

Haren - Centrum



Centrumvisie

Haren - Centrum

Centrumvisie

Oprachtgever: Gemeente Haren
Projectnummer: 0914.264
Datum: 5-11-2014

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

Ruimtelijk - economische aspecten

In het centrum van Haren spelen diverse ontwikkelingen op het gebied van de detailhandel en de ruimtelijke structuur in het algemeen. In het kader hiervan zijn onlangs een tweetal werkateliers gehouden, waarbij naast vertegenwoordigers vanuit de gemeente ook diverse andere betrokkenen bij het centrum zijn uitgenodigd, zoals ondernemers in de detailhandel en horeca, vastgoedeigenaren, de ouderenbond en makelaars. Deze visie is dan ook in samenwerking met de verschillende partijen tot stand gekomen. De ervaringen uit de werkateliers worden hier in meegenomen. In het coalitie akkoord voor de periode van 2014 – 2018 is aangegeven, dat er nadrukkelijk aandacht gegeven zal worden aan de problematiek van het midden- en kleinbedrijf en heeft de wens uitgesproken om gezamenlijk met de ondernemers tot een integrale visie voor het centrumgebied van Haren te komen.

De doelstelling voor het centrum van Haren zou moeten zijn dat het huidige winkelcentrum versterkt wordt, zodat ook voor de toekomst het een aantrekkelijk aankoop- en verblijfsgebied blijft voor de inwoners van Haren en omgeving. Naast het uitdragen van een duidelijke toekomstvisie zijn een aantal kaders benoemd, die tijdens de werkateliers als leidraad hebben gediend. Dit zijn:

- Ruimtelijke ordening, vastgoed en openbare ruimte
- De marketing van het centrum
- Ontwikkeling van ondernemerschap.

Het centrum van Haren kent veel sterke aspecten. Zo is Haren een rustige en groene kern met een attractief, kwalitatief hoogwaardig en gevarieerd winkelaanbod. In Haren zijn diverse unieke winkels in het modisch recreatieve segment aanwezig. Ook is sprake van een kwalitatief hoogwaardige inrichting. Daarnaast biedt het centrum ruimte voor recreatieve en culturele evenementen en wordt daar volop voor benut. De leegstand in het centrum van Haren is nog redelijk beperkt.

Naast de genoemde sterke punten en kenmerken van Haren is sprake van een aantal aspecten, dat vragen om aandacht om ook naar de toekomst toe een sterk aanbod te kunnen behouden voor de bezoekers. Deze aspecten zijn ook tijdens de werkateliers uitvoerig naar voren gekomen. Deze vatten we samen in een aantal thema's:

1. Ruimtelijke structuur

Op dit moment is de structuur van het winkelgebied van Haren redelijk compact. Hoewel in Haren nog wel sprake is van enige nieuwbouw en dus bevolkingsgroei, zal de vraag naar nieuwe winkelmeters niet meer sterk toenemen. Diverse landelijke trends, zoals de toename van internetverkopen, zijn hier onder meer debet aan. De aanloopzones gaan meer rafels vertonen, zoals het noordelijk uiteinde van de Rijksstraatweg. Tussen de rotonde bij de Molenweg en de Julianalaan ligt het eigenlijke winkelgebied. Het winkelgebied dient dan ook compact gehouden te worden.

In de huidige structuur is het een nadeel dat enkele van de dagelijkse trekkers te ver van het hart van het centrum verwijderd zijn. De wens tot verplaatsing van de AH-supermarkt naar het Haderaplein (waarvoor de gemeenteraad eerder een voorkeur heeft uitgesproken) kan – ondanks de toename van meters – zorgdragen voor een versterking van de structuur. Het Haderaplein kan een verbindende schakel zijn binnen het centrum. Bovendien zal het voor veel bezoekers eenvoudiger worden om ook overige winkels en/of horeca in het centrum te bezoeken. Op de schaal van Haren zijn supermarkten

belangrijke trekkers; wanneer deze niet optimaal kunnen functioneren, kan dit zijn weerslag op de rest van het centrum hebben. De huidige supermarkt van AH is dermate vol en druk, dat de service en het uitgebreide assortiment waar de inwoners van Haren om vragen, nog nauwelijks geboden kan worden. Tijdens de werkateliers werd dit ook onderschreven.

