

Bouwen aan een levendig winkelhart

Communicatie Centrumplan Westervoort



Mei 2023

1. Achtergrond

Het centrum van Westervoort is toe aan vernieuwing. In het winkelhart staan verschillende winkelpanden leeg, de passage en een deel van het winkelcentrum zijn verouderd. Het gemeentehuis is sinds corona en de fusie van de ambtelijke organisatie met Duiven minder in gebruik. Het oudere deel wordt nu benut voor de opvang van Oekraïense vluchtelingen. De openbare ruimte is stenig en verouderd.

Om achteruitgang te voorkomen en het centrum weer levendig, dynamisch en toekomstbestendig te maken, is een integrale aanpak gewenst van het winkelcentrum, het gemeentehuis en de openbare ruimte. Investeren in het centrum van Westervoort draagt bij aan het op peil houden van de basisvoorzieningen op het gebied van onderwijs, zorg, welzijn, sport en detailhandel en versterking van de toeristische identiteit.

De integrale gebiedsontwikkeling Centrum Westervoort omvat:

1. vernieuwing van winkelcentrum De Wyborgh -> vastgoedeigenaar
2. mogelijke transformatie van het gemeentehuis -> gemeente
3. transformatie van de openbare ruimte -> gemeente en vastgoedeigenaar samen

Deze projecten lopen parallel aan elkaar maar staan wel op zichzelf. Met andere woorden: als het ene project vertraging oploopt of niet haalbaar blijkt, hoeft dat geen effect te hebben op de andere projecten.

2. Communicatiedoelen en -uitgangspunten

De gemeente Westervoort vindt het belangrijk om de basisvoorzieningen in het dorp op peil te houden en waar zich kansen voordoen te versterken. De gebiedsontwikkeling van het centrum gaat dan ook alle inwoners aan. Want of je nu vlakbij woont of aan de andere kant van het dorp: iedereen komt regelmatig in het centrum. Voor de boodschappen, om een drankje te doen of bijvoorbeeld voor een bezoek aan de bibliotheek. Het overkoepelende communicatiedoel is dan ook: mensen informeren over (kennis) en betrekken bij (participatie) de gebiedsontwikkeling van het centrum.

Daarnaast onderscheiden we verschillende doelgroepen, communicatiedoelen en kernboodschappen per project. Deze komen verderop aan de orde.

2.1 Algemene uitgangspunten voor de communicatie

- We zijn eenduidig en consequent in onze uitingen. We communiceren transparant en tijdig.
- De gemeente is verantwoordelijk voor de 'overall' communicatie richting inwoners. Daarnaast speelt de vastgoedeigenaar/projectontwikkelaar een rol in de communicatie rondom winkelcentrum De Wyborgh.
- Belanghebbenden zijn goed geïnformeerd over het doel van de gebiedsontwikkeling en de projecten. En over procedure, planning, onderzoeken en andere informatie.
- We betrekken belanghebbenden in een vroeg stadium en vragen actief om input. We koppelen ook terug wat we doen met de input.
- We zijn duidelijk over de participatiemogelijkheden, mate van participatie en spelregels per project. Participatie waar mogelijk, maar we geven ook aan waar de participatie stopt. En wanneer en waarom bepaalde keuzes zijn gemaakt
- De paragraaf communicatie/participatie – bijvoorbeeld in college- en raadsvoorstellen - wordt altijd ingevuld in overleg met de communicatieadviseur.
- Terugkoppeling is belangrijk. Wij brengen ontwikkelingen en concrete acties en mijlpalen in beeld.

3. Drie deelprojecten: Wyborgh, openbare ruimte en gemeentehuis

3.1 Gebiedsvisie en stedenbouwkundige verkenning

De gemeente wil de lopende plannen voor het gehele gebied op elkaar afstemmen, onderlinge raakvlakken afstemmen, kansen benutten en kaders vastleggen. Daarnaast wil de gemeente voor het grotere centrum en de spoorzone in een stedenbouwkundige verkenning onderzoeken welke verdichtingsmogelijkheden er zijn naast de lopende projecten. De gemeente wil deze verkenning graag toevoegen aan de gebiedsvisie. Hierin bundelt de gemeente de ambities op hoofdlijnen en brengt andere kansen in het gebied in kaart.

