



Stichting Beter Zeist

Secretariaat:
Griffensteijnseplein 22
3703 BG Zeist
T: 06-46082657
KvKnr.:30250364
NL98 INGB 0005 8035 12
E: beterzeist@gmail.com
W: www.beterzeist.nl (oud)
W: www.beterzeist.com

Zeist, 19 maart 2021

Betreft: Inspraakreactie Ronde Tafel Raadsvoorstel verkeersmaatregelen Slotlaan – Korte Steynlaan / 18 maart 2021

Geachte raadsleden

Stichting Beter Zeist ondersteunt de inspraakreacties van Ir H.J. Hoorn en Vereniging Lyceumkwartier Zeist. Het raadsvoorstel voor alleen een onderzoek voor de herinrichting van de Slotlaan en Korte Steynlaan zal ons inziens in een breder verband moeten worden gezien en toegepast. En breder betekent niet alleen de omliggende straten en buurten, maar ook hoe de gemeente c.q. het college en de raad veel onderwerpen benadert. Onderstaand is dat laatste uitgewerkt in enkele onderbouwde stellingen. Die bieden voldoende handreikingen voor een besluitvorming die zowel inhoudelijk als procesmatig beter zal kunnen voldoen.

1 Zeist als Calimero: *Zeist probeert grotere plaatsen zoals Utrecht na te doen.* Denk de afgelopen decennia aan voorstellen over:

- *Landmarks* langs de invalswegen van Zeist en plannen voor *hoogbouw*;
- *Rondwegen* zowel om Zeist als om het centrum;
- *Permanent autoluwe gebieden en 'shared space' inrichting.*

Zeist blijkt echter keer op keer niet geschikt voor dit soort ontwikkelingen. Uit burgerpeilingen blijkt dat de meeste inwoners het dorpskarakter van Zeist en hun groene woon- en leefomgeving juist willen behouden. En het merendeel van de winkeliers zit niet te wachten op permanent autoluwe gebieden. Denk aan het zieltogende *autovrije* winkelcentrum Belcour. Wel is denkbaar dat bijvoorbeeld op zaterdag (een deel van) de Slotlaan zou kunnen worden afgesloten voor autoverkeer.

2. Zeist kijkt achteruit in plaats van vooruit. *Nieuwe ontwikkelingen worden onderschat en men vertrouwt te veel op oude concepten.*

Denk bijvoorbeeld voor het winkelcentrum aan:

- Systematisch onderschatten van de *toename van de internetverkoop*;
- Verdere *vermindering van het winkeloppervlak*: Belcour kan helemaal een woongebied worden en houdt daar dan nu al rekening mee.
- *Advisering en beleving i.p.v. verkoop* zoals t.a.v. de sterke punten van Zeist: milieu, natuur, sport en beweging, duurzaamheid en klimaat, recreatie, zorgvoorzieningen.

N.B: *Ga uit van de kwaliteiten van Zeist.* Zo kan in het centrum een gebied worden ingericht waar landelijke organisaties en bedrijven op een vaste locatie hun advisering kunnen aanbieden. Uniek in Nederland en toekomstgericht. De grondslag daarvoor is al in 2013 besproken met stakeholders in Zeist, zie de

bijlage. Die is opnieuw ingebracht voor het Actieprogramma Recreatie en Toerisme. Resultaat: weinig of geen interesse voor nieuwe mogelijkheden.

3 Zeist kijkt niet over de eigen schuttingen heen. *Zowel in het verleden als nu kijkt men naar liever een deelterrein dan naar het geheel.* Ook voor het verkeer leidt dat tot problemen. Voorbeelden:

- De verkeersmaatregelen voor de Slotlaan en Korte Steynlaan worden als *technische aanpassingen* gezien die niets te maken hebben met de omgeving. De afgelopen jaren hebben laten zien dat elke aanpassing effect heeft, ook het *gevoel* van (on)veiligheid heeft effect.
- De keuzen die maakt worden voor de inrichting van de Slotlaan hebben onvermijdelijk *precedentwerking voor de omliggende straten*.
- Waarom dan niet tegelijk *de veilige inrichting van de omgeving meenemen in het onderzoek*. Denk aan de Steynlaan, Bergweg, verkeersmaatregelen in het Wilhelminapark en het Lyceumkwartier, de Voorheuvel, de bussenloop over de Slotlaan – Weeshuislaan - Voorheuvel. Louter zeggen dat het niets met elkaar te maken heeft is na het echec van de centrumvisie ongeloofwaardig.