4

Momenteel is de leegstand in Haren nog beperkt, maar is wel op een aantal prominente plekken aanwezig. Tevens is er sprake van verborgen leegstand. Vooralsnog lijken de meeste panden nog redelijk snel weer gevuld te worden, maar niet in alle gevallen zal dat lukken. Speciale aandacht is hier gewenst voor de eigen 'unieke' winkelondernemers, die op termijn mogelijk geen opvolger meer hebben. Door het centrumgebied compact te houden, en door dat duidelijk kenbaar te maken, zullen mogelijk ondernemers van buiten het kerngebied genegen zijn om naar het hart te gaan verhuizen. Uiteindelijk wordt de structuur hierdoor verder versterkt. Het is zaak om t.a.v. de leegstand de vinger aan de pols te houden.

De loop- en zichtlijnen in het winkelgebied van Haren zijn niet sterk aanwezig. Deze lijnen 'helpen' de bezoeker tijdens het winkelen, bij het vinden van hun winkel, bij het vinden van de parkeerlocatie enz. Op verschillende manieren kunnen deze looplijnen gerealiseerd worden, waarbij herkenbaarheid van een aantal panden, locaties of andere zichtelementen voorop moet staan. Bij een geïntegreerde aanpak voor het centrum (zie ook punt 3), startend bij het Raadhuisplein, kan hier snel verbetering tot stand gebracht worden. Dan zal het ook eenvoudiger worden om een 'Rondje Haren' te lopen; dit is ook nu al mogelijk, maar de bezoeker raakt te snel de route kwijt of raakt gedesoriënteerd. Met een ontwikkeling van het Haderaplein zal dit ook eenvoudiger gaan worden.

2. Parkeren

Het parkeren is in veel kernen een lastig onderwerp, waarbij tegenwoordig het al dan niet gratis parkeren steeds vaker onderwerp van gesprek is. Voor Haren zijn bijvoorbeeld de winkelgebieden van Eelde-Paterswolde en Hoogezand als concurrent te beschouwen; in deze winkelgebieden is het parkeren gratis. Niet in alle gevallen is het overigens nodig om gratis parkeren te gaan invoeren. In Haren lijkt er tot op bepaalde hoogte wel bereidheid te bestaan om te betalen (al dan niet na eerst een gratis tijdvak), mits er dan wel een kwalitatief aanbod aan parkeergelegenheid is.

Het parkeren (inclusief de routing) geeft op dit moment nog aanleiding tot veel irritatie in Haren. In alle groepen van de werkateliers kwam dit naar voren. De problemen vallen uiteen in een drietal onderdelen:

- het lastig kunnen vinden van een parkeerplaats,
- het vooraf moeten betalen en
- de kwaliteit van de parkeerplaatsen.

Het lastig kunnen vinden van een parkeerplaats of –terrein wordt voor een belangrijk deel veroorzaakt door het ontbreken van de juiste bebording, waarop een route wordt aangegeven. Hierdoor is de bereikbaarheid van de verschillende parkeerbronpunten matig, zeker voor bezoekers van buiten Haren. Vaak ontstaat verwarring bij bezoekers, doordat men vaak door woonstraten moet rijden om bij een parkeergelegenheid te komen. Bij zowel het parkeerterrein bij de Jumbosupermarkt als de entree van de P-garage denken bezoekers vaak dat ze de verkeerde richting inslaan. De route naar en de

entree van de parkeergarage is niet logisch en eenvoudig te vinden; bebording is zeer welkom.

