

VISIE KERNWINKELGEBIED HARLINGEN

ANALYSES EN UITGANGSPUNTEN VERVOLG



1

Inleiding en opgave



Aanleiding

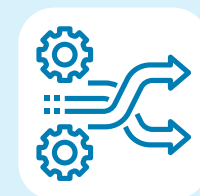
Harlingen is één van de oudste zeehavensteden van Nederland en heeft zowel een boodschappenfunctie als toeristische functie. Echter kampt Harlingen met diverse uitdagingen als gevolg van verschillende ontwikkelingen en trends.



Ontwikkelingen



Terugloop fysieke winkelmeters met leegstand.



Transformeren functie mix binnenstad.



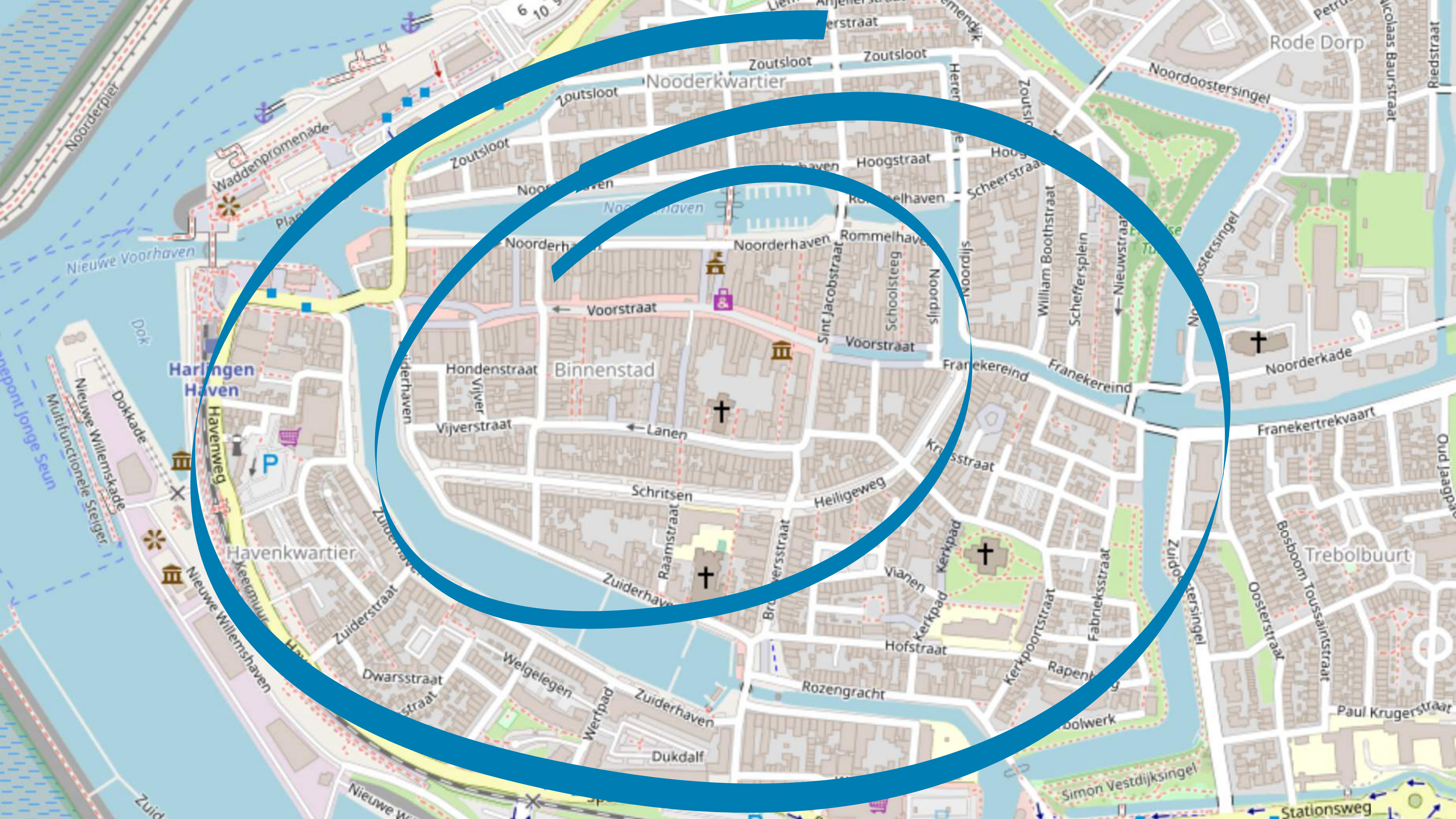
Van 'A naar B' naar 'Place to stay'.

DE OPGAVE

Samengevat

- Visie op toekomst kernwinkelgebied
- Kansen omarmen en bedreigingen te lijf gaan
- Met aandacht voor relaties omgeving (aanloopstraten, looproutes, parkeren etc.)
- Voorzien van een stip op de horizon en met uitvoeringsprogramma
- Middels analyses naar scenario's/ontwikkelingsrichtingen
- Gezamenlijk kiezen en voorkeur uitwerken
- Rijkelijk verbeeld
- Participatie een rode draad van start tot finish.





