

Haren



Actieplan centrum

Haren

Actieplan centrum

Opdrachtgever: Gemeente Haren
Projectnummer: 0917.367
Datum: 12-6-2018

Broekhuis Rijs Advisering
Postadres: Wederik 1
9801 LX Zuidhorn
Tel. (0594-528358)
E-mail : info@broekhuisrijs.nl
Internet : www.broekhuisrijs.nl

Dynamiek in de detailhandel

Verschillende lokale, regionale, nationale en zelfs internationale trends en ontwikkelingen zijn van invloed op het functioneren van centra. Daarbij valt te denken aan de economische recessie, demografische ontwikkelingen, het veranderende bestedingspatroon van de consument, het wegvallen van winkels en winkelformules, het toenemend gebruik van internet, de ontwikkeling van centra in de regio, lokale verplaatsingen en (lokale) bouwplannen. De dynamiek in de detailhandel en de ontwikkeling in dorps- en stadscentra zijn de afgelopen periode dan ook zeer groot geweest. Een algemene lijn die voor alle centra geldt is dat een centrum compact, compleet en comfortabel moet zijn. Compact qua omvang, met heldere loop- en zichtlijnen, geen storende leegstand en van alle kanten goed zichtbaar en bereikbaar. Compleet voor wat betreft het bij het schaalniveau van de kern passende aanbod (branchering en daghoreca), comfortabel voor wat betreft bereikbaarheid, parkeren, klantvriendelijkheid, prettig verblijfsklimaat, openingstijden en een goede mix van functies.

Naar een compact, compleet en comfortabel Haren

Binnen al deze stormachtige ontwikkelingen streven ondernemers, eigenaren van vastgoed en de gemeente in Haren naar een sterke positie van het eigen centrum; een positie waarin bewoners en bezoekers graag naar het centrum komen en waar voor ondernemers en vastgoedeigenaren een goede boterham te verdienen valt. Daarbij zijn naast de kernpunten compact, compleet en comfortabel ook samenhang, kwaliteit en samenwerking van groot belang.

Een groene omgeving kan positieve economische effecten teweeg brengen. Vooral de toeristische bedrijfstak, waaronder winkels en terrassen zijn gebaat bij een groene omgeving. Dit kan gerealiseerd worden door grootschalig bomen aan te planten, maar kan natuurlijk ook gevonden worden in kleinschalige oplossingen, zoals een plantenbak met veel bloeiende planten of hangende baskets aan lantaarnpalen. Ook gebouwen kunnen gebruikt worden om de omgeving te vergroenen, van geveltuinjes met klimplanten tot aan daktuinen, waarbij het groen naar beneden hangt. De gemeente gaat in 2018 de mogelijkheden onderzoeken en uitvoering geven voor meer beplanting in het centrum waarbij nadrukkelijk wordt gekeken naar vaste beplanting van heggen, struiken en bomen, waarbij ook de aantrekkelijkheid voor insecten en vlinders een rol gaat spelen. Ook wordt de optie een waterpartij aan te brengen in het centrum als onderdeel van de waterberging getoetst op haalbaarheid. Naast een sterke vergroening op het Raadhuisplein worden ook de mogelijkheden onderzocht van vergroening tussen stoep en rijbaan om en nabij het centrum waarbij de verstening wordt verminderd. Ook de rotondes in het centrum zullen een metamorfose ondergaan, deze markeren het begin en het einde van het centrum en fungeren als visitekaart van de gemeente Haren.

Naast de groene aanpak zal blijvend geïnvesteerd moeten worden in culturele activiteiten en sportevenementen met regionale uitstraling om de aantrekkelijkheid van het centrum te vergroten. De huidige activiteiten voorzien in een behoefte en zullen mogelijk worden uitgebreid.

In dit actieplan wordt gepoogd om op basis van alle reeds voorhanden zijnde stukken, geactualiseerd met de laatste informatie, een zo concreet en compleet mogelijk actieplan voor het centrum van Haren te formuleren.

Proces

Het actieplan zoals dat hier voorligt is het resultaat van een intensief voorbereidingstraject. Op basis van bestaande plannen en visies, zoals de geactualiseerde Detailhandelsvisie Haren en het meest recente Koopstromenonderzoek, aangevuld met actuele observaties en data, is een compacte analyse uitgevoerd van de stand van zaken in het centrum van Haren op diverse aspecten. Aanvullend zijn diverse gesprekken gevoerd met centrale spelers uit het centrum. Ook is een drietal avonden belegd in het najaar van 2017 en januari 2018, toegankelijk voor alle betrokkenen bij het centrum, waarin vanuit meningen en feiten toegewerkt is naar relevante en concrete acties en projecten. Dit alles heeft geresulteerd in dit actieplan, waarvan de inhoud op de laatste avond met alle aanwezigen besproken is. De geactualiseerde centrumvisie, waar deze acties uit voortvloeien, is in een separaat document vastgelegd.

Samen aan de slag voor het centrum

De toekomst van een centrum is van diverse spelers afhankelijk, met name ondernemers, vastgoedeigenaren, gemeente en partijen uit de cultuur- en toeristische sector en marketing. Al deze partijen moeten gezamenlijk aan de slag om de opgaven zoals die in Haren aanwezig zijn op te pakken. Alleen gezamenlijk kunnen alle partijen van Haren een sterk, toekomstbestendig centrum maken dat aansluit bij de positie van het dorp en haar omgeving en dat aantrekkelijk is voor eigen bewoners, bezoekers uit de omgeving en toeristen.

Om deze reden is een belangrijke basis voor dit actieplan enerzijds de steun van de overheid - primair de gemeente Haren maar ook de provincie Groningen - en anderzijds de steun van alle andere particuliere en/of commerciële partijen en verenigingen/belangenbehartigers. Het Dorpsfonds en Ondernemend Haren spelen hierin een belangrijke rol. Om deze betrokkenheid te bewerkstelligen en om te garanderen dat uit te werken acties ook echt draagvlak hebben onder diverse partijen, zijn tijdens de laatste workshop werkgroepen gevormd, met daarin afgevaardigden van de diverse partijen. Gezamenlijk hebben wij vastgesteld dat het wijs is om te gaan werken met drie werkgroepen en één stuurgroep. De werkgroepen zijn dan:

1. Werkgroep vastgoedontwikkelingen
2. Werkgroep infrastructuur, parkeren en inrichting openbare ruimte
3. Werkgroep Professionalisering ondernemerschap en marketing

Deze laatste werkgroep is een combinatie van een deel van de taken van het reeds bestaande Dorpsfonds en Ondernemend Haren. De voorlopige opgave voor de werkgroepen is in de bijlage opgenomen. Hierbij moet worden opgemerkt dat het bestuur van Ondernemend Haren nog komt met een nadere invulling van de werkgroepen.

De stuurgroep bestaat uit de verantwoordelijk wethouder Mathilde Stiekema, de voorzitter van Ondernemend Haren, de voorzitter van het Dorpsfonds, Gerben de Boer en Bert Broekhuis.

De werkgroepen zullen fungeren als trekkers van de verschillende benoemde acties in dit plan. De voorstellen, (financiële) consequenties en voortgang van deze werkgroepen zal besproken worden in een stuurgroep, waarin in ieder geval gemeente, Ondernemend Haren en afgevaardigden uit horeca en vastgoed plaats dienen te nemen. Doel van deze opzet is te zorgen dat iedereen zich betrokken en verantwoordelijk voelt voor het slagen van dit actieplan.

Thema's en projecten

Het actieplan voor het centrum van Haren bestaat uit 29 actiepunten en/of projecten die gezamenlijk moeten leiden naar een sterk, aantrekkelijk en toekomstbestendig centrum van Haren. Deze 29 actiepunten zijn onderverdeeld in vijf clusters, die opgepakt worden door drie werkgroepen. Het gaat hierbij om de thema's:

- 1) vastgoed
- 2) infrastructuur, parkeren en inrichting openbare ruimte
- 3) professionalisering ondernemerschap en marketing

Hieronder wordt per thema een korte samenvatting gegeven van de conclusies die getrokken zijn uit de analyse, de gesprekken en de workshops en die de basis vormen van de gedefinieerde acties:

1) Vastgoed

Haren heeft een gezellig centrum met diverse voorzieningen, op het gebied van winkels, cultuur en horeca. Het winkelen speelt zich vooral af aan en rondom de Rijksstraatweg. De Brinken en de Brinkhorst zijn aanpalende winkelgebieden. Ook de warenmarkt draagt bij aan een sterk centrum.

