZIENINGEN

Zoals aangegeven, bezoeken veel mensen Klazienaveen-Centrum voor het doen van boodschappen. Het centrum scoort dan ook extreem hoog op dagelijkse winkelvoorzieningen. Ook zijn de bezoekers positief over de aanwezigheid van niet-dagelijkse winkelvoorzieningen. De aanwezigheid van horecagelegenheden wordt minder goed beoordeeld, namelijk rond de 4 op de schaal van 7.



Grafiek 3: Beoordeling voorzieningen Klazienaveen-Centrum (1 = slecht, 7 = goed; N = 142)

De volgende conclusies worden getrokken aan de hand van de bovenstaande tabel:

- **Dagelijkse winkelvoorzieningen:** Uit de voorgaande vraag naar het bezoekmotief bleek Klazienaveen populair voor het doen van dagelijkse boodschappen. Ook het aanbod aan dagelijkse winkelvoorzieningen wordt door 60% van de ondervraagden met de hoogste score "7" beoordeelt.
- **Niet-dagelijkse winkelvoorzieningen:** De bezoekers beoordelen het aanbod aan niet-dagelijkse winkelvoorzieningen in Klazienaveen ook relatief hoog, 29% van de ondervraagden beoordeeld het met een "6", de "7" wordt gegeven door 23% en de "5" door 22%.
- **Horeca:** De horeca scoort minder goed dan de andere twee aspecten, de gemiddelde score 4 (op de schaal van 7) komt het vaakst voor.

Ook geven sommige mensen aan dat de horecagelegenheden uitgebreider mogen zijn, ze zien graag leuke restaurantjes (steakhouse o.i.d.). Daarnaast heeft de huidige horeca teveel een "afhaal" karakter en zijn er genoeg snackbars en shoarmazaken.

II) KLAZIENAVEEN VERGELEKEN MET ANDERE KERNEN

Uit de enquêtes bleek dat de meeste mensen naar Klazienaveen gaan om te winkelen. De mensen uit de kernen Klazienaveen (96%) en Zwartemeer (100%) winkelen voornamelijk in Klazienaveen en 6% uit deze dorpen geeft aan ook wel naar Emmen te gaan, van de mensen uit Erica gaat 48% naar Emmen en 52% naar Klazienaveen.

De kern **Emmen** wordt bezocht vanwege het grotere aanbod aan winkelvoorzieningen, waarbij ook de aanwezigheid van meer horeca genoemd wordt. 58% van de bezoekers die deze vraag heeft ingevuld, geeft aan Emmen te bezoeken vanwege het grotere aanbod. **Coevorden** en **Meppen** worden vooral om praktische redenen "werk" genoemd.

Bezoekmotief Emmen	
Groter aanbod	58 %
Dichterbij	39 %
Gezelliger/meer horeca	20 %

Tabel 2: Bezoekmotief Emmen (N = 38)

III) OPENINGSTIJDEN

Slechts een enkeling (8%) geeft aan dat de winkels in Klazienaveen langer open dienen te zijn. Deze mensen geven verschillende tijden aan waarop winkels langer open dienen te zijn. Maar, de bezoekers zijn dus over het algemeen tevreden over de openingstijden.

IV) VOORZIENINGEN WAAR HET MEESTE WAARDE AAN WORDT GEHECHT

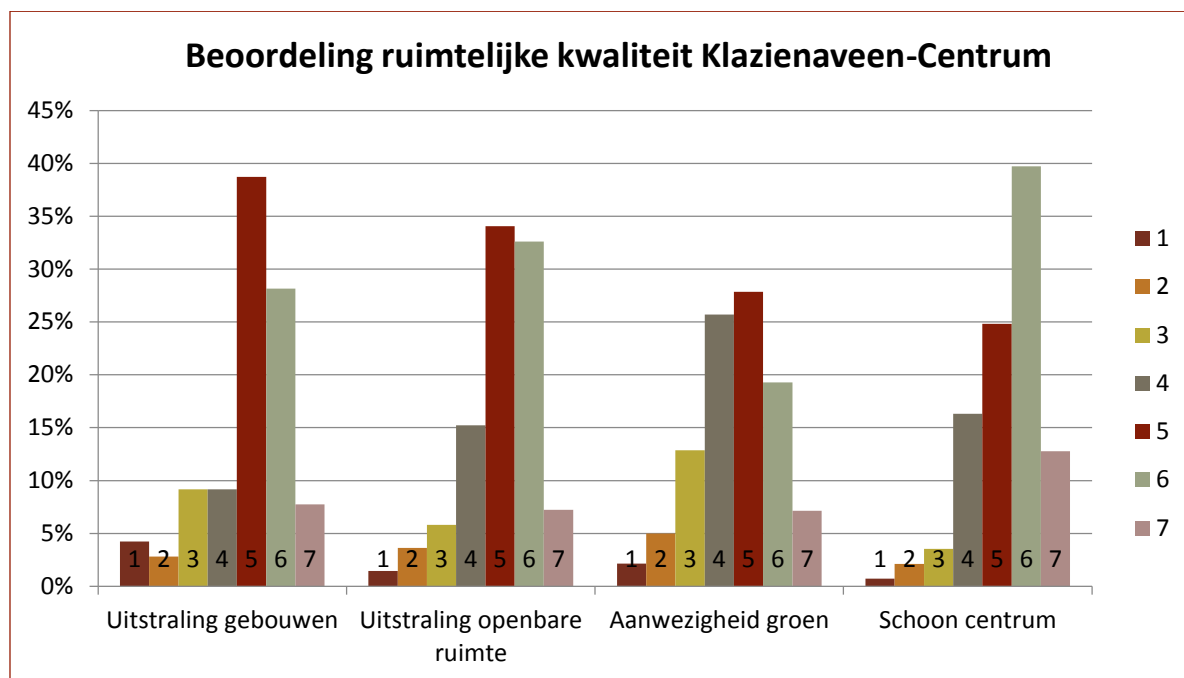
Door middel van screening kan worden geconcludeerd dat de bezoekers het meeste waarde hechten aan de aanwezigheid van supermarkten. De vraag is ingevuld door 122 respondenten, waarbij de volgende aantallen naar voren zijn gekomen:

1. Aanbod supermarkten (40%)
2. (Gratis) parkeergelegenheid (29%)
3. Uitgebreid winkelaanbod (22%)
4. Kledingwinkels (16%)
5. Horeca (11%)

Bij het tweede punt "(gratis) parkeergelegenheid" kan onderscheid gemaakt worden tussen de respondenten die komen voor het goede aanbod aan parkeervoorzieningen en gratis parkeervoorzieningen. Van de 35 respondenten gaf 69% aan dat het om gratis parkeren ging en 40% dat het om het parkeeraanbod ging (sommigen hebben beide aangegeven). In totaliteit gaf 20% "gratis parkeren" aan en 11% "aanbod parkeervoorzieningen".

6.4. UITKOMSTEN VRAGEN M.B.T. RUIMTELIJKE KWALITEIT

De onderstaande grafiek geeft aan hoe de bezoekers de ruimtelijke kwaliteit van Klazienaveen-Centrum beoordelen op een viertal aspecten.



Grafiek 4: Beoordeling ruimtelijke kwaliteit Klazienaveen-Centrum (1 = slecht, 7 = goed; N = 142)

Op het gebied van ruimtelijke kwaliteit, scoort het centrum minder positief dan op het voorzieningenaanbod. Toch zijn de resultaten meestal gematigd positief, het cijfer 5 (op de schaal van 7) wordt ook het vaakst gegeven. Over de schone uitstraling is men over het algemeen positief en wordt de "6" het vaakst gegeven.

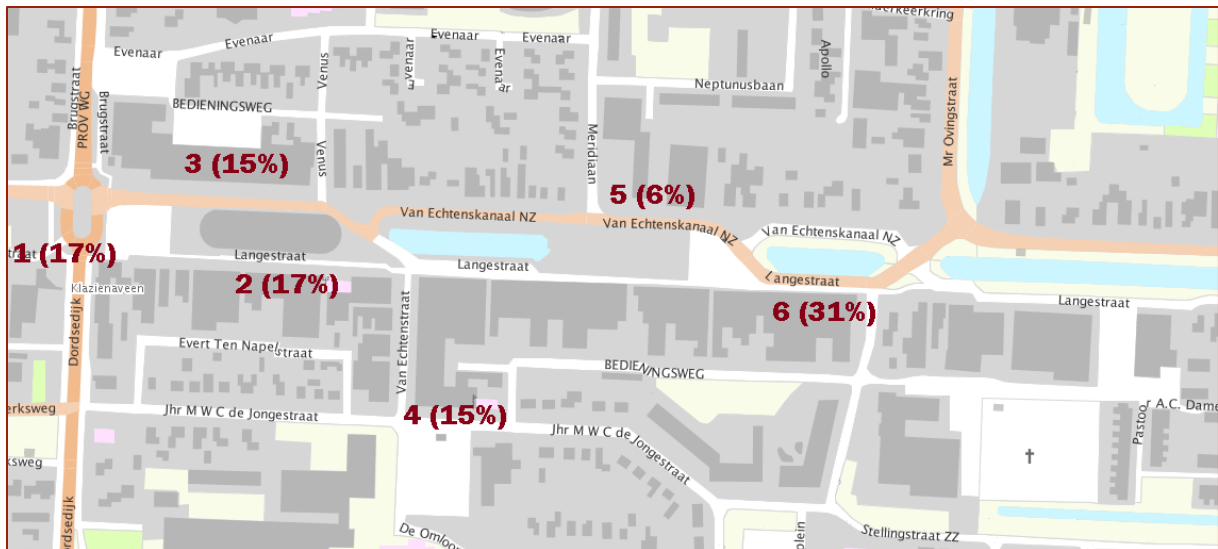
I) ERVAREN VAN WINKELLEEGSTAND

De bezoekers van het centrum hebben veelal een positief oordeel over de leegstand. 107 personen hebben deze vraag ingevuld (het overige deel gaf "geen mening" aan), waarbij 57% aan heeft gegeven dat er niet veel leegstand is. 27% gaf aan dat er wel veel leegstand is, maar dat dit niet storend is. 16% van de bezoekers vond dat er te veel leegstand is, wat ook storend is.

Deze mensen werd ook de mogelijkheid geboden om specifieke locaties aan te wijzen waar te veel leegstand is. Hier wordt het deel oostelijke deel van de Langestraat, tussen de Jumbo en de Scapino, het vaakst genoemd. Toch is het aantal mensen wat dit ingevuld heeft gering.

II) LOCATIES DIE EEN BETERE UITSTRALING VERDIENEN

Toch verschilt de uitstraling in het centrum erg per locatie, waardoor mensen de mogelijkheid werd geboden om één of meerdere locaties aan te geven die een betere uitstraling verdienen. De onderstaande kaart geeft weer welke locaties een betere uitstraling verdienen in de ogen van de bezoekers.



Kaart 3: Locaties die een betere uitstraling verdienen volgens de bezoekers (eigen bewerking, 2016)

De nummers (1 t/m6) in de kaart staan voor de volgende locaties, waarbij hieronder omschreven staat op welke manier de uitstraling op deze locatie verbeterd moet worden, het aantal procent voor het aantal respondenten wat vindt dat deze locatie een betere uitstraling verdient.

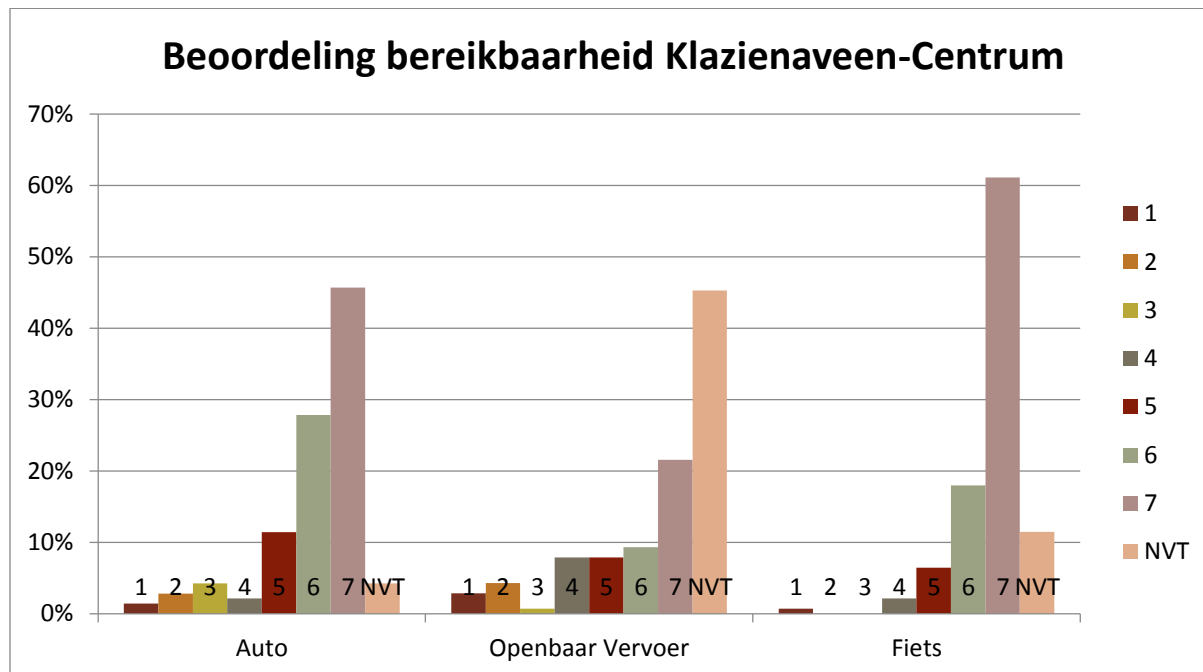
1. **Oude terrein Lanting (17%):** Het verlaten pand op het oude terrein van busmaatschappij Lanting geeft een vervallen indruk bij de entree van het centrum.
2. **Langestraat West (17%):** Hier wordt vooral aangegeven dat de uitstraling van de panden aan de zuidkant verbeterd moet worden, hier moet meer gelijkenis komen in de panden.
3. **Rondom Versmarkt (15%):** Voor deze locatie wordt vooral het oude pand van dierkliniek "Moinat" genoemd, wat nu een leegstaand pand is. Ook wordt de oude Rabobank en de achterkant van de Versmarkt (Bedieningsweg) genoemd.
4. **Rondom Marktplein (15%):** Voor deze locatie wordt veelal het oude wijkcentrum "de Snikke", wat gelegen is aan de oostzijde van het Marktplein, genoemd. Reeds is bevestigd dat dit oude wijkcentrum gesloopt zal worden (Klazienaveen 24, 2016).
5. **Oude Plus/Meridiaan (6%):** Hier wordt veelal de oude flat op de hoek Meridiaan/Van Echtenkanaal N.Z. genoemd.
6. **Langestraat Oost (31%):** Voor deze locatie wordt vooral de uitstraling van de panden genoemd, deze geven een verlaten en vervallen indruk volgens de respondenten.

Uit bovenstaande kaart blijkt dat het oostelijke deel van de Langestraat, vanaf de Jumbo richting de supermarkten, het vaakst genoemd wordt als de locatie die een betere uitstraling verdient. Hier geven leegstaande panden een verlaten indruk en is veel ongelijkheid in de uitstraling van de gevels. Vaak worden de panden hier namelijk omschreven als "oude panden".

Toch blijkt uit de beoordeling van de ruimtelijke kwaliteit dat de bezoekers gematigd positief zijn, de bezoekers hebben hier een erg verschillende kijk op. Als positief punt geven bezoekers veelal aan dat Schip I en Schip II een impuls geven aan de uitstraling van het centrum.

6.5. UITKOMSTEN VRAGEN M.B.T. BEREIKBAARHEID

De onderstaande grafiek geeft aan hoe de bezoekers de bereikbaarheid van het centrum beoordelen, de optie NVT staat voor “niet van toepassing”, voor wanneer mensen niet met het desbetreffende vervoersmiddel naar het centrum reizen.



Grafiek 5: Beoordeling bereikbaarheid Klazienaveen-Centrum (1 = slecht, 7 = goed; N=142)

Uit de bovenstaande grafiek blijkt dat Klazienaveen-Centrum goed beoordeeld wordt op bereikbaarheid, vooral wanneer het gaat om de bereikbaarheid per auto en fiets, de bereikbaarheid per auto wordt door 46% met een 7 op de schaal van 7 beoordeeld, de bereikbaarheid per fiets door 61%. Ook valt het op dat weinig mensen met het openbaar vervoer naar het centrum van Klazienaveen reizen, hier is door 45% “NVT (niet van toepassing)” ingevuld.

I) PARKEERGELEGENHEID

Er is over het algemeen genoeg parkeerplek, 52% de ondervraagden geeft aan dat er altijd ruim voldoende parkeerplaatsen zijn, 47% geeft aan soms te moeten zoeken naar een parkeerplaats en 17% vindt dat er te weinig parkeerplaatsen zijn. Vaak wordt de alleen op zaterdagen wordt het centrum als te druk ervaren. Ook geven veel mensen aan tevreden te zijn met het feit dat het parkeren gratis is.

Toch zijn er veel klachten over het parkeren in Klazienaveen. De bezoekers vinden het storend dat niet duidelijk is aangegeven wat wel en geen parkeerplaatsen zijn en ergeren zich aan het wildparkeren, wat vooral bij de Witte Olifant plaatsvindt.

Ook wordt aangegeven dat sommige parkeerplaatsen niet genoeg worden benut, hierbij gaat het om parkeerplaatsen die buiten het zicht vanaf de doorgaande weg liggen of verder van het centrum af liggen. De onbenutte parkeerplaatsen die specifiek zijn genoemd zijn aan het marktplein, achter de Versmarkt en de parkeergarage onder Schip I.

Op 4 februari 2016 is de blauwe zone in Klazienaveen geïntroduceerd, wat betekent dat bezoekers op bepaalde parkeerplaatsen niet langer dan een uur mogen parkeren. Zo kunnen de werknemers

van de winkels en mensen die lang gaan winkelen, geen gebruik maken van de parkeerplaatsen aan de Langestraat maar op een kleine loopafstand moeten parkeren. Deze blauwe zone geldt op de parkeerplaatsen langs het kanaal.



Afbeelding 5: Wildparkeren in Klazienaveen-Centrum nabij de Witte Olifant (Cyclorama, 2015).

II) LOOPAFSTANDEN

Ondanks dat het als een langgerekt centrum wordt gezien, worden de loopafstanden in het centrum niet als negatief punt ervaren. 59% van de 135 ondervraagden vond de loopafstanden niet te groot, 35% van de ondervraagden gaf aan dat de loopafstanden groot zijn, maar wel te doen zijn. Slechts 7% van de ondervraagden vond de loopafstanden in het centrum te groot.

Wel zijn de ouderen meer ontevreden over de loopafstanden, van de mensen van 66 jaar en ouder gaf 30% aan de loopafstanden in het centrum te groot te vinden. Hierbij gaven de bewoners van Klazienaveen aan dat de afstand tussen de supermarkten in het oosten van het centrum en de seniorenflats in het westen van het centrum te groot is.

6.6. UITKOMSTEN VRAGEN M.B.T. VEILIGHEID

Het **veiligheidsgevoel** in het centrum van Klazienaveen wordt als positief ervaren. 94% van de 140 ondervraagden gaf aan zich zelden of nooit onveilig te voelen in het centrum. De helft van de respondenten die "vaak" of "soms" heeft aangegeven, heeft een reden opgegeven die is gerelateerd aan de verkeersveiligheid in het centrum. Daarbij ging het om de onoverzichtelijke situatie in het centrum, rondom Rijsdijk en de Witte Olifant (Van Echtenstraat). Een enkeling gaf aan "hangjongeren" te zien als overlast.

De respondenten hadden ook de **verlichting** in het centrum positief beoordeeld. 66% had de verlichting met een "6" of "7" op de schaal van 6 beoordeeld. Daarnaast gaf 24% de verlichting een "5" en waren er dus heel weinig negatieve beoordelingen.

6.7. UITKOMSTEN AFSLUITENDE VRAGEN

In de afsluitende vragen konden de bezoekers eventuele verbeterpunten of een algemeen oordeel geven over het centrum. 73 respondenten hebben gebruik gemaakt van deze mogelijkheid.

De volgende verbeterpunten zijn aangedragen door de respondenten:

- Meer horeca (23%)
- Wildparkeren aanpakken (23%)
- Duidelijkere belijning (21%)
- Verbeteren doorstroming (15%)
- Verbeteren uitstraling van de panden (8%)
- Bankjes etc. plaatsen (5%)
- Bepaalde winkels toevoegen (5%)

Bij deze aspecten werden veelal de volgende redenen genoemd:

- **Meer horeca:** De huidige horeca heeft te veel een “afhaal-karakter”. De bezoekers zien graag een goed restaurant (steakhouse o.i.d.) komen, of meer terrassen waar men even gezellig kan zitten.
- **Wildparkeren aanpakken:** De bezoekers storen zich aan het wildparkeren van andere bezoekers, wat voornamelijk bij de Witte Olifant plaatsvindt. Dit zorgt namelijk voor een onoverzichtelijke, rommelige en onveilige situatie in het centrum.
- **Duidelijkere belijning:** In combinatie met het wildparkeren, zien bezoekers graag een duidelijkere belijning, zodat ze weten waar ze mogen parkeren en weten wat voet- en fietspad is.
- **Verbeteren doorstroming:** De doorstroming in de Van Echtenstraat en de Pastoor Jongeriusstraat/Langestraat wordt, vooral op zaterdag, als negatief punt ervaren. Vooral vrachtauto’s zorgen hier voor opstoppen in het verkeer, omdat deze de bocht niet kunnen krijgen. Ook is de wegcapaciteit niet berekend op het aantal voertuigen op zaterdag.
- **Verbetering uitstraling van de panden:** Een aantal respondenten heeft aangegeven dat sommige panden een betere uitstraling verdienen. Hierbij gaat het voornamelijk om de panden aan het oostelijke deel van de Langestraat, tussen de Jumbo en de Wibra.
- **Bankjes etc. plaatsen:** Om een meer levendig centrum te creëren, wensen sommige bezoekers bankjes in het centrum.
- **Bepaalde winkels toevoegen:** Enkele bezoekers missen een aantal specifieke winkels, zoals een natuurwinkel of een parfumerie.