LEGENDA

-  Trekker detailhandel
-  Supermarkt
-  Trekker horeca
-  Horecacluster
-  Toeristisch Informatiepunt Harlingen
-  Museum (Hannemahuis)
-  Grote kerk
-  De bruggen
-  Parkeerplaats
-  Passantenhaven
-  Veerdienst
-  Treinstation
-  Kernwinkelgebied
-  Aanlooproutes
-  Bebouwing
-  Water
-  Groen
-  Autowegen



Hoofdlijnen product

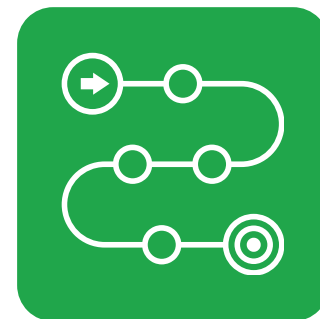
1. Analyse kansen & verbeterpunten.



2. Uitwerking & toetsing richtingen



3. Uitwerking richtingen & concept gebiedsvisie



4. Afronding gebiedsvisie & routekaart/programma



5. Het resultaat: een integraal en gezamenlijk opgestelde centrumvisie/ontwikkelingsrichting met een concreet uitvoeringsprogramma.



2

TRENDS



TRENDS BINNENSTAD

6 trends

1



De verschuiving naar online zal een blijvend effect hebben op het winkelbezoek aan centra

2



Ketens reduceren hun vestigingen: kleiner en minder; Voornamelijk kleding en schoenen (mode)

3



Verdreven functies komen terug naar centrum

TRENDS BINNENSTAD

6 trends

4



Horeca blijft overminderd populair

5



Voetgangers en fietsers krijgen voorrang

6



Meer aandacht voor de openbare ruimte

HET EFFECT

Zorgen

Kabinet draagt plan
vermogenstaks over
aan opvolgers
Pagina 8

Amstelveen heeft genoeg
van financiële rekorten
bij Cobra Museum
Pagina 18



Mirjam van Praag
voorzitter VU
'Ondernemers
vertonen de
klassieke
eigenschappen
van een kind'
Fid Persoonlijk

fd.
weekend
EUROPEAN NEWSPAPER OF THE YEAR

'Al het geene tot het financiële
sienige betrekking heeft' - sinds 1796

Zaterdag 9 september 2023
Nummer 213, 64 pagina's, prijs €5,45



Malaise bij grote ketens raakt alle retailers in de winkelstraat

- Mensen komen voor de bekende namen; de kleine winkeliers liften mee.
- Nu veel grote ketens in problemen zitten, voelen ook andere winkels de gevolgen.
- Meerdere kledingketens gingen dit jaar al bankroet; nu zit Shoebly in zwaar weer.

Jan Brakman en Richard Smit
Kantverden

Winkelstraten dreigen nu aantrekkelijker te worden doordat grote ketens falie (gaan of in de financiële problemen raken). Als die verdwijnen, krijgen ook kleinere retailers het waat.

Binnensteden bestaan idealiter uit een mix van bekende winkelketens en nieuw, verrassende namen, zegt vastgoedspecialist René Vierkam. 'Die eerste groep trekt veel bezoekers, waar de anderen van profiteren. In jaren 90 is het nu een probleem dat grote ketens verdwijnen.'

Dat besamt Udo Delfgou, alomnuur bij winkelbranchevereniging Dinstal. 'Zeker in de belangrijkste steden bepalen ketens het straatbeeld. Als een aantal daarvan het loyig heeft, heeft dat grote gevolgen voor de rest van de winkelstraat.'

Dit jaar speelt een golf van financiële problemen over de detailhandel. Dinsdag bleek dat Shoebly, een kledingketen met 140 winkels en 1500 werknemers, het faillissement probeert af te wenden door een akkoord te sluiten met zijn schuldeisers. Koopjesle-

ren Wig filiaz, die ongeveer 100 filialen telt, zit eveneens diep in de penurie.

Andere bedrijven zijn al kopje onder gegaan. Vorige week sprak de rechter het faillissement uit van Joek Dretail, de Nederlandse franchiseminer van kledingmerken Vero Stols, Vloren Pieters. En eerder dit jaar gingen jasverkopers Seuch & Soda en Sene bankroet. Die eerste malaise weliswaar niet doordat, maar kreeg wel van 22 naar 27 Nederlandse filialen. Dat gebeurt vaker: een faillissement is een mooie grage chesd de derbter positieve winkels te lossen.

Er verdwijnen al langer winkelketens uit het straatbeeld: van de V&D warenhuizen tot kledingverkoper Miss Etam en elektronica-zaak Kijkshop. Tijdens de coronacrisis vreesde de sector een faillissementsgolf, doordat winkels wekenlang dicht moesten. Mede door de steunpakketten van de overheid bleef dat doemscenario uit.

Juni nu de pandemie woerjt is, raken winkelketens alomnuur in zwaar weer. 'Ik maak me zorgen dat er een inhoudslag komt', zegt René Vierkam. Hij wijst op de talrijke kostenstijgingen die winke-

liers om de heen vliegen, zoals voor personeel en huur. Onderzoekers hield de consumptie door de hoge inflatie minder te besteden. Daarbovenop moeten bedrijven die tijdens de coronacrisis belastinguitstel hebben gekregen, beginnen met het terugbetalen van hun schulden aan de fiscus.

