

De kern van Haren

Dr. Karel Jan Alsem, Drs. Frits van Leer, Prof. Dr. Steven Brakman

5 juni 2014

 **Hanzehogeschool Groningen**
University of Applied Sciences

Markling



Doel

- Gezamenlijk komen tot een versterking van Haren
 - Economische ontwikkeling
 - Winkelbeleving
 - Marketing
- Kan alleen als alle belanghebbenden meedoen en dus streven naar:

Een akkoord van Haren

Agenda

- Korte samenvatting rapport: onderzoek en advies
- Discussie
- Zoeken naar overeenkomsten
- Concrete afspraken maken voor vervolg

Aanleiding en vraagstelling

- Lichte afname zichtbare bedrijvigheid Haren (kleine leegstand)
- Verwachting bij ongewijzigd beleid: achteruitgang
- Opdracht Ondernemend Haren (ondersteund door gemeente):
Onderzoek en advies versterking economische positie Haren

Onderzoek

- Enquête onder 273 consumenten
- Idem onder 60 winkeliers
- Gesprek met 5 vastgoedeigenaren
- Gesprek met gemeente (o.a. wethouder)
- Gesprekken met deskundigen
- Raadzaal sessies
- Literatuur

Conclusies

1. Er moet wat gebeuren!
2. Publiek wil
 - Sfeervoller centrum
 - Gratis parkeren
 - Meer winkels voor jongeren
 - Meer vakmanschap en service in winkels

Conclusies

3. Winkeliers willen:

- Gratis parkeren
- Actievere gemeente
- Beter onderlinge samenwerking



Conclusies

4. Vastgoedeigenaren willen:

- Ondernemersfonds
- Gemeente met visie die doorpakt
- Vaker overleg met gemeente
- Gratis parkeren
- Sfeervoller en compacter centrum

Conclusies

5. Gemeente:

- Vindt ook dat er nieuw beleid nodig is
- Is in overleg over verhuizing Albert Heijn naar Haderaplein
- Wil kwaliteitsuitstraling versterken
- Wil gerichte winkelacquisitie
- Wil achteraf betalen parkeren invoeren

Tussentijdse rapporten

- Rapport Grontmij invoering achteraf betalen parkeren
 - Financieel perspectief belangrijk
 - Oplossing niet bij publiek onderzocht
- Onderzoek Erasmus Universiteit ‘Geen effect parkeren op winkelomzet’
 - Niet bij niet-klanten onderzocht
- Conclusie: effecten onzeker, daarom experiment



Artikel Tijdschr v Marketing

Beleving zorgt voor bruisende binnenstad

Reanimatie voor het winkelhart

De binnenstad heeft het moeilijk. Door internet, de crisis en bevolkingskrimp loopt de omzet van winkeliers terug. Hoe lok je bezoekers naar het centrum? Door de beleving van de binnenstad te verbeteren, stellen Gert-Jan Hospers, Mirjam Galetzka en Ad Pruyn.



Visie

1. Actie!
2. Kernwaarden 'kwaliteit' en 'groen'
3. Winkelbeleving in centrum belangrijkste
4. Gezamenlijkheid essentieel
5. Aansturing winkelaanbod: compact centrum



Hoofdpunten advies

1. Opzetten Ondernemersfonds
 - Financiering
 - Organisatie van en voor ondernemers
 - Leidende rol in sfeerverhoging
2. Verbeteren winkelsfeer (o.a. groen, bankjes, muziek)
3. Training gastvrijheid en winkelpresentatie
4. Aanstellen Centrummanager (o.a. acquisitie)
5. Experiment gratis –blauw- parkeren

Stemming

- Uw prioriteit
- Punten geven volgens Songfestivalmanier (12, 10, 8, 7,, 1)



Punten

Acties in alfabetische volgorde	Retail	Vastg.	Pol.B.	Totaal
Achteraf betaald parkeren				
AH naar Haderaplein				
Centrummanager aanstellen				
Compact centrum stimuleren				
Gratis (blauwe zone) parkeren				
Meer sfeer in centrum (groen, bankjes, muziek)				
Ondernemersfonds instellen				
Servicetraining winkeliers				
Winkels voor jongeren aantrekken				
Anders:				

Conclusie

- (In te vullen na stemming)

En nu?

- Adviesrapport aangevuld/aangepast n.a.v. uw suggesties en ideeën
- Toevoeging van discussieverslag en uw prioriteiten
- Rapport 16 juni gereed en gepubliceerd

Dank voor uw bijdragen en inspiratie en
veel succes in uw gezamenlijke
versterking van

De kern van Haren

Karel Jan Alsem
Frits van Leer
Steven Brakman

www.marklinq.nl

k.j.alsem@pl.hanze.nl

06 40366447