6.8. UITGANGSPUNTEN ENQUÊTE

In deze paragraaf wordt per categorie toegelicht hoe de bezoekers het centrum van Klazienaveen beoordelen.

I) VOORZIENINGENNIVEAU

Klazienaveen-Centrum scoort erg goed op dagelijkse boodschappen, 60% geeft dit aspect de hoogste beoordeling. Het centrum is dus erg populair voor het doen van boodschappen. Ook op het gebied van niet-dagelijkse boodschappen scoort het centrum goed, al is het wel iets minder dan op dagelijkse boodschappen. Vooral de branche “kleding” is populair, wanneer het gaat om niet-dagelijks winkelen.

De bezoekers zijn minder positief over de aanwezigheid van horeca in het centrum. De horeca wordt ook veelal bezocht door mensen vanuit Klazienaveen en niet door mensen uit de buitendorpen. De mensen geven vooral aan dat de aanwezige horeca teveel snackbars zijn en zien graag een goed restaurant, een leuk terras of een uitgaansgelegenheid komen. De bezoekers uit de buitendorpen gaan veelal naar Emmen voor horecagelegenheden, omdat het aanbod hier groter is.

De inwoners van Klazienaveen blijven vooral in de eigen kern om te winkelen, maar vanuit Erica en andere omliggende dorpen gaat men ook wel naar Emmen, omdat Emmen een groter winkelaanbod heeft. Over de openingstijden zijn de bezoekers tevreden.

II) RUIMTELIJKE KWALITEIT

De bezoekers zijn gematigd positief over de ruimtelijke kwaliteit van het centrum, waarbij de schone uitstraling het meest positief scoort. De mening met betrekking tot de ruimtelijke kwaliteit verschilt erg per locatie, waarbij het oostelijke deel van de Langestraat (tussen de Jumbo en de Wibra) als meest negatief werd ervaren. De oorzaak hiervan zit in de uitstraling van de panden en de ongelijkheid in de gevels van de gebouwen. De meeste bezoekers vinden niet dat er te veel leegstand is, de meesten die dat wel vinden, ervaren de leegstand niet als storend.

III) BEREIKBAARHEID

Ook op het gebied van bereikbaarheid scoort het centrum over het algemeen positief. Ook is het een voordeel dat bezoekers gratis kunnen parkeren in het centrum. Toch zijn er een aantal aandachtspunten, waardoor de bereikbaarheid kan verbeteren.

Het is namelijk druk rond de Wibra (kruising Langestraat/Pastoor Jongeriusstraat), waar onstoppingen ontstaan door het vele verkeer en de aanwezigheid van vrachtauto's. De vrachtauto's hebben namelijk weinig ruimte in de bochten, waardoor het verkeer eveneens vast komt te staan.

Ook is er geen duidelijkheid over waar men wel of niet mag parkeren bij de Witte Olifant, wat leidt tot wildparkeren. Ook is niet duidelijk wat voetpad is en wat fietspad is. Hier ontbreken dus lijnen en borden, die de bezoekers erop moeten wijzen waarvoor het gebied is bedoeld.

IV) VEILIGHEID

De veiligheid wordt door de bezoekers als zeer positief ervaren, hierbij gaat het zowel om de verlichting als het veiligheidsgevoel. De opmerkingen over veiligheid betreffen de verkeersonveiligheid.

7. UITKOMSTEN INTERVIEWS

Om de aantrekkelijkheid en toekomstbestendigheid van het centrum van Klazienaveen in kaart te brengen, is een interview afgenomen met de betrokken partijen. Dit hoofdstuk geeft de belangrijkste resultaten van deze interviews weer, Bijlage V bevat de volledig uitgeschreven interviews.

7.1. UITWERKINGEN INTERVIEWS

De betrokken partijen zijn geïnterviewd, een overzicht van deze betrokken partijen is de actorenanalyse, die te vinden is in paragraaf 1.3. De geïnterviewde partijen zijn:

- Emmen Revisited
- Handelsvereniging Klazienaveen
- Politie Emmen
- Supermarkteigenaar Plus Fischer
- Vastgoedeigenaar Peter van Dijk
- Woningcorporatie Domesta

I) EMMEN REVISITED

Emmen Revisited is een samenwerkingsorganisatie vanuit de gemeente Emmen (onderdeel van de afdeling dorpen en wijken), die samenwerkt met EOP's (dorpsraden), bewoners en bedrijven, om initiatieven vanuit de wijken en dorpen tot concrete plannen te maken. Doordat de geïnterviewde personen actief zijn in Klazienaveen, weten zij wat er speelt in het centrum.

Oordeel over centrum: Er is aangegeven dat het centrum over het algemeen positief wordt beoordeelt. De bereikbaarheid, met het gratis parkeren, is goed en alles is er te koop. Ook is de Handelsvereniging erg actief met het organiseren van activiteiten, zoals de jaarlijkse marathon.

Als negatief punt wordt de uitstraling van de panden aan de Langestraat genoemd, de kleurstelling, luifels, bouwstijl en gevelpartijen worden rommelig bevonden en daarom moet er meer eenheid in het straatbeeld worden gevormd. Hieronder is een voorbeeld van ongelijke luifels te zien.



Afbeelding 6: Ongelijke luifels aan de Langestraat (Cyclorama, 2015).

Een ander negatief punt wat genoemd werd is de belijning, het is voor bezoekers onduidelijk wat wel of geen parkeerplaatsen zijn en wat bepaalde lijnen betekenen.

Toekomstperspectief: De belangstelling voor het centrum van Klazienaveen zit in de lift en als de uitstraling van de panden aan de Langestraat verbeterd, dan blijft het in de lift. Het centrum wordt namelijk aantrekkelijker als de uitstraling van deze panden aangepakt wordt. Deze verbetering van de aantrekkelijkheid zal meer bezoekers genereren waardoor het compenseert met de bevolkingskrimp. Toch wordt aangegeven dat het moeilijk te voorspellen is, omdat het ook afhankelijk is van de economische ontwikkeling.

Verbeterpunten: De uitstraling van de panden aan de Langestraat verbeteren werd genoemd als belangrijkste verbeterpunt voor het centrum. Daarnaast is het beter verwijzen naar lege parkeerplaatsen en een betere aanduiding van parkeerplaatsen gewenst om het parkeerprobleem op te lossen.

II) HANDELSVERENIGING KLAZIENAVEEN

De Handelsvereniging Klazienaveen is een jonge club met enthousiaste ondernemers uit Klazienaveen, die in een prettige sfeer gezamenlijk optrekken met als doel goede dingen organiseren voor het centrum, zodat het aantrekkelijk blijft.

Oordeel over ontwikkeling winkelleegstand: De leegstand in Klazienaveen-Centrum valt mee op dit moment en de toekomstverwachting is ook positief. Ook is in het centrum veel particulier eigendom en zijn de verhuurders sneller bereid om de huurprijs te verlagen.

Oordeel over centrum: De Handelsvereniging is erg positief over het centrum. Het wordt gezien als "de kracht van de Klaziënavener", wat geldt voor zowel de inwoners als ondernemers, dat het een aantrekkelijk centrum heeft en de inwoners willen graag op eigen dorp kopen. Qua uitstraling stond het centrum in het begin "met 5-0 achter" ten opzichte van brinkdorpen, maar is het drukker dan vergelijkbare kernen met een aantrekkelijker oorspronkelijk karakter. De aantrekkelijkheid op het gebied van kleding is te verklaren uit het feit dat de winkels een eigen karakter hebben en geen landelijke ketens zijn. Het wordt gezien als een centrum met een dorps karakter en een volwassen aanbod.

Toekomstperspectief:

Het toekomstperspectief is heel positief, wanneer de Handelsvereniging geïnspireerd blijft en inspeelt op nieuwe ontwikkelingen, gaan ze het redden. De kleinere kernen, zoals Erica en Zwartemeer, zullen het moeilijker krijgen om voorzieningen in stand te houden. Doordat hier voorzieningen zullen verdwijnen, zijn deze mensen gebonden aan Klazienaveen.

Verbeterpunten:

De Handelsvereniging noemt geen verbeterpunten op, wel is het belangrijk dat men scherp blijft en niet zal verslappen.



Afbeelding 7: De marathon van Klazienaveen

III) POLITIE EMMEN

De wijkagent van Klazienaveen fungeert als aanspreekpunt voor inwoners en ondernemers uit Klazienaveen en kan daarom goed een indicatie geven omtrent de veiligheid in het centrum.

Beoordeling veiligheid centrum: Vergeleken met de kernen Emmen en Nieuw-Amsterdam/Veenoord valt het aantal delicten in Klazienaveen-Centrum mee. Rondom deze centra zijn ook opvanglocaties voor junks en alcoholverslaafden, waardoor de veiligheid hier minder wordt. In Klazienaveen valt het aantal delicten mee en is hier weinig winkelleegstand, wat het veiligheidsgevoel bevordert.

Oordeel over centrum: Het winkelaanbod en de uitstraling van het centrum zijn goed. De bereikbaarheid voor vrachtauto's is slecht, vooral rondom de Wibra. De wegen zijn hier te smal, waardoor het verkeer sneller vastloopt. Ook is er veel onduidelijkheid omtrent parkeren.

Toekomstperspectief: In de toekomst zal het centrum aantrekkelijk blijven, omdat het een groot winkelaanbod en een regiofunctie heeft. Ook is het aantrekkelijk omdat men er gratis en dichtbij de winkels kan parkeren.

Verbeterpunten: De genoemde verbeterpunten zijn:

- De doorstroming richting de supermarkten, rondom de Wibra, verbeteren.
- Duidelijker aangeven waar een bepaalde lijn voor dient, nu is er veel onduidelijkheid over waar men wel of niet mag parkeren.

IV) SUPERMARKTEIGENAAR PLUS FISCHER

Plus Fischer is één van de vijf supermarkten in het centrum van Klazienaveen. Eerst was de Plus gevestigd aan het Van Echterskanaal NZ, tegenover de huidige Jumbo, maar de Plus werd te groot voor deze locatie.

Waarom Klazienaveen populair is voor dagelijks winkelen: Klazienaveen heeft een volwaardig aanbod aan supermarkten. Er zijn vijf supermarkten in het dorp, terwijl het aanbod in vergelijkbare kernen minder is. Ook kent het dorp een goede mix in het aanbod, omdat er ook twee discount-supermarkten zijn. Daarnaast is Klazienaveen centraal gelegen in Zuidoost Drenthe, waardoor ook veel mensen vanuit andere dorpen naar Klazienaveen komen om boodschappen te doen.

Oordeel over centrum: Het centrum van Klazienaveen is een modern centrum geworden met een groot aanbod en een goede ligging. Schip I is gezichtsbepalend voor de uitstraling van het centrum, maar toch zijn er een aantal te slopen panden, zoals de flat op de hoek Meridiaan/Van Echterskanaal NZ. Het centrum is over het algemeen goed bereikbaar, maar er zijn foute keuzes gemaakt in de infrastructuur. Zo is er verwarring over de voorrangsregel bij de parkeerplaatsen bij Schip I en de Jumbo en is de doorstroming naar de supermarkten slecht. Er staan regelmatig files in het centrum.

Toekomstperspectief: De concurrentie zal in de toekomst heviger worden, waardoor wellicht meer leegstand ontstaat. Deze leegstand moet op één of andere manier wel aantrekkelijk blijven, zoals is gedaan in het oude pand van de ABN-Amro. Toch zal Klazienaveen-Centrum bestaansrecht houden, maar moet het wel met de tijd meegaan. Het is belangrijk dat bekend wordt gemaakt richting het grote publiek wat Klazienaveen te bieden heeft, hier is de Handelsvereniging actief mee bezig.

Verbeterpunten: Het grootste verbeterpunt is de verkeersproblematiek rondom de supermarkten, waar het verkeer vastloopt op de verbindingsweg tussen het Van Echtenskanaal NZ en de Langestraat. Hier zouden bijvoorbeeld twee rijstroken moeten komen, waarvan één over de naastgelegen parkeerplaats. Het gaat hier om kleine ingrepen, wat niet duur hoeft te zijn.



Afbeelding 8: Plus Fischer in Klazienaveen (VV Klazienaveen, 2016).

V) VASTGOEDEIGENAAR PETER VAN DIJK

De projectontwikkelaar en vastgoedeigenaar Peter van Dijk heeft gezorgd voor de realisatie van Schip I en Schip II in het centrum van Klazienaveen. Peter van Dijk was vroeger ondernemer in Klazienaveen en heeft deze projecten gerealiseerd om het centrum een impuls te geven.

Verhuurbaarheid winkelpanden: Peter van Dijk geeft aan dat er nu een goede samenwerking is tussen de ondernemers in de Handelsvereniging en als deze goede samenwerking blijft, de leegstand in Klazienaveen binnen twee á drie jaar zal verdwijnen.

Oordeel over centrum: De structuur van het centrum is perfect, ook met het parkeren nabij de winkels. De panden aan de Langestraat verdienen een opwaardering, hier zijn oude gevels, luifels e.d. te vinden die afbreuk doen aan de uitstraling van het centrum.

Toekomstperspectief: Vanwege de goede structuur, compactheid en infrastructuur (vooral parkeren), zal het centrum van Klazienaveen een sterk koopcentrum blijven voor de regio. Ook zorgen Schip I en Schip II voor een goede uitstraling van het centrum.

Verbeterpunten: De uitstraling van de panden aan de Langestraat, zoals genoemd onder “oordeel over het centrum” verdienen een opwaardering.

VI) WONINGCORPORATIE DOMESTA

De woningcorporatie Domesta verhuurt woningen in de gemeenten Emmen, Coevorden en Hogeveen en bezit in het centrum van Klazienaveen enkele panden, waaronder panden in Schip II.

Verhuurbaarheid woningen centrum: De verhuurbaarheid van woningen in het centrum van Klazienaveen loopt goed. Mensen komen naar het centrum te wonen vanwege het uitgebreide voorzieningenaanbod, waarbij het vooral mensen van 55 jaar en ouder trekt. Wel zijn appartementen met één slaapkamer slecht verhuurbaar, maar dit is een landelijke trend die niet specifiek voor Klazienaveen geldt.

Oordeel over centrum: Het centrum is te langgerekt en de oversteek en de weg bij Ten Napel en Rijsdijk vormen een barrière. Daarnaast is het centrum wel enorm opgeknapt, is de bereikbaarheid goed en zijn er ruim voldoende voorzieningen.

Toekomstperspectief: Wanneer de sterke punten van het centrum behouden zullen blijven, dan zou het centrum van Klazienaveen in de toekomst aantrekkelijk blijven. De bevolkingskrimp zou harder toeslaan in omliggende kernen, omdat hier minder voorzieningen zijn.

Verbeterpunten: De volgende verbeterpunten zijn aangedragen door woningcorporatie Domesta:

- Het centrum moet compacter worden, waarbij gefocust moet worden op één bepaald gebied.
- Het gratis parkeren moet blijven.
- De bocht/kronkel en oversteek bij Rijsdijk en Ten Napel verbeteren. Ook een betere routing voor onbekenden is gewenst.



Afbeelding 9: Scholten Staete (Schip II), een project van Peter van Dijk waarin woningcorporatie Domesta woningen verhuurt (Klazienaveen in beeld, 2015).

7.2. UITKOMSTEN INTERVIEWS

In de interviews is gevraagd naar specifieke zaken, die van toepassing zijn op één geïnterviewde en is gevraagd naar het oordeel over het centrum en het toekomstperspectief van het centrum en is de mogelijkheid geboden om verbeterpunten aan te dragen voor het centrum.

1) OORDEEL OVER HET CENTRUM

Er is gevraagd naar het oordeel op basis van de gebruikte categoriën, namelijk voorzieningenaanbod, ruimtelijke kwaliteit en bereikbaarheid. De geïnterviewde personen zijn allemaal positief over het centrum van Klazienaveen. Het aanbod van voorzieningen wordt meestal zelfs als “heel goed” omschreven. Toch zijn er een aantal negatieve punten aangedragen wanneer het gaat om ruimtelijke kwaliteit en bereikbaarheid.

Schip I en Schip II worden gezien als een enorme impuls voor de uitstraling van het centrum. De uitstraling van de panden aan de Langestraat was het kritiekpunt op het gebied van ruimtelijke kwaliteit. Hier zijn veelal ongelijke luifels en gevels te vinden, die een rommelige uitstraling geven.

Qua bereikbaarheid zijn er kritiekpunten over de doorstroming en de aanduiding. Vanwege drukte stroomt het verkeer rondom de Wibra slecht door. Ook is het hier krap en zorgen vrachtauto's, die de bocht niet kunnen krijgen, voor files. Ook is er onduidelijkheid qua belijning, bezoekers weten niet waar ze wel of niet mogen parkeren.

II) TOEKOMSTPERSPECTIEF

De geïnterviewde personen zijn positief gestemd wanneer het gaat om het toekomstperspectief van het centrum. Dit omdat Klazienaveen een regiofunctie heeft met een groot aanbod aan voorzieningen, ook is in Klazienaveen weinig winkelleegstand. In omliggende kernen, zoals Nieuw-Amsterdam, Erica en Zwartemeer, is dit aanbod kleiner en hier zullen voorzieningen het moeilijker krijgen om hun hoofd boven water te houden. Klazienaveen zou hiervan kunnen profiteren en meer bezoekers uit deze kernen trekken.

III) VERBETERPUNTEN

De aangedragen verbeterpunten zijn gerelateerd aan de bovengenoemde beoordelingen, namelijk:

- Het opknappen van de gevels van de panden aan de Langestraat, waarbij de gevels meer een eenheid moeten vormen.
- Het verbeteren van de doorstroming rondom de Wibra, de wegen en kruisingen moeten hier breder zodat het verkeer niet meer vast komt te staan.
- Een betere aanduiding, zodat bezoekers weten waar een bepaald gebied voor dient. Ook voorkomt dit het wildparkeren.

IV) SPECIFIEKE ZAKEN

De specifieke zaken, die gericht gevraagd zijn aan één specifieke betrokken partij. De volgende opvallende uitkomsten komen hieruit voort:

- Op het gebied van veiligheid scoort het centrum positief, er zijn weinig incidenten.
- De verhuurbaarheid van winkelpanden in Klazienaveen is goed en er is ook weinig winkelleegstand, dit vanwege de actieve houding van de Handelsvereniging.
- Ook zijn appartementen in het centrum in Klazienaveen aantrekkelijk om te wonen, vanwege het grote voorzieningenaanbod.

Kortom: de geïnterviewde personen zijn erg positief, vooral over het voorzieningenaanbod, en staan dan ook positief tegenover de toekomst. Wel zijn er verbeterpunten, er moet gelet worden op de doorstroming, aanduidingen en de uitstraling van de panden aan de Langestraat.

8. CONCLUSIES EN AANBEVELINGEN

De conclusies zijn gebaseerd op de resultaten uit de enquête en de interviews, gevolgd door de aanbevelingen met betrekking tot een aantrekkelijk centrum voor Klazienaveen in de toekomst.

8.1. CONCLUSIES ONDERZOEK

Na bestudering van de enquête- en interviewresultaten, kunnen de volgende conclusies gegeven worden.

Op alle categorieën (voorzieningenniveau, ruimtelijke kwaliteit, bereikbaarheid en veiligheid) scoort het centrum redelijk positief, toch zijn er in deze categorieën een aantal indicatoren die negatief worden beoordeeld. Daarom worden de scores van de indicatoren uit het theoretisch kader weergegeven in de conclusie, waarbij deze toegelicht worden. Deze scores zijn gebaseerd op de enquête- en interviewresultaten en worden op de volgende wijze toegepast:

- **++ Zeer positief** (wanneer uit enquêtes én interviews een grote tevredenheid blijkt)
- **+ Positief** (wanneer de meeste respondenten en geïnterviewde personen positief zijn)
- **O Neutraal** (wanneer uit enquêtes en interviews blijkt dat het aspect positief noch negatief wordt beoordeeld)
- **- Negatief** (wanneer de meeste respondenten en geïnterviewde personen negatief zijn)
- **-- Zeer negatief** (wanneer uit enquêtes én interviews een grote ontevredenheid blijkt)

1) VOORZIENINGENNIVEAU

Het voorzieningenaanbod in Klazienaveen wordt als positief ervaren, vooral wanneer het gaat om het doen van boodschappen. Ook zijn kledingwinkels populair, omdat zich hier niet de landelijke ketens bevinden, maar kledingwinkels met een eigen karakter.

Dagelijkse boodschappen	++
Niet-dagelijkse boodschappen	+
Horecavoorzieningen	-
Aanbod vergeleken	O
Openingstijden	++

De bezoekers van het centrum geven aan wel graag meer horecavoorzieningen te zien in het centrum, waarbij het gaat om een goed restaurant, leuk terras of een uitgaansgelegenheid. Daarnaast bleek dat Nederlandse winkelcentra steeds meer veranderen in verblijfscentra.

