



Gemeente
Coevorden

Postadres:
Postbus 2
7740 AA Coevorden
Telefoon 14 0524
Fax 0524-598555
info@coevorden.nl
www.coevorden.nl

Bezoekadres:
Kasteel 1
7741GC Coevorden

Aan de raad van de gemeente
Coevorden

Uw brief 27 mei 2026
Afdeling/Team Leefbaarheid
Behandeld door R.M. Haak - van den Berg
Kenmerk 34817-2026:414370
Bijlage(n)
Coevorden 17 augustus 2026
Onderwerp Beantwoording schriftelijke vragen inzake Stadsvisie/Kansenkaart
Binnenstad

Verzenddatum:

25 AUG 2026

Geachte leden van de raad,

Naar aanleiding van de door fractie Pro Coevorden gestelde schriftelijke vragen d.d. 27 mei 2026, betreffende Stadsvisie/ Kansenkaart Binnenstad, treft u hieronder de beantwoording aan.

Vragen

1. Visie op de binnenstad

Beschikt de gemeente over een actuele en concreet uitgewerkte visie op de ontwikkeling van de binnenstad, inclusief het ondernemerschap en de economische functie daarvan?

De gemeente Coevorden beschikt over een visie op de ontwikkeling van de binnenstad, waarin ook aandacht is voor ondernemerschap en de economische functie. Deze visie komt naar voren in verschillende beleidsstukken, namelijk de Centrumvisie, de Positionering van de Centrumstraten en de Merkidentiteit "Stad van Strijd".

In de Centrumvisie wordt de binnenstad in hoofdlijnen beschreven als een aantrekkelijk verblijfsgebied, waarin functies zoals detailhandel, horeca en dienstverlening elkaar versterken. Hierin wordt expliciet ingezet op het versterken van de economische vitaliteit, het aantrekken van bezoekers en het ondersteunen van ondernemers. De visie richt zich daarmee niet alleen op ruimtelijke ontwikkeling, maar ook op het stimuleren van een toekomstbestendig ondernemersklimaat.

De Positionering van de Centrumstraten vormt een verdere concretisering van deze visie. In dit document wordt onderscheid gemaakt tussen verschillende typen straten en gebieden, zoals kernwinkelgebieden en aanloopstraten. Hiermee geeft de gemeente richting aan waar bepaalde functies gewenst zijn en hoe economische concentratie kan bijdragen aan een sterker centrum. Dit biedt handvatten voor ondernemers en helpt bij het tegengaan van leegstand.

De Merkidentiteit "Stad van Strijd" richt zich vooral op de profilering en beleving van Coevorden. Door een duidelijke identiteit neer te zetten, wordt beoogd de aantrekkingskracht van de stad te vergroten, wat indirect bijdraagt aan de economische functie van de binnenstad en kansen biedt voor ondernemers.

Tegelijkertijd moet worden opgemerkt dat deze beleidsstukken inmiddels enkele jaren oud zijn. Uit gesprekken met het centrummanagement blijkt dat de situatie in de binnenstad is veranderd, onder andere door ontwikkelingen in het winkellandschap, veranderend consumentengedrag en de effecten van de coronaperiode. Ook de werkzaamheden in de binnenstad hebben de afgelopen jaren invloed gehad op de beleving en aantrekkelijkheid van het centrum. Hierdoor sluiten de bestaande beleidsstukken niet op alle punten meer volledig aan bij de huidige realiteit.

Daarnaast blijkt dat het een uitdaging is om ondernemers goed mee te krijgen in de visie en positionering van het centrum. Dit vraagt niet alleen om een duidelijke en actuele koers, maar ook om

Zaaknummer: 34817-2026

actieve samenwerking, communicatie en draagvlak onder ondernemers. Daarbij dient onderzocht te worden of een actualisatie van de huidige visie nodig is, of dat een uitvoeringsagenda vanuit het perspectief van toerisme en binnenstadsontwikkeling meer passend is. Dit willen wij samen met ondernemers, het centrummanagement en andere partners verkennen.

2. Ondernemers en leegstand

Herkent het college de signalen dat nieuwe ondernemers voortijdig afhaken en dat de leegstand in de binnenstad toeneemt, en wat zijn volgens het college de belangrijkste oorzaken hiervan?

Het college herkent het beeld dat de leegstand in de binnenstad toeneemt en signaleert dat bedrijven vertrekken. Tegelijkertijd worden signalen dat nieuwe ondernemers voortijdig afhaken minder duidelijk herkend vanuit directe contacten met potentiële nieuwkomers.