3.2 Project Wyborgh

Project Wyborgh draait om het aanpassen van het winkelcentrum aan de huidige tijd. Met winkels gebundeld rondom het plein en een duidelijkere entree voor de supermarkten. De winkels die te ver van het plein af liggen worden getransformeerd naar woningen.

Dit project is een initiatief van de eigenaar van het winkelcentrum: Orange Capital en Partners (OCP). De ontwikkelaar is Nieuw Holland (NH, samen: OCP/NH). De gemeente faciliteert het project, stelt kaders en toetst het plan. De afgelopen jaren is met de winkeliers en gemeente op hoofdlijnen overeenstemming gevonden over een haalbaar schetsontwerp.

Orange Capital Partners is als asset manager van de het winkelcentrum bevoegd tot handelen.

Essenties zijn: minder winkeloppervlak, minder winkels, kortere looplijnen, trekkers vergroten, haltermodel introduceren, betere branchering, meer uitstraling, meer eenheid, duurzaam verhuren, minder overbodige (service) kosten.

Woningtoevoeging in plaats van winkeloppervlak als kwalitatieve verbetering.

3.3 Openbare ruimte

Een levendig, dynamisch en toekomstbestendig centrum van Westervoort vraagt ook om een aantrekkelijke openbare ruimte met onder andere meer groen.

Dit project is een initiatief van de gemeente en de eigenaar van het winkelcentrum samen. Er liggen een ambitie en richting op hoofdlijnen. Gemeente en ontwikkelaar willen nu een ontwerp maken op hoofdlijnen met bijbehorende kostenraming. Voor realisatie moet nog financiering gevonden worden.

3.4 Gemeentehuis

Door meer thuiswerken en de ambtelijke fusie met de gemeente Duiven is een deel van het gemeentehuis nu in gebruik als opvang voor Oekraïners. Mogelijk komt nog meer ruimte vrij. Doel is om de vrijkomende ruimte een nieuwe bestemming te geven voor wonen. De gemeente onderzoekt in dit project of en hoe dit mogelijk is.

4. Krachtenveld/stakeholdersanalyse

Betrokken partijen en doelgroepen verschillen per project. Maar er is ook een grote overlap. Het overzicht hieronder brengt de doelgroepen in beeld die betrokken zijn bij de ontwikkeling van Centrum Westervoort. Hier is ook te zien waar een en ander in elkaar overloopt. Vooral daar is het belangrijk om de overkoepelende boodschap in beeld te brengen en houden. In de uitwerking wordt per deelproject verder toegelicht hoe elke partner betrokken wordt. De hoofdlijn daarbij is als volgt:

Voor Project Wyborgh is OCP/NH wordt nauw afgestemd voor winkeliers. Voor de Openbare Ruimte en worden bewoners betrokken. Voor de gebiedsvisie worden de regionale partners wat meer betrokken en voor het gemeentehuis ligt de nadruk in deze fase op afstemming binnen de gemeente en de organisatie 1Stroom.

Doelgroep intern	Rol	Houding
College B&W	als beslisser	
Gemeenteraad van Westervoort	als beslisser	
Projectleiders	Coördinatie, aansturing en afstemming deelprojecten	
Projectmedewerkers	Advisering en uitvoering op eigen vakgebied, ambassadeurs voor organisatie	
Partners		
Kingfisher BV.	Eigenaar Winkelcentrum De Wyborgh	
Vastgoedeigenaar Orange Capital en Partners (OCP)	Assetmanager winkelcentrum De Wyborgh, vertegenwoordiger Kingfisher BV.	
Projectontwikkelaar Nieuw Holland (NH)	Vertegenwoordiger van OCP en ontwikkelaar van project Wyborgh	
Provincie Gelderland	Partner, Subsidieverstrekker	
Aannemers		Coöperatief
Omgevingsdienst	Adviseur tav. Vergunningen	Coöperatief
Groene Metropoolregio	Partner in woningbouwopgave → kansen voor inbreiding → kansen voor klimaatadaptatie → kansen voor ontmoeten/welzijn	Coöperatief
Hulpdiensten		
Commissie Ruimtelijke Kwaliteit	Adviseur	
Woningbouwvereniging	Partner in woningbouwopgave	
Doelgroep extern		
Winkeliers	Partner in transformatie De Wyborgh én openbare ruimte	
Kopgroep van Winkeliers	Gesprekspartner gemeente en ontwikkelaar, ambassadeurs van het plan	Positief
Winkeliersvereniging De Wyborgh	Gesprekspartner gemeente en ontwikkelaar	Positief-kritisch