Klazienaveen kent een kleiner aanbod dan het nabijgelegen Emmen, maar toch worden er een aantal positieve punten genoemd waarop Klazienaveen zich kan onderscheiden, de belangrijkste zijn het dorpse karakter en het gratis en dichtbij parkeren.

Klazienaveen kent een goed voorzieningenaanbod met een "dorps" karakter, maar de bezoekers zien graag meer horeca toegevoegd worden.

RUIMTELIJKE KWALITEIT

De bezoekers ervaren de ruimtelijke kwaliteit van het centrum als gematigd positief, maar uit interviews blijkt dat sommige betrokken partijen vinden dat de uitstraling van de panden aan de Langestraat een negatief effect heeft op de aantrekkelijkheid van het centrum.

Uitstraling gebouwen	O
Uitstraling openbare ruimte	+
Aanwezigheid groen	+
Schone uitstraling	++
Ervaring winkelleegstand	+

Deze panden hebben ongelijke gevels en oude luifels, wat zorgt voor een rommelige en verouderde uitstraling van dit deel van het centrum. Wel wordt aangegeven dat Schip I en Schip II een positieve impuls geven aan de uitstraling van het centrum.

De ruimtelijke kwaliteit wordt als positief ervaren, maar de panden in het oostelijke deel van de Langestraat verdienen een opknapbeurt.

BEREIKBAARHEID

Ook wordt de bereikbaarheid van Klazienaveen van buitenaf als goed ervaren, maar zijn er in het centrum knelpunten. De doorstroming en aanduidingen (routing) in het centrum zijn onvoldoende.

Bereikbaarheid per auto	+
Bereikbaarheid per OV	+
Bereikbaarheid per fiets	++
Parkeren	O
Loopafstanden	+

Rondom de Wibra ontstaan regelmatig verkeersopstoppen, vooral op zaterdag. Hier komt namelijk veel verkeer langs en ook zorgen vrachtauto's voor opstoppen, omdat deze moeilijk door de bocht kunnen. Ook ontstaan gevaarlijke situaties in het verkeer, wat hieronder onder "veiligheid" omschreven wordt.

De bereikbaarheid van buitenaf richting het centrum is goed, maar in het centrum zijn knelpunten. De grootste opstoppen ontstaan bij de Wibra.

VEILIGHEID

De veiligheid is beoordeeld op zichtbaarheid, toegankelijkheid en eenduidigheid. Het centrum wordt door de politie en gebruikers als erg veilig ervaren, maar de verkeersveiligheid vormt hierin een uitzondering.

Zichtbaarheid	++
Toegankelijkheid	+
Eenduidigheid	-

Uit de resultaten blijkt dat er ontevredenheid is over de eenduidigheid in het centrum, waarbij vooral gaat om de belijning. De bezoekers weten niet wat dient als voetpad, fietspad of een straat voor auto's is en waar men mag parkeren. Dit leidt tot gevaarlijke situaties, vooral in de Van Echtenstraat ter hoogte van bakkerij Ten Napel en groentezaak Rijsdijk.

Het veiligheidsgevoel in het centrum is goed, maar de onduidelijke belijning zorgt voor gevaarlijke situaties in het verkeer.

BELANGRIJKSTE CONCLUSIES

Samenvattend kunnen de volgende conclusies uit het onderzoek worden gegeven:

- De verblijfsfunctie van het centrum dient versterkt te worden, waarvoor horeca in de vorm van een restaurant, café met terras of een uitgaansgelegenheid gewenst is. Ook dragen bijvoorbeeld bankjes hieraan bij.
- De betrokken partijen zien graag de gevelpartijen van de panden aan het oostelijke deel van de Langestraat opgeknapt worden omdat dit de belevingswaarde van het centrum vergroot.
- De doorstroming richting de supermarkten is slecht vanwege drukte en omdat vrachtauto's de bocht hier moeilijk kunnen krijgen. De betrokken partijen zien graag de routing in het centrum verbeterd worden.
- De belijning in het centrum, rondom Schip I en de Van Echtenstraat is onduidelijk. Hierdoor ontstaat wildparkeren en ontstaan gevaarlijke situaties met auto's en fietsers.

8.2. AANBEVELINGEN

In de aanbevelingen wordt onderscheid gemaakt tussen de aanbevelingen richting de gemeente en de aanbevelingen richting alle betrokken partijen.

WAT KAN DE GEMEENTE DOEN?

De volgende aanbevelingen zijn gedaan richting de gemeente Emmen:

- De doorstroming naar het centrum verbeteren en een routingssysteem toevoegen
- Bankjes etc. plaatsen om meer te richten op verblijfsfunctie

I) VERBETEREN VAN DE DOORSTROMING

Uit de onderzoeksresultaten blijkt dat Klazienaveen zeer positief scoort wanneer het gaat om dagelijkse winkelvevoorzieningen en hiervoor gaan ook veel mensen naar Klazienaveen. Het is een belangrijk aankoopcentrum voor de regio. De supermarkten van Klazienaveen bevinden zich veelal in het oostelijke deel van het centrum en bijna alle bezoekers komen vanaf het Van Echterskanaal N.Z. naar de supermarkten. Deze vier supermarkten hebben daardoor een grote aantrekkingskracht van verkeer (auto's).

Omdat deze supermarkten een grote aantrekkingskracht hebben, is het belangrijk dat deze ook goed bereikbaar zijn. Boodschappen doet bijna iedereen met de auto, waardoor toegankelijke wegen vereist zijn. Over deze doorstroming is veel ontevredenheid omdat het verkeer vastloopt vanwege drukte en omdat vrachtauto's de krappe bochten moeilijk kunnen nemen. Deze knelpunten bevinden zich aan de Langestraat (rondom de Wibra) en op de verbindingsweg tussen de Langestraat en het Van Echterskanaal N.Z.

Het is mogelijk om met relatief kleine ingrepen de doorstroming richting de supermarkten te verbeteren. Hierbij gaat het om ingrepen als:

- **Maatregelen in verbindingsweg:** De verbindingsweg tussen de Langestraat en het Van Echterskanaal N.Z. is een smalle straat, waar het verkeer vaak vastloopt. Wanneer dit verbreedt wordt kan het verkeer op dit stuk sneller doorstromen en ontstaan er minder files.
- **Eénrichtingsverkeer toepassen:** Wanneer éénrichtingsverkeer toegepast wordt op de Langestraat tussen de verbindingsweg richting het Van Echterskanaal en de Aldi, stroomt het verkeer sneller door en kunnen bezoekers sneller in en uit kunnen draaien met parkeren, waardoor de doorstroming ook sneller gaat.

Daarom wordt de gemeente geadviseerd om het initiatief te nemen om het centrum beter bereikbaar te maken, zodat de bereikbaarheid van het centrum wordt vergroot.

II) BETERE ROUTING

Ook een betere routing zal bijdragen aan een betere doorstroming in het centrum en zorgt er ook voor dat onbenutte parkeerplaatsen benut worden. Een betere routing kan ook met relatief kleine en goedkope ingrepen, namelijk:

Verwijzen naar onbenutte parkeerplaatsen:

Wanneer vanaf de aankomstroutes (zoals de Antares richting Emmen) verwezen wordt naar de parkeerplaatsen, zullen bezoekers deze borden volgen. Hierbij is het ook mogelijk om het verkeer om het centrum te sturen, zodat de straten in het centrum ontlast worden. Daarnaast is het van belang dat verwezen wordt naar de parkeerplaatsen die nu vaak onbenut blijven, zoals de parkeerplaatsen

aan het Marktpllein, achter de Versmarkt (Bedieningsweg) en de parkeergarage onder Schip I. De parkeerplaats

Auto's die aan de Bedieningsweg willen parkeren, moeten dan verwezen worden via Evenaar, zodat deze niet door het centrum rijden. Auto's die aan het Marktpllein willen parkeren, worden dan verwezen via de Jonkheer M.W.C. de Jongestraat, zodat deze ook niet door het centrum rijden.

Vrachtauto's weren uit het centrum:

Vrachtauto's zorgen voor opstoppen in het centrum, terwijl de bevoorradingswegen veelal aan de zuidkant van het centrum liggen. Daarom is het belangrijk dat vrachtauto's via de Jonkheer M.W.C. de Jongestraat richting de achterkant van de winkels wordt gestuurd. Ook is bevoorrading van de supermarkten mogelijk via deze route, zodat het knelpunt bij de Wibra ontlast wordt.

III) VERBETEREN AANDUIDINGEN

Om gevaarlijke situaties in het verkeer te voorkomen is het belangrijk dat de aanduidingen van de straat, het fietspad en het voetpad verbeterd. Ook parkeren bezoekers hierdoor onbewust op plekken waar ze niet mogen parkeren, omdat er lijnen staan waarvan ze denken dat dit parkeerplaatsen voor moeten stellen. Dit geeft een chaotische indruk aan het centrum.

Daarom is het belangrijk dat met **borden aangegeven** (of op straat) wordt wat het voetpad en wat het fietspad is. Er wordt daarom geadviseerd om af te stappen van de "shared space" gedachte voor dit deel van het centrum en toch iets meer structuur te geven aan het gebied om de veiligheid van bezoekers te garanderen. Ook geeft dit een minder chaotische indruk aan het centrum, wat het tot een aantrekkelijker gebied maakt om te winkelen.

Daarnaast is er veel **onduidelijke belijning** in het centrum, waardoor verwarring ontstaat over waar men mag parkeren. De witte lijnen in het centrum lijken erg op die van parkeerplaatsen, maar het zijn geen parkeerplaatsen. Doordat mensen parkeren op plaatsen waar het niet mag, ontstaat eveneens een chaotische indruk. Daarom wordt geadviseerd om de witte lijnen te verwijderen en meer eenduidigheid aan te brengen. Dit, in combinatie met een betere verwijzing naar onbenutte parkeerplaatsen, zal leiden tot meer structuur wat betreft parkeren.

IV) BELEVINGSWAARDE VERGROTEN

Uit de publieksenquête komt naar voren dat bezoekers graag meer bankjes en afvalbakken zien in het centrum. Ook dragen bankjes en afvalbakken bij om het centrum meer een verblijfsgebied te maken, waardoor meer reuring ontstaat. Dit is een relatief kleine en goedkope ingreep, die de aantrekkelijkheid van het centrum zal vergroten.

WAT KUNNEN DE GEMEENTE EN BETROKKEN PARTIJEN DOEN?

De volgende aanbevelingen worden gedaan richting de betrokken partijen:

- Meer horeca aantrekken om de verblijfsfunctie van het centrum te versterken
- Uitstraling van de panden aan de Langestraat verbeteren, verblijfsfunctie dus wordt uitstraling belangrijker
- Kritisch blijven kijken naar ontwikkelingen, ook relateren aan leegstandcijfers. Goede band tussen HVK en gemeente, daarom goed overleggen.

V) MEER HORECA AANTREKKEN

Horeca vergroot de belevingswaarde en daardoor dus ook de aantrekkingskracht van een winkelcentrum. Ook veranderen Nederlandse winkelcentra steeds meer in verblijfsgebieden, waarbij

de bezoeker graag verleid wil worden met een aantrekkelijke en levendige omgeving (Seinpost Adviesbureau, 2015). Om in te spelen op deze trend dat Nederlandse winkelcentra steeds meer veranderen in verblijfscentra, liggen er voor Klazienaveen-Centrum kansen wanneer er meer horeca toegevoegd wordt aan het centrum.

Uit de onderzoeksresultaten blijkt namelijk dat bezoekers ontevreden zijn over de huidige horeca en vinden zij dat deze teveel een "afhaal" karakter heeft. De bezoekers zien daarom graag een restaurant, terras of uitgaansgelegenheid naar het centrum komen. Het centrum is de prominente verblijfsplek van Klazienaveen, waardoor horeca in andere gebieden, zoals bedrijventerrein Pollux, gemeden dient te worden, zodat het centrum een aantrekkelijk en levendig gebied wordt.

VI) UITSTRALING PANDEN VERBETEREN

Een betere uitstraling van de panden zorgt voor een betere belevingswaarde van het centrum, wat het aantrekkelijker maakt voor het winkelend publiek. Ook worden terrassen, café's en restaurants in een gebied met mooiere panden aantrekkelijker, waardoor de verblijfsfunctie van het gebied versterkt wordt.

Veel betrokken partijen, en ook bezoekers, gaven aan dat de panden in het oostelijke deel een opknapbeurt verdienen. De ongelijke gevels en luifels geven hier een rommelige en achterstallige indruk aan het centrum, waardoor meer eenduidigheid in de gevels en luifels zal bijdragen aan een nettere en modernere uitstraling.

Aan de Handelsvereniging, gemeente en andere betrokken partijen wordt geadviseerd om in gesprek te gaan over een eenduidige aanpak van de gevelpanden, zodat het centrum een aantrekkelijke uitstraling krijgt en in het in de toekomst een aantrekkelijk verblijfsgebied is voor de bezoekers.

VII) KRITISCH BLIJVEN

Het centrum heeft ook een regionale functie voor de omliggende kernen, waardoor het in de toekomst ook bestaansrecht zal hebben, ondanks de negatieve ontwikkelingen. Toch is het belangrijk om scherp te, omdat de leegstand zich in de meeste centra snel ontwikkelt en Klazienaveen in een gebied ligt wat op demografisch gebied negatief scoort. Er moet dus kritisch gekeken worden richting de toekomst wanneer het gaat om nieuwe ontwikkelingen in het centrum, waarbij ingespeeld dient te worden op deze ontwikkelingen.

HOE AANPAKKEN?

Voor het kiezen van een geschikte bestuursstijl om in te spelen op de ontwikkelingen in Klazienaveen-Centrum is de participatieladder van Pröpper een geschikte methode om een bestuursstijl te kiezen. Het motto van de gemeente Emmen is "meer van de samenleving, minder van de overheid", waarbij de gemeente meestal een faciliterende rol hanteert bij initiatieven van burgers en organisaties (Pröpper, 2009).

Voor Klazienaveen wordt een samenwerkende rol geadviseerd voor het verbeteren van de doorstroming richting de supermarkten, omdat het gaat om zowel het gemeentelijk belang (een aantrekkelijk centrum), het belang van de ondernemers en het belang van het winkelend publiek. Op deze manier wordt er op een gelijkwaardige manier samengewerkt richting een plan om de doorstroming te verbeteren. Om de belangen in kaart te brengen dient dus in gesprek gegaan te worden met de ondernemers en het winkelend publiek.

Voor de aanpak van de panden wordt een faciliterende rol geadviseerd, omdat het hier gaat om het eigendom van de vastgoedeigenaren (meestal particulier eigendom). De gemeente heeft belang bij een betere uitstraling, omdat dit meer bezoekers genereert, maar de eigenaren kunnen het initiatief nemen over de eigen panden.

HET GEWENSTE RESULTAAT

Het gewenste resultaat is een aantrekkelijk centrum om in te verblijven en wat goed bereikbaar is voor de bezoekers. De initiatieven om meer horeca aan te trekken en de panden een eenduidigere uitstraling te geven, maken van het centrum een aantrekkelijker verblijfsgebied. Daarnaast zorgt een oplossing van het knelpunt bij de Wibra en een goede routing voor een goede bereikbaarheid van het centrum. Deze initiatieven zorgen ervoor dat het centrum op alle indicatoren goed scoort en maken het een aantrekkelijk verblijfsgebied, waardoor het ook in de toekomst veel bezoekers zal genereren.

LITERATUURLIJST

Boeken:

- Er gaat niets boven citymarketing, Hospers
- Van turfstrooisel tot actieve kool (Gerding)
- Grondslagen van de marketing (Verhage)
- Handboek Veilig Ontwerp en Beheer (Luten)
- Environmental Criminology (Wortely & Mazerolle) (eng)

Rapporten:

- Rapporten van Seinpost (Supermarkt als trekker v.d. binnenstad en binnensteden en beleving)
- Rapport van Platform31
- Rapport van Goudappel Coffeng
- Rapport van CBRE
- Rapport van Nederlandse Raad Winkelgebieden
- Koopstromenonderzoek 2015

Structuurvisies etc.:

- Structuurvisie Veelzijdigheid Troef (Gem. Emmen)
- Structuurvisie Werklocaties (Gem. Emmen)
- Nota Leegstand in beeld (Gem. Emmen)
- Provinciaal Omgevingsplan (Provincie Drenthe)

Websites:

- CBS
- Emmen Revisited
- Analyzus & Rootz Beleidsadvies
- Handelsvereniging Klazienaveen
- Peter van Dijk
- Klazienaveen in beeld

Mediaberichten:

- Centrum Klveen in trek (DVHN)

Gesprekken:

- | | |
|--|------------|
| - P. van Dijk, Peter van Dijk Projects & Investments | 21-01-2016 |
| - E. Beukeveld, Woningcorporatie Domesta | 25-01-2016 |
| - W. Katoen, R. Schuring, Emmen Revisited | 28-01-2016 |
| - J. Fischer, Plus Fischer | |
| - H. Eikens, wijkagent Klazienaveen | |
| - D. Foorthuis, Handelsvereniging Klazienaveen | |

Bijeenkomsten:

- 6-10-2015: Presentatie Koopstromenonderzoek, Flair Klazienaveen, Langestraat 121 te Klazienaveen
- 2-11-2015: Bijeenkomst winkelleegstand Wilhelminastraat (Seinpost), Zuiderkerk, Wilhelminastraat 13 te Emmen
- 15-12-2015: Aedificium Winkelleegstand Seinpost, Café Groothuis, Stationsstraat 75 te Emmen
- 21-01-2016: Retailagenda provincie Drenthe, Grand Café het Postkantoor, Van Echtenstraat 35 te Hoogeveen

BIBLIOGRAFIE

- AnalyZus en Roots Beleidsadvies. (2014, 3 23). *Veranderingen in koopgedrag vragen om ander winkelaanbod*. Opgehaald van AnalyZus: <http://www.analyzus.nl/de-invloed-van-internet-en-vergrijzing-op-branchering.html>
- CBRE. (2015). *Factsheet WCKM2015*. Amsterdam: CBRE.
- CBS. (2015, 10 5). *Nederland Regionaal*. Opgehaald van CBS Statline: <http://statline.cbs.nl/Statweb/?LA=nl>
- CBS. (2015, 21 10). *Statline*. Opgehaald van CBS: <http://statline.cbs.nl/Statweb/dome/?LA=nl>
- Compendium voor de Leefomgeving. (2015, 12 23). *Compendium voor de Leefomgeving*. Opgehaald van Leegstand van winkels, 2004-2015: <http://www.compendiumvoordeleefomgeving.nl/indicatoren/nl2151-Leegstand-winkels.html?i=36-177>
- Cyclorama. (2015, 6 1). *Cyclorama*. Opgehaald van Cyclorama: <http://pasadena.emmen.intern/nedbrowser/>
- DSP Groep. (2009). *Sociaal Veilig Ontwerpen*. Utrecht: DSP Groep.
- DVHN. Centrum Klazienaveen in trek. *Centrum Klazienaveen in trek*. DVHN, Groningen.
- Emmen Revisited. (2015, 12 1). *Emmen Revisited*. Opgehaald van emmenrevisited.nl: <http://www.emmenrevisited.nl/>
- Emmen Revisited. (2015, 11 9). *Over Emmen Revisited*. Opgehaald van Emmen Revisited: <http://www.emmenrevisited.nl/1538/nl/over-emmen-revisited>
- G. Meijer, Dagblad van het Noorden. (2015, 12 5). Centrum Klazienaveen in trek. *Dagblad van het Noorden*, p. 17.
- Gemeente Emmen. (2009). *Structuurvisie Emmen "Veelzijdigheid troef"*. Emmen: Gemeente Emmen.
- Gemeente Emmen. (2010). *Structuurvisie Werklocaties*. Emmen: Gemeente Emmen.
- Gemeente Emmen. (2013). *Leegstand in Beeld*. Emmen: Gemeente Emmen.
- Gerding, M. &. (1998). *Van turfstrooisel tot actieve kool. De ontwikkeling van veenverwerkende industrie*. Zwolle: Waanders.
- Goudappel Coffeng. (2015). *Vitaliteitsbenchmark Centrumgebieden*. Deventer: Goudappel Coffeng.
- Goudappel Coffeng. (2015). *Vitaliteitsbenchmark Centrumgebieden*. Deventer: Goudappel Coffeng.
- Handelsvereniging Klazienaveen. (2015, 10 8). *Handelsvereniging*. Opgehaald van Klazienaveen Centrum: <http://klazienaveencentrum.nl/handelsvereniging>
- Hospers, G. (2011). *Er gaar niets boven citymarketing*. Groningen: Uitgeverij Haystack.
- I & O Research. (2010). *Koopstromenonderzoek 2010*. Enschede: I & O Research.
- I & O Research. (2015). *Koopstromenonderzoek Klazienaveen*. Enschede: I & O Research.
- I & O Research. (2015). *Koopstromenonderzoek Oost-Nederland*. Enschede: I & O Research.

I&O Research. (2015). *Koopstromenonderzoek Rapport Kern Klazienaveen*. Enschede: I&O Research.

Klazienaveen 24. (2016, 1 25). *Langverwachte sloop de Snikke eerste helft 2016*. Opgehaald van Klazienaveen 24: <http://klazienaveen24.nl/langverwachte-sloop-de-snikke-in-eerste-helft-2016/>

Klazienaveen in beeld. (2015, 6 1). *Scholten Staete*. Opgehaald van Klazienaveen in beeld: <http://www.klazienaveeninbeeld.nl/scholten-staete/>

Landkreis Emsland. (2013). *Aktuelle Entwicklungen und Tendenzen im Landkreis Emsland*. Meppen (D): Landkreis Emsland.

Luten, I. (2008). *Handboek Veilig Ontwerp en Beheer*. Bussum: Thoth Uitgeverij.

