



Experiment Aangename aanloopstraten

Eindrapportage

Uitgave

Platform31

Den Haag, november 2016

Auteur: Barbara Heebels en Suzanne van Dusseldorp (Platform31)

Redactie: Arjan Raatgever (Platform31)

Coverfoto Alkmaar: Astrid Kockelkoren

Beeld

Foto's: Astrid Kockelkoren en Kai van Hasselt

Illustraties: Kate Snow

Kaart pagina 12: AZ Grafisch serviceburo b.v.

Platform31

De gezamenlijke ruimte waar mensen wonen, werken en samenleven is het domein van Platform31. We zitten bovenop maatschappelijke ontwikkelingen, zien waar het gaat schuren en onderzoeken wat nodig is om problemen op te lossen. We verbinden beleid, praktijk en wetenschap om tot een aanpak te komen waarmee bestuurders, beleidsmakers en uitvoerders direct aan de slag kunnen.

Postbus 30833, 2500 GV Den Haag

www.platform31.nl

Inhoudsopgave

Samenvatting en conclusies	5
Inleiding	11
1.1 Aanleiding	11
1.2 Het experiment	12
1.3 Resultaat en leeswijzer	13
2 Analyse van de context	15
2.1 Ruimtelijke en economische ontwikkelingen	15
2.2 Kenmerken straat	16
2.3 Stakeholders	24
3 Inzicht in de urgentie	26
3.1 Mate van leegstand	26
3.2 Politieke context	26
4 Opstellen van een visie	31
4.1 Visie ontwikkelen met 'coalition of the willing'	31
4.2 Inkadering: belang centrum- en structuurvisie	31
4.3 Visievorming	34
4.4 Afstemming verschillende domeinen	36
4.4.1 Investeren in de stenen	36
4.4.2 Investeren in de identiteit	39
4.4.3 Investeren in mensen	40
5 Ontwikkelen van een strategie	43
5.1 Een probleem- of kansgerichte aanpak	43
5.2 Voorwaarden scheppen, sturen en aanjagen	43
5.3 Sturende rol: wortel versus stok	44
5.4 Aanjagende rol: gemeente en/of andere partijen	46
6 Plan van aanpak en instrumenten	48
6.1 Opstellen plan van aanpak en uitvoer instrumenten	48
6.2 Procesmatige instrumenten	50
6.2.1 Oliemannetje (m/v): derde partij inschakelen om vraag en aanbod af te stemmen	50
6.2.2 Win een winkel: uitzetten prijsvraag of startersregeling in samenwerking met marktpartijen	52
6.3 Juridische instrumenten	52
6.3.1 Bestemmingsplan	52
6.3.2 Leegstandsverordening	53
6.3.3 Verlichte regels	54
6.4 Financiële instrumenten	56

6.4.1 Subsidieregelingen	56
6.4.2 Uitvoeringsregeling subsidie herstructurering en intelligent ruimtegebruik bedrijventerreinen	57
6.4.3 Regelingen voor (door)startende ondernemers (i.s.m. andere partijen)	58
6.5 Fysieke instrumenten	58
6.5.1 Faciliteren transformatie winkel naar wonen/andere functie	58
6.5.2 Kwaliteitsimpuls aan de openbare ruimte geven	58
6.5.3 Investeren in parkeren	60
6.6 Overkoepelende instrumenten	61
6.6.1 Stedelijke herverkaveling en vereveningsfonds	61
6.6.2 Gebiedsmarketing	61
7 Aanbevelingen	63
8 Bijlage: lokale analyses	65
8.1 Alkmaar: Laat-Oost, Limmerhoek	65
8.2 Castricum: Dorpsstraat, Torenstraat	69
8.3 Cuijk: Molenstraat	74
8.4 Den Haag: Boekhorststraat	78
8.5 Den Helder: Spoorstraat	83
8.6 Helmond: Noordzijde Markt en Marktstraat	87
8.7 Hilversum: Havenstraat	91
8.8 Parkstad Limburg	95
8.9 Schiedam: Hoogstraat	99
8.10 Zaanstad: Westzijde	103

Samenvatting en conclusies

Aanleiding en doelstelling

De leegstand van winkels in de binnenstad groeide de afgelopen jaar door conjuncturele én structurele sociaaleconomische veranderingen. Vooral aanloopstraten – de straten naar het kernwinkelgebied toe – hebben relatief veel te maken met groeiende leegstand. Als reactie op de dalende vraag naar winkelvastgoed zetten veel gemeenten in op een compactere binnenstad. Dit brengt de uitdaging met zich mee: wat te doen met de aanloopstraten? Deze zouden immers, geheel of gedeeltelijk van (winkel)functie moeten veranderen om de retail in een compact centrum te kunnen concentreren.

Het experiment Aangename aanloopstraten is een praktijkexperiment van Platform31 en tien experimentpartners, in samenwerking met de Rijksdienst voor Cultureel Erfgoed, bureau Matthijs de Boer Stedenbouw b.v. (mdbs) en diverse externe experts. Het experiment is financieel mede mogelijk gemaakt door het Ministerie van Binnenlandse Zaken en het G32-Stedennetwerk. Het doel van het experiment was om inzichten op te doen over de strategieën die door verschillende stakeholders ingezet kunnen worden om aanloopstraten tot ontwikkeling te brengen. Hierin stonden de volgende vragen centraal:

- Welke functies kunnen de dominante retailfunctie aanvullen of (op termijn) vervangen?
- Op welke wijze en met welke partijen kun je 'verkleuring' van een aanloopstraat van de grond krijgen?
- Hoe kom je tot een goede analyse, visie en plan van aanpak voor een aanloopstraat?
- Welke instrumenten (van welke typen) zijn specifiek voor de aanpak van aanloopstraten interessant?

5

We hebben zoveel mogelijk kennis over deze vragen verzameld tijdens gesprekken op locatie bij de tien experimentpartners – Alkmaar, Castricum, Cuijk, Den Haag, Den Helder, Helmond, Hilversum, Schiedam, Zaanstad en Parkstad Limburg – en door presentaties, discussies en workshops tijdens plenaire bijeenkomsten. Tijdens deze bijeenkomsten was ook voortdurend ruimte voor tussentijdse uitwisseling van dilemma's wat betreft aanloopstraten.

Geen aanpak zonder analyse en visie

Tijdens het experiment werd zichtbaar dat veel gemeenten in eerste instantie vooral gericht waren op *hoe*-vragen. Vragen als: 'Hoe zorgen we dat eigenaar X zijn leegstand oplost?' en 'Hoe overtuigen we ondernemers om naar het kernwinkelgebied te verhuizen?'. De achterliggende *waarom*- en *wat*-vragen werden daarbij wel eens overgeslagen: 'In welke richting willen we eigenlijk dat deze straat ontwikkelt en is dat reëel gezien de trends en ontwikkelingen?', 'Hoe verhoudt deze aanloopstraat zich tot het kernwinkelgebied?', 'Waarom is de leegstand op deze plek en dit moment eigenlijk problematisch?' et cetera. Kortom, veel gemeenten waren op zoek naar een aanpak, zonder scherpe analyse en gedragen ontwikkelrichting voor de straat.

Naarmate het experiment vorderde, groeide de consensus dat het – met name voor de middellange en lange termijn – effectiever is om eerst een coherente analyse te maken van ontwikkelingen die in en voor een aanloopstraat relevant zijn. Kijk daarbij breed. Dus niet alleen naar fysieke zaken (zoals de openbare ruimte) en (problemen in) de retailsector, maar ook naar ontwikkelingen in domeinen die mogelijk onderdeel van de oplossing kunnen zijn: wonen, horeca, dienstverlening, zorg, zzp'ers/bedrijvigheid et cetera. Een analyse is het minste wat je nodig hebt om effectieve maatregelen

in een plan van aanpak te kunnen opnemen. Beter is het om na de analyse een *visie* voor de aanloopstraat te ontwikkelen, met daarin de (contouren van) toekomstkeuzes voor de straat. Dit creëert duidelijkheid voor partijen die overwegen om in de straat te investeren. Betrokkenheid van en draagvlak bij stakeholders uit de straat en de bredere stad – zoals vastgoedeigenaren, ondernemers en bewoners – maken de visie sterker en een daaropvolgende aanpak kansrijker. Het is uiteraard aan te raden om een straatvisie altijd te ontwikkelen binnen de kaders van een bredere binnenstadsvisie (indien aanwezig).

Een aanloopstraat ontwikkel je in vijf stappen

Gaandeweg het experiment werd steeds duidelijker dat een zorgvuldig proces met stakeholders in en bij de straat een cruciale randvoorwaarde is om een aanloopstraat tot (door)ontwikkeling te brengen. Uit de expertmeetings en gesprekken op locatie kwamen **vijf stappen** naar voren. Deze stappen vormen samen het ideaaltypische proces voor de (door)ontwikkeling van een aanloopstraat en geven procesmatige handvatten voor stakeholders die met ‘hun’ aanloopstraat aan de slag willen. In praktijksituaties hoeven deze stappen niet altijd in deze volgorde of in volledigheid te worden doorlopen, of is er overlap tussen de stappen.

De vijf stappen zijn:

1. Analyse van de **context**
2. Inzicht in de **urgentie**
3. Opstellen van een **visie**
4. Ontwikkelen van een **strategie**
5. Plan van **aanpak** (inclusief inzet instrumenten)

6

Trends en ontwikkelingen (op hogere ruimtelijke schaalniveaus)



1. Analyse van de context

Om tot een visie, strategie en aanpak te kunnen komen, is het belangrijk om te starten met een analyse van de context waarin de betreffende aanloopstraat functioneert. Die context bestaat uit sociale, economische, ruimtelijke en organisatorische factoren. En is zeer bepalend voor de toekomstige mogelijkheden van een aanloopstraat.

Context wat betreft retail

Wanneer je kijkt naar het retailpotentieel zijn de verschillen tussen aanloopstraten groot. Veel aanloopstraten in middelgrote steden kennen nu al een hoge winkelleegstand, die bij ongewijzigd beleid nog verder zal groeien. Kleine en middelgrote steden ondervinden op retailvlak veel concurrentie van de grotere steden. Historische binnensteden doen het op retailvlak door de bank genomen beter dan nieuwere en meer perifeer gelegen binnensteden. Ook de demografische samenstelling is zeer bepalend voor het retailpotentieel (vooralsnog is het zo: hoe jonger de inwoners, hoe meer winkels in de binnenstad).

Potentie voor andere functies

Ook wat betreft de potentie voor andere functies die mogelijk de wegvallende retail in aanloopstraten kunnen vervangen, zijn de verschillen tussen aanloopstraten in het land groot. In groeiende steden, met relatief veel jongere en goedverdienende inwoners, zijn horeca- en werkplekformules interessante vervangende functies in aanloopstraten. In krimp- of anticipeergebieden ligt het toevoegen van nieuwe functies minder voor de hand (door ruimteoverschot en vraaggebrek) en is functieverdunning wellicht een betere optie. In steden die daar tussenin zitten, zie je dat het vervangen van de winkelfunctie door wonen (ook op de begane grond) in sommige gevallen een interessante strategie is, in ieder geval op middellange en langere termijn.

Ruimtelijk-economische context

Inzicht in de ruimtelijk-economische kenmerken van een aanloopstraat is van belang. Op basis van de stedenbouwkundige analyses van Matthijs de Boer Stedenbouw b.v. (mdbs) zijn aanloopstraten wat hun ligging in de stad betreft ruwweg in drie typen te verdelen:

- Aanloopstraten midden in het centrum;
- Aanloopstraten als verbinding tussen station en kernwinkelgebied;
- Aanloopstraten buiten het centrum, die het centrum van een andere kant benaderen.

7

Deze verschillende typologieën aanloopstraten leiden tot andere opgaven in het heden en andere kansen voor de toekomst. In de 'centrumaanloopstraten' ligt de urgentie van leegstandsbestrijding hoger, zijn er veel kansen voor vervangende functies, maar liggen (gewenste) huren vaak ook relatief hoog. Dit vormt voor sommige ondernemers of alternatieve functies een drempel. De 'stationsaanloopstraten' hebben het voordeel van relatief veel *traffic*, maar hebben vaak te maken met zeer versnipperd eigendom. 'Buitencentrumse aanloopstraten' hebben vaak een lagere politieke urgentie en minder potentie voor transformatie naar retail-, horeca- of werkplekken. Deze straten zijn echter eenvoudiger tot woon- of stadsstraat te transformeren.

Daarnaast is het voor de retail- en horecafuncties relevant om een inschatting te maken wat de concurrentiepositie van de aanloopstraat is ten opzichte van andere winkel- en horecagebieden in de stad en de regio. Welke plaats neemt de straat in de regionale detailhandels- en horecastructuren?

Fysieke context

De fysieke inrichting van aanloopstraten is zeer bepalend voor hun toekomstpotentie. Denk daarbij aan kenmerken als straatbreedte, autoluw of niet, parkeergelegenheid in de straat of niet, pandbreedte, pandhoogte, pandoppervlakte et cetera. In brede aanloopstraten is veel ruimte voor (terras)uitstallingen, maar ontbreekt het van nature aan intimiteit. Autoverkeer zorgt voor een meer stedelijk karakter en verbeterde bereikbaarheid (voor sommige doelgroepen), maar gaat ten koste van de verblijfskwaliteit. In smallere straten creëer je makkelijker 'sfeer', maar vechten functies om ruimte. Meerdere gemeenten

worstelen met het inrichten van parkeren bij transformaties van winkels naar wonen. Grote leegstaande (winkel)panden zijn vaak lastiger met een winkel in te vullen (want: een relatief hoge investering is nodig), maar maken wel eenvoudiger grootschalige transformaties naar woningen of andere functies mogelijk.

2. Inzicht in urgentie

De mate van lokaal gevoelde urgentie om een aanloopstraat actief aan te pakken, hangt in eerste instantie vaak één op één samen met de mate van de winkelleegstand. Deze is dus vooral probleemgericht. Bij een procent of twintig gaan er in de media en politiek alarmbellen rinkelen, zeker als die lege panden bij elkaar in de buurt zitten en/of er bekende panden bij zijn. In het experiment valt op dat de staat van de aanloopstraten in lokale debatten over de toekomst van de binnenstad relatief weinig aandacht krijgt. De staat van het kernwinkelgebied wordt met veel meer nadruk besproken. Hierdoor blijft de urgentie bij het aanpakken van aanloopstraten relatief laag.

Bij de hoogte van de urgentie speelt naast de *feitelijke* situatie in een aanloopstraat uiteraard ook de lokale politieke context een rol. Net als de aan- of afwezigheid van krachtige stakeholders uit het private domein (met name ondernemers, vastgoedeigenaren, projectontwikkelaars of woningcorporaties), die op een overtuigende manier aan de bel trekken. Om goed inzicht in de urgentie en hoe deze ervaren wordt te krijgen, is het verstandig om het stakeholderveld en de belangen die zij vertegenwoordigen door middel van enkele gesprekken schetsmatig in beeld te brengen.

Wat gedurende het experiment zichtbaar werd, is dat de aanvankelijke *probleemgerichte* urgentie in sommige gevallen kan omslaan naar een meer *kansgerichte* urgentie, op het moment dat vanuit de contextanalyse langzaam kansrijke ontwikkelrichtingen helder worden. Dit proces verloopt echter traag en vindt lang niet op alle plekken plaats.

3. Opstellen visie

Met inzicht in de context en de urgentie kan de stap worden gezet naar het opstellen van een visie: wat zou de toekomstige (dominante) functie van deze aanloopstraat kunnen zijn en hoe zien de stappen daar naartoe er uit?

In functionele zin zijn op hoofdlijnen drie mogelijkheden te onderscheiden:

- Consolideren/revitaliseren van bestaande (retail)functies;
- Concentreren van retail/'kleur versterken': een deel van de straat behoudt de winkelfunctie, uit andere delen van de straat (en omliggende omgeving) worden winkels naar dit straatdeel gehaald;
- Afbouwen van retail (geheel of gedeeltelijk). Ook wel: 'de straat van kleur laten verschieten'. De straat in zijn geheel verandert geleidelijk van een dominante retailfunctie, naar een dominante andere functie of mix van functies.

Investeer in mensen

Bij het vormen van een visie voor een aanloopstraat zijn er enkele belangrijke proceskeuzes die vroeg in het proces gemaakt moeten worden. Krijgt de visie meer het karakter van een stedenbouwkundig plan (*investeren in stenen*), gebiedsmarketing (*investeren in identiteit*) of een samenwerkingsmodel tussen stakeholders (*investeren in mensen*)? Of moet dat *alles* in de visie staan?

Uit het experiment kwam naar voren dat een goede mix belangrijk is, maar het investeren in mensen hoe dan ook een cruciale randvoorwaarde is om tot een goede, aantrekkelijke toekomstvisie te komen

en leidt tot een scherpe strategie en realistisch plan van aanpak. In veel aanloopstraten is de zoektocht gaande naar een 'coalition of the willing': een groep van stakeholders die zich (al dan niet voor langere tijd) voor de ontwikkeling van de straat in wil zetten. Zeker in een vroeg stadium is het namelijk niet reëel en wenselijk om te denken dat iedere stakeholder in een aanloopstraat meedraait in een visievormingsproces.

4. Ontwikkeling strategie

Rolverdeling publiek-privaat

De deelnemende gemeenten menen dat het belangrijk is om op te passen dat de verantwoordelijkheid voor de doorontwikkeling van de aanloopstraat niet alleen bij de gemeente gelegd wordt. De gemeente is vanuit haar maatschappelijke, verkeerskundige en juridisch-planologische rol een belangrijke stakeholder, maar kan de proces- en investeringskracht niet leveren om een aanloopstraat eigenhandig nieuw leven in te blazen. Daarvoor zijn ook private partijen en investeringen voor nodig. Dit moet je als gemeentelijke organisatie voortdurend duidelijk blijven maken aan de stakeholders die bij de straat betrokken zijn, en aan de stad in bredere zin. Meerdere gemeenten kiezen er wel voor om 'het goede voorbeeld' aan private stakeholders te geven, bijvoorbeeld door een visievormingsproces te coördineren, door investeringen in de openbare ruimte te plegen of subsidies te verstrekken, bijvoorbeeld voor verplaatsing van ondernemingen of het opknappen van gevels.

Voorwaarden scheppen, sturen en aanjagen

Gemeenten hebben verschillende rolopvattingen in de aanpak van aanloopstraten: voorwaardenscheppend, sturend/regisserend of begeleidend/aanjagend. De experimentpartners keken bij de start van het experiment vooral naar mogelijkheden om voorwaardenscheppend en sturend op te treden, bijvoorbeeld door regelgeving, subsidies en/of boetes. Hierbij was de belangrijkste discussie of men 'de wortel' of 'de stok' moest hanteren, dat wil zeggen: instrumenten inzetten die goed gedrag stimuleren of die slecht gedrag bestraffen. De meeste experimentpartners zien meer in het belonen van goed gedrag. Dit sluit ook beter aan bij een kansgerichte benadering: winkelleegstand in aanloopstraten is niet alleen een probleem, maar schept ook nieuwe mogelijkheden voor de toekomst van de straat. Wat en wie zijn nodig om deze mogelijkheden te realiseren? Hoe zijn deze partijen te verleiden tot investeringen? In enkele aanloopstraten met een hoge mate van urgentie, staan zowel problemen als kansen centraal en wordt gekozen voor een combinatie van wortel en stok.

9

Gedurende het experiment drong bij de experimentpartners steeds meer door dat er een partij móet zijn die het (door)ontwikkelingsproces van een aanloopstraat actief aanjaagt. Dat gaat niet vanzelf. In sommige gevallen zijn er private partijen aanwezig die deze rol op zich nemen, of loopt er een capabele centrummanager rond die dit erbij pakt. In veel gevallen wordt er voor deze rol echter naar de gemeente gekeken. Veel gemeenten kiezen ervoor om een externe partij opdracht te geven, als onafhankelijke partij, die het proces aanjaagt.

5. Plan van aanpak en inzet instrumenten

Als er een visie en strategie zijn ontwikkeld, kan door (of in opdracht van) de betrokken stakeholders een plan van aanpak worden opgesteld. Hierin staan de concrete maatregelen en instrumenten genoemd die worden ingezet ten behoeve van de (door)ontwikkeling van de aanloopstraat. De experimentpartners pleiten daarbij voor het werken met werkgroepen voor verschillende thema's, zodat de aanpak per thema duidelijke (mentale) eigenaars krijgt.

Instrumenten

Tijdens de bijeenkomsten en gesprekken in de loop van het experiment zijn een grote hoeveelheid instrumenten aan bod gekomen die ontwikkeling van een aanloopstraat kunnen bevorderen. Door de sterke focus op het proces, dat wil zeggen: stappen naar de inzet van instrumenten toe, zijn niet in alle deelnemende gemeenten al veel concrete (juridische) instrumenten ingezet. Vooral instrumenten met een juridische component vragen veel voorbereidingswerk en hebben een lange implementatietijd.

Er zijn wel veel procesinstrumenten ingezet en subsidies of verleidingsacties opgezet om eigenaren en/of ondernemers te motiveren tot het organiseren van wenselijke initiatieven. Drie instrumenten kwamen naar boven als in het bijzonder kansrijk voor de aanpak van aanloopstraten: 'het oliemannetje', ofwel: het inzetten van een derde partij om vraag en aanbod op elkaar af te stemmen; het verstrekken van subsidies ten behoeve van kleinschalige verbeteringen en gebieds-/straatmarketing. Ook stedelijke herverkaveling in combinatie met een vereveningsfonds is veelbelovend op de langere termijn, maar blijkt in de praktijk nog lastig te realiseren.

Het oliemannetje (m/v)

Het inzetten van een derde partij voor de afstemming van vraag en aanbod, heeft in verschillende gemeenten gezorgd voor het terugbrengen van de leegstand. Het voordeel van het inschakelen van een externe partij is dat deze zich specifiek kan richten op vastgoedbemiddeling. En deze ook ondersteunende taken kan verrichten, zoals het coachen van ondernemers, het bemiddelen in de huurvoorwaarden of *branding* van de straat. Daarnaast kan een onafhankelijke partij met de juiste kennis en netwerken/netwerkvaardigheden er voor zorgen dat er vertrouwen wordt opgebouwd. Belangrijk is wel dat er een duidelijke opdracht wordt geformuleerd; gaat het specifiek om afstemmen van vraag en aanbod of is de opdracht breder. Ook kan er gekozen worden voor het eerst zoeken naar tijdelijke invulling van panden met doorgroeimogelijkheden naar vast, of gelijk op vaste verhuur worden ingezet.

10

Subsidies

Voor de revitalisering en herstructurering van aanloopstraten kunnen gerichte subsidieregelingen worden ingesteld. Veel gemeenten hebben bijvoorbeeld een subsidieregelingen voor gevelaanpakken ingericht. Dit kan als vliegwiel fungeren voor de verdere aanpak van de straat en het betrekken van eigenaren hierbij. Ook voor het transformeren van panden naar woningen of het realiseren van wonen boven winkels kunnen subsidies worden verstrekt. Dit vraagt om grotere financiële investeringen en zal met name bij een hogere urgentie worden ingezet. Provincies kunnen hier een aanjagende rol in spelen. Waar financiële bijdragen voor de herstructurering van bedrijventerreinen al jaren gebruikelijk zijn bij veel provincies, kunnen dergelijke subsidies ook verstrekt worden om transformatie van aanloopstraten te stimuleren. Zeker na het tekenen van Provinciale retaildeals¹, waarin provincies toezeggen om de regie te pakken in het terugdringen van de winkelleegstand.

Gebiedsmarketing

Tot slot is het actief inzetten op de identiteit van de straat door middel van gebiedsmarketing een waardevol instrument. Dit kan op verschillende manieren worden vormgegeven. Belangrijk hierbij is dat de uniciteit van de aanloopstraat wordt benadrukt en dat de gekozen identiteit aansluit bij de (nieuwe) functies van de aanloopstraat.

¹ <https://www.rijksoverheid.nl/actueel/nieuws/2016/10/05/minister-kamp-ondertekent-provinciale-retaildeals>

Inleiding

1.1 Aanleiding

De winkelleegstand in de binnenstad groeit door zowel economische conjunctuur als maatschappelijke veranderingen. Mensen hebben enige jaren minder te besteden gehad, geven steeds meer uit aan diensten, kopen meer online en bezoeken de binnenstad minder vaak. Er zijn grote verschuivingen in het retaillandschap zichtbaar. Het faillissement van winkelketens zoals Vroom&Dreesman, maar ook de teruglopende omzet bij kleine middenstanders in de binnenstad getuigen hier van. Niet alleen wordt er meer online gekocht, winkelend publiek gaat ook vaker naar grotere retaillocaties aan de rand van of buiten de stad.

Voor al aanloopstraten – de straten naar het kernwinkelgebied toe – hebben te kampen met veel leegstand. Naast de al genoemde factoren speelt in deze straten ook de onzekere opvolging van veel kleine zelfstandige winkeliers een rol: veel winkeliers bereiken de pensioenleeftijd maar hebben geen opvolger en kunnen ook geen geschikte koper voor hun winkelpand vinden. Zichtbare leegstand in aanloopstraten – in sommige straten betreft dit één op de drie winkelpanden – heeft een negatieve impact op de omgeving. Er dreigt verloedering van de straat en dit straalt ook af op de binnenstad als geheel. Als reactie op de dalende vraag naar winkelvastgoed zetten veel gemeenten in op een compactere binnenstad waarin retail zich concentreert in een beperkt aantal straten. Dit brengt de uitdagingen met zich mee: wat te doen met de aanloopstraten? Wanneer en hoe behoudt je winkels in de aanloopstraat? Welke andere functies (bijvoorbeeld wonen, werken of horeca) zijn geschikt voor de straat en de leegstaande panden? En als ‘verkleuren’, dat wil zeggen het veranderen van de dominante functie van de straat, gewenst is: hoe realiseer je dit en met welke partijen? Welke rol speelt de gemeente hierin? Welke stappen dienen doorlopen te worden voor een succesvolle revitalisering van aanloopstraten?

11

Platform31 is door middel van een praktijkexperiment samen met het Ministerie van BZK, de Rijksdienst voor Cultureel Erfgoed, Matthijs de Boer stedenbouw (mdbs), externe experts en tien experimentpartners aan de slag gegaan met bovenstaande vragen. Het experiment Aangename aanloopstraten heeft kennis en instrumentarium ontwikkeld voor de aanpak van aanloopstraten, om zo te zorgen voor aangename aanloopstraten én bij te dragen aan een toekomstbestendige binnenstad als geheel. De ontwikkelde kennis en instrumenten worden al ingezet bij de aanpak van aanloopstraten in de deelnemende gemeenten en bieden tevens lessen voor een ieder die zich bezighoudt met het revitaliseren van aanloopstraten.



1.2 Het experiment

Het experiment Aangename aanloopstraten had een looptijd van 1,5 jaar: het experiment startte in juni 2015 en is afgerond in december 2016. Binnen het experiment hebben negen gemeenten en één stedelijke regio geëxperimenteerd met de aanpak van aanloopstraten. Het gaat om gemeenten en straten met een uiteenlopend karakter en specifieke ruimtelijke en economische kenmerken: Alkmaar, Castricum, Cuijk, Den Haag, Den Helder, Helmond, Hilversum, Parkstad Limburg, Schiedam en Zaanstad.



Gemeenten experiment Aangename aanloopstraten op kaart.

Het experiment omvat zowel een gemeente-specifiek traject als een gezamenlijk traject. Binnen het gemeente-specifieke traject is er voor elke gemeente een pilotanalyse uitgevoerd door Platform31 (zie bijlage 8) en een winkelstraatbiografie door de Rijksdienst voor het Cultureel Erfgoed in samenwerking met mdbs.² Ook is er tijdens het traject op aanvraag maatwerkadvies geboden. De pilotanalyse bestaat uit een onderzoekende beschrijving van de stand van zaken in de aanloopstraat, de gemeentelijke en regionale context en de beleidsambities. Deze analyses zijn tot stand gekomen door individuele gesprekken bij de betreffende gemeenten en het gebruik van beleidsdocumenten. De winkelstraatbiografie omvat een historische analyse van de aanloopstraat en een verkenning van de huidige en toekomstige mogelijkheden op basis van de (fysieke) kenmerken van de straat. Deze beide documenten zijn als input gebruikt voor deze publicatie, daarnaast verschijnt er een publicatie vanuit de Rijksdienst voor het Cultureel Erfgoed op basis van de winkelstraatbiografie.

Binnen het gezamenlijke traject hebben de gemeenten elkaar regelmatig ontmoet. Gemeenten voerden met elkaar en experts het gesprek tijdens een startbijeenkomst en een vijftal expertmeetings. Deze expertmeetings hadden elk een specifiek thema binnen de revitalisering van aanloopstraten: Concentratie & transformatie, Stakeholders & positionering, Beweging in winkelgebied, De aanloopstraat vanuit vastgoedperspectief en Openbare ruimte & parkeren. Journalistieke verslagen van deze expertmeetings zijn terug te vinden op de website van Platform31³ en zijn tevens als input voor deze publicatie gebruikt.

1.3 Resultaat en leeswijzer

Om een aanloopstraat tot (door)ontwikkeling te krijgen is het van belang goed na te denken over de te nemen stappen en een logische volgorde hierin. Alhoewel er geen blauwdruk voor het ontwikkelen van aanloopstraten te geven is, hebben we op basis van het experiment wel een advies ontwikkeld voor wat betreft de te doorlopen stappen.

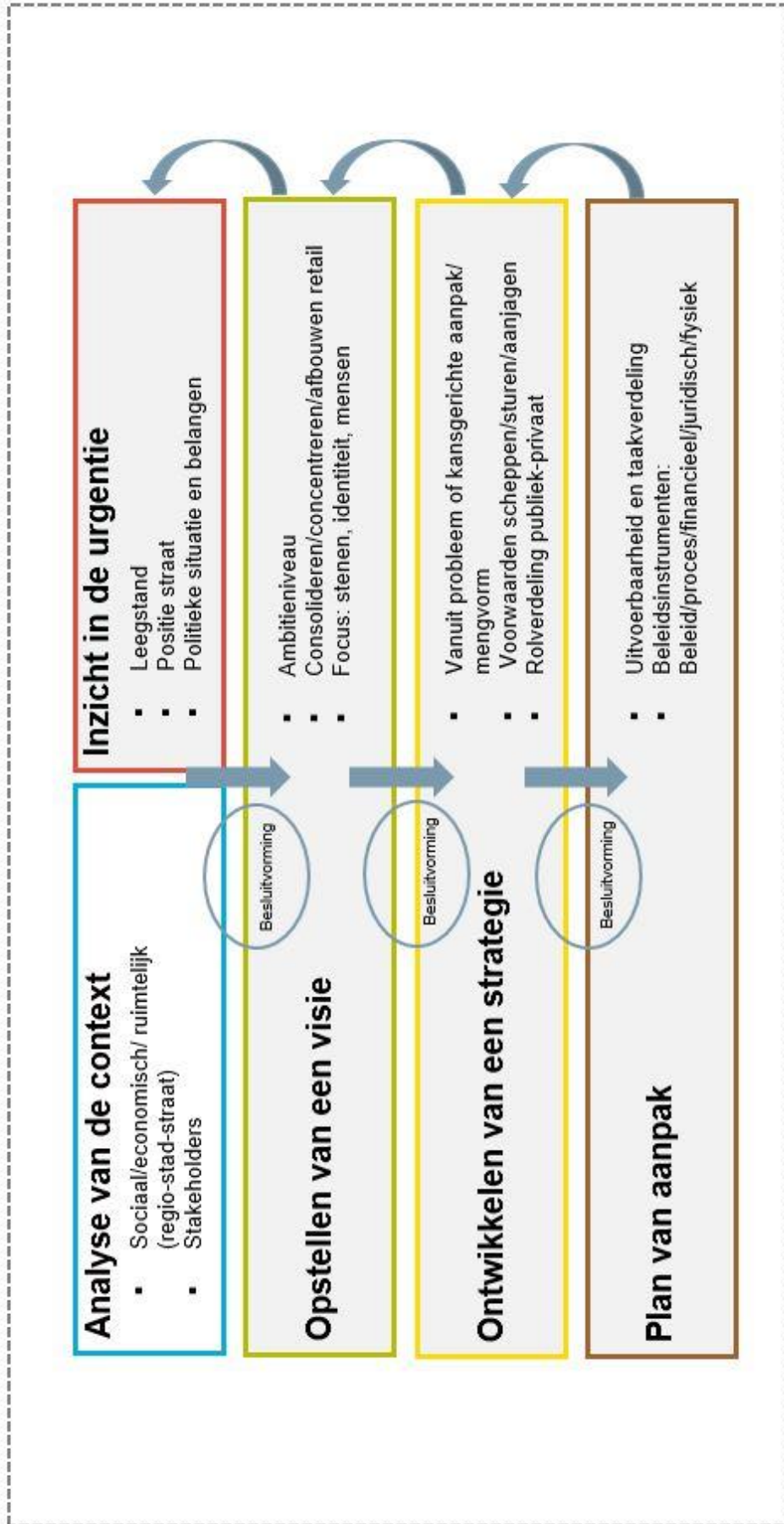
13

Tijdens het experiment zijn vijf stappen naar voren gekomen die voor het revitaliseren van aanloopstraten doorlopen moeten worden. Allereerst is het belangrijk om de sociale, economische en fysieke context zo goed mogelijk in kaart te brengen (stap 1) en inzicht te krijgen in de (gevoelde) urgentie van het (verder) ontwikkelen van de aanloopstraat van belang (stap 2). Deze stappen zijn sterk met elkaar verbonden (de context op meerdere schaalniveaus is immers direct van invloed op de urgentie van het ontwikkelen van de aanloopstraat). Deze stappen worden besproken in hoofdstuk 2. De volgende stap is het opstellen van een visie. Hierin leg je op basis van context en urgentie vast welke keuzes je maakt wat betreft het ambitieniveau en de focus van het ontwikkelen van de aanloopstraat (stap 3). Vervolgens is het zaak om een strategie op te stellen over het verwezenlijken van deze visie en het meekrijgen van stakeholders (stap 4). Visie en strategie worden in hoofdstuk 3 gesproken. Vervolgens kunnen visie en strategie worden omgezet in een plan van aanpak, waarin is vastgelegd wie wat doet en welke instrumenten daarbij worden ingezet (stap 5). Dit is een ideaaltypische volgorde, in werkelijkheid zal de aanpak van een aanloopstraat vaak een meer iteratief proces volgen. Gedurende het proces zal inzicht in context en urgentie steeds weer bijgesteld moeten worden, ook zullen visievorming en strategische keuzes hierbij vaak hand in hand gaan en kunnen sommige instrumenten het proces van visievorming ondersteunen.