Enmaal aangekomen op een parkeerterrein of in de garage blijken niet alle parkeerplaatsen gemakkelijk in- en uit te rijden te zijn. Bovendien is sprake van veel doodlopende stukken. Het vergt de nodige stuurmanskunst, waardoor niet iedereen het prettig vindt om zijn of haar auto hier te parkeren. Vooral met het oog op de sterk vergrijsde bevolking van Haren en omgeving vraagt dit om aandacht.

Overal geven bezoekers de voorkeur aan gratis parkeren, maar het is begrijpelijk dat dit niet altijd mogelijk is. Wanneer dan toch betaald moet worden, is er een duidelijke voorkeur voor achteraf betalen. Het grote voordeel van achteraf betalen is dat men niet gehaast is bij het winkelen. Je betaalt gewoon na afloop voor de tijd, die de auto werkelijk geparkeerd stond. Bij vooraf betalen moet je schatten hoelang je ergens blijft, wat voor iedereen heel lastig is. Of je moet terug om bij te betalen óf je gaat gehaast snel je boodschappen halen óf je betaald voor de zekerheid maar te veel. Onverwachte aankopen of winkelbezoeken worden lastig. Voor de ondernemers in het centrum zorgt achteraf betalen voor hogere bestedingen en voor bezoekers voor aangenamer winkelen, en wellicht vaker gebruik maken van de horeca. Op welke wijze het achteraf betalen gebeurt (pin, cash of belparkeren) maakt dan minder uit. Hoewel er in Haren – mede in relatie tot de overige winkelgebieden in de regio - veel te zeggen is voor gratis parkeren, is er ook begrip voor het vasthouden aan betaald parkeren, mits tegen een redelijk tarief waarbij het parkeren zelf goed (goed bereikbaar, kwalitatief goed enz.) is ingericht.

3. Inrichting openbare ruimte

Een belangrijke trend voor de komende jaren zal de beleving in een winkelgebied zijn. Alle basisingrediënten dienen aanwezig te zijn in het winkelaanbod, maar daarnaast is het van belang dat het verblijfsklimaat aantrekkelijk is. Ook in andere kernen zijn de basiscomponenten vaak wel aanwezig, maar de keus voor een winkelgebied wordt steeds vaker gemaakt op basis van 'belevingsfactoren'. Haren heeft veel in zich om daar hoog op te scoren, maar er zijn zeker verbeterpunten. Niet altijd zal een betere beleving zorgen voor meer bezoekers of bestedingen, maar zonder de juiste sfeer zullen bezoekers wegblijven. Voor de toekomst van een kern is een goede sfeer daarom van groot belang.

De sfeer binnen het centrum verschilt sterk per gebied; rondom de kerk, in De Brinken, op het Raadhuisplein of langs de Rijksstraatweg ervaart de bezoeker een heel verschillende sfeer. Over het algemeen beoordeelt men de sfeer, zoals die in de Kerkstraat aanwezig is, als prettig en gewenst. Haren zou meer de sfeer moeten gaan uitstralen, zoals die van een Drents brinkdorp uitgaat; dat zou passend zijn bij het verder ook groene en rustige Haren. Bij nieuwbouw op het Haderaplein liggen er volop mogelijkheden om van het Raadhuisplein een functioneler en warmer plein te maken. Op dit moment is het Raadhuisplein groot, steriel en stenig (ondanks de bomen in bakken). Ook de Brinkhorst oogt erg stenig, zonder heldere loop- en zichtlijnen. De Rijksstraatweg heeft een aantal grote gevels, waarbij vooral de banken op cruciale hoekpanden gevestigd zijn. Zeker wanneer op termijn deze panden wellicht leeg komen te staan (zoals met veel banken het geval is), ontstaan dissonanten in het winkelbeeld. Het is aan te raden om hier tijdig over in gesprek te gaan, zodat tijdig voor alternatieve invulling gezorgd kan worden. Hoewel veel winkelpanden in Haren er prachtig uitzien, zijn er helaas ook diverse met een matige commerciële uitstraling. Wanneer sprake is van groot

achterstallig onderhoud moet een ondernemer hier bij de eigenaar aankloppen; nette, goed onderhouden panden met de juiste profilering dragen sterk bij aan de beleving van bezoekers.