Het Raadhuisplein/ Haderaplein is een groot plein, waar de verschillende straten op uitkomen of -kijken. Desondanks zijn de zicht- en looplijnen niet overal voldoende aantrekkelijk en duidelijk. Ook ontbreekt het aan een logische routing in het centrum. Verbetering van de aantrekkingskracht en de uitstraling van het Raadhuisplein heeft absolute prioriteit. Er is sprake van leegstand in het winkelgebied en op cruciale plekken (zoals hoekpanden) zijn bankgebouwen gevestigd. De entrees van het winkelgebied zijn op de meeste plekken niet uitnodigend. Tot slot heeft Haren relatief weinig aantrekkelijke horeca ter ondersteuning van de detailhandel.

2) Infrastructuur, parkeren en inrichting openbare ruimte

Haren heeft een goed ontsloten centrum, waarin de consument de mogelijkheid heeft om nagenoeg het gehele centrum te bereiken met de auto. Aan parkeermogelijkheden is geen gebrek, maar de kwaliteit daarvan laat wel te wensen over. Bovendien is in veel gevallen sprake van vooraf betalen, hetgeen tot veel irritatie leidt, en bovendien het verblijf van de bezoeker niet verlengt. Geconstateerd wordt dat de verschillende parkeerplaatsen niet altijd goed vindbaar zijn; de verwijzingen vragen om verbetering. Het laden & lossen aan de Rijksstraatweg zorgt regelmatig voor opstoppingen, terwijl voor bezoekers onduidelijkheid bestaat omtrent de voor het laden & lossen gereserveerde plaatsen.

Haren heeft een knus en dorps karakter en enkele zeer sfeervolle locaties, met name rond de kerk. Hier is de kernwaarde van 'groen' prima terug te vinden. In andere delen van het centrum is dit veel minder het geval, met name rondom het Raadhuisplein. Het plein vraagt om een sterkere invulling om de belevingswaarde te verhogen. De ruimte rond de kerk zou beter benut kunnen worden, waarbij de aangrenzende Kerkstraat mogelijk meer ingezet kan worden voor terrasmogelijkheden. De komende jaren zal het project Haderaplein verder ontwikkeld en gerealiseerd gaan worden. Dit biedt de mogelijkheid om op het Raadhuisplein hierop aan te sluiten.

3) Professionalisering ondernemerschap, commerciële uitstraling en marketing

Op een aantal plekken in het centrum kan de uitstraling van panden verbeterd worden: diverse puien, etalages en gevels zijn enigszins gedateerd of niet voldoende onderhouden. Ook de inrichting van etalages kan daarbij nog verbeterd worden; hetzelfde geldt voor de kwaliteit van uitstallingen.

Een punt waar in iedere stad verbetering mogelijk is, is het ondernemerschap, de gastvrijheid en kennis op de werkvloer. Denk hierbij aan onderscheidend vermogen, klantgerichte benadering, meertaligheid, kennis over het centrum en de historie van Haren, etc. Het hoge kwaliteitsniveau van Haren – zoals dat in het beeld van de consument nog immer aanwezig is - moet ook waargemaakt worden, om de klant uiteindelijk niet te verliezen.

Haren beschikt over een sterke toeristische potentie: het ligt op de Hondsrug, die eindigt in de stad Groningen. Rondom Haren is veel groen, en bovendien liggen enkele meren op korte afstand. Desondanks kan geconstateerd worden dat het centrum (nog) niet ten volle profiteert van de toeristische aantrekkingskracht van Haren en de omgeving.

Haren staat algemeen bekend als het Blaricum of Laren van het noorden. Maar op diverse fronten komt dit op dit moment nog onvoldoende naar voren. Het juiste en actuele gebruik van social media kan hierin behulpzaam zijn. Met gerichte marketing is hier de nodige winst te behalen. De aanwezigheid van een groot P&R-terrein aan de rand van Haren kan ook benut gaan worden.

Thema 1: Vastgoed



1. Actieve aanpak van leegstaande panden

Wat

Een beperkte vorm van leegstand hoort bij een winkelgebied en geeft ruimte om nieuwe ontwikkelingen mogelijk te maken. Een te groot percentage leegstaande winkels doet afbreuk aan de uitstraling van een winkelstraat, zeker als de panden langere tijd leegstaan en/of op een belangrijke locatie liggen, zoals een hoek, een entree of aan het einde van een zichtlijn.

Waarom

- Niet altijd is de eigenaar in de positie om een optimale invulling van het pand te realiseren. Door leegstand in gezamenlijkheid actief aan te pakken wordt het winkelgebied functioneel en structureel verbeterd.
- Het voorkomen van leegstand zorgt voor een betere uitstraling en meer levendigheid van een winkelgebied voor de consument.
- Door leegstand met vereende krachten aan te pakken en naar creatieve oplossingen te zoeken worden de mogelijkheden van het winkelgebied en van het specifieke pand optimaal benut en ontstaat een beter aanbod in het winkelgebied.

Hoe

De werkgroep Vastgoed stelt een (dynamische) actuele databank op van leegstaande panden en komt aan de hand van een invullingsmatrix met suggesties voor deze panden. Dit kunnen tijdelijke oplossingen of structurele invullingen zijn. De werkgroep gaat daarna in overleg met betreffende vastgoedeigenaar inzake de kansen van het pand, bijbehorende huurprijzen, verwachtingen en belemmeringen, het tot nu toe doorlopen proces en mogelijke kandidaten. Indien gewenst kan expertise (acquisitie, vastgoedwaardering) worden ingezet.

Wanneer

Vanaf 2018

Wie

- Werkgroep stelt databank op en bepaalt belangrijkste strategische panden, benadert eigenaren en zet zich in voor optimale invulling.
- Eigenaar heeft de primaire verantwoordelijkheid, belang en zeggenschap over uiteindelijke invulling.

Budget

Werkbudget voor het tijdelijk invullen van leegstaande panden € 10.000,-; taakstelling: in totaal 3 panden minder leegstand per jaar vanaf 2019.

2. Vastgoedontwikkeling Haderaplein

Wat

Eind 2017/begin 2018 is de ontwikkeling aan het Haderaplein gegund aan een ontwikkelaar. Hier zal naast parkeergelegenheid en woningen ook winkelruimte worden gerealiseerd. Eén van de winkels betreft de verplaatsing van een supermarkt: de Aldi. De ligging is aan de oostelijke kant van het Raadhuisplein, waar vooral op het gebied van beleving verbeteringen gewenst zijn. Door tijdig op deze nieuwe ontwikkeling in te springen, vooral wat betreft aankleding, invulling en uitstraling, is het mogelijk om dit te benutten voor de versterking van het hele plein en eveneens voor de versterking van zicht – en looplijnen.

Waarom

Voor het Haderaplein bestaan al jaren plannen; op dit moment is het nagenoeg zeker dat hier daadwerkelijk een project gerealiseerd gaat worden. Het ligt op een cruciale plek voor de aantrekkingskracht van het centrumgebied van Haren.

Hoe

De ontwikkelaar zal samen met de gemeente op korte termijn de exacte invulling van de plannen bekend gaan maken. Het is van belang om dan direct in contact te treden om zowel inzage in de planinvulling te krijgen als ook om mee te spreken over de gewenste uitstraling. Vervolgens kan bij de verdere invulling van de winkelruimte en aankleding van het Raadhuisplein hierop worden voortgeborduurd.

Wanneer

Zodra de plannen naar buiten gebracht worden; voorjaar 2018.

Wie

- Gemeente en ontwikkelaar maken plannen en tijdsplanning duidelijk.
- Ontwikkelaar start ontwikkeling Haderaplein
- Werkgroep Vastgoed verkent met ontwikkelaar ontwikkelmogelijkheden, mede in relatie tot Raadhuisplein.

Budget

Op dit moment is geen budgetvraag van toepassing. Eerst dienen ontwikkelingsmogelijkheden van het project verkend te worden. Op basis van de keuze(s) dient desgewenst budget beschikbaar te komen.

3. Visie op bankpanden in centrum

Wat

De panden van banken in Haren zijn over het algemeen groot in omvang. Tegenwoordig hebben banken vaak niet meer zo'n grote ruimte nodig, omdat de wijze van dienstverlening aan verandering onderhevig is. Niet elke bankorganisatie gaat hier op dezelfde manier mee om. Sommige zijn duidelijk bezig om hun concept te veranderen, en daarbij ook de buitenkant. Het is van belang om scherp te krijgen wat de banken in Haren gaan doen in de nabije toekomst.