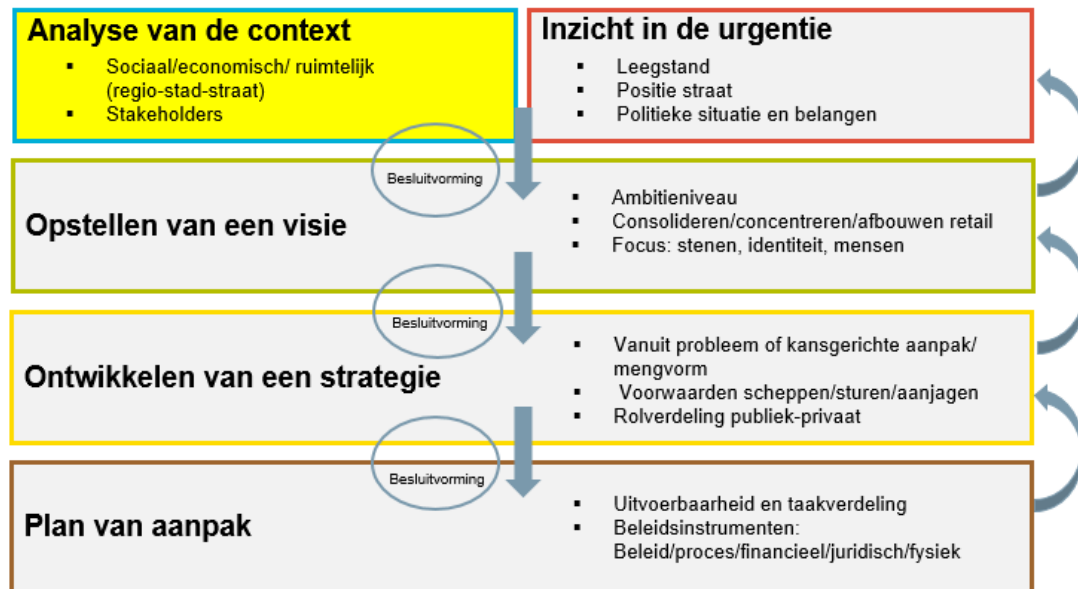
² M.u.v. Stadsregio Parkstad Limburg, hier is alleen een pilotanalyse gemaakt.

³ <http://www.platform31.nl/wat-we-doen/experimenten/experiment-aangename-aanloopstraten/nieuws#5119>

Trends en ontwikkelingen (op hogere ruimtelijke schaalniveaus)



2 Analyse van de context



2.1 Ruimtelijke en economische ontwikkelingen

De ruimtelijk-economische context waarbinnen aanloopstraten zich bevinden, heeft een duidelijke invloed op de uitdagingen en mogelijkheden van een aanloopstraat. De verschillen tussen regio's en (type) gemeenten zijn groot wat betreft economische positie en de mate van structurele winkelleegstand.

15

Grootte van de stad en geografisch locatie

De mate van leegstand hangt samen met de grootte van de stad: met name de binnensteden van middelgrote steden hebben het moeilijk. Consumenten gaan niet alleen vaker naar grootschaliger retaillocaties buiten het centrum, maar kiezen ook steeds vaker de grote steden, zoals Amsterdam en Utrecht, voor een dagje winkelen. De beleving van de binnenstad is steeds belangrijker geworden als bezoekmotief en op dit vlak scoren grote en historische binnensteden beter. Ook is het winkelaanbod in de grote steden meer divers en meer complementair aan het online-aanbod.

Daarnaast speelt ook geografische locatie een rol bij de mate van leegstand: er is vooral sprake van structurele winkelleegstand in binnensteden gelegen in meer perifeer gelegen gebieden. Den Helder, Heerlen en Cuijk liggen in krimp-of anticipeergebieden (gebieden met een afnemend bevolkingsaantal of verwachte afname van het bevolkingsaantal). De winkelleegstand is hier hoog en de binnenstad heeft weinig kans op het aantrekken van een groter aantal bezoekers. In de binnensteden in de Randstad is er over het algemeen minder leegstand, al geldt dit niet voor alle steden. Een andere factor die van invloed is op de winkelleegstand in een gemeente is de grootte van de afzetmarkt en de concurrentie van omliggende steden. In de Randstad en delen van Brabant is de bevolkingsdichtheid weliswaar hoog maar liggen binnensteden heel dicht bij elkaar, kleinere binnensteden hebben hierdoor veel concurrentie van omliggende grotere binnensteden. Zo ondervindt experimentgemeente Schiedam sterke concurrentie van Rotterdam en Vlaardingen in een regio met al een relatief lage koopkracht, en heeft zij het aantal retail vierkante meters flink moeten terugbrengen. Hetzelfde kan gezegd worden

over Helmond, waar men stevige concurrentie van Eindhoven ondervindt en waar een deel van de bewoners oorspronkelijk uit omliggende dorpen en steden komt en veelal op die plekken blijft winkelen. In Zaanstad en Alkmaar liggen de kaarten anders: deze steden hebben toenemende bevolkingsaantallen en zijn er de afgelopen jaren in geslaagd om zich een positie te verwerven als regionale centra, ondanks de concurrentie van Amsterdam.

De ruimtelijk-economische positie van steden is niet alleen van belang voor de retailontwikkeling, maar ook voor de kansen die er liggen voor nieuwe functies in binnenstad en aanloopstraten. De regionale woningmarkt en het economisch profiel van steden bepalen de vraag naar vastgoed voor woningen en kantoorlocaties. Aanloopstraten in krimp- of anticipeergebieden bevinden zich in de lastige positie dat er naar woningen ook beperkte vraag is.

2.2 Kenmerken straat

Naast het verkrijgen van inzicht in de ontwikkelingen in gemeente en regio, is het natuurlijk ook van belang om de situatie in de aanloopstraat zelf in kaart te brengen. Welke kansen en opgaven liggen er op ruimtelijk en economisch vlak? Welke geschiedenis kent de aanloopstraat en welke toekomstscenario's zijn mogelijk?

Stedenbouwkundigbureau mdbs bracht de ruimtelijke profielen en historie van de aanloopstraten binnen het experiment in beeld. In de huidige situatie keken zij naar de geografische positie en afstand van de aanloopstraat ten opzichte van het historische centrum en het station, de gebruikers (voetgangers, fietsers, automobilisten, wel/niet parkeren) en de lengte en breedte van de straat.

16

Typering aanloopstraat op basis van ligging

Wat betreft de ligging van de aanloopstraten kunnen de aanloopstraten uit het experiment in grofweg drie groepen worden ingedeeld: de straten die zich midden in het centrum bevinden (Helmond, Schiedam en Den Helder), straten net buiten het centrum die een verbindende straat tussen station en centrum/kernwinkelgebied (kunnen) zijn (Castricum en Cuijk) en straten net buiten het centrum die het centrum van een andere kant benaderen (Hilversum, Zaandam, Den Haag en Alkmaar). De straten in het centrum zijn veelal voetgangers-/fietsgebieden (in Den Helder is dit niet het geval), in de overige straten is ook autoverkeer aanwezig. Voor de aanloopstraten in het centrum zorgt (structurele) leegstand voor een hoge urgentie, leegstand hier tast het imago van de stad sterk aan. Vaak is retail hier nog wel een gewenste functie, maar zal deze in de toekomst meer met wonen worden gecombineerd. De gemeenten met aanloopstraten direct in het centrum hebben te maken met een fikke regionale concurrentie en hebben te veel retail vierkante meters. In aanloopstraten die zich (net) buiten het centrum bevinden, wordt minder urgentie gevoeld mits de leegstand enigszins binnen de perken blijft. Hier is de aanpak de aanloopstraat vaak deels preventief. Tegelijkertijd is het in deze straten weer moeilijker om voldoende (potentiële) klanten aan te trekken en zal het daarom niet altijd mogelijk of wenselijk zijn om de retailfunctie te behouden. De straten die een verbinding vormen tussen station en kernwinkelgebied en/of historisch centrum hebben hier een voordeel: in deze straten kan vaak relatief eenvoudig meer doorstroom worden gegenereerd door een duidelijke bewegwijzering en het visueel aantrekkelijk maken van de straat. Voor andere straten is het belang om op andere manieren (verkeersdoorstroming en parkeergelegenheid) te zorgen voor voldoende klandizie, mits men kiest voor het (deel) behouden van de retailfunctie van de straat.

Verschillen in fysiek karakter

Wanneer we kijken naar de fysieke indeling van de straat verschillen de aanloopstraten uit het experiment ook behoorlijk: de straatbreedte varieert van slechts 7 meter in Schiedam tot maar liefst 24 meter in Helmond. De overige straten zijn tussen de 10 en de 15 meter breed. Ook de lengte verschilt behoorlijk: van zo'n 350 meter in Cuijk tot bijna een kilometer in Castricum. Daarnaast verschillen ook de panden in de straat van grootte en gevelbreedte. In Schiedam is een pand gemiddeld 86 vierkante meter met een gevelbreedte van 7,2 vierkante meter. Terwijl in Helmond en Zaanstad het pandoppervlak gemiddeld meer dan 300 vierkante meter is en gevels tussen de 12 en ruim 13 meter breed zijn.

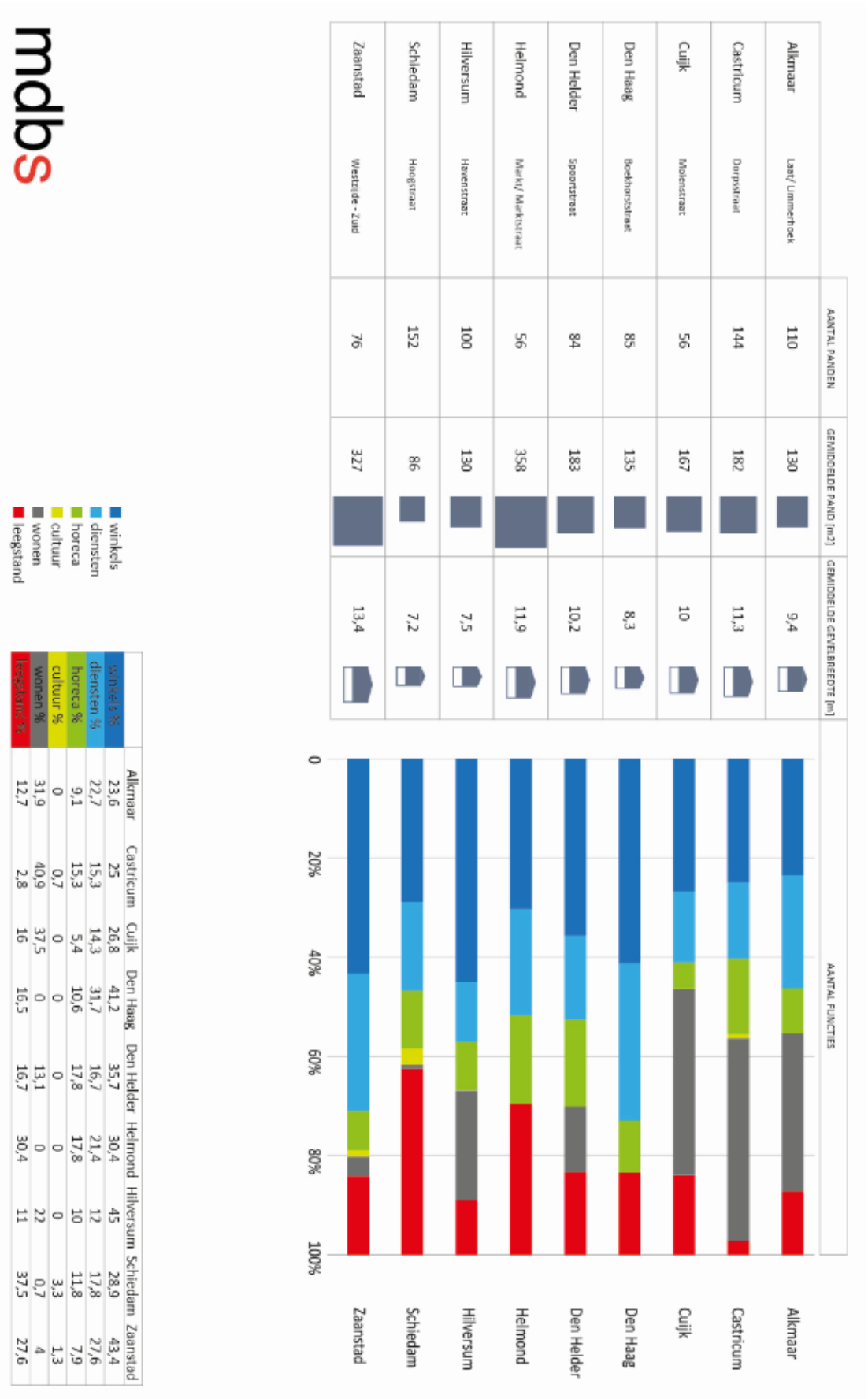
De fysieke indeling heeft consequenties voor de herstructureringsmogelijkheden van een straat en de opgave waar men voor staat. In de zeer brede Markt/Markstraat in Helmond is ruimte voor terrasuitstalling maar ontbreekt het aan intimiteit. Hier kan met bomen of zelfs het toevoegen van een bouwblok voor een intiemere sfeer worden gezorgd. Of er kan autoverkeer worden toegelaten, voor een meer stedelijk karakter.

In minder brede straten is het creëren van sfeer makkelijker, maar is het meer puzzelen met de functie en inrichting van de straat. Zo worstelen meerdere gemeenten met het inrichten van parkeren bij een transformatie naar wonen en/of met de toegankelijkheid met de auto. Al is er in minder brede straten vaak meer mogelijk dan men denkt. De historische analyse laat bijvoorbeeld zien dat in tal van straten voorheen wel auto's reden, terwijl dat nu niet altijd als mogelijkheid wordt gezien. Ook het verschil in pandgrootte en gevelbreedte heeft invloed op de kansen en opgaves binnen een aanloopstraat. Grote panden maken een mix aan functies mogelijk, of kunnen getransformeerd worden in appartementen. Mogelijk nadeel van grote panden is dat het lastiger is om het pand gevuld te krijgen. Kleine panden zijn geschikt voor kleinschalige retail en kunnen per pand vrij eenvoudig getransformeerd worden in een woning. Dit vraagt echter wel om veel meer coördinatie. Dit heeft ook te maken met de eigendomsstructuur in de straat: kleinere panden zijn veelal in handen van verschillende particulieren. Zo heeft het merendeel van de eigenaren in de Hoogstraat in Schiedam één of hooguit twee panden. Per pand moet er dan een match gevonden worden tussen eigenaar en ondernemer of gekeken worden naar de mogelijkheden en (financiële) gevolgen van transformatie naar woningen. Daarnaast dient voor de transformatie naar woningen de inrichting van de straat te worden aangepast. Zo loopt de gemeente Hilversum aan tegen het realiseren van voldoende parkeergelegenheid bij transformatie van veel kleine panden naar woningen.

17

	STRAATLENGTE [m]	STRAATBREEDTE [m]	LOOPAFSTAND VAN HET STATION [m]	LOCATIE IN DE STAD	GEBRUIK
Alkmaar	399	14	1020		
Castricum	876	15	180		
Cuijk	357	13	220		
Den Haag	387	11	950		
Den Helder	486	10	160		
Helmond	390	24	550		
Hilversum	479	13	915		
Schiedam	596	7	960		
Zaanstad	470	15	650		

voetganger
fiets
éénrichtingverkeer
tweerichtingverkeer
parkeren



Verskil in functies en economische positie

Ook op economische vlak verschillen aanloopstraten van elkaar, zowel wat betreft aanwezige functies als wat betreft hun vitaliteit en economische duurzaamheid. De straten verschillen allereerst in (huidig) functieprofiel en mogelijkheden volgens het vigerende bestemmingsplan. Waar in de Dorpsstraat in Castricum al relatief veel gewoond wordt (met name in het deel van de straat verder van de kern), is de woonfunctie in de meeste andere aanloopstraten nog vrij beperkt. Ook de mogelijkheden binnen het bestemmingsplan verschillen: zo hebben Alkmaar en Heerlen een flexibel bestemmingsplan, terwijl in Den Helder en Hilversum functies strakker zijn vastgelegd.

Daarnaast verschillen de straten wat betreft leegstandspercentage, economische prestaties en duurzaamheid van de functies. Dit hangt vooral samen met concurrentiepositie van de straat en de stad. Naast de ruimtelijke-economische context op het schaalniveau van de stad, speelt ook de economische positie van de straat binnen de gemeente een belangrijke rol. Daarbij speelt niet alleen de verhouding van aanloopstraat tot het kernwinkelgebied een rol, maar ook de aanwezigheid van (eventuele) andere winkelgebieden in de gemeente. In een aantal gemeenten zijn in de afgelopen decennia nieuwe winkelcentra ontwikkeld. In Den Helder ondervindt het centrum concurrentie van twee andere (potentiële) winkelgebieden: het recent ontwikkelde Willemsoord en het winkelcentrum Kroonpassage. Er is besloten om het aantal winkelmeters op Willemsoord flink terug te brengen. In Castricum is er naast het winkelgebied rond de Dorpsstraat en oude kern ook een winkelcentrum dat is ontwikkeld in de jaren 70. Hier is gekozen voor een duidelijk onderscheidende profilering van beide winkelgebieden: de Dorpsstraat is voor 'fun-shopping', winkelcentrum Geesterduin voor 'run-shopping'.

20

Fun- and run-shopping in Castricum

In Castricum is ruim 80 procent van het totale winkelaanbod gevestigd in het dorpscentrum en winkelcentrum Geesterduin (gebouwd in de jaren 70). Daarmee beschikt Castricum over twee sterke en onderscheidende winkelgebieden. Deze twee winkelgebieden functioneren relatief autonoom, mede omdat geen sprake is van een aaneengesloten bewinkeling tussen de Dorpsstraat en Geesterduin. Daar waar winkelcentrum Geesterduin zich richt op de dagelijkse en frequent benodigde artikelen (run-shopping), zal het dorpscentrum, uitgaande van haar bestaande sterke punten, zich verder moeten onderscheiden door een nadruk te leggen op het recreatief winkelen met een hogere belevingswaarde (fun-shopping). Dit vraagt een compacte omgeving met sfeer, de aanwezigheid van dag- en avondhoreca en een compleet aanbod in met name de branches mode en luxe. Door de positionering van beide gebieden uit te bouwen, gebruikmakend van eigen kracht, onderscheidend vermogen en de wensen van de klant, kunnen beide centra naast elkaar functioneren en concurrerend zijn ten opzichte van winkelconcentraties in de regio (uit: onderzoek MKB Reva).





Hilversum: Gebiedsoverstijgende aanpak leegstand

Hilversum kent naast de Havenstraat (deelnemende straat aan het experiment) nog een aantal aanloopstraten met relatief veel (deels structurele) leegstand. Ook zijn er veel winkeliers die met pensioen willen gaan. Tegelijkertijd is er vraag naar ruimte vanuit andere functies, denk aan (creatieve) bedrijvigheid, wonen, dienstverlening, horeca en cultuur. Dit biedt kansen voor de Havenstraat en andere aanloopstraten. In Hilversum is gekozen voor een gebiedsoverstijgende, brede en integrale aanpak van leegstand. Een gemeentebreed Stadsfonds is opgericht, om via de OZB uit commerciële panden in de stad te kunnen investeren. Het fonds bevat ongeveer één miljoen euro. Via het Stadsfonds kunnen verschillende gebieden en initiatieven subsidie aanvragen voor projecten die het economisch klimaat en/of de aantrekkelijkheid van (gebieden in) Hilversum bevorderen.





Om te kunnen komen tot een gedragen visie en gefundeerde aanpak is het belangrijk om zoveel mogelijk zicht te krijgen op bovenstaande factoren. De ruimtelijke en economische positie op verschillende schaalniveaus bepalen voor een groot deel welke mogelijkheden er voor een aanloopstraat zijn en op welk ambitieniveau je het beste kan insteken.

24

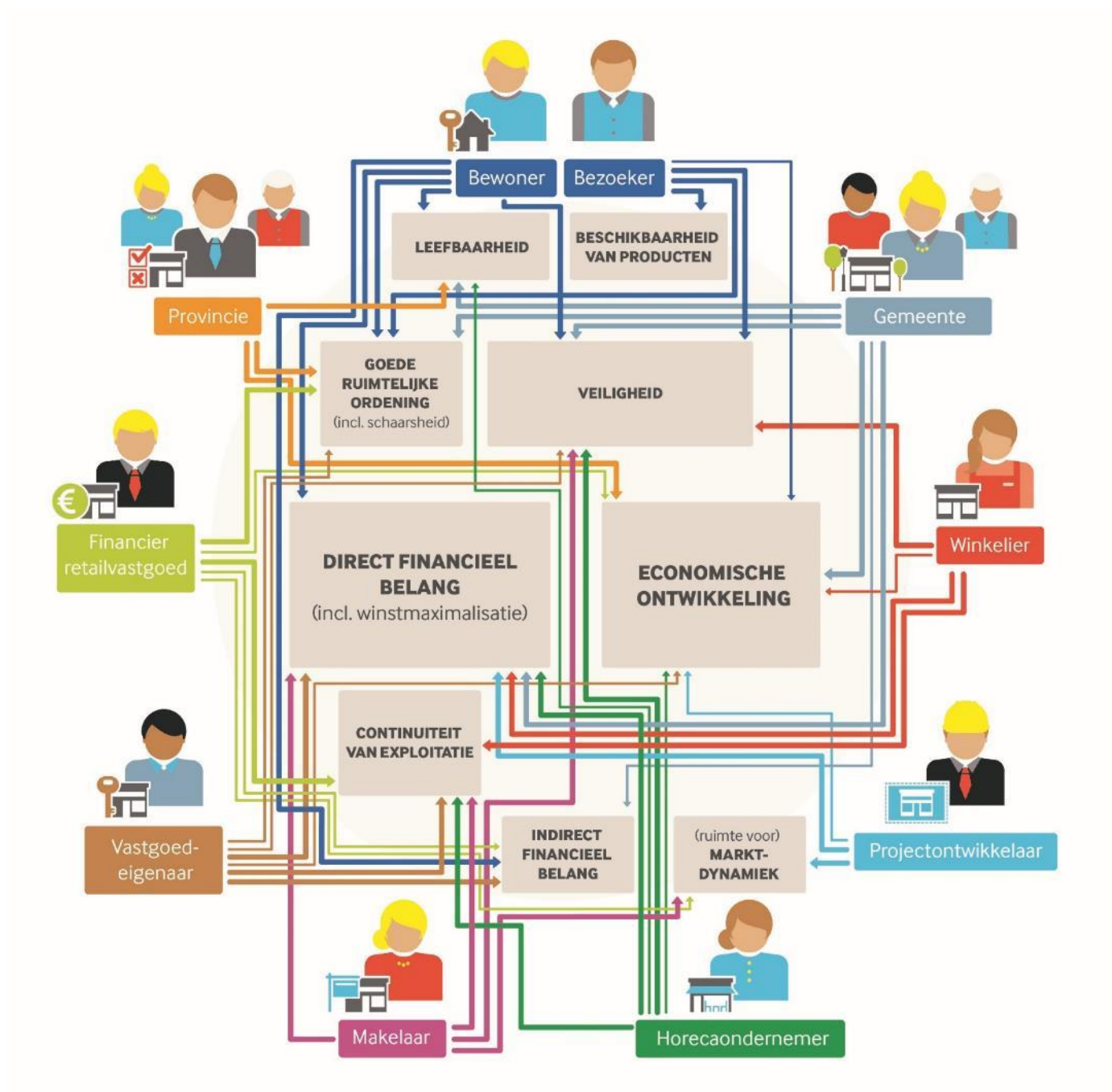
2.3 Stakeholders

Een laatste belangrijke factor voor de context van de aanloopstraat zijn de aanwezige stakeholders en hoe deze georganiseerd zijn. Het is van belang inzicht te verkrijgen in wie de (mogelijke) betrokkenen en belanghebbenden bij de ontwikkeling van de aanloopstraat zijn en welke belangen zij bij de ontwikkeling hebben. In onderstaand figuur is de stakeholderstekening uit de Platform31-publicatie “Winkelgebied van de Toekomst”⁴ opgenomen en aangepast voor de aanloopstraat.

In eerste instantie staan in de ontwikkeling van aanloopstraten meestal drie partijen centraal: pandeigenaren, ondernemers en de gemeente. Deze partijen moeten met elkaar om de tafel gaan om tot gedragen oplossingen voor de aanloopstraat te komen. Rondom deze drie partijen bevindt zich nog een breed scala aan andere organisaties en actoren. Ondernemers en eigenaren kunnen zich verenigen in brancheorganisaties, winkeliersverenigingen en Bedrijfsinvesteringszones (BIZ).

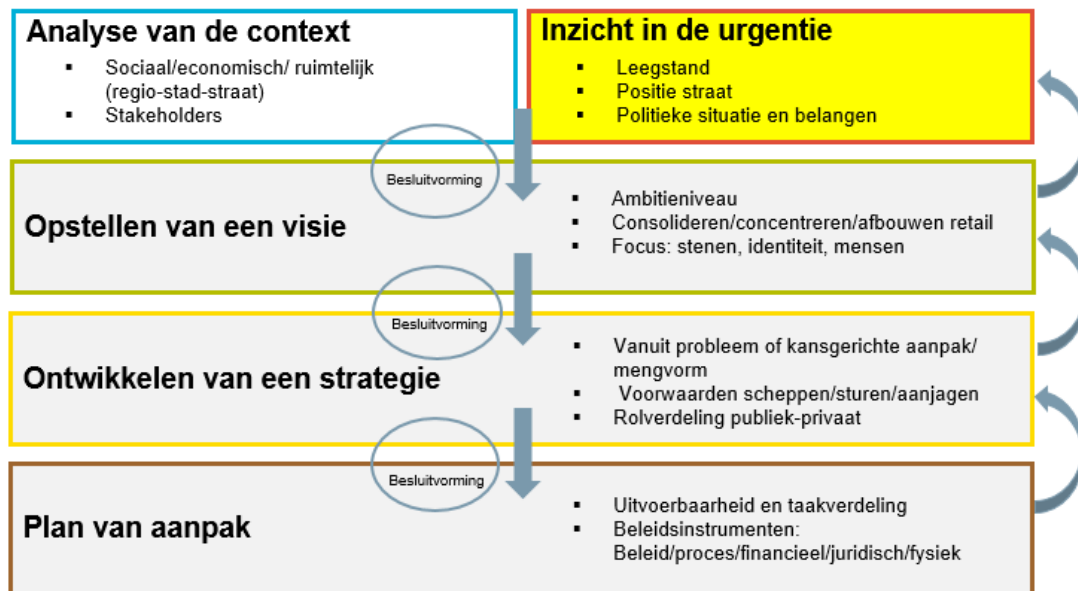
Daarnaast zijn er in veel steden binnenstads- en/of winkelstraatmanagers aangesteld. Ook bezoekers en bewoners, al dan niet georganiseerd in bewonersorganisaties, zijn een belangrijke partij. Tot slot zijn makelaars, projectontwikkelaars, beleggers en financiers van retailvastgoed, de provinciale overheid en kennisinstituten en adviesbureaus belangrijke actoren (zie figuur). Naast deze ‘traditionele’ partijen zijn er ook nieuwe spelers die kunnen helpen in de aanpak van aanloopstraten, denk aan slimme, innovatieve marketeers die de identiteit van de straat kunnen promoten of nieuwe verbindende partijen, bijvoorbeeld via online mogelijkheden.

⁴ <http://www.platform31.nl/publicaties/winkelgebied-van-de-toekomst-lessen-voor-de-praktijk>



Stakeholders en hun belangen.

3 Inzicht in de urgentie



3.1 Mate van leegstand

26

Met de verschillen in context verschilt ook de urgentie voor het revitaliseren of herstructureren van de aanloopstraat. De mate van urgentie hangt samen met de mate van leegstand in de betreffende aanloopstraat en hoe dit door betrokken actoren wordt ervaren. Het leegstandspercentage in de experimentstraten varieert van minder dan tien procent tot meer dan dertig procent van de winkelpanden. Naast de absolute leegstand is de concentratie en zichtbaarheid van leegstand een belangrijke factor: staan er in de omliggende straten (in het centrum) ook veel panden leeg? En concentreert de leegstand zich op één plek in de aanloopstraat of is zij meer verspreid? Ook de sfeer en het fysieke aanzien spelen een rol: in hoeverre is de leegstand oorzaak en onderdeel van verloederding van het straatbeeld? De wens voor herstructurering kan voortkomen uit specifieke problemen waar op korte termijn actie op nodig is of met het oog op verwachte ontwikkelingen in de (nabije) toekomst.

3.2 Politieke context

De urgentie voor het aanpakken van de aanloopstraat hangt daarnaast af van de politieke context. Politieke wisselingen of verschuivende politieke belangen kunnen zorgen voor meer (of minder) urgentie met betrekking tot de herontwikkeling van een aanloopstraat. Leegstand in de binnenstad wordt door de culturele en symbolische betekenis van de plek eerder als probleem ervaren; dat is geen vaststaand feit maar een politieke keuze. Of leegstand als urgent wordt ervaren heeft niet alleen te maken met de mate van leegstand en de negatieve omgevingseffecten, maar ook met de kansen die het oplossen van leegstand biedt en de aan- of afwezigheid van krachtige stakeholders uit het private domein (met name ondernemers, vastgoedeigenaren, projectontwikkelaars of woningcorporaties), die op een overtuigende manier aan de bel trekken. Door het voeren van gesprekken met de belangrijkste stakeholders en het in kaart brengen van het stakeholderveld en de belangen die zij vertegenwoordigen, kan verder inzicht in de urgentie worden verkregen.

Het experiment liet zien dat de aanvankelijke probleemgerichte urgentie in sommige gevallen kan omslaan naar een meer kansgerichte urgentie, op het moment dat vanuit de contextanalyse langzaam kansrijke ontwikkelrichtingen helder worden. Dit proces verloopt echter traag en vindt lang niet op alle plekken plaats.

De Hoogstraat in Schiedam - hoge urgentie en 'hands on' aanpak

Schiedam heeft een lange geschiedenis als handelsstad. De historische binnenstad met oude jeneverstokerijen, molens en grachten, is sfeerbepalend. Schiedam kent bij de start van het experiment een zeer hoge winkelleegstand, in het kernwinkelgebied en de aanloopstraten (met leegstandspercentages respectievelijk 23 en 30 procent). Nieuwe impulsen en transformaties moeten ervoor zorgen dat de stad toekomstbestendig wordt. In Schiedam lopen verschillende projecten om de binnenstad aan te pakken, door middel van diverse fondsen en subsidies. Dit zorgt ervoor dat niet alleen de overheid investeert in de stad, maar ook investeringskracht wordt opgewekt bij de markt en particulieren. Voorbeelden van binnenstadsprojecten zijn de renovatie en herontwikkeling van de Lange Haven, waarbij de kades in ere worden hersteld en kwaliteit wordt toegevoegd. En het project Werk aan de Winkel in onder andere de Hoogstraat, waarbij subsidies beschikbaar zijn voor het opknappen van gevels van winkelpanden en het maken van woningen boven de winkels. Opvallend is de 'hands on' aanpak van Schiedam. Deze maakt het mogelijk om actief te kunnen inspelen op de toekomst van een aantrekkelijke en vitale binnenstad.

Vanwege het hoge leegstandspercentage en het overschot aan winkelfunctie heeft de gemeente Schiedam in het nieuwe bestemmingsplan veel winkelmeters 'wegbestemd'. Voor deze gebieden ligt er een transformatieopgave waarbij wonen een voor de hand liggende functie is. Er wordt ingezet op een compacte winkelfunctie, met name aan de Passagezijde van de Hoogstraat, de Schiedamse inzending voor het experiment. Zeker in relatie tot omliggende winkelgebieden zoals Vlaardingen en Rotterdam, die consumenten (en winkelketens) vaak verkiezen boven Schiedam, is de keuze voor een onderscheidend karakter een logische. Juist de historische binnenstad met oude jeneverstokerijen en molens en de ligging aan het water, bieden kansen om de stad op een andere manier op de kaart te zetten.

27





De Laat in Alkmaar - lagere urgentie: verrommeling voorkomen

Alkmaar is van oudsher het centrum van Noord-Holland Noord. Deze positie manifesteert zich vooral in het centrumgebied. Voor Alkmaarders en voor bezoekers van buiten is het door de mix van functies, de omvang en de levendige, historische binnenstad een aantrekkelijk winkelgebied.

In het centrum bevindt zich een groot aantal culturele functies, zoals De Vest, de Grote Kerk en het Stedelijk museum. Ook is het de plek van het bekendste, wekelijks terugkerende evenement in Alkmaar: de kaasmarkt. De laatste jaren wordt nabij het centrum winkelgebied Overstad ontwikkeld, onder andere gericht op leisure en grootschalige winkels voor huis en inrichting. Ondanks de goede positie van het winkelgebied van Alkmaar in de regio, is de concurrentie toegenomen. Alkmaar doet zijn uiterste best om het aantal bezoekers te laten groeien en de leegstand (nu circa 11 procent) te beperken. De bezoekersaantallen stijgen, onder andere door succesvolle evenementen en toenemend toerisme.

In het bestemmingsplan Centrum is een compacte winkelstructuur vastgelegd, met daarin enkele kernwinkelstraten (alleen winkels en beperkt horeca toegestaan) en de aanloopstraten (gemengde bestemming). De openbare ruimte van de aanloopstraten is over het algemeen goed op orde. Ook hebben ze allemaal een duidelijke functie in de zin dat ze tussen een bronpunt (parkeergarage) en het kernwinkelgebied liggen. Het experiment focust zich op de langste aanloopstraat in het centrum van Alkmaar, Laat-Oost/Limmerhoek.

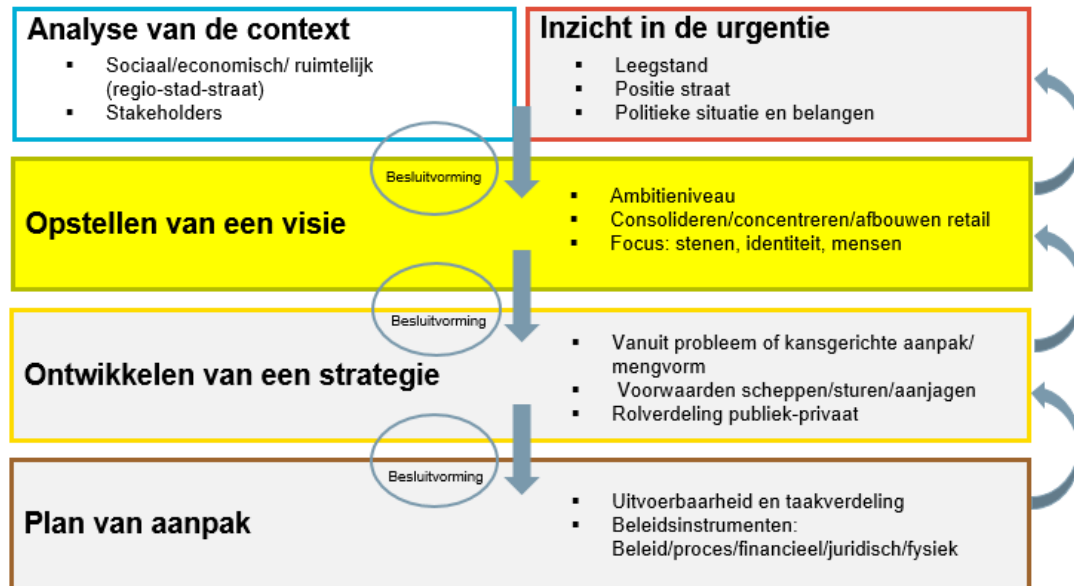
De Laat-Oost en in het verlengde daarvan de Limmerhoek zijn de staart van een van de twee belangrijkste winkelstraten in het kernwinkelgebied. De Laat-Oost is in het bestemmingsplan Binnenstad aangewezen als aanloopstraat met een gemengde bestemming. Doel hiervan was het kernwinkelgebied compacter te maken en de aanloopstraten de mogelijkheid te geven te 'verkleuren', dat wil zeggen van functie te veranderen. In de huidige situatie dreigt verrommeling van het straatbeeld te ontstaan met mogelijk ook negatieve sociale en economische effecten als gevolg. Bij aanvang van het experiment staan er panden leeg. Dit is voor geen van de betrokken partijen (vastgoedeigenaren, ondernemers, gemeente) gunstig. De leegstand is in de afgelopen jaren echter niet verder toegenomen.