Inwoners van Westervoort		Gemengd
Potentiële nieuwe inwoners	vooral woningzoekenden	Positief
Bewonersgroepen/platforms		Positief-kritisch
Bedrijven/instellingen		Gemengd
Ondernemersverenigingen		
Pers	lokaal en regionaal, evt. landelijk	Positief-kritisch
Belangenverenigingen		
Natuur- en milieuorganisaties		
Wijkraden		
Gehandicaptenraad		

5. Kernboodschappen

We onderscheiden een algemene kernboodschap over de gebiedsontwikkeling Centrum Westervoort. Binnen de gebiedsontwikkeling onderscheiden we enkele losse projecten. Elk van deze projecten heeft naast de algemene kernboodschap een eigen kernboodschap.

Kernboodschap algemeen:

De gemeente werkt aan een levendig, dynamisch en toekomstbestendig centrum van Westervoort. Hier kunnen alle inwoners terecht voor dagelijkse boodschappen, een gezellig kopje koffie en voor voorzieningen voor educatie, zorg en welzijn. Westervoort wil een aantrekkelijke gemeente zijn voor ondernemers en de economische ontwikkeling in het winkelgebied stimuleren. Een goed centrum zorgt voor (behoud van) werkgelegenheid en houdt het voorzieningenniveau voor inwoners in stand.

Daarom investeren de gemeente én de eigenaar van de Wyborgh samen in het winkelcentrum en de openbare ruimte. Daarnaast onderzoekt de gemeente de transformatiemogelijkheden voor het gemeentehuis.

Kernboodschap De Wyborgh

Het centrum van Westervoort is toe aan vernieuwing. In het winkelhart staan verschillende winkelpanden leeg, de passage en een deel van het winkelcentrum zijn verouderd. De eigenaar van het winkelcentrum, de winkeliers en de gemeente hebben samen een plan gemaakt voor de transformatie van het winkelcentrum. De passage verdwijnt, winkels komen meer gegroepeerd rondom het plein en er komt parkeerruimte bij. Delen van het centrum transformeren naar woningbouw. De levendigheid wordt vergroot.

Kernboodschap openbare ruimte

De gemeente werkt aan een levendig, dynamisch en toekomstbestendig centrum van Westervoort. Waar alle inwoners terecht kunnen voor dagelijkse boodschappen en voorzieningen op het gebied van educatie, zorg en welzijn.

Daarom werkt de gemeente aan een aantrekkelijke openbare ruimte, die bijdraagt aan een goed functionerend winkelcentrum. Daarnaast wil de gemeente hiermee meer groen in het centrum brengen om biodiversiteit te bevorderen en hittestress te verminderen.

Kernboodschap gemeentehuis

Het gemeentehuis is sinds corona en de fusie van de ambtelijke organisatie met Duiven minder in gebruik. In het oudere deel zit nu de opvang van Oekraïense vluchtelingen. De bibliotheek is op zoek naar een nieuwe locatie. Daarnaast heeft de gemeente een grote woningbouwopgave. De gemeente wil graag woningen realiseren dicht bij het station en het centrum, om autobewegingen te beperken en het voor inwoners gemakkelijk te maken het OV te gebruiken.

De gemeente onderzoekt daarom de mogelijkheden om delen van het gemeentehuis te transformeren naar woningbouw.

6. Inzet communicatiemiddelen

Bij de in te zetten middelen moet aandacht zijn voor alle aspecten van communicatie, van informeren tot dialoog en van luisteren tot draagvlak creëren. Voor een open en transparante communicatie zetten we een mix aan middelen in – aansluitend bij de te bereiken doelgroep. De boodschap via alle kanalen moet steeds dezelfde zijn.