Ook financieel gezonde ketens krimpen in, zegt Dirk Mulder, sectoranalist bij I&O. Zo sijden onder andere M&M en Zara in hun winkelbestand, en heeft C&A een groot part van het Amsterdamse Blokket ingewisseld voor een kleiner exemplaar in de Kalverstraat.

In de vrijgekomen ruimtes vestigen zich volgens Mulder geregeld andersoortige bedrijven. Automerk Polestar opent bijvoorbeeld showrooms in de winkelstraat, betaalbedrijf Adyen houdt kantoor in een voormalig woonhuis van Hudson's Bay, en boosemarkten als Gamma en Praxis trekken naar de binnenstad. Ook hoort u een gebilde nieuwe bevestiging voor leeggekomen winkelpaanden.

Het gewas bestaat dat zoveel vertrouwde namen uit de winkelstraat verdwijnen, dat deze aantrekkelijk wordt voor consu-

menten. 'Mensen zijn mobiel en zijn dankzij internet veel beter geïnformeerd dan vroeger', zegt René Vierkam.

'Als de dichtbijgelegen stad niet meerzo leuk is, passen consumenten hun gemeentes aan en gaan ze naar een andere stad.'

Om leegstaand en verwoeding te voorkomen, moeten steden en dorpen volgens de experts nadenken over het bestaansrecht van hun winkelgebied. Welk publiek willen ze bedienen, en welke soorten winkels horen daarbij?

'Te veel plaatsen bachten bezoekers uit de hele regio te lokken, zegt Delfgou. 'Daardoor is er vaak een overschot aan winkels. Gemeenten moeten bedenken hoe ze dat gaan heroveren, in combinatie met wonen, buis en cultuur. Anders krijg je een dorp, and of een tram waar allemaal parkeerplaatsen.'

In de binnenstad was het langzamer voor zich. 'Bestuurders vonden leegstaand het probleem van vastgoedonderzoekers en winkeliers', zegt Vierkam. 'Maar veel gemeenten beseffen inmiddels dat regio nodig is. De goede retailers komen niet vanzelf naar je winkelstraat, die moet je verdedigen.'

Plaatsen wilden
bezoekers uit de
hele regio trekken:
zo ontstond een
winkeloverschot