29





4 Opstellen van een visie



4.1 Visie ontwikkelen met ‘coalition of the willing’

Elke aanloopstraat is anders: het moge duidelijk zijn dat er geen one-size-fits-all oplossing is voor de problematiek in aanloopstraten. Voordat er beslissingen kunnen worden genomen over hoe de aanloopstraat ontwikkeld kan worden, is het belangrijk om eerst vast te stellen wat men in de aanloopstraat wil bereiken en welke strategische keuzes hiervoor nodig zijn. Tijdens het experiment werd zichtbaar dat veel gemeenten in eerste instantie erg gericht waren op het hoe, “welke instrumenten kunnen we inzetten?” zonder daarbij het wat, “wat willen we bereiken en welke strategische keuzes zijn daarvoor nodig?” altijd al goed helder te hebben. Het is echter cruciaal om eerst een visie op te stellen waarin keuzes gemaakt worden over het ambitieniveau en de beoogde ontwikkelingsrichting, op welke domeinen ontwikkeling gewenst is en welke (financiële) prioriteiten hierin worden gesteld. Aan te raden is sowieso om de ontwikkelingsrichting samen mét stakeholders te ontwikkelen. Zonder ‘coalition of the willing’ komt de ontwikkeling immers niet van de grond, laat staan dat er blijvend in het gebied wordt geïnvesteerd.

31

Een gedegen analyse van de context en urgentie (zie hoofdstuk 2 en 3) geeft houvast bij het maken van keuzes ten aanzien van de ontwikkelingsrichting van de aanloopstraat. Voor het opstellen van een visie voor de aanloopstraat is het allereerst van belang om deze af te stemmen op de centrum- en structuurvisie. In de visie is het vervolgens van belang een keuze te maken over de gewenste functie(s) van de aanloopstraat en vast te stellen waarin men wil investeren (de stenen, de identiteit en/of de mensen in de straat).

4.2 Inkadering: belang centrum- en structuurvisie

Om een visie en strategie voor de aanloopstraat te ontwikkelen, is het nodig om de positie van de aanloopstraat ten opzichte van het kernwinkelgebied te bepalen. Van belang is een ruimtelijke

afbakening van het kernwinkelgebied, deze is bij voorkeur opgenomen in een recente centrumvisie. In de centrumvisie ligt vast wat de grenzen van het centrum zijn en welke functies/branchering er waar in dit gebied gewenst zijn. Door een compact(er) winkelgebied aan te wijzen, kan er gericht worden ingezet op het aantrekken van ondernemers, bezoekers en ontwikkelaars. De positie van de aanloopstraat en van verschillende panden binnen de straat ten opzichte van het kernwinkelgebied zijn essentieel voor hun ontwikkelingsmogelijkheden. Vervolgens kan er voor de aanloopstraat een straatprofiel worden opgesteld met daarin een verdere uitwerking van de functioneel-ruimtelijke inrichting.

Helmond: ontwikkelen centrumvisie staat centraal

In Helmond is vanaf de start van het experiment veel aandacht geweest voor analyse en visieontwikkeling en een vraaggestuurde verruiming van beleid. Deelname aan het experiment (en ook aan de pilot Verlichte regels winkelgebieden)⁵ was voor Helmond ook bedoeld als opmaat naar een nieuwe centrumvisie. nieuwe centrumvisie ambieert onder meer het intensiveren van de woonfunctie en het promoten van meer diversiteit, verblijfskwaliteit en ondernemerschap in de retail. Verder komt in de centrumvisie een scherpere definitie van de centrumrand en kern. De centrumperspectieven worden vertaald in een meer flexibel bestemmingsplan. Daarbij hoort ook dat parkeernormeringen en andere beleidsregels worden verruimd. Nu is de parkeernormering een belemmering voor transformatie, omdat voor bijvoorbeeld horeca of winkels meer parkeerplaatsen nodig zijn dan voor kantoren.



⁵ <http://www.platform31.nl/publicaties/pilot-verlichte-regels-winkelgebieden>



Belangrijke voorwaarde voor een goede centrumvisie en werkbaar straatprofiel is inzicht in de regionale retailcontext en de positie van de betreffende gemeente hierin. Bij voorkeur kan men hiervoor putten uit een regionale detailhandelsstructuurvisie. De structuurvisie toetst de haalbaarheid van winkelontwikkelingen en kan een overschot aan winkelmeters voorkomen of verkleinen. In de praktijk is er sprake van wisselend succes: in sommige regio's is de regionale samenwerking op detailhandelsgebied al vanzelfsprekend en worden de afspraken ook daadwerkelijk nageleefd door de betrokken gemeenten. In andere regio's is dat veel minder het geval. De verschillende belangen van bijvoorbeeld grote en kleine gemeenten, pijnlijke keuzes met financiële consequenties en gebrek aan vertrouwen zijn voorkomende hindernissen. Om de benodigde consensus te bereiken over de gewenste ontwikkelrichting van de regionale detailhandelsstructuur en de gevolgen die dat op lokaal niveau met zich meebrengen, is een zorgvuldig proces nodig. Daarbij moeten enerzijds de juiste analyse van de huidige situatie en trends objectief op tafel liggen en moet anderzijds ruimte zijn voor zaken die lokaal in sommige gemeenten gevoelig liggen. In sommige regio's speelt de provincie een actieve rol in het begeleiden, stimuleren of (juridisch) verankeren van regionale detailhandelsafspraken.

4.3 Visievorming

De eerste keuze ten aanzien van de aanpak van de aanloopstraat is in hoeverre een verandering van de huidige (dominante) functie(s) van de straat wenselijk is en zo ja, welke andere functies het beste bij de straat zouden passen. Kies je bijvoorbeeld voor consolideren, concentreren of afbouwen van retail? In welke delen van de straat zijn functionele veranderingen het meest gewenst of kansrijk? Welke andere type functies zijn eigenlijk mogelijk, kijkend naar het karakter van de straat en de functievraag in de bredere omgeving? Mogelijke functies zijn wonen, horeca, kantoren/dienstverlening.

34

In de meeste aanloopstraten heeft het grootste deel van de panden, in ieder geval op de begane grond, een retailbestemming. In veel aanloopstraten is de eerste keuze in hoeverre en op welke plekken in de straat hier verandering in moet komen. Hier kunnen straatgerelateerde redenen voor zijn (bijvoorbeeld het concentreren van de aanwezige winkels in één deel van de straat), of stadsgerelateerde redenen (bijvoorbeeld het terugdringen van de totale hoeveelheid winkelmeters in de stad, ten einde leegstand terug te dringen).

John Bardoel van Seinpost adviesbureau onderscheidt bij functionele transformatie van winkelstraten drie mogelijke scenario's:

- Het consolideren van bestaande (retail)functies.
- Het concentreren van retail/'kleur versterken': een deel van de straat behoudt de winkelfunctie, uit andere delen van de straat (en omliggende omgeving) worden winkels naar dit straatdeel gehaald.
- Het (geheel of gedeeltelijk) afbouwen van retail/'de straat van kleur laten verschieten': de straat in zijn geheel verandert geleidelijk van een dominante retailfunctie, naar een dominante andere functie of mix van functies.

Wanneer gekozen wordt voor (gedeeltelijke) wijziging van de functie van de straat, is het ook nodig om helder te krijgen *wéke* nieuwe functie de verschillende panden in de straat dienen te krijgen. De meest voor de hand liggende nieuwe functies in veel aanloopstraten zijn horeca en wonen, maar probeer ook breder te denken. Het kan ook een impuls aan straat en stad geven om bijvoorbeeld andere vormen van ondernemerschap te stimuleren. (Volledige) transformatie naar wonen kan weerstand bij pandeigenaren oproepen door (vermeende) dalende huuropbrengsten en hoge investeringskosten. Ook

vrezen bestaande retailers (die wellicht willen blijven zitten) soms dat door teveel woningen in de plint de 'loop' uit de straat gaat. Er kan dan ook gekozen worden voor wonen boven winkels.

Voorbeeld Transvaalbuurt Amsterdam – van winkelruimte naar werkplek voor zichtbare zzp'ers

In de Transvaalbuurt in Amsterdam is gekozen voor de transformatie van slecht functionerende winkels naar werkruimten voor "zichtbare zzp'ers". Het inzetten op werkruimten voor zelfstandigen zonder personeel is in veel steden een interessante optie voor de invulling van winkelplinten. De groep van zzp'ers groeit en veel zzp'ers werken thuis of zijn vanuit huis begonnen. Veel van hen zijn onzichtbaar in de stad, maar willen bouwen aan actieve netwerken in de buurt en de stad. Door zzp'ers een plek in leegstaande winkelpanden te geven, worden nieuwe werk- en ontmoetingsplekken gecreëerd. Dit zorgt niet alleen voor opvulling van de plinten maar ook voor meer reuring en sociaal weefsel in de straat.

(bron: presentatie Joost Nicasie van Areaal Advies)

Een andere afweging in het tegengaan van leegstand en het stimuleren/toevoegen van nieuwe functies is het toestaan van tijdelijk gebruik (denk aan pop-up stores, werk- en/of tentoonstellingsruimten, pop-up horeca of een pop up park/ vergader/wijkontmoetingsruimte). Tijdelijke functies leveren op korte termijn vaak niet de gewenste huuropbrengsten op, maar kunnen wel een belangrijke rol spelen in het versterken van de levendigheid en (nieuwe) profilering van de straat. Ook kan er geëxperimenteerd worden met nieuwe invulling van panden, bijvoorbeeld in combinatie met het uitzetten van een prijsvraag voor startende ondernemers.



Pop-in park Middenweg.

Schiedam: via tijdelijke naar permanente invulling winkelpanden

Schiedam is een gemeente waar sterk is ingezet op het vullen van leegstaande panden door tijdelijk gebruik. Er is heel bewust gekozen om via tijdelijke (pop-up) invulling van winkels te sturen op permanente invulling. Stichting De Winkelmeiden speelt hierbij een belangrijke rol: deze stichting heeft zich ten doel gesteld om winkelgebieden in historische binnensteden te revitaliseren door voor leegstaande winkels en kantoren een tijdelijke commerciële, culturele, creatieve of culinaire invulling te vinden. De Winkelmeiden richtten zich hierbij hoofdzakelijk op Schiedam, waar ze zich samen met Stadsherstel Schiedam en de gemeente inzetten voor het invullen van leegstaande panden. Janet van Huisstede van De Winkelmeiden zegt hierover: “De insteek van tijdelijkheid wordt niet altijd op waarde geschat, maar dit kan wel een weg zijn naar permanente invulling.”

4.4 Afstemming verschillende domeinen

Bij het opstellen van een visie voor de aanloopstraat zijn er een aantal belangrijke proceskeuzes die vroeg in het proces gemaakt moeten worden. Moet de visie vooral een stedenbouwkundig plan (investeren in stenen), gebiedsmarketing (investeren in identiteit) of een samenwerkingsmodel tussen stakeholders (investeren in mensen) zijn? Of moeten al deze aspecten in de visie aan de orde komen?

Uit het experiment kwam naar voren dat een goede mix belangrijk is, maar het investeren in mensen in ieder geval een noodzakelijke voorwaarde is om tot een goede en gedragen toekomstvisie, een scherpe strategie en een uitvoerbaar plan van aanpak te komen.

36



4.4.1 Investeren in de stenen

Verbeteren verblijfskwaliteit

Bij het investeren in de stenen gaat het zowel om de inrichting en het onderhoud van de openbare ruimte (publieke ruimte - in principe een gemeentelijke aangelegenheid) en de kwaliteit van het aanwezige vastgoed (private ruimte - in principe een private aangelegenheid). Investeren in de

inrichting van de openbare ruimte in aanloopstraten is van belang voor de toegankelijkheid van de straat en het mogelijk maken van de verschillende – al dan niet nieuwe – functies. Het gaat hierbij om specifieke inrichtingselementen als bestrating, verlichting, groen, bankjes, fietsenrekken, maar ook om de inrichting als geheel: denk bijvoorbeeld aan de breedte van de stoep ten opzichte van straat, afstand tussen gevel en openbare weg en de inrichting van (fiets)parkeerplaatsen. De gemeente is verantwoordelijk voor een bruikbare en veilige openbare ruimte. Dit is uiteraard in elke straat van belang, maar in aanloopstraten en het centrumgebied is het daarnaast ook belangrijk te zorgen voor een aantrekkelijke en toegankelijke omgeving passend bij de identiteit van de straat. De inrichting van de openbare ruimte en de kwaliteit van panden spelen een essentiële rol in het gezicht van en de sfeer in de straat. Naast de gemeente kunnen ook andere partijen investeren in een aantrekkelijke, uitnodigende straat, in zowel de publieke als de private ruimte, denk bijvoorbeeld aan het centrummanagement, ondernemers- of eigenarenverenigingen of individuele eigenaren of ontwikkelaars. Deze partijen kunnen bijvoorbeeld investeren in al dan niet tijdelijke aankleding van de straat met vlaggen, extra schoonmaak, een entreepoort, banieren, een kunstobject, (gevel)verlichting, het opknappen van gevels et cetera. Uit het experiment kwam naar voren dat het gezamenlijk investeren in de fysieke ruimte op zichzelf niet genoeg is, maar dat dit wel een belangrijke impuls kan geven aan het creëren van draagvlak voor de verdere ontwikkeling van de aanloopstraat.

Verbeteren of aanpassen bereikbaarheid

Naast het inrichten van de openbare ruimte als verblijfsruimte is het ook belangrijk om als gemeente na te denken over de bereikbaarheid van de straat. In het geval van het bestendigen of ontwikkelen van een gemengde straat met winkelfunctie is het belangrijk dat winkels (met de auto) goed bereikbaar zijn en dat er genoeg passanten door de straat komen. Daarbij geldt dat voor zeer specialistische winkels binnen een bepaald marksegment het parkeren voor de deur van groot belang wordt geacht door ondernemers. Terwijl voor andere winkels en voorzieningen, zoals horeca, het vooral belangrijk is dat voetgangers en fietsers hun weg vinden naar/door de straat. Bij de keuze voor een (gedeeltelijke) verkleuring naar wonen is het van belang om de verkeersdoorstroom en het parkeren opnieuw te organiseren. In het geval van de keuze voor (overwegend) wonen in de aanloopstraat, is een belangrijke uitdaging hoe te zorgen voor voldoende parkeergelegenheid bij de woningen en tegelijkertijd genoeg ruimte voor andere functies in de openbare ruimte, zoals bankjes, speelruimte en groen, te behouden. Tijdens het experiment blijkt dat de ontwikkeling van de aanloopstraat in meerdere gemeenten 'blijft hangen' doordat aanpassingen aan de bereikbaarheid politiekgevoelig liggen en veel tijd kosten. Belangrijk is dus om hier in een vroeg stadium al mee aan de slag te gaan.

37

Cuijk: inzetten op ontmoetingen en een aantrekkelijke straat

In de Molenstraat in Cuijk worden wonen, werken en winkelen gecombineerd. Het gedeelte nabij het centrum bestaat voornamelijk uit winkels. Verder van het centrum gaat dit naar wonen (en werken). Er zijn wat plekken in de straat waar nog ontwikkeld gaat worden en waar de gemeente eigendom heeft. De nadruk ligt op het toekomstbestendig maken, minder dan dat er nu een urgent probleem ligt met betrekking tot bijvoorbeeld leegstand of leefbaarheid. Een belangrijk aspect hierbij is het herinrichten van de openbare ruimte. Voor het centrum als geheel zijn een inrichtings- en een beeldkwaliteitsplan opgesteld. Deze plannen zijn tot stand gekomen in een interactief proces met bewoners, ondernemers en andere stakeholders. En ze moeten uitvoering geven aan de centrumvisie van Cuijk "Hart voor Ontmoetingen" met meer openbare ontmoetingsruimte. De financiering van deze plannen is echter nog niet rond, en de Molenstraat is als laatste aan de beurt voor de herinrichting van de straat. Tegelijkertijd is er binnen de Molenstraat een eigen plan van aanpak opgesteld voor het revitaliseren van de straat. Eigenaren worden aangezet om hun gevels op te knappen en kunnen hiervoor subsidie van de

gemeente krijgen. De straat is hierdoor relatief eenvoudig aantrekkelijker te maken: de Molenstraat heeft een aantal historische en bijzondere gevels. Aanpak van de gevels maakt deze beter zichtbaar. Ook wordt er actief gekeken naar parkeeroplossingen. Nu parkeren pandeigenaren veelal voor hun eigen deur en is er weinig parkeermogelijkheid. Het inrichten van een achterliggend terrein als parkeerterrein met een goede toegang naar de Molenstraat biedt kansen.



38





4.4.2 Investeren in de identiteit

In het versterken van aanloopstraten is ook de identiteit van de straat van belang. Het inzetten op een duidelijke identiteit is aanvullend op en in veel gevallen ook richtinggevend aan de inrichting van de openbare ruimte. Tegelijkertijd is het meer dan dat: het gaat bij place-branding ook steeds meer om het online en door evenementen profileren van een gebied. Het creëren of versterken van een eigen identiteit helpt om meer passanten te trekken, passanten langer in de straat vast te houden en een wij-gevoel te creëren onder ondernemers en eigenaren in de straat. Het is hierin belangrijk om duidelijke keuzes te maken en een identiteit te kiezen of versterken die past bij de ontwikkelingsbehoeften en mogelijkheden in de betreffende aanloopstraat.

Op die manier kan de identiteit van de straat worden ingezet als een “straatmerk”. In het experiment blijkt dat ook hier het gezamenlijk met eigenaren en ondernemers nadenken over hoe de straat onderscheidend kan zijn het belangrijkste aspect is. De Mannen van Schuim, conceptontwikkelaars in

vastgoed, benadrukken: zoek of creëer *local heroes*, ondernemers, bewoners of eigenaren die zich (samen) inzetten voor een idee, straat of gebied. Bedenk samen met lokale ondernemers en eigenaren welk uniek verhaal de straat kan vertellen, en hoe (potentiele) bezoekers beïnvloedt kunnen worden: bedenk goed wie je doelgroep is en zorg dat de identiteit van de straat hier bij aansluit.

4.4.3 Investeren in mensen

In het experiment werd duidelijk dat investeren in mensen het meest cruciaal is bij het ontwikkelen van de aanloopstraat. In de visie voor een aanloopstraat is aandacht voor het betrekken van verschillende stakeholders, met verschillende belangen en wensen cruciaal. Het gaat er niet om iedereen mee te krijgen. Niet elke stakeholder kan en hoeft betrokken te worden bij het visievormingsproces. Wel is het belangrijk om al in een vroeg stadium op zoek te gaan naar een 'coalition of the willing': een groep van stakeholders die zich (al dan niet voor langere tijd) voor de ontwikkeling van de straat wil inzetten. Dit kan door het organiseren van bijeenkomsten (en projectgroepen) waar eigenaren en ondernemers uit de straat samenkomen en/of door het individueel informeren en begeleiden van eigenaren en ondernemers vanuit de gemeente. Een individuele aanpak is tijds- en arbeidsintensief maar op individueel niveau weten wat er speelt is essentieel om alle kansen en knelpunten op de kleinste korrel boven water te krijgen en mensen persoonlijk te interesseren voor de ontwikkeling van de aanloopstraat. Daarnaast is het belangrijk dat bijeenkomsten niet alleen een informatief karakter hebben, maar bewoners, ondernemers en eigenaren actief laten meedenken over de toekomst van de aanloopstraat.

40

Zaanstad: sterke inzet op proces, acquisitie vanuit gemeente

In de gemeente Zaanstad wordt veel aandacht besteed aan het proces en het betrekken en verbinden van ondernemers en eigenaren. Op de Westzijde wordt ingezet op het aantrekken van nieuwe en andere ondernemers, denk aan kwaliteitsspecialzaken. De straat met vooral kleinere en middelgrote winkelpanden en een aantal karakteristieke panden kan 'colour lokale' aan de binnenstad toevoegen. Hiervoor moeten nieuwe ondernemers naar de Westzijde worden aangetrokken. Door vanuit de gemeente te kiezen voor een trekker met een sterk netwerk onder lokale ondernemers en vastgoedeigenaren is een eerste belangrijke stap hiervoor gezet. Waar de ondernemers zelf het voortouw moeten nemen in de vitalisering van de straat, helpt de gemeente actief met het vinden van nieuwe ondernemers en het verbinden van eigenaren en ondernemers. De gemeente organiseerde ook verschillende bijeenkomsten voor bewoners, winkeliers en vastgoedeigenaren, waar twee werkgroepen uit ontstonden. In deze werkgroepen werken gemeente, ondernemers en eigenaren gezamenlijk aan concrete actiepunten over de invulling van leegstaande panden, identiteit en communicatie van de straat en de herinrichting van de straat (ook in relatie tot herinrichting centrum als geheel). Bij de invulling van leegstaande panden is het hierbij wel een uitdaging om als gemeente niet te veel alleen de kar te trekken.





5 Ontwikkelen van een strategie



Welke rol kan of moet de gemeente op zich nemen in de ontwikkeling van aanloopstraten en hoe kan zij het beste andere stakeholders betrekken? Om hier als gemeente antwoord op te kunnen geven is het van belang dat zij vanuit context en urgentie en gewenste ontwikkelingsrichting komt tot een strategie. Strategische keuzes gaan over het kiezen voor een probleemgerichte aanpak “er moet iets gebeuren aan leegstand” of een kansgerichte aanpak “uit de contextanalyse blijkt dat de straat potentieel heeft als straat van specialisten”, of een mengvorm hiertussen, de rolopvatting van de gemeente en de rolverdeling tussen gemeente en private partijen.

43

5.1 Een probleem- of kansgerichte aanpak

Een belangrijke strategische keuze is of er vanuit het oplossen van ervaren problemen of vanuit het verwezenlijken van kansen geredeneerd wordt bij het ontwikkelen van de aanloopstraat en het betrekken van stakeholders. Tijdens het experiment bleek dat het belangrijk is om niet alleen vanuit problemen, maar ook vanuit kansen te redeneren om stakeholders te kunnen enthousiasmeren voor het aanpakken van de aanloopstraat. Juist als de urgentie (nog) niet heel hoog is, is het nodig om de gezamenlijke kansen dat een initiatief biedt te benadrukken. Het in kaart brengen van de context en urgentie helpen bij het komen tot een goede mengvorm waarin problemen benoemd worden en er samen met de (welwillende) stakeholders een nieuw toekomstbeeld en strategie worden gevormd.

5.2 Voorwaarden scheppen, sturen en aanjagen

Gemeenten kunnen hun eigen rol in de aanpak van aanloopstraten op verschillende manieren invullen: 1) *voorwaardenscheppend*, 2) *sturend* of 3) *begeleidend/aanjagend*. De gemeente kan *voorwaardenscheppend* te werk gaan; de gemeente kan nieuwe mogelijkheden voor de functionele inrichting van de straat scheppen door aanpassingen te doen in de inrichting van de openbare ruimte en de verkeerssituatie. Daarnaast bieden het bestemmingsplan, regelgeving en subsidies/boetes, diverse mogelijkheden om als gemeente *sturend* op te treden en het gedrag van ondernemers,

eigenaren en bewoners actief te beïnvloeden. De gemeente kan hierbij ongewenst gedrag afstraffen of verbieden ('de stok' hanteren) of gewenst gedrag belonen ('de wortel' voorhouden). Tot slot kan de gemeente een belangrijke rol spelen als *aanjager* en *procesbegeleider* in de ontwikkeling van de aanloopstraat; zij kan het ontwikkelingsproces faciliteren en helpen bij het neerzetten van een bepaalde identiteit voor de straat, al dan niet samen met andere partijen. Bij de start van het experiment werd vooral de nadruk gelegd op mogelijkheden om *voorwaardenscheppend* en *sturend* op te treden. In de loop van het experiment verschoof de aandacht naar het collectief vormgeven van het transformatieproces met de verschillende stakeholders. Het drong bij de experimentpartners steeds meer door dat er één of meerdere partijen moeten zijn die het (door)ontwikkelingsproces van een aanloopstraat actief aanjagen.

5.3 Sturende rol: wortel versus stok

Bij de discussies over de sturende rol van de gemeente was er veel aandacht voor 'de wortel versus de stok': wanneer kies je voor maatregelen die ongewenst gedrag afstraffen of verbieden ('de stok' hanteren) dan wel voor maatregelen die gewenst gedrag belonen ('de wortel' voorhouden). Deze afweging hangt samen met de keuze voor een probleem- of kansgerichte aanpak: leg je de nadruk op probleem van leegstand en straf je indien er hierop door eigenaren geen actie wordt ondernomen. Of leg je de nadruk op het stimuleren van initiatieven die passen bij de kansen die er liggen voor de straat. De meeste experimentpartners zien uiteindelijk meer in het belonen van goed gedrag, waarbij initiatiefnemers beloont of gefaciliteerd worden. In enkele aanloopstraten met een hoge mate van urgentie, staan zowel problemen als kansen centraal en wordt gekozen voor een sterkere sturende rol en een combinatie van wortel en stok. Een actieve, sturende rol waarbij ook de stok wordt ingezet, zorgt voor meer grip op de ontwikkelingen in de straat maar heeft als mogelijk risico dat de gemeente als enige probleemeigenaar gezien wordt en dat andere partijen een afwachtende of zelfs defensieve houding aannemen. Om een defensieve houding te voorkomen, is het belangrijk om helder en tijdig te communiceren en te investeren. Blijf in gesprek en benadruk het belang van gezamenlijke verantwoordelijkheid nemen. Bij langdurige leegstand en achterstallig onderhoud van panden mag harder worden opgetreden. Maar ook hier is het van belang om te blijven inzetten op de 'coalition of the willing' en welwillende ondernemers en eigenaren te blijven stimuleren.

Den Helder: combineren wortel en stok

In winkelleegstand in de binnenstad van Den Helder is met circa tachtig leegstaande panden fors. Bovendien hebben veel nog zittende ondernemers moeite om het hoofd boven water te houden. De Spoorstraat-Oost, de aanloopstraat die is aangemeld voor het experiment, heeft het meeste leegstaande panden. De gemeente Den Helder stelde begin 2016 een actieplan leegstand op, samen met de Helderse ondernemersvereniging binnenstad en de detailhandelsfederatie. De aanpak van de Spoorstraat-Oost is hiervan een belangrijk onderdeel. In de Spoorstraat-Oost wordt het bestemmingsplan aangepast naar alleen woonfunctie: leegstaande panden kunnen hierdoor niet opnieuw een horeca- of retailbestemming krijgen. Daarnaast is de gemeente bezig met het instellen van een leegstandsverordening in de gehele binnenstad. De gemeente wil dit instrument vooral ondersteunend gebruiken en het zo weinig mogelijk als dwangmiddel inzetten. Zij zien het leegstandsoverleg met vastgoedeigenaren als het meest van belang. Per pand wordt gezamenlijk gezocht naar een oplossing: een transformatie naar wonen of het voordragen van een nieuwe huurder. Daarnaast krijgt de gemeente door het leegstandsregister meer zicht op de omvang en aard van de leegstand en de huurprijzen en verhuurbaarheid van de betreffende panden.

Naast deze 'stok'-maatregelen, worden er ook 'wortels' ingezet in de vorm van instrumenten die bestaande ondernemers meer mogelijkheden bieden: de gemeente experimenteert met verlichte regelgeving – er is een "freezone" ingesteld voor ondernemers in de binnenstad waarbinnen ruimte komt voor evenementen, een terrasje voor de deur en/of blurring van functies. Robuust, een nieuwe horecavestiging is een voorbeeld van het laatste: hier kun je niet alleen biertje of wijntje drinken of een broodje eten, maar ook spulletjes voor in huis kopen. Dit soort zaken geven een nieuwe impuls aan de binnenstad. Ook wordt het voor pandeigenaren makkelijker om hun pand naar kantoor of woning te transformeren. Er is een vastgoedmanager aangesteld die zich hard maakt voor het verwezenlijken van het actieplan en zich inzet voor het koppelen van vraag naar en aanbod van panden.





5.4 Aanjagende rol: gemeente en/of andere partijen

Het belang van een aanjager voor de ontwikkeling van de aanloopstraat is evident, maar deze rol kan door verschillende partijen of coalities worden opgepakt. In sommige gevallen zijn er private partijen aanwezig die deze rol op zich nemen, of loopt er een capabele centrummanager rond die dit oppakt. In veel gevallen wordt er voor deze rol echter naar de gemeente gekeken. De experimentpartners, met name de ambtelijke deelnemers, geven aan dat het belangrijk is om ervoor te zorgen dat de verantwoordelijkheid voor de doorontwikkeling van de aanloopstraat niet alleen bij de gemeente terecht komt. Enerzijds is de gemeente vanuit haar maatschappelijke, verkeerskundige en juridisch-planologische rol een belangrijke stakeholders. Anderzijds kan zij niet de proces- en investeringskracht leveren om een aanloopstraat eigenhandig nieuw leven in te blazen. De gemeente kan een actieve rol spelen in het bij elkaar brengen van deze verschillende partijen of kan het voortouw nemen in het opzetten van overkoepelende organisaties, zoals een ondernemersfonds, een BIZ of het aanstellen van

een gebiedsmanager en/of onafhankelijke partij. Tegelijkertijd is het belangrijk om als gemeente voortdurend duidelijk te maken aan de stakeholders in de straat dat ook private partijen en private investeringen nodig zijn.

Veel experimentpartners geven aan dat zij de voorkeur geven aan het inschakelen van een externe partij als aanjager. Dit kan voor een specifiek aspect van de ontwikkeling van de aanloopstraat, bijvoorbeeld het afstemmen van vraag en aanbod of voor het hele ontwikkelingsproces. Dit kan het beste een onafhankelijke functie zijn die door de gemeente en/of door marktpartijen betaald wordt. Het gezamenlijk financieren van een procesbegeleider wordt door de deelnemers aan het experiment als het meest wenselijk gezien, aangezien je op deze manier ook de verantwoordelijkheid en macht deelt; “wie betaalt, bepaalt”.

Castricum: onafhankelijke partij als procesmanager

Castricum verschilt van de andere deelnemende gemeenten doordat de gemeente Castricum een extern bureau, te weten het ontwikkelingsbedrijf Noord-Holland-Noord, heeft aangesteld om in samenwerking met eigenaren en winkeliers (deels verenigd in een ondernemersfonds) een visie voor het winkelgebied te ontwikkelen. Het aanstellen van een onafhankelijke partij als procesmanager heeft positief bijgedragen aan het komen tot een gedragen visie. Eerdere strubbelingen tussen gemeente en ondernemers konden worden weggenomen. Het ontwikkelingsbedrijf startte met een enquête en persoonlijke gesprekken met de ondernemers en eigenaren. Vanuit eigen verhaal van ondernemers en eigenaren is vervolgens een plan voor het centrumgebied en aanloopstraat ontwikkeld. Wel blijkt het lastig om ondernemers en eigenaren blijvend betrokken te houden.

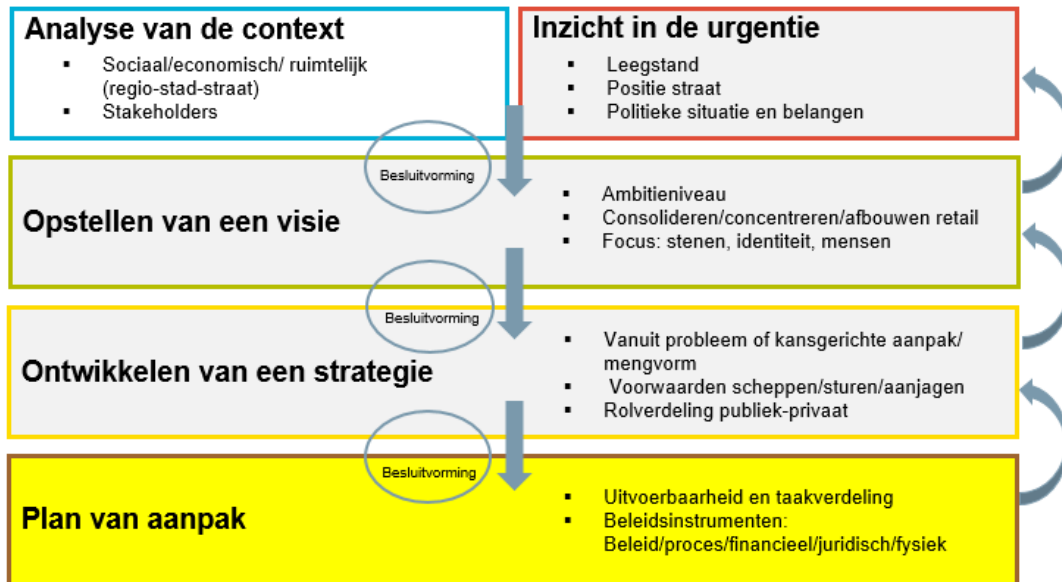
Het vertrouwen winnen van ondernemers en eigenaren in de straat is essentieel voor de gemeente of externe aanjager. Bij het opbouwen en onderhouden van een vertrouwensband is het belangrijk om je te realiseren dat verschillende stakeholders andere tempo's hebben. Sommigen willen snel resultaat zien. Joost Nicassie van Areaal Advies benadrukt in dat geval het belang van kleinschalige, zichtbare acties: “kleine acties die snel resultaat opleveren zijn belangrijk om het vertrouwen op te schroeven. Dit kan al zo simpel zijn als het plaatsen van prullenbakken in de straat.” Ook ruimte en publiciteit geven aan initiatieven vanuit de straat, hoe klein ook, zijn van groot belang. Tot slot is inzicht in de (financiële) belangen van verschillende stakeholders belangrijk om ondernemers en eigenaren mee te krijgen. Financiën worden als grootste drijfveer voor beweging gezien. Dit betekent echter zeker niet altijd dat de gemeente zelf financiële instrumenten in dient te zetten, maar wel dat zij inzicht heeft in juridische en financiële mogelijkheden van betrokken partijen en dat zij verschillende private partijen op het juiste moment mobiliseert.

47

Hilversum: kleinschalige acties vanuit het Stadsfonds

Voor de Havenstraat en Vaartweg is met behulp van het Stadsfonds geïnvesteerd in de openbare ruimte: er zijn zestig permanente vlaggen geplaatst. Deze geven de straten meer uitstraling en benadrukken de verbinding met het centrum. Het vlaggenproject is een idee van de ondernemers en pandeigenaren van de Havenstraat en de Vaartweg. In de Havenstraat is nog weinig organisatie of samenwerking voor de aanpak van de straat. Ook vanuit de gemeente is er beperkte capaciteit. Met deze vlaggen en het organiseren van een buurtborrel wordt ingezet op het bevorderen van samenwerking in de straat, om zo verdere verbetering van de straat ingang te zetten. Met kleine (ludieke) acties zoals deze, ondersteunt de gemeente het opbouwen van een “coalition of the willing” in de Havenstraat, die kan als vliegwiel voor transformatie willen fungeren.

6 Plan van aanpak en instrumenten



6.1 Opstellen plan van aanpak en uitvoer instrumenten

48

Wanneer visie en strategie zijn opgesteld, kan er door (of in opdracht van de stakeholders) een plan van aanpak worden uitgewerkt en specifieke instrumenten worden ingezet. Bij het plan van aanpak is het belangrijk te komen tot concrete maatregelen en instrumenten en een duidelijke taakverdeling uit te werken (wie is waar verantwoordelijk voor). Een aantal van de experimentpartners geeft hierbij aan dat het handig is om te werken met werkgroepen met verschillende kernthema's (op basis van de visie), zodat elk thema duidelijke eigenaars krijgt. Zo wordt in Zaandam gewerkt met een werkgroep die zich inzet voor de invulling van leegstaande panden, een werkgroep die zich bezig houdt met de identiteit van en communicatie binnen de straat en een werkgroep die zich richt op de herinrichting van de straat. En in Castricum bestaan de werkgroepen 'parkeren, infrastructuur en horeca', 'ruimtelijke structuur' en 'beleving, sfeer en marketing'.