NedGraphics BV. (2016, 1 13). *Nedbrowser gem. Emmen*. Opgehaald van Nedbrowser: http://pasadena.emmen.intern/nedbrowser/NBG_main.asp?default=Y

NRW. (2010). *Dynamiek in Winkelgebieden*. Utrecht: NRW.

Planbureau voor de Leefomgeving. (2014). *De bestendige binnenstad*. Den Haag: Planbureau voor de Leefomgeving.

Platform 31. (2014). *Winkelgebied van de toekomst*. Den Haag: Platform 31.

Pröpper, I. (2009). *De aanpak van interactief beleid*. Vught: Uitgeverij Coutinho.

Provincie Drenthe. (2010). *Provinciaal Omgevingsplan 2010*. Assen: Provincie Drenthe.

Provincie Drenthe. (2014). *Actualisatie Omgevingsvisie Drenthe*. Assen: Provincie Drenthe.

Rijksoverheid. (2015, 10 2). *Bevolkingskrimp - Oorzaken en gevolgen bevolkingskrimp*. Opgehaald van Rijksoverheid: <https://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/bevolkingskrimp/inhoud/oorzaken-en-gevolgen-bevolkingskrimp>

Ruimtelijke Plannen. (2015, 11 15). *Bestemmingsplannen*. Opgehaald van Ruimtelijke Plannen: <http://www.ruimtelijkeplannen.nl/web-roo/roo/bestemmingsplannen?tabFilter=JURIDISCH>

Seinpost Adviesbureau. (2013). *Supermarkt als trekker in binnenstad*. Waalwijk: Seinpost Adviesbureau.

Seinpost Adviesbureau. (2015, 12 15). *Bijeenkomst Aedificium*. Emmen, Drenthe, Nederland.

Seinpost Adviesbureau. (2015). *Binnensteden en beleving: waar is de (zelfstandig) ondernemer?* Waalwijk: Seinpost Adviesbureau.

Stadsmonitor. (2016, 1 4). *Tevredenheid over de uitstraling van straten, pleinen, parken, monumenten en gebouwen in de stad*. Opgehaald van Stadsmonitor: <http://www.stadsmonitor.be/tevredenheid-over-de-uitstraling-van-straten-pleinen-parken-monumenten-en-gebouwen-in-de-stad>

STAMM. (2013). *Quickscan Leefbaarheid gemeente Emmen*. Assen: STAMM.

STAMM. (2013). *Quickscan Leefbaarheid gemeente Emmen*. Assen: STAMM.

Statistisches Bundesamt Deutschland. (2015, 21 10). *Regionalatlas*. Opgehaald van De.statist: <https://www-genesis.destatis.de/gis/genView?GenMLURL=https://www-genesis.destatis.de/regatlas/AI016-1.xml&CONTEXT=REGATLAS01>

- Stichting Masterplan Klazienaveen. (2006). *Masterplan Klazienaveen Centrum*. Apeldoorn: MKB Reva.
- Verhage, B. (2013). *Grondslagen van de marketing*. Groningen: Noordhoff Uitgevers.
- VV Klazienaveen. (2016, 2 1). *Plus Fischer indoor soccer toernooi*. Opgehaald van VV Klazienaveen:
<http://www.vvklazienaveen.nl/nieuws/plus-fischer-indoor-soccer-toernooi-kzc08>
- Wortely, R., & Mazerolle, L. (2008). *Environmental Criminology and Crime Analysis*. Uffculme, Devon (UK): Willian Publishing.

Het rapport bevat de volgende bijlagen:

- I. Uitwerking beleid, demografie en koopstromen
- II. Enquêtevragen
- III. Uitwerkingen enquête
- IV. Uitwerkingen interviews

BIJLAGE I: UITWERKING BELEID, DEMOGRAFIE EN KOOPSTROMEN

Deze bijlage bevat een uitwerking van beleidsdocumenten, demografische gegevens en de gegevens uit het Koopstromenonderzoek. Deze analyse is uitgevoerd om de situatieschets goed uit te kunnen werken.

BELEIDSDOCUMENTEN

Over het centrum van Klazienaveen zijn verschillende beleidsdocumenten geschreven, die aangeven wat de gewenste ontwikkelingen van het centrum zijn en hoe deze zich zal positioneren ten opzichte van andere centra in de gemeente en provincie. Daarnaast is in 2008 het Masterplan Klazienaveen-Centrum opgesteld, waarin de toenmalige visie van het centrum is omschreven. Daarnaast geeft het bestemmingsplan ook informatie over het geldende beleid.

Er zijn meerdere beleidsdocumenten beschikbaar waarin het beleid omtrent het centrum van Klazienaveen staat omschreven, dit zijn veelal documenten van de gemeente Emmen, maar het Provinciale Omgevingsplan 2010 geeft informatie. De volgende uitgangspunten kunnen worden meegenomen:

- **Provinciaal:** In de voorgaande omgevingsvisie (2010) werd er onderscheid gemaakt tussen de steden, sub-regionale kernen en kleinere kernen met een kernverzorgend winkelgebied. Hierin werd Klazienaveen gezien als een kern met een kernverzorgend winkelgebied. In het recentere omgevingsplan (2014) komt het centrum van Klazienaveen niet terug. De provincie ziet dus geen meerwaarde in Klazienaveen-Centrum (Provincie Drenthe, 2010), (Provincie Drenthe, 2014).
- **Structuurvisie gemeente Emmen:** De structuurvisie “Veelzijdigheid troef” geeft aan dat het centrum van Emmen wordt gezien als streekcentrum en de grotere kernen veelal beschikken over een centrum met kernverzorgend aanbod, waarbij Klazienaveen in het bijzonder wordt genoemd, omdat Klazienaveen ook een groot aanbod aan niet-dagelijkse producten kent (Gemeente Emmen, 2009).
- **Structuurvisie Werklocaties:** In dit rapport uit 2010 wordt dieper ingegaan op de functie van het centrum van Klazienaveen. Hierin staat dat het centrum van Klazienaveen het karakter heeft van een sub-regionale winkerkern. Ook wordt vermeldt dat het centrum een duidelijke recreatieve functie heeft. Het gemeentelijk beleid is voor het centrum van Klazienaveen gericht op het versterken van deze bredere functie (Gemeente Emmen, 2010).

Ook is de nota “Leegstand in beeld” opgesteld, waarin inzicht wordt verkregen in de leegstandpercentages van de winkelcentra in de gemeente Emmen. Hierin wordt Klazienaveen gezien als één van de drie aandachtsgebieden, omdat de structurele leegstand (panden die langer dan drie jaar leegstaan) relatief hoog is. Gemiddeld staat in Nederland in 2015 ruim 9% van de winkelpanden leeg, waarvan een kwart structurele leegstand is (Compendium voor de Leefomgeving, 2015). Op 1

oktober 2015 had het centrum van Klazienaveen 14,9% leegstand, waarvan 67% structurele leegstand is. Het grootste deel van de leegstand betreft twee voormalige supermarktpanden.

Op 6 oktober 2015 is er overleg geweest tussen de gemeente Emmen en Handelsvereniging Klazienaveen, waarin gesproken werd over de ontwikkelingen in het centrum. In dit gesprek heeft de handelsvereniging laten weten dat de huidige leegstand niet storend is voor het straatbeeld. Ook is één supermarktpand reeds ingevuld en ligt het andere supermarktpand buiten het zicht vanaf de doorgaande weg. Wanneer deze panden weg worden gerekend, daalt het leegstandsandeel van Klazienaveen tot onder het Nederlands gemiddelde (Gemeente Emmen, 2013).

MASTERPLAN KLAZIENAVEEN-CENTRUM

Het Masterplan Klazienaveen-Centrum uit 2008 zet in op grootschalige centrumvernieuwing, waarin de volgende speerpunten de gewenste ontwikkelingen ten tijde van de vaststelling van het plan weergeven:

- **Hoogwaardige stadsvloer:** In het masterplan is ingezet op een hoogwaardige stadsvloer, die het toekomstige beeld van het centrum moet bepalen. Het moet zorgen voor een duidelijke routing, een autoluw karakter en geeft voetgangers het gevoel welkom te zijn in het centrum.
- **Verblijfsfunctie aan het water met horeca en terrassen:** Aan het toen nog nieuw te realiseren Schip II waren horecafaciliteiten inclusief terras gepland aan de westkant, in de zon met uitzicht op het kanaal.
- **Bebouwing aantrekkelijker maken:** Ook is aangegeven dat de bebouwing een kwaliteitsslag verdient. De bebouwing langs het kanaal dient gerenoveerd te worden en een hoogte te krijgen van maximaal drie bouwlagen, om het dorpse karakter van Klazienaveen te behouden. De gebouwen bij de entrees van het centrum mogen maximaal vijf bouwlagen hoog zijn en dienen een hoogwaardige uitstraling te krijgen, om aan te geven waar het centrum zich bevindt.
- **Aantrekkelijker maken doorsteeksteegjes:** De doorsteeksteegjes vanaf de achterkant van het centrum (Evert ten Napelstraat en Fanfaronstraat) verdienen een betere uitstraling en mensen moeten zich er veiliger voelen.
- **Verkeersmaatregelen:** De rijbaan over de stadsvloer moet zorgen voor een duidelijke routing en een veilig en welkom gevoel van de voetgangers.

Tijdens de enquête zijn de in 2008 opgestelde verbeterpunten uit het Masterplan getoetst, waardoor achterhaald kan worden of deze verbeterpunten resultaat hebben gehad volgens de bezoekers van het centrum.

BESTEMMINGSPLAN

Tevens geeft het bestemmingsplan “Klazienaveen – Artikel 20 Centrum” informatie over de gewenste ontwikkelingen in het centrum, de volgende knelpunten worden hierin genoemd:

- **De uitstraling:** De beeldvorming van het centrum is een duidelijk knelpunt. Een onsamenhangend straat- en gevelbeeld, achterstallig onderhoud en een gedateerde inrichting zijn de genoemde oorzaken.
- **Doorsteeksteegjes:** Ook wordt aangegeven dat de sfeer in de achterstraten onherbergzaam is, met donkere hoeken en straten. De doorgangen naar het centrum hebben een vergelijkbare uitstraling, wat doorwerkt in het beeld van het centrum.
- **Onveilige verkeerssituatie:** De verkeerssituatie is in sommige gevallen onoverzichtelijk en dit leidt tot gevaarlijke situaties. Ook wordt de verkeerssituatie onduidelijk en gevaarlijk door het gemis aan een duidelijke routing.
- **Horeca:** Vergeleken met het grote aanbod aan winkels, is het horeca-aanbod gering. Ook heeft de aanwezige horeca een sterk “afhaal” karakter en zijn er weinig verblijfsfuncties zoals restaurants of terrassen.

- **Grote afstanden:** De trekkers liggen te ver uit elkaar, de afstand tussen Het Schip en de supermarkten Lidl/Boni/Plus is ongeveer 800 meter. Hierdoor wordt autogebruik noodzakelijk.

DEMOGRAFIE

In deze paragraaf staan de belangrijkste demografische gegevens van Klazienaveen, die betrekking hebben op het winkelgedrag, omschreven.

Bevolkingsomvang en leeftijdsopbouw:

De **bevolkingsomvang** is in de gemeente Emmen tussen 2010 en 2015 met 1,6% gedaald, terwijl de Nederlandse bevolkingsomvang met 2% is gestegen. Er is dus sprake van bevolkingskrimp, hoewel deze niet zo sterk is als in Noordoost Groningen of Zeeuws-Vlaanderen (CBS, 2015).

De gemeente Emmen kent een iets grotere **vergrijzing** (aandeel ouderen van 65+) dan het Nederlands gemiddelde. Ook is de verwachting dat dit aan zou houden, omdat het aandeel 45 – 55 jarigen ook groter is.

Gemiddeld inkomen:

Een belangrijk demografisch gegeven is het gemiddelde besteedbare inkomen in een bepaald gebied, omdat dit de koopkracht van de bezoekers weergeeft. In de gemeente Emmen is het gemiddeld besteedbaar inkomen lager en het aantal lage inkomens hoger. Inwoners van Klazienaveen hebben gemiddeld €24.300,- te besteden, terwijl het Nederlands gemiddelde €30.800,- is. Inwoners van de kernen Emmen en Erica hebben €27.000,- te besteden, hoewel het gemiddelde van de gemeente Emmen met €26.100,- beduidend lager ligt dan het landelijk gemiddelde.

	Gem. inkomen	Hoge inkomens (%) ³	Lage inkomens (%) ⁴
Klazienaveen	€ 24.300	11	49
Gemeente Emmen	€ 26.100	13	46
Nederland	€ 30.800	20	40

KOOPSTROMEN

Het Koopstromenonderzoek 2015 geeft informatie die waardevol is voor het onderzoek naar een aantrekkelijk centrum voor Klazienaveen in de toekomst. Het Koopstromenonderzoek is uitgevoerd voor een groot aantal kernen in Noord en Oost-Nederland, waaronder Emmen en Klazienaveen. Dit onderzoek geeft alleen cijfermatige informatie over de huidige situatie van het centrum van Klazienaveen, waarbij geen adviezen of verbeterpunten worden gegeven richting de toekomst.

Uit het Koopstromenonderzoek blijkt dat de meeste mensen die Klazienaveen-Centrum bezoeken, uit Klazienaveen komen (40%). Daarna komen de meeste bezoekers uit Emmen (9%), Zwartemeer (9%) en Erica (7%). De overige bezoekers komen uit andere kernen in de gemeente Emmen, maar een klein deel komt uit Duitsland (3%) en de gemeente Coevorden (1%).

Een opvallend kenmerk uit het Koopstromenonderzoek is dat de omzet in het centrum van Klazienaveen tussen 2010 en 2015 het sterkst is toegenomen van alle kernen die deelnemen aan het

³ en ⁴Hier wordt het procentuele aantal inkomens wat binnen de laagste 40% of hoogste 20% van de Nederlandse inkomens valt

onderzoek. Klazienaveen-Centrum kent voor zowel dagelijkse als niet-dagelijkse boodschappen een positieve omzetontwikkeling, terwijl de meeste kernen een negatieve omzetontwikkeling kennen op het gebied van niet-dagelijkse boodschappen.

Ook is het aandeel wat aankopen doet via internet in Klazienaveen lager dan in kernen van vergelijkbare grootte. Voor het doen van niet-dagelijkse boodschappen gebruikt 7% van de Klazienaveners het internet, terwijl dit aantal in vergelijkbare kernen 10% is.

Uit het Koopstromenonderzoek kunnen de onderstaande punten over Klazienaveen-Centrum in acht worden genomen:

- De meeste bezoekers komen uit Klazienaveen, daarna volgen Emmen. Zwartemeer en Erica.
- De omzet voor zowel dagelijkse- als niet-dagelijkse boodschappen kent in Klazienaveen een positieve ontwikkeling, het meest positief van alle kernen die deelnemen aan dit onderzoek.
- De afvloeiing naar internet is in Klazienaveen 3% lager dan in vergelijkbare kernen.

BIJLAGE II: ENQUÊTEVRAGEN

Hieronder worden de enquêtevragen weergegeven, in het Nederlands, Engels en Duits.

ENQUÊTEVRAGEN NEDERLANDS

Om mijn afstudeerperiode af te ronden, doe ik onderzoek naar een aantrekkelijk centrum voor Klazienaveen in de toekomst, als stagiair bij de gemeente Emmen. Daarom ben ik benieuwd naar uw mening over het centrum en op welke punten het centrum volgens u zou kunnen verbeteren!

Inleidende vragen

1. Wat is uw geslacht?

- ☐ Man
- ☐ Vrouw

2. Wat is uw leeftijd?

- ☐ 15 – 25 jaar
- ☐ 26 – 35 jaar
- ☐ 36 – 45 jaar
- ☐ 46 – 55 jaar
- ☐ 56 – 65 jaar
- ☐ 66 jaar en ouder

3. In welke plaats woont u?

.....

4. Hoe beoordeelt u de het centrum in het algemeen?

Kruis één getal aan (1 = slecht, 7 = goed).

1	2	3	4	5	6	7

5. Waarvoor bezoekt u het centrum van Klazienaveen?

Meerdere antwoorden mogelijk!

- ☐ Recreatief winkelen
- ☐ Kleding kopen

- Andere producten kopen
- Boodschappen doen
- Horeca
- Anders, namelijk:

Voorzieningen

6. Hoe beoordeelt u het aanbod in het centrum op de onderstaande aspecten?

Kruis bij elk aspect één getal aan (1 = slecht, 7 = goed).

		1	2	3	4	5	6	7
A	Dagelijkse winkelveorzieningen							
B	Niet-dagelijkse winkelveorzieningen							
C	Horecaveorzieningen							

7. Hoe vaak bezoekt u Klazienaveen ten opzichte van de omliggende kernen Coevorden, Emmen en Meppen (D)?

Meerdere antwoorden mogelijk

- Ik ga meestal naar Klazienaveen (ga door naar vraag 9)
- Ik ga vaker naar Coevorden (beantwoord vraag 8A)
- Ik ga vaker naar Emmen (beantwoord vraag 8B)
- Ik ga vaker naar Meppen (beantwoord vraag 8C)
- Ik ga vaker elders heen (beantwoord vraag 8D)

8. Waarom maakt u vaker gebruik van Coevorden, Emmen of Meppen in plaats van Klazienaveen?

A: Ik ga vaker naar Coevorden, omdat:

.....

B: Ik ga vaker naar Emmen, omdat:

.....

C: Ik ga vaker naar Meppen, omdat:

.....

D: Ik ga vaker elders heen (vermeld plaats), omdat:

.....

9. Hoe denkt u over de openingstijden van de winkels in het centrum van Klazienaveen?

- De winkels zijn lang genoeg open
- De winkels dienen langer open te zijn op:

10. Aan welke voorzieningen in het centrum van Klazienaveen hecht u de meeste waarde?

.....

.....

11. Heeft u nog opmerkingen m.b.t. de voorzieningen in Klazienaveen-Centrum?

.....

.....

Ruimtelijke kwaliteit

De volgende vragen gaan over hoe u de uitstraling van het centrum waardeert.

12. Hoe beoordeelt u de uitstraling van het centrum?

Kruis bij elk aspect één getal aan (1 = slecht, 7 = goed).

		1	2	3	4	5	6	7
A	Uitstraling van de gebouwen							
B	Uitstraling van de openbare ruimte							
C	Aanwezigheid voldoende groen							
D	Schone uitstraling van het centrum							

13. Hoe denkt u over de winkelleegstand in Klazienaveen?

- ☐ Er is veel leegstand, wat ook storend is (beantwoord vraag 13A)
- ☐ Er is veel leegstand, maar het is niet storend
- ☐ Nee, er is niet te veel leegstand
- ☐ Geen mening

A: Indien u "Er is veel leegstand, wat ook storend is" heeft geantwoord, geef dan hieronder aan waar de leegstand zich bevindt, die u hinderend vindt.

.....

.....

14. Zijn er plekken in het centrum van Klazienaveen die een betere uitstraling verdienen, zo ja, welke plekken zijn dit?

.....

.....

.....

15. Heeft u nog opmerkingen m.b.t. de ruimtelijke kwaliteit in Klazienaveen-Centrum?

.....

Bereikbaarheid

16. Hoe beoordeelt u de bereikbaarheid van het centrum?

Kruis bij elk aspect één getal aan (1 = slecht, 7 = goed). Vul NVT (niet van toepassing) in, wanneer u nooit het desbetreffende vervoersmiddel gebruikt om naar het centrum van Klazienaveen te komen.

Bereikbaarheid per:		1	2	3	4	5	6	7	NVT
A	Auto								
B	Openbaar Vervoer								
C	Fiets								

17. Hoe denkt u over de parkeermogelijkheden in het centrum van Klazienaveen?

- ☐ Er zijn ruim voldoende parkeerplaatsen
- ☐ Ik moet soms zoeken naar een parkeerplaats
- ☐ Ik vind dat er te weinig parkeerplaatsen zijn (beantwoord vraag 17A)
- ☐ Ik kom nooit met de auto naar het centrum

A: Indien u “Ik vind dat er zijn te weinig parkeerplaatsen zijn” heeft geantwoord, waar vindt u dat onvoldoende parkeerplaatsen zijn?

18. Wat vindt u van de loopafstanden binnen het centrum?

- ☐ De afstanden zijn te groot
- ☐ De afstanden zijn groot, maar te doen
- ☐ De afstanden zijn niet te groot
- ☐ Geen mening

19. Heeft u nog opmerkingen m.b.t. de bereikbaarheid van Klazienaveen-Centrum?

Veiligheid

20. Hoe vaak voelt u zich onveilig in het centrum van Klazienaveen?

- ☐ Vaak (beantwoord vraag 20A)
- ☐ Soms (beantwoord vraag 20A)
- ☐ Zelden of nooit

A: Indien u “vaak” of “soms” heeft geantwoord, geef dan hieronder aan waar u zich wel eens onveilig voelt.

.....

.....

21. Hoe beoordeelt u de verlichting in het centrum?

Kruis één getal aan (1 = slecht, 7 = goed).

1	2	3	4	5	6	7

22. Heeft u nog opmerkingen m.b.t. de veiligheid in Klazienaveen-Centrum?

.....

.....

Afsluitende vragen

23. Wat vindt u dat er eventueel verbeterd kan worden in het centrum van Klazienaveen?

.....

.....

24. Heeft u nog opmerkingen m.b.t. het centrum van Klazienaveen?

.....

.....

.....

Bedankt voor het invullen van de enquête!

ENQUÊTEVRAGEN ENGELS

To finish my study, I do research to an attractive centre for Klazienaveen in the future, as trainee at the municipality Emmen. That's why I like to ask you to your opinion about the centre and on which points you think the centre can improve.