Het Raadhuisplein zou een prima verbinding kunnen zijn tussen de beide zijden van de Rijksstraatweg, maar is vaak te open en winderig om er gezellig langs te lopen. Maar een plein biedt vele mogelijkheden, zeker wanneer aan de oostzijde het Haderaplein bebouwd gaat worden. Dit vormt dan een natuurlijke afronding van het plein. Wanneer hier inderdaad een nieuwe supermarkt met P-garage komt, dan ontstaan in ieder geval meer looproutes via het Raadhuisplein. Tevens biedt het de mogelijkheid om een integrale aanpak van het Raadhuisplein na te streven. Van de nieuwbouw kan een architectonische eyecatcher gemaakt worden, waarbij de supermarkt al dan niet aan de voorkant met andere winkels wordt omringd. Vanaf dit punt kunnen duidelijke zichtlijnen uitgezet worden naar andere panden of straten. Dit kan op verschillende wijze gebeuren, zoals met verlichting, kleur, andere bestrating, lichtkranten (of andere kenmerken) aan gevels enz. Tijdens de werkateliers is vooral naar voren gekomen, dat men graag de sfeer van een Drents dorp (in een moderne uitvoering) op het Raadhuisplein zou zien. Qua invulling valt te denken aan het bieden van ruimte voor 'versmarkten', een semi-overdekte ruimte (bijv. van tentdoek of andere multifunctionele overkapping) voor het houden van evenementen, kindvoorzieningen ed. Daarnaast is meer groen, terrassen en/of bankjes gewenst, zonder dat de doorgaande route belemmerd gaat worden. Hieraan kunnen de verschillende culturele clubs en sportverenigingen deelnemen. Het plein kan dan een gezellig plein worden voor vele doeleinden en functies te benutten; het gaat hier duidelijk verder dan alleen de detailhandel.

Voor de uiteindelijke invulling van het Raadhuisplein en aansluitend de rest van het centrumgebied is het in eerste instantie van belang, dat het om een geïntegreerde aanpak gaat, en niet om afzonderlijke onderdelen. Op die manier kan het beste de gewenste sfeer over gebracht worden. Wanneer het Raadhuisplein als vertrekpunt gekozen wordt, kan de rest daar op aangesloten worden. Dat geldt ook voor de westzijde van de Rijksstraatweg met De Brinken. Juist hier zal meer gebruik gemaakt moeten worden van de trekkers met behulp van looplijnen.

4. Marketing

Haren is een kern met vele pluspunten. Het duidelijk over de bühne brengen van de verschillende sterke punten is lastig, en vraagt om veel onderlinge samenwerking tussen de ondernemers in eerste instantie en vervolgens ook met de gemeente. Het totaalproduct Haren moet zoveel mogelijk als een samenhangend aanbod worden verkocht. Het gaat hier verder dan alleen ondernemers en de gemeente, maar ook cultuur, onderwijs, vastgoed en de sportwereld. Het is niet nodig om te wachten met het opstellen van een plan tot alles perfect in orde is. Daar kan nu al een aanvang mee gemaakt worden. Het rapport "De kern van Haren" uit het voorjaar van 2014 heeft volop informatie gegeven voor de bepaling van het DNA van Haren; heel belangrijke onderdelen zijn hier de kernwaarden 'kwaliteit en groen'.