In de vrijgekomen
winkelruimtes
vestigen zich
horeca, showrooms
en kantoren

TRENDS RETAIL

Samengevat

Het winkelgebied van vroeger



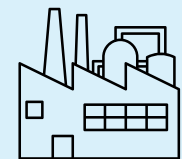
Bevolkingsgroei



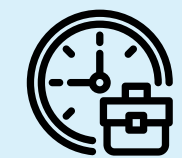
Economische groei



Focus op fysieke winkels



Productie staat centraal



9 tot 5 mentaliteit



Marketing gericht op totaal profiel

Het winkelgebied van morgen



Vergrijzing



Stagnatie/economische krimp



Verschuiving naar ook online verkoop



Consument centraal



Verschuiving naar ook online verkoop

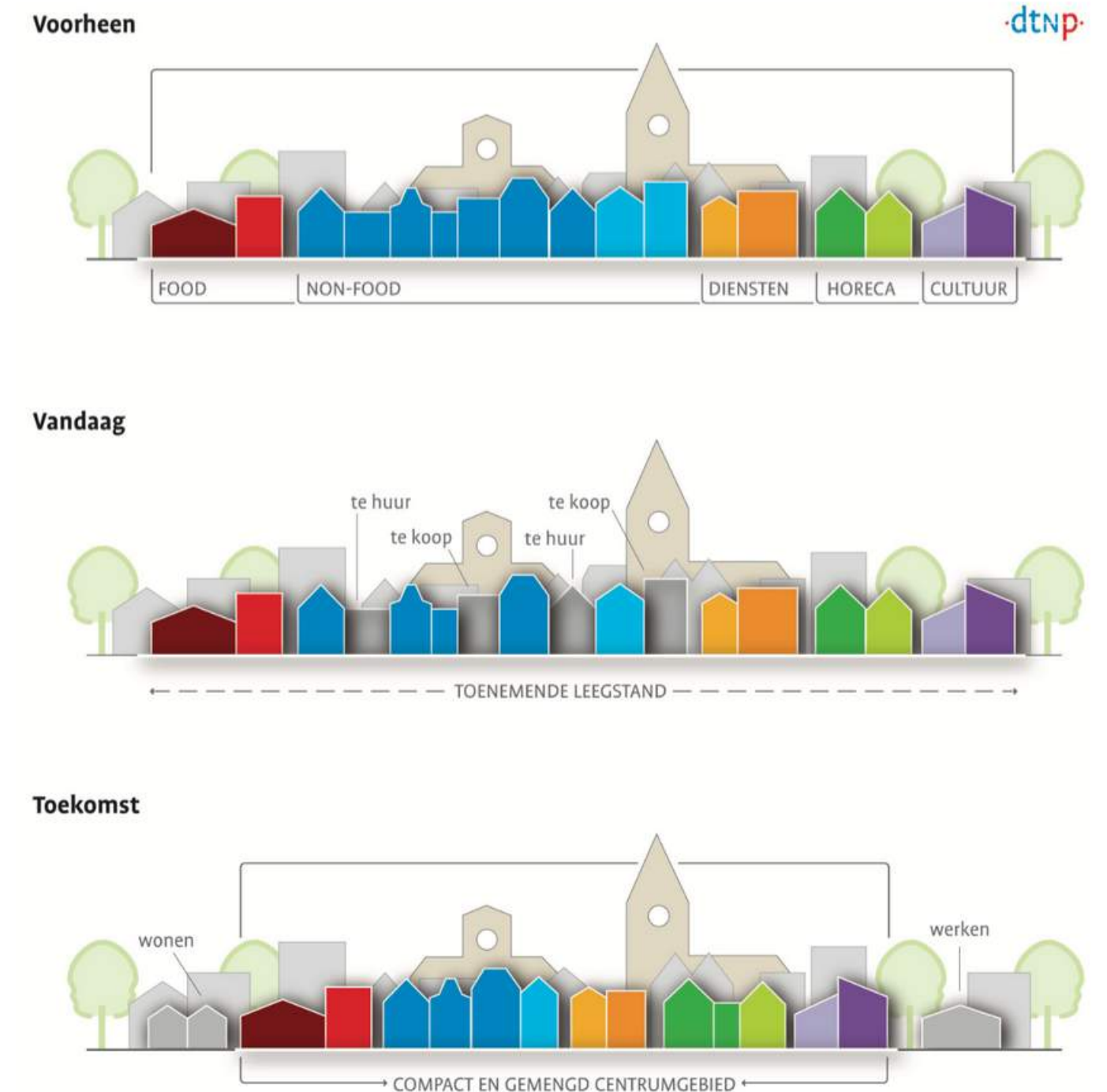


Customization/profielenstudies

TRENDS CENTRA

Samengevat

- Traditionele functie staat onder druk (winkelen)
- Versneld in kleine en middelgrote plaatsen
- Transitie in functie en aanbod noodzakelijk
- Wat zorgt voor een bezoek aan een centrum
 - Compleet aanbod (functiemix)
 - Comfortabel (veilig, aantrekkelijk, gastvrij)
 - Compact (loopafstand, bronpunten, routing)
- Binnenstad is identiteitsdrager gemeente (storytelling)
- Binnenstad faciliteert ontmoeting en interactie
- Binnenstad is levendig tijdens verschillende dagdelen
- Samenwerking de basis