Introducing questions

1. What's your gender?

- ☐ Man
- ☐ Woman

2. What's your age?

- | | |
|---|--|
| ☐ 15 – 25 years old | ☐ 46 – 55 years old |
| ☐ 26 – 35 years old | ☐ 56 – 65 years old |
| ☐ 36 – 45 years old | ☐ 66 years and older |

3. In which town do you live?

.....

4. How do you rate the centre of Klazienaveen?

Mark one number (1 = bad, 7 = good).

1	2	3	4	5	6	7

5. Why do you visit the centre of Klazienaveen?

Different answers possible!

- ☐ Recreation shopping
- ☐ Buy clothes
- ☐ Buy other products
- ☐ To visit the supermarket
- ☐ Restaurants or pubs
- ☐ Something else, namely.....

Facilities

6. How do you rate the range of facilities in the centre, on the aspects below?

Mark one number of each aspect (1 = bad, 7 = good).

		1	2	3	4	5	6	7
A	Shopping for daily products							
B	Shopping for non-daily products							
C	Restaurants and pubs							

7. How many times do you visit the centre of Klazienaveen, compared with the centres of the other towns Coevorden, Emmen and Meppen (Germany) ?

You can give more answers

- ☐ I go mostly to Klazienaveen (go to question 9)
- ☐ I go more often to Coevorden (answer question 8A)
- ☐ I go more often to Emmen (answer question 8B)
- ☐ I go more often to Meppen (answer question 8C)
- ☐ I go more often somewhere else (answer question 8D)

8. Why do you visit the centre of Coevorden, Emmen or Meppen more often than Klazienaveen?

A: I go more often to Coevorden, because:

.....

B: I go more often to Emmen, because:

.....

C: I go more often to Meppen, because:

.....

D: I go more often somewhere else (to which place?), because:

9. How do you think about the opening-hours of the shops in Klazienaveen?

- ☐ They are long enough open
- ☐ They aren't long enough open, they have to be open on :.....

10. Which facilities in the centre are the most valuable for you ?

11. Do you have comments about the questions in relation with the facilities in the centre of Klazienaveen?

Spatial Quality

12. How do you rate the appearance of the following aspects?

Mark one number of each aspect (1 = bad, 7 = good).

		1	2	3	4	5	6	7
A	Appearance of the buildings							
B	Appearance of the public space							
C	Green in the centre							
D	Clean appearance of the centre							

13. What do you think about the shop vacancy in the centre of Klazienaveen?

- ☐ There is too much shop vacancy and it's also disturbing (answer question 13A)
- ☐ There is too much shop vacancy, but it doesn't disturb me
- ☐ No, there is not too much shop vacancy
- ☐ No opinion

A: When you mentioned the answer 'There is too much shop vacancy and it's also disturbing', please note below where the disturbing shop vacancy is located:

14. When there are places that deserve a better appearance in your opinion, please note these below

15. Do you have comments about the questions in relation with the spatial quality of the centre of Klazienaveen?

Reachability

16. How do you rate the reachability of the centre?

Mark one number of each aspect (1 = bad, 7 = good). Mark N/A (not applicable), when you never use that kind of transport to reach the centre of Klazienaveen.

Reachability by:		1	2	3	4	5	6	7	N/A
A	Car								
B	Public Transport								
C	Bicycle								

17. How do you think about the parking facilities in the centre?

- ☐ There are enough parking facilities
- ☐ Enough in my opinion, but I have to search sometimes
- ☐ No, not enough in my opinion (answer question 17A)
- ☐ I go never by car to the centre

A: When you answered "No, not enough in my opinion", on which place in the centre are not enough parking facilities?

18. What do you think about the walking distances in the centre?

- ☐ The distances are too long
- ☐ The distances are long, but it's not too far
- ☐ The distances are good
- ☐ No opinion

19. Do you have comments about the questions in relation to the reachability of the centre of Klazienaveen?

Safety

20. How often do you feel yourself "unsafe" in the centre?

- ☐ Often (answer question 20A)
- ☐ Sometimes (answer question 20A)
- ☐ Seldom or never

A: When you answered "often" or "sometimes", please note below on which place you feel yourself unsafe:

21. How do you rate the lightning in the city centre?

Mark one number (1 = bad, 7 = good).

1	2	3	4	5	6	7

22. Do you have comments about the questions, in relation to the safety in the centre?

Overall questions

23. When there are things that can be improved in the centre of Klazienaveen in your opinion, please note these below

24. Do you have comments, in relation to the centre of Klazienaveen?

Thanks for your assistance!

ENQUÊTEVRAGEN DUIT

Für das abschließen des Studiums, untersuche ich die Attraktivität des Zentrums von Klazienaveen in die Zukunft, als Lehrling bei der Gemeinde Emmen. Deshalb bin ich neugierig nach Ihrer Meinung über das Zentrum und wie das Zentrum in Ihren Augen vielleicht verbessern müsste.

Anfangende Fragen

1. Was ist Ihr Geschlecht?

- ☐ Mann
- ☐ Frau

2. Was ist Ihr Alter?

- ☐ 15 – 25 Jahre alt
- ☐ 26 – 35 Jahre alt
- ☐ 36 – 45 Jahre alt
- ☐ 46 – 55 Jahre alt
- ☐ 56 – 65 Jahre alt
- ☐ 66 Jahre alt und älter

3. Im welches Ort wohnen Sie?

.....

4. Wie beurteilen Sie das Zentrum im Allgemein?

Markieren Sie bitte eine Zahl (1 = schlecht, 7 = gut).

1	2	3	4	5	6	7

5. Wofür besuchen Sie das Zentrum von Klazienaveen?

Mehrere Antwortmöglichkeiten möglich!

- ☐ Fun Shopping
- ☐ Kleider einkaufen
- ☐ Andere Produkte einkaufen
- ☐ Supermärkten besuchen
- ☐ Restaurants und Kneipen
- ☐ Anders, nämlich:

Angebot

6. Wie beurteilen Sie das Angebot im Zentrum?

Markieren Sie bitte bei jedem Aspekt eine Zahl (7 = gut, 1 = schlecht).

	1	2	3	4	5	6	7
A	Angebot von Supermärkten						
B	Nicht-tägliche Einkaufsmöglichkeiten						
C	Angebot Restaurants und Kneipen						

7. Wie oft besuchen Sie das Zentrum von Klazienaveen, im Vergleich zu den anderen Städten Coevorden, Emmen und Meppen

Mehrere Antwortmöglichkeiten

- ☐ Ich gehe am meisten nach Klazienaveen (Gehen Sie nach Frage 9)

- ☐ Ich gehe am meisten nach Coevorden (beantworten Sie Frage 8A)
- ☐ Ich gehe am meisten nach Emmen (beantworten Sie Frage 8B)
- ☐ Ich gehe am meisten nach Meppen (beantworten Sie Frage 8C)
- ☐ Ich fahre am meisten irgendwo anders hin (beantworten Sie Frage 8D)

8. Warum gehen Sie öfter nach eine andere Stadt als Klazienaveen?

A: Ich gehe öfter nach Coevorden, weil:

.....

B: Ich gehe öfter nach Emmen, weil:

.....

C: Ich gehe öfter nach Meppen, weil:

.....

D: Ich fahre am meisten irgendwo anders hin (welches Ort?), weil:.....

.....

9. Finden Sie das die Geschäfte in Klazienaveen lange genug geöffnet sein?

- ☐ Ja, die Geschäfte sind lange genug geöffnet
- ☐ Nein, die Geschäfte müssten auch geöffnet sein am:.....

10. Welches Angebot im Zentrum ist für Sie am wertvollsten?

.....

.....

11. Haben Sie noch Bemerkungen über die Frage über das Angebot im Zentrum von Klazienaveen?

.....

.....

Räumliche Qualität

Die folgende Frage sind über wie Sie das Aussehen des Zentrums beurteilen

12. Wie beurteilen Sie die folgende Elementen im Zentrum von Klazienaveen?

Markieren Sie bitte bei jedes Aspekt ein Zahl (1 = schlecht, 7 = gut).

		1	2	3	4	5	6	7
A	Aussehen des Gebäudes							
B	Aussehen der öffentlicher Raum							
C	Grün im Zentrum							

D	Sauberes aussehen							
----------	-------------------	--	--	--	--	--	--	--

13. Wie denken Sie über die leere Geschäfte im Zentrum von Klazienaveen?

- ☐ Es gibt zu viele leere Geschäfte und es stört mich (beantworten Sie Frage 13A)
- ☐ Es gibt zu viele leere Geschäfte, aber es stört mich nicht
- ☐ Nein, es gibt nicht zu viele leere Geschäfte
- ☐ Kein Meinung

A: Wenn Sie "Ja, und es stört mich" geantwortet haben, bitte geben Sie hierunter an wo in deinen Augen zu viel leere Geschäfte sind

.....

.....

14. Gibt es im Zentrum Örter die in Ihren Augen ein besseres Aussehen verdienen, und falls ja, schreiben Sie diese Örter bitte hier unter?

.....

.....

.....

15. Haben Sie noch Bemerkungen über die Frage, über das Aussehen des Zentrums von Klazienaveen?

.....

.....

Erreichbarkeit

16. Wie beurteilen sie die Erreichbarkeit des Zentrums?

Markieren Sie bitte bei jedes Aspekt ein Zahl (1 = schlecht, 7 = gut) Markiere NZ (nicht zutreffend), wenn Sie nimmer mit das betreffende Beförderungsmittel nach das Zentrum von Klazienaveen fahren.

Erreichbarkeit pro:		1	2	3	4	5	6	7	NZ
A	Auto								
B	Öffentlicher Verkehrsmittel								
C	Fahrrad								

17. Wie denken Sie über die Parkmöglichkeiten im Zentrum?

- ☐ Es gibt mehr als genug Parkmöglichkeiten
- ☐ Es gibt genug Parkmöglichkeiten, aber manchmal muss ich suchen
- ☐ Ich finde, dass es zu wenig Parkmöglichkeiten gibt (beantworten Sie Frage 17A)
- ☐ Ich fahre nimmer mit dem Auto nach das Zentrum

A: Wenn Sie "es gibt zu wenig Parkmöglichkeiten" geantwortet haben, wo finden sie das es nicht genug Parkmöglichkeiten gibt?

.....

.....

18. Wie finden Sie die Lauf-Abstände im Zentrum?

- ☐ Die Abstände sind zu groß
- ☐ Die Abstände sind manchmal zu groß
- ☐ Die Abstände sind gut
- ☐ Kein Meinung

19. Haben Sie noch Bemerkungen über die Frage, über die Erreichbarkeit des Zentrums?

.....

.....

Sicherheit

20. Wie oft fühlen Sie sich unsicher im Zentrum?

- ☐ Oft
- ☐ Manchmal
- ☐ Selten oder nimmer

A: Wenn Sie "oft" oder "manchmal" geantwortet haben, bitte schrieb hierunter wo im Zentrum Sie sich unsicher gefühlt haben.

.....

.....

21. Wie beurteilen Sie die Beleuchtung des Zentrums?

Markieren Sie bitte ein Zahl (1 = schlecht, 7 = gut).

1	2	3	4	5	6	7

22. Haben Sie noch Bemerkungen über die Frage über die Sicherheit im Zentrum?

.....

.....

Abschließende Fragen

23. Wenn Sie finden das im Zentrum etwas verbessern müsste, schreiben die das bitte hier unter

.....

.....

24. Haben Sie noch Bemerkungen über die allgemeine Fragen?

Vielen Dank für das Ausfüllen der Frageliste!

BIJLAGE III: UITWERKINGEN ENQUÊTE

Hieronder worden de uitkomsten van de enquête over het winkelcentrum van Klazienaveen gegeven, verdeeld over de toegepaste categorieën, waaronder de enquêtevragen zijn verdeeld. De toegepaste verwerkingsmethode is aan de hand van Romeinse cijfers, I staat voor één antwoord, V voor vijf en X voor tien, L is vijftig. Daarnaast is de enquête eveneens in Excel uitgewerkt.

Aantal ingevulde enquêtes: 142

Inleidende vragen

1. Wat is uw geslacht?

Het aantal mannen en vrouwen in Klazienaveen en omstreken is ongeveer gelijk, maar het aantal vrouwen wat winkelt is groter dan het aantal mannen. Daarom wordt een hoger aantal vrouwen nagestreefd, maar mag het verschil niet te groot zijn.

Geslacht	Streefgetal	Werkelijke aantal
Man	65 – 75	61
Vrouw	75 – 85	81

2. Wat is uw leeftijd?

Uit de demografische gegevens van Klazienaveen en omstreken blijkt dat de meeste mensen tussen de 45 en 65 jaar zijn. Ook zijn er al relatief veel 65+ers en zal dit aantal in de loop der jaren alleen maar groeien. De jonge bevolking trekt juist weg. Hierdoor is er gekozen voor een hoger streefgetal bij de oudere mensen, omdat deze doelgroep groter is.

Kern	Streefgetal	Werkelijke aantal
15 – 25 jaar	15 – 25	25
26 – 35 jaar	15 – 25	25
36 – 45 jaar	15 – 25	21
46 – 55 jaar	25 – 35	34
56 – 65 jaar	25 – 35	19
66 +	25 – 35	18

3. Herkomst bezoekers centrum Klazienaveen

Ongeveer 40% van de bezoekers van het centrum komt uit de kern Klazienaveen, waardoor het streefgetal 60 is gekozen (40% van 150). Daarnaast komt 30% van de bezoekers uit de kernen

Emmen, Zwartemeer en Erica, wat gelijk is verdeeld over deze kernen. Hiervoor is gekozen voor vijftien enquêtes per kern in deze drie kernen. De overige bezoekers komen veelal uit andere kernen in de gemeente Emmen. Een klein deel komt uit Duitsland, maar doordat dit aantal de laatste jaren is toegenomen en het Emsland geen bevolkingskrimp kent, is er gekozen voor een hoger streefgetal, 15 enquêtes (10%), terwijl ongeveer 5% van de bezoekers hier vandaan komt.

Kern	Streefgetal	Werkelijke aantal
Klazienaveen	60	68
Emmen	15	20
Zwartemeer	15	13
Erica	15	20
Overig gem. Emmen	30	18
Duitsland	15	1

4. Hoe beoordeelt u het centrum in het algemeen?

De eerste vraag is een algemene vraag, om een algemeen beeld te krijgen van hoe men het centrum beoordeelt.

1	2	3	4	5	6	7
1	1	2	10	34	47	42

5. Waarvoor bezoekt u het centrum van Klazienaveen?

Ook is het belangrijk om de bezoekersmotieven in kaart te brengen, waarbij de belangrijkste bezoekersmotieven genoemd zijn en er een mogelijkheid bestaat om andere antwoorden toe te voegen.

Recreatief winkelen	55
Kleding kopen	105
Andere producten kopen	75
Boodschappen doen	118
Horeca	41
Anders	6

Voorzieningen

De volgende vragen gaan over de aanwezigheid van voorzieningen in het centrum van Klazienaveen, die op verschillende manieren zijn getoetst.

6. Hoe beoordeelt u het aanbod in het centrum op de onderstaande aspecten?

Het aanbod van voorzieningen wordt op drie verschillende manieren onderscheiden, namelijk dagelijks, niet-dagelijkse voorzieningen en horecavoorzieningen.

A: Dagelijkse winkelvoorzieningen

1	2	3	4	5	6	7
1	1		3	15	37	85

B: Niet-dagelijkse winkelvoorzieningen

1	2	3	4	5	6	7
1	2	7	20	31	41	33

C: Horecavoorzieningen

1	2	3	4	5	6	7
4	13	24	32	27	19	14

**7. Hoe vaak bezoekt u Klazienaveen ten opzichte van de omliggende kernen
Coevorden, Emmen en Meppen (D)?**

Ook is het belangrijk om het aanbod van Klazienaveen te vergelijken met het aanbod van andere, omliggende plaatsen. Hierdoor worden de bezoekersmotieven (sterkten) van de omliggende kernen in kaart gebracht.

Meestal naar Klazienaveen	LLV
Vaker naar Coevorden	IIII
Vaker naar Emmen	XXXX
Vaker naar Meppen	III
Vaker elders heen	II

8. Waarom maakt u vaker gebruik van Coevorden, Emmen en/of Meppen in plaats van Klazienaveen?

Hieronder worden de redenen gegeven waarom mensen vaker naar Coevorden, Emmen Meppen of elders heen gaan in plaats van naar Klazienaveen. Mensen die bij vraag 7 "Meestal naar Klazienaveen" hebben geantwoord, slaan deze vraag over.

Vaker naar Coevorden, omdat:
Meer faciliteiten
Dat mijn geboorteplaats is
Ik daar werk
Werk

Vaker naar Emmen, omdat:
Meer aanbod qua winkels en horeca
In Emmen heb je meer keuze qua kledingwinkels en horecagelegenheid
Meer aanbod
Er zijn meer winkels waardoor er meer keuze is
Meer faciliteiten
Dichterbij
Emmen heeft meer mogelijkheden en meer keuze voor kleren, schoen en andere luxe goederen. Daarnaast zijn er in Emmen meer mogelijkheden om te lunchen, dineren of te borrelen tijdens het shoppen of gewoon tijdens een bezoek aan de stad.
Meer keuze
Omdat ik daar woon
Kom ik vaker in de buurt
Ik woon in Emmen
Groter aanbod en Klazienaveen ligt niet "op de route"

Uitgebreider aanbod, gezelliger
Omdat Emmen veel groter is, er zijn meer (verschillende) winkels
Meer winkelaanbod en gezelligheid en betere parkeergelegenheden, geen fijne infrastructuur in Klazienaveen.
Meer parkeerplekken, lunch- en dinergelegenheid, leukere winkels zoals Rituals, Vero Moda, Douglas en Ici Paris XL
Groter aanbod en kleinere afstand tot huis
Dichterbij
Horeca en winkelgelegenheid groter
Groter aanbod
Meer aanbod, recreatief winkelen, dichterbij.
Ik daar woon en ik de horeca aantrekkelijker vind
Vanwege de grote variatie aan kledingwinkelaanbod in Emmen
Ik daar woon, maar vind het leuk om af en toe in Klazienaveen te winkelen
Ik daar vaker ben vanwege mijn werk
Ik daar werk, in het centrum
Bepaalde winkels die niet hier zijn, zoals sportkleding op tennisgebied, Rituals, Douglas
Prettiger winkelen en parkeren
Boodschappen doe ik in Klazienaveen, voor overige dingen ga ik naar Emmen
Albert Heijn, Toko, biologische winkel en kleding
Iets meer aanbod van andere winkels
Daar meer kledingwinkels zijn
Is dichterbij en gezelligheid
Makkelijker
Logischer op de route
Meer winkelfaciliteiten
Groter, meer winkels, leukere winkels
Een leukere plaats

Vaker naar Meppen, omdat:
Meppen heeft een schitterende winkelcultuur. "Die Mep" en de binnenstad is erg mooi. Het is leuk, schoon en gezellig.
Makkelijker
Logischer op de route

Vaker elders heen, omdat:	
Amsterdam, Zwolle, Groningen	
Zwolle	Alles is beter dan Emmen

9. Hoe denkt u over de openingstijden van de winkels in het centrum van Klazienaveen?

Hoe mensen denken over de openingstijden, geeft een beeld van de aantrekkelijkheid van het winkelcentrum. Ruimere openingstijden staan namelijk voor "gemak" (Goudappel Coffeng). Hieronder staat aangegeven wat mensen denken over de openingstijden van de winkels in Klazienaveen. De onderstaande regels zijn gereserveerd voor de open vraag "wanneer" de winkels langer open dienen te zijn.

De winkels zijn lang genoeg open	127
De winkels dienen langer open te zijn	11

Handig voor de werkende mensen om na hun werk inkopen te doen, ook gezellig
Zaterdag
Doordeweeks
Zaterdag
's Ochtends later open en 's avonds iets langer open
Zondag
Zaterdag, tot 6 uur
Heb de winkels liever eerder geopend, i.p.v. 9.30 om 8.30. Dan kun de direct door als je bijv. de kinderen naar school hebt gebracht.
Woensdag
's Zaterdags

10. Aan welke voorzieningen in het centrum van Klazienaveen hecht u de meeste waarde?

De open vraag aan welke voorzieningen de mensen waarde hechten brengt de belangrijkste voorzieningen in kaart.