4 Zeist is bang voor burgerparticipatie. *Voorbeelden te over. Nog steeds is er geen participatieverordening in Zeist. Laat staan een die recht doet aan de vele voorstellen die maatschappelijke organisaties hebben gedaan. Ook van de voorbereiding en uitvoering van de centrumvisie is weinig geleerd.* Voorbeelden:

- Waarom mochten (sommige) *omwonenden wel*, maar *andere belanghebbenden niet* meedenken over een veilige inrichting van de Slotlaan en de Voorheuvel? Denk wat het laatste betreft aan degenen die bezwaar- en beroepsprocedures hebben gevoerd. Dat gebeurde wat Stichting Beter Zeist betreft niet uit eigenbelang, maar ten behoeve van de kwaliteit van de besluiten en het draagvlak daarvoor.
- Net als tijdens de uitvoering van de centrumvisie is *naar believen onderscheid gemaakt tussen groepen belanghebbenden*. Een kwalijke zaak. Nu kan ingesproken worden, maar inspraak is geheel iets anders dan participatie tijdens de ontwikkeling van een voorstel.

5 Zeist stelt verkeerde prioriteiten. *Gezien de voorgaande punten stelt de gemeente verkeerde prioriteiten zowel naar belangrijkheid als urgentie (tijdstermijn).*

Zo gaat het in dit geval voor de gemeente als wegbeheerder om het grote belang van verkeersveiligheid die dringend moet worden gewaarborgd.

Wat gebeurt er in de praktijk?

- Waarom duurde het soms *jaren* voordat een bezwaarprocedure werd afgerond, zoals over de veiligheid van de Voorheuveldoorgang en over de oversteekplaats op het kruispunt Jagerlaan/Slotlaan?
- Waarom zijn er tot nu toe nog *geen geaccepteerde voorstellen* voor de Voorheuvel, de wijkverkeersmaatregelen en de Slotlaan genomen?
- Goed besproken en geaccepteerde maatregelen hadden allang kunnen zijn uitgevoerd tijdens de coronacrisis. Nu zal de *uitvoering grotendeels pas in 2022* plaatsvinden, dus wanneer naar verwachting de winkels weer open zullen zijn. Dat zorgt opnieuw voor problemen van bereikbaarheid en omzetsdaling, dus voor verlies op verlies.
- In hoeverre gaat de gemeente een *compromis sluiten tussen verkeersveiligheid en beschikbaar budget?*

6. Deze inspraakreactie wordt vermoedelijk ter zijde gelegd. *Het is aan de raad om aan te geven dat zoiets niet moet gebeuren.* Stichting Beter Zeist heeft overigens niet de

illusie dat de formele inspraak zonder burgerparticipatie vooraf veel zal uithalen. De huidige inspraak zonder echte dialoogopzet blijkt in het algemeen helaas vooral een rituele politieke dans te zijn. En vaak moet dan de wal het schip keren, zoals ook bij de centrumvisie gebeurde waar het voorstel een direct gevolg van is.

Vriendelijke groet,



Egbert Visscher
Stichting Beter Zeist

Bijlage

Promotie Zeist e.o. / E.P. Visscher / 22-05-2013

Enkele problemen voor het winkelen

- De aantrekkelijkheid van Zeist-centrum voor de Zeistenaren vermindert en is nu netto beperkt voor de regio.
- De leegstand is duidelijk, ongeveer 8 %; dit maakt het winkelen minder aantrekkelijk. Het winkeloppervlak zal in Nederland de komende 7 jaar structureel afnemen; volgens een recent ABN-AMRO onderzoek met circa 17 % (14% van de winkels).
- De huidige aanbesteding van ingrijpende aanpassingen van de toegangswegen is gebaseerd op lage inschrijvingskosten (dus buiten de schoolvakanties) en niet op een zo kort mogelijke verstoring van de verkeersdoorstroming. Dat moet wel een ongunstige invloed hebben op de winkelomzet van Zeist Centrum.