3

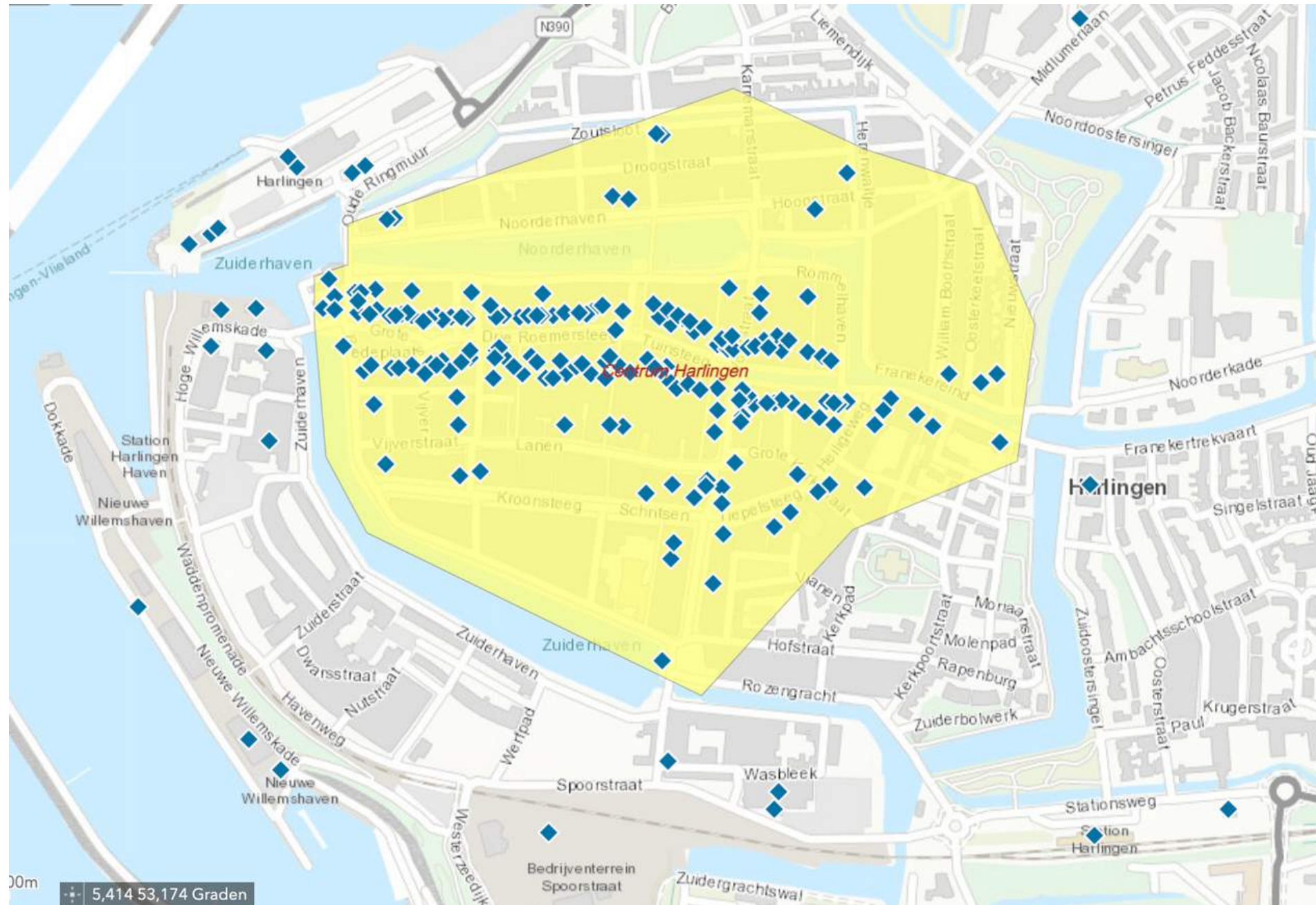
ANALYSES



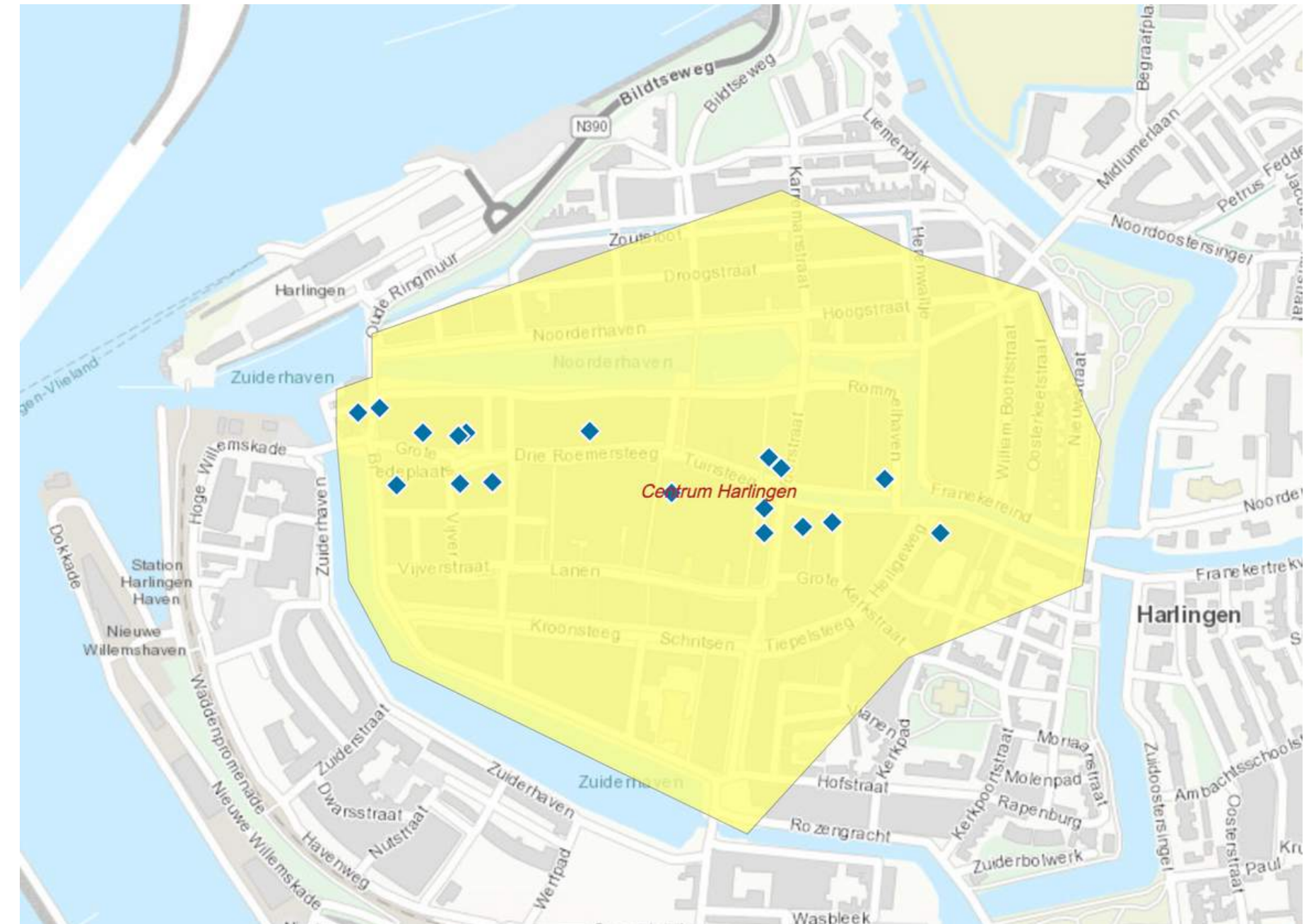
AANBOD EN LEEGSTAND

Samengevat

Bron: Locatus



Alle commerciële functies



Leegstaande panden