Supermarkten	19 keer
Breed aanbod van alle soorten winkels en supermarkten, uit eten en bioscoop	
Winkels met gratis parkeergelegenheid	
Alle voorzieningen zijn aanwezig, gratis parkeren en er is een groot aanbod van verschillende winkels.	
Groot aanbod van verschillende winkels	
Parkeerplaatsen die gratis zijn, ruimte, maar toch dichtbij	
Breed aanbod, parkeervoorzieningen	
Horeca, Kledingzaak, supermarkten	
Supermarkten en kledingwinkels	
Parkeren	
Kledingwinkels en supermarkten	
Kledingwinkels, horeca	
Supermarkten, drogisterij	
Gratis parkeren	
Veel winkels, dichtbij de winkels parkeren, gratis parkeren	
Bios	
Horecagelegenheden	
Rabobank	
Kapper en de slager	
Gratis parkeren, groot winkelaanbod	
Horeca en de bioscoop	
Op zaterdag de markt	
Makkelijk parkeren, alles bij elkaar, veel koopjeswinkels	
De ketens zoals Blokker, Hema. Drogisten. Astra Bioscoop	
Supermarkt, groenteboer, slager, Klerekast	
Bioscoop en supermarkten	
Supermarkt	
Kledingwinkel	
Kledingwinkels	
Kledingwinkels	
Supermarkten, Action. Overzichtelijk winkelaanbod. Goede bereikbaarheid en gratis parkeren	
Parkeervoorzieningen	

Gratis parkeren
Winkels en supermarkten
Bereikbaarheid van de winkels. Zowel voor en achter de winkels gratis parkeren.
Dagelijkse boodschappen
Dagelijkse boodschappen
Kledingwinkels
De Jumbo
De Witte Olifant
Winkels
Genoeg variatie in het aanbod
Winkelvoorzieningen
Winkels, horeca en gratis parkeren
Boodschappenwinkels, Sandra's boetiek, Kruidvat, Hema
Kleding
Gratis parkeren
Flair en de supermarkten
Goede parkeergelegenheid
Het meest maak ik gebruik van de kroeg Zus en Griet, voorheen Corner
Parkeren dichtbij de ingang
Freshfood Speciaalzaken
Gratis parkeren
Supermarkten, Op = Op, zaterdagmarkt (noten en loempia)
Gratis parkeren in het centrum
Gratis parkeren
Bereikbaarheid, parkeergelegenheid, aanbod winkels
Supermarkten (ook de zondagopening)
Supermarkt, bibliotheek, politiebureau, gemeentewinkel
Kleding, schoenen, drogisterijen, supermarkten
Winkelaanbod
Diversiteit van de winkels, supermarkt
Supermarkt, kledingwinkels, sportwinkels
Winkels
Vrij parkeren
Winkelaanbod
Makkelijk toegankelijk, gezellige sfeer, goed winkelaanbod
Parkeren bij de deur
Winkels, sport
Supermarkt, drogisterij, kledingzaak, cadeauwinkel
Het dicht bij de deur (voor de winkels) parkeren vind ik belangrijk
Kleding
Supermarkt, drogisterij, kledingzaak, lunchroom
Winkels
Bioscoop
Winkels en sport
Supermarkten, de Witte Olifant, Sportwinkels
Combinatie van alles: horeca, supermarkten, kledingwinkels etc.
Goed voorziene supermarkten
Supermarkten, kledingwinkels
Vrij parkeren
Voldoende en gratis! parkeergelegenheid. Je kunt er overal voor terecht.
Winkels + supermarkten
Vrij parkeren

Ik vind de meeste voorzieningen best
De bank, apotheek, supermarkt, drogist, warenhuis
Winkels
De bakker, slager en de rijdende winkel (SRV-wagen – melkboer)
Supermarkten en kleding
Vrij parkeren
Vind alles prima
Vrij parkeren
Winkels
Kledingwinkels en horeca
De goede parkeergelegenheid
Leuke winkels en gratis parkeren
Bank
De variatie aanbod van winkels en de gezelligheid wat betreft ergens een kopje koffie drinken
Winkels
Makkelijk parkeren
Gratis parkeren
Gratis parkeren, parkeren voor de deur, paar leuke kledingwinkels
Praxis, automaterialen
Gratis parkeren bij de winkels

11. Eventuele opmerkingen m.b.t. voorzieningen

Aan het eind van ieder onderdeel wordt er de mogelijkheid geboden om opmerkingen te plaatsen m.b.t. tot het desbetreffende thema.

Ik mis een multicultureel centrum, buurthuis, medisch centrum, jongerenvoorziening
Bankjes, horeca is wat te weinig aanwezig
Geen grote plek voor evenementen
Betere horecagelegenheden ontbreken
Bruin café
Het zou mooi zijn als er een bar/disco zou zijn voor jongeren
Makkelijk om even naartoe te gaan
Meer horeca zou leuk zijn
Parkeren is vaak een ramp
Heel fijn dat je er gratis kan parkeren
Houd het centrum compact
Soms een verkeerschaos bij de supermarkten
Ik mis wel wat leuke restaurantjes. Bv: steakhouse, bistro
Dramatisch slecht qua verkeer
Zijn nu te weinig parkeerplaatsen
Zoals het nu is, is het prima
Duidelijkheid over het parkeren
Weinig schoenenwinkels
Een Rituals winkel of een mooie parfumerie is zeer welkom. Het is verschrikkelijk om met de auto te rijden bij Rijsdijk, kronkel naar Witte Olifant. Mensen steken zomaar over omdat er voorheen een zebepad was en nu niet meer en het is te smal
Meer horecagelegenheden
Meer prullenbakken, betere aanduiding van de parkeerplaatsen en het fietspad,
Door allerlei parkeerhaventjes door het hele centrum is het soms wel een chaos met auto's
Meer overzicht in de parkeermogelijkheden en betere bewegwijzering op de kruispunten

Meer terrasjes
Betere doorstroming van het verkeer, het aanpakken van parkeren met name pal voor de Action.
Er zijn teveel winkels die ergens tussen hangen en hetzelfde. Teveel aan oude gewoontes en te weinig vernieuwing. Mogen meer concept winkels komen. Weinig diversiteit aan winkelaanbod. Ik mis bijv. een biologische eetwinkel, vitamine store etc. Meer specialist winkels.
Geen leuk café om bijv. na de film bij Astra iets te drinken. Geen goed restaurant.
Mis kledingwinkels zoals Miss Etam en zoets als Specsavers
Duidelijkheid over: parkeergelegenheid bij de Witte Olifant, vooral op zaterdag is het een zootje. Fietspaden beter aangeven.
Het zou fijn zijn als men zich beter zou gedragen in het verkeer. Zeker ten aanzien van het parkeren.
Betere parkeerregels, meer afvalbakken
Parkeren vrij houden, betere structuur verkeer
Er mogen wel wat meer leuke eettentjes, zoals een steakhouse of Bistro (snackbars genoeg)
Meer winkels op het gebied van interieur, zoals Brit voorheen t.o. de Rabobank
Meer prullenbakken
Openbaar toilet mist
Meer horeca, en dan restaurantjes
Parkeren: te vol, slecht overzicht, niet duidelijk, men parkeert lukraak, geen controle
Een openbaar toilet
De donderdag koopavond is niet erg levendig
De afslag van de Mr. Ovingstraat naar centrum richting Wibra is een drama, vooral als er vrachtwagens zijn.
Een leuk en gezellig restaurantje ontbreekt nog (Geen pizzeria/shoarma).
Te veel leegstand
Dat alle supermarkten in het oosten zijn, één supermarkt in het westen zou een hele goede zet zijn.
Ja, de vehogingen bij het eerste schip en de witte strepen zijn onduidelijk
Een fietspad is slecht aangegeven en de hoge stoepen bij Schip I zijn levensgevaarlijk bij winterweer
Te veel stoepjes, geen duidelijke wandel- en fietspaden. Schuinoversteken op zebrapaden. Supermarkten te veel op één plek.
Slechte doorstroming van het verkeer, dus altijd veel te druk
Een goede voorziening voor de jongeren zou een goede zaak zijn
Toko, bioloog zou welkom zijn. Te veel snacktenten, allemaal gelijk
Veiligheid van het winkelend publiek en de fietsers en voetgangers
Zorg voor netheid in het centrum en vooral, zet publiek op 1
Ik zou wel willen weten of de bewoners een andere avond prefereren als koopavond (vrijdag of zaterdag). Ik vind het jammer dat supermarkten elkaar dwingen op zondag open te gaan, is dit nodig?
Misschien gezellige horeca
Het centrum gezelliger maken betreffend horeca. Probleem hangjongeren/vernielingen aanpakken
Prima en ben blij dat het parkeren gratis is
Parkeren, lastig om weer weg te rijden

Ruimtelijke kwaliteit

12. Hoe beoordeelt u de uitstraling van het centrum op de onderstaande aspecten?

De ruimtelijke kwaliteit zegt iets over de uitstraling van het centrum. Om de uitstraling van het centrum te meten, is gekozen voor vier verschillende aspecten, namelijk: uitstraling gebouwen, uitstraling openbare ruimte, aanwezigheid voldoende groen en de schone uitstraling van het centrum. Een centrum wat hoog scoort op deze aspecten is aantrekkelijker.

A: Uitstraling gebouwen

1	2	3	4	5	6	7
6	4	13	13	55	40	11

B: Uitstraling openbare ruimte

1	2	3	4	5	6	7
2	5	8	21	47	45	10

C: Aanwezigheid voldoende groen

1	2	3	4	5	6	7
3	7	18	36	39	27	10

D: Schone uitstraling van het centrum

1	2	3	4	5	6	7
1	3	5	23	35	56	18

13. Hoe denkt u over de winkelleegstand in Klazienaveen

Winkelleegstand is zowel van invloed op de aantrekkelijkheid als op de economische vitaliteit van een winkelcentrum. Daarom is gevraagd naar hoe de bezoekers de leegstand in het centrum van Klazienaveen ervaren en of het teveel gevonden wordt.

Er is te veel leegstand, wat storend is	17
Er is veel leegstand, maar het is niet storend	29
Nee, er is niet te veel leegstand	61
Geen mening	31

De mensen die "er is te veel leegstand, wat storend is" hebben geantwoord, konden aangeven op welke locaties te veel leegstand is. Deze locaties worden hieronder vermeldt. Dit is gedaan om de "hinderende" leegstand specifiek in kaart te brengen.

Centrum is te langgerekt + gevolg leegstand
Leegstand in de Versmarkt is wel jammer naar mijn mening, maar verder niet veel of storend
Leegstand in kleine pandjes valt niet echt op
Ziet er dood uit
Vanaf de Jumbo naar Scapino staan veel lege en onverzorgde panden. En bij de oude apotheek is ook afschuwelijk. Lijkt soms net een spookstad.
Tip voor leegstaand pand: kleed toch etalage aan met evt. verlichting, maak het gezellig
Verspreid door het centrum
Oude bieb, Schip II, Oude "le Barrage". oude Esso.
Bij Scapino, bij Zeeman, achter zijkant Jumbo t.p.v. "de Vijzel" etc.
Richting oostelijk Langestraat
Het pand van voorheen Siekman, maar de andere panden zijn ze nu weer mee bezig
In het centrum
Door leegstand zie je dat bepaalde delen van het centrum niet berocht worden, mensen blijven weg.
Er staan veel panden leeg, voornamelijk vooraan in het centrum bij de brug maar ook halverwege en in Schip II. Is erg rommelig en minder leuk om te winkelen.

Veel winkelpanden staan leeg, panden opknappen, nettere uitstraling
Het stuk wat vroeger "Le Barrage" was
Het ziet er verwaarloosd uit
Verwaarloosde panden

14. Zijn er plekken in het centrum van Klazienaveen die een betere uitstraling verdienen, zo ja, welke plekken zijn dit?

Er is de bezoekers gevraagd naar specifieke plekken in het centrum, die in hun ogen een betere uitstraling verdienen. Dit omdat op deze manier de waardering van de uitstraling van het centrum specifiekier toe kan worden gelicht.

Ovonde, voormalig terrein Lanting en de Snikke
Parkeerplaats achter de Versmarkt
Ovonde, voormalig terrein Lanting, voormalig tankstation Esso van Lanting, Hoek van Echterskanaal NZ – Meridiaan, De Snikke
Tussen Jumbo en onderdelenhuis
Omgeving markt, bij de Snikke
Straat bij de Expert en Astra
Oude Rabobank vlakbij ovonde
De oude Plus en de winkels in de rij bij de Scapino
De voormalige Plus
Oude stukken weer wat oplappen
Het begin en het eind van de winkelstraat, ook het deel aan de andere kant van het water
Hoek van de voormalige Rabobank
Het gedeelte vanaf de ovonde ziet er goed uit, maar aan het einde van de Langestraat kan de inrichting beter, vooral het doorstromen van verkeer en parkeren.
De kanalen
Dat stuk kanaal wat nog in het centrum is, ziet er niet uit! Rommelig, vies. Maak daar een mooi plein voor evenementen.
Hoekje bij de Scapino verdient aandacht
Alles
De weg tussen beide schepen zorgt ervoor dat het centrum geen geheel is
Pleinen en winkelstraat
Aanlegplaats voor boten (ovonde), oude marktplein (tegenover bios), Van Echtersstraat
2 ^e Schip
Zuidzijde nabij ovonde
Voormalige Rabobank
Xenos valt weg, jammer komt door de plek verdient meer aandacht
De winkels tegenover parkeerplaats Jumbo kunnen wel een make-over gebruiken
Winkels Langestraat
A.u.b. minder snackbar. De horeca die is is, zijn over het algemeen frietverkopers.
Marktplein
Voormalig pand Moinat. Videotheek. Ruimte tussen Bakker Bart en speelgoedwinkel
Meer gelijkenissen in de overkappingen van winkels, hier zit nu veel verschil in.
De Snikke is aan sloop toe, dat ziet er niet uit.
De oude kroeg "la Barrage"
Dat stukje van de Scapino tot KiK
Ovonde, Joldersma pand, Bibliotheek, betere signing voor alles
Dat vieze water tussen "de Schepen". Doe er iets leuks mee, fontijn ofzo. Of gooi het dicht, mooi

plein voor evenementen.
Aanzicht oude winkelpanden in nieuw jasje
Bij de oude discotheek "Le Barrage" is verpauperd
Aanmeerplek voor boten, valt veel meer mee te doen dat het nog aantrekkelijker wordt voor booteigenaren.
Plek waar oude Esso-pomp eerder stond
Bij oude Le Barrage, bij oude Esso richting brandweer
Het water tussen de Witte Olifant en de Rabobank. Zet er een fontein in en leg er een oude schuit in.
Er is niet veel leegstand maar het stuk vanaf de Jumbo > Action is niet echt netjes
Marktpllein > Soos
De winkels, sommige hebben een oude, vervallen uitstraling
De voorzieningen om de winkels heen, wat meer groen bijvoorbeeld
Vanaf Aldi richting Kloostermanswijk
Vanaf Jumbo richting Zwartemeer, tot ongeveer fietswinkel Brüning heb ik het gevoel of dat er niet bij hoort.
Marktpllein
Bij de ovonde waar voorheen de benzinepomp van Esso was. Dat is een verpauperde bende, laten ze daar maar parkeerruimte van maken als ze er toch niets mee doen.
Wegen, fiets- en voetpaden centrum onoverzichtelijk
Zebepad bij bakkerij Ten Napel
Het hele centrum: mooi opgeknapt maar vervolgens wordt overal geparkeerd > rommelig en ongezeilig
Ze hebben goede uitstralingen
Tussen Schip I en Schip II autovrij maken en kanaal (water weg. Maak er een mooi plein en gezellige sfeer.
Het stuk vanaf de Jumbo tot aan de Action
Hangjongeren bij monument katholieke kern vervuilen het monument en de omgeving. Respectloos.
Op de ovonde mag wel wat meer uitstraling komen wat kenmerkend is voor Klazienaveen. En het oude Esso gebouw met achterliggende tuin is geen gezicht voor de entree van Klazienaveen.
De panden aan de Langestraat
De oude panden die de Schepen omringen hebben "O" uitstraling
Bij de bioscoop Astra
Tussen de Klok en de Kombuis
Noordzijde van het centrum

15. Heeft u nog opmerkingen m.b.t. de ruimtelijke kwaliteit van Klazienaveen-Centrum?

Aan het eind van ieder onderdeel wordt er de mogelijkheid geboden om opmerkingen te plaatsen m.b.t. tot het desbetreffende thema.

Nee, qua uitstraling ziet het er goed uit
Het niveauverschil in de bestrating vind ik niet goed en is onduidelijk qua inrichting
Verbetering van winkelgevels en openbare ruimte is echt nodig
Slechte parkeergelegenheid
Het slootje tussen het eerste en tweede Schip in, dacht aan een mooie waterfontein
Er is veel te weinig ruimte in Klazienaveen, alles staat te veel op elkaar
Betere afzetting van het fietspad tussen de winkels en Schip I. Betere aanduiding van de parkeerplaatsen.
Beter ordenen van parkeerplaatsen

Regels stellen voor pandeigenaren. Als iets leegstaat, dan netjes en verzorgd achterlaten. Ook reclameborden van winkels kunnen stijlvoller. Meer gezellige bankjes
Betere aanduiding fietspaden, gemis zebrapad tussen bakkerij Ten Napel en Rijsdijk. Het asociaal parkeren bij de Witte Olifant moet worden aangepakt.
Zebrapad bij Ten Napel mag wel terugkomen
De parkeergelegenheid bij de Witte Olifant kan beter, de kruising bij de Wibra is drama
Verkeer, betere structuur, meer prullenbakken
Meer afvalbakken
Doorgang kruising/splitsing ter hoogte van Wibra is een crime. Deze moet breder, doorstroming is niet goed. Houdt te veel op.
Mag iets meer groen zijn
De parkeerplaatsen moeten beter worden aangegeven, vooral bij de Witte Olifant
Genoeg parkeerruimte
Te veel gebouwd boven het kanaal. Scholten Staete had beter een stadsvloer/park kunnen worden, een betere uitstraling voor het centrum en een wat ruimtelijk centrum.
De auto overheerst in het straatbeeld, ik vermoed dat dit in de toekomst problemen op zal leveren.

Bereikbaarheid

16. Hoe beoordeelt u de bereikbaarheid van het centrum op de onderstaande aspecten?

Er is gekozen om te vragen hoe de bezoekers de bereikbaarheid van Klazienaveen beoordelen. Hiervoor is onderscheid gemaakt tussen de drie belangrijkste vervoersmiddelen, namelijk de auto, het OV en de fiets. Dit brengt in beeld hoe de bezoekers de bereikbaarheid ervaren. De optie "NVT" is aangegeven door mensen die nooit met het desbetreffende vervoersmiddel naar het centrum van Klazienaveen komen.

A: Bereikbaarheid auto

1	2	3	4	5	6	7	NVT
2	4	6	3	16	39	64	6

B: Bereikbaarheid OV

1	2	3	4	5	6	7	NVT
4	6	1	6	11	13	30	63

C: Bereikbaarheid fiets

1	2	3	4	5	6	7	NVT
1	0	0	3	9	25	85	16

17. Hoe denkt u over de parkeermogelijkheden in het centrum van Klazienaveen?

Veel mensen kiezen voor een winkelcentrum waar men gemakkelijk kan winkelen, waarbij parkeren een belangrijke rol speelt in deze "gemakkelijkheid". Mensen willen namelijk voldoende parkeerplaatsen tot hun beschikking hebben. Daarom is ervoor gekozen om te toetsen hoe de mensen het parkeren in het centrum van Klazienaveen ervaren.

Er zijn ruim voldoende parkeerplaatsen	69
Ik moet soms zoeken naar een parkeerplaats	47
Ik vind dat er te weinig parkeerplaatsen zijn	17

Ik kom nooit met de auto naar het centrum	7
--	---

De mensen die “er zijn te weinig parkeerplaatsen” hebben geantwoord, konden aangeven op welke locaties te veel leegstand is. Deze locaties worden hieronder vermeldt.

Voorste gedeelte Schip I aan de zijkant
Bij de 2 schepen
Centrum, vooral bij de supermarkten (Jumbo)
In het centrum rond de Jumbo
Het hele centrum
In het centrum zelf, ook onduidelijk wat de parkeerplekken zijn
Er mag wel iets meer parkeerruimte komen
Ik vind in het centrum weinig parkeerplekken. Voor de Hema en de Witte Olifant is het altijd vol, maar dit is gebaseerd op vrijdag en zaterdag. Voor de rest geen problemen met parkeren.
Mensen parkeren op het fietspad. Ook zijn er paaltjes geplaatst, waardoor parkeerplaatsen weg zijn
Rondom de markt, bij Expert, Witte Olifant etc.
Dat er te weinig parkeerplaatsen zijn heeft te maken met het feit dat het centrum steeds beter bezocht wordt. Als dit aanhoudt zal er nagedacht moeten worden over meer parkeerplaatsen t.h.v. Esdal College.
Overal, behalve op de voormalige marktplaats
Voor onbekenden, misschien is het handig om meer bordjes te plaatsen waar men kan parkeren
Bij de Witte Olifant en bij het kanaal tussen beide Schepen in
Alleen vind ik dat de aanduiding beter mag
Heel veel mensen weten niet dat er achter de Hema en onder het Schip geparkeerd kan worden
Rond het centrum bij de winkels
Terwijl er voldoende is in de parkeerkelder. Dit moet duidelijker worden aangegeven, wat nog vrij is. Ook moet parkeren bij de Witte Olifant verboden worden, gevaarlijke situatie.
Eigenlijk overal in het centrum, met name rond de Witte Olifant
Bij de Witte Olifant
Er zijn niet genoeg parkeerplaatsen tussen de ovonde en de andere kant Schip I.
Overal
Overal, maar meer parkeerplaatsen lijkt me niet de oplossing
Bij de modewinkels

18. Wat vindt u van de loopafstanden binnen het centrum?

Bezoekers ervaren een centrum ook als “gemakkelijker winkelen” wanneer de loopafstanden binnen het centrum niet te groot zijn. Deze vraag is ook meegenomen omdat in het Masterplan Klazienaveen-Centrum gesteld werd dat de loopafstanden in het centrum te groot waren. Nu wordt de bezoekers gevraagd hoe dit wordt ervaren.

De afstanden zijn te groot	9
De afstanden zijn groot, maar te doen	47
De afstanden zijn niet te groot	79
Geen mening	4

19. Heeft u nog opmerkingen m.b.t. de bereikbaarheid van Klazienaveen-Centrum?

Aan het eind van ieder onderdeel wordt er de mogelijkheid geboden om opmerkingen te plaatsen m.b.t. tot het desbetreffende thema.