Enkele oplossingen

- Het creëren van een zogenaamd looprondje, een bekend stokpaardje van Locatus, klopt volgens mij niet met de tegenwoordige trends van winkelen: dat is meer een netwerkgebeuren afhankelijk waar men wil dan het lopen van een vast rondje. Ook is in deze opvatting het winkelen per fiets en auto niet verwerkt. In Zeist is nog voldoende ruimte voor de auto, maar wordt in het beleid de fiets onderschat.
- De Unique Selling Points (USP's) van Zeist zijn niet voldoende onderzocht. Dat is essentieel omdat Zeist tussen de grote fun shop centra ligt van Utrecht en Amersfoort. De financiële onderbouwing van een toename van 10 % omzet vanuit de regio is meer een vorm van wensdenken dan op realiteit gebaseerd, tenzij Zeist speciale USP's kent. De USP's van Zeist zouden natuur/duurzaamheid en zorg/sport kunnen zijn, gezien vele instellingen op deze terreinen in en om Zeist.

Uitwerking

- Promotie die gericht wordt op de vele medewerkers en studenten van de universiteit en hogescholen en UMC in de Uithof en idem van de medewerkers van grote kennisinstellingen zoals TNO, RIVM (Bilthoven) en landelijke en regionale instellingen op het gebied van Sport, natuur en welzijn.
- Promotie gericht op de USP-thema's van Zeist. Wanneer je aan Zeist denkt zou het niet alleen moeten gaan om de gebouwde omgeving Slot/Slotlaan (gebouwde omgeving en historie), maar vooral om thema's: bos/natuur, duurzaamheid, zorg en sport. Van de Zeister bossen, de KNVB en het WNF heeft iedereen gehoord en de associaties met bos, lustwarande en sport bestaan al. Te denken valt aan jaarlijks terugkerende (week)evenementen voor groen/natuur (zomer), duurzaamheid (herfst), zorg (winter) en sport en beweging (voorjaar).
- Houden van speciale actiedagen/weken met de betreffende instellingen en Figi/Slot/bedrijfsleven en het organiseren van arrangementen voor de doelgroepen.
- Helpen creëren van grotere winkelruimten voor duurzaamheid/natuur en zorg/sport in overleg met de betreffende instellingen, die daarmee hun visitekaartje presenteren en direct contact onderhouden met de 'gewone' burgers.
- Vergeet de toegankelijkheid van Zeist niet en het faciliteren van het fietsvervoer. In Amsterdam Centrum gaat 70 % van het vervoer per fiets. Daar wordt nu het verkeersbeleid per straat vooral gericht op een type hoofdvervoer (i.t.t. bijv. de Oude Arnhemseweg!).
- Amsterdam, met zijn internationale uitstraling, beschouwt de regio t/m Haarlem, de bollenvelden, Volendam/Marken, Zaanstreek etc. ook tot zijn werkterrein en laat dat in zijn promotie blijken. De organisatie "BV Amsterdam Tourist Office (ATO/VVV Amsterdam) – Amsterdam marketing" en die van Rotterdam, waar de ANWB de hoofdrol speelt, zijn goede voorbeelden hoe de promotie succesvol kan worden uitgevoerd. De VVV's van de omliggende plaatsen/streken van Amsterdam vinden dat prima, omdat daar de promotie vanuit Amsterdam veel extra inkomsten genereert voor ondernemingen en instellingen.

Hoe is het wat dat betreft gesteld met Zeist? Toen ik nog een tiental jaren geleden de VVV's in Nederland visiteerde, trof ik in Zeist ik een behoudende en weinig geïnspireerde VVV (restant) aan die niet aan de minimumeisen voldeed.

Kunnen de VVV's rondom Utrecht niet op dezelfde manier gebruik maken van de promotie via de Utrechtse VVV d.m.v. een Utrecht Promotie? (naam verwijst immers ook naar de provincie). De STAD Utrecht heeft ook een steeds beter wordende naamsbekendheid op toeristisch gebied: het is nu toeristisch de derde stad in Nederland na Amsterdam en Maastricht. Louter een onderlinge verwijzing of een vrijblijvende samenwerking voor een project volstaat niet. Mijns inziens zou Zeist de eerder voorgestelde promotie vanuit de stad als extra ondersteuning moeten zien (dus niet als bedreiging). Die indruk heb ik echter beslist niet na een recent contact met de VVV. De VVV denkt vooral in enkele evenementen, terwijl het vooral structureel om een sterke promotie zou moeten gaan. Daar kan Zeist niet alleen voor zorgen.