Om de marketing voor Haren goed op te zetten is het vereist om de juiste route te bewandelen en de verschillende niveaus (van abstract tot operationeel) te doorlopen. Bij het opstellen van een marketingstrategie zullen zo breed mogelijk partijen betrokken moeten worden; naast individuele ondernemers en gemeente ook de ondernemersvereniging, de Culturele Raad, de horeca en vastgoedeigenaren. Op het 1^e niveau wordt

de visie met haar kernwaarden weggezet. De intrinsieke waarde van Haren is al hoog, en kan alleen maar verder verbeterd worden. Na het vaststellen van de visie (1^e niveau) volgt het strategische (2^e) niveau. Op strategisch niveau zijn de bepaling van de verschillende doelgroepen en de positionering belangrijke onderdelen. In het geval van Haren valt bij de doelgroepen vooral te denken aan de huidige inwoners: de vitale ouderen, jonge gezinnen, hoog opgeleiden en de hogere inkomenscategorie. Een duidelijke profilering van het centrum op dit segment trekt wellicht nieuwe marktpartijen, maar ook consumenten die naar een dergelijk profiel (midden- en hogere segment) op zoek zijn. Als naar leeftijdsgroepen gekeken wordt, dan gaat het om gezinnen met jonge kinderen (ouders 35+) en gezinnen, waarbij de kinderen het huis uit zijn (50+).

7

Na de visie en het strategische niveau is het tactische (3^e) niveau aan de beurt, waarbij de verschillende P's (van prijs, product, promotie enz.) ingevuld en uitgevoerd gaan worden. Om financiële middelen te verwerven voor het structureel organiseren van activiteiten is het wenselijk om bijvoorbeeld een ondernemersfonds in te stellen. Andere mogelijkheden zijn bijvoorbeeld de instelling van reclamebelasting, een ozb-maatregel of een investeringszone. In de meeste gevallen kan dan tevens het probleem van 'free-riders' aangepakt worden.

Naast het gezamenlijk overbrengen van het aanbod in Haren (het warenhuis Haren) zal ook elke ondernemer afzonderlijk zoveel mogelijk moeten doen om het serviceniveau hoog te houden. In een dorp als Haren met een kwalitatief hoogwaardig aanbod, moet de service eveneens op een daarbij passend hoog niveau liggen. Het gebruik van internet en het ontwikkelen van passende activiteiten hoort daar ook bij. Het ondernemerschap kan nog verder geprofessionaliseerd worden. De gastvrijheid van Haren moet uit allerlei factoren blijken, zoals de service van de ondernemers, de bereikbaarheid van Haren, de duidelijkheid over en het gemak van de wijze van betalen bij het parkeren enz.

De visie

De belangrijkste thema's en kaders voor de centrumvisie van Haren zijn in de voorgaande punten uitvoerig besproken. Hierin zijn de in gezamenlijkheid gehouden werkateliers een belangrijke bron van informatie geweest.

De visie voor het centrum van Haren kan geformuleerd worden als:

“Haren heeft het meest exclusieve en gezelligste winkelcentrum van Noord-Nederland; de groene parel op de rand van Stad en Hondsrug”.

Wij zien het centrum van Haren als een belangrijk regionaal en exclusief winkelcentrum waar altijd iets te beleven is. Bewoners en gasten komen er graag en laten zich verrassen door de laatste ontwikkelingen en trends. Ondernemers willen een winkel in Haren omdat Haren een goed winkelklimaat heeft met klanten die goede service weten te waarderen en een bovengemiddeld bestedingspatroon hebben. Dit alles houdt Haren niet vanzelf en daarom willen we samen met de inwoners en ondernemers van Haren hard aan de slag om Haren nog sterker te maken.

We gaan samen een ondernemersfonds in het leven roepen dat Haren op de kaart zet, evenementen stimuleert en de service aan klanten verder helpt verbeteren. Wij zien een centrum dat, daar waar de kansen er zijn, geconcentreerd wordt in het gebied tussen de twee rotondes. In dit kader zien wij op het Haderaplein een prachtige kans voor een nieuw en beeldbepalend gebouw met veel ruimte voor winkelen, parkeren en wonen, ook voor senioren. Dit plan creëert een sterker winkelaanbod, dat meer klanten naar het centrum trekt en het gebied er omheen ontlast.