Waarom

- Enkele bankpanden (met name de ING en ABN Amro) zitten op cruciale hoeklocaties in Haren
- Ze hebben wel een publieksfunctie, maar zijn nog erg intern georiënteerd.
- Ze dragen bij aan een onderbreking van winkelgevels, waardoor de winkelstraat minder interessant wordt voor bezoekers.

Hoe

Door middel van verkennende gesprekken wordt duidelijk welke plannen voor de panden in de nabije toekomst aanwezig zijn. Mogelijk kunnen ze meer deel gaan uitmaken van een aantrekkelijk winkelgebied.

Wanneer

Verkennende gesprekken kunnen direct opgestart worden. Afhankelijk van de uitkomsten kunnen daarna andere actiepunten ingevuld worden.

Wie

De werkgroep Vastgoed gaat een eerste gesprek aan.

Budget

Op dit moment is nog geen budgetvraag van toepassing.

4. Loop- en zichtlijnen versterken

Wat

De bezoeker van een winkelgebied zoekt liever niet naar de juiste en meest aantrekkelijke route, maar wil graag geleid en verleid worden. Panden, verlichting, bordjes ed. zijn hierbij behulpzaam. Onlangs zijn om die reden o.a. meer plantenbakken in de Brinkhorst geplaatst en zijn bordjes met “rondje Haren” in het straatbeeld verschenen.

Waarom

- Een bezoeker wordt op een eenvoudige wijze de weg gewezen.
- De bezoeker wordt verleid om een bepaalde route langs zoveel mogelijk winkels te lopen, waarbij de route aantrekkelijk is en waarbij leegstaande panden zo min mogelijk opvallen.
- De bezoeker vindt het dan aangenamer winkelen in Haren, blijft langer en besteedt meer.

Hoe

De werkgroep zal in eerste instantie, aan de hand van een schouw, verschillende routes in het centrum gaan lopen, als bezoeker van het centrum. De opvallende zaken worden genoteerd. Een discussie over de wenselijke route en zichtlocaties zal leiden tot voorstellen voor aanpassing. Het gaat om zowel de routes als de gewenste middelen.

Wanneer

Het is goed om eerst de ervaring met de juist geplaatste plantenbakken af te wachten voordat nieuwe initiatieven worden opgestart. Voorkeur start derhalve tweede/ derde kwartaal van 2018.

Wie

- De werkgroep Vastgoed maakt enkele rondes.
- De werkgroep gaat gesprekken aan met eigenaren van panden op zichtlocaties.
- De werkgroep doet voorstellen over gewenste aanpassingen en middelen.
- Overleg met gemeente over financiële mogelijkheden en uitvoering.

Budget

Indicatief werkbudget voor gewenste aanpassingen vanaf 2018 per jaar € 40.000,--

5. Opstellen van een bidbook voor potentieel geïnteresseerde partijen

Wat

Een divers en onderscheidend aanbod aan winkels is belangrijk voor zowel de inwoner van Haren als de bezoeker en de toerist. Door in beeld te hebben welke winkels en formules kunnen bijdragen aan dit aanbod, kunnen formules gericht benaderd worden en bestaat er een beeld over welke formules eventueel de huidige leegstand in kunnen vullen. Om formules te benaderen wordt een bidbook opgesteld met de relevante gegevens over Haren, kwaliteiten en mogelijkheden, en potentiële panden. Makelaars en andere acquisiteurs kunnen dit bidbook gebruiken wanneer zij in gesprek zijn met potentieel geïnteresseerde partijen.

Waarom

- Haren kan actief werken aan een onderscheidend en gebalanceerd winkelaanbod.
- Een bidbook geeft in een overzichtelijk format weer wat de kwaliteiten en mogelijkheden van het centrum van Haren zijn als vestigingslocatie.

Hoe

Opstellen van een brancheringplan door de werkgroep met gemeente, makelaars, ondernemers en eigenaren. Het brancheringplan wordt opgesteld door bestaand aanbod in kaart te brengen, te bepalen welke formules gemist worden en welke in andere centra succesvol bijdragen aan het winkelgebied. In het bidbook komen o.a. demografische gegevens en andere kengetallen, situering, ontwikkelingen en visie, zittende ondernemers en relevante informatie over beschikbare panden te staan.

Wanneer

2018, 2-jaarlijks actualiseren

Uitvoering: 2018-2021

Wie

- Werkgroep gaat aan de slag met inhoud en bepaalt de vervolgstappen.

Budget

Opstellen en realiseren bidbook: € 10.000,--

6. Compacter maken van het centrum (inzet planologisch instrumentarium)

Wat

Haren streeft naar een compact levendig centrum en wil stimuleren dat winkels zich daar vestigen, primair in het kernwinkelgebied, tussen de twee rotondes. Het uitgangspunt daarbij is het bestaande detailhandelsbeleid van Haren. Diverse winkels en leegstaande winkelpanden zijn op dit moment nog buiten dit kerngebied gevestigd. Het is raadzaam om te onderzoeken welk instrumentarium planologisch ingezet kan worden om te zorgen dat het winkelgebied zo compact mogelijk wordt. Dan kan ook worden voorkomen dat nieuwe ondernemers zich opnieuw buiten het kernwinkelgebied vestigen.

Waarom

- Versnippering van aanbod is niet aantrekkelijk voor bezoekers.
- Bij verspreiding over een groter gebied is de kans op leegstand in het kernwinkelgebied groter.

Hoe

In overleg met de ondernemers dient in eerste instantie de begrenzing van het winkelgebied duidelijk (her)bepaald of bevestigd te worden. Vervolgens dient het bestemmingsplan bekeken en beoordeeld te worden op de huidige mogelijkheden in het kernwinkelgebied en met name het gebied er juist buiten. Op grond hiervan kan een plan in werking worden gezet naar de toekomstige bestemmingen van de gebieden.

Wanneer

Opstarten inventarisatie van de bestemmingen en inzet potentieel instrumentarium: 2e helft 2018

Uitvoering: 2019-2021

Wie

- De gemeente stelt samen met Ondernemend Haren de uitgangspunten van huidig en toekomstig bestemmingsplan/ omgevingsplan op.
- OH communiceert over de uitkomsten naar de ondernemers.
- Aansluitend kan bekeken worden hoe groot de problematiek is, of verplaatsing in werking gezet moet worden, of aparte verordeningen gewenst zijn.

Budget

Vooralsnog geen budget noodzakelijk.

Thema 2: Infrastructuur, parkeren en openbare ruimte



7. Bebording, routing en verwijzingen verbeteren

Wat

Haren heeft een fors aantal parkeermogelijkheden, maar die liggen niet allemaal direct in het zicht en zijn zeker niet bij alle bezoekers bekend. Het verbeteren van het parkeerverwijssysteem rond het centrum van Haren is belangrijk om de verschillende parkeerplaatsen optimaal te kunnen benutten, en om 'zoekverkeer' te verminderen.

Waarom

Voor een bezoeker is het vervelend als hij geen parkeerplaats kan vinden op de plek waar hij zoekt en ook niet weet of en zo ja waar hij een parkeerplaats kan vinden. Het huidige parkeerverwijssysteem is niet overal rondom en in het centrum voldoende op niveau. Ook is het lastig om van de ene plek naar de andere plek te komen, waarbij de huidige grootte van de bordjes niet echt helpt.

Hoe

- De werkgroep bepaalt via een schouw waar het parkeerverwijssysteem onvoldoende functioneert en wat het specifieke probleem is (bijvoorbeeld ontbreken bord, borden niet goed zichtbaar, waar geldt vooraf/achteraf betalen, doorverwijzing ontbreekt of niet duidelijk).
- Op basis van deze conclusies wordt een verbeterplan uitgewerkt en door de gemeente uitgevoerd.

Wanneer

2018-2019

Wie

- Werkgroep bepaalt welke specifieke problemen er zijn op diverse locaties door middel van een schouw.
- Gemeente stelt een verbeterplan op, reserveert hier budget voor en voert dit uit.

Budget

Afhankelijk van de keuze van bebording. Indicatief budget € 10.000,--.