Goed bereikbaar
Een <u>ovonde</u> bij de Wibra zou de doorstroming van het verkeer verbeteren
Hoek Scapino te druk met auto's, zebepad, fietsers. Teveel waar opgelet moet worden. Handhaving i.v.m. parkeren, vooral bij Action blokkade > geen doorstroming
Bij de Witte Olifant is het vaak druk met auto's waardoor de doorloop van het verkeer niet goed is en er daar vaak een opstopping ontstaat
Openbaar vervoer Klazienaveen / Erica
Door drukte op zaterdag vaak chaotisch verkeer
Het parkeren voor de Witte Olifant is een doorn in het oog van veel mensen. Er wordt te weinig gebruik gemaakt van de parkeerplaatsen onder het Schip.
Insteekeparken laten vervallen
Je staat er meer stil dan je rijdt en de voorrangregel moet er niet gelden. Van Echtenskanaal NZ moet een voorrangsweg zijn.
Het centrum is wel goed te bereiken maar het is te druk, dit brengt gevaarlijke situaties met zich mee
Stuk tegenover Wibra is dramatisch qua verkeer, daardoor chaotisch
Alles is binnen handbereik, te voet is het goed te doen om van a naar b te komen, centrum is compact.
Onduidelijk waar je mag parkeren. Lijkt shared space, maar toch met parkeerverbod volgensmij
Signing
De kruising bij de Wibra is erg krap
Toegangswegen (vooral op zaterdag)
Knooppunt bij Wibra veel te smal en onhandig. beter een rotonde van maken mits voldoende ruimte.
Doorstroming op zaterdag: voor Lidl éénrichtingsverkeer
Verkeersopstopping t.p.v. de Slinger (bij Bakker), Ook bij Wibra aan de andere kant.
De weg vanaf Zwartemeer, afslag richting Wibra, is een druk knooppunt. Verkeer stroomt niet makkelijk door bij drukte.
Goed bereikbaar
Dat voor oudere mensen die in het westen wonen de loopafstand naar de supermarkten vaak te ver is.
Het is slecht toegankelijk met rollator en voor slechtzienden
Prima
Afstand van het begin tot eind van centrum is groot, deze afstand leggen we nooit lopend af
Er wordt erg veel wil;d (en dus illegaal) geparkeerd. Er moeten duidelijkere parkeerplaatsen komen, en sancties bij fout parkeren.
Er zijn een aantal krappe bochten, dit komt de doorstroming van het verkeer niet ten goede

Veiligheid

De veiligheid speelt een belangrijke rol bij de keuze om wel of niet naar een bepaalde plaats te gaan. Daarom is dit onderdeel meegenomen in de enquête en wordt de bezoekers gevraagd hoe veilig zij het centrum ervaren.

20. Hoe vaak voelt u zich onveilig in het centrum van Klazienaveen?

Deze vraag gaat over het veiligheidsgevoel, om te toetsen of de bezoekers zich wel of niet veilig voelen in het centrum van Klazienaveen.

Vaak	1

Soms	7
Zelden of nooit	132

De mensen die “vaak” of “soms” hebben geantwoord, hadden de mogelijkheid om aan te geven op welke locatie ze zich wel eens onveilig voelden. Deze locaties staan hieronder vermeld. Dit is gedaan om specifiek in beeld te brengen wat de eventuele onveilige plekken zijn in het centrum van Klazienaveen.

Hoekje bij de Scapino
Erg onoverzichtelijk voor autobestuurders, voetgangers en fietsers
In het centrum 's avonds met hangjeugd
Hangjeugd
Fietsers, voetgangers met auto's lastig. Weinig overzicht
Donderdagavond, als het donker is en er weinig winkelend publiek is
's avonds in het donker, veel jongeren en onpure types
Ik ben slechtziend, duidelijk aangeven is niet aanwezig. Voet- en fietspaden niet duidelijk aangegeven, waardoor ik soms de weg kwijt ben. Auto's parkeren op de stoep.
Als ik op fiets en te voet ben, auto's geparkeerd op het fietspad en in bochten.

21. Hoe beoordeelt u de verlichting in het centrum?

Ook is de verlichting van belang voor het gevoel van veiligheid. In een goed verlichte openbare ruimte voelen bezoekers zich meer op hun gemak, omdat het overzichtelijker is. Daarom wordt deze indicator ook meegenomen om de veiligheid te toetsen.

1	2	3	4	5	6	7
1	0	3	10	32	48	42

22. Heeft u nog opmerkingen m.b.t. de veiligheid in het centrum van Klazienaveen?

Aan het eind van ieder onderdeel wordt er de mogelijkheid geboden om opmerkingen te plaatsen m.b.t. tot het desbetreffende thema.

Zebapaden beter verlichten. Meer duidelijkheid over voorrang of niet bij de Jumbo
Ik kom zelden in het donker in het centrum (geen antwoord op verlichting)
Genoeg maar geen zin om allemaal op te noemen, wordt toch niks aan gedaan
Zaterdag is het heel druk in het centrum, voetgangers steken zo over bij de groenteboer op de hoek, gaat meestal goed maar soms ook niet, verbeterpuntje?
Veel hangjongeren, vooral op de plekken waar gratis WiFi beschikbaar is
De zebapaden bij de ovondde, waar fietsers soms ook onverwacht oversteken. Erg vervelend.
Duidelijkheid over parkeervlakken
S-Bocht bij Witte Olifant naar bakkerij Ten Napel moet veiliger
Meer optreden tegen foutparkeerders
Verander dat shared-space in duidelijkheid, het is regelmatig gevaarlijk omdat auto's overal gaan, vooral daar bij het glazen Schip, Bruma, Rijdsdijk enz.
Meer politie / surveillance
Sommige stukken autovrij, vooral op zaterdag
M.n. bij Bruna, Ten Napel is onduidelijk wat fietspad of voetpad is
Onduidelijkheid betreffende fietspad, voetpad en parkeervlakken i.v.m. kleur en bestrating

Fietspad
Onveilig (hoge stoepen en fietspad bij Schip I)
Betere/duidelijkere afscheiding van paden en parkeerplaatsen, minder stoepjes, trappetjes en paaltjes
Maak de Van Echtenstraat éénrichtingsverkeer plus een stopverbod. Laat ook niet parkeren bij de Witte Olifant.
Het verkeer vind ik onveilig, vooral de zebrapaden.
Wat meer politie w.b.t. orde bewaken

Afsluitende vragen

Aan het eind worden er twee afsluitende vragen gesteld, waarin de bezoekers verbeterpunten voor het centrum aan kunnen dragen en hun mening kunnen geven over het centrum van Klazienaveen.

23. Wat vindt u dat er eventueel verbeterd kan worden in het centrum van Klazienaveen?

Hier kunnen de bezoekers van het centrum verbeterpunten aandragen die in hun ogen toegepast dienen te worden.

Meer horecagelegenheden, dit is één van de redenen dat mensen vaker naar Emmen gaan.
De oude Plus
Meer nostalgische bankjes in het centrum. Graag een nieuw Multicultureel centrum op dezelfde plek waar nu de Snikke is.
Ik mis veenkoloniale elementen in het centrum, Misschien nog wat meer nostalgische zitbanken?
Handhaving fout parkeren
Slecht zicht op overstekende mensen bij zebrapad t.h.v. Jumbo
Horeca
Bankjes plaatsen
Er mogen wel uitgaansgelegenheden komen, en meer kledingwinkels
Doorstroming van het verkeer bij de Witte Olifant
Meer horeca
Moderne uitstraling en meer groen, minder verpaupering
Meer uitgaansgelegenheden, minder tuig op straat
Parkeerplaats van de Jumbo mag groter
Wegen zijn op sommige plaatsen te smal, of te druk om te rijden
Meer winkels en horeca
Inrichting openbare ruimte, met name rond Schip I
Men parkeert voor de Bruna en de groenteboer op het fietspad, dat gebeurt heel veel. Gooi dat kanaal dicht tussen de Schepen en maak er wat moois van, dan horen beide kanten bij elkaar > meer eenheid.
Wel zorgen dat de "nette" winkels etc. blijven
Die twee zogenaamde schepen eraf schuiven en een normaal winkelcentrum bouwen
Meer duidelijkheid qua voorrang
Er moeten geen auto's meer midden door het centrum kunnen rijden
Toegangswegen beter verlichten
Fietspaden moeten duidelijker worden aangegeven, nu parkeren mensen op het fietspad (bij Rijdsdijk)
Parkeerplaatsen
Aankleding
Ik mis een Rituals of een parfumeriezaak
Meer uitgaansgelegenheden.

Alleen het punt bij Rijsdijk, betere aanduiding wat fietspad en parkeerplaatsen zijn. Dat is echt een zootje daar.
Meer grotere parkeerplaatsen, minder parkeerhaventjes
Meer afvalbakken
Café dat 's avonds in het weekend open is, soort grand café. Goed restaurant
S-Bocht en fietspaden beter aangeven.
Aanduiding fietspad
Parkeercontrole
Shared space is erg onduidelijk, men parkeert voor Bruna, Rijsdijk en de Witte Olifant op het fietspad!
De T-Splitsing bij de Wibra
De kruising bij Ten-Napel/Rijsdijk, Caïro, Molenhoekflat
Meer luifels waar je droog kunt lopen als het regent.
Er is genoeg parkeerplek maar onduidelijk voor veel mensen wat nu parkeerplaatsen zijn en wat niet.
Doorstroming
Zie vr. 14: Fontein groot in het stuk water, een oude schuit (Veenvaart van vroeger). Zie Papenburg, Duitsland.
Knooppunt vanaf Zwartemeer, afslag centrum/Wibra
Natuurwinkel (biologische producten)
Meer levendigheid op de donderdagavond
Schip I en II meer met elkaar verbinden
Kleur bestrating aanpassen, zebrapad tussen Ten Napel en Rijsdijk herstellen. Goed aanlichten
De looppaden bij het gedeeelte van Niezing/Heijes tot ovonde en haan het gedeelte van het nieuwe Schip (helemaal rondom) te veel kleine afstapjes.
Leuk restaurantje erbij!
Iets schoner voor de winkels
Beter aangeven van fietspad
Bouw een supermarkt in het westen van Klazienaveen
Overzicht van de kruisingen bij de Witte Olifant, op zaterdag veel geparkeerde auto's
Wegen, fiets- en voetpaden onoverzichtelijk
Onveilig (hoge stoepen en fietspad bij Schip I)
Duidelijkheid, zowel voor fietsers, voetgangers en automobilisten
Verkeerssituatie zoals Langestraat (hoek Niezing). Oversteek bakker Ten Napel, fietspad Langestraat.
De verkeersafwikkeling! -> smalle straatje
Parkeren: alleen in de vakken, handhaven op de rest. Horeca: meer eetgelegenheden
Autoverkeer in het centrum, meer begrip hebben voor voetgangers en fietsers.
Het parkeren is soms een drama, rijden ook. Met name het stukje met de 2 T-splitsingen bij de Wibra. Misschien kan het handiger, praktischer? Breder misschien?
Meer parkeerplekken
Autovrij maken middendeel. Stuk kanaal tussen Schip I en II doorleggen en mooi plein van maken.
Meer horeca
Meer terrassen en meer gezelligheid zou welkom zijn
Gezelligere uitstraling maken van het plein voor de Witte Olifant
Dat er meer gezellige avonden worden georganiseerd en dan ook in het centrum zelf
Geen auto's bij Op = Op i.v.m. gevaar voor fietsers, wandelaars.
Meer controle op parkeren
Last van wildparkeren bij Schip I
Meer kleurgebruik
Parkeerruimte, is af en toe zoeken naar een ruimte
Meer mogelijk, zoals theater te water

24. Heeft u nog opmerkingen m.b.t. het centrum van Klazienaveen?

Als laatste kunnen de bezoekers hun mening geven over het centrum, waaruit een algemeen beeld van hoe de bezoekers over het centrum denken ontstaat.

Gezellig winkelen, maar het zou mooi zijn als er hier en daar wat nostalgische bankjes om te zitten zijn, om even lekker te genieten van de sfeer
Prima centrum! Misschien wat meer activiteiten, jongerenplekken (dartcentrum, snooker- en poolcentrum)
De inrichting is heel erg grijs. Voor buitenstaanders moeilijk te zien wat fietspad of weg is. Bovendien worden auto's overal maar geparkeerd.
Voor een plaats als Klazienaveen een prima voorziening
Houd het parkeren gratis, dat is goed voor de winkeliers en dan houd je ook klanten en jaag je ze niet weg, om via internet te shoppen.
Een lekkere betaalbare steakhouse
Ondernemers durf te kiezen, er is te veel hetzelfde aanbod.
Leegstaande panden opvullen
Meer optreden tegen foutparkeerders. Bevoorrading via de ventweg, gaat nu nog wel eens via fiets- of voetgangersgebied.
Maak weer een zebepad tussen Ten Napel en Rijdsdijk (van Echtenstraat)
Gezellig en mooi centrum
Pauper bij ovonde richting Dordtsedijk. Plein op kanaal tussen beide Schepen
Meer horecagelegenheden a la "Witte Olifant".
Zou graag 's avonds meer gelegenheid hebben om uit eten te gaan
Klazienaveen, daar moet je heen!
Toch iets van bankjes voor hangouderen
Het is slecht gesitueerd, bochten te krap, parkeerplaatsen te kort, fietspaden die niet duidelijk worden aangegeven of zomaar opeens ophouden. Trappen die niet te doen zijn met rollator en allerlei reclameborden op de stoep.
Rond Schip I gezellige uitstraling, de rest minder gezellige uitstraling
Zorg voor één duidelijke uitstraling van de winkelpanden en geen terrassen op het fietspad. Gebruik de paaltjes bij de Veenarbeider, zet alles dicht.
Prima centrum
Ervaar het centrum als positief
Meer vrolijkheid en kleurgebruik
Ze moeten beter bij de les blijven, wakker blijven en bij de dag blijven

BIJLAGE IV: UITWERKINGEN INTERVIEWS

Hieronder worden de volledige uitwerkingen van alle interviews gegeven.

HANDELSVERENIGING KLAZIENAVEEN

Geïnterviewde persoon: Dick Foorthuis, voorzitter Handelsvereniging Klazienaveen en ondernemer in Klazienaveen-Centrum.

Datum: 10 februari 2016

Locatie: Flair Klazienaveen, Langestraat 121 te Klazienaveen

1. Wat kunt u vertellen over Handelsvereniging Klazienaveen?

De Handelsvereniging is een jonge club ondernemers uit het centrum van Klazienaveen, die enthousiast zijn en op een plezierige manier met elkaar omgaan en samenwerken met als doel goede dingen organiseren die de aantrekkelijkheid van het centrum vergroten.

2. Wat is de meerwaarde van Handelsvereniging Klazienaveen voor het centrum van Klazienaveen?

De Handelsvereniging Klazienaveen organiseert leuke acties in het centrum die verbindend werken, om de positieve sfeer in het dorp te organiseren. Hierbij gaat het om gezamenlijke acties als kerstverlichting et cetera, maar ook wordt meegewerkt aan de organisatie van het Drenthe Loopfestijn (de jaarlijks terugkerende marathon) en muziekfestifiteiten in het centrum.

3. Wat vindt u van de aantrekkelijkheid van het centrum van Klazienaveen?

Goed, naar wat het dorp in zich heeft is het maximale eruit gehaald. Dit is ook de kracht van de Klazienavener, zowel van de winkeliers als de ondernemers. Er is hier een dorps karakter ontstaan en het is gezellig omdat het druk is.

4. Vindt u dat in het centrum van Klazienaveen voldoende voorzieningen zijn?

Ja, gekeken naar het aantal inwoners van de plaats juist heel veel.

5. Wat is uw oordeel over de uitstraling van het winkelcentrum van Klazienaveen?

Ten opzichte van brinkdorpen, die van oorsprong een aantrekkelijker karakter hebben dan veendorpen, stond Klazienaveen in het begin "met 5-0 achter". Toch trekt Klazienaveen meer bezoekers dan veel vergelijkbare kernen, die van oorsprong een aantrekkelijker karakter hebben.

6. Hoe denkt u over de bereikbaarheid van het centrum van Klazienaveen?

De bereikbaarheid is heel goed, op zaterdag zijn er zelfs parkeerplaatsen tekort, wat een goed teken is.

7. Hoe denkt u over de leegstand in het centrum van Klazienaveen en hoe denkt u dat zich dit in de toekomst ontwikkelt?

De leegstand in het centrum valt op dit moment mee en de verwachting voor de toekomst is dat zich dit positief zal ontwikkelen. Ook is er veel particulier eigendom in het centrum, hierdoor is er meer flexibiliteit in de huurprijzen mogelijk en de mensen zijn ook bereid een lagere huurprijs te ontvangen.

8. Het centrum van Klazienaveen komt goed uit het Koopstromenonderzoek van 2015, maar de bevolking in Klazienaveen en omstreken zal de komende jaren afnemen. Hoe ziet u het centrum van Klazienaveen in de toekomst?

De verwachting is heel positief. Als de Handelsvereniging geïnspireerd blijft, dan gaan ze het redden. De kleinere omliggende kernen, als Erica en Zwartemeer, zullen het moeilijker krijgen om voorzieningen in stand te houden, omdat het aanbod er veel kleiner is. Omdat het aanbod in deze kernen kleiner is, zullen deze mensen nog sneller geneigd zijn om naar Klazienaveen te gaan.

9. Uit de enquête blijkt dat de branche "kleding" positief scoort, het kent ook een twee maal zo grote omzet dan in vergelijkbare kernen, wat is hiervoor in uw ogen de oorzaak?

In Klazienaveen zijn particuliere ondernemers gevestigd, en geen landelijke ketens. Een H&M bijvoorbeeld, is in Groningen hetzelfde als in Zwolle. De ondernemers in Klazienaveen hebben dus een onderscheidend aanbod ten opzichte van andere kernen en de ondernemers stimuleren elkaar, door klanten ook door te verwijzen naar de andere kledingwinkels in Klazienaveen. De ondernemers kunnen goed met elkaar opschieten en hebben als doel: "de klant moet slagen in Klazienaveen". Ook zijn de ondernemers vooral gericht op vrouwen, omdat vrouwen gewoonweg meer aandacht en tijd besteden aan winkelen.

10. Welke acties moeten er in uw ogen ondernomen worden om het centrum van Klazienaveen ook in de toekomst aantrekkelijk te laten zijn?

De ondernemers moeten actief blijven. De ogen open houden en inspelen op ontwikkelingen. Ook moet het karakter, een dorps sfeer met een volwassen aanbod, behouden blijven.

11. Welke andere verbeterpunten zouden er in uw ogen eventueel toegepast moeten/kunnen worden in het centrum van Klazienaveen?

Nee, de ondernemers moeten wel scherp blijven en niet “achterover leunen” vanwege de goede resultaten uit het Koopstromenonderzoek.

SUPERMARKTEIGENAAR PLUS FISCHER

Geïnterviewde persoon: Jos Fischer, eigenaar van Plus Klazienaveen

Locatie: Plus Fischer, Pastoor Jongeriusstraat 21 te Klazienaveen

Datum: 5 februari 2016

1. Wat kunt u vertellen over de Plus Supermarkt?

Jos Fischer is ruim 15 jaar eigenaar van de Plus supermarkt in Klazienaveen. De supermarkt was eerst gevestigd aan Van Echtenskanaal NZ 160, tegenover de huidige Jumbo. De Plus is deze locatie ontgroeid, omdat het pand en het aantal parkeerplaatsen te weinig was. Op deze locatie zijn namelijk 200 parkeerplaatsen en het is op hier in een modern en ruim pand uitgegroeid tot een grote regiosuper, met veel klanten van buiten Klazienaveen.

2. Klazienaveen scoort volgens het Koopstromenonderzoek van 2015 positief, vergeleken met andere kernen, wanneer het gaat om het doen van dagelijkse boodschappen. Waarom scoort Klazienaveen hierop in uw ogen zo positief?

Het winkelaanbod in Klazienaveen is volwaardig, met gratis parkeren en een goede bereikbaarheid. Er is een groot aanbod aan dagelijkse winkelvoorzieningen, er zijn namelijk vijf supermarkten (Jumbo, Boni, Lidl, Aldi en Plus) waardoor er veel keuze is. Er zijn dus ook twee discount-supermarkten, wat het aanbod totaal maakt. Dit aanbod is groter dan in vergelijkbare kernen, waar meestal twee of drie supermarkten gevestigd zijn. Ook is Klazienaveen centraal gelegen in Zuidoost-Drenthe, wat het aantrekkelijk maakt voor bezoekers van buitenaf.

Wel is dit aantal te veel voor de kern Klazienaveen en is er een ongezonde situatie ontstaan, wat supermarktaanbod betreft. In het verleden is er onder valse voorwendselen een extra supermarkt gevestigd in het centrum.

3. Wat vindt u van de aantrekkelijkheid van het centrum van Klazienaveen in het algemeen?

Het centrum van Klazienaveen is een modern centrum geworden. Ook heeft het een groot aanbod en een goede ligging. Wel zijn er in het centrum een aantal te slopen panden.

4. Vindt u dat in het centrum van Klazienaveen voldoende voorzieningen zijn?

Ja, alles zit er.

5. Wat is uw oordeel over de uitstraling van het winkelcentrum van Klazienaveen?

Het centrum heeft een frisse en moderne uitstraling, waarin Schip I gezichtsbepalend is voor het centrum. Een aantal panden zijn lelijk, zoals het oude pand van dierenwinkel Moinat (Van Echtenskanaal N.Z. 139) en de oude flat op de hoek Van Echtenskanaal N.Z./Meridiaan.