Daarnaast is het belangrijk op basis van visie en strategie (per thema) te bedenken welke instrumenten worden ingezet. In het experiment zijn verschillende instrumenten voor het ontwikkelen van winkelstraten verkend. Het gaat hierbij om instrumenten in de brede zin: van specifiek beleid en subsidies tot (potentiële) acties en maatregelen. In onderstaande figuur is een overzicht van verschillende instrumenten opgenomen. In de Platform31-publicatie "Winkelgebied van de toekomst"⁶ is een uitgebreide beschrijving te vinden van elk van deze instrumenten. Hieronder volgt een uitwerking van de meest veelbelovende of innovatieve instrumenten voor de ontwikkeling van aanloopstraten, ingedeeld naar type instrument. De typen instrumenten kunnen worden gecombineerd, bijvoorbeeld wanneer aan een fysiek instrument een financieel instrument (subsidie) wordt gekoppeld. Het betreft voornamelijk instrumenten die een gemeente kan inzetten, al dan niet in samenwerking met private partners of medeoverheden. Sommige van deze instrumenten worden al actief ingezet in

⁶ <http://www.platform31.nl/publicaties/winkelgebied-van-de-toekomst-lessen-voor-de-praktijk>

aanloopstraten. Andere worden vooralsnog voornamelijk in een andere setting toegepast maar worden door de deelnemers als veelbelovend gezien. Beleidsinstrumenten, zoals de gemeentelijke structuurvisie, detailhandelsbeleid en centrumvisie worden hier niet besproken; deze gaan vooraf aan het plan van aanpak voor de aanloopstraat.



6.2 Procesmatige instrumenten

6.2.1 Oliemannetje (m/v): derde partij inschakelen om vraag en aanbod af te stemmen

Eén van de belangrijkste uitdagingen voor aanloopstraten is een goede afstemming tussen vraag naar en aanbod van (winkel)vastgoed. Het inzetten van een derde partij voor de afstemming heeft in verschillende gemeenten gezorgd voor het terugbrengen van de leegstand. Tijdens het experiment werd het belang van een oliemannetje (m/v) duidelijk: iemand die de boel op gang brengt, door het geven van aandacht en het verbinden van de juiste mensen. Het voordeel van het inschakelen van een externe partij is dat deze alle nodige aandacht kan richten op vastgoedbemiddeling. En tegelijkertijd belangrijke ondersteunende taken kan verrichten, zoals het coachen van ondernemers, het bemiddelen in de huurvoorwaarden of het neerzetten van de straat als merk. Ook kan een oliemannetje met de juiste kennis en netwerken/netwerkvaardigheden ervoor zorgen dat er vertrouwen wordt opgebouwd. Belangrijk is wel dat er een duidelijke opdracht wordt geformuleerd; wordt hij of zij aangesteld om vraag en aanbod van vastgoed af te stemmen of is de opdracht breder. En wordt er alleen ingezet op vaste huur of zijn tijdelijke verhuur en pop-up initiatieven juist een kans om uiteindelijk tot interessante blijvende functies te komen? Hier wordt binnen de groep van deelnemende gemeenten verschillend over gedacht.

Parkstad Limburg/ Heerlen: Stichting Streetwise als koppelaar tussen ondernemers en eigenaren

Stadsregio Parkstad Limburg en de gemeente Heerlen hebben de Stichting Streetwise opdracht gegeven om te bemiddelen in het vastgoed. De stichting combineert een gebiedsgerichte aanpak van leegstand met een netwerk- en individuele aanpak. Streetwise verkent en versterkt de identiteit van specifieke straten, ze brengt eigenaren, beleggers en ondernemers bij elkaar om zo panden gevuld te krijgen en coacht startende ondernemers. Streetwise heeft inmiddels ruim zestig leegstaande winkelpanden in hartje Heerlen gevuld en timmert ook in andere parkstadsteden aan de weg. Hierbij richten ze zich met name op jonge ondernemers. Veel jonge hoogopgeleiden die in regio willen blijven, denken erover om een eigen zaak te beginnen. Daarnaast is er ook relatief veel vraag naar nieuwe typen winkels. Streetwise benadrukt dat internetshops en fysieke winkels elkaar niet bijten, maar dat het wel van belang is om als ondernemer beter aan te sluiten bij de vraag. Millenials zijn op zoek naar persoonlijk contact en gezellige plekken in de stad, hier moeten nieuwe winkelconcepten bij aansluiten.

Streetwise zorgt voor een match tussen retail of horecaconcept en locatie binnen de richtlijnen van de lokale en regionale retailvisie. Daarnaast coachen ze startende en gevestigde ondernemers in het ontwikkelen of aanpassen van hun concept aan/op de specifieke locatie. Hierbij vindt een duidelijke selectie plaats: na een intensief voortraject blijft ongeveer een kwart van de ondernemers over die daadwerkelijk van start gaat op de betreffende locatie. Hierdoor fungeert de stichting niet alleen als mediator maar ook steeds meer als een soort 'poortwachter'. Welke ondernemers hebben genoeg kwaliteit om zich blijvend in de binnenstad te vestigen? Met de reputatie en de netwerken die de stichting inmiddels heeft opgebouwd, verwordt steun van Streetwise ook een aanbeveling voor het verkrijgen van financiering voor je onderneming.

Streetwise speelt ook een actieve rol in het matchen van eigenaren en ondernemers en het overeenkomen van huurvoorwaarden. Ze zetten in op lagere huren voor de (startende) ondernemer zodat deze zich kan ontwikkelen, maar bieden tegelijkertijd een duurzame oplossing voor leegstand. Na twee jaar bleek acht op de tien ondernemingen nog steeds actief op de betreffende locatie.



Schiedam: De Winkelmeiden als bemiddelaars en inspirators

De Winkelmeiden bemiddelen tussen ondernemers en vastgoedeigenaren, makelaars, winkeliersverenigingen en de gemeente en helpen ondernemers aan een pop-up shop: een tijdelijke winkel of showroom. Ze bieden ondernemers de mogelijkheid tot een “full-service Pop-Up Shop”, waarbij de stichting zorgt voor alle benodigde promotie om de tijdelijke winkel of showroom tot een succes te maken, als ook voor inrichtingsmaterialen en personeel. Daarnaast werkt de stichting samen met gemeente, ondernemers en opleidingen aan het professionaliseren van de winkeliers en het op een laagdrempelige manier zorgen voor een overgang naar permanente huur. De stichting ontvangt een projectsubsidie van de gemeente voor het invullen van panden aan de Hoogstraat met alternatieve en onorthodoxe invullingen. De Winkelmeiden richtten zich sterk op de kunst-, ambacht-, en maakindustrie in Schiedam, zowel bij de invulling van panden in de Hoogstraat als door kunst en ambacht breder onder de aandacht te brengen. Naast nieuwe mogelijkheden voor permanent verhuur leidde dit tot meer toeloop naar de Hoogstraat.

6.2.2 Win een winkel: uitzetten prijsvraag of startersregeling in samenwerking met marktpartijen

Een innovatieve manier om private partijen te betrekken bij het investeren in de ontwikkeling van de aanloopstraat en het aantrekken van ondernemers is het gezamenlijk uitzetten van een prijsvraag of het opzetten van een startersregeling in samenwerking met marktpartijen. In de aanloopstraten van de deelnemende gemeenten is dit instrument nog niet ingezet. Wel heeft experimentpartner Hilversum een prijsvraag uitgezet in een ander deel van de binnenstad. De winnaar van ‘retail kans’ mag haar concept starten aan de Gooische Brink. Daarnaast wordt zij twaalf maanden lang gecoacht door professionals en ontvangt zij een uitgebreid prijzenpakket. De prijs wordt beschikbaar gesteld door verschillende private partijen met een belang in het gebied.

Een ander voorbeeld dat besproken werd tijdens de expertmeetings is een startersregeling in het project ‘De Nieuwe Natie’, uitgevoerd in Antwerpen. De gemeente Antwerpen zette hier in samenwerking met private investeerders een regeling op waarbij startende ondernemers de kans kregen om tegen een laag tarief voor een korte periode een winkelpand in de Antwerpse binnenstad te huren om hier hun retailconcept uit te testen. Daarnaast kregen de kandidaten professionele coaching vanuit private partijen en werd het project vanuit de gemeente Antwerpen gepromoot onder bezoekers van de binnenstad. Een vakjury koos uit ruim zeventig kandidaten vijftien deelnemers op basis van hun businessplan en mogelijke meerwaarde binnen het retailprofiel van de binnenstad.

Binnen het experiment werd gediscussieerd over de toepasbaarheid in de verschillende aanloopstraten. Belangrijk is dat er wel genoeg retailpotentieel is om het voor private partners de moeite waard te maken, maar ‘Win een Winkel’ of een gezamenlijke startersregeling kan ook op kleinere schaal. Zeker als het betreffende pand in handen van de gemeente is, is dit haalbaar.

6.3 Juridische instrumenten

6.3.1 Bestemmingsplan

Het bestemmingsplan is een belangrijk instrument bij de aanpak van aanloopstraten. In het bestemmingsplan is op kavelniveau vastgelegd welke functies waar zijn toegestaan en onder welke voorwaarden. Het bestemmingsplan is juridisch bindend en verleent rechten aan burgers, bedrijven en gemeente over het gebruik van de grond en/of pand. Met betrekking tot de transformatie van aanloopstraten kan het bestemmingsplan grofweg op twee manieren worden ingezet. Er kan gekozen

worden voor een meer flexibel bestemmingsplan waarbij de bestemming van panden in aanloopstraten verruimd wordt of er kan gekozen worden voor het herbestemmen van winkels naar woningen (of andere niet-retail functie). De deelnemende gemeenten hebben hier verschillende keuzes in gemaakt. In de overweging speelt een spanningsveld tussen enerzijds de mogelijkheid om te sturen en ongewenste ontwikkelingen te voorkomen en anderzijds het zoveel mogelijk faciliteren van nieuwe ontwikkelingen en het kunnen inspelen op marktbehoeften. Bij gemeenten waar sturing belangrijk was, is veelal gekozen voor strak herbestemmen en worden actoren vanuit urgentie gemobiliseerd. In gemeenten waar inspelen op ontwikkelingen belangrijker werd gevonden, is gekozen voor meer flexibiliteit in het bestemmingsplan en staat het ontwikkelen van draagvlak door een kansgerichte aanpak centraal.

In het geval van strak herbestemmen is het cruciaal dat de gemeente tijdig communiceert naar eigenaren dat zij voornemens is om de bestemming van een kavel/pand te wijzigen. Dit om eigenaren voldoende tijd te geven hiernaar te handelen en planschadeclaims vanuit eigenaren te voorkomen. Bij flexibel bestemmen is tijdige communicatie echter ook erg belangrijk: ook hier kunnen eigenaren bezwaar maken of planschade claimen omdat zij nadeel ondervinden van nieuwe bestemmingen in nabij gelegen panden (zie box: het voorkomen van planschade). Denk bijvoorbeeld aan vermindering van vastgoedwaarde door een horeca- of woonbestemming in een nabijgelegen pand. Tot slot kan een gemeente ook kiezen om geen wijzigingen in het bestemmingsplan door te voeren, maar bij nieuwe initiatieven op individueel niveau te onderzoeken of dit wenselijk is en door middel van uitzonderingsinstrumenten, bijvoorbeeld afwijkmogelijkheden, andere functies mogelijk te maken.

Het voorkomen van planschade

Een tijdige en duidelijke communicatie met vastgoedeigenaren is van groot belang bij het voorkomen van planschade. Arjan Bregman van Bregman Advisering, geeft strategisch en juridische advies bij gebiedsontwikkeling en, waarschuwt "wat niet kan is rauwelijks wegbestemmen, zorg altijd voor voorzienbaarheid". De gemeente moet ervoor zorgen dat vastgoedeigenaren een herbestemming zien aankomen en voldoende tijd hebben om nog binnen het huidige plan te handelen. Bregman geeft hierbij drie belangrijke adviezen: wees concreet, communiceer duidelijk en neem voldoende tijd. Werk eerst concrete stappen uit in een structuurvisie Retail en geef verandering aan op kavelniveau. Maak de visie vervolgens openbaar bekend en neem daarna een jaar de tijd voor het in procedure brengen van het bestemmingsplan.

53

6.3.2 Leegstandsverordening

In een leegstandsverordening, mogelijk gemaakt door de wet Kraken en leegstand uit 2010, wordt vastgelegd dat vastgoedeigenaren de verplichting hebben kantoor- en winkelpanden die langer dan zes maanden leegstaan te melden bij de gemeente. Bij het niet voldoen aan deze verplichting, kan eigenaren een boete worden opgelegd. Na melding van leegstand vindt er een (verplicht) leegstandsoverleg plaats om tot een oplossing voor de leegstand te komen. Indien het pand langer dan een jaar leegstaat, kan de gemeente gebruikers voor het leegstaande pand voordragen. Een leegstandsverordening zorgt enerzijds voor het tijdig signaleren van leegstand en anderzijds voor meer sturingsmogelijkheden voor gemeenten. Alhoewel verschillende gemeenten een leegstandsverordening kennen, wordt deze verordening vooralsnog vooral toegepast in het kader van kantorenleegstand. De gemeenten Den Helder en Heerlen zijn bezig met het instellen van een leegstandsverordening voor het tegengaan van winkelleegstand, onder andere in de aanloopstraten. Hierbij gaat het niet zozeer om het tijdig signaleren van leegstand, maar vooral om de mogelijkheid tot sturing en het aanzetten van eigenaren tot een actieve aanpak van leegstand. Het aankondigen van 'de

mogelijkheid van een leegstandverordening' kan al helpen bij het aan tafel krijgen van eigenaren. Het toepassen van een leegstandsverordening voor winkelpanden in aanloopstraten lijkt alleen gewenst indien de urgentie hoog is. Bij langdurige leegstand of verloedering van panden en eigenaren die weinig betrokkenheid tonen, kun je dan als gemeente optreden.

Heerlen: Leegstandsverordening centrum en actieve herbestemming aanloopstraat

In de centra van Hoensbroek (waaronder de Akerstraat-Noord) en Heerlen wordt actief ingezet op het terugbrengen en concentreren van de winkelfunctie en het aanpakken van leegstand. Hiertoe worden twee juridische instrumenten ingezet: een leegstandsverordening in het kernwinkelgebied en het herbestemmen van panden in de omliggende straten. De leegstandsverordening is april 2016 vastgesteld door de gemeenteraad van Heerlen en is van toepassing op het kernwinkelgebied van Heerlen en van Hoensbroek. De Akerstraat-Noord valt hier buiten en hier wordt actief ingezet op herbestemming om zo retail en horeca meer in het centrum te concentreren. In de Akerstraat-Noord is er nu op pandniveau gekeken welke functie er gebezigd wordt en waar de retail- en/of horecafunctie kan worden weggenomen. Door herbestemming tijdig aan te kondigen en maatwerk te leveren op pandniveau verkleint de gemeente het risico op planschadeclaims. Wegbestemming betreft panden waar nu woningen en zakelijke dienstverlening (van fotograaf tot tattooshop) in gevestigd zijn alsmede leegstaande panden. Dit geeft een impuls aan het centrum. Wel levert het een potentieel nieuw dilemma op: welke invulling krijgen leegstaande panden? Er kan niet alleen sprake zijn van 'wegbestemmen', er moet ook een nieuwe bestemming worden gerealiseerd. Dit is geen makkelijke opgave, omdat er van alle functies een overschot is in Heerlen en omgeving. Zoals de provincie Limburg in haar Provinciaal Omgevingsplan Limburg (POL) 2014 stelt, is er 'van alles te veel'; te veel winkels, te veel kantoren en te veel woningen. Een nieuwe invulling op de ene plek kan dus gemakkelijk ten koste gaan van de ontwikkeling elders.

Om te voorkomen dat een ontwikkeling in de aanloopstraat ten koste gaat van het centrum heeft de gemeente een beslisschema opgesteld. In dit schema staat welke mogelijkheden/functies er zijn voor leegstaande panden op een bepaalde locatie en welke concrete transformatie-initiatieven er aldaar een omgevingsvergunning kunnen krijgen. In het eerste schema wordt gekeken of de leegstand in één van de aangewezen kerngebieden (clusters) ligt en hoe problematisch de leegstand is voor de omgeving. Bij in het oog springende leegstand in kerngebieden of bij leegstaande monumentale panden of zichtlocaties werkt de gemeente actief mee aan een nieuwe invulling. Bij een concreet nieuw initiatief wordt er ook weer gekeken of dit initiatief binnen een aangewezen kerngebied is en/of dat het een bijzonder pand betreft. In het laatste geval kan er wanneer er voldaan wordt aan de ladder voor duurzame verstedelijking toch een omgevingsvergunning worden afgegeven. Wanneer het initiatief wel binnen het bestemmingsplan past, maar niet valt in één van de kerngebieden (clusters) wordt getracht de initiatiefnemer te overtuigen om zich binnen een cluster te vestigen.

6.3.3 Verlichte regels

Om meer functies (op verschillende tijden) mogelijk te maken en te ondersteunen kan ook ingezet worden op verlichte regelgeving over reclame-, uitstalling- en terrassen, winkeltijden of evenementen. Op diverse plekken in Nederland wordt geëxperimenteerd met verlichting van regeldruk om ruimte voor initiatieven van ondernemers en bewoners te vergroten, om zo tot meer aantrekkelijke woon-, werk-, winkel- en verblijfsgebieden te komen. Voorbeelden hiervan zijn de projecten 'Compacte APV' in Hollands Kroon, 'Free Zones' in Amsterdam, Haarlemmermeer en Hoofddorp, 'Experimentstraten' in Groningen en 'Experimenteren met regels' in de binnenstad in Eindhoven. Platform31 voerde in de periode maart 2015 – oktober 2016 de pilot Verlichte regels winkelgebieden uit. Deze pilot ontstond in

het kader van de landelijke Retailagenda, een publiek-privaat initiatief om de toekomstgerichtheid van de detailhandelssector en de plekken waar deze gevestigd is (met name binnensteden) te vergroten.⁷

In de deelnemende gebieden aan de pilot is getracht om een nieuwe set (gebieds)regels op te bouwen vanuit een fictieve nulsituatie: als we in dit winkelgebied (nog) helemaal geen regels zouden hebben, welke regels vinden we dan minimaal nodig? Het doel van deze opzet was om via het (tijdelijk) wegnemen van belemmerende regels, meer initiatief, meer flexibiliteit en meer innovatie te laten ontstaan en, daarmee, uiteindelijk een ondernemender, aantrekkelijker en beter functionerend winkelgebied. Een neven doel van de pilot was het verhogen van de organisatiegraad van ondernemers en hun ondernemerschap te stimuleren. Deze hypothesen hebben de pilotdeelnemers onder begeleiding van Platform31 in de praktijk getoetst, via het creëren van een experimentomgeving met deelname van lokale stakeholders. Hierbij is een werkwijze ontsproten die zich laat omschrijven als 'niet naar de letter, maar naar de geest van de wet werken'. Er is geëxperimenteerd met bijvoorbeeld het bestemmingsplan, de APV, openingstijden, het terrassen-, reclame- en uitstallingsbeleid en het evenementenbeleid.

De meest in het oog springende conclusie van de pilot is dat er (veel) meer mogelijk is binnen bestaande lokale regels dan wordt gedacht. In veel gevallen zijn niet de geldende regels zelf, maar de wijze van interpreteren, toepassen en handhaven ervan bepalend in hoeverre ondernemers een (te) hoge regeldruk ervaren. Een pilot- of experimentaanpak kan helpen om tot weloverwogen standpunten te komen voor eventuele vernieuwing van regelgeving. Daarnaast is gebleken dat duidelijke regels een groot goed blijven, maar dat flexibiliteit in toepassing van regels steeds belangrijker wordt. Gebieden waar al sprake was van een goede publiek-private gebieds- en vraaggerichte samenwerking kunnen met een pilot zoals verlichte regels, meer resultaat en impact behalen. In de pilot hebben ondernemers aangetoond dat zij nieuwe verantwoordelijkheden kunnen en willen nemen. Ook het lokale politieke klimaat is een belangrijke factor. Als gevolg van dat er meer mogelijkheden zijn binnen bestaande regels dan breed werd aangenomen, heeft de pilot minder daadwerkelijke regelaanpassingen opgeleverd dan vooraf gedacht. Toch zijn er wel degelijk gebieden geweest waar wel regels zijn aangepast op basis van goede ervaringen in de pilot.

55

Flexibele regelgeving in Helmond en Alkmaar

Helmond werkte met afwijkingen van het bestemmingsplan om zo een pop-up restaurant toe te staan in een winkelpand en een winkel tijdelijk als woonruimte te laten verhuren. Het bestemmingsplan is inmiddels toegerust om deze initiatieven structureel toe te kunnen staan. Een ander ondernemersinitiatief in de pilot in Helmond was terrasuitbreiding, waar de gemeente enkel kaders heeft gesteld voor de veiligheid en toegankelijkheid voor mindervaliden en de hulpdiensten. Alkmaar werkt onder meer aan flexibilisering van het evenementenbeleid, meer ruimte voor uitstallingen, heldere laad- en lostijden en het toestaan van muziek afspelen via de gevel.⁸

Een gemene deler van de initiatieven met verlichting van regeldruk is dat de gemeentelijke overheid, ondernemers en andere stakeholders uit het gebied op andere, nieuwe wijze met elkaar gaan samenwerken. Met meer aandacht voor het (toekomstig) functioneren van het gebied (en de onderneming), en met minder handelen vanuit bestaande (institutionele) structuren of ingesloten

⁷ De tekst van de Retailagenda en de begeleidende brief van Minister Kamp aan de Tweede Kamer is hier te vinden: <http://www.rijksoverheid.nl/nieuws/2015/03/17/retailagenda-meer-kansen-voor-winkeliers.html>

⁸ De gemeenten Helmond en Alkmaar namen aan zowel het experiment Aangename aanloopstraten als de pilot Verlichte regels winkelgebieden deel.

gedrag patronen. Een opener houding van gemeente naar stakeholders uit de stad is hierbij nodig. Wanneer ondernemers meer ruimte wordt geboden, staat daar vaak tegenover dat hen wordt gevraagd meer verantwoordelijkheid te nemen. Dat betekent een nieuwe wisselwerking, die van alle partijen commitment vraagt.

6.4 Financiële instrumenten

6.4.1 Subsidieregelingen

De gemeente kan de aanblik van aanloopstraten verbeteren door eigenaren subsidie te verstrekken voor het verbeteren van hun gevel of herstructurering/transformatie van panden te stimuleren door subsidies aan te bieden voor het aanpassen van de binnenruimte van de commerciële voorziening of het (gedeeltelijk) transformeren naar wonen. Afhankelijk van de urgentie, transformatiebehoefte en de beschikbare financiële middelen kan gekozen worden voor alleen subsidies voor een opknapbeurt van de gevel of meer subsidies voor meer ingrijpende transformaties. In veel van de deelnemende gemeenten is subsidie voor het opknappen van de gevel en de binnenruimte van de commerciële voorziening verstrekt. Enkele gemeenten hebben ook transformatiesubsidies aangeboden.

Schiedam: Werk aan de winkel: subsidie voor opknappen gevels, transformatie naar wonen en bouwkundig akoestisch onderzoek

De gemeente Schiedam besloot in 2007 om met een brede aanpak een impuls te geven aan de binnenstad. In de Hoogstraat is de specifieke opgave om tot een gemengd milieu met winkelen, wonen, werken en verblijven te komen. De stad hanteert een sterke 'hands-on' aanpak, met onder andere het project 'Werk aan de Winkel' dat in 2008 startte. Binnen dit project zijn bijna tweehonderd panden in het centrum, waaronder vele in de Hoogstraat, fysiek geherstructureerd. Panden zijn gerenoveerd, winkelpuien en reclames aangepakt en er zijn woningen boven winkels gerealiseerd. Binnen het project konden eigenaren en ondernemers gratis advies krijgen en laagrentende leningen en subsidies voor de renovatie dan wel transformatie van panden. Achterliggend doel van het project was het verbeteren van de uitstraling van de winkelstraten en het versterken van het unieke karakter van het historische centrum. Voor deelname aan het project was zoveel animo dat de gemeente Schiedam het project eind 2011 moest stoppen omdat het subsidiebudget al was besteed. Vanaf juni 2013 startte 'Werk aan de Winkel 2.0', specifiek voor de Hoogstraat. Subsidies werden onder andere verstrekt voor het verbeteren van de voorgevel/winkelpuien en voor het maken van woningen en opgangen. De subsidies hebben ervoor gezorgd dat pandeigenaren zelf ook meer konden en wilden investeren in hun vastgoed: voor elke euro subsidie vanuit de gemeente, investeerde de eigenaren er gemiddeld zes euro bij. Sinds de start van 'Werk aan de Winkel' zijn er 149 winkelpanden (waarvan 135 in de Hoogstraat) aangepakt en/of opgeknapt. Door 'Werk aan de Winkel' zijn er in de Hoogstraat zeventig nieuwe woningen gemaakt en 44 opgangen, dit op een totaal van ongeveer 180 panden. Naar verwachting komen er de komende jaren nog zestien woningen en zeven opgangen bij. In 2015 startte 'Werk aan de Winkel 3.0', waarbij wederom de Hoogstraat alsmede de stegen tussen de Hoogstraat en Lange Haven centraal stonden. Eigenaren werden nu ook actief benaderd die vooralsnog niet hadden meegedaan. Er wordt aangedrongen op het bestrijden van leegstand door de winkel te verhuren tegen een reële huurwaarde, of voor tijdelijk gebruik beschikbaar te stellen. Daarnaast is er subsidie aan het project toegevoegd waarbij eigenaren en ondernemers van een horecaonderneming in categorie B of B/C (in de binnenstad) een bijdrage kunnen krijgen voor een bouwkundig akoestisch onderzoek en het aanbrengen van geluidswerende voorzieningen om zo de exploitatiemogelijkheden te verruimen.

6.4.2 Uitvoeringsregeling subsidie herstructurering en intelligent ruimtegebruik bedrijventerreinen

Een andere mogelijkheid om meer inzicht in en draagvlak voor transformatiemogelijkheden van aanloopstraten te realiseren, is het aanvragen van een provinciale subsidieregeling. Voor bedrijventerreinen loopt er al ruim tien jaar een regeling ter ondersteuning van herstructureringsprocessen. De HIRB-regeling (Uitvoeringsregeling subsidie herstructurering en intelligent ruimtegebruik bedrijventerreinen) bestaat uit financiële bijdragen aan onderzoek, procesbegeleiding en/of fysieke ingrepen voor herstructurering. De regeling heeft als doel de kwaliteit van bestaande bedrijventerreinen te versterken, gevestigde ondernemers te behouden en nieuwe ondernemers aan te trekken en trek naar nieuwe locaties te voorkomen. Ter ondersteuning van het herstructureringsproces kunnen de volgende gelden worden aangevraagd:

1. Onderzoek: bijdrage voor onderzoek of visie voor het betreffende gebied, dient als haalbaarheidscheck en vliegwiel voor transformatie (maximaal 50 procent, 20.000 euro).
2. Proces: bijdrage in proces(management) voor in gang zetten van herstructurering en het zorgen voor draagvlak, ook mogelijk in de vorm van opzetten transformatiefonds (maximaal 50 procent, 50.000 euro).
3. Fysieke ingrepen voor herstructurering van bedrijventerrein en (visuele) kwaliteit (maximaal 25 procent, 500.000 euro).

Het doel van de regeling en de in te zetten middelen passen ook bij de herstructurering van winkelstraten. In het geval van een winkelstraat kan de gemeente samen met ondernemersvereniging, BIZ (Bedrijfsinvesteringszone) en/of centrummanagement een aanvraag bij de provincie doen. Het verdient de voorkeur dat de gemeente als overkoepelend orgaan de subsidieaanvraag indient, zodat het algemeen belang voorop blijft staan en de regie georganiseerd is. In Castricum is met succes een HIRB-subsidie aangevraagd:

57

Castricum: HIRB-subsidie voor versterken centrum en aanloopstraten

Voor het project 'Versterken centrum en winkelgebieden Castricum' waar aanloopstraten Dorpsstraat en Torenstraat een belangrijke rol in spelen, is met succes een HIRB subsidie aangevraagd bij de provincie Noord-Holland. De kosten voor dit project bedragen in totaal 75.000 euro, waarvan de gemeente, ondernemersfonds en ondernemers en de provincie Noord-Holland elk 25.000 euro beschikbaar stellen. Het project richt zich met name op het versterken van de ruimtelijke inrichting van het centrum en de winkelgebieden van Castricum en het opzetten van een projectorganisatie om ruimtelijke maar ook sociale en economische maatregelen te kunnen uitvoeren. Waar de regeling is opgesteld voor het herstructureren van bedrijventerreinen, sluiten de doelstellingen van het project voldoende aan bij de doelstellingen zoals geformuleerd in de regeling, en is de subsidie toegekend. De projectorganisatie die is opgezet bestaat uit een stuurgroep, waarin wethouder, ondernemer en de directeur van het ontwikkelingsbedrijf, een externe projectleider met veel inzicht in het gebied en de ondernemers, en een projectgroep. Deze projectgroep komt voort uit drie al bestaande werkgroepen: één op het gebied van ruimtelijke structuur, één op het gebied van marketing en sfeer en één op het gebied van parkeren en infrastructuur. Zo worden niet alleen de ruimtelijke aanpassingen maar ook andere vormen van herstructurering en vitalisering meegenomen. Concrete deelprojecten die worden gerealiseerd binnen het project zijn: het realiseren van een heldere parkeerrouting, het opwaarderen van het horecaplein en het organiseren van evenementen, de burgermeester Mooijstraat/Dorpsstraat als route naar het centrum promoten en versterken door middel van bebording, vlaggen en/of kleine ruimtelijke ingrepen en het transformeren van winkel- dan wel horecapanden naar woningen.

6.4.3 Regelingen voor (door)startende ondernemers (i.s.m. andere partijen)

Het tegengaan van leegstand door het aantrekken van nieuwe winkeliers en ondernemers naar de aanloopstraat kan mogelijk gefaciliteerd worden door het opzetten van een startersregeling voor een bepaald gebied. Hierbij moet het ruimtelijke ordeningsprincipe voorop staan.

Heerlen: Ruimte voor Ondernemerschap

Experimentpartner Heerlen stelde in 2013 een regeling in 'Ruimte voor Ondernemerschap' waarbij startende ondernemers een duwtje in de rug krijgen en worden verleid zich in het winkelgebied te vestigen. Ondernemers kunnen aanspraak maken op subsidie, mits zij zich vestigen in een pand dat ten minste een half jaar leegstaat en zij zich op de begane grond vestigen (en leegstand zichtbaar wegnemen). Daarnaast kunnen ook eigenaren van panden die meer dan een half jaar leegstaan subsidie ontvangen voor het aankleden van hun lege etalage. Het actief tegengaan van leegstand staat hierbij voorop.

6.5 Fysieke instrumenten

6.5.1 Faciliteren transformatie winkel naar wonen/andere functie

Er kan op verschillende manieren bijgedragen worden aan het transformeren van winkel naar woning of naar een andere functie. Een innovatief initiatief is het opzetten van een advieskamer waarbij op pandniveau transformatie-ideeën en aanvragen worden beoordeeld en advies wordt gegeven over hoe transformatie kan worden gerealiseerd. Daarnaast kan door middel van scenario's voor (een groep van) eigenaren inzichtelijk worden gemaakt wat de kosten en opbrengsten van transformatie zijn, bijvoorbeeld door een financiële quickscan. Hier kunnen ook subsidieregelingen aan gekoppeld worden.

58

Hilversum: project advieskamer

Met het project 'Leegstand te Lijf' is het thema leegstand en herbestemming geagendeerd en zijn er actielijnen uitgewerkt voor de gehele binnenstad. Hierbij wordt niet alleen naar winkelleegstand gekeken. Hilversum kiest bewust voor een brede, integrale aanpak, waarbij kantoren, winkelpanden en bedrijfsruimten worden meegenomen en er breed naar mogelijke invullingen wordt gekeken. Door ruimtedruk in Hilversum vormen de Havenstraat maar ook andere aanloopstraten interessante vestigingslocaties voor alternatieve functies. Een succesvol project in het tegengaan van leegstand is het project Advieskamer. Er is een advies- en besliskamer opgesteld welke op pandniveau transformatie-ideeën en aanvragen beoordelen. In de Advieskamer en Besliskamer wordt meegewerkt aan de transformatie van kantoor- of winkelpanden naar woningen, aan het realiseren van woningen boven winkels en het verkleinen van winkelvolumen, bijvoorbeeld door het achterste deel van de winkel tot woning om te vormen. Concrete aanvragen dient een eigenaar bij de Besliskamer in, voor advisering over een nieuw initiatief kan hij of zij bij de Advieskamer terecht. Dit heeft tot een aantal transformaties geleid. Tegelijkertijd worden er nog veel verzoeken afgewezen vanwege mogelijke overlast, bijvoorbeeld door gebrek aan ruimte voor parkeren en afvalbeheer.

6.5.2 Kwaliteitsimpuls aan de openbare ruimte geven

Er kan ook geïnvesteerd worden in de fysieke inrichting van aanloopstraten, waarbij het van belang is zowel aan te sluiten bij de (historische) identiteit en de huidige ruimtelijke en functionele mogelijkheden van de straat. De historische, fysieke en functionele verschillen leiden tot toekomstmogelijkheden die per aanloopstraat verschillend zijn. Ook bepaalt de verhouding tussen verschillende functies, zoals wonen en winkels, ook hoe de openbare ruimte moet worden ingericht. Kockelkoren en De Boer van mdb's stellen vraagtekens bij de populaire stelling dat een 'gesloten winkelfront' [een ononderbroken

reeks winkels] cruciaal zou zijn om een aanloopstraat als winkelstraat goed te laten functioneren. “Is een fijne woonstraat met winkels daarin nou echt zo ondenkbaar?” Zij zijn ervan overtuigd dat fysieke ingrepen in zowel pand als openbare ruimte nodig zijn om van een slecht lopende winkelstraat een fijne woon- of woon/winkelstraat te maken. Niet iedereen wil een woonkamer met winkelpui direct aan de straat. Ook de straat zelf krijgt hierdoor een nieuw en dynamischer karakter. Naast het transformeren van winkels in woningen kan er ook worden gekozen voor het herinrichten van straathoeken of zelfs het creëren van nieuwe straathoeken door het slopen van panden voor economische of verblijfsachtige functies. Voor aanloopstraten waar de winkelfunctie (deels) behouden blijft, kan een autovrije of autoluwe straat worden ingericht. Hierbij is het wel van belang om naar het type winkels te kijken, voor sommige speciaalzaken is juist goede bereikbaarheid met de auto van groot belang.

Daarnaast kunnen voor dit type aanloopstraten waar de winkelfunctie deels behouden blijft, routes ontwikkeld worden voor de aanloopstraat met fysieke bewegwijzering. Dit kan bijdragen aan het aantrekken van voldoende passanten.

Fysieke bewegwijzering

Kai van Hasselt van Noa geeft het advies aanloopstraten te ontwikkelen als logische en zichtbare routes naar interessante bestemmingen in de stad. Dit kunnen winkels in de binnenstad zijn, maar ook culturele voorzieningen, belangrijke plekken in de geschiedenis van de gemeente of anderzijds bijzondere, bezoekwaardige plekken.