8. Parkeerregulering aanpassen om op termijn te komen tot zoveel mogelijk gratis parkeren

Wat

Op dit moment is op de meeste plaatsen in Haren sprake van vooraf betaald parkeren. Alleen in de parkeergarage kan achteraf betaald worden. Achteraf betalen is een kwaliteit die voor de bezoeker rust geeft. Vooraf betalen geeft weinig rust en spontaan langer blijven wordt niet aangemoedigd, terwijl dit voor de ondernemers van groot belang is. In veel kernen in de provincie is de afgelopen jaren het betaald parkeren afgeschaft. In Haren speelt tevens dat doorverwijzing, vanwege de hoeveelheid relatief kleine parkeerclusters, noodzakelijk is en zonder meer goed dient te zijn.

Waarom

Het parkeren roept momenteel irritatie op bij bezoekers en ondernemers. Bezoekers riskeren boetes, omdat men vooraf had ingeschat sneller te winkelen. De consument voelt zich gehaast om op tijd terug te zijn. Voor ondernemers is het lastig omdat de verblijfsduur lastig te verlengen is.

Hoe

- De werkgroep werkt enkele alternatieve plannen voor een integraal parkeersysteem uit, met als doel te komen tot zoveel mogelijk gratis parkeren.
- Op basis van de analyses wordt een voorkeursvariant benoemd, en deze wordt voorgedragen aan de gemeente.
- De gemeenteraad zal een beslissing nemen over het voorstel, waarna het zo mogelijk uitgevoerd gaat worden.

Wanneer

Start 2018, uitvoering 2019

Wie

- Werkgroep met gemeente.
- Uiteindelijk ligt de verantwoordelijkheid voor de definitieve keuze bij gemeente, waarna ook de gemeente tot uitvoering zal moeten overgaan.

Budget

Ontwikkel vormen van parkeren die tegemoetkomen aan de wens om op termijn gratis te parkeren in te voeren met een startbudget van € 75.000 op jaarbasis vanaf 2019.

9. Parkeren kwalitatief sterk verbeteren

Wat

Veel parkeerplaatsen voldoen qua afmetingen niet meer aan de normen die op dit moment gelden. Veelal zijn de parkeerplaatsen te krap voor de auto's van tegenwoordig. Daarnaast zijn de routing en het overzicht op parkeerplaatsen nogal eens zeer matig, hetgeen snel leidt tot irritaties. In de parkeergarage blijft de kwaliteit van het lichtniveau, de "signing" en de schoonheid achter. Dit nodigt niet uit tot het (betaald) parkeren van de auto in de garage. Kwalitatief is er nogal het nodige te verbeteren. Naast het parkeren van de auto is het (lukraak) parkeren van de fiets in het openbaar gebied voor consumenten nogal eens aanleiding tot irritatie. Ook hiernaar zal nog eens goed gekeken moeten worden, met aandacht voor de stalling en het opladen van elektrische fietsen.

Waarom

Wanneer de kwaliteit van de parkeergelegenheid te wensen overlaat, betekent dit dat de randvoorwaarden voor een bezoeker niet goed zijn ingevuld; dit nodigt niet uit tot een bezoek. Het is daardoor een zogenaamde 'dissatisfier' geworden. Bovendien past het niet bij de kernwaarde 'kwaliteit' van Haren.

Hoe

- De werkgroep onderzoekt waar de knelpunten zitten, en komt met voorstellen ter verbetering.
- De verbeteringen zullen formeel aan de hand van gewenste prioriteit en kosten worden voorgesteld aan de gemeente en de eigenaar.
- Gemeente beslist over de voorstellen, en voert uit.

Wanneer

2018

Wie

- Werkgroep
- Gemeente uitvoerend

Budget

Afhankelijk van de gewenste voorstellen. Gerelateerd aan project 8.

10. Laden & Lossen verbeteren

Wat

Het laden en lossen van veel winkels geschiedt voornamelijk aan de voorzijde. Hiervoor zijn op enkele plekken in het centrum aparte laad- en losstroken ingericht. Deze locaties worden regelmatig bezet door auto's, waardoor de vrachtauto's noodgedwongen op de weg moeten blijven staan. Hierdoor ontstaan in drukke tijden opstoppingen.

Waarom

De doorstroming wordt regelmatig belemmerd, waardoor bezoekers geïrriteerd raken. Bovendien kunnen de vrachtauto's niet op de voor hen bestemde plek terecht. Het laden en lossen gaat de hele dag door, niet alleen op rustige momenten van de dag.

Hoe

- De werkgroep onderzoekt welke alternatieven aanwezig zijn voor het laden en lossen, waarbij venstertijden één van de mogelijkheden is, maar ook het meer aan de achterzijde laden en lossen. Ook de aanduiding van de laad- en losstroken, in combinatie met het parkeren van de auto op deze plekken, komt aan bod. Eerst zal een inventarisatie van de omvang van het probleem, de tijdstippen, de locaties ed. moeten plaatsvinden.
- Voorstellen ter verbetering worden verder uitgewerkt en onderbouwd, waarna richting de verantwoordelijke partijen (gemeente, ondernemers richting leveranciers) acties ondernomen kunnen worden.

Wanneer

Najaar 2018: inventarisatie en alternatieven uitwerken

Aanpak uitvoeren: 2019/2020

Wie

- Werkgroep.
- Ondernemers in overleg met leveranciers
- Aanpassingen door gemeente.

Budget

Grotendeels vraagt het tijd van de werkgroep en ondernemers. Fysieke aanpassingen in de straat zijn voor rekening gemeente; zoveel mogelijk in lopende begrotingen.

11. Doorstroming verkeer centrum (pakketdiensten)

Wat

Naast de normale levering aan ondernemers is de afgelopen jaren het aantal pakketdiensten met kleine vrachtauto's enorm toegenomen. Deze zorgen op diverse plekken in Haren, maar ook met name aan de Rijksstraatweg voor vrijwel dezelfde problematiek als genoemd onder punt 10.

Waarom

Evenals bij punt 10 ontstaat ook hier irritatie door opstoppingen, onduidelijkheid over de aparte stroken en het tijdstip van beleving.

Hoe

- Op dezelfde wijze als bij punt 10
- Dit punt kan door de werkgroep gelijktijdig meegenomen worden, maar dient wel apart geformuleerd te worden. De oplossing is wellicht niet gelijk.

Wanneer

Grotendeels in 2019

Wie

- Werkgroep
- Ondernemers (in overleg met pakketdiensten).
- Gemeente, voor zover aanpassingen in de openbare ruimte gewenst zijn.

Budget

Vooralsnog geen budget gewenst.

12. Raadhuisplein beter aankleden, beleving versterken

Wat

Het Raadhuisplein ligt centraal in het centrumgebied van Haren, maar nodigt onvoldoende uit tot verblijven. Om het de klant naar de zin te maken is het gewenst om de inrichting aan te passen, waarbij bijvoorbeeld ook aan kinderen wordt gedacht. Een speelelement (eventueel in de vorm van water) kan hier goed werken. Een kernwaarde van Haren is 'groen'. Ook dit aspect komt onvoldoende terug op het plein.

Waarom

Het Raadhuisplein heeft de afgelopen jaren qua invulling en aankleding al enkele verbeteringen ondergaan. Toch straalt het plein nog altijd niet voldoende warmte en gezelligheid uit. Niettemin liggen er kansen om midden in het winkelgebied een gezellig plein te creëren. De bezoeker zal hierdoor langer en aangenamer in het centrumgebied verblijven en dus meer gaan uitgeven. De mening over het plein wordt breed gedeeld in Haren, ook in het gemeentehuis. Bij ieder onderzoek, ook bij de centrumvisie 2014, wordt het plein gezien als een van de zwakke punten van Haren. Steeds is in de afgelopen jaren richting de ondernemers aangegeven dat de herinrichting van het plein na invulling van de oostwand plaats zou vinden. Nu de invulling daarvan concreet wordt, vragen de ondernemers met klem om op zo kort mogelijke termijn een aanvang te maken met planvorming en realisatie van de herinrichting van het plein, als belangrijk hart van het dorp Haren en het winkelcentrum Haren. De planvorming kan starten na het definitief worden van de besluitvorming rond de invulling van het Harderaplein. Hierbij zal ook vanuit de gemeente een integrale visie moeten worden opgesteld, zowel vanuit perspectief van economische zaken, ruimtelijke ordening en de invloed van het project van het Harderaplein op de mogelijke invulling van het Raadhuisplein.

