

# Integrale Centrumvisie Oosterbeek

Commissie Bedrijvigheid

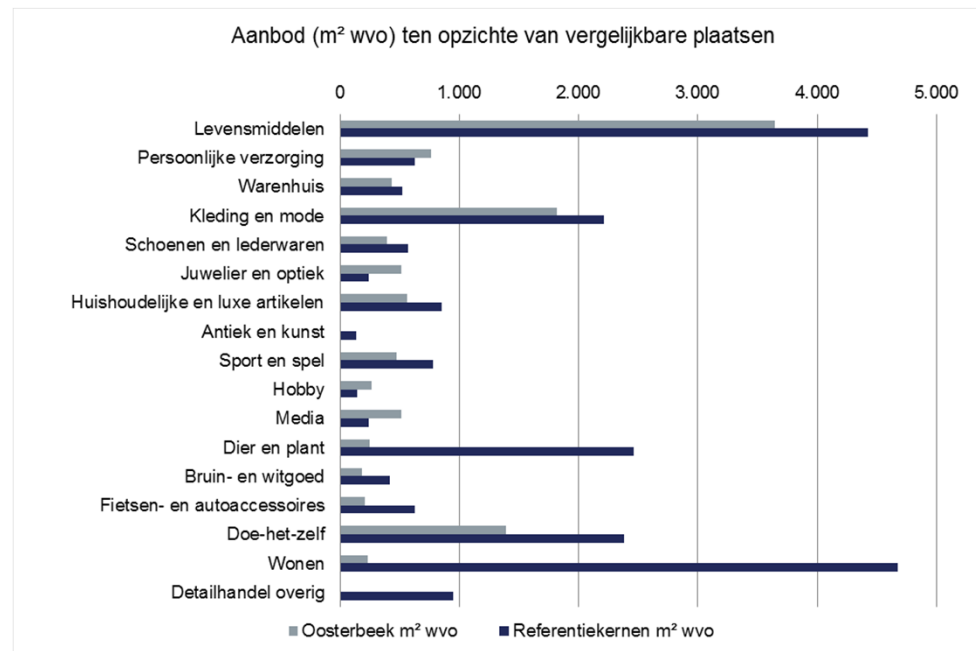
13 september 2017



“Ervaring scherpt ons inzicht  
zonder onze bedoeling te veranderen.”  
*Alfred Polgar*

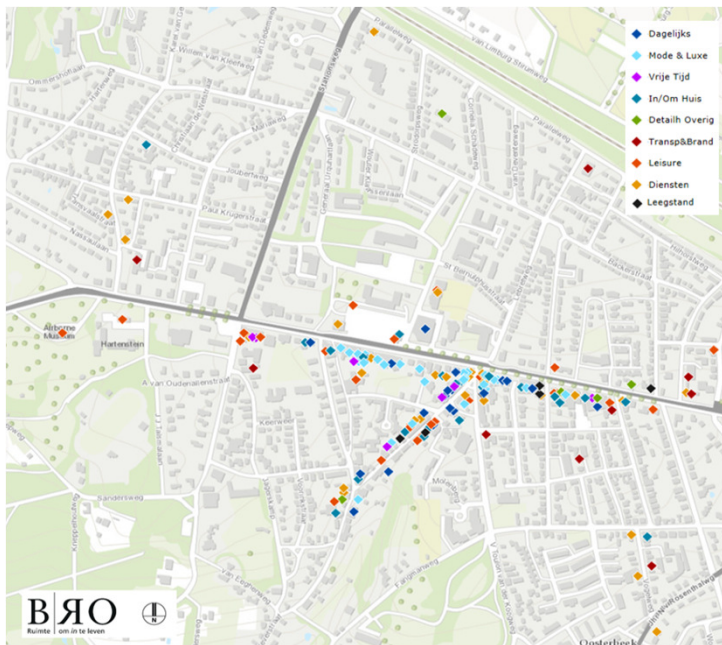
# Aanbod kern Oosterbeek

- 86 winkels, 4.411 m<sup>2</sup> dagelijkse, 7.227 m<sup>2</sup> niet-dag. artikelen
- Aanbod beperkter dan in vergelijkbare kernen:
  - Dagelijkse sector: -/- 13%
  - Niet-dagelijks: -/- 58%
- Belangrijkste oorzaak: beperkt aanbod wonen, dier en plant, doe-het-zelf
- Sterk aanbod Arnhem op relatief korte afstand
- Beperkte leegstand
- Weinig horeca: 20 zaken t.o.v. 25 gemiddeld