Zaanstad: Nieuw leven op de Westzijde door aanpak openbare ruimte en verkeersdoorstroming

In de gemeente Zaanstad wordt sterk ingezet op de aanpak van de openbare ruimte en de verkeersdoorstroming. Het stadshart van Zaandam heeft de laatste jaren een modern centrum gekregen door ontwikkeling van het nieuwe stadshart Inverdan. Het centrumgebied, ontworpen door Sjoerd Soeters, omvat nieuw vormgegeven openbare ruimte, winkels, woningen en horeca en brengt de Zaanse architectuur terug. Het gebied heeft hiermee een duidelijk herkenbare en onderscheidende identiteit gekregen. De Westzijde, de straat binnen het experiment, bevindt zich op de rand van het stadshart en is deels onderdeel van het Inverdanproject. Het eerste deel van de straat behoort nog tot het project en het kernwinkelgebied, de rest van de straat fungeert als aanloopgebied. De verkeerssituatie - veel verkeer op de Westzijde en daarmee een abrupt einde van het voetgangersgebied – de positie van de straat - geen zicht vanaf centrale winkelgebied op straat - en de lengte van de straat maken dat weinig bezoekers vanuit station en hoofdwinkelstraten de winkels aan de Westzijde weten te vinden.

De gemeente Zaanstad probeert dit op twee manieren te doorbreken: door ingrepen in de openbare ruimte en door aanpassing van de verkeerssituatie. De gemeente heeft de architect van het Inverdanproject, Sjoerd Soeters, gevraagd een visie voor de aanloopstraat te ontwikkelen en ondernemers met sfeerbeelden te enthousiasmeren voor het aanpakken van de openbare ruimte. Soeters stelt onder andere voor de lengte van de straat te breken door te werken met blikvangers. Door de straat “meer meanderend” te maken, nodig je wandelaars uit om van blikvanger naar blikvanger te lopen. Zo loop je onbewust steeds verder de straat in. Daarbij kunnen de brede banden op de gevels van een aantal karakteristieke panden worden verwijderd om zo het verband tussen de mooie, authentieke bovenverdieping met de benedenverdieping waarin de winkels gevestigd zijn weer in ere te herstellen. Dit wordt nu verder uitgewerkt in sfeerbeelden. Deze beelden worden gebruikt bij de acquisitie van potentiële huurders voor de winkelruimtes en om vastgoedeigenaren te bewegen verwaarloosde gevels aan te pakken.

Daarnaast wordt de Westzijde heringericht en wordt de verkeerssituatie aangepast. Tussen 12.00 en 18.00 uur wordt doorgaand snelverkeer om het centrum geleid door op een aantal plaatsen pollers (verzinkbare paaltjes) te plaatsen. Daarnaast wordt er gekeken of er minder bussen door de Westzijde kunnen rijden. Dit zal leiden tot veel minder verkeer door de Westzijde, waardoor een meanderende straat mogelijk wordt en een wandeling naar en op de Westzijde aantrekkelijker wordt. De herinrichting van de straat zal plaatsvinden in overleg met lokale ondernemers en bewoners. De nieuwe inrichting verhoogt niet alleen de verblijfskwaliteit van de straat, maar geeft ook energie om gezamenlijk de straat verder te verbeteren.

6.5.3 Investeren in parkeren

Het aantal parkeerplekken en het inrichten van parkeerruimte speelt een belangrijke rol bij herbestemming van aanloopstraten, bijvoorbeeld bij transformatie naar woningen. In principe moet er gezorgd worden voor voldoende parkeergelegenheid bij woningen. Dit kan in de straat zelf maar ook in de nabije omgeving gerealiseerd worden. Een andere mogelijkheid is het realiseren van parkeervergunning vrij wonen. Om genoeg parkeergelegenheid bij woningen of winkels te realiseren kan verder gedacht worden aan de herverdeling van eigendomsrechten, bijvoorbeeld het verhandelen van parkeerplaatsen binnen een vereniging van eigenaren of tussen bedrijven, of het stimuleren van het gebruik van deelauto's.

Gebiedsgerichte aanpak parkeren

Hilly Talens van het CROW onderstreept het belang van een gebiedsgerichte aanpak van parkeren (in plaats van een straat- of pandgerichte aanpak): "Je moet er als gemeente naar streven dat parkeerplaatsen zo intensief mogelijk gebruikt worden, zodat je er zo min mogelijk ruimte aan hoeft op te offeren." Dat kan bijvoorbeeld door het bijhouden van de parkeerbezetting en het afstemmen tussen gebieden en tijden. "De gemeentelijke parkeermakelaar in Zwolle regelt bijvoorbeeld dat lege parkeerterreinen bij kantoren rondom de binnenstad van Zwolle in het weekend ontsloten worden voor bezoekers van de binnenstad." Verder is het belangrijk om het onderscheid tussen parkeerkencijfers en parkeernormen helder te hebben. Waar de kencijfers, uitgegeven door het CROW en niet juridisch bindend, niet locatie-specifiek zijn en beleidsonafhankelijk, zouden parkeernormen, die wél juridisch bindend zijn, juist wel beleidsafhankelijk en gebiedsgericht moeten worden vastgesteld. Talens raadt aan om parkeernormen vast te stellen in een parkeernormennota en niet in een bestemmingsplan.

Vergeet de fiets niet!

Daarnaast is het van belang om niet alleen naar de auto, maar ook naar fietsparkeren te kijken en breder te kijken voor parkeeroplossingen. Vergeet de fiets niet! Fietzers en wandelaars zijn samen goed voor ongeveer twee derde van de bestedingen in winkelstraten. De gemeente Wageningen heeft in samenspraak met bewoners en bedrijven een parkeernota opgesteld waarbij auto- en fietsparkeren geïntegreerd zijn opgenomen, mét gebiedsgerichte parkeernormen en een bredere visie op mobiliteit. Fietsparkeren behelst ook veel meer dan het plaatsen van een fietsenrek: zoveel soorten fietsen, zoveel soorten fietsparkeerplaatsen. Houd hierbij rekening met de gewenste verblijfsduur in het gebied. Ook kan door simpele ingrepen in de openbare ruimte overlast van geparkeerde fietsen worden aangepakt, bijvoorbeeld door belijning, het verwijderen van een paal of de inzet van 'lokfietzen' om mensen te stimuleren hun fietsen op gewenste plekken te parkeren.

6.6 Overkoepelende instrumenten

6.6.1 Stedelijke herverkaveling en vereveningsfonds

Stedelijke herverkaveling - het samenvoegen en weer verdelen van rechten op stedelijk vastgoed - is een ingewikkelde procesopgave, waarbij de gemeente actief samen dient te werken met winkeliers en vastgoedeigenaren. Succesvolle praktijkvoorbeelden van herstructurering waarbij stedelijke herverkaveling is ingezet, zoals het Modekwartier in Arnhem en de Parkweg in Ede, laten zien dat dit een langjarig proces is. Daarnaast moet de urgentie voor ondernemers en eigenaren hoog genoeg zijn om in het ingewikkelde proces met voor hen onzekere uitkomsten te willen investeren. In geval van sterk dalende omzetten, weinig passanten en slechte branchering zullen betrokken partijen de meerwaarde van een herverkaveling inzien en is de kans van slagen het hoogst. .

Een optie voor het bewerkstelligen van stedelijke herverkaveling is het instellen van een vastgoedfonds; een zogenaamd vereveningsfonds waarbinnen het gezamenlijk eigendom van alle of het grootste deel van de panden in (een deel van) de aanloopstraat (of ander gebied) wordt ondergebracht. Elke eigenaar heeft een aandeel in het fonds naar rato van de marktwaaarde van zijn of haar pand(en) (vastgesteld in onafhankelijke taxatie). In plaats van huur voor zijn of haar pand, ontvangt de vastgoedeigenaar vervolgens dividend van het fonds. De aandeelhouders binnen het fonds hebben gezamenlijke verantwoordelijkheid voor het beleid. Doel van het fonds is het zorgen dat het collectief belang van alle eigenaren in het gebied - in plaats van het individuele belang van elke eigenaar - leidend wordt bij de aanpak van de straat. Individuele risico's, zoals leegstand, worden binnen het fonds gedeeld. Op die manier kan er makkelijker gestuurd worden op functieverandering en een goede samenstelling van ondernemers in de straat. Ook benodigde ruimtelijke ingrepen bij verandering van functie kunnen makkelijker plaatsvinden.

61

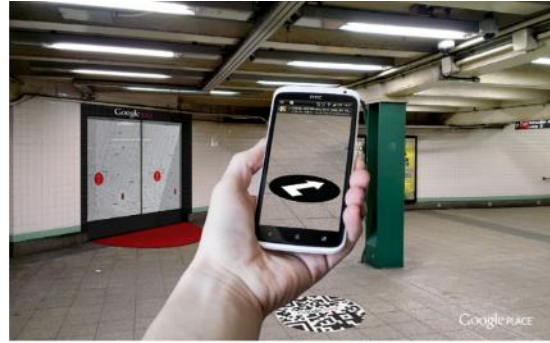
In verschillende gemeenten binnen het experiment is belangstelling voor het instellen van een vastgoedfonds voor stedelijke herverkaveling. Het blijkt echter lastig om alle (of het overgrote deel van) de eigenaren in een fonds te verenigen.

Ook kan de gemeente op individueel niveau het verplaatsen van ondernemers van aanloopstraat naar kernwinkelgebied of binnen de aanloopstraat faciliteren (naar een concentratiegebied van winkels). Ook dan is het moeilijk om een match te vinden tussen ondernemer en pand. Er komen veel variabelen bij kijken die allemaal 'moeten kloppen': winkelgrootte en huurprijs, al aanwezig retailaanbod en publiek. Daarnaast zijn er verschillende eigendomssituaties. Ondernemers die ook eigenaar zijn van het pand zullen minder snel verplaatsen.

6.6.2 Gebiedsmarketing

Een ander overkoepelend instrument is het toepassen van gebiedsmarketing op aanloopstraten. Hierbij kan door procesmanager, binnenstadsmanager en/of oliemantje in samenwerking met andere stakeholders worden ingezet op het neerzetten van een duidelijk merk voor de straat. Belangrijk is dat dit merk de uniciteit van de straat benadrukt maar haar tegelijkertijd met de (binnen)stad als geheel verbindt. En dat de identiteit van de straat aansluit bij de (toekomstige) functies en gebruikers van de straat. Een aanloopstraat kan fungeren als de route naar een interessante plek in de stad en als "inleiding" op de binnenstad als geheel of een onderdeel van een themagebied zijn. Dit verhaal moet terug te vinden zijn in de straat zelf, maar kan ook virtueel en mobiel gemaakt worden of in print terugkomen. Kai Van Hasselt van Noa, een interdisciplinair adviesbureau, geeft tijdens een expertmeeting inspirerende suggesties voor functies en daaraan gekoppelde identiteiten van

aanloopstraten. Zet bijvoorbeeld de geschiedenis van straat en stad centraal met de straat als stadsarchief, kies voor de aanloopstraat als interessante route naar *point of interest* met de straat als navigatie, of als toegang tot de stad met de straat als *welcoming*, voor de straat als speelplaats door verbinding met *gaming* te maken, of voor de straat als ontmoetingsplek, etalage, galerie, bibliotheek et cetera. Bedenk samen met betrokken bewoners, ondernemers en eigenaren welke identiteit bij de straat past, maar durf hierbij ook buiten de hokjes te denken.



De aanloopstraat als... Bron: presentatie Kai van Hasslet, Noa. 4-06-2015.

7 Aanbevelingen

- Zorg ervoor dat visie en strategie voor de aanloopstraat worden ontwikkeld binnen het bredere kader van de ontwikkeling van de stad, zoals is vastgelegd in de structuurvisie en de retail- en/of centrumvisie. Zie de aanloopstraat niet op zichzelf maar ingebed in een bredere sociale, economische en ruimtelijke context. Dit vergroot de kans op een realistische visie en uitvoerbaar plan van aanpak. Door het revitaliseren van de aanloopstraat in de bredere context te plaatsen, maak je je als partij ook geloofwaardiger, waardoor er meer draagvlak bij stakeholders en binnen de gemeente wordt gerealiseerd.
- Het is belangrijk om eerst goed te kijken naar de kenmerken van de aanloopstraat, bijvoorbeeld door het opstellen van een straatprofiel. In het experiment zijn drie typen aanloopstraten geïdentificeerd: centrumaanloopstraten, stationsaanloopstraten en buitencentrumse aanloopstraten. Bekijk wat voor oplossing past bij het type aanloopstraat. Vaak ligt in 'centrumaanloopstraten' de urgentie van leegstandsbestrijding hoger en zijn er veel vervangende functies mogelijk. Tegelijkertijd liggen (gewenste) huren vaak relatief hoog, wat voor sommige ondernemers of alternatieve functies een drempel vormt. 'Stationsaanloopstraten' hebben het voordeel van relatief veel *traffic* en hier kan een goede routing nog verder bij helpen, maar deze straten hebben wel vaak te maken met zeer versnipperd eigendom. 'Buitencentrumse aanloopstraten' hebben tot slot vaak een lagere politieke urgentie en minder potentie voor transformatie naar retail-, horeca- of werkplekken (met name verder van het kernwinkelgebied af). Deze straten zijn echter makkelijker tot woon- of stadsstraat te transformeren. Voor retail- en horecafuncties is het daarnaast ook van belang om een inschatting te maken van de concurrentiepositie van de aanloopstraat ten opzichte van andere winkel- en horecagebieden in de stad en de regio: zijn de functies hier wel haalbaar?
- Investeer in de mensen en zet in op het creëren van een 'coalition of the willing'. Richt je in eerste instantie vooral op die stakeholders die bereidwillig zijn om mee te denken in de ontwikkeling van de aanloopstraat. Zeker in een vroeg stadium is het niet reëel om te denken dat iedere stakeholder in een aanloopstraat meedraait in een visievormingsproces. Verschillende stakeholders in een aanloopstraat zijn in verschillende mate betrokken bij wat er in de straat gebeurt en hebben verschillende machtsposities en belangen. Hier kun je mee 'spelen'. Om de ontwikkeling van de aanloopstraat in gang te zetten, is het belangrijk om een kansgerichte aanpak te hanteren en gericht in te zetten op hoe en met welke stakeholders deze kansen te realiseren zijn. Tegelijkertijd is het wel belangrijk om iedereen die betrokken is bij de straat goed te informeren over plannen en ontwikkelingen in de straat.
- Het is aan te raden om een externe partij in te schakelen om eigenaren en ondernemers te betrekken en/of met elkaar te verbinden. Dit is aan te bevelen om verschillende redenen: deze partij kan helpen bij het creëren van een gevoel van urgentie en zet de aanloopstraat op de kaart. Daarnaast kan een externe partij ervoor zorgen dat het eigenaarschap meer bij de betrokken partijen komt te liggen en niet afgeschoven wordt op de gemeente. Deze verbindende rol vereist wel veel van de externe partij. Hij of zij moet een goed netwerker zijn met sterke communicatieve vaardigheden, financiële en juridische kennis hebben en weten van wet- en regelgeving. Het is dus belangrijk om goed na te denken over de keuze van de partij en een duidelijke opdracht te

formuleren. Een belangrijke afweging is of de externe partij het gehele proces gaat managen of dat het specifiek gaat over de match van vraag- en aanbod faciliteren of iets hier tussen in.

- Wees niet bang om te experimenteren in aanloopstraten. Waar het beleid in het kernwinkelgebied meer vastligt, is er in aanloopstraten vaak ruimte voor het proberen van nieuwe dingen. Denk hierbij aan verlichte regelgeving, of aan nieuwe functies zoals ruimtes voor zzp'ers of mengvormen van winkel- en horecafunctie, maar ook aan een originele marketing van het gebied.

8 Bijlage: lokale analyses

8.1 Alkmaar: Laat-Oost, Limmerhoek

Aangemelde aanloopstraat: Laat-Oost/Limmerhoek

Lokale analyse 1 november 2015

Profiel

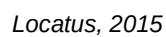
- Alkmaar heeft ruim 107.000 inwoners, met een aantrekkelijke historische binnenstad;
- Binnenstad niet alleen sterk in detailhandel, maar ook in retail en horeca;
- Regionale verzorgingsfunctie Noord-Holland Noord, toenemende regionale concurrentie;
- Circa 77.000 vierkante meter wvo (2011), leegstand 11 procent, met in 2008 nog 22.000 vierkante meter wvo uitbreidingsruimte becijferd (o.a. in Overstad);
- Beleid: compact kernwinkelgebied, flexibel bestemmingsplan in rest binnenstad, grootschalige functies (leisure, pdv, gdv) in Overstad. Aanloopstraten zijn voorzien van bronpunten en looplijnen naar het kernwinkelgebied;
- Experiment richt zich op aanloopstraat Laat-Oost/Limmerhoek;
- Leegstand, verrommeling en onduidelijkheid waar het met de straat naar toe moet;
- Lopend proces met klein aantal actieve betrokken ondernemers, uitdaging is hoe eigenaren aan tafel te krijgen/te bewegen en het draagvlak te vergroten.

Alkmaar en winkelgebied

Alkmaar is van oudsher het centrum van Noord-Holland Noord. Deze positie manifesteert zich vooral in het centrumgebied. Voor Alkmaarders en voor bezoekers van buiten is het door de mix van functies, de omvang en de levendige, historische binnenstad een aantrekkelijk winkelgebied.

In het centrum bevindt zich een groot aantal culturele functies, zoals De Vest, de Grote Kerk, het Stedelijk museum. Ook is het de plek van het bekendste, wekelijks terugkerende evenement in Alkmaar: de kaasmarkt. De laatste jaren wordt nabij het centrum winkelgebied Overstad ontwikkeld, o.a. gericht op leisure en grootschalige winkels voor huis en inrichting. Ondanks de positie van het winkelgebied van Alkmaar in de regio, is de concurrentie toegenomen. Alkmaar doet zijn uiterste best om het aantal bezoekers te laten groeien en de leegstand (nu circa 11 procent) te beperken. De bezoekersaantallen stijgen, onder andere door succesvolle evenementen en toenemend toerisme. In het bestemmingsplan Centrum is een compacte winkelstructuur vastgelegd, met daarin aangegeven enkele kernwinkelstraten (alleen winkels en beperkt horeca toegestaan) en de aanloopstraten (gemengde bestemming). De openbare ruimte van de aanloopstraten is over het algemeen goed op orde. Ook hebben ze allemaal een duidelijke functie in de zin dat ze tussen een bronpunt (parkeergarage) en het kernwinkelgebied liggen. Het experiment focust zich op de langste aanloopstraat in het centrum van Alkmaar, Laat-Oost/Limmerhoek.

65



Aanloopstraat: Laat-Oost/Limmerhoek

De Laat-Oost en in het verlengde daarvan de Limmerhoek zijn de staart van een van de twee belangrijkste winkelstraten in het kernwinkelgebied. De Laat-Oost is in het bestemmingsplan Binnenstad aangewezen als aanloopstraat, met een gemengde bestemming. Doel hiervan was het kernwinkelgebied compacter te maken en de aanloopstraten de mogelijkheid te geven te verkleuren. In de huidige situatie dreigt verrommeling, verschraling en verarming te ontstaan. Op dit moment staan er panden leeg en zoals het er nu naar uitziet zal de leegstand in de toekomst toenemen. Dit is voor geen van de betrokken partijen (vastgoedeigenaren, ondernemers, gemeente) gunstig. Een directe urgentie voor meer sturing is ontstaan doordat woningcorporatie Van Alckmaer binnenkort een beslissing neemt over de herontwikkeling van het voormalige Lundia-pand, midden in de winkelstraat. Hun keuze om op deze locatie winkels dan wel woningen in de plint te vestigen zal van grote invloed zijn op de toekomst van de straat.

Bij de gemeente en bij een deel van de huidige winkeliers en eigenaren bestond de behoefte om de potentie van de Laat-Oost te onderzoeken en te vertalen in een visie. Deze is inmiddels gemaakt door Bureau Stedelijke Planning. De visie, met als thema 'De lokale helden van de Laat-Oost' geeft gemeente, eigenaren en ondernemers houvast bij het maken van investeringskeuzes. Belangrijkste conclusie uit deze visie is het advies om een keuze maken voor winkelstraat van specialisten, waar bezoekers specifiek voor komen. Dit principe kan ook worden doorgevoerd in toevoegingen van horeca, dienstverlening en werken. Een aantal zaken die verder van belang zijn:

- Volgens ondernemers worden de problemen gedeeltelijk opgelost als de parkeergarage beter functioneert en toegangsweg de Bierkade weer tweerichtingsweg wordt (en als bovendien de Primark nabij gevestigd zal zijn). Dit zorgt soms voor een wat afwachtende houding;
- Zelfs huren 50 procent omlaag (wat sommige eigenaren al doen) levert in praktijk nog geen nieuwe huurders (of niet het soort dat je zou willen);
- 1 eigenaar verbouwt nu naar woningen (met kleinere commerciële plint).

67

Beleid

Bestemmingsplan Centrum 2012:

- Compacte winkelstructuur met kernwinkelstraten (detailhandel en beperkt horeca) en aanloopstraten (gemengde bestemming, behoud van de kleinschaligheid van de bebouwing en de functies wenselijk: maximum van 250 m² per vestiging);
- Uitbreiding van winkels kan in het kernwinkelgebied en de aanloopgebieden.
- Nog geen specifiek aanloopstraten beleid;
- Laat-Oost (uiteinde aanloopstraat): Q1-2015 quickscan met ondernemers en vastgoedeigenaren en corporatie.

DTNP (2008):

- Het verdient sterke aanbeveling buiten het 'kernwinkelgebied' geen nieuwe winkelruimten te ontwikkelen. In dit licht draagt ook winkelontwikkeling op [...] de Laat-Oost niet bij aan de beoogde clustering van passantenstromen. Het aanloopgebied is ruim bemeten en kwetsbaar.

Algemeen:

- In dit aanloopgebied wil de coalitie een pilot 'belastingvrije zone voor startende ondernemers' mogelijk maken in combinatie met een verlaging van de huurprijs voor ondernemers. (uitvoering moet nog nader onderzocht, bijv. OZB terugkrijgen als kan worden aangetoond dat een huurprijsverlaging is gehonoreerd door pandeigenaar, of een marktconforme huur wordt gevraagd voor deze plek).

Proces en samenwerking

Eerste deel van de straat (richting centrum) heeft nog veel levendigheid en winkels, tweede deel wordt rustiger, meer leegstand. Als er nu niets wordt gedaan is er angst voor de komst van laagwaardige winkels en langdurige leegstand. Er is een eerste stap gemaakt door inschakeling en het rapport/visie van Bureau Stedelijke Planning (incl. werksessie met stakeholders). Met name ondernemers/winkeliers zijn betrokken. De urgentie wordt gevoeld, al is er in sommige gevallen nog steeds sprake van 'even afwachten' wat er gaat gebeuren, bijvoorbeeld met mogelijk terugbrengen van tweerichtingsverkeer van toegangsweg de Bierkade en vestiging van Primark nabij. Uitdaging en vraagstuk voor het experiment is hoe men de eigenaren om tafel kan krijgen/kan bewegen tot actie. Woningcorporatie Van Alckmaer is een belangrijke speler als eigenaar van een centraal gelegen monumentaal pand in de straat.

Ambities en vraagstukken voor het experiment

- Focus ligt op de organisatie van winkeliers en eigenaren, met name op betrekken van eigenaren;
- Gemeente heeft zaken in principe op orde: er is van alles mogelijk, ruime bestemmingen etc. De vraag is: wat wordt dan in dit komende proces de rol van de gemeente?
- Vragen voor het experiment, volgende stappen in het proces:
- Hoe omgaan met (op lange termijn) wegbestemmen van winkels, nu gebeurt dat (nog) met zachte hand;
- Werken aan positionering/identiteit, met evt. mogelijkheid van 'zelfbestuur' van de straat, beslissen wat er wel of niet komt. Hiervoor is vooral aansluiting/initiatief van eigenaren van belang;
- Nader onderzoek naar instellen van startersregeling: OZB terugkrijgen als lagere huurprijs wordt gehonoreerd door pandeigenaar. Uitvoering hiervan is nog niet helder;
- Ook inzicht krijgen in:
- Mogelijke manieren om planschade te voorkomen
- Schuif-subsidies, fondsen en andere tools voor verschuiven
- Gemeente Alkmaar wil graag een winkelstraatbiografie laten maken van de Laat-Oost/Limmerhoek.

68

Geraadpleegde bronnen

- Aanmeldformulier Experiment, d.d. november 2014
- Rapport Bureau Stedelijke Planning d.d. 30 april 2015
- Projectbezoeken d.d. 02-02-2015 en 19-08-2015
- Bestemmingsplan Binnenstad Centrum (vastgesteld 01-11-2012)
- Bestemmingsplan Binnenstad Zuid en Oost (vastgesteld d.d. 28-4-2011)
- Quick Scan Detailhandelsvisie en Ontwikkelingsprogramma Alkmaar, DTNP, 2008 (= toets van Nota uit 2004)

8.2 Castricum: Dorpsstraat, Torenstraat

Aangemelde aanloopstraat: Dorpsstraat en Torenstraat (straten rondom Bakkerspleintje)

Lokale analyse 19 oktober 2015

Profiel

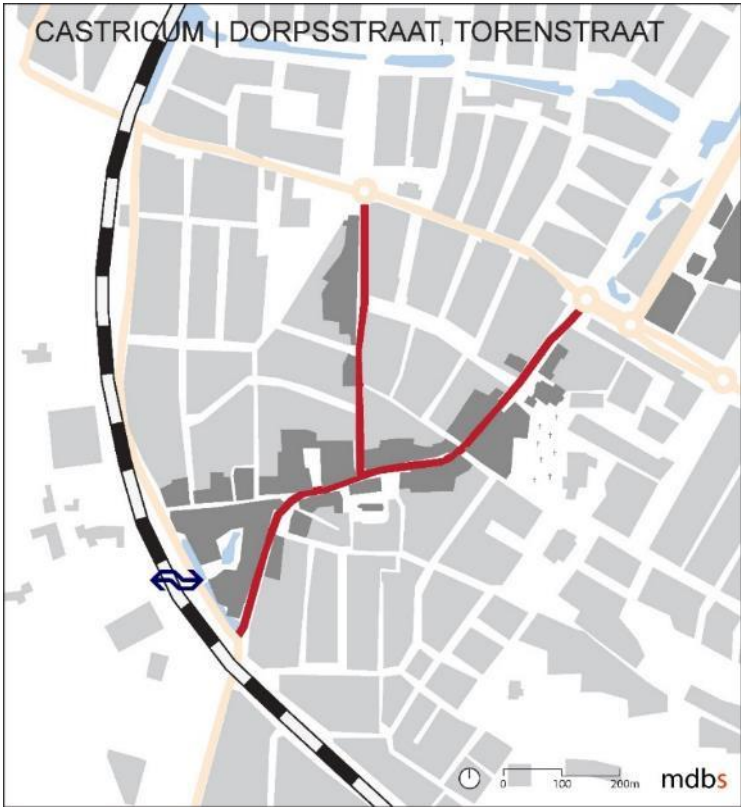
- De gemeente Castricum heeft ruim 34.000 inwoners, gelegen in Noord-Holland;
- Een toeristisch georiënteerde gemeente, nabij duinen en strand, met een historisch dorpscentrum;
- Castricum heeft twee winkelgebieden: het oude dorpscentrum en het projectmatig ontwikkelde winkelcentrum Geesterduin met verschillend karakter. Voor het experiment wordt gefocust op het dorpscentrum;
- De twee winkelgebieden zijn aanvullend op elkaar en niet met elkaar verbonden (afstand is relatief groot);
- Castricum is aangemeld voor het experiment door het Ontwikkelingsbedrijf Noord-Holland Noord, zij hebben de rol van onafhankelijke partij in het proces rondom de aanpak van aanloopstraten van Castricum;
- Er is onder leiding van het ontwikkelingsbedrijf NHN (uit opdracht van gemeente Castricum) een actief proces gaande met eigenaren en winkeliers uit het dorpscentrum om een visie te ontwikkelen op de toekomst van het (compacter maken van het) winkelgebied. In die zin beslissen zij dus zelf over hun eigen toekomst en positie in het winkelgebied.

Castricum en winkelgebied

De gemeente Castricum is gelegen in Noord-Holland, tussen Alkmaar in het noorden en Beverwijk in het zuiden en heeft ruim 34.000 inwoners. De afgelopen jaren is het inwoneraantal van de gemeente licht gedaald, dit zal naar verwachting nog enige tijd doorzetten, waarna weer lichte groei zal optreden. Het gemiddeld besteedbaar inkomen per inwoner in de gemeente ligt circa 15 procent boven het Nederlands gemiddelde. Door de ligging aan zee en duingebied heeft de gemeente wat betreft toerisme een sterke positie in de regio, welke nog verder kan worden uitgebouwd met de ontwikkelingen rond het stationsgebied (aanleg Westerplein, Huis van Hilde, onderzoek opwaarderen perrontunnel, overweg Beverwijkerstraatweg en het initiatief voor de ontwikkeling van een recreatiepark) en positionering van het historische dorpscentrum van Castricum. Naast gangbare stakeholders - winkeliers, ondernemers, vastgoedeigenaren - vormen de strand- en campingondernemers een belangrijke schakel in het totale aanbod van Castricum.

In Castricum is ruim 80 procent van het totale winkelaanbod gevestigd in het dorpscentrum en winkelcentrum Geesterduin (gebouwd in de jaren 70). Daarmee beschikt Castricum over twee sterke en onderscheidende winkelgebieden. Deze twee winkelgebieden functioneren relatief autonoom, mede omdat geen sprake is van een aaneengesloten bewinkeling tussen de Dorpsstraat en Geesterduin. Daar waar winkelcentrum Geesterduin zich richt op de dagelijkse en frequent benodigde artikelen (runshopping), zal het dorpscentrum, uitgaande van haar bestaande sterke punten, zich verder moeten onderscheiden door een nadruk op het recreatief winkelen met een hogere belevingswaarde (funshopping). Dit vraagt een compacte omgeving met sfeer, de aanwezigheid van dag- en avondhoreca en een compleet aanbod in met name de branches mode en luxe. Door de positionering van beide gebieden uit te bouwen, gebruikmakend van eigen kracht, onderscheidend vermogen en de wensen van de klant, kunnen beide centra naast elkaar functioneren en concurrerend zijn t.o.v. winkelconcentraties in de regio (uit: onderzoek MKB Reva).

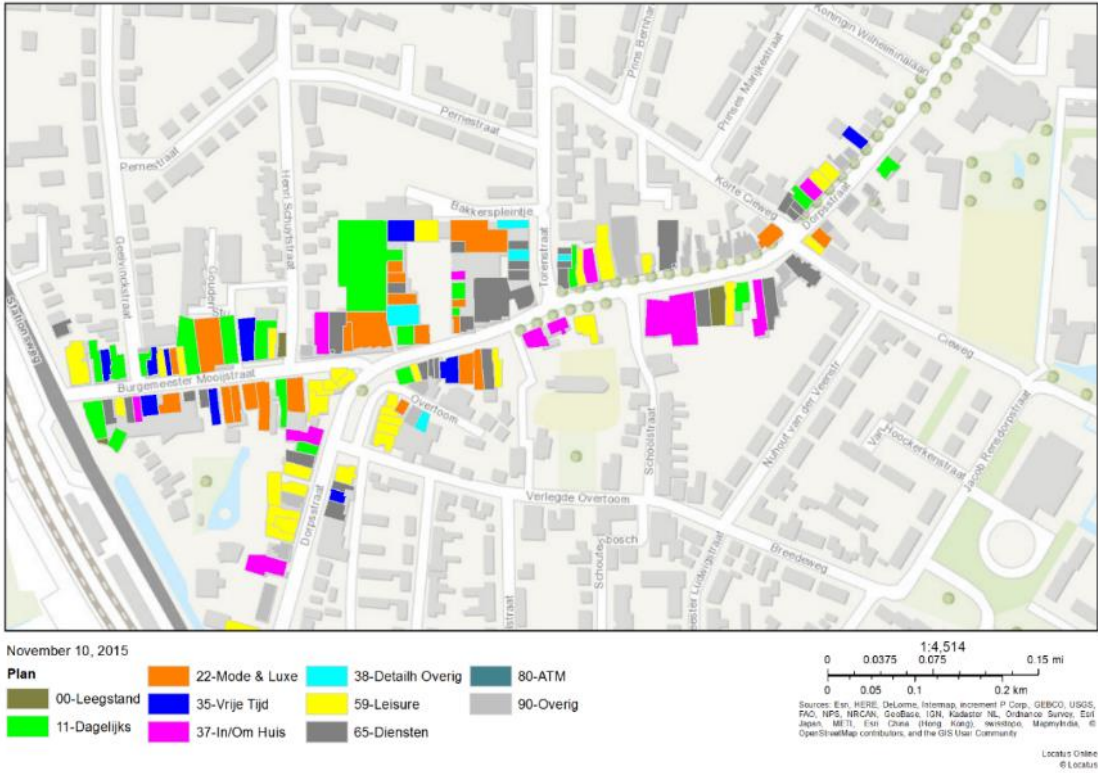
69



Castricum: Dorpsstraat en Torenstraat, mdbS, 2015

70

Castricum



Locatus, 2015

In totaal beschikt de kern Castricum over circa 27.500 vierkante meter winkelvloeroppervlak (wvo). De leegstand is circa 6 procent, dit lijkt mee te vallen als een percentage van 5 procent als gemiddelde 'gezonde' frictieleegstand wordt beschouwd. Echter, de meeste panden staan leeg in het dorpscentrum - in de Dorpsstraat, Torenstraat en de Burg. Mooijstraat – wat voor een concentratie zorgt die vraagt om actie. Als voornaamste oorzaak wordt een kwantitatieve mismatch genoemd, zoals te kleine panden waarin grotere partijen niet geïnteresseerd zijn. De vraag zou moeten zijn of het wenselijk is om dit soort partijen op deze plekken te plaatsen, of dat 'uitgaan van eigen kracht' iets anders betekent. In ieder geval vraagt het om keuzes, die in het lopende proces in Castricum voor liggen.

Aanloopstraat: Dorpsstraat en Torenstraat

De aanloopstraten die Castricum heeft aangemeld voor het experiment zijn gelegen in het dorpscentrum. De bewinkeling in het dorpscentrum is langgerekt, verspreid over meerdere straten, zonder duidelijke looproute. Er is een horecaplein aanwezig, maar dit vormt op dit moment geen eenheid met de overige functies. Omdat er (winkel)leegstand ontstaat, het gebied geen duidelijke routing en hart heeft en het voor 'de klant' aangenamer kan, is het nodig om de winkel- en verblijfsfunctie meer te gaan concentreren, rondom het (recent ontwikkelde) Bakkerspleintje. Dit geldt met name voor de winkels in Dorpsstraat. De Dorpsstraat is een lange straat waar op dit moment het doorgaand verkeer doorheen rijdt en waar de woonfunctie al ruim is vertegenwoordigd (met name verder van de winkelkern). Het zou logisch zijn om de straat meer te laten verkleuren richting hoofdzakelijk woonstraat, met winkels en horeca voornamelijk geconcentreerd rondom het Bakkerspleintje. Het zoeken naar een aanpak voor het mogelijk verplaatsen van winkels is één van de uitdagingen voor het experiment.

De winkels in de Torenstraat liggen iets af van het Bakkerspleintje, zijn geconcentreerd rond een supermarkt en hebben een buurtverzorgende functie. Dit maakt het gebied moeilijker bij het centrumgebied/Bakkerspleintje te betrekken (of hiernaar te verplaatsen). Hier staat Castricum voor een strategische keuze.