Hoe

- De gemeente ontwikkelt een integrale visie op de ontwikkelingsmogelijkheden van het Raadhuisplein, rekening houdend met de uitkomsten van de werkgroep.
- De werkgroep organiseert een brainstormsessie om mogelijkheden voor invulling/versterking van de beleving te opperen. Uitgangspunt is dat het plein uitnodigender, groener en kwalitatief sterker moet worden, dicht bij de kernwaarden van Haren en binnen de visiekaders van de gemeente.
- Er wordt samengewerkt met werkgroep 4 ten aanzien van de versterking van de zicht en looplijnen in het dorp.
- Op basis van de sessie worden keuzes gemaakt om verder uit te werken.
- Voorstellen worden aan de gemeente voorgelegd, om vervolgens met bv. een landschapsarchitect verdere invulling uit te werken.
- Zo mogelijk wordt, rekening houdend met de bouwactiviteiten, een aanvang gemaakt met de realisatie.

Wanneer

Brainstormsessie, uitwerking ideeën en invulling met architect en start realisatie: 2018

Verdere en uitvoering: 2019

Wie

- Werkgroep met gemeente: integrale visie opstellen en ideeën uitwerken.
- Werkgroep geeft voorkeuren aan en overlegt met gemeente
- Externe partij aantrekken voor uitwerking: werkgroep in overleg met gemeente
- Gemeente: uitvoering

Budget

Afhankelijk van de uitkomsten: kosten van de inhuur van een architect en (gedeeltelijke)herinrichting van het plein. De kosten zullen als ze zijn geraamd ter besluitvorming worden voorgelegd

Randvoorwaarde

Het proces kan starten zodra de invulling van de oostwand definitief is en kan voor zover mogelijk parallel lopen aan de bouw. Bij de planvorming dient rekening te worden gehouden met de bouw van de oostwand, zoals de ruimte die dit op het plein in beslag neemt en aanrijroutes. Dit geldt ook voor het gebruik van het plein door andere gebruikers zoals bijvoorbeeld de markt en evenementen en alle ruimtelijke randvoorwaarden zoals bestemmingsplannen die voor dit gebied gelden, Deze belangen dienen bij de start van het traject zorgvuldig in kaart gebracht te worden en moeten leidend zijn voor de uitwerking en realisatie.

13. Meer groen toepassen in centrum en bij entrees

Wat

Op enkele plaatsen in het centrum is sprake van stille gevels, kale wanden of anderszins saaie stukken van een straat. Dit bijvoorbeeld omdat er sprake is van een groot stenig gebouw zonder publieksfunctie, of omdat de eigenaar er geen belang bij heeft om een aantrekkelijk aanzicht te realiseren. Door deze plekken beter in kaart te brengen en verrassende, creatieve oplossingen te verzinnen (zoals verticaal groen, kunst, een historisch verhaal, etc.), zal de uitstraling van het centrum van Haren verbeteren.

Waarom

Stille gevels en andere saaie plekken geven een consument geen stimulans om verder te lopen in het winkelgebied: in plaats van nieuwsgierig te worden wordt hij/zij geprikkeld om om te draaien. Indien een stille gevel een verrassend element bevat, kan die gevel een straat juist extra aantrekkelijk maken. Eén van de kernwaardes van Haren is groen! Dit zal meer dan nu het geval is terug dienen te komen in het straatbeeld van Haren.

Hoe

- Nader in kaart brengen welke gevels, straatsdelen (entrees) of andere saaie plekken het winkelgebied onderbreken.
- Per situatie in gesprek gaan met eigenaren over bereidheid en haalbaarheid iets aan de situatie te doen.
- In kaart brengen van mogelijkheden op deze locatie.
- Uitvoeren.

Wanneer

2019-2021

Wie

- Werkgroep bepaalt de meest in het oog springende saaie locaties.
- Werkgroep gaat in gesprek met eigenaren en gemeente.

Budget

Koppelen aan project 4 en vanaf 2019 € 20.000,-- op jaarbasis

14. Sterkere poortfuncties ontwikkelen

Wat

Consumenten betreden het winkelgebied bij de entrees, met name de rotondes en vanaf een aantal parkeerplaatsen. Deze entrees geven de eerste indruk weer van het winkelgebied: een consument moet vanaf dat moment het gevoel hebben dat hij welkom is in een groen en kwalitatief uitstekend winkelgebied.

Waarom

Entrees vormen voor de consument de eerste beleving van een winkelgebied: is deze beleving goed dan zal hij het winkelgebied positief waarderen. In diverse gevallen zijn deze entrees nog niet op niveau. Binnen een 'Plan van Aanpak entrees centrum' kan per locatie bepaald worden wat de meest urgente zaken zijn om aan te pakken.

Hoe

- De werkgroep organiseert een schouw bij de verschillende entrees om te bepalen of een entree aantrekkelijk is en waarom wel/niet. Daarbij valt bijvoorbeeld te denken aan: bestrating, zichtlijnen, leegstand of niet-publieksvriendelijke formules aan het begin van een straat of parkeerplaats.
- Op basis van de geïdentificeerde problematiek kan een oplossing per situatie bepaald worden. Deze oplossing zal in sommige gevallen binnen de verantwoordelijkheid van een gemeente liggen (bijv. bestrating) en in andere gevallen binnen de verantwoordelijkheid van een ondernemer of eigenaar. In deze laatste gevallen kan bijvoorbeeld worden teruggegrepen op andere ondersteunende projecten binnen dit actieplan.

Wanneer

Schouw: Najaar 2018

Oplossen kleinere aandachtspunten: Voorjaar 2019

Aanpak grotere ruimtelijke ingrepen 2019 - 2020

Wie

- Werkgroep met gemeente, ondernemers en eigenaren formuleert gezamenlijk de belangrijkste aandachtspunten per entree.
- Afhankelijk van het geïdentificeerde probleem ligt de primaire verantwoordelijkheid vervolgens bij gemeente, ondernemer of eigenaar.

Budget

Ten behoeve van kleinschalige ingrepen vanaf 2019 € 5.000,-

15. Ruimte rond kerk beter benutten; westelijk deel Kerkstraat meer terrassen

Wat

De sfeer van het gebied rondom de kerk is een gewenste sfeer en uitstraling, zeker voor zover het het groen betreft. Maar rondom de kerk wordt hiervan nog niet optimaal gebruik gemaakt. Alleen bij evenementen gebeurt dit veel beter. Qua looplijnen en aankleding kan hier gedurende het hele jaar nog meer uitgehaald worden. Ook de mogelijkheid van meer terrassen bij de kerk (bijvoorbeeld in de Kerkstraat) kan hierbij onderzocht worden.

Waarom

Het gebied rondom de kerk is naast het Raadhuisplein een centrale locatie in Haren. In dit gedeelte vinden ook de nodige evenementen plaats; deels omdat de sfeer al redelijk voor elkaar is, maar ook omdat er ruimte is. De rest van het jaar kunnen de voordelen van dit gebied nog verder versterkt worden.

Hoe

De werkgroep onderzoekt wat momenteel goed en minder goed is aan de invulling van het gebied rondom de kerk. Hierna kan een lijst van verbeterpunten worden opgesteld. Bij een gewenste aanpassing voor terrassen zal uitgebreid overleg met de gemeente nodig zijn.

Wanneer

Vanaf 1^e helft 2019

Wie

- De werkgroep onderzoekt de mogelijkheden qua invulling en aankleding, inclusief de mogelijkheden voor extra terrassen.
- Overleg van de werkgroep met eigenaren en gemeente
- Uitvoering
- Aanpassing van terrassenbeleid zal bij gemeente liggen

Budget

Uitvoering plan voor beperkte aanpassingen in de openbare ruimte, € 10.000,--

Aanpassing van het terrassenbeleid: PM

16. Onderhoud openbare ruimte en groen

Wat

Bij een aantrekkelijk winkelgebied hoort niet alleen een hoogwaardige inrichting, maar ook voortdurend en intensief onderhoud. De werkgroep gaat in de verschillende straten rond in een schouw om te bepalen waar momenteel het onderhoud van bestrating, groen en straatmeubilair onvoldoende is. Op basis van deze schouw kunnen onderhoudsplannen worden gemaakt.

Waarom

- Onvoldoende onderhoud van bestrating, groen en straatmeubilair kan bij consumenten en ondernemers in de winkelstraat leiden tot kleine ergernissen en tot een algeheel verminderde uitstraling van het winkelgebied.
- De gemeente is niet altijd in voldoende mate op de hoogte van de gedetailleerde situatie in een specifieke straat; de ondernemers die daar dagelijks in hun winkel te vinden zijn wel. Een gezamenlijke schouw kan daarom uitkomst bieden.