☰ Legenda

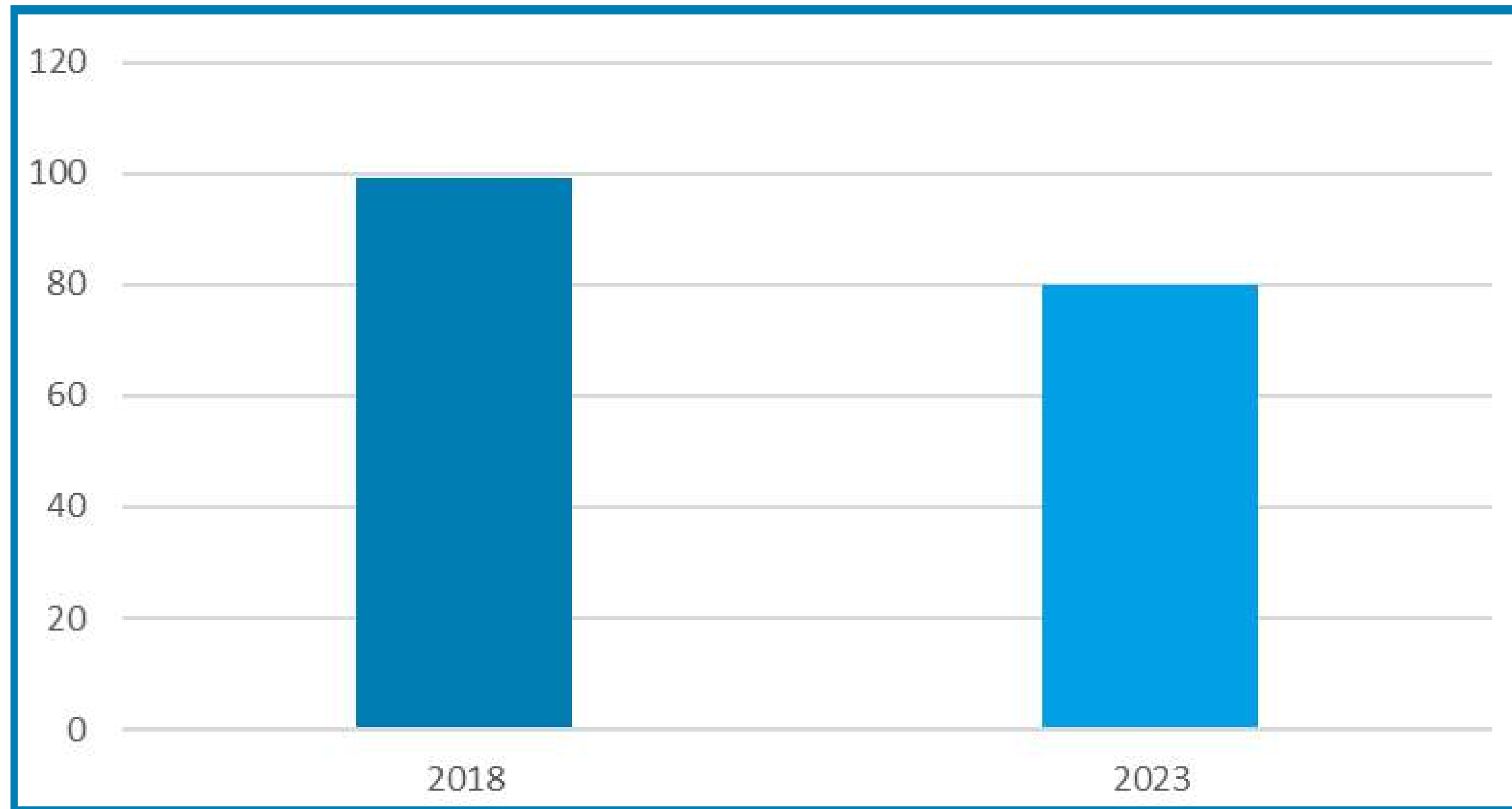
Functie

- Bijeenkomst
- Kantoor
- Industrie
- Gezondheid
- Logies
- Onderwijs
- Winkel
- Woonhuis
- Inrichting
- Sport
- Nuts
- Transport
- Onbekend



