

1. Algemene tevredenheid over het centrum

- **Meer dan de helft (52 respondenten)** vindt de huidige verhouding tussen winkels, horeca, wonen en cultuur aantrekkelijk.
- De **balans wordt positief gewaardeerd**, maar veel respondenten geven aan dat er ruimte is voor verbetering, vooral op het gebied van horeca en cultuur.

2. Horeca en winkelaanbod

- Veel inwoners **missen een schoenenwinkel, meer daghoreca**, en een **gezellige horecaplein** met terrassen, vooral aan het water.
- Ook genoemd: **groenteboer, ijssalon, juwelier**, en **meer gevarieerde eetgelegenheden** zoals een lunchroom of brasserie.
- De **Treemter** wordt als verouderd gezien; er is brede steun voor een **nieuw cultureel centrum**.

3. Wonen en leefbaarheid

- Bezorgdheid over **toename luxe appartementen** op plekken waar nu nog voorzieningen zijn, wat mogelijk leidt tot **verminderde leefbaarheid** en **weinig betaalbare woningen voor jongeren**.
- **Jongerenvoorzieningen ontbreken**, zoals een jeugdsoos of ontmoetingsplek.

4. Toerisme

- Balk wordt gewaardeerd om haar ligging tussen **bos en water**, met **authentieke uitstraling** (de Luts, historische panden, kleinschaligheid).
- **Autoluw maken van het centrum**, met name de **Van Swinderenstraat**, wordt vaak genoemd als belangrijke stap om de toeristische aantrekkelijkheid te vergroten.
- Belangrijke gemiste kansen: **geen camping, weinig camperplekken**, weinig horeca die 's avonds open is.

5. Inrichting en uitstraling van het centrum

- **45 respondenten** zijn tevreden over de uitstraling van de panden, maar er is kritiek op **te moderne gevels (zoals Kruidvat)** en **slordige bloembakken**.
- Voorstellen zijn o.a.: gevelstimuleringsbeleid, grote vaste plantenbakken, meer groen, kunst of straatmuziek in het centrum.

6. Verkeer en parkeren

- Grote meerderheid (**eens 47 stemmen/ oneens 15 stemmen en 5 geen mening**) pleit voor **autovrije of autoluwe Van Swinderenstraat**, zeker in de zomer.
- Voldoende parkeerplaatsen in directe omgeving, dus **parkeren in de winkelstraat is niet nodig**.
- Ideeën: betere bewegwijzering, parkeerregulering, flexibele afsluiting (bijv. 's middags of tijdens toeristisch seizoen).

7. Gastvrijheid en marketing

- Balk kan toeristen beter binden door verbeteringen op vier vlakken:
 - **Fysieke ruimte:** terrassen, inrichting centrum.
 - **Aanbod:** horeca, cultuur, winkels.
 - **Gastvrijheid:** klantvriendelijkheid, duidelijke informatie.
 - **(Online) marketing:** betere zichtbaarheid, dorpswebsite.

8. Toekomstige aandachtspunten

- **Culturele functies behouden in het centrum (totaal 8 opmerkingen hierover van de totaal 67 antwoorden)**, niet verplaatsen naar AZC-terrein.
- Kritiek op plannen rond **Treemter, Haskeplein en sporthal**: sport en cultuur liever gescheiden, beide in centrum houden.
- Aandacht voor **leegstand**, opvolging van ondernemers, behoud lokale zelfstandige winkels.
- Ideeën voor levendigheid: **weekmarkten in winkelstraat, muziekavonden, meer watersportgerelateerde winkels.**

Conclusie

De respondenten tonen grote **betrokkenheid bij het centrum van Balk**. Ze zijn grotendeels tevreden, maar **zien duidelijke kansen voor verbetering**, met name:

- **Herinrichting van de Van Swinderenstraat** (autoluw, meer ruimte voor horeca en voetgangers),
- **Versterking van horeca en cultuur**,
- **Behoud van sociale functies en levendigheid** in het centrum,
- En een roep om meer **toegankelijke informatie en gastvrijheid** voor toeristen.

Wil je dat ik deze samenvatting omzet in een rapport, presentatie, of iets anders?