

Visie op de toekomst van het Marktpluin Geitenkamp

Winkeliersvereniging Geitenkamp - Gemeente Arnhem – Portaal – Vivare -
Volkshuisvesting - juni 2016



Aanleiding voor de visie

Eigenlijk bestaat het Marktpluin helemaal niet. Het plein dat in de volksmond al decennia zo wordt genoemd, heeft als officiële straatnaam 'Geitenkamp'. Over dit plein gaat deze visie.

Gemeente Arnhem, woningcorporaties Vivare, Portaal, Volkshuisvesting en winkeliersvereniging Geitenkamp zetten al jaren hun energie in voor een goed functionerend Marktpluin, onder meer via de Denktank Geitenkamp Gildenvijk. De praktijk is weerbarstig, winkeliers hebben het moeilijk, de toekomst van het plein lijkt ongewis.

De woningcorporaties hebben het initiatief genomen voor een expertmeeting, met betrokken partijen en een retaildeskundige, om duidelijkheid te verkrijgen wie waarvoor staat en gaat. Dit is zeker nu belangrijk, omdat de nieuwe wetgeving voor de woningcorporaties (juli 2015) aangeeft dat het exploiteren van winkelpanden geen kerntaak is. Wat dan te doen met dit plein op de Geitenkamp? In de ontwerp-detailhandelsvisie van de gemeente Arnhem krijgt het plein de kwalificatie +/- En ook dat vraagt om een duidelijke toekomstvisie. Waar zit de plus, waar de min?

De expertmeeting vond plaats op 28 april 2016. De uitkomst? Alle betrokken partijen vinden het plein van groot belang voor Arnhem en voor Geitenkampers. Ze willen zich nadrukkelijk inzetten voor een levensvatbare toekomst. Die is er, als beleving en ontmoeting centraal komen te staan, met goede trekkers op het plein en met een winkelaanbod dat is afgestemd op de wensen van de consument. En... met alleen winkels redt het plein het niet. Gemeente, winkeliersvereniging en corporaties riepen op tot het maken van een toekomstvisie op korte termijn, met scherpe keuzes die de gewenste identiteit van het plein vorm en inhoud geven. Voilà, deze visie.

Wat vinden bezoekers?

Op 1 juni zijn bezoekers van het Marktpluin door de opstellers van de visie bevraagd naar hun mening. Hoe ervaren ze het plein nu en wat moet er gebeuren om het plein een goede toekomst te geven?

In iets meer dan drie uur tijd hebben liefst 96 bezoekers in de lege winkel waar negentig jaar lang drogist/foto/optiek Berndsen zijn nering had, hun mening gegeven. Eén ding is zeker: bewoners van de Geitenkamp zijn begaan met 'hun' plein, het leeft. De belangrijkste resultaten:

- Het Marktplaats heeft een duidelijke ontmoetingsfunctie voor Geitenkampers. Met name oudere Geitenkampers doen er hun (dagelijks) rondje – of rondjes! - winkels en kopen bewust lokaal, ook vanwege beperkingen in de mobiliteit door een laag inkomen. Voor deze groep is het van belang dat de winkels voor dagelijkse behoeften in stand blijven. Deze groep mist op dat vlak met name een low-budget drogist, een winkel voor huishoudelijke spullen (b.v. Action) en een winkel voor postzaken en betaalbare cadeauartikelen. In de loop naar de winkels zit voor hen ook de ontmoeting. Ze moeten nog wennen aan de Coop op het plein, die de meesten te duur beprijsd vinden. De zaterdagmarkt en de viskraam worden door deze groep positief beoordeeld.
- De wat jongere Geitenkampers, mensen die er pas enkele jaren wonen en Geitenkampers met een iets bredere portemonnee voelen zich iets minder afhankelijk van de winkels op het plein. Voor hen is het plein ook belangrijk voor beleving en ontmoeting. Horeca speelt daarbij een rol. Zij geven ook aan dat het assortiment soms wat beperkt is en dat een deel van de winkels maar beperkt open is. Lokale ondernemers hebben een gun-factor, maar die vervalt snel bij negatieve ervaringen.
- Bewoners van omliggende wijken bezoeken de Geitenkamp vanwege de markt of soms het bijzondere architectonische en dorpsachtige karakter van het plein. Een zaak als Scala Koffiecafé past voor hen goed bij de gewenste beleving.
- De uitstraling van het plein wordt aangeduid als: saai, dood. De drukte op het plein varieert sterk door de dag heen.
- De loop is er na het vertrek van Albert Heijn verder uitgeraakt en dit komt maar langzaam terug met de komst van de Coop. Geitenkampers hebben het idee dat er steeds meer winkels verdwijnen en dat er winkels terugkomen waar ze niet op zitten te wachten.
- Er is een dubbel gevoel over de parkeergelegenheid. De één roemt het gratis parkeren op het plein: vrijwel altijd plek. Een ander ergert zich aan de blikken uitstraling die dat oplevert.
- Verkeersveiligheid is een aandachtspunt. Er wordt hard gereden op de Middenweg (doorgaande weg), oversteken via het zebrapad is gevaarlijk.
- Er is – vooral in de avonden – lawaai-overlast van rondhangende jongeren.