2018 VS 2023

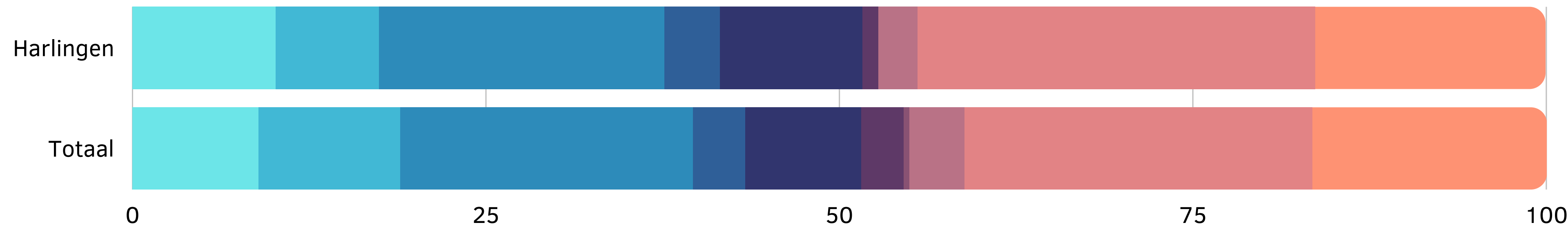
AANBOD DETAILHANDEL CENTRUM



Bron: Locatus

REFERENTIES

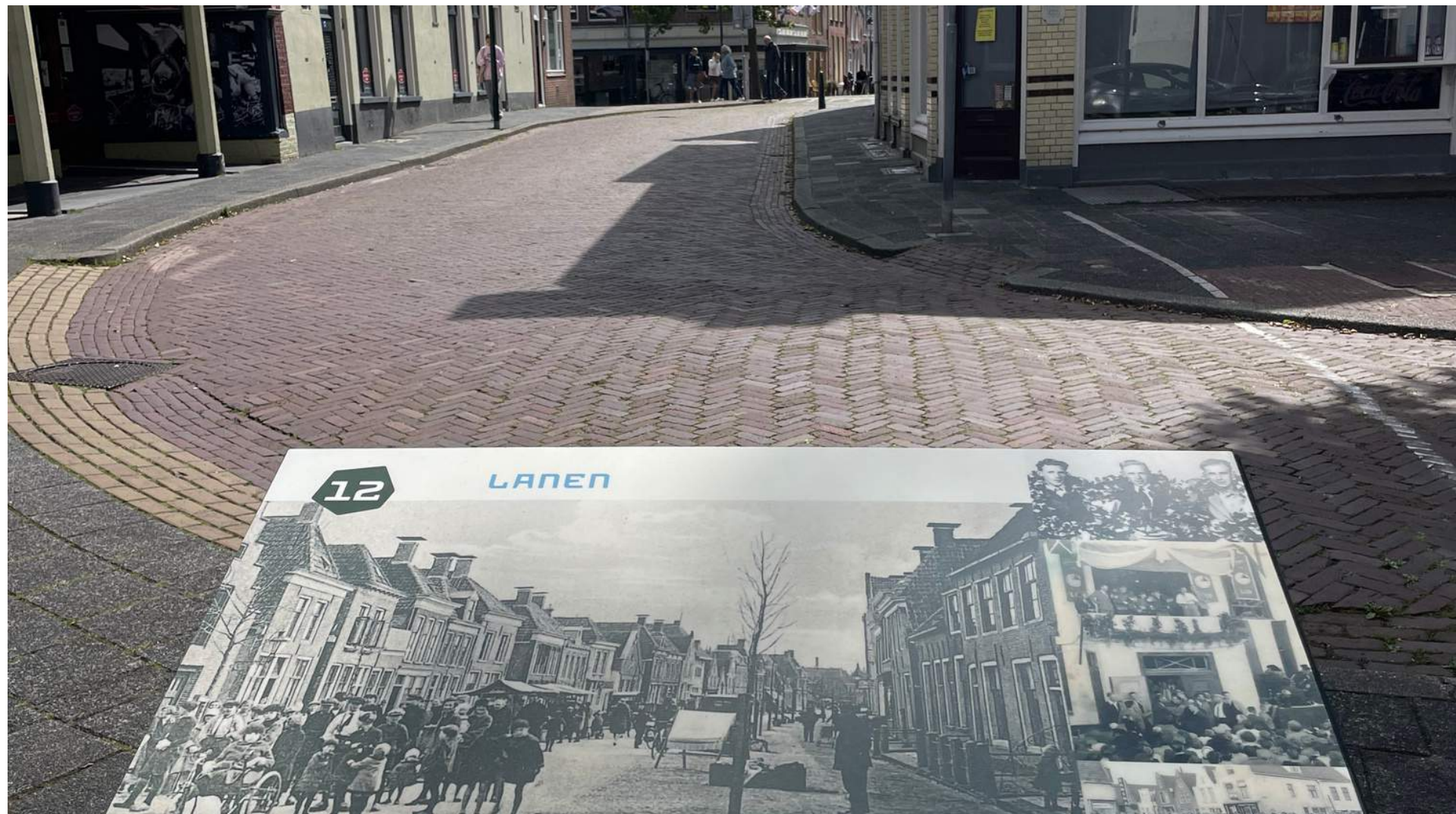
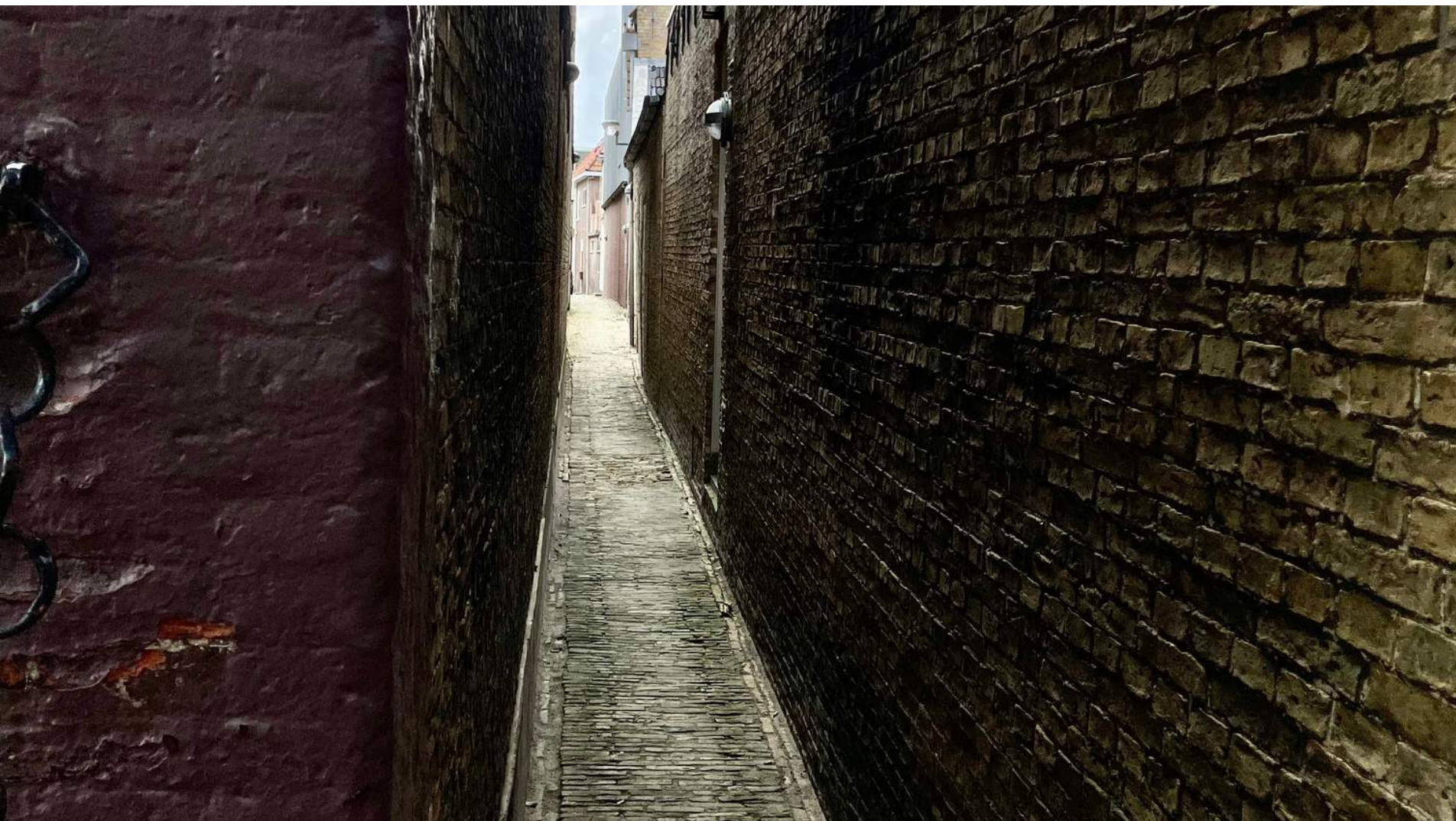
% verkooppunten per groep per centrum