71

Beleid

- Het gemeentelijk detailhandelsbeleid is verwoord in de "notitie detailhandel gemeente Castricum". Het beleid is gebaseerd op het provinciale en regionale beleid. Het detailhandelsbeleid is opgenomen in de Kwaliteitsimpuls Economie Castricum en de Structuurvisie van oktober 2010.
- In het detailhandelsbeleid is vastgelegd dat de detailhandel gevestigd dient te zijn in of grenzend aan bestaande winkelgebieden. Uitzonderingen zijn mogelijk voor detailhandel waarvan aard of omvang (meer dan 1.000 m²) dusdanig is dat deze niet inpasbaar is in een winkelgebied. Alleen in dat geval kan worden overwogen om vestiging in de periferie toe te staan.
- De notitie Detailhandel gemeente Castricum beschrijft het dorpscentrum en Geesterduin als twee sterke en onderscheidende winkelgebieden die relatief autonoom functioneren aangezien bewinkeling tussen de Dorpsstraat en Geesterduin ontbreekt. Gekozen wordt voor versterking van Geesterduin en dorpscentrum afzonderlijk.
- Het dorpscentrum wordt in de notitie getypeerd als verblijfsmilieu gericht op funshoppen, levendigheid en recreatief en/of doelgericht winkelen in het hoogwaardig en exclusieve segment. Met een aantrekkelijk verblijfsklimaat en aanbod van zelfstandige speciaalzaken zou het dorpscentrum zich moeten onderscheiden van de diverse planmatige boodschappencentra in de regio.

- Geesterduin wordt in de notitie getypeerd als een gemakscentrum dat hoofdzakelijk voorziet in een compleet aanbod aan dagelijks en frequent benodigde artikelen.
- De notitie geeft aan dat het belangrijk wordt gevonden voor het goed functioneren van een winkelgebied dat een full service supermarkt kan fungeren als trekker. Voor Geesterduin, Torenstraat en Kooiplein is dit het geval maar in het dorpshart ontbreekt het op dit moment aan een dergelijke full service supermarkt. Gelet op de ontwikkelingen in de markt en de verwachte sanering van winkelmeters wordt een concentratie voorgestaan van winkelvoorzieningen in het Dorpshart en directe omgeving (Bakkerspleintje/Dorpsstraat/ Burg. Mooijstraat) en in Geesterduin. Met de ontwikkeling van het Bakkerpleintje en de voorgenomen revitalisering van Geesterduin is deze koers ook daadwerkelijk ingezet.
- In de gemeentebrede structuurvisie is als doel benoemd het in stand houden van de winkelvoorzieningen. Een meer compact centrumgebied zal gestimuleerd worden. (ingezet door het proces met het ontwikkelingsbedrijf NHN).

Proces en samenwerking

Het ontwikkelingsbedrijf Noord-Holland Noord is door de gemeente Castricum gevraagd om, in samenwerking met eigenaren en winkeliers uit het centrumgebied van Castricum, een visie op de toekomst van het winkelgebied te ontwikkelen. Er is op moment van schrijven een actief proces gaande waarin eigenaren/winkeliers zich o.a. buigen over het compacter maken van het winkelgebied, dus over welk deel van het winkelgebied in de toekomst blijft bestaan en welk deel op den duur van kleur gaat veranderen. Zo blijft het oude centrum in de toekomst aantrekkelijk voor 'de klant' en levensvatbaar. Dit proces vraagt fikse verantwoordelijkheid van eigenaren en winkeliers en is in die zin vooruitstrevend te noemen. Een onafhankelijke partij (in dit geval ontwikkelingsbedrijf NHN) is aangesteld als procesmanager door de gemeente Castricum, die op deze manier ook (een deel van) haar verantwoordelijkheid neemt. Als de ontwikkelde visie overgaat tot realisatie zal moeten blijken op welke manier de gemeente de winkeliers en eigenaren kan ondersteunen in de uitvoering. Het experiment kan helpen in dit proces van ontwikkelen van de juiste tools.

De samenwerking van ondernemers/eigenaren van het centrumgebied Castricum en het andere winkelgebied in het dorp, winkelcentrum Geesterduin, bestaat niet of nauwelijks. Aangezien het voor beide centra van levensbelang is dat zij niet direct met elkaar concurreren, maar ieder een eigen, onderscheidend en aanvullend profiel hebben, is meer overleg en samenwerking in de toekomst een aandachtspunt/aanbeveling.

Ambities en vraagstukken voor het experiment

- Naast het vormgeven van de visie voor het centrumgebied Castricum met eigenaren en winkeliers wil het ontwikkelingsbedrijf komen tot een uitvoeringsplan. Hiermee ontvangt gemeente heldere input voor wenselijk beleid;
- Daarnaast concreet komen tot tools die de gemeente kan inzetten om de eigenaren/winkeliers te helpen om de visie werkelijkheid te maken. Te denken valt aan instrumenten binnen ruimtelijke ordening/regelgeving en het optimaal inzetten van budgetten voor beheer en onderhoud van de openbare ruimte, maar ook aan het ontwikkelen van stimuleringsfondsen als ondernemersfondsen en BIZ-regelingen.

Geraadpleegde bronnen

- Aanmeldformulier experiment Aangename aanloopstraten Castricum
- Projectbezoeken 24-2-2015 en 19-8-2015
- PvA Naar een versterking van het centrumgebied in Castricum (d.d. 01-12-2014)

- Onderzoek MKB Reva (d.d. 14-02-2014)
- Structuurvisie Castricum op weg naar 2030, Buiten Gewoon Castricum
- Visiedocument detailhandel Castricum (d.d. 28-09-2015)

8.3 Cuijk: Molenstraat

Aangemelde aanloopstraat: Molenstraat

(uitkomsten ook te gebruiken voor Kaneelstraat en Grotestraat-Zuid)

Lokale analyse 19 oktober 2015

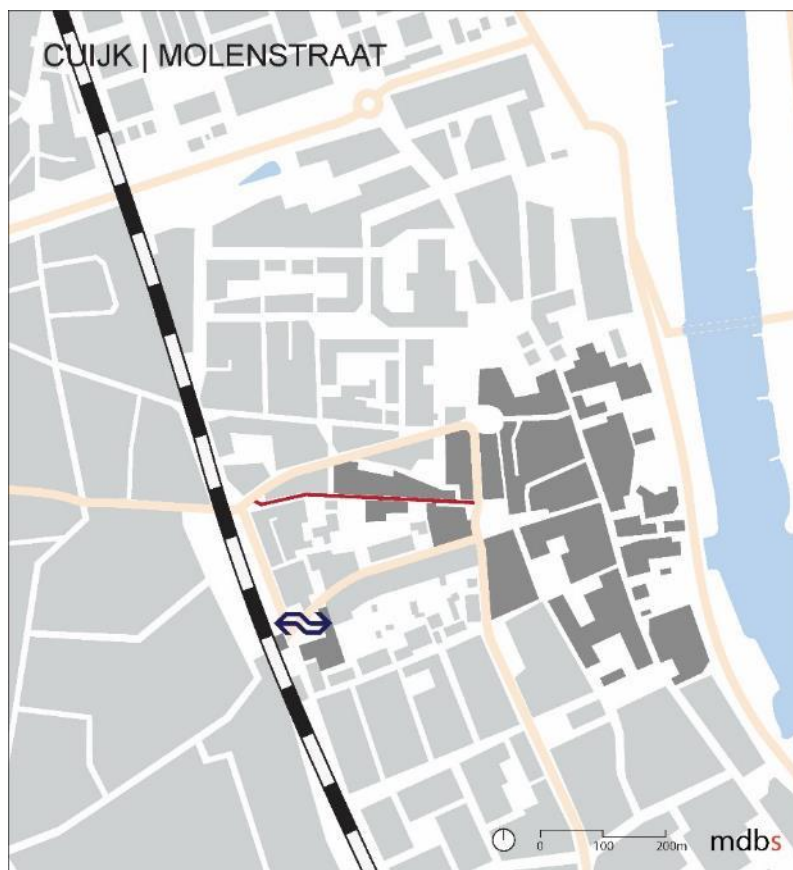
Profiel

- De gemeente Cuijk telt circa 25.000 inwoners, waarvan bijna 18.000 in de plaats Cuijk;
- Bescheiden regionale functie. Nijmegen ligt nabij, net als Boxmeer, Uden, Venray en enkele Duitse plaatsen;
- Heel lichte bevolkingsgroei verwacht de komende jaren, echter wel een anticipatiegemeente;
- Detailhandel van oudsher dominant in centrum; circa 15.000m² in circa 75 winkels.
- Cuijk-centrum heeft naast ruim aanbod detailhandel veel maatschappelijke/culturele voorzieningen;
- Niet alle voorzieningen zijn dichtbij elkaar gevestigd, de loop langs de winkels is relatief lang;
- Veel ondernemers in Cuijk zijn ook eigenaar van het pand
- Interesse onder oud-winkeliers/eigenaren om te investeren in het dorp;
- Aanloopstraat Molenstraat valt binnen het centrumwinkelgebied, echter in karakter is het een straat met gemengde functies winkelen, wonen, werken (een 'echte' aanloopstraat).

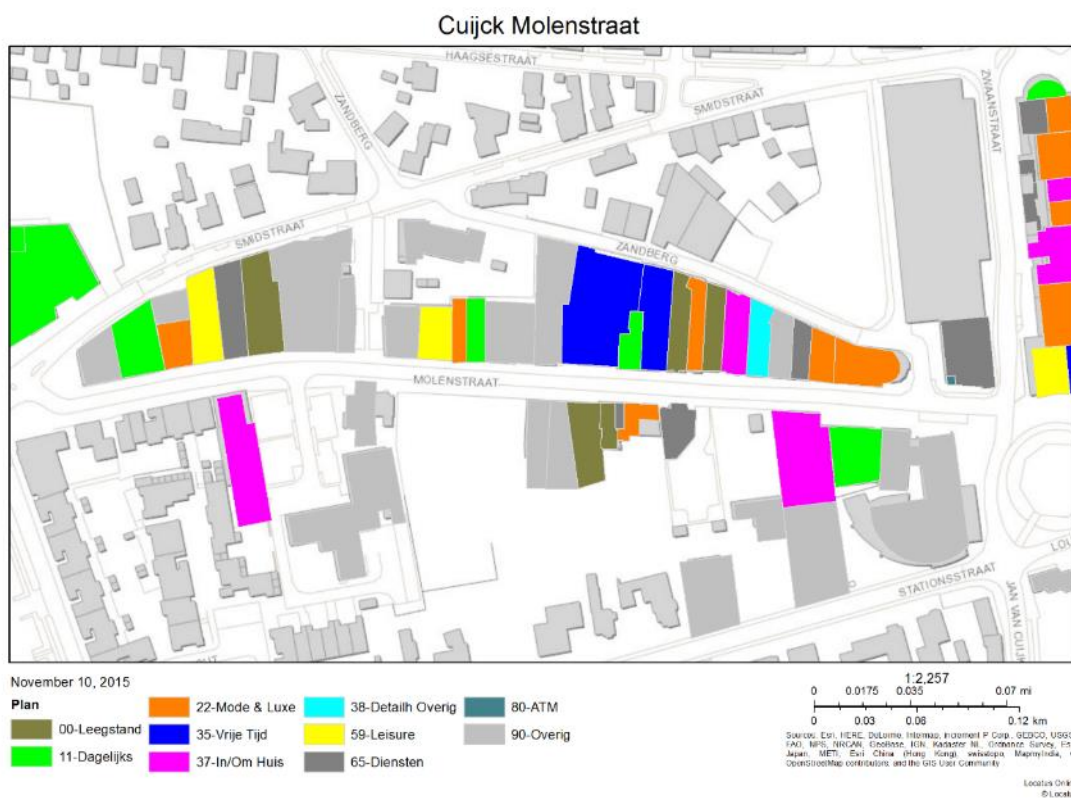
Cuijk en winkelgebied

Cuijk heeft zijn oorsprong aan de Maas, een nederzetting gesticht door de Romeinen. Een deel van het dorp is daarom zeer oud, o.a. de huidige Maasstraat en Grotestraat. In het dorp staan verschillende monumentale panden, zo ook in de Molenstraat, de aangemelde aanloopstraat van Cuijk. De omgeving van Cuijk, fietsroutes en aanmeerplaats van de fietspont (inclusief herontwikkelde Maaskade) worden gezien als kansen voor toeristische ontwikkeling. Centrum van het dorp is het Louis Jansenplein, waar bijna alle centrumstraten op uit komen. Het planmatig ontwikkelde winkelcentrum Maasburg heeft ook haar hoofdentree aan het plein. Detailhandel is van oudsher een dominante functie in het centrum van Cuijk. Het winkelaanbod heeft een omvang van circa 15.000 vierkante meter wvo, verdeeld over circa 75 winkels en er is een weekmarkt. Het winkelaanbod van Cuijk is qua omvang en branchering vergelijkbaar met soortgelijke kernen. Circa 60 procent van het totale winkelvloeroppervlak van de kern Cuijk ligt buiten het centrum, dit zijn voornamelijk centra voor dagelijkse boodschappen in omliggende woonwijken. In de regionale winkelstructuur is de positie van Cuijk-centrum bescheiden.

Medio 2014 staan er in Cuijk circa 30 panden (4.000 vierkante meter) met commerciële bestemming leeg. De leegstand komt verspreid door het centrum voor, maar is met name zichtbaar aan de randen van het centrum, zoals het westelijke deel van de Molenstraat en de Grotestraat. In een deel van de Molenstraat, de Kaneelstraat en de Grotestraat is de winkelfunctie de afgelopen jaren langzaam maar zeker afgenomen. Aan de geplande woningbouwprojecten (o.a. in Molenstraat) wordt vooralsnog geen uitvoering gegeven door de huidige economische situatie en het geplande programma elders in het dorp. Inmiddels verleent de gemeente onder voorwaarden medewerking aan omzetten van winkels naar wonen of naar wonen boven winkels. Vroeger was dat – met verwijzing naar contingenten – anders.



*Cuijk: Molenstraat, mdb's,
2016*



Locatus, 2015

Aanloopstraat: De Molenstraat

De Molenstraat is (naast de aanloopstraten Kaneelstraat en Grotestraat) een belangrijke en historische aanloopstraat van Cuijk. Hier is de laatste jaren wat leegstand ontstaan en de winkelfunctie is, met name verder van het centrum, afgenomen. In eerste instantie is in de concept-centrumvisie (recent gemaakt door DTNP) besloten dat de Molenstraat niet meer binnen het concentratiegebied valt. Na veel bezwaar (met name vanuit winkeliers/eigenaren uit de Molenstraat, met als voornaamste reden dat het vastgoed in waarde zou verminderen) is door de Raad besloten om de Molenstraat toch in het concentratiegebied op te nemen. Dit maakt nieuwe impulsen in de straat mogelijk, maar het neemt niet weg dat naar de toekomst van de straat moet worden gekeken om 'overleving' mogelijk te maken, aangezien winkelmeters feitelijk afnemen.

In de Molenstraat worden wonen, werken en winkelen gecombineerd, het gedeelte nabij het centrum bestaat voornamelijk uit winkels. Verder van het centrum gaat dit naar wonen (en werken). Er zijn wat plekken in de straat waar nog ontwikkeld gaat worden of waar de gemeente eigendom heeft. De nadruk ligt op het toekomstbestendig maken, minder dan dat er nu een urgent probleem ligt met betrekking tot bijvoorbeeld leegstand of leefbaarheid. Parkeren is een aandachtspunt indien getransformeerd wordt naar wonen, er is hiervoor weinig ruimte beschikbaar in en om het dorp. Een heldere positionering van de Molenstraat wordt gezien als belangrijke kans. Het initiatief zou vooral ook moeten komen vanuit eigenaren/ondernemers.

Beleid

Een aantal speerpunten vanuit de nieuwe centrumvisie:

- Richten op (boven)lokale positie als gemakscentrum en verblijfscentrum;
- Inzetten op toeristisch potentieel;
- Uitgangspunt is een compact centrumgebied (concentratiegebied): "de nadruk ligt op voor centrum belangrijke functies horeca en detailhandel [...] in samenhang met toeristisch-recreatieve, culturele en maatschappelijk functies, publieksgerichte diensten, wonen, parkeren en verkeer;
- Aanloopstraten Kaneelstraat en Grotestraat-Zuid: focus op wonen/werken. "Verplaatsingswensen van winkeliers uit deze gebieden zal de gemeente trachten te faciliteren, inclusief de herontwikkeling van het achterblijvend onroerend goed.";
- Aanloopstraat Molenstraat: wonen/werken/winkelen. "Aan enige uitbreiding van bestaande winkels in het oostelijke deel kan worden meegewerkt" en "rekening houdend met de problematiek van aanloopstraten faciliteert de gemeente de versterking van woon-werkfuncties bij (dreigende) leegstand;
- Op dit moment wordt als vervolg op de centrumvisie een beeld-kwaliteitsplan opgesteld (o.a. gevelbeleid), met een enthousiaste projectgroep 'Herinrichting centrum Cuijk' en klankbordgroep. De ambitie is dat dit eind 2015 wordt vastgesteld.

Proces en samenwerking

- Vanuit de centrumvisie is veel energie ontstaan en investeringkracht bij particuliere inwoners die graag in 'hun' dorp willen investeren. Er worden aan alle kanten plannen gemaakt. Aandachtspunt is om als gemeente voldoende (en juiste) kaders te stellen voor deze plannen.
- In de projectgroep t.b.v. het ontwikkelen van het beeld-kwaliteitsplan zijn gemeente, OVC (Ondernemersvereniging Cuijk, waarvan enkele ondernemers ook vastgoedeigenaar) en wijkraad vertegenwoordigd.

- Ambitie vanuit de gemeente is dat de projectgroep blijft bestaan, om het zogenoemde uitvoeringsprogramma mede op te stellen. Het experiment zal fungeren als proeftuin en als input voor het op te stellen uitvoeringsprogramma.

Ambities en vraagstukken voor het experiment

- De centrumvisie omzetten in een uitvoeringsprogramma met een heldere overlegstructuur, in samenwerking met alle partijen (zie Centrumvisie Cuijk voor concreet geplande activiteiten). De casus van de Molenstraat dient als concrete input voor het experiment, waarmee oplossingen worden gegenereerd (voor bijvoorbeeld leegstand) die gebruikt kunnen worden in het uitvoeringsprogramma algemeen en concreet in de twee andere aanloopstraten van Cuijk; de Kaneelstraat en de Grotestraat-Zuid. Eerstvolgende stap richting het uitvoeringsprogramma is de samenwerking met stakeholders (verder) op orde krijgen.
- Vragen voor het experiment komen voort uit de bredere vraag vanuit Cuijk 'hoe breed draagvlak te krijgen voor een (uitvoerings)programma voor het centrum van Cuijk' en zijn o.a.:
 - Algemeen: wat is de rol van de gemeente? (Faciliteren (wat is dat dan)? Investeren in openbare ruimte? Financiële impuls (on)overkomelijk?;
 - Hoe ga je om met verplaatsing van faciliteiten in het centrumgebied;
 - Hoe ga je om met investeerders en het stellen van (welke) kaders;
 - Concreet: transformatie en bijbehorende praktische 'tools' (o.a. begeleiden 'omdenken', parkeren, planschade);
 - Hoe zorg je ervoor dat de Molenstraat een onderscheidend karakter krijgt als aanloopstraat, bijvoorbeeld d.m.v. positionering (en wat is dan de rol van de gemeente daarin).

77

Geraadpleegde bronnen

- Centrumvisie Cuijk d.d. 27-01-2015 (DTNP)
- Projectbezoek/gesprek met Kees Peters, Beleidsadviseur Ruimtelijk Beleid, d.d. 12-08-2015

8.4 Den Haag: Boekhorststraat

Aangemelde aanloopstraat: Boekhorststraat

Lokale analyse 11 april 2016

Profiel

- De gemeente Den Haag heeft meer dan 515.000 inwoners (2015) en is gelegen aan de Zuid-Hollandse kust;
- Den Haag zet in op een sterke hoofdwinkelstructuur en voert een restrictief beleid;
- Den Haag is gekozen tot beste Nederlandse Binnenstad 2013-2015, met name in het centrum (Grote Marktstraat en de Nieuwe Passage) is de afgelopen jaren flink geïnvesteerd;
- De aanloopstraat Boekhorststraat sluit bijna aan op de Grote Markt, en is de verbindende straat van de Schilderswijk naar de binnenstad. Daarnaast is in de Boekhorststraat veel autoverkeer dat de straat voornamelijk uitrijdt. Hiermee wordt het ook wel eens gekarakteriseerd als een 'uitrijstraat';
- Aanleiding voor het experiment is een verzoek vanuit de bewonersorganisatie die aangeven dat de straat in een neerwaartse spiraal is gekomen die mogelijk zou zijn ontstaan door veranderend winkelaanbod en daarmee gepaard gaande leegstand;
- Het initiatief voor de aanmelding van de Boekhorststraat is gekomen vanuit de bewonersvereniging Het Oude Centrum. Bewoners voelen de meeste urgentie om de straat aan te pakken;
- De Boekhorststraat heeft een zeer divers aanbod doelgerichte winkels en een mix aan voorzieningen van zowel creatieve als dienstverlenende aard. Er wordt ingezet op betrekken van eigenaren en winkeliers, en heldere positionering van de straat en de buurt.

78

Den Haag en winkelgebied

Den Haag (meer dan 515.000 inwoners) is al jaren bezig om de winkelstructuur in de gehele stad te vernieuwen en toekomstbestendig te maken. Met een aantal flinke ingrepen is de Haagse binnenstad inmiddels opgewaardeerd tot een winkelstad van formaat. Den Haag werd gekozen tot beste binnenstad van Nederland 2013-2015 en investeert veel in de visie en professionele aanpak van het winkelgebied, samen met verschillende stakeholders. Den Haag beschikte in 2013 over ongeveer 613.000 vierkante meter winkelvloeroppervlak (wvo) aan detailhandel, verdeeld over circa 3.300 winkels. De stad kent (gerelateerd aan het aantal inwoners) een grote binnenstad, wijkwinkelcentra en stedelijke winkelstraten. De winkelleegstand is met een gemiddeld percentage van circa 9 procent hoger dan het landelijk gemiddelde. Dit is voor een groot deel toe te schrijven aan de leegstand in twee winkelgebieden, namelijk Leyweg en de Megastores. Een correctie hierop levert een aanzienlijk lager leegstandscijfer op dan het landelijke gemiddelde. Wat met name opvalt aan Den Haag is de professionele en vooruitstrevende aanpak van het retailprogramma. De stad is landelijk koploper op het gebied van de inzet van BIZ voor winkelgebieden en zorgt voor individuele begeleiding van (ondernemers)verenigingen. De gemeente steekt in op een vereende krachtsinspanning van ondernemers(verenigingen), eigenaren en gemeente voor een vitale binnenstad. Mede door het opzetten van het Haags Retailpunt, een nieuwe serviceorganisatie voor alle Haagse winkeliersverenigingen, is de ondersteuning vanuit de gemeente zichtbaar. In het Actieprogramma Den Haag Winkelstad wordt uiteengezet waar Den Haag op inzet om zich als winkelstad met een goed ondernemersklimaat te profileren (zie: Beleid).

Aanloopstraat: Boekhorststraat

Het initiatief voor de aanmelding van de Boekhorststraat voor het experiment is gekomen vanuit bewonersorganisatie Het Oude Centrum. Bewoners uit de buurt voelen de meeste urgentie om de straat aan te pakken, met name vanuit het perspectief van leefbaarheid en veiligheid (in de toekomst). Aanleiding vanuit de gemeente om mee te doen met het experiment is het belang van meer economische activiteit in Boekhorststraat. Daarnaast geeft het College in het coalitieakkoord de ambitie weer om plannen die ontstaan vanuit 'de Haagse Kracht' (initiatieven vanuit bewoners en ondernemers) te faciliteren. Hierdoor is financiële ruimte voor particuliere initiatieven in de openbare ruimte van het Oude Centrum gereserveerd.

De Boekhorststraat was vroeger een van de mooiste straten van Den Haag. Het was in ruimtelijke zin een winkelstraat pur sang. De straat lag op verbindingroute Oude Markt- Hollands Spoor (dus van oudsher een echte aanloopstraat). Deze verbindingroute is in de huidige tijd overgenomen door de Stationsweg. De Boekhorststraat ligt iets verder dan de kop van de Grote Marktstraat en sluit hier niet goed op aan. De Boekhorststraat is daarom nu geen doorsnee aanloopstraat (route), maar meer een 'uitrijstraat' vanuit de binnenstad. Het Oude Centrum (waar de Boekhorststraat deel van uitmaakt) grenst aan de Grote Marktstraat, de hoofdwinkelstraat met internationale allure, waar flinke investeringen zijn en nog worden gedaan. Hier liggen dus kansen voor de Boekhorststraat. Met name het economisch functioneren is in de Boekhorststraat onder gemiddeld en de straat behoort tot de minder sterke winkelgebieden van de Haagse hoofdwinkelstructuur. Het aanzien van de straat voor het winkelend publiek kan beter, net als de identiteit van de hele buurt (Het Oude Centrum), ook met het oog op imago in relatie tot veiligheid en leefbaarheid (o.a. omgeving Doubletstraat – rosse buurt). Het duidelijk positioneren van de Boekhorststraat als identiteitsdrager kan helpen om de buurt een beter aanzien te geven en de straat een duidelijke positie te geven naast het centrumwinkelgebied. De winkelstraat heeft in grote lijnen drie soorten ondernemers, de organisatiegraad in de straat is laag:

- Winkeliers die er al jaren zitten, voornamelijk doelgericht aanbod
- Creatieve bedrijvigheid (ontstaan hier door relatief lage huren)
- 'Dienstverlening'

Het type winkels en ondernemers (ambacht) biedt kansen voor positionering van het gebied als 'Makerskwartier'.

Beleid

- Den Haag heeft de ambitie om de beste winkelstad van Nederland te zijn en te blijven. Om dit kracht bij te zetten voert de gemeente sinds 2005 een proactief detailhandelsbeleid. Er is een hoofdwinkelstructuur aangewezen waar op gefocust wordt. Binnen deze structuur zijn aandachtsgebieden gedefinieerd die voorrang hebben.
- Veel ondersteuning vanuit gemeente voor (organisatie in) winkelgebieden, o.a. door Haags Retailpunt (inzetten BIZ);
- De Boekhorststraat valt binnen de hoofdwinkelstructuur, maar staat onderaan de lijst van winkelgebieden, wat betreft economisch functioneren. Doel is om de winkelfunctie in de straat compacter te maken (dit betekent uiteindelijk minder winkelbestemming) en meer ruimte te bieden voor andere economische activiteit.
- Optie om compacter te maken is om bestemming te verruimen in tweede deel van de Boekhorststraat, zodat de winkelfunctie geconcentreerd wordt in het eerste deel van de straat. Tweede deel kan bredere bestemming krijgen; dienstverlening, werken, horeca en creatief (natuurlijk proces is al gaande). Het bestemmingsplan Oude Centrum is recent vastgesteld met deze verruiming.

- Bovenstaande zaken komen naar voren in het Actieprogramma Den Haag Winkelstad dat in 2015 is aangenomen, dit omvat zeven actiepunten:
 1. Beleidsvorming en winkelplanning: nieuwe dynamiek en marktinitiatieven in de hoofdwinkelstructuur stimuleren.
 2. Ondersteuning collectieven: goed georganiseerde en professionele ondernemerscollectieven (o.a. inzet BIZ en Haags Retailpunt).
 3. Branchering en leegstand: versterking van het winkelaanbod op ieder niveau in de hoofdwinkelstructuur, zowel met (inter)nationale trekkers als met local heroes. Medewerking van vastgoedeigenaren blijft een cruciale randvoorwaarde, o.a. door het hanteren van realistische en flexibele huren en het bieden van ruimte aan tijdelijke initiatieven. Tenslotte willen we het vastgoedinstrument als middel verder gaan inzetten om 'hardnekkige' leegstand terug te dringen, transformatie en dynamiek te bevorderen en hiermee ons detailhandelsbeleid te effectueren. De Winkelpanden Den Haag CV is hiervoor een van de gemeentelijke instrumenten.
 4. Smart shopping: Den Haag gaat als winkelstad het gebruik van (digitale) technologie volledig omarmen. [...] Er wordt een stimuleringsregeling opgezet om (lokaal ingebedde) smart shopping-initiatieven uit de markt te stimuleren en te ondersteunen.
 5. Gebiedsgerichte acties en winkelstraatmanagement: Om snel en gericht perspectiefrijke winkelgebieden te versterken is maatwerk nodig, zodat steeds ingespeeld kan worden op de specifieke situatie. De gebiedsgerichte acties kunnen zich richten op visie en strategievorming, marketing en promotie, branchering, duurzaamheid en innovatie, gevels en puien, plus in openbare ruimte (bij werk-met-werk), gastvrijheid, veiligheidsimpulsen, winkelstraatmanagers en de oprichting en professionalisering van collectieven.
 6. Openbare ruimte en bereikbaarheid: De winkelgebieden vragen om een goede inrichting en bereikbaarheid en een helder parkeerbeleid.
 7. Dienstverlening: Ondernemers en ondernemersverenigingen in de wijken krijgen een duidelijk aanspreekpunt. De digitale informatievoorziening wordt verbeterd. We kijken naar verdere versoepeling van de regelgeving in winkelgebieden, die nu soms onnodig het functioneren van winkels of winkelgebieden beperkt.

81

Proces en samenwerking

De organisatiegraad in de Boekhorststraat is laag. Er heeft een winkeliersvereniging bestaan, maar functioneert op een laag pitje. Momenteel zijn er gesprekken gaande tussen ondernemers om de ondernemersvereniging een doorstart te geven. De buurt (bewoners) heeft bij de ontwikkeling van deze straat een zeer belangrijke rol/positie, misschien nog wel meer dan sec de winkelstraat zelf (ondernemers). Zij zijn verenigd in bewonersorganisatie Het Oude Centrum. Woningcorporatie Staedion, de Wijkontwikkelingsmaatschappij (WOM) en Stichting Stadsherstel hebben het grootste deel van het eigendom in de straat. In deze panden worden de laatste tijd tijdelijke ondernemers gevestigd bij leegstand en er wordt geprobeerd om nieuwe concepten te plaatsen (zoals ideeën voor Broekenhuisband via krant De Posthoorn). Dit biedt kansen voor de straat. Verder veel particulier, versnipperd eigendom. De uitdaging voor de Boekhorststraat ligt in het organiseren van betrokkenheid en gezamenlijke visievorming voor de straat. Voorbeeld is o.a. de opzet bij Geef om de Jan Eef (Amsterdam West), waar e.e.a. georganiseerd is in een winkelstraatvereniging (bewoners, winkeliers en eigenaren) en een kleine uitvoeringsorganisatie. Dit is hier met name interessant, omdat bewoners initiatief naar zich toetrekken en een rol kunnen spelen in de toekomst. Doel is om de waarde in de buurt en winkelstraat te verhogen, neerwaartse spiraal tegen te gaan en te zorgen voor meer investeringen/bestedingen in de winkelstraat.

Ambities en vraagstukken voor het experiment

Voor de Boekhorststraat is het van belang om de eventuele neerwaartse spiraal en veiligheidsissues die kunnen ontstaan, voor te zijn. Doel is om te komen tot een (gedragen) plan waar het naar toe kan met de Boekhorststraat en hoe dit te aan te pakken, o.a. door:

- Visievorming en positionering/identiteit;
- Organisatie vormgeven en optuigen (+financiering);
- Winkelfunctie compacter maken (bestemmingsplan, planschade, voorzienbaarheid);
- Waar nodig inzetten van acties vanuit Actieprogramma Den Haag Winkelstad.

Geraadpleegde bronnen

- Projectbezoek Den Haag d.d. 20-07-2015
- Detailhandelsmonitor Den Haag 2013
- Actieprogramma Den Haag Winkelstad

8.5 Den Helder: Spoorstraat

Aangemelde aanloopstraat: Spoorstraat

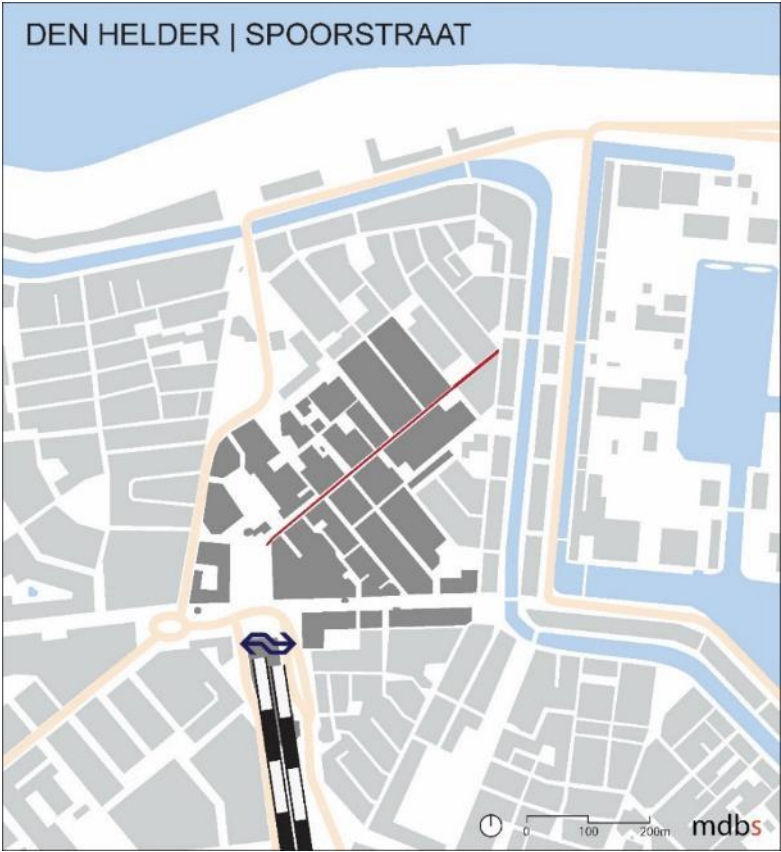
Lokale analyse 1 november 2015

Profiel

- Den Helder in de kop van Noord-Holland telt ongeveer 57.000 inwoners en is anticipatie(krimp)gemeente;
- Den Helder is oude Marinestad. Daarvan is vooral op Willemsoord, gelegen tegen de binnenstad, nog veel te merken. In het centrum zelf is weinig wat refereert aan historie of marine. (Centrum beschadigd en verplaatst in WOII);
- Aanloopstraat Spoorstraat vormt één van de routes van het centrum naar Willemsoord en de boot naar Texel;
- Centrumontwikkeling zorgt voor een complete herontwikkeling van het stadshart;
- Inzet is compacter en aantrekkelijker centrumgebied;
- Vragen voor het experiment gaan met name over transformatievraagstukken in krimpgebied en het creëren van urgentie bij ondernemers en vastgoedeigenaren.