Gewenst beeld

Een karaktervol dorpsplein dat gezellige reuring geeft en waar volop gelegenheid is voor ontmoeting.

Een plein dat aantrekkelijk is voor

(1) de 'authentieke Geitenkamper' met een doorgaans laag besteedbaar inkomen die er zijn dagelijkse boodschappen kan doen in een prettige dorpsachtige sfeer;

(2) bewoners van Geitenkamp en daarbuiten door zijn speciale karakter en duidelijke identiteit.

Vier lijnen

Door een aanpak via vier lijnen gaan we dit gewenste beeld inkleuren.

1. Een plein dat ontmoeting stimuleert

Het Marktplaatsplein moet weer een echt plein worden: een prettig verblijfsgebied (en niet alleen een stenen parkeerterrein). Dat betekent:

- Een opener karakter waardoor de kwaliteit zichtbaar wordt: minder parkeerfunctie;
- Een prettige(re) ruimte om te spelen, te zitten en doorheen te lopen;
- Een groen(er) karakter;
- Een gevoel van (meer) beschutting en veiligheid: aandacht voor betere verlichting, de verkeersveiligheid en overlast van hangjongeren;
- *Referentie: een Frans dorpsplein: intiem, knus, niet te strak, details, ontmoeting*

2. Stimuleren van de verblijfsduur op het plein en het er naar toe gaan

- Meer multifunctioneel gebruik van het plein: winkels, horeca en mogelijk andere functies;
- De tijd dat het plein interessant is om te bezoeken vergroten (met name in de avond);
- Wijkbewoners kunnen hun dagelijkse inkopen doen. Lokale ondernemers geven Service met een glimlach en persoonlijke aandacht;
- Concentreer de winkels van de Geitenkamp op het plein. Dat kan verplaatsing inhouden van winkels elders in de wijk (b.v. Geelgorslaan), als dit het aanbod op het plein verrijkt;
- Openingstijden zijn op elkaar afgestemd.

3. Bijzondere kwaliteiten benutten: benadrukken van identiteit

- 'Het bordes': inzetten voor aanvullende horeca die niet aanwezig is in Geitenkamp, Monnikenhuizen, Paasberg, Angerenstein, Arnhemse Allee, Saksen Weimar. En daarmee trekker voor het plein.
- Winkels met een ambachtelijk karakter en onderscheidende uitstraling passen hierbij: de schoenmaker, een kledinghersteller (Geitenkamp Gildenwijk)
- Het plein maakt onderdeel uit van verschillende routes (Architectuurroute, Maarten van Rossumpad). Dit moet zichtbaarder worden gemaakt. Ondernemers kunnen bijvoorbeeld arrangementen aanbieden aan wandelaars. Een Bed & Breakfast past hier ook bij.
- Een nieuwe naam voor het plein, die identiteit aanduidt.

