



CHECKLIST SCHOUW WINKELGEBIEDEN

d.d. 1 juni 2020?

Om inzicht te krijgen in hoe de winkelomgeving wordt ervaren en beleefd (positief of negatief) kunnen bestaande kwalitatieve analyses naar de aantrekkingskracht worden gebruikt, mits deze visies niet gedateerd zijn. De door de coronamaatregelen ontstane urgentie voor een schoon en veilig gebied, kan nu ook worden benut om maatregelen die al gewenst waren, versneld in te voeren. Denk aan uitbreiding van het voetgangersgebied, meer ruimte voor fietsers, het opruimen van overbodige zaken in de openbare ruimte).

Door een schouw met betrokken stakeholders te houden en te kijken door de ogen van de bezoeker wordt duidelijk welke maatregelen er nodig zijn om het winkelgebied niet alleen aantrekkelijk te maken ook, maar een veilig en verantwoord bezoek aan het gebied binnen de anderhalvemetersamenleving mogelijk te maken.

De checklist voor de schouw bestaat uit vijf aspecten:

1. Bereikbaarheid (fysiek)

- Is de route naar het gebied goed aangegeven (auto, openbaar vervoer, fiets en te voet)?
- Is het gebied ook toegankelijk voor minder validen (barrièrevrij, drempelloos, veilige oversteekplaatsen)?
- Wordt langs de aanrijroute voor auto's (en fietsen) duidelijk gecommuniceerd of er, en hoeveel, vrije parkeerplaatsen er zijn in parkeergarages? Welke maatregelen zijn er op die plek zijn genomen en welke routes zijn vanaf dat bronpunt voor voetganger?
- Kan de bezoeker vooraf zien (bijvoorbeeld via een site) waar je kunt (fiets)parkeren en wanneer de piek- en dalperiodes zijn?
- Zijn er voldoende parkeerplaatsen en fietsstapplaatsen en zijn deze evenwichtig verspreid over het (winkel)gebied? Is spreiding van bezoek over verschillende bronpunten mogelijk en zijn er gebieden waar tijdelijke pop-up stallingen voor fietsen mogelijk zijn?

- Is auto parkeren via een blauwe zone of betaald parkeren geregeld?
 - De blauwe zone is voor een snelle boodschap, daarbij hoort eigenlijk geen betaald parkeren.
 - Zijn de parkeertarieven in balans met het beoogde winkelbezoek; in verhouding tot het gebodene in het gebied? Zijn er gedifferentieerde parkeertarieven die bij kunnen dragen aan de spreiding van publiek?
- Is er vrij parkeren? Zo ja, leidt dit tot onvoldoende parkeerplaatsen/overlast?
- Zijn verkeersregelinstallaties goed afgestemd om te voorkomen dat er opstoppingen ontstaan bij oversteekplaatsen; is het mogelijk om anders tijdelijk extra oversteekplaatsen te creëren om dit te voorkomen?

2. Compact

- Kent het winkelcentrum een compacte en overzichtelijke opzet waarbij er een duidelijke samenhang is tussen de verschillende deelgebieden, ook met functies als horeca, cultuur en leisure (versus een uitgestrekt en onoverzichtelijk winkelgebied, dode stukken, overmaat aan woningen); is duidelijk welke routes er zijn en waar er eventueel eenrichtingsverkeer voor voetgangers is ingesteld?
- Kent het winkelgebied aantrekkelijke en logische routes (automatisch rondje, goede zichtlijnen); heldere aanwijzingen waar je moet lopen en je moet wachten wanneer er onvoldoende ruimte is in een winkel?
- Wordt er gebruik gemaakt van duidelijke bewegwijzering (wandroutes, themagebieden, highlights)?
- Zijn de publiekstrekkingen goed gesitueerd (autonoom publiek aantrekkende winkelformules, aan de koppen, als *stepping stones*, van invloed op doorstroming, aan bronpunten)?



3. Compleet

- Is er een complete en diverse samenstelling van het winkelaanbod naar branches?
- Is er een goede mix van ketens en zelfstandige (speciaal)zaken?
- Is er een evenwicht in segmentering (prijsniveau) van het aanbod?
- Zijn er bijzondere publiekstrekkingen aanwezig (grootwarenhuizen, innovatieve formules of (internationale) ketens)?
- Is er winkelondersteunend horeca-aanbod en is deze ruimtelijke vermengd in het gebied?
- Zijn er avondhorecavoorzieningen en zijn deze geclusterd?
- Is er een aantrekkelijke mix van winkelondersteunende of aanvullende voorzieningen, zoals diensten, ambachten, cultuur, leisure (ter vergroting van de multifunctionaliteit, verblijfskwaliteit en verblijftijd)?

4. Comfortabel

- Is het gebied schoon (zwerfvuil, sluikestort, hondenpoep, onkruid in verharding en groen, graffiti, overige vervuiling); zijn er voldoende afvalbakken en worden deze vaak genoeg geleegd op de momenten dat er meer bezoekers zijn (op straat eten is nu meer gangbaar omdat verblijf en opeten ter plekke niet is toegestaan)?
- Is het gebied heel (onderhoudstoestand meubilair, verlichting en speelobjecten, verharding, plantsoen, water)?
- Is het gebied veilig (verkeersveiligheid en sociale veiligheid (zichtbare of voelbare criminaliteit/vandalisme, verlichting, donkere hoeken); zijn er geen objecten in de openbare ruimte die voetgangersstromen onnodig belemmeren waardoor de 1,5 meter in het gedrang komt)?
- Voorziet het gebied in comfort en gemak (zitgelegenheden, sanitaire voorzieningen, handenwas- en desinfectieunits); niet direct voor langer verblijf maar wel om een gastvrij bezoek te ondersteunen;

- Leidt expeditie en bevoorrading niet tot conflicten met de winkelfunctie en bezoekersstromen (expeditiestraat of -hof, gebruik van venstertijden)?

5. Attractief

- Zijn er uniforme openingstijden (duidelijke communicatie, overdag/koopavond/koopzondag)?
- Dragen de openingstijden bij aan spreiding van bezoekers in tijd en ruimte?
- Presenteert het gebied zich als één geheel door middel van aankleding, promotie, merk/branding?
- Zijn het kwaliteitsniveau en de uitstraling van de (winkel- en horeca)voorzieningen op orde?
- Heeft de gebouwde omgeving een aantrekkelijke uitstraling (historische panden, moderne bouw versus gedateerd en vervallen)?
- Is de uitstraling en inrichting van de openbare ruimte op orde (uniform beeld, rust etc.)?
- Is er vermaak aanwezig voor verschillende doelgroepen, bijvoorbeeld ook voor kinderen en jeugd?
- Zijn er extra voorzieningen aanwezig zoals bagagekuisjes, muziek, cityhosts, shoppingmaps?
- Worden er verrassingen geboden in de vorm van tijdelijke gebeurtenissen en evenementen, pop-ups en dergelijke en zijn die in het gebied duidelijk leesbaar/vindbaar?
- Zijn er nieuwe/vernieuwende concepten zoals conceptstores, mengvormen/blurring, foodmarkt etc?
- Zijn er beeldbepalende/bijzondere elementen/landmarks aanwezig in het gebied?
- Heeft de leegstand een dominante rol in het gebied (is er "veel" leegstand en hoe zichtbaar is deze, hoe lang is dit al, concentreert deze zich in de randgebieden/aanloopgebieden of ook in het A1 winkelgebied)?