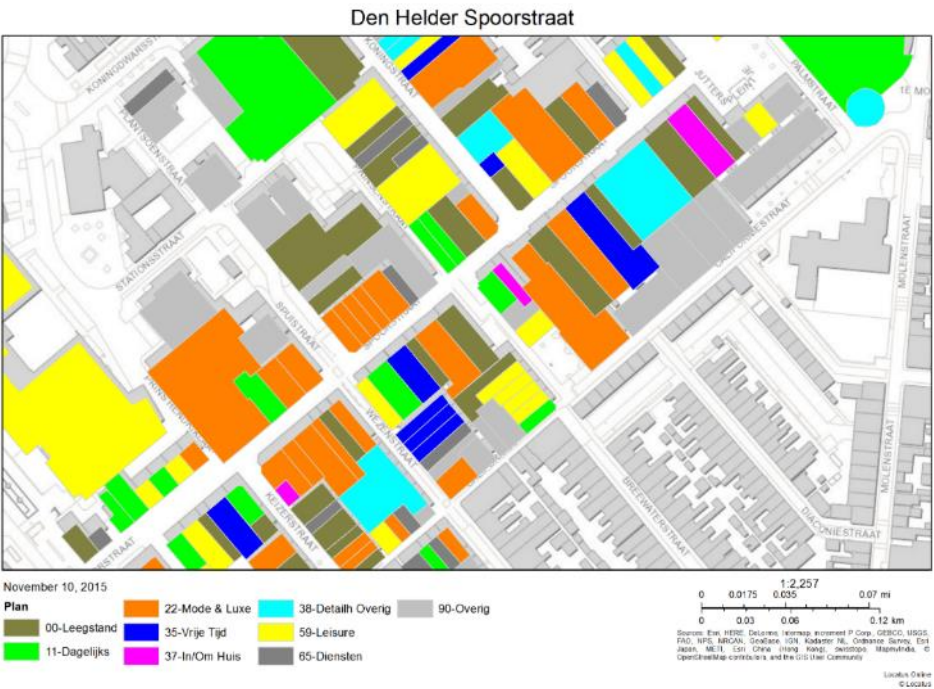
Den Helder en winkelgebied

Den Helder is een anticipatie/krimpgemeente. Desalniettemin is er een grote centrumontwikkeling gaande. Om de stedelijke vernieuwing in het stadshart te begrenzen, is in september 2008 het Uitwerkingsplan Stadshart (UP) vastgesteld. In het UP staat wat de gemeente wil bereiken met de ontwikkeling van het stadshart. Het uitwerkingsplan constateert dat het centrum eigenlijk te groot is (winkels liggen verspreid) en niet goed functioneert. Er is weinig sfeer, er zijn veel lege plekken en verrommeling. Winkels zijn sleets en gedateerd. Er is relatief veel leegstand (oktober 2015 werden 38 lege panden in het centrum en 33 lege panden in de aanloopgebieden geteld (bron: ondernemersvereniging)). De verbinding met de zee moet meer zichtbaar worden in de stad en de woonstraten, grachten en winkelstraten in het stadshart worden opnieuw ingericht; met gebakken straatstenen en meer groen. Het winkelgebied moet volgens het plan een nieuwe impuls krijgen, door de bestaande winkels meer te concentreren en nieuwe winkels toe te voegen. Bestaande bebouwing maakt plaats voor een stadspark, dat het station verbindt met de zeedijk. De gemeente en de provincie leveren financiële dekking voor de plannen. Het geplande compacte winkelgebied voor Den Helder is gebaseerd op een 'haltermodel'. Dit bestaat uit twee nieuwe winkelconcentraties aan weerszijden van de centrale winkelstraat: de Keizerstraat. Ook de Kroonpassage parallel aan de Keizerstraat en de noordzijde van de Beatrixstraat maken deel uit van het kernwinkelgebied, waardoor in de toekomst in combinatie met de beide koppen van de halter een 'winkelrondje' ontstaat, met een gebouwde parkeerfaciliteit. De winkelconcentraties zijn verschillend van aard en trekken een andere doelgroep. Voor het centrum worden regelingen ingezet om dit gebied aantrekkelijker te maken, zoals een gevelverbeteringsfonds voor bestaande panden. In het experiment wordt gefocust op aanloopstraat de Spoorstraat, verbindingroute van het centrum naar Willemsoord.



Den Helder: Spoorstraat, mdb's, 2016

84



Locatus, 2015

Aanloopstraat: Spoorstraat

De aanloopstraat waar in het experiment op gericht wordt, is de Spoorstraat. Deze straat loopt van het kernwinkelgebied naar Willemsoord, het marine terrein, en is ook een route naar de boot naar Texel. Met name het eerste gedeelte van de Spoorstraat heeft nog kans van slagen als winkelstraat en kan gedeeltelijk worden meegenomen in de centrumontwikkeling. In het tweede gedeelte, richting Willemsoord, is veel leegstand en hier biedt de winkelfunctie weinig toekomstperspectief. Omdat de gemeente de Spoorstraat wel als belangrijke verbindingroute ziet naar Willemsoord, in het bijzonder voor dagjesmensen, is het van belang om goed na te denken over de toekomst van de straat. Een winkelfunctie zou passen in het toekomstperspectief als doorgaande route door het centrum naar Willemsoord, echter, het aanbod ontbreekt om ook hier een levende winkelstraat van te maken/te houden. Het experiment dient om een juist profiel voor de straat te vinden, dat wel past in het perspectief van verbindingroute naar een trekker. Verkleuren naar woonfunctie lijkt het meest logisch, echter hoe pak je dat aan?

Beleid

Het beleid van Den Helder is gericht op compacter en aantrekkelijker maken van de binnenstad.

- De winkelmeters in het Uitwerkingsplan Stadshart (UP) uit 2008 zijn deels ter vervanging van bestaande (te slopen) winkels, en deels ter huisvesting van een (te verplaatsen) supermarkt. De gemeente streeft naar verplaatsing i.p.v. toevoeging (grote 'schuifpuzzel', met afhankelijkheden). Opvulling van de nieuwbouw leidt dan wellicht tot leegstand buiten het beoogde kernwinkelgebied. Wellicht draagt dat op termijn ook bij tot verkleuring van die gebieden;
- Er bestaat voor de Keizerstraat een gevelverbeteringsfonds. In dat kader zijn nu enkele panden opgeknapt. Bij een enkel pand heeft het ook geleid tot verplaatsing (van de Bruna van de Spoorstraat naar de Keizerstraat);
- Het UP sorteert voor op verkleuren van "delen van bestaande straten die nu winkelstraten zijn en straks niet meer". Bij de Spoorstraat tussen Koningstraat/Molenstraat + Koningstraat Zuid denkt men aan een mix van functies (dienstverlening, bepaalde speciaalzaken, en woningen met eventueel bedrijf aan huis). Op de begane grond wordt een hogere verdiepingshoogte behouden, waardoor het in de toekomst weer winkels kunnen worden. Bij de Koningstraat Noord denkt men aan wonen met enkele aan huis gebonden kleine bedrijfjes.
- Het bestemmingsplan is soepel met verkleuren, ook naar wonen. Op veel plekken is transformatie al toegestaan.
- Op sommige plekken hebben transformaties plaatsgevonden. Trekker is in dit geval een woningcorporatie, die proactief bouwt en transformeert. Verkoop gaat lang niet altijd vlot, maar verhuur van woningen lukt uiteindelijk wel.

85

Proces en samenwerking

Er zijn organisatiestructuren voor ondernemers in de binnenstad (o.a. centrummanagement en HOB), met name rondom de ontwikkelingen in het nieuwe stadshart. Er worden regelmatig communicatiemomenten georganiseerd om ondernemers mee te nemen in de plannen voor de binnenstad. Echter, een deel van de ondernemers en vastgoedeigenaren in de binnenstad ervaart (nog) niet de noodzaak tot verandering. Dat sommige delen van het stadshart geen winkelfunctie meer kunnen hebben in de toekomst wordt over het algemeen wel gedragen. De uitdaging voor het experiment is om (met name voor de Spoorstraat) het hoe en waarom van eigenaren en winkeliers in kaart te brengen. Ook of, en de wijze waarop gezamenlijk kan worden nagedacht over een toekomstvisie, moet nader worden onderzocht. Via deze weg kan urgentie worden gecreëerd en de uitwerking worden georganiseerd, kan worden gemotiveerd tot investeren en/of kan dit leiden tot

verplaatsing van ondernemingen naar het compacte stadhart. De winkelstraatbiografie kan bijdragen aan het omzetten van de 'mindset' (t.b.v. krimp).

Ambities en vraagstukken voor het experiment

Visie voor de Spoorstraat waar (in de toekomst) detailhandel moet zijn en waar niet, ligt er in principe.

Nu moeten de consequenties/uitvoering gekoppeld worden d.m.v. bestemmingsplan/-beleid e.d.

Vragen voor het experiment zijn:

- Verkleuren/transformatie van de straat: hoe kun je vanuit de gemeente verleiden met weinig middelen? En hoe ga je om met transformatie in een anticipatiegemeente, wat moet je wel of niet doen?;
- Er is geen urgentie bij de markt, hoe creëer je dat? (of moet je het dan juist 'laten' als gemeente, moet je wel iets doen?);
- Welke instrumenten zijn er die toepasbaar zijn op deze situatie: voorzienbaarheid, bestemming naar wonen op lange termijn, tools om verplaatsing te ondersteunen, indien iemand blijft zitten waar hij zit: bewegen (dwingen?) om gevel op te knappen (bijv. gevelfonds zoals Keizerstraat);
- Wat kun je met deze straat die wel belangrijke verbindingroute naar Willemsoord is, maar straks wellicht (helemaal) geen winkelstraat meer is (gemeente: openbare ruimte inrichten, routing, profilering/'verhaal vertellen' e.d.);
- Den Helder wil graag een winkelstraatbiografie laten maken van de Spoorstraat.

Geraadpleegde bronnen

- Aanmeldformulier Den Helder d.d. 01-12-2015
- Uitwerkingsplan www.zeestad.nl/overzeestad/4016/uitwerkingsplan
- Projectbezoeken 23-02-2015 en 19-08-2015

8.6 Helmond: Noordzijde Markt en Marktstraat

Aangemelde aanloopstraat: Noordzijde Markt en Marktstraat

Lokale analyse 2 november 2015

Profiel

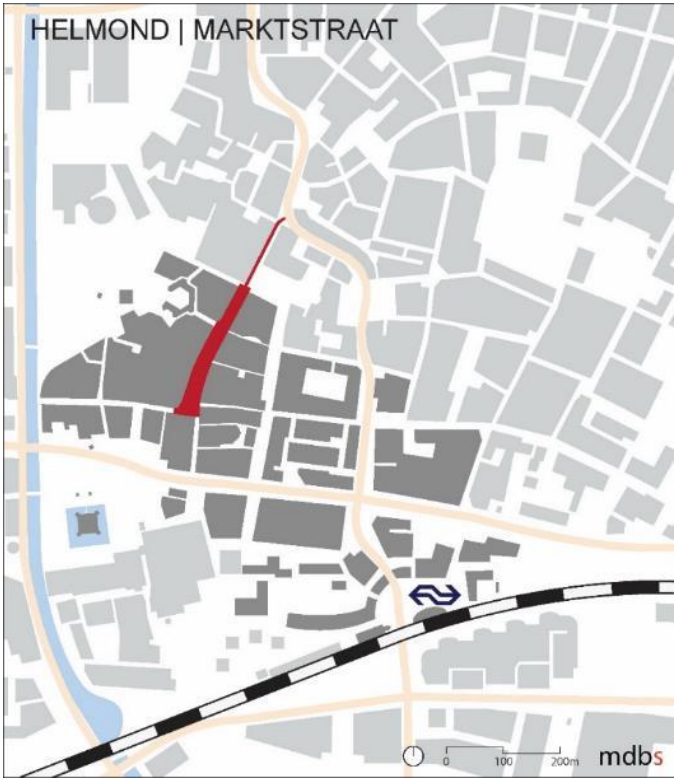
- Helmond ambieert regiofunctie voor de Peel en wil aanvullend zijn binnen Brainport/Eindhoven;
- Relatief veel (moderne) wijkwinkelcentra op heel korte afstand van het centrum;
- Helmond is ontstaan als marktplaats op het knooppunt van enkele lange wegen;
- Oude masterplan uit 2004 wordt vervangen door nieuwe centrumvisie, visieontwikkeling moet nog starten;
- O.a. experiment aanloopstraten vormt input voor de nieuwe centrumvisie;
- Er ontstaat leegstand aan de randen van de binnenstad, in aanloopgebieden. Informeel wordt ingezet op compacter maken van het centrum. Gemeente wil de 'echte' problemen voor zijn;
- Focus van het experiment is de Noordzijde Markt en Marktstraat.

Helmond en winkelgebied

Helmond is in het verleden aangewezen als groeistad. Vanaf 1970 betekende dit een groei van circa duizend woningen per jaar. Er is nooit één groot centrum ontstaan, maar wel veel kleinere wijk/winkelcentra rondom de kern. Helmond is ontstaan als marktplaats op het knooppunt van enkele lange wegen. De aanloopstraten van oudsher zijn ook nu de aanloopstraten waar op gefocust wordt. Helmond ambieert een regiofunctie, als 'ontmoetingsplek van de Peel'. Echter realistisch gezien zijn er veel steden (en dorpen) in de omgeving waar ook gewinkeld wordt, er is veel keuze voor de consument. Er zijn relatief veel (moderne) wijkwinkelcentra op heel korte afstand van het centrum. Alleen de zaterdagmarkt is echt een regionale trekker. Helmond bestaat deels uit 'import' inwoners, die gericht blijven op andere steden (bijv. inwoners Brandevoort gericht op Eindhoven).

87

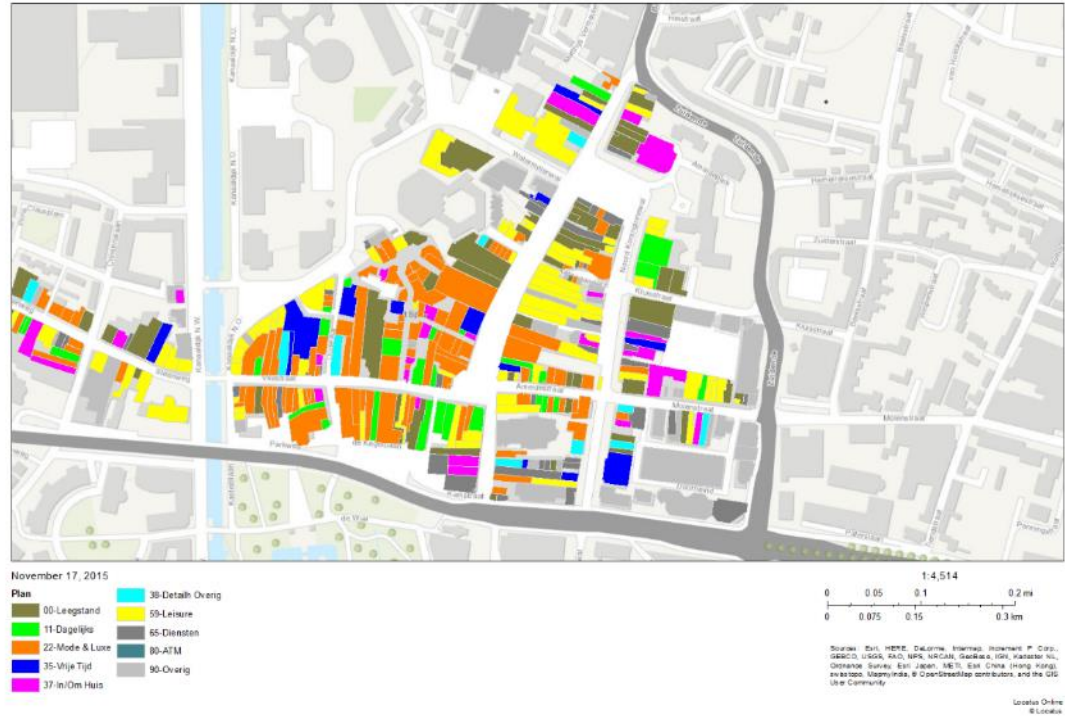
Het oude masterplan uit 2004 (centrumplan, met nieuw winkelcentrum) wordt vervangen door een nieuwe visie. Binnenkort start het maken van een geactualiseerde centrumvisie (ambitie start januari 2016). Het feit dat er de afgelopen decennia geen grote retailplannen zijn ontwikkeld heeft ervoor gezorgd dat de leegstand in de stad op dit moment relatief laag is. De laatste tijd ontstaat er toch meer leegstand, met name aan de randen van het centrumgebied. Er is al sprake van een concentratie, bijvoorbeeld de verhuizing van Bristol naar het centrumgebied. Meer ondernemers volgen en de panden die achterblijven staan 'structureel' leeg. Vooral de neerwaartse spiraal die dan ontstaat, is een punt van zorg voor de gemeente (minder bezoekers zorgt voor minder aantrekkelijkheid voor ondernemers om zich te vestigen, dit heeft invloed op de leefbaarheid). Probleemgebieden zijn vooral de overgangsgebieden van voetgangersgebied naar wonen. Inzet van het experiment is voornamelijk het voorsorteren op de te ontwikkelen centrumvisie wat betreft de aanpak van aanloopstraten, waar op deze manier alvast input en bewijslast voor kan worden verzameld.



Helmond: Noorzijde Markt en Marktstraat, mdbS, 2016

88

Helmond



Locatus, 2015

Aanloopstraat: Noordzijde Markt en Marktstraat

De Noordzijde Markt en Marktstraat (inclusief Ameideplein) zijn aangewezen als inzending voor het experiment. De Noordzijde van de Markt is het gebied van Helmond waar evenementen plaatsvinden, zoals de wekelijkse markt en twee keer per jaar de kermis. Er is versnipperd eigendom van particuliere eigenaren. De eigenaren en winkeliers zijn in beeld, echter er is weinig concreet (actiematig) initiatief. Er ontstaat leegstand in het gebied. Dit zal de komende tijd toenemen, omdat al duidelijk is dat sommige winkels verdwijnen (verplaatsen/vertrekken). Zo is er op de Noordzijde Markt na het vertrek van de ANWB winkel veel langdurige leegstand. Vastgoedeigenaren presenteerden recent een plan bij de gemeente om meer samen te werken en bijv. ook panden samen te voegen. Gemeente laat de bal bij eigenaren. Er zijn vanuit de gemeente vooralsnog geen middelen beschikbaar voor een meer structurele aanpak van deze leegstand (bijvoorbeeld pop-up stores, omzetten van functie/gebruik van panden).

Het experiment zal voornamelijk worden gericht op het verder vormgeven van de samenwerking met de marktpartijen, bewoners en mkb en inzicht krijgen welke concrete maatregelen/tools er nodig/gewenst zijn om het gewenste toekomstperspectief te realiseren.

Beleid

- De bestaande detailhandelsvisie maakt geen duidelijke keuzes als het gaat om concept compacte binnenstad. Het nieuwe college ambieert een nieuwe centrumvisie. Visieontwikkeling moet nog starten;
- De lijn is ingezet om de kern compacter te maken (d.m.v. van faciliteren, bijv. flexibel omgaan met bestemming/functies, uitstallingen, terrassen), echter dit is nog niet echt zichtbaar naar buiten. Dit moet in de nieuwe centrumvisie een plek krijgen;
- Vooralsnog geen middelen voor meer structurele aanpak van leegstand (pop-up stores, omzetten van functie/gebruik panden);
- Bij transformatie vormt de parkeernorm een probleem (voorbeeld van transformatie van winkel naar restaurant: parkeerplaatsen moeten worden afgekocht. Echter er is geen sprake van een parkeerfonds, papieren regel kan praktischer).

89

Proces en samenwerking

- Met het centrummanagement en Marketing Helmond wordt de samenwerking opgevoerd. Met o.a. brancheringscommissie (onderdeel centrummanagement) is afgesproken om acquisitie/accountmanagement etc. beter neer te zetten. Hier kunnen voorbeelden uit andere gemeenten wellicht helpen;
- Samenwerking van gemeente met ondernemers vindt op dit moment vooral plaats via en met de centrummanager die de ondernemers in het centrum vertegenwoordigt. Op papier zijn dat alle ondernemers (horeca, detailhandel, vastgoed), in de praktijk is dit niet helemaal het geval;
- Er is initiatief vanuit de vastgoedeigenaren van de Markt, echter dit wordt nog niet concreet doorgezet naar uitvoering;
- Gemeente zal daarvoor ook zelf inzicht moeten ontwikkelen over concrete ondersteuning die zij kan bieden, experiment is goede case hiervoor.

Ambities en vraagstukken voor het experiment

- Meedoen aan experiment en andere trajecten is vooral opmaat naar nieuwe centrumvisie. Omdat de ontwikkeling hiervan nog niet is gestart, wordt nu geïnvesteerd in ervaringen opdoen en input vergaren om straks een versnelling te kunnen maken, o.a. ook d.m.v. het experiment.

Uitkomst van het experiment zou straks invulling voor het hoofdstuk 'aanloopstraten' kunnen zijn in het visiedocument. De gemeente wil de 'echte' problemen voor zijn;

- Insteek van het experiment is vooral "wat gaan we doen, en in welke rol", als input voor de nieuwe centrumvisie, o.a.:
 - Analyse en visieontwikkeling;
 - Beleid wordt al verruimd waar er om gevraagd wordt (ad hoc), dit moet verder vormgegeven. Rol gemeente moet strategischer worden (nu wordt pandsgewijs geacteerd i.p.v. strategisch). Welke *tools* heeft de gemeente straks in handen ter ondersteuning + inzicht in financiële consequenties;
 - Samenwerking rondom markt/marktstraat verder vormgeven;
 - Acquisitie/accountmanagement verder vormgeven;
- Winkelstraatbiografie kan belangrijk zijn in het verhaal/positionering van de aanloopstraten (en wellicht gebiedsprofielen).

Geraadpleegde bronnen

- Aanmeldformulier Helmond d.d. 19-01-2015
- Projectbezoeken d.d. 03-03-2015 en 13-07-2015
- Stedebouw & Architectuur, stedenspecial Helmond, maart 2014
- Structuurvisie Helmond 2030 Een stad in balans (2014)

8.7 Hilversum: Havenstraat

Aangemelde aanloopstraat: Havenstraat

Lokale analyse 28 oktober 2015

Profiel

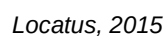
- De gemeente Hilversum telt circa 87.000 inwoners en is centrumgemeente van Gooi en Vechtstreek;
- De gemeente heeft een zeer hoog voorzieningenniveau, ook om de regio te bedienen, en zit nu te ruim in haar winkeljasje. Er wordt ingezet op compacter maken van het centrum;
- In de recente Centrumvisie is gekozen voor investeren in het centrum, veel aanloopstraten vallen niet meer binnen dat centrum;
- Het experiment focust zich op aanloopstraat de Havenstraat;
- In de Havenstraat is sprake van weinig organisatie of samenwerking, er moet geïnvesteerd worden in de relatie met een visie vanuit de gemeente als basis;
- Vanwege beperkte beschikbare capaciteit vanuit de gemeente wordt ingezet op het ondersteunen van 'the coalition of the willing' en kleine (ludieke) acties en dit als vliegwiel gebruiken voor transformatie.

Hilversum en winkelgebied

Hilversum is een 'stads dorp' met ruim 87.000 inwoners, gelegen in het Gooi. Het wordt ook wel getypeerd als groene 'villa' gemeente, met het bekende Mediapark als herkenningspunt. Een derde van de beroepsbevolking werkt in de creatieve sector. Hilversum heeft een hoog voorzieningenniveau, vanwege de van oudsher regionale functie voor de omliggende streek. Het winkelaanbod is, mede door de crisis en het veranderende retailklimaat, te ruim geworden voor het aantal inwoners en de regionale functie. Om met deze problematiek om te gaan, is recent een nieuwe - beknopte - Centrumvisie vastgesteld. Het doel is een aantrekkelijk centrum, dat aansluit bij de identiteit van Hilversum: media, architectuur en veel groen. In de Centrumvisie zijn duidelijke keuzes gemaakt, waarbij concreet is aangegeven welke straten wel en niet (meer) tot het centrumgebied behoren. Veel aanloopstraten vallen nu buiten het centrumgebied. Bij enkele van deze aanloopstraten is sprake van veel leegstand. De gemeente gaat in principe investeren in het centrum en niet meer in de aanloopstraten. Gevoelsmatig horen voor de Hilversummers deze straten vaak wel bij het centrum. "De aanloopstraten worden niet aan hun lot overgelaten, maar hoe structuur in deze ongeorganiseerde straten kan worden gebracht, is nog onduidelijk."

Een gemeentebreed Stadsfonds is opgericht, om via de OZB van commerciële panden in de stad te kunnen investeren. Dit is ook een vehikel dat ervoor kan zorgen dat beter wordt samengewerkt met/tussen verschillende partijen in de stad en binnen de trekkingsgebieden. Er zijn in Hilversum al meerdere projecten gestart in het kader van leegstand en transformatie, zoals het Programma Aanpak Leegstad (vastgesteld in 2012, richt zich op leegstand van zowel bedrijven, kantoren als winkels en schetst toekomstverwachtingen en bevat een concreet uitvoeringsprogramma op basis van 5V's). Projecten in dit kader waren o.a. het instellen van de Advieskamer (voor transformatie aanvragen) en het project 'Tussentijds' voor tijdelijke initiatieven (was iets minder succesvol).

91



Aanloopstraat: De Havenstraat

Het experiment van Hilversum focust zich op de Havenstraat. De straat is gelegen aan de kop van de Oude Haven en heeft vanuit historie betekenis voor Hilversum. Vanuit die hoedanigheid zal de winkelstraatbiografie meer duidelijkheid geven over mogelijke ontwikkelingsrichtingen. Er is ook veel historie in het proces rondom de Havenstraat. Er is in het verleden al vaker geprobeerd om deze straat weer te ontwikkelen/positioneren en de leegstand tegen te gaan. Op dit moment is er geen actieve ondernemersvereniging, dit was in het verleden wel (eens) het geval. In de straat is één eigenaar zeer actief, die al veel onderneemt: Anke Olthoff. Zij krijgt de rest van de eigenaren helaas (nog) niet concreet mee, maar heeft wel het gevoel dat er veel enthousiasme in de straat los te maken is. “Dan moet er wel nu ook iets gebeuren vanuit de gemeente.” De gemeente heeft beperkte capaciteit en ziet haar rol vooral in de vormgeving van de publieke ruimte en beleid rondom bijv. transformatie.

Aandachtspunten voor de Havenstraat en andere aanloopstraten in Hilversum:

- De makelaars hebben een belangrijke rol in het plaatsen van (de juiste) huurders in de straat, wellicht een selectie van makelaars betrekken bij visievorming (aanloopstraten zoals de Havenstraat trekken vaak ondernemers die enkel afkomen op de lage prijzen en verder geen enkel markonderzoek doen naar concurrentie of (klanten)profiel);
- Er zijn meer aanloopstraten in Hilversum, de aanpak/instrumenten kunnen wellicht voor andere aanloopstraten worden ingezet. Er is in ieder geval behoefte aan een heldere identiteit per straat, zodat duidelijk wordt voor (potentiële) huurders en makelaars wat waar gebeurt;
- Eigenaren zijn een zeer belangrijke groep (zo niet de meest belangrijke groep), om aan tafel te hebben en achter het plan te scharen.

Beleid

- Focus van het huidige college ligt op 5 thema's/programma's. Een van deze programma's omvat het centrum. De recent vastgestelde Centrumvisie legt het fundament onder het programma Centrum.
- In de Centrumvisie wordt focus gelegd op het kernwinkelgebied. Daarmee wordt dus ook aangegeven welke straten functioneel gezien geen deel meer uitmaken van het Centrum (compact maken is uitgangspunt). Voor de straten in het randgebied zal met de hier gevestigde partijen het toekomstperspectief worden bepaald. In sommige gevallen zal dat een andere toekomst zijn, dan die als winkel/horecastraat. Wonen ligt dan meer voor de hand.
- Investerings in dit soort straten moet aansluiten bij het toekomstperspectief. Dat betekent dat er bijvoorbeeld geen budget beschikbaar wordt gesteld voor een winkelstraatmanager in een straat die geen toekomst heeft als winkelstraat.
- Project Advieskamer: via Advieskamer en Besliskamer wordt op pandniveau meegewerkt aan transformatie van (kantoor)panden naar woningen, aan het realiseren van woningen boven winkels (waardoor de vraagprijs van de winkel omlaag kan) en het verkleinen van winkelvolumen (bijvoorbeeld een smalle lange winkel, waarbij de achterste helft wordt omgevormd tot woning, waardoor een veel couranter winkelunit ontstaat). Tegelijkertijd: veel verzoeken voor transformeren worden afgewezen. Gemeente is voorzichtig wat betreft mogelijke leefbaarheidsissues bij bijvoorbeeld te veel te kleine appartementen en parkeren et cetera.
- Sternota: [...] Leegstand gaan we tegen door ruimte te bieden voor hergebruik, met tijdelijke functies of structureel met een nieuwe invulling. De woonfunctie, ook boven winkels, wordt versterkt, wat tevens bijdraagt aan de levendigheid en de sociale veiligheid.
- Nota Detailhandel 2008: [...] Gelet op de ruimtedruk in Hilversum vormen veel straten (denk bijvoorbeeld aan de Bosdrift, Emmastraat, Havenstraat, Koninginneweg, Nieuweg en

93

Stationsstraat) interessante vestigingslocaties voor alternatieve functies. Het kan gaan om (creatieve) bedrijvigheid, dienstverlening, horeca, cultuur, maatschappelijke functies en wonen.

Proces en samenwerking

Het initiatief voor ontwikkeling van de Havenstraat komt op dit moment met name van één zeer actieve eigenaar, die zeer enthousiast is en hier graag mee door wil, maar alleen als de gemeente ondersteunt. Op dit moment is er geen echte samenwerking in de Havenstraat met gemeente, vastgoedeigenaren en winkeliers, er is geen ondernemersvereniging (meer). Om in de Havenstraat iets voor elkaar te krijgen, moet worden geïnvesteerd in de relatie, met een visie als basis.

Voorstel is om voorlopig met een 'coalition of the willing' van start te gaan, een visie te maken op de straat (waarin de gemeente ondersteunt, de winkelstraatbiografie vormt hiervan de basis) en hopelijk energie te generen om eerste acties (bewijslast) te kunnen inzetten. Er wordt door gemeente en Anke Olthoff (actieve pandeigenaar) nagedacht op welke wijze de winkeliers en eigenaren het beste en meest effectief betrokken kunnen worden bij dit experiment, op welke manier de Havenstraat ook bij de Hilversumse politiek weer in beeld kan komen en wat aandachtspunten zijn voor de middellange en lange termijn om hiermee te komen tot een richtinggevende ontwikkelstrategie.

Ambities en vraagstukken voor het experiment

- De winkelstraatbiografie gaat (gedeeltelijk) de basis vormen van de visie op de Havenstraat vanuit de gemeente. Het is van belang dat deze visie van de 'coalition of the willing' samen met de gemeente, er snel komt, om hier verder op door te kunnen bouwen voor het ontwikkelen van een gezamenlijke aanpak voor de Havenstraat.
- Belangrijke vragen voor het experiment:
 - Wat is de visie op de Havenstraat, de ruggengraat hiervoor wordt gevormd door de winkelstraatbiografie;
 - Welke instrumenten zijn er voor herontwikkeling of transformatie die juridisch standhouden (bijv. aanpassen parkeernorm: kun je als gemeente (juridisch gezien) bijvoorbeeld een woning aanbieden zonder parkeerplaats en/of recht op een parkeervergunning, of het weren van functies/soort winkels: wat kun je doen bovenop het bestemmingsplan en blijft dit juridisch gezien staan);
 - Hoe identiteit te geven aan de Havenstraat, vanuit stakeholders;
 - Betrekken en organisatie van stakeholders, winkelier, eigenaren, bewoners en makelaars.

94

Geraadpleegde bronnen

- Centrumvisie 2015 (voorontwerp)
- Sternota 2014
- Uitwerkingsnota detailhandel en horeca 2008
- Projectbezoeken d.d. 09-02-2015 en 20-09-2015
- Startbijeenkomst experiment in Hilversum d.d. 04-06-2015

8.8 Parkstad Limburg

Aangemelde aanloopstraat: Akerstraat Noord – Hoensbroek (later ingediend)

Lokale analyse 20 april 2016

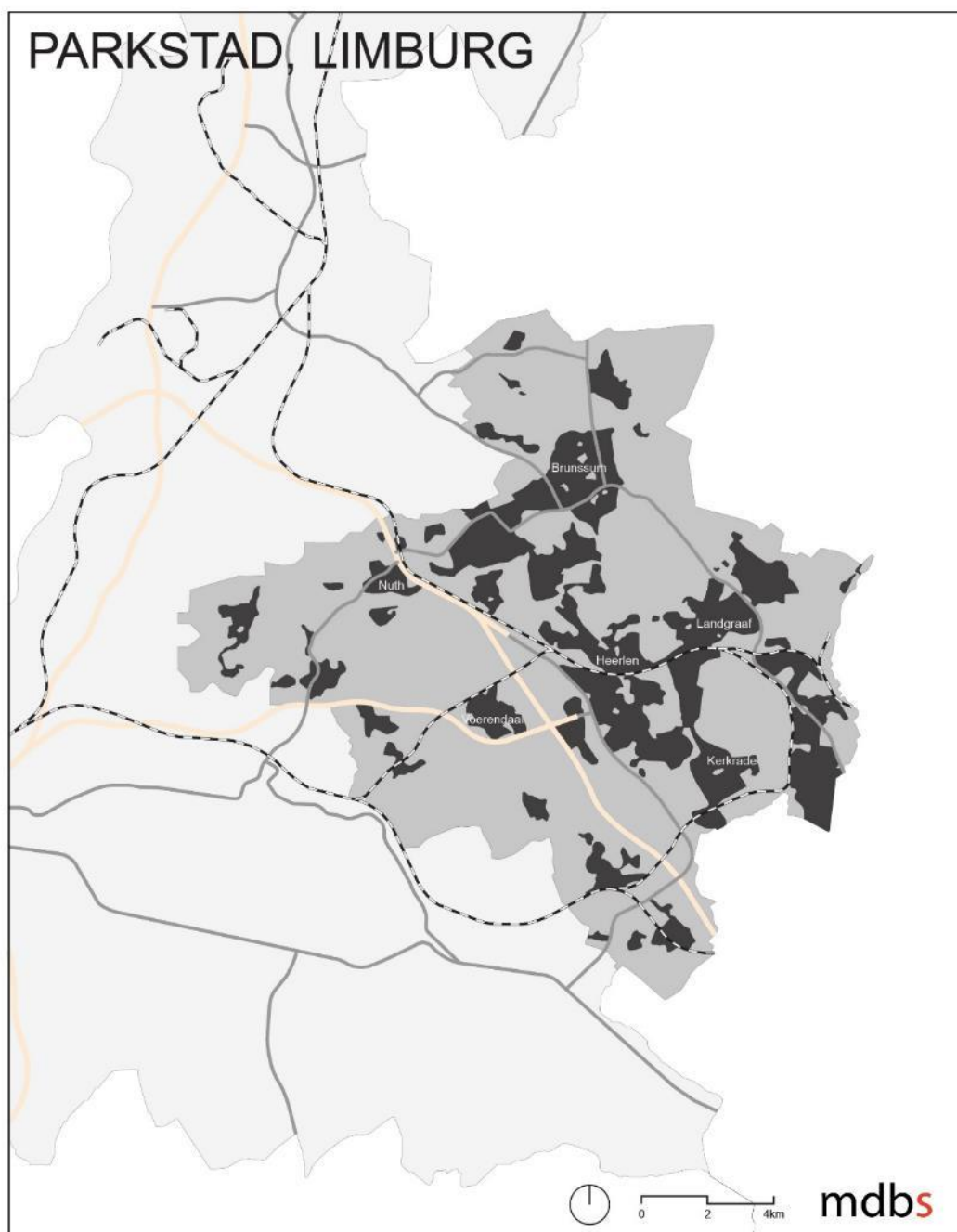
Profiel

- Parkstad Limburg is een regionaal samenwerkingsverband tussen acht Limburgse gemeenten: Brunssum, Heerlen, Kerkrade, Landgraaf, Nuth, Onderbanken, Simpelveld, Voerendaal;
- Gezamenlijk tellen de gemeenten circa 250.000 inwoners;
- Het gebied bevat een combinatie van 'stedelijkheid' en veel groen, met goede verbindingen naar het buitengebied;
- De regio is een gebied waar krimp zich manifesteert, dit zorgt voor uitdagingen op gebied van alle functies. Zeker in retail (en transformatie) vraagt dit om nieuwe oplossingen.
- Op dit moment is er zo'n 17 procent winkelleegstand in de regio, zo'n 100.000 vierkante meter;
- Parkstad heeft recent een prijs gewonnen voor beste toeristische gebied van de wereld, uitgereikt door de Amerikaanse World Travel & Tourism Council (WTTC). Het voormalig mijngebied is omgevormd tot toeristische bestemming;
- Parkstad Limburg heeft recent aanloopstraat Akerstraat Noord in Hoensbroek (gemeente Heerlen) aangemeld voor het experiment. Het gaat hier concreet om het vraagstuk rond het opzetten van een 'sterfhuiskonstructie';
- Parkstad kent al een aantal instrumenten om in te zetten bij de problematiek in de detailhandelsvoorraad. Hierbij maakt zij onder andere gebruik van Stichting Streetwise als 'oliermannelij' voor haar winkelstraten, heeft zij een Convenant gesloten met Aldi teneinde afstemming over toekomstige vestigingen te realiseren en specifiek voor de gemeente Heerlen geldt dat zij een verplaatsingsregeling heeft ontwikkeld voor winkels.