# Structuur centrum

- Lintstructuur Utrechtseweg (600 meter), aftakking Weverstraat
- Utrechtseweg vooral grotere winkels (modisch, supermarkt, woninginrichting, etc.), deels hoge kwaititeit
- Tevens drukke verkeersroute
- Supermarkten Coop, Aldi aan oostelijk uiteinde
- Weverstraat oorspronkelijk centrum, nu gevarieerd, kleinschalig aanbod
- Raadhuisplein dominant als parkeerplein
- Goed bereikbaar per auto





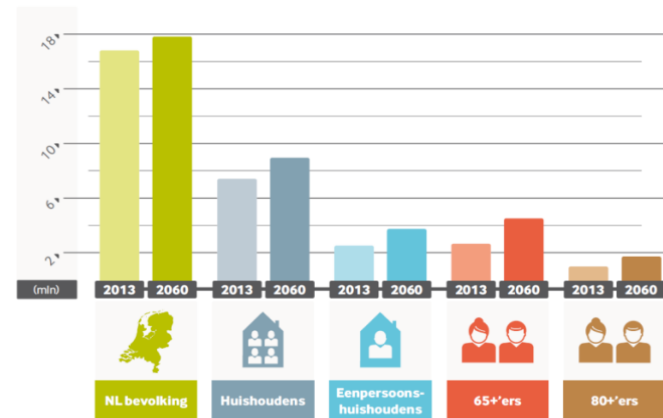
# Ruimtelijke structuur en kwaliteit



# Trends: kansen èn bedreigingen

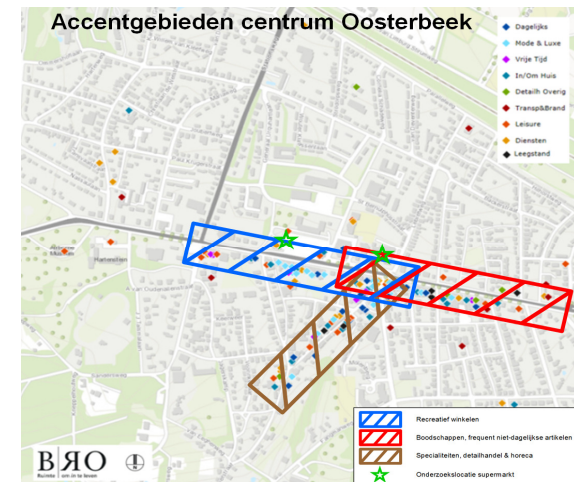


PRIMARK®



## Structuurbeeld en algemene uitgangspunten :

- Oosterbeek centrum: een sterke basis voor de toekomst!
- Gastvrij voor iedereen
- Sterkere profilering deelgebieden
- Versterking supermarktstructuur
- Functieverbreding centrum
- Kwaliteit boven kwantiteit
- Betere aansluiting Utrechtseweg-Weverstraat/Van Toulon van der Koogweg
- Meer parkeerruimte beschikbaar voor bezoekers
- Versterken ondernemersklimaat



## Branchering, inrichting, marketing en organisatie:

- Supermarkten en recreatief aanbod als primaire trekkers
- Meer verblijfsplekken, versterken Plein 1946
- Versterken profiel en inrichting Weverstraat/Van Toulon van der Koogweg
- Meer onderscheidende horeca
- Integratie met cultuur
- Meer profijt van toerisme en recreatie
- Centrumbrede marketing