6. Hoe denkt u over de bereikbaarheid van het centrum van Klazienaveen?

Het centrum is over het algemeen goed bereikbaar. Maar er zijn foute keuzes gemaakt in het centrum. Er moeten meer maatregelen genomen worden om de supermarkten beter bereikbaar te maken, want als het druk is staan er regelmatig files in het centrum. De doorstroming moet dus beter, want het verbindingsstraatje tussen Van Echtenskanaal N.Z. en de Langestraat kan de hoeveelheid verkeer niet aan en ook zijn vrachtauto's een belemmering. Ook ontstaat er verwarring over de voorrangsregel bij Schip I en bij de Jumbo, omdat het een parkeerplaats is weten mensen niet of het wel of niet als een uitrit geldt.

7. Hoe denkt u over de leegstand in het centrum van Klazienaveen en hoe denkt u dat zich dit in de toekomst ontwikkelt?

De leegstand in Klazienaveen valt in verhouding mee. Maar, wanneer panden leegstaan moeten ze wel op één of andere manier aantrekkelijk gemaakt worden. Dit is ook gedaan met het pand van de voormalige ABN-Amro, waar men het centrum inrijdt. Hier is namelijk op een aantrekkelijke manier “Welkom in Klazienaveen” op de ruiten gemaakt. Wanneer dit niet gebeurt, krijgt het een armzalige uitstraling.

8. Het centrum van Klazienaveen komt goed uit het Koopstromenonderzoek van 2015, maar de bevolking in Klazienaveen en omstreken zal de komende jaren afnemen. Hoe ziet u het centrum van Klazienaveen in de toekomst?

Vanwege de bevolkingskrimp zal de concurrentie heviger worden, waardoor er wellicht meer winkelleegstand ontstaat, ook vanwege het online winkelen. Dit is een uitdaging voor de detailhandel. Toch zou Klazienaveen-Centrum bestaansrecht hebben wanneer het met de tijd meegaat.

9. Welke acties moeten er in uw ogen eventueel ondernomen worden om het centrum van Klazienaveen ook in de toekomst aantrekkelijk te laten zijn?

Er moet gezamenlijk opgetrokken worden met de Handelsvereniging. Er moeten acties georganiseerd worden, waarbij richting het grote publiek kenbaar gemaakt wordt wat Klazienaveen te bieden heeft. De Handelsvereniging is hier al heel actief mee.

10. Welke andere verbeterpunten zouden er in uw ogen eventueel toegepast moeten/kunnen worden in het centrum van Klazienaveen?

Het grootste verbeterpunt voor Klazienaveen-Centrum is het verbeteren van de doorstroming rondom de supermarkten. Het verkeer loopt heel vaak vast, waardoor maatregelen genomen moeten worden. Deze maatregelen hoeven niet duur te zijn, het zijn kleinere ingrepen als:

- Het verbindingsweggetje verbreden naar twee rijstroken (één over de naastgelegen parkeerplaats)
- Het weren van vrachtauto's in het centrum
- Een rotonde, waardoor het verkeer beter doorstroomt.

EMMEN REVISITED

Geïnterviewde personen: Wobbe Katoen en Rudy Schuring, Emmen Revisited

Locatie: Dorpshuis de Klink, Rietdekkershof 5 te Nieuw-Dordrecht

Datum: 28 januari 2016

1. Wat kunt u vertellen over Emmen Revisited?

Emmen Revisited is een onderdeel van de gemeente Emmen, behorend tot de afdeling dorpen en wijken, wat samenwerkt met dorpsraden en initiatiefnemers. Hiervoor wordt veel overlegd met de initiatiefnemers om de gewenste ontwikkelingen in kaart te brengen en om te vormen tot concrete plannen.

De samenstelling van Emmen Revisited is veranderd, omdat woningcorporaties Lefier en Domesta hier geen deel meer van uitmaken. De werkwijze, zoals hierboven omschreven, is wel overeind gebleven.

2. Wat is de rol van Emmen Revisited als het gaat om ontwikkelingen die gaande zijn in het centrum van Klazienaveen?

De rol van Emmen Revisited in het centrum is beperkt. De Handelsvereniging Klazienaveen heeft directe lijnen met de gemeente en is erg actief. Soms betrokken bij kleinere initiatieven, waarin het overleg voert met betrokkenen van initiatieven zoals onder punt 3 worden genoemd.

3. Welke huidige ontwikkelingen zijn er op dit moment gaande in het centrum van Klazienaveen, waarbij Emmen Revisited betrokken is?

Emmen Revisited gaat in overleg met de initiatiefnemers en de gemeente. Bepaalde voorbeelden van initiatieven waar Emmen Revisited bij betrokken is:

- Het plaatsen van paaltjes bij de Witte Olifant om het wildparkeren te verhelpen
- De bewoners van Scholten Staete (Schip II) die een fontein willen in het van Echtenskanaal.
- Initiatief van een projectontwikkelaar om de uitstraling en het parkeren bij de Wibra te verbeteren.

4. Wat vindt u van de aantrekkelijkheid van het centrum van Klazienaveen?

De aantrekkelijkheid van het centrum is over het algemeen positief en het centrum heeft een sterke regiofunctie. De bereikbaarheid en het voorzieningenaanbod zijn positief en Schip I en Schip II zorgen voor een goede structuur. De uitstraling van de gebouwen aan de Langestraat is daarentegen erg rommelig.

5. Vindt u dat in het centrum van Klazienaveen voldoende voorzieningen zijn?

Qua voorzieningen is Klazienaveen-Centrum erg compleet, er is van alles te koop. Ook is de Handelsvereniging erg actief, zo wordt er jaarlijks een marathon (Drenthe Loopfestijn), triatlon en muziek georganiseerd. Dit komt ten goede aan de aantrekkelijkheid van het centrum en trekt ook mensen van buiten Klazienaveen.

6. Wat is uw oordeel over de uitstraling van het winkelcentrum van Klazienaveen?

De uitstraling van de panden aan de Langestraat is erg rommelig. Hier zijn ongelijke luifels te vinden en de kleurstelling, bouwstijl en gevelpartijen zijn niet eenduidig. Wanneer er meer dezelfde luifels komen en reclame duidelijker is, wordt het centrum aantrekkelijker. Er moet meer eenheid komen in het straatbeeld.

7. Hoe denkt u over de bereikbaarheid van het centrum van Klazienaveen?

De bereikbaarheid van het centrum is goed, in combinatie met het gratis parkeren. Ook wordt er meer gebruik gemaakt van de parkeergarage onder Schip I. De aanduidingen van het parkeren zijn onduidelijk, er lopen lijnen die niet duidelijk aangeven of het wel of geen parkeerplaats is. Ook worden parkeerplaatsen die vanaf de doorgaande weg (Van Echtenskanaal N.Z.) niet goed zichtbaar zijn, onvoldoende benut.

8. Hoe denkt u over de leegstand in het centrum van Klazienaveen en hoe denkt u dat zich dit in de toekomst ontwikkelt?

De leegstand in het centrum van Klazienaveen is beperkt en de Handelsvereniging is hier ook erg actief mee, wanneer er iets leegstaat wordt hier ook snel weer een nieuwe invulling aan gegeven. Wel staat de oude discotheek "Le Barrage" leeg, wat de uitstraling te niet doet.

9. Het centrum van Klazienaveen komt goed uit het Koopstromenonderzoek van 2015, maar de bevolking in Klazienaveen en omstreken zal de komende jaren afnemen. Hoe ziet u het centrum van Klazienaveen in de toekomst?

De belangstelling voor het centrum van Klazienaveen zit in de lift. Het heeft nu een bredere functie dan bijvoorbeeld tien jaar geleden, toen kwam met alleen om te winkelen. Nu is het ook meer een verblijfscentrum met bankjes en dergelijke. Toch is de toekomst moeilijk te voorspellen, omdat dit afhankelijk is van de economische ontwikkeling.

10. Welke acties moeten er in uw ogen ondernomen worden om het centrum van Klazienaveen ook in de toekomst aantrekkelijk te laten zijn?

Het centrum zou aantrekkelijker worden als de panden aan de Langestraat eenduidiger worden en de uitstraling hier verbeterd. Dit zou meer bezoekers naar het centrum trekken, wat compenseert met de bevolkingskrimp in de regio.

11. Welke andere verbeterpunten zouden er in uw ogen eventueel toegepast moeten/kunnen worden in het centrum van Klazienaveen?

Een ander verbeterpunt is het beter aanduiden van parkeerplaatsen, de lijnen zijn nu erg onduidelijk. Ook moet er een duidelijkere routing zijn, waarbij verwezen wordt naar lege parkeerplaatsen die vanaf de doorgaande weg niet zichtbaar zijn.

VASTGOEDEIGENAAR PETER VAN DIJK

Geïnterviewde persoon: Peter van Dijk, directeur van Peter van Dijk Projects & Investments

Locatie: Gemeentehuis Emmen, Vreding 5 te Emmen

Datum: 21 januari 2016

1. Wat kunt u vertellen over uw werk als vastgoedeigenaar?

Peter van Dijk is directeur van Peter van Dijk Projects & Investments. De vastgoedeigenaar en projectontwikkelaar heeft gezorgd voor de ontwikkeling van Schip I en Schip II in het centrum van Klazienaveen.

Het centrum had een impuls nodig, omdat het een langgerekt centrum was. Deze ontwikkeling heeft gezorgd voor een compacter centrum in Klazienaveen. Daarnaast geeft Peter van Dijk aan dat het centrum voor zijn gevoel geslaagd is, hij is ook veel betrokken bij de Handelsvereniging Klazienaveen. Nu zijn er geen nieuwe plannen in het centrum.

2. Wat is uw rol als het gaat om ontwikkelingen die gaande zijn in het centrum van Klazienaveen?

Peter van Dijk heeft gezorgd voor de ontwikkeling van Schip I en Schip II en is eigenaar van de winkelpanden in beide gebouwen. Hiervoor is hij betrokken bij de Handelsvereniging in het centrum.

3. Waarom heeft u ervoor gekozen om te investeren in het centrum van Klazienaveen?

Peter van Dijk is opgegroeid in Klazienaveen, is van vroeger uit ondernemer in het dorp en vond het leuk om daar iets te doen. Hij geeft aan dat dit zo gegroeid is. Verder is er geen reden waarvoor er voor Klazienaveen gekozen is.

4. Wat vindt u van de aantrekkelijkheid van het centrum van Klazienaveen in het algemeen?

De structuur van het centrum is perfect, ook met parkeren dichtbij de winkels. Peter van Dijk geeft aan dat de uitstraling van panden aan de Langestraat beter kan, zoals omschreven bij vraag zes.

5. Vindt u dat in het centrum van Klazienaveen voldoende voorzieningen zijn?

Peter van Dijk geeft aan dat de voorzieningen ruim voldoende zijn.

6. Wat is uw oordeel over de uitstraling van het winkelcentrum van Klazienaveen?

De pandeigenaren zouden iets meer aan de uitstraling van hun pand kunnen doen. Hierbij gaat het om de panden aan de Langestraat, waar oude luifels e.d. te vinden zijn die de uitstraling niet ten goede komen.

7. Hoe denkt u over de bereikbaarheid van het centrum van Klazienaveen?

De bereikbaarheid is optimaal, het centrum is goed ontsloten en men kan dichtbij de winkels parkeren.

8. Hoe denkt u over de huidige leegstand in het centrum van Klazienaveen en hoe denkt u dat zich dit in de toekomst ontwikkelt?

De leegstand in het centrum van Klazienaveen valt mee en is ingelopen de laatste jaren. Als de winkeliers actief blijven, is er over twee á drie jaar geen winkelleegstand meer in Klazienaveen.

9. Het centrum van Klazienaveen komt goed uit het Koopstromenonderzoek van 2015, maar de bevolking in Klazienaveen en omstreken zal de komende jaren afnemen. Hoe ziet u het centrum van Klazienaveen in de toekomst?

Peter van Dijk geeft aan dat het in zijn ogen een sterk koopcentrum blijft voor de regio. Er is namelijk een goede infrastructuur (vooral parkeren) en Schip I en Schip II zorgen voor een goede uitstraling. Kortom: de structuur, compactheid en parkeren is goed.

10. Welke acties moeten er in uw ogen ondernomen worden om het centrum van Klazienaveen ook in de toekomst aantrekkelijk te laten zijn?

Hier wordt antwoord op gegeven door andere partijen, zoals de Handelsvereniging Klazienaveen. De rol van de vastgoedeigenaar is het ontwikkelen, waarna later het initiatief wordt genomen door andere partijen.

11. Welke andere verbeterpunten zouden er in uw ogen eventueel toegepast moeten/kunnen worden in het centrum van Klazienaveen?

De rol van de ontwikkelaar is dat het project ontwikkeld wordt, daarna is het initiatief bij andere partijen zoals de Handelsvereniging Klazienaveen.

POLITIE EMMEN

Geïnterviewde persoon: Herman Eikens, wijkagent van Klazienaveen

Datum: 9 februari 2016

Locatie: Politiebureau Klazienaveen, Jonkheer M.W.C. de Jongestraat 17 te Klazienaveen

1. Wat kunt u vertellen over uw werk als wijkagent in Klazienaveen?

De wijkagent van Klazienaveen dient als aanspreekpunt voor inwoners en ondernemers in Klazienaveen, wanneer er meldingen zijn.

2. Wat is uw rol in het centrum van Klazienaveen?

Eveneens het aanspreekpunt voor inwoners en ondernemers in het centrum.

3. Wat vindt u van de aantrekkelijkheid van het centrum van Klazienaveen in het algemeen?

De aantrekkelijkheid over het algemeen is goed. Er is geen betaald parkeren en het winkelaanbod is groot, wat een aantrekkelijke combinatie is. Mensen kunnen in Klazienaveen rustig langer winkelen, terwijl men in Emmen dan duur betaald voor het parkeren.

4. Vindt u dat in het centrum van Klazienaveen voldoende voorzieningen zijn?

Het winkelaanbod is goed.

5. Wat is uw oordeel over de uitstraling van het winkelcentrum van Klazienaveen?

Sinds de laatste opknapingen heeft het centrum een goede uitstraling, ook bij de ovonde is het verbeterd.

6. Heeft een negatieve uitstraling van een gebied ook invloed op het aantal delicten/meldingen dat binnenkomt in een bepaald gebied?

Ja, wanneer een gebied bijvoorbeeld rommelig is, gooit men sneller er rommel bij.

7. Hoe denkt u over de bereikbaarheid van het centrum van Klazienaveen?

De bereikbaarheid voor personenauto's is goed, maar voor vrachtverkeer is het slecht. Vooral bij de Wibra en de kruising Mr. Ovingstraat/Van Echtenskanaal N.z. is het te smal, waardoor vrachtauto's moeilijk de bochten kunnen krijgen en het verkeer vastloopt.

8. Is het aantal delicten in het centrum van Klazienaveen relatief veel of relatief weinig, vergeleken met andere plaatsen?

In en rondom de centra van Emmen en Nieuw-Amsterdam/Veenoord zijn opvangcentra voor junks en alcoholverslaafden, waardoor het aantal delicten in het centrum omhoog gaat. Deze mensen gaan overdag namelijk naar het centrum. In Klazienaveen is geen vergelijkbare opvang en hier valt het aantal delicten mee.

9. Wat voor soort delicten komen het meeste voor in het centrum van Klazienaveen?

In het centrum zijn weinig delicten, er is "wel eens" een winkeldiefstal.

10. Hoe denkt u over de leegstand in het centrum van Klazienaveen en hoe denkt u dat zich dit in de toekomst ontwikkelt?

De winkelleegstand in het centrum van Klazienaveen valt mee, maar het publiek is zelf verantwoordelijk voor de winkelleegstand als het online gaat winkelen.

11. Heeft een hoge mate van winkelleegstand in uw ogen ook invloed op het veiligheidsgevoel van mensen?

Ja, een hoge winkelleegstand geeft een verpauperde indruk aan het centrum, wat het veiligheidsgevoel negatief beïnvloedt. Daarom is het belangrijk dat leegstaande panden opgeknapt worden. Een voorbeeld hiervan is het centrum van Nieuw-Amsterdam/Veenoord, waar leegstaande panden zijn opgeknapt en het veiligheidsgevoel omhoog is gegaan.

12. Het centrum van Klazienaveen komt goed uit het Koopstromenonderzoek van 2015, maar de bevolking in Klazienaveen en omstreken zal de komende jaren afnemen. Hoe ziet u het centrum van Klazienaveen in de toekomst?

Het centrum zal ook in de toekomst wel aantrekkelijk blijven. Het aanbod is groot, er zijn zelfs vijf supermarkten. Daarnaast is het gratis parkeren en kan men dichtbij parkeren. Hierdoor heeft het centrum een regiofunctie.

13. Welke andere verbeterpunten zouden er in uw ogen eventueel toegepast moeten/kunnen worden in het centrum van Klazienaveen, om het ook in de toekomst aantrekkelijk te laten zijn?

De bovengenoemde verkeersproblematiek moet aangepakt worden, om het centrum bereikbaar te houden, hierbij gaat het om:

- Het verbreden van de wegen rondom de Wibra, wat de doorstroming bevordert.
- Duidelijker aangeven waar een bepaalde lijn of een bepaald gebied voor dient. Bezoekers weten namelijk niet wat wel of geen parkeerplaatsen zijn en de aanduiding van het fietspad is onduidelijk.

WOONCORPORATIE DOMESTA

Geïnterviewde: Els Beukeveld (Woningcorporatie Domesta)

Tijdstip: Maandag 25 januari 2016

Locatie: Woningcorporatie Domesta, Westeind 50 te Emmen

1. Wat kunt u vertellen over uw werkzaamheden voor woningcorporatie Domesta?

Mijn functie is hoofd klantadviescentrum en het team is verantwoordelijk voor de eerstelijnscontacten met klanten. Ook is de afdeling verantwoordelijk voor verhuur van woningen in de gemeenten Emmen, Coevorden en Hogeveen. Daarnaast ook een stukje verkoop van woningen en verhuur van bedrijfsonroerend goed, die vaak onderin panden gevestigd zijn.

2. Bij welke ontwikkelingen in het centrum van Klazienaveen is woningcorporatie Domesta betrokken?

Woningcorporatie Domesta bezit een aantal woningen in Schip II en heeft daarnaast een aantal panden in het centrum. Hiervoor vindt vooral overleg plaats met de gemeente, de middenstand etc.

3. Wat vindt u van de aantrekkelijkheid en leefbaarheid van het centrum van Klazienaveen in het algemeen?

Het centrum is langgerekt en jammer dat er een weg doorheen loopt. De oversteek bij Rijsdijk/Ten Napel vormt een barrière. Daarnaast is het centrum wel enorm opgeknapt.

4. Vindt u dat in het centrum van Klazienaveen voldoende voorzieningen zijn?

Zeker, er zijn absoluut genoeg voorzieningen.

5. Wat is uw oordeel over de uitstraling van het winkelcentrum van Klazienaveen?

Het verschilt per deel, in het deel richting Zwartemeer is de uitstraling minder. Hierbij gaat het om de uitstraling van de openbare ruimte en van de gebouwen.

6. Hoe denkt u over de bereikbaarheid van het centrum van Klazienaveen?

In het centrum van Klazienaveen is van alle kanten goed te komen. Ook zijn de parkeervoorzieningen voldoende en is het goed dat het gratis parkeren is. Dit is een voordeel voor de mensen die vanuit andere dorpen naar Klazienaveen komen.

7. Hoe kan de ontwikkeling van de verhuurbaarheid van woningen zich in het centrum van Klazienaveen het beste worden omschreven?

Op zich is de verhuurbaarheid goed. Woningen met één slaapkamer worden minder goed verhuurbaar, maar dit is afhankelijk van het product en heeft niks met de locatie te maken. Het centrum van Klazienaveen is populair om te wonen.

8. Wat zijn uw verwachtingen voor de toekomst, wanneer het gaat om de ontwikkeling van de verhuurbaarheid van woningen in het centrum van Klazienaveen?

De vraag naar woningen in het centrum zal ook in de toekomst blijven. Daarnaast worden woningen met één slaapkamer minder populair. Maar dat is, zoals hierboven aangegeven, afhankelijk van het product.

9. Vanuit welke doelgroep is de meeste vraag naar huurwoningen in het centrum van Klazienaveen?

De woningen worden vooral gehuurd door senioren (55+), wat ook afhankelijk is van het product wat aangeboden wordt in het centrum.

10. Wanneer mensen ervoor kiezen om een woning in het centrum van Klazienaveen te huren, wat zijn dan veelal de redenen van de keuze voor deze locatie?

Klazienaveen heeft alles! Er is een Hema, Blokker etc. Ouderen uit omliggende kernen komen in Klazienaveen wonen omdat hier veel voorzieningen zijn en omdat ze in een dorp willen blijven wonen.

11. Het centrum van Klazienaveen komt goed uit het Koopstromenonderzoek van 2015, maar de bevolking in Klazienaveen en omstreken zal de komende jaren afnemen. Hoe ziet u het centrum van Klazienaveen in de toekomst?

Als Klazienaveen de voorzieningen weet te behouden, dan blijft het populair. Ook is het gratis parkeren belangrijk, dit is een issue waarom Emmen lastiger is voor veel mensen. De bevolkingskrimp zal eerder en harder toeslaan in de omliggende, kleinere dorpen.

12. Welke andere verbeterpunten zouden er in uw ogen eventueel toegepast moeten/kunnen worden om het centrum van Klazienaveen ook in de toekomst aantrekkelijk te houden?

De volgende verbeterpunten werden aangedragen:

- De voorzieningen in het centrum concentreren en relatief dicht bij elkaar houden, de focus leggen op één bepaald gebied.
- Het gratis parkeren behouden.
- De bocht/kronkel verbeteren, ook voor mensen die willen oversteken. Mensen die onbekend zijn moeten namelijk de weg kunnen vinden in het centrum.