95

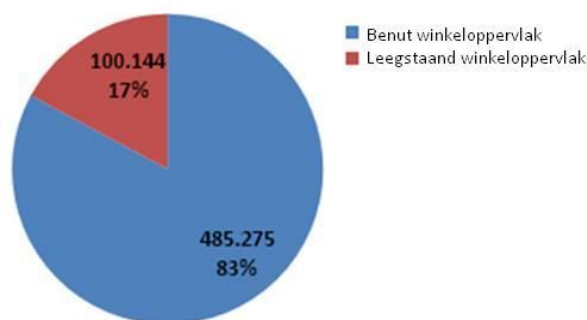
Parkstad Limburg en winkelgebied

Parkstad Limburg heeft in het experiment Aangename aanloopstraten een wat ander profiel dan de andere deelnemers. Parkstad Limburg is de enige regio die zich heeft aangemeld, tegenover negen gemeentelijke deelnemers. Parkstad Limburg heeft bij aanvang van het experiment geen specifieke aanloopstraat/straten aangemeld, maar wilde in algemeen opzicht oplossingsrichtingen ontwikkelen voor haar flinke leegstands- en krimpopgave. Recent heeft zich een concreet vraagstuk aangediend, te weten het realiseren van een 'sterfhuiskonstructie' aan de Akerstraat Noord in Hoensbroek (gemeente Heerlen). Parkstad Limburg is een regionaal samenwerkingsverband tussen acht gemeenten in het Zuidoosten van Limburg: Brunssum, Heerlen, Kerkrade, Landgraaf, Nuth, Onderbanken, Simpelveld en Voerendaal, met totaal zo'n 250.000 inwoners. De regio Parkstad heeft na de mijnsluitingen in de jaren 60 en 70 een enorme metamorfose ondergaan, ook wel aangeduid als de transitie 'van zwart naar groen'. Recent heeft Parkstad een internationale toerisme prijs gekregen als beste toeristische gebied van de wereld, vanwege het omvormen van het mijngebied tot toeristische bestemming. De prijs wordt jaarlijks uitgereikt door de Amerikaanse World Travel & Tourism Council (WTTC).



Parkstad Limburg, mdbS, 2016

Parkstad Limburg beschikt over een fijnmazige winkelstructuur. Op dit moment is 72 procent van het totaal aan winkelvloeroppervlak geconcentreerd in vijftien winkelcentra. 8 procent bevindt zich in 24 kleinere winkelcentra en 20 procent is op verspreide (ongeplande) locaties. De afgelopen jaren is het aantal detailhandelsmeters toegenomen in Parkstad Limburg. Daarnaast geldt voor gebieden die met krimp te maken hebben, zoals Parkstad, dat de demografische ontwikkeling een negatief effect heeft op het draagvlak van huidige voorzieningen en daarmee op de leefbaarheid en vitaliteit van centra en het aanloopgebied. De actuele winkelleegstand in Parkstad Limburg bedraagt 17 procent. Met maatregelen uit de Retailstructuurvisie proberen de Parkstadgemeenten de leegstand terug te brengen tot een acceptabel geachte 5 procent. Daarnaast moet in de toekomst nog meer winkelvloeroppervlak verdwijnen als gevolg van de dalende bevolkingsomvang en de toenemende invloed van internetaankopen.



De ambitie, en de urgentie, is uitgesproken om het detailhandelsvraagstuk op regionaal schaalniveau en in nauwe samenwerking, op te pakken. De overheid moet daarin een regierol vervullen, omdat het vraagstuk betrekking heeft op een aantal belangrijke maatschappelijke aspecten zoals het voorzieningenniveau, het ondernemersklimaat en de leefbaarheid in centra, kernen, buurten en wijken. Bovendien

raakt dit de directe leefomgeving van inwoners. De omvang van de actuele problematiek in Parkstad is breed onderkend: er is een ruim overaanbod aan winkelruimten, en bovendien is de verwachting dat het huidige, reeds te hoge, leegstandspercentage nog verder zal toenemen wanneer niet concreet wordt ingegrepen in de voorraad. Daarnaast is er niet alleen een probleem geconstateerd met de omvang van de huidige voorraad, maar ook met de onbekendheid van de omvang van het aantal mogelijkheden om de voorraad toe te laten nemen conform vigerende bestemmingsplannen, de zogenaamde plancapaciteit.

97

Aanloopstraat: Akerstraat Noord te Hoensbroek (gemeente Heerlen)

Als aanloopstraat heeft Parkstad Limburg recent Akerstraat Noord te Hoensbroek (gemeente Heerlen) aangemeld. Er heeft zich hier een concreet vraagstuk aangediend voor ondersteuning bij het opzetten van een 'sterfhuiskonstructie' ten behoeve van het verwijderen van de detailhandelsfunctie. Hierbij is met name behoefte aan kennis van, ervaring over en begeleiding in het creëren van voorzienbaarheid ter voorkoming van planschade.

Beleid

Het huidige beleid wat betreft detailhandel bestaat uit de Retailstructuurvisie (2010-2020) en het Structuurvisiebesluit Wonen en Retail (2011). Deze kaders zijn in Parkstadverband vastgesteld en gepubliceerd, dus gelden als lokaal beleid. De Retailstructuurvisie schetst de ontwikkelingen in de sector en de maatregelen die moeten leiden tot de twee hoofddoelen:

- clustering van winkels
- minder oppervlak detailhandel/retail

Hoewel de Retailstructuurvisie als leidend wordt beschouwd, zijn de eerder gestelde

doelstellingen voor het compacter maken van de winkelgebieden tot nu toe onvoldoende bereikt en heeft zich de afgelopen jaren een tegenovergestelde ontwikkeling voorgedaan (groei van het aantal m² voorraad incl. leegstand). Daarnaast is niet bekend hoeveel ruimte vigerende bestemmingsplannen bieden voor de functie detailhandel/retail (de plancapaciteit). Op basis van het voornoemde, is een meer stringente aanpak van de regionale detailhandelssituatie, via flankerend beleid en instrumentarium, noodzakelijk bevonden door de samenwerkende gemeenten in Parkstad Limburg. Het regionaal retailbeleid wordt momenteel bekeken en herzien.

Proces en samenwerking

De samenwerking regio Parkstad Limburg op gebied van retail is hierboven beschreven. Sturing d.m.v. beleid en instrumentarium kan strikter, hier heeft de regio haar ambitie en urgentie over uitgesproken. Er wordt gewerkt aan een aantal trajecten om in de praktijk de problematiek aan te pakken, onder andere door de inzet van Stichting Streetwise, een verplaatsingsregeling voor winkels en het sluiten van een Convenant met Aldi.

- **Stichting Streetwise:** Stadsregio Parkstad Limburg heeft een overeenkomst met Stichting Streetwise, een stichting die zich inzet om ondernemingen te versterken en te bemiddelen in vraag en aanbod van ruimtes voor detailhandel. Daarnaast spant de stichting zich in om straten hun identiteit te laten verkennen en te versterken en coachen zij startende ondernemers richting een business. Streetwise werkt voor specifiek aangewezen winkelgebieden, waar het van belang is om geen partijen uit concurrerende winkelgebieden weg te halen. In het experiment wordt een dergelijke rol beschreven als een 'oliemannetje' in winkelstraten, een rol die steeds meer onmisbaar lijkt te worden.
- **Verplaatsingsregeling:** De gemeente Heerlen heeft een verplaatsingsregeling ontwikkeld om winkels naar bepaalde winkelgebieden te trekken. Hier maakt Stichting Streetwise ook gebruik van.
- **Convenant met Aldi:** Eind maart is door de Stadsregio Parkstad Limburg een Convenant gesloten met Aldi Limburg BV in verband met de problematiek rondom vestigingswensen van supermarkten buiten de aangewezen winkelclusters. Dit convenant is een eerste stap om tussen overheid en marktpartijen een win-win-situatie te creëren. Voor de supermarkt betekent dit dat wordt gestreefd naar het overeenkomen van toekomstbestendige locaties en voor de regio wordt hiermee een versterking van de detailhandel structuur en aangewezen winkelclusters nagestreefd en het onttrekken van 'dode' winkelmeters.

98

Ambities en vraagstukken voor het experiment

Vragen die Parkstad Limburg heeft in het kader van het experiment Aangename aanloopstraten zijn vooral juridisch-planologisch en financieel van aard, zoals:

- Hoe om te gaan met herbestemming/transformatie, specifiek bij krimp;
- Businesscase van stedelijke herverkaveling;
- Sterfhuiskonstructie Akerstraat Noord uitwerken en toepassen: in samenwerking met Platform31 de (on)mogelijkheden, randvoorwaarden, kansen en risico's in kaart brengen om dit instrument daadwerkelijk in te kunnen zetten.

Geraadpleegde bronnen

- Retailstructuurvisie (2010-2020)
- Structuurvisiebesluit Wonen en Retail (2011)
- Projectbezoek Heerlen/gesprek René Seijben d.d. 26-05-2015
- Gesprekken en documentatie Parkstad en Heerlen januari-april 2016

8.9 Schiedam: Hoogstraat

Aangemelde aanloopstraat: Hoogstraat

Lokale analyse 19 februari 2016

Schiedam kende bij de start van het experiment een zeer hoge winkelleegstand en ervaart veel concurrentie van omliggende winkelgebieden, zoals Rotterdam en Vlaardingen. De stad heeft een sterke 'hands-on' aanpak, onder andere met het succesvolle project Werk aan de Winkel en de stichting Winkelmeiden.

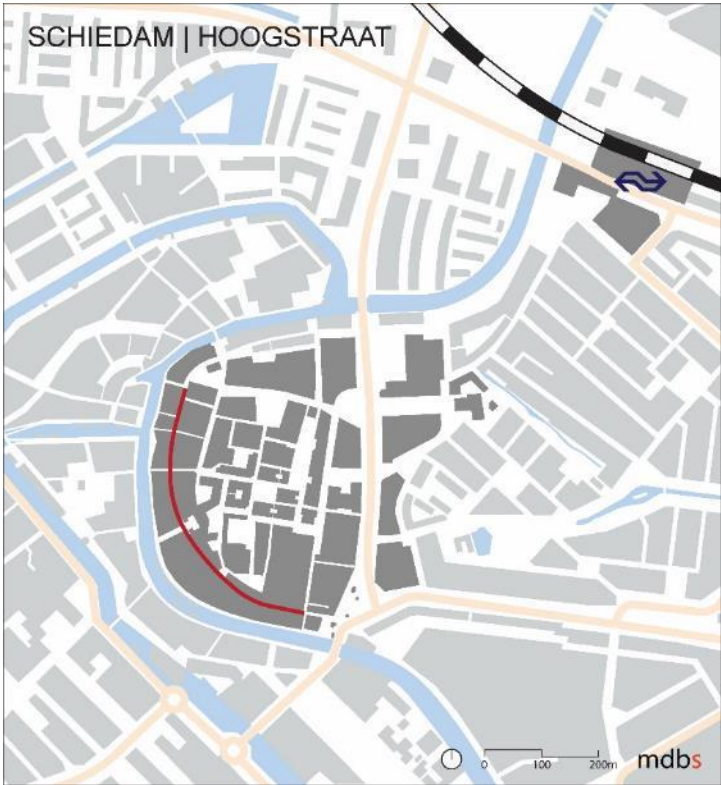
De Hoogstraat, de opgegeven straat binnen het experiment, is onderdeel van het kernwinkelgebied. Vanwege een zeer hoog percentage winkelleegstand is de opgave om hier naar een gemengd milieu met winkelen, wonen, werken en verblijven te komen.

Vanwege het hoge leegstandspercentage en het overschot aan winkelfunctie heeft de gemeente Schiedam in het nieuwe bestemmingsplan veel vierkante meter winkels wegbestemd. Voor deze gebieden ligt er een transformatieopgave waarbij wonen een voor de hand liggende functie is. Er wordt ingezet op een compacte winkelfunctie, met name aan de Passagezijde van de Hoogstraat, de Schiedamse inzending voor het experiment. Zeker in relatie tot omliggende winkelgebieden zoals Vlaardingen en Rotterdam, die consumenten (en winkelketens) vaak verkiezen boven Schiedam, is de keuze voor een onderscheidend karakter een logische. Juist de historische binnenstad met oude jeneverstokerijen en molens en de ligging aan het water, bieden kansen om de stad op een andere manier op de kaart te zetten.

99

Aanloopstraat: De Hoogstraat

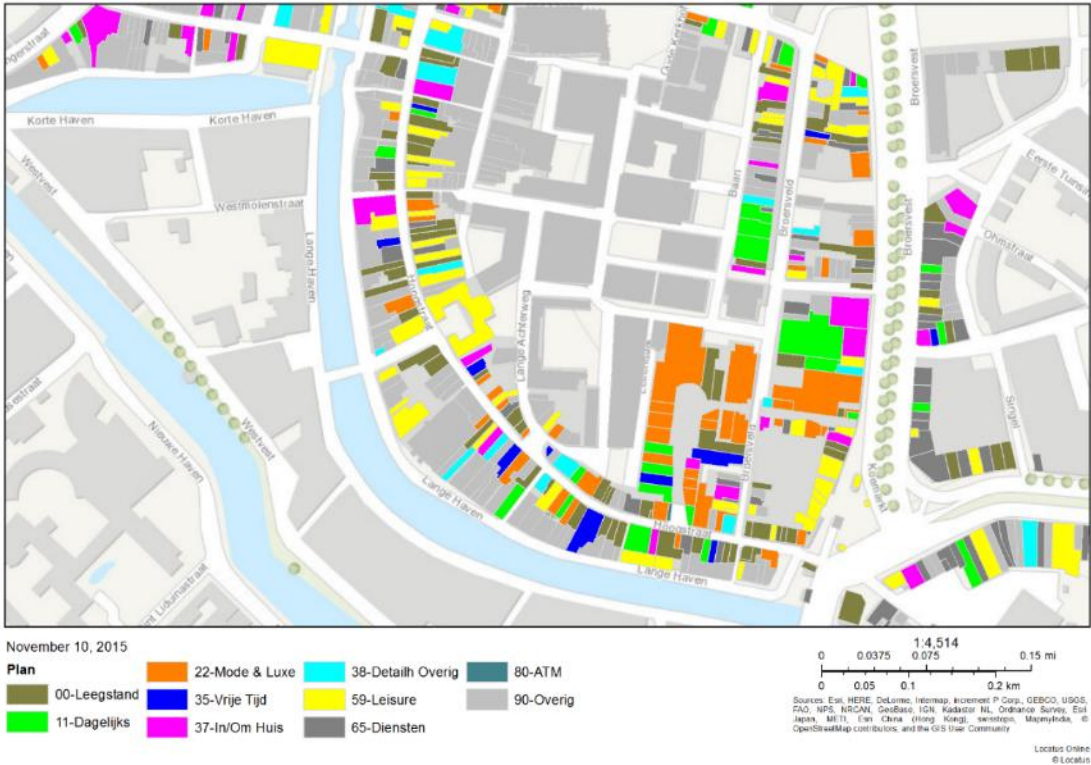
Bijzonder aan de Hoogstraat is dat het eigenlijk geen aanloopstraat betreft, maar dé kernwinkelstraat is van Schiedam. Vanwege een zeer hoog percentage winkelleegstand is de opgave hier van een kernwinkelstraat naar een gemengd milieu met winkelen, wonen, werken en verblijven. Vanuit historisch perspectief heeft de Hoogstraat altijd een belangrijke betekenis gehad in de stad en zijn er al meerdere transformaties in deze straat aan de orde geweest.



Schiedam: Hoogstraat, mdbS, 2016

100

Schiedam Hoogstaat



Locatus, 2015

De Hoogstraat loopt direct rond de kern van de stad en is lang. Veel panden waren vervallen, de laatste jaren is met de regeling Werk aan de Winkel (zie kopje Beleid) een belangrijke stap gemaakt richting een beter aanzien van de straat. Dit heeft geresulteerd in een beter straatbeeld en een toename van het aantal woningen boven de winkels, maar heeft niet direct geleid tot minder winkelleegstand. De gemeente Schiedam heeft de ambitie uitgesproken om in de Hoogstraat meer variatie aan te brengen in uitstraling van het openbaar gebied en in functie waardoor de straat aantrekkelijker wordt. Met behulp van pop up stores, die o.a. worden geïnitieerd en gemanaged door tussenpersoon 'De Winkelmeiden', wordt getracht om nieuwe ondernemers ruimte te bieden om hun zaak te starten. Ambitie is altijd om lange termijn vestiging mogelijk te maken, o.a. door ondernemers te coachen en in gesprek te gaan met vastgoedeigenaren over huurcontracten en –prijzen. Ambitie van de gemeente is om winkeliers die nu nog gevestigd zijn in straten waar de winkelfunctie niet langer welkom is, te verplaatsen naar de Hoogstraat. Om op die manier de binnenstad vitaal te houden en ondernemers goede overlevingskansen te bieden. De gemeente onderzoekt de mogelijkheden voor het vormgeven van een regeling, om deze verplaatsingen te ondersteunen.

Beleid

Het beleid van de gemeente Schiedam is sterk gericht op het concentreren van de winkelfunctie in het centrum. Hier wordt actief op geregisseerd door de gemeente.

- Bestemmingsplan in 2014 vastgesteld. Daarin 'comprimeren' vastgelegd en middelen vrijgemaakt om ook 'dat wat er over blijft' aan te pakken;
- Ook in detailhandelsvisie 2009 en binnenstadsvisie 2012 is dit beleid al zichtbaar;
- Een groot aantal winkelmeters rondom het centrum is wegbestemd, ook in alle aanloopstraten. Deze zijn flexibel bestemd (buiten de winkelfunctie);
- Er wordt al veel gewoond in het centrum en beleid t.a.v. transformatie naar wonen is erg liberaal;
- Vastgesteld uitvoeringsprogramma binnenstad biedt (financiële) ruimte voor leegstandsaanpak op maat. Er zijn regelingen om opknappen en transformatie te ondersteunen, zoals het project Werk aan de Winkel:

101

"Het project Werk aan de Winkel is in 2008 gestart en is erg succesvol gebleken. Sinds de start zijn er met behulp van twee opeenvolgende subsidieregelingen 140 winkelpanden (waarvan 116 in de Hoogstraat) aangepakt en opgeknapt en 80 woningen (waarvan 65 in de Hoogstraat) gerealiseerd boven winkelpanden op de Hoogstraat e.o. De subsidies hebben het voor pandeigenaren aantrekkelijk/mogelijk gemaakt om te investeren in hun vastgoed. Gemiddeld is op elke euro subsidie zes euro geïnvesteerd door pandeigenaren. De kwaliteit van de aangepakte panden, en daarmee het uiterlijk aanzien van de Hoogstraat e.o. is enorm verbeterd, wat de verblijfskwaliteit (en daarmee de revitalisering) van de binnenstad sterk heeft vergroot."

Inmiddels is de regeling weer verlengd. Een paar kenmerken van Werk aan de Winkel 3.0:

- Het project concentreert zich op de panden aan de Hoogstraat en de stegen tussen Hoogstraat en Lange Haven;
- Voor eigenaren en ondernemers van een Horecaonderneming in categorie B of B/C is een bijdrage mogelijk voor een bouwkundig akoestisch onderzoek en om geluidswerende voorzieningen aan te brengen, zodat de exploitatie mogelijkheden kunnen worden verruimd;
- Eigenaren kunnen voor het wegwerken van achterstallig onderhoud aan hun pand een laagrentende lening aanvragen met vijf procent korting op de marktrente (met een minimumpercentage van 1,5 procent).

- Voor het maken van woningen en het maken van een aparte opgang naar de woning is er subsidie beschikbaar.

De regeling moet verder worden aangescherpt op de volgende onderdelen:

- De 'zure' aanpak (aanschrijven);
- Eigenaren mee laten werken aan het bestrijden van leegstand door de winkel te verhuren tegen een reële huurwaarde dan wel beschikbaar te stellen voor tijdelijk gebruik (pop-up);

Proces en samenwerking

Kenmerkend in Schiedam is dat de gemeente veel regie neemt en erg 'hands-on' is. "Niet lullen maar poetsen" is hier echt het devies. De gemeente werkt samen met o.a. centrummanagement, een aantal grote vastgoedeigenaren en Stadsherstel Schiedam om transformatie van het centrumgebied mogelijk te maken. Tot nu toe is vooral van bovenaf gestuurd en wordt vanuit de gemeente gewerkt vanuit verschillende aspecten (retail, horeca, evenementen e.d.). Er is nog weinig gevoel van gedeelde urgentie met stakeholders, al begint dat nu wel te ontstaan in het lopende proces van transformatie van winkel/aanloopstraten. 'De Winkelmeiden', zogenoemde 'oliemannetjes' (gedeeltelijk gefinancierd vanuit gemeente, centrummanagement en door vastgoedeigenaren van panden), hebben op dit moment een pragmatische, uitvoerende en bemiddelende rol in het proces met met name zittende eigenaren en (toekomstige) winkeliers in de Hoogstraat (o.a. pop-up stores). De gemeente wil zich nog verder gaan inspannen om brede coalities te vormen met de diverse stakeholders. In 2016 zal met de winkeliers, eigenaren en bewoners gezamenlijk een visie voor de Hoogstraat ontwikkeld worden. Van belang is deze gezamenlijk, uit te dragen en ondersteunende acties te ondernemen.

102

Ambities en vraagstukken voor het experiment

Voor het experiment zijn voor Schiedam de volgende vragen en onderwerpen van belang:

- Verkleuren van winkels naar wonen: hoe kun je het beste het gesprek aangaan met eigenaren (met welk perspectief) en wat heeft dit voor fysieke consequenties voor bijvoorbeeld inrichting van openbare ruimte (o.a. parkeren);
- Welke rol pak je als gemeente, hoe sturend wil /moet je zijn? M.a.w.: hoe kan de gemeente het beste faciliteren;
- Je wil graag duurzame ondernemers in de stad, maar deze willen op een locatie zitten waar loop is en een realistische huur wordt gevraagd. (hoe) stuur je hierop als gemeente?
- In aanloopstraten is de winkelbestemming van de panden afgehaald, maar de Hoogstraat vraagt om een andere aanpak. Hier moet het omzetten geleidelijk/gedeeltelijk gaan in de gebieden waar dat past.
- Hoe structureel om te gaan met parkeernormen bij transformatie naar wonen?;
- Ontwikkeling van regelingen voor verplaatsing van winkels/winkeliers naar gewenst (kern)winkelgebied, op ontvangstlocatie of op plek die achterblijft (bijv. financieel, via ondersteuning d.m.v. onderzoeken voor transformatie).

Geraadpleegde bronnen

- Projectbezoek Schiedam d.d. 23-09-2015
- Project Werk aan de winkel
- Ambitiedocument Plus aan de lange haven. Ontwikkelingsvisie binnenstad, januari 2014
- Ontwikkelingsvisie Stad aan de Schie, juni 2012

8.10 Zaanstad: Westzijde

Aangemelde aanloopstraat: Westzijde

Lokale analyse 30 oktober 2015

Profiel

- Zaanstad telt circa 150.000 inwoners en zal waarschijnlijk doorgroeien naar circa 168.000 inwoners in 2040;
- In de gemeente Zaanstad is de afgelopen jaren veel geïnvesteerd om het nieuwe centrum Inverdan te ontwikkelen;
- Dit centrumproject, ontworpen door Sjoerd Soeters, heeft voor forse toename van winkels en passantenstromen in het centrum gezorgd;
- In de aanloopgebieden staan panden leeg, deze straten profiteren niet of nauwelijks van de centrumontwikkeling, hier zal de winkelfunctie moeten afnemen;
- Voor het experiment wordt gefocust op de Westzijde, een deel van de straat is kernwinkelgebied, een deel is aanloopgebied. De lessen uit het experiment kunnen ook worden toegepast op aanloopgebieden Beatrixbrug en Rozengracht;
- De Westzijde is op dit moment een drukke verkeersader door de stad. Een aantal monumentale panden bieden perspectief, maar er is ook veel leegstand en vervallen panden.

Zaandam en winkelgebied

De gemeente Zaanstad, het stadshart Zaandam, heeft de laatste jaren een modern centrum gekregen door ontwikkeling van het nieuwe stadshart Inverdan. Het centrumgebied, ontworpen door Sjoerd Soeters, omvat nieuw vormgegeven openbare ruimte, winkels, woningen en horeca en brengt de Zaanse architectuur terug. Het aantal winkel m2 in Stadshart Zaanstad is gegroeid van 49.000m2 in 2007 naar 63.000m2 in 2013. Ook nu nog worden er als onderdeel van Inverdan beperkt meters toegevoegd. Desondanks is de leegstand niet fors toegenomen en zijn passantenstromen gestegen sinds de investeringen in het centrum. Echter, ook de gemeente Zaanstad staat voor keuzes wat betreft het compacter maken van de winkelgebieden, met name buiten of in het aanloopgebied van het kernwinkelgebied. Tot het kernwinkelgebied van Stadshart Zaandam wordt gerekend de Gedempte Gracht, een deel van de Westzijde (vanaf de Gedempte Gracht tot de Stationsstraat) en de Rozenhof. De Rozengracht, de Westzijde vanaf de Klokbaai tot de Stationsstraat en de Beatrixbrug fungeren als aanloopgebieden. De leegstand in het centrum is circa 10 procent, geconcentreerd in de Rozenhof, de Westzijde en verder weg in de Peperstraat en op de Zuiddijk (Locatus 2014).

Voor het experiment wordt voornamelijk gefocust op de Westzijde. Ook al sluit deze straat aan op de Gedempte Gracht, de straten profiteren weinig van elkaar: bezoekers vanuit de westkant (station) blijven veelal op de gracht. Dit kan in de toekomst veranderen doordat er als gevolg van een definitief verkeerscirculatieplan (gepland in 2017) minder verkeer door de Westzijde rijdt. Dit biedt kansen voor een meer autoluwe herinrichting.

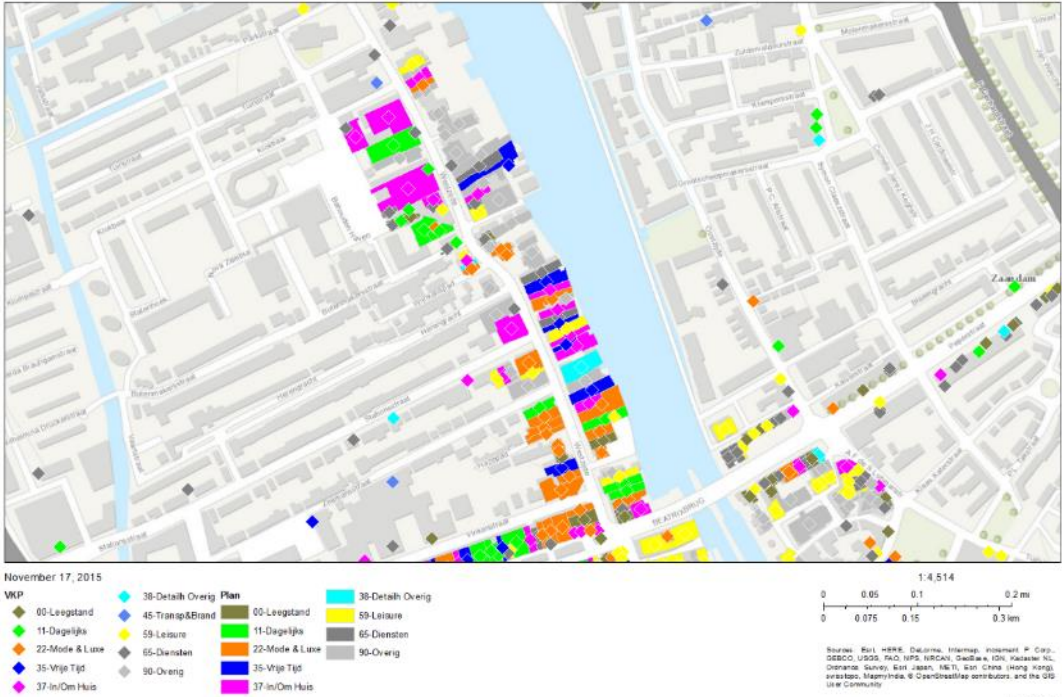
103



Zaanstad: Westzijde Zuid,
mdbs, 2016

104

Zaandam



Locatus, 2015

Aanloopstraat: Westzijde

Een deel van de Westzijde is kernwinkelgebied, een deel is aanloopstraat. Voor het experiment is het belangrijk om naar de straat als geheel te kijken. De Westzijde is een afwisselende straat met enkele grote ketens, maar ook speciaalzaken en enige horeca. De aanwezigheid van diverse monumentale panden kunnen het tot een sfeervol gebied maken, maar er is ook leegstand en sommige panden zijn erg vervallen. De Westzijde is op dit moment een verkeersader. Nadeel hiervan is dat de functie van verblijfsgebied niet goed tot zijn recht komt. Met de voorgenomen herinrichting van de openbare ruimte en herziening van het verkeersplan in 2016 zou dit kunnen veranderen. Om een gezamenlijk toekomstbeeld/uitvoeringsagenda voor de straat te ontwikkelen, is het onder andere nodig dat er initiatief en duidelijkheid komt vanuit eigenaren en winkeliers. Hiervan zijn enige partijen actief, maar het overgrote deel is op dit moment niet betrokken. Inzicht krijgen en partijen samenbrengen worden speerpunten voor het eerste deel van het experiment. De gemeente gaat de facts & figures van de straat in kaart brengen, zodat voldoende basis ontstaat om een gesprek aan te gaan. Dit zijn zaken als welke eigenaren eigendom hebben op de Westzijde, investeringsplannen, mogelijkheden voor wonen-boven-winkels (en parkeernormen). Vervolgens wil de gemeente een proces met betrokkenen organiseren. Op basis van initiatieven van eigenaren en winkeliers kan worden bepaald wat men van de gemeente nodig heeft om tot uitvoering over te gaan.

Beleid

- Concept Detailhandelsvisie 2015-2015. Een krachtige hoofdstructuur met compacte en kansrijke winkelgebieden: compactere hoofdwinkelgebieden, duidelijk onderscheid tussen kernwinkelgebied en aanloopgebied, leegstand en negatieve gevolgen daarvan bestrijden;
- Kernwinkelgebied aangewezen, met daarbinnen verschil tussen rood en groen (= aanloopgebied). “De winkelgebieden die onderdeel uitmaken van de hoofdstructuur acht de gemeente sterk en perspectiefrijk” [...] “het is overigens niet zo dat de gemeente de winkelgebieden of winkels die geen onderdeel uitmaken van de hoofdstructuur per definitie onbelangrijk vindt [...] Het verschil is dat we uitbreiding van de winkelfunctie in deze gebieden niet wenselijk vinden”;
- Voor de hoofdwinkelgebieden geldt dat de verwachting is dat ze compacter (moeten) worden. Afhankelijk van deze ontwikkeling zal de functie van de aanloopstraten verder ingevuld moeten worden, hetzij richting behoud van een gemengde functie, hetzij richting verkleuren naar niet-winkelgebied;
- Punt 3 (van de 12 punten uit de Concept Detailhandelsvisie):
- “we bekijken of het mogelijk is verouderde winkelstructuren en winkelruimtes uit de mark te nemen en ruimte te bieden voor andere functies. Criteria hierbij zijn langdurige leegstand en/of langdurig in gebruik zijn als niet-detailhandelsbestemming, waarbij een periode van 3 jaar het uitgangspunt vormt. Bij een gezamenlijke wens tot verkleuring en bestemmingsverruiming speelt deze termijn uiteraard niet. De gemeente speelt een actieve rol bij het aandragen van nieuwe functies, het aanpassen van bestemmingsplannen en het voeren van juridisch-planologische regelingen om transformatie te stimuleren.”;
- In principe wil gemeente meer wonen toestaan, maar parkeernorm is ook hier vaak belemmerend / sterk kostenverhogend;
- In 2016 moet er een nieuw bestemmingsplan liggen, dus wat dit betreft kan het experiment aanhaken op dit proces. Er vindt ook een herinrichting van de openbare ruimte Westzijde plaats, eind 2015 moet er een SO inrichtingsplan liggen;
- Nieuw verkeersplan wat er gaat komen in 2017 zorgt voor minder verkeer over de Westzijde, dit biedt een kans voor de (inrichting van de) straat.

105

Proces en samenwerking

- Er is recent een brede gemeentelijke projectgroep opgericht t.b.v. werkzaamheden en input rondom het experiment aanloopstraten;
- De Westzijde heeft een kleine groep actieve ondernemers, een vraagteken is betrokkenheid van vastgoedeigenaren. Dit is voor de straat een zeer belangrijke groep om om tafel te krijgen;
- Er is een Stichting Binnenstadsmanagement Zaandam (SBZ), dit is de vertegenwoordiging voor het Stadshart Zaandam. Idealiter hebben de ondernemers van de Westzijde een rol in de ontwikkeling als SBZ (zij vallen hier ook onder), echter zij (enkelen van hen) pakken op dit moment een rol op individuele basis;
- De gemeente is van plan om een aantal bijeenkomsten te organiseren om voor de Westzijde gezamenlijk e.e.a. te organiseren en voor elkaar te krijgen richting samenwerking voor de toekomst. Tijdens deze bijeenkomsten kunnen onderwerpen aan de orde komen als: (hoe) willen wij ons organiseren, wat voor straat moet de Westzijde zijn (voor Zaandam), positionering, uitingen naar bezoekers, inrichting van de straat, verkeer, gevels/aanzien, evt. wonen-boven-winkels, en vervolgens: wat kan de gemeente hierin betekenen.

Ambities en vraagstukken voor het experiment

Voor het experiment zijn voor Zaanstad de volgende vragen van belang:

- Hulp bij optuigen van de samenwerking met ondernemers en eigenaren van de Westzijde, zonder als gemeente het voortouw te hoeven nemen in de verdere ontwikkeling. Uitgangspunt is dat ondernemers/eigenaren kunnen zelf initiatief nemen en een plan maken voor de (toekomst van de) Westzijde, de gemeente kan (de uitvoering van) dat plan ondersteunen d.m.v. het vormgeven van de juiste tools;
- Ontwikkelen van/inzicht in tools om de ondernemers/eigenaren te kunnen ondersteunen bij het realiseren van het plan voor de Westzijde (bijv. subsidies, zoals gevelfonds, bestemmingsplanwijziging, parkeernorm aanpassen, inzet winkelcoördinator e.d.);
- Winkelstraatbiografie voor de Westzijde is een instrument in het proces met betrokkenen.

106

Geraadpleegde bronnen

- Concept Detailhandelsvisie Zaanstad 2015-2025
- Projectbezoeken 06-03-2015 en 17-09-2015