Het maakt een compacter, gezelliger en groener Raadhuisplein dat volop kansen biedt voor beleving aan jong en oud en het geeft bovendien een flinke impuls aan het al jaren gewenste 'winkelrondje' Haren.

De verkeersdruk in het centrum blijven we voortdurend in de gaten houden. Wij zetten in op ontwikkelingen die de aan- en afvoer van verkeer in het centrum optimaliseert. Ook het parkeerbeleid speelt hierin een rol. Als eerste stap in het nieuwe parkeerbeleid voeren we in ieder geval op korte termijn het achteraf parkeren in en worden de parkeergebieden beter aangegeven.

Als Haren mee wil blijven doen is stilstaan geen optie. De wereld verandert snel en wij gaan mee!

Vervolgtraject

Maar het moet niet bij wervende teksten blijven. De doelen en middelen worden in het document ook omgezet in concrete actiepunten. En deze actiepunten moeten uitgewerkt en ook uitgevoerd worden. In het gedeelte hieronder gaan we daarop in.

Actiepunten:

- Afbakenen winkelgebied
- Ontwikkelen Haderaplein met een supermarkt
- Totaalplan ontwikkelen voor het Raadhuisplein waar de gevel van de nieuwbouw op het Haderaplein in mee genomen wordt. Wellicht een aparte architectuur
- Ontwikkelen van sterke loop- en zichtlijnen
- Monitoren bestaande en verborgen leegstand
- Invulling leegstaande panden (evt. tijdelijk). Een centrummanager kan hier (en bij het vorige actiepunt) een rol in vervullen.
- Bebording P-route z.s.m. aanbrengen
- P-route verbeteren en verduidelijken, ook in de garage en op de terreinen
- Achteraf betalen zo veel mogelijk invoeren
- Herkenbaarheid entree P-garage vergroten
- Gewenst sfeerbeeld voor centrum ontwikkelen, met meer groen
- Aanwezige pleinen een 'functie' geven en aankleden
- Overleg met eigenaren cruciale panden, die mogelijk leeg komen te staan
- Ondernemerschap professionaliseren
- Onderzoek naar instellen ondernemersfonds, reclamebelasting of id.
- Opstellen en uitvoeren marketingstrategie

Uitvoering:

De benoemde actiepunten kunnen op diverse manieren gerealiseerd worden; de beste resultaten worden veelal behaald wanneer het in een samenspel van betrokkenen/stakeholders gebeurt. Het gaat dus om de ondernemers, vastgoedeigenaren en de gemeente samen. Aanbevolen wordt de uitvoering van acties/initiatieven onder verantwoordelijkheid te laten vallen van een stuurgroep centrum. In de stuurgroep kan worden afgesproken wie trekker is van een actie of initiatief, wat de bijbehorende planning en inzet is en vindt terugkoppeling van de voortgang plaats zodat zo nodig tijdig kan worden bijgestuurd.

De actiepunten kunnen in een projectenmap uitgebreider beschreven worden; naast een omschrijving van het project en de doelstelling is tevens aandacht voor wie de trekkende partij is, de prioritering van de projecten, de fasering en zo mogelijk de financiering.

Instrumenten die de gemeente, eigenaren en ondernemers ter beschikking (kunnen) staan en hun verantwoordelijkheden zijn:

Gemeente:

- inrichting openbaar gebied;
- vindbaarheid/bereikbaarheid parkeren;
- beheer en onderhoud van het openbaar gebied;
- vergunningverlening / medewerking verlenen aan initiatieven;
- bestemmingsplannen;
- goede front-office / aanspreekpunt voor ondernemers;
- stimuleringsmiddelen voor acties en initiatieven;
- promotie Haren.

Eigenaren / ondernemers

- investeren in panden;
- verbetering presentatie en profilering van panden;
- beheer en onderhoud van openbaar gebied nabij de winkel;
- invulling branchering “op maat”;
- tijdelijke invulling van panden, meewerken met verplaatsing ondernemers;
- promotie Haren.

10