- **Persoonlijke brieven, e-mails, telefoontjes**
Voor rechtstreeks contacten met betrokken partijen.
- **Overleggen en bijeenkomsten**
Georganiseerde contacten met de betrokken partijen.
- **Werkateliers en werkgroepen (participatie)**
Interactieve bijeenkomsten en geschikt om input bij bewoners op te halen.
- **Inwonerpanel/klankbordgroep**
Oprichten van een inwonerpanel om meningen te horen en plannen te toetsen.
- **Website**
Hier kan iedereen de basisinformatie vinden en informatie per project. De informatie moet steeds up to date zijn. We kiezen voor een basispagina over de gebiedsontwikkeling Centrum Westervoort en subpagina's per project. Vanuit project De Wyborgh kunnen we linken naar online informatie van de projectontwikkelaar.
- **Gemeentepagina**
Bij het bereiken van mijlpalen of andere belangrijke momenten plaatsen we een artikel op de gemeentepagina. Daarnaast maken we gebruik van de mogelijkheid voor themapagina's in de WestervoortPost (te betalen uit het projectbudget). Elke twee maanden stellen we zo'n pagina samen. Hiermee waarborgen we regelmaat in de communicatie. Het dwingt ons om elke twee maanden na te gaan wat er gebeurd is per project en waar we staan – ook als we in eerste instantie denken dat er geen 'nieuws' is.
- **Sociale media**
Belangrijke momenten (zoals de ondertekening van de overeenkomst met de eigenaar van het winkelcentrum) delen we ook via sociale media (Twitter, Facebook, LinkedIn, Instagram). Het is dan belangrijk om voorbereid te zijn en ook webcare voor te bereiden op mogelijke reacties en hoe daarmee om te gaan.
- **Nieuwsbrief**
De tweemaandelijks themapagina fungeert als een soort nieuwsbrief. We kunnen deze ook verspreiden als pdf en indien gewenst op papier.
- **Logo/beeldmerk**
Ontwikkelen van een herkenbaar 'overall' beeldmerk, waar de drie projecten onder vallen -> **Hart voor Westervoort / Westervoort klaar voor de toekomst** o.i.d.
- **Foto's en video's**
Vanzelfsprekend speelt beeldmateriaal een belangrijke rol om de boodschap helder en duidelijk over het voetlicht te brengen.

- **Persbericht/ persgesprek**
Bij het bereiken van mijlpalen of andere belangrijke momenten zetten we een persbericht in voor brede aandacht, afhankelijk van de boodschap in combinatie met een persgesprek.
- **Raadsinformatiebrieven** (gemeenteraad)
Het informeren van raadsleden over collegebesluiten, voorstellen.
- **Thema-avond gemeenteraad**
Een (openbare) thema-avond voor de gemeenteraad is een goed middel om de raad actief op de hoogte te houden/bij te praten/stemming te peilen.

7. Planning

De planning van de communicatie sluit vanzelfsprekend aan bij de planning van de projecten. Zie bijlage voor de planning van de projecten op hoofdlijnen.

7.1 Planning korte termijn

Binnen project De Wyborgh worden op korte termijn al zichtbare stappen gezet. Voor de ontwikkeling van de openbare ruimte wordt nog voor de zomer gewerkt aan een schetsontwerp. Het is daarom belangrijk om snel te starten met communicatie over de projecten én over de samenhang binnen de ontwikkeling van Centrum Westervoort. Voorstel is om de communicatie in voorjaar 2023 'af te trappen' na de verhuizing van de eerste winkels binnen de Wyborgh. Natuurlijk in nauw overleg met OCP/NH. Dit betekent concreet:

- Basisinformatie op de website: www.westervoort.nl/centrumplan
- Themapagina in WestervoortPost
- Bericht op sociale media
- Omwonenden rechtstreeks informeren (evt. themapagina inzetten als nieuwsbrief)
- Winkeliers informeren (via ontwikkelaar?)
- Persgesprek stand van zaken (na peilen interesse)