Hoe

- Werkgroep neemt initiatief tot een schouw en nodigt ondernemers en bewoners uit om deel te nemen.
- Op basis van de conclusies uit de schouw komt de werkgroep tot verbeterpunten.

Wanneer

Voorjaar 2019 en daarna periodiek (bijv. 2-jaarlijks). Met eenvoudig onderhoud direct starten.

Wie

De werkgroep nodigt ondernemers uit voor de schouw, stelt verbeterpunten op en voert deze uit.

Budget

Binnen regulier budget beheer openbare ruimte. Ook zal worden gekeken naar de mogelijkheden van ondernemers bij het beheer van de openbare ruimte. Waar het onderhoud voor rekening van de ondernemers is, dienen zij dit ook uit te voeren (hun eigen straatje schoonvegen).

17. Gebruik “shared space”

Wat

Een aantal delen in de Rijksstraatweg van Haren, met name bij de kerk en het Raadhuisplein, zijn ingericht als “shared space”. Dit betekent dat elke verkeersdeelnemer (voetganger, fiets, auto, vrachtwagen, bus) rekening houdt met de ander, zijn snelheid aanpast, en elkaar voorrang verleent. Het aantal (bijna-)aanrijdingen zou hierdoor verminderen. Niettemin lijken deze ruimtes ook tot veel verwarring en onduidelijkheid te leiden.

Waarom

- Onduidelijkheid geeft vaak aanleiding tot onzekerheid en een algemeen gevoel van onbehagen.
- De klant/bezoeker wil men een prettig en veilig verblijf bieden in het centrum.

Hoe

- Werkgroep gaat onderzoeken welke resultaten shared space in Haren heeft opgeleverd.
- Op basis van de conclusies kan bekeken worden of aanpassingen (wellicht in de aanduiding) nodig zijn.

Wanneer

2019

Wie

De werkgroep neemt initiatief.

Budget

Vooralsnog onduidelijk en afhankelijk van bevindingen.

Thema 3: Professionalisering ondernemerschap en Marketing



Ervaar
Haren



18. Overzicht opstellen van vrijkomende panden

Wat

Op dit moment staan al enige panden in het centrum van Haren leeg. Maar daarnaast zijn diverse ondernemers voornemens om op korte of middellange termijn te stoppen met hun winkel. Hierdoor kunnen vervelende onderbrekingen in het winkelfront ontstaan, wat niet aantrekkelijk is voor de bezoeker.

Waarom

Wanneer er inzage is in wanneer panden wellicht beschikbaar komen kan tijdig gezorgd worden voor een nieuwe invulling. Het hangt dan niet alleen van de pandeigenaar af. Ook in het kader van het compacter maken van het centrumgebied kan hierdoor zo mogelijk sneller geschakeld worden, onder andere door ook verplaatsingen als optie mee te nemen.

Hoe

Aanvullend op project 1 (actieve aanpak huidige leegstaande panden) kan ook hier een database worden opgesteld door de werkgroep. Zo nodig kan dit door een vaste vertrouwenspersoon gebeuren.

Wanneer

2018

Wie

- Werkgroep benoemt uit haar midden 1 of 2 personen die zich hiermee bezighouden

Budget

Geen budgetvraag

19. Samenwerkingsmodules uitwerken

Wat

Consumenten bezoeken doorgaans niet elke winkel in Haren en zijn daardoor niet op de hoogte van het totale aanbod dat het centrum van Haren te bieden heeft. Een methode om de consument te verleiden ook eens een andere winkel te bezoeken is door het bieden van combinatieaanbiedingen en het gebruik maken van elkaars etalage. Ook buiten de retail kunnen combinaties gezocht worden, zoals met horeca en cultuur.

Waarom

Combinatiebezoek geeft een hogere binding en toevloeiing voor het totale centrum en daarmee hogere omzetten. De gemiddelde verblijfstijd zal gaan toenemen.

Hoe

- Met een beperkt aantal ondernemers die geen concurrerend aanbod hebben (in eerste instantie) een werksessie organiseren waarbij nagedacht wordt over mogelijkheden van combinatie
- In een volgende fase kan ook naar horeca en cultuur gekeken worden.
- Mogelijke combinaties zijn bijvoorbeeld een modewinkel met een schoenenzaak of een juwelier.

Wanneer

Najaar 2018

Wie

- De werkgroep benadert de ondernemers;
- Ondernemend Haren neemt initiatief voor overleg; maakt selectie van ondernemers.
- Gemeente faciliteert.

Budget

Vooralsnog geen aanvullend budget nodig.

20. Verbeteren presentatie en profilering ondernemingen

Wat

Het maken van een goede analyse van de presentatie en profilering van de individuele winkels, horeca en dienstverlenende bedrijven in het centrum. Tevens zal daarbij gekeken worden naar het gebruik van internet en social media. In deze scans worden bruikbare verbeteringsadviezen gegeven. In de retail is iedere winkel als uitgangspunt 'eigen baas'. Toch wordt steeds meer duidelijk dat iedere winkel ook onderdeel is van het totale winkelcentrum Haren. Winkels kunnen elkaar versterken, maar ook naar beneden halen. Dit geldt zeker voor het onderdeel van presentatie en profilering.

Waarom

De eerste indruk van een winkel is belangrijk bij de beoordeling van de winkel en het winkelgebied door de consument. Een eerste *goede* indruk is dus erg belangrijk. Bij verscheidene winkeliers zijn gewoontes omtrent de aankleding van de etalage, uitstallingen en profilering ingesleten geraakt. Met een dergelijke objectieve scan wordt hen een spiegel voorgehouden. Met een gezamenlijke aanpak waarbij de individuele ondernemers zoveel mogelijk worden meegenomen in het volgen van gemeenschappelijke waarden die belangrijk zijn voor profilering en presentatie van het gehele winkelcentrum, profiteert uiteindelijk iedereen het meest. Als een dergelijke actie aan individuele ondernemers wordt overgelaten kan dit voor die ondernemer goed werken, maar komt het belangrijke gezamenlijke belang niet uit de verf.

Hoe

Aan de hand van een checklist wordt per pand een analyse gemaakt van sterke en zwakke punten, het belang van het pand in het totale centrum, een oordeel over aspecten als de gevel, winkelpui, entree, etalage, reclame-uitingen, onderhoud, uitstallingen en stopkracht. Ook de wijze van presentatie en profilering op het internet komt aan de orde. Op een thema-avond voor betrokkenen wordt het belang van een goede profilering toegelicht en wordt de individuele scan aan de ondernemer uitgereikt.

Wanneer

Uitvoering scan: najaar 2018

Verbeteren uitstraling: vanaf 2019

Wie

- Ondernemend Haren/gemeente geeft opdracht voor het uitvoeren van de scans
- Ondernemers ontvangen een individuele rapportage

Budget

Benodigd budget bij 80 scans € 35.000,--

21. Haalbaarheid Grand Café invulling aan plein in beeld brengen

Wat

Voor bezoekers aan een centrumgebied is niet uitsluitend de aanwezigheid van winkels belangrijk. Steeds meer willen bezoekers ook vermaakt worden, en vooral een aangenaam verblijf hebben. Dit gaat verder dan de detailhandel; vooral horeca maakt hier een belangrijk deel van uit. Hierbij gaat het dan om diverse vormen van detailhandel ondersteunende horeca (daghoreca). Op dit moment is meer variatie in het aanbod in Haren centrum wel gewenst. Vooral op of aan het Raadhuisplein is hier ook fysiek de ruimte voor aanwezig.

Waarom

Voor beleving in een centrumgebied is de aanwezigheid van diverse functies gewenst. De horeca kan meer variatie in het aanbod gebruiken. Veelvuldig is daarbij het segment van een Grand Café genoemd; op dit moment ontbreekt dit kwalitatieve element in het aanbod. Het past uitstekend bij de kernwaardes van Haren.

Hoe

- Vanuit de werkgroep kan in het eigen netwerk gezocht worden naar zowel locaties als ondernemers, die mogelijk belangstelling hebben voor een Grand Café-achtige invulling.
- Er kan aansluiting gezocht worden – via de gemeente – bij de nieuwe ontwikkeling Haderaplein.

Wanneer

Planvorming: 2018 -2019

Uitvoering: vanaf 2019 - 2020, wanneer tevens meer duidelijk is over de functionele invulling Haderaplein

Wie

- De werkgroep/ ondernemers, neemt initiatief.
- De gemeente heeft een faciliterende rol.