Desondanks zijn er verschillende factoren die een verklaring kunnen bieden voor zowel het vertrek van bestaande ondernemers als de terughoudendheid bij nieuwe vestigingen. Zo hebben ondernemers te maken met stijgende huurprijzen, wat de financiële haalbaarheid onder druk zet. Daarnaast spelen lange en weinig flexibele huurcontracten een rol, waardoor het moeilijker wordt om risico's te beperken of tijdelijk te starten.

Ook onzekerheid over het toekomstig rendement van ondernemingen in de binnenstad draagt bij aan deze terughoudendheid. Deze onzekerheid hangt samen met bredere ontwikkelingen, zoals veranderend consumentengedrag, toenemende online bestedingen en wisselende bezoekersaantallen.

3. Gastvrijheid en aantrekkelijkheid

Hoe beoordeelt het college de gastvrijheid en aantrekkelijkheid van de binnenstad voor bezoekers, inwoners en ondernemers, en op welke wijze wordt dit structureel gemonitord? Het college beschikt momenteel niet over een structurele en periodieke monitoring van de gastvrijheid en aantrekkelijkheid van de binnenstad voor bezoekers, inwoners en ondernemers. Daardoor ontbreekt een vast meetinstrument om ontwikkelingen continu te volgen.

In het verleden zijn er wel initiatieven geweest. Op ons initiatief is er in enkele jaren geleden een bezoekerbooster georganiseerd. Dit onderzoek gaf inzicht in de bezoekersstromen én de beleving van de bezoekers bij het centrum. De uitkomsten zijn aan de ondernemers gepresenteerd, maar een vervolg heeft het toen niet gekregen. Daarnaast zijn pogingen gedaan om ondernemers te betrekken bij het versterken van de aantrekkelijkheid. Zo is horecaondernemers een traject aangeboden met een expert op het gebied van gastvrijheid en bedrijfsvoering. Hiervoor bleek echter weinig animo.

Deze ervaringen laten zien dat, hoewel er aandacht is voor het onderwerp, het nog niet structureel en breed gedragen wordt opgepakt. Tegelijkertijd wordt erkend dat het wenselijk is om hier meer grip op te krijgen, bijvoorbeeld via periodieke onderzoeken of datagedreven monitoring. Hoe we dit gaan doen moeten we nog samen met partners onderzoeken, zoals we dat altijd doen met bijvoorbeeld een CM, CHV etc.

4. Richting en keuzes (kansenkaart)

Op welke manier maakt de gemeente concrete keuzes over de gewenste invulling van de binnenstad (bijvoorbeeld winkels, horeca, wonen en dienstverlening), en is het college bereid hiervoor een duidelijke kansenkaart of vergelijkbaar instrument te ontwikkelen?

De gemeente Coevorden maakt keuzes over de invulling van de binnenstad op basis van bestaande beleidsdocumenten, met name de Centrumvisie en de Positionering van de Centrumstraten.

De Centrumvisie bevat de hoofdlijnen en zet in op een mix van functies zoals detailhandel, horeca, wonen, dienstverlening en verblijf. De Positionering van de Centrumstraten vertaalt deze visie naar een meer concrete ruimtelijke indeling, waarbij onderscheid wordt gemaakt tussen verschillende gebieden en functies.

Hiermee is sprake van sturing via beleidskaders, maar ontbreekt een integraal en visueel instrument waarin alle keuzes overzichtelijk samenkomen. Een kansenkaart kan bijdragen aan meer duidelijkheid en

toegankelijkheid voor ondernemers en vastgoedeigenaren. Of hier behoefte aan is moeten we onderzoeken met stakeholders.

5. Citymarketing

Hoe wordt citymarketing ingezet om de binnenstad aantrekkelijker te maken voor bezoekers en ondernemers, en welke concrete doelen en resultaten worden hierbij nagestreefd?

Het nieuwe college heeft het gezamenlijk oppakken van citymarketing, citydressing en de samenwerking in de binnenstad als belangrijk aandachtspunt benoemd. Op dit moment wordt onderzocht hoe deze onderwerpen samen met het centrummanagement, ondernemers en andere betrokken partijen verder vorm kunnen krijgen.

In de afgelopen periode is een aanbod gedaan aan het centrummanagement om gezamenlijk te komen tot een citymarketingplan. De gemeente heeft hiervoor al voorbereidend werk verricht. Een vervolgesprek hierover staat inmiddels gepland.

De intentie is om te komen tot een gezamenlijke aanpak met duidelijke doelstellingen, een versterkte profilering van Coevorden passend bij de merkidentiteit "Stad van Strijd", een aantrekkelijkere uitstraling van de binnenstad door middel van citydressing en een verdere versterking van de samenwerking tussen betrokken partijen. De verdere uitwerking hiervan wordt meegenomen in de programmabegroting.

Hoogachtend,
het college van burgemeester en wethouders van Coevorden

de secretaris

K. Brinks

de burgemeester

R. Bergsma