4. Versterken van het organisatievermogen en het denken vanuit kansen

- Stimuleren van ondernemerschap: winkeliersvereniging en corporaties zetten in op creatieve ondernemers (niet alleen winkels) met zorg voor eigen onderneming en zorg voor het plein; bij het zoeken van nieuwe huurders nemen de corporaties dit nadrukkelijk mee in de aanbiedingsgesprekken en in de huurovereenkomst.
- Optimaliseren van het gebruik van de (winkel)ruimte, onder meer door winkels te verplaatsen.
- Kennisnetwerk uitbreiden.
- In overleg met de gemeente bekijken welke mogelijkheden er zijn om gewenste ontwikkelingen mogelijk te maken. Soepele toepassing van planologische regels (terrasvergunning, parkeernorm etc.).
- Portaal en Vivare bieden met hun huur- en investeringsbeleid maatwerk aan nieuwe en bestaande ondernemers.

Vervolg

In een visie kun je niet ondernemen. Uiteindelijk komt het erop aan dat partijen zich gecommitteerd voelen om naar die visie te handelen.

Eerste stap is daarom het onderschrijven van de visie door de betrokken wethouder(s) en de bestuurders van de corporaties. Vervolgens worden er door de betrokken organisaties duidelijke proces- en uitvoeringsafspraken gemaakt en kleuren we het gewenst beeld praktisch in. Bewoners worden bij dit proces betrokken via het Bewonersoverleg Geitenkamp.



Juni 2016

Carla Butzelaar, gemeente Arnhem

Rob Nuijten en Jan Lareman, winkeliersvereniging Geitenkamp

Floris Schrijvers, Vivare

Tom Goelst, Portaal

Jan Alers, Volkshuisvesting , tevens coördinatie

Met medewerking van: Willem van Santen (ondernemersvereniging), Marc Majolée (Majolée Retail Vastgoed Advies)

Bijlage: Opmerkingen uit enquêtes bezoekers Marktpluin Geitenkamp

Huidige beleving	Gewenste toevoeging plein	Suggesties / adviezen	Overig
Ingedut, leeg, doods	Drogist, Kruidvat	Betere presentatie winkels	Huren moeten lager
Verpaupering	Hema	Concentreren slager / bakker / groenteboer en horeca	Bijzondere architectuur, beter zichtbaar maken
Vuil op straat	Wibra	Informatiepaneel aanbrengen	Zorg voor plein en niet alleen voor je eigen bedrijf (in huurcontract)
Er wordt hard gereden	Opticien	Parkeerplaats anders inrichten	Presikhaaf is de concurrent
Parkeersituatie in/uitrijden lastig	Action / Big Bazar, Knakenland	Groen op het plein	Als ik naar café wil, dan niet in eigen wijk
Plein is blikkentrommel	Blokker/Marskramer	Bordes benutten	Ik wil gezellige winkels
Gratis parkeren handig	2 ^e hands kleding	Gemotiveerde pleinconciërge	Handhaven veiligheid: meer blauw op straat
Viskramen voegen wat toe	Postservice	Herkenbare ambachten	Dorps uiterlijk is kracht
	Schoenmaker	Waterpartij / fontein op plein	Er zitten nu winkels die we niet nodig hebben
	Foodhal combi met horeca	Bezorgservice	Klanten uit omgeving halen
	Biologische markt	Minder auto's	Te dure huur voor startende ondernemers
	Horeca en theater	Ontmoetingsplek, zitgelegenheid	Geitenkampers dragen liefst (dubieus verworven) merkkleding, niet 2 ^e hands
	Pinautomaat buiten	Nieuwe ondernemers	Verbinden met andere locaties, b.v. H80
	Terrasje	Opgeruimd en schoon plein	Plein meer richten op gezinnen
	Lunchroom	Meer uitstraling	Plein: hier ontmoeten traditionele Geitenkampers en import-Geitenkampers elkaar
	Coffeeshop	Uniforme verlichting en aankleding	
	Extra marktdag	Kenmerkende activiteiten: ijsbaan, waterdagen...	
	Pop-up winkel	Grotere markt	
	Horeca met B&B	Andere indeling van de winkels	
	Ateliers	Coach aanstellen voor plein	
	Herenkapper	Routes naar wijk	
	Hobbywinkel: verkoop van huisvuil Geitenkampers	Plein schoner houden	
	Bioproducten	Meer organiseren voor kinderen	
	Winkel van Sinkel	Speeltuín	
		Formule à la Versgaard Velp (combi bakker-kaas-noten-slager)	
		Wijksofa	
		Meer creatieve ondernemers: jonger, modern	