Budget

Vooralsnog geen budget nodig.

22. Ondersteunende functies bij centrum behouden of toevoegen

Wat

Naast de horeca zijn ook andere ondersteunende functies van belang voor een aangenaam verblijf in een centrumgebied. Ook het cultuuraanbod kan een bezoek verlengen. Het gaat om de juiste combinatie van functies. Een galerie, bibliotheek, gemeentehuis, muziekschool en sommige zorgfuncties ondersteunen het aanbod in het centrum, en zorgen tevens voor de nodige bezoekersaantallen.

Waarom

Bij een centrum van een plaats met de naam en faam van Haren horen ook kunstzinnige instellingen. Dit past binnen het imago van Haren, en biedt meer kwaliteit. Dit zijn zaken waarvoor bezoekers naar het centrum komen. Naast detailhandel en horeca zijn de overige functies dus ook belangrijk. De aanwezigheid van onder andere het gemeentehuis en de bibliotheek geeft veel reuring (en extra inkomsten) voor een centrum.

Hoe

- De werkgroep inventariseert welke ondersteunende functies op dit moment in het centrum of elders in Haren aanwezig zijn
- De werkgroep bekijkt hoe en in welke mate deze bijdragen aan de sfeer van het centrum.
- Samen met de gemeente en de afzonderlijke instanties wordt bekeken hoe de functies het centrum verder kunnen versterken of toegevoegd kunnen worden, en op welke locatie dat het beste kan gebeuren.

Wanneer

2018-2021

Wie

De werkgroep samen met de gemeente brengt de overige functies in kaart

Budget

Afhankelijk van toe te voegen functies.

23. Versterken van professionaliteit en gastvrijheid op de werkvloer

Wat

De detailhandel verandert in hoog tempo. Zaken als onderscheidend vermogen, gastvrijheid, uitstraling, aanbod, kennis van het centrum/historie/andere winkels, storytelling, inpassing van nieuwe technologieën, social-media-strategieën en eventueel een omnichannel aanpak zijn wezenlijk voor het succes en voortbestaan van een winkel in de 21^e eeuw. Zeker voor de zelfstandige ondernemer is het soms moeilijk om mogelijkheden in beeld te hebben en verstandige keuzes te maken bij de vraag: 'ga ik wel of niet mee in deze trend?'. Ondernemers moeten hierin ondersteund worden.

Waarom

Voor het succes van de winkels in Haren is het van belang om als winkel onderscheidend, interessant en gastvrij te zijn en te blijven. Door hierin te ondersteunen zal de kwaliteit van de winkels in Haren toenemen en wordt het centrum aantrekkelijker voor consumenten. Een gezamenlijke benadering, zie ook nummer 20 verbetering presentatie en profilering, is hierbij van cruciaal belang. Een thematische aanpak, waarbij de individuele ondernemer enthousiast gemaakt kan worden voor nieuwe ontwikkelingen, dient het gezamenlijke belang.

Hoe

- De werkgroep ontwikkelt een serie workshops (bijv. onder de naam 'Retail University') waarin diverse thema's onder de loep worden genomen. Bijvoorbeeld:
 - Kennis van de geschiedenis en omgeving van Haren
 - Beleving in de winkel
 - Social media
 - Actueel consumentengedrag
 - Gastvrijheid (eventueel aangevuld door een project Mystery Shopping)
 - Etc.
- Winkeliers kunnen zich vrijwillig, al dan niet tegen betaling, aanmelden voor deze workshops.

Wanneer

2018-2021

Wie

De werkgroep neemt het initiatief tot de serie workshops en andere instrumenten. Sponsoring van derden wordt onderzocht.

Budget

Start 2018 met € 10.000,-- voor een jaarprogramma met workshops.

24. Uitwerken marketingstrategie Haren als Laren van het noorden

Wat

Een doordachte marketingaanpak en marketingboodschap waarin het DNA, het onderscheidend vermogen en de kwaliteiten van Haren in brede zin en het centrum van Haren in het bijzonder worden gepromoot. Deze boodschap dient gericht te zijn op verschillende doelgroepen, bijvoorbeeld:

- De regionale bezoeker uit omliggende wijken en kernen (zoals Groningen-Helpman, Eelde/Paterswolde, Zuidlaren, Hoogezand, overige wijken stad Groningen)
- Het gezin op vakantie in de omgeving
- De (fietsende) senior

Waarom

- Haren heeft diverse kwaliteiten die momenteel nog onvoldoende structureel gepromoot worden.
- Een goede definitie van het onderscheidend vermogen en de doelgroepen van Haren leidt tot heldere keuzes over de relevante marketingboodschap(en).
- Promotie en marketing zijn van wezenlijk belang om bezoekers van buiten te trekken en zo de omzet te verhogen.

Hoe

- In de werkgroep wordt bepaald wat de belangrijkste doelgroepen en de belangrijkste elementen qua onderscheidend vermogen zijn.
- De doelgroepen en elementen worden uitgewerkt in een aantal marketingboodschappen.
- Deze marketingboodschap wordt uitgedragen via een nader te bepalen communicatiemix (bijv. online, social media, folders, advertenties, radio, etc.)

Wanneer

2018-2020

Wie

- De werkgroep is leidend in het bepalen van het DNA en de boodschap
- Gemeente, VVV, en zowel de ondernemers uit de toeristisch-recreatieve sector als de centrumondernemers werken in een denktank de marketingaanpak uit.
- Externe experts en stakeholders kunnen worden betrokken.
- Op basis van beschikbaar budget vanuit gemeente en ondernemers wordt een uitwerking gekozen.

Budget

Uitwerking marketingstrategie 2018; uitvoering vanaf 2019 met budget van € 50.000,-- per jaar.

25. Toerisme en recreatie beter aan centrum binden

Wat

Haren ligt in het verlengde van de Hondsrug, als één van de laatste 'haltes' voor de stad Groningen. In de omgeving komen veel toeristen. Toch is Haren niet echt bekend als een toeristische trekpleister.

Waarom

- De ligging van Haren is met de Hondsrug en veel water in de nabije omgeving uitermate geschikt voor toerisme en recreatie.
- Toeristen gaan graag op bezoek in aantrekkelijke kernen om te verblijven en om geld uit te geven. Een toerist besteedt over het algemeen gemakkelijker en meer geld dan een inwoner.

Hoe

- De werkgroep bekijkt Haren vanuit de ogen van een toerist. Vervolgens wordt een lijst samengesteld van verbeterpunten.
- De werkgroep werkt deze actiepunten verder uit en overleg met de verschillende betrokken partijen, en geeft prioriteit aan. Wel of geen deelname aan Geopark de Hondsrug wordt ook in deze afwegingen meegenomen.

Wanneer

2018-2020

Wie

- De werkgroep komt met verbetervoorstellen en een prioriteitstelling.
- Werkgroep overlegt met betrokkenen voor de uitvoering.

Budget

Afhankelijk van te ontwikkelen plannen.

26. Concept Dorpsfonds behouden en versterken

Wat

Eind 2015 is in Haren een Stichting Dorpsfonds in werking gesteld. De Stichting Dorpsfonds Haren is opgericht met de ambitie om in samenwerking met ondernemers de (boven)regionale en lokale aantrekkingskracht te vergroten, en daarmee de economische functie en belevingswaarde van de Gemeente Haren te versterken (citaat website Dorpsfonds).

Waarom

Het Dorpsfonds is nog jong, maar heeft al wel een positie verworven binnen de diverse stakeholders van het centrumgebied. Diverse initiatieven zijn inmiddels door het Dorpsfonds ondersteund. Maar zoals meestal bij een nieuw orgaan zal ook hier nog eens kritisch naar de werking gekeken moeten worden, zodat eenieder het fonds blijft omarmen. Dit geldt met name voor de ondernemers in het centrum. Zij zijn als één van de belangrijkste stakeholders momenteel niet vertegenwoordigd in het Dorpsfonds.

Hoe

- Werkgroep overlegt met Ondernemend Haren over invulling van centrumprojecten t.b.v. het Dorpsfonds.
- Mogelijkheid van vertegenwoordiging van Ondernemend Haren in Dorpsfonds onderzoeken.