Referenties: Appingedam, Dokkum, Enkhuizen, Grave, Harlingen, Hattem, Joure, Lichtenvoorde, Valkenburg (Limburg) en Zierikzee

Bron: Locatus





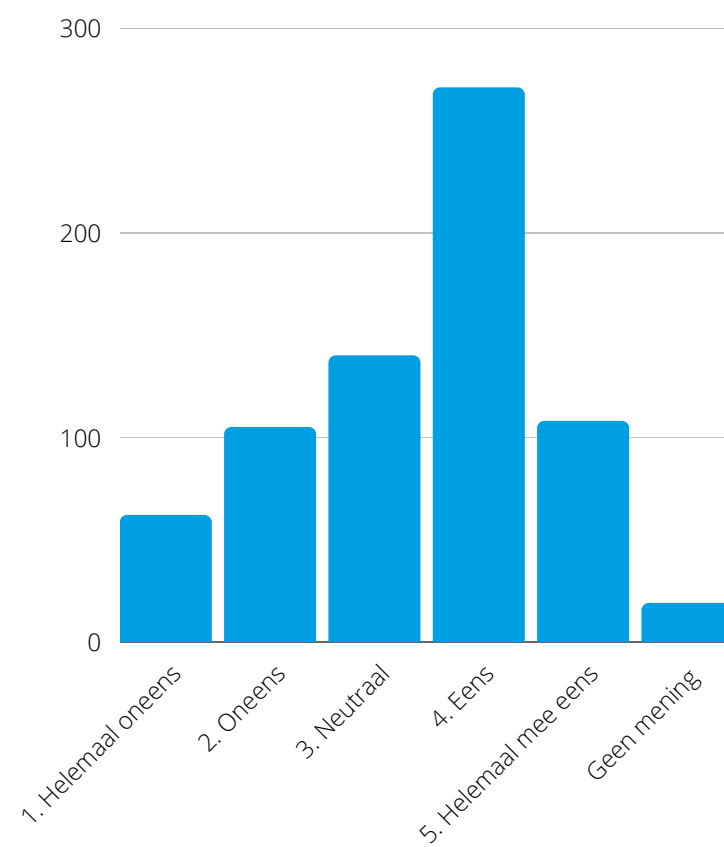