Wanneer

2018

Wie

- Werkgroep neemt initiatief tot overleg Dorpsfonds met Ondernemend Haren.
- Dorpsfonds onderzoekt de mogelijkheden tot versterking intern, en draagt voor aan werkgroep

Budget

Op dit moment budgetwensen. Echter door het oormerken van een deel van de subsidie aan het dorpsfonds voor de centrumvisie en de overheveling van een deel van de subsidie aan Ondernemend Haren dreigt een deel van de gesubsidieerde activiteiten in 2019 minder of geen subsidie meer te ontvangen. In 2018 wordt dit nog incidenteel opgevangen vanuit reserve van het dorpsfonds. Bij de evaluatie van het dorpsfonds wordt dit meegenomen.

27. Slimme toepassing social media

Wat

Social media worden steeds belangrijker voor de consument, en dus ook voor de ondernemers. De mogelijkheden zijn in feite onbegrensd, maar hierin schuilt ook het gevaar. De ondernemers dreigen door de bomen het bos niet meer te zien. Het kiezen van de juiste inzet met een maximale output is belangrijk voor het toekomstig functioneren van ondernemers. Hierbij zal rekening gehouden worden met de inmiddels aanwezige websites over Haren.

Waarom

- De consument zoekt steeds vaker via internet/smartphone naar de verschillende mogelijkheden en naar het aanbod.
- Online en offline moet elkaar versterken.

Hoe

- Nadat een scan is uitgevoerd (actiepunt 20) weet elke ondernemer hoe hij er zelf voorstaat en waar verbeterpunten liggen.
- De werkgroep gaat in gesprek met de ondernemers om de behoefte aan kennis in beeld te brengen.
- Expertise kan worden ingehuurd, waarbij het dan niet alleen om individuele ondernemers, maar ook om 'het warenhuis Haren' als totaal gaat.
- De gemeente faciliteert.

Wanneer

2019-2020

Wie

- De werkgroep onderzoekt de overkoepelende behoeftes.
- De werkgroep huurt de gewenste expertise in.
- De gemeente ondersteunt en faciliteert

Budget

Inschatting van werkbudget: € 15.000,-- op jaarbasis vanaf 2019.

28. Park & Ride terrein benutten als marketinglocatie

Wat

Aan de grens van Haren, direct bij de snelweg A28 ligt op het grondgebied van de gemeente een tweetal grote P&R-terreinen, bestemd voor bezoekers van de binnenstad van de stad Groningen. Hier maken bezoekers flink gebruik van. De bekendheid van de naam Haren is al groot; de bekendheid van het winkelaanbod op zo korte afstand is veel minder bekend.

Waarom

- Het P&R-terrein is een drukbezocht gebied.
- De kans om bezoekers minimaal te attenderen op het aanbod in Haren zelf is sterk aanwezig, maar wordt op dit moment niet benut. Uiteraard komen bezoekers juist naar het terrein voor een bezoek aan de stad, maar enkele zijn wellicht ook genegen om naar Haren te gaan voor juist het specifieke aanbod.

Hoe

- De werkgroep verkent mogelijkheden van 'reclame' op de locaties.
- De werkgroep maakt een selectie van en kiest de gewenste uitstraling.
- De werkgroep overlegt dit met de gemeente. De gemeente voert vervolgens uit.

Wanneer

2018-2019

Wie

- Werkgroep
- Gemeente.

Budget

Voor 2019: € 10.000,--. Daarna onderhoudskosten, in regulier onderhoudsbudget van de gemeente.

29. Communicatie: gezamenlijk eigenaar van het centrum

Wat

Het uitstralen van eenheid naar buiten toe is belangrijk in het benaderen van potentiële klanten. Het gezamenlijk optrekken van alle betrokkenen is hierin dus essentieel.

Waarom

- Er wordt op dit moment nog teveel vanuit het eigen perspectief gewerkt, waardoor er diverse signalen op de bezoekers afgestuurd worden.
- Door samen te werken is de effectiviteit veel groter, en kan het gezamenlijke budget efficiënter ingezet worden.

Hoe

- De werkgroep inventariseert alle huidige uitingen naar buiten toe.
- De werkgroep bespreekt zo uitgebreid mogelijk (alle stakeholders) welke uitingen gewenst zijn en komt met voorstellen voor toekomstige uitingen
- De werkgroep zorgt voor communicatie naar buiten toe.

Wanneer

2018-2019

Wie

- Werkgroep

Budget

Vooralsnog geen extra budget gewenst.

Bijlage 2

Financieel overzicht totaal 2018 – 2020

| Vastgoed | | | | | | |
|--|------------------------------------|--|----------|---------------------------|----------|----------|
| | | 2018 | € 2018 | 2019 | € 2019 | 2020 ev |
| | Vastgoed | | | | | |
| 1 | Actieve aanpak leegstand | inventarisatie | 0 | Uitvoering+ budget | 10.000 s | 10.000 s |
| 2 | Haderaplein vastgoed | inventarisatie | 0 | | pm | Pm |
| 3 | Bankpanden | Gesprek + strategisch advies | 0 | | 0 | 0 |
| 4 | Loop en zichtlijnen | Doorontwikkeling Rondje Haren | 40.000 d | idem | 40.000 d | 40.000 d |
| 5 | Bidbook | Start ontwikkeling | 10.000 | doorontwikkeling | 0 | 0 |
| 6 | Centrum compact | n.v.t. | 0 | Bestemmingsplan aanpassen | pm | Pm |
| | | | | | | |
| Infrastructuur, parkeren en Openbare Ruimte | | | | | | |
| | | 2018 | € 2018 | 2019 | € 2019 | 2020 ev |
| 7 | Routing Parkeren | uitvoeren | 10.000 | nvt | 0 | 0 |
| 8 | Parkeer regulering | start | 0 | Ontwikkelen | 75.000 s | 75.000 s |
| 9 | Parkeren kwaliteit | Koppelen aan 8 | 0 | | pm | pm |
| 10 | Laden en Lossen | Koppelen aan 8 | 0 | | pm | pm |
| 11 | Doorstroming pakketdiensten | Koppelen aan 8 | 0 | | pm | pm |
| 12 | Raadhuisplein aankleding | Koppelen aan 4 Na vaststellen invulling oostwand | 0 | | pm | pm |
| 13 | Meer groen | Koppelen aan 4 | 0 | | 20.000 s | 20.000 |
| 14 | Poortfuncties | Koppelen aan 4 | 0 | Kleine ingrepen | 5.000 i | pm |
| 15 | Kerk en Kerkstraat | Koppelen aan 4 | 0 | Kleine ingrepen | 10.000 i | 0 |
| 16 | Openbare Ruimte en Groen onderhoud | Schouw+ verbeterpunten | 0 | Uitvoeren | pm | pm |
| 17 | Shared Space | | 0 | | pm | pm |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |

| Professionalisering en Marketing | | | | | | |
|---|--|--------------------------------------|----------------|-----------------------------|------------------|---------------------|
| | | 2018 | € 2018 | 2019 | € 2019 | 2020 ev |
| 18 | Vrijkomende panden | Koppelen aan 1 | 0 | | 0 | 0 |
| 19 | Samenwerkings-modules | Uitvoeren | 0 | Uitvoeren | pm | pm |
| 20 | Presentatie en profilering | Uitvoeren scan | 35.000 | uitwerken | pm | pm |
| 21 | Grand cafe | onderzoeken | 0 | onderzoeken | 0 | 0 |
| 22 | Ondersteunende functies | Onderzoeken | 0 | uitwerken | pm | pm |
| 23 | Professionaliteit en gastvrijheid | Inventarisatie en uitvoering | 10.000 | Evaluatie en uitvoering | pm | pm |
| 24 | Marketing-strategie | uitwerken | | uitrollen | 50.000 s | 50.000 s |
| 25 | Toerisme en Recreatie | Pva | 0 | realisatie | pm | pm |
| 26 | Dorpsfonds | Evaluatie en doorontwikkeling | 0 | | pm | pm |
| 27 | Social Media | nvt | 0 | uitvoeren | 15.000 s | 15.000 s |
| 28 | Marketing P+R | nvt | 0 | Inventarisatie + uitvoering | 10.000 s | 10.000 s |
| 29 | Communicatie Gezamenlijk eigenaarschap | Inventarisatie + strategie uitzetten | 0 | | pm | pm |
| | totaal | | 2018: 65000 | | 2019: 195.000 | 2020 ev: 180.000 |
| | Projectleiding 2018 | | 39.600 | | | |

Budget Dorpsfonds (d)

Structureel va 2019 (s)

Incidenteel va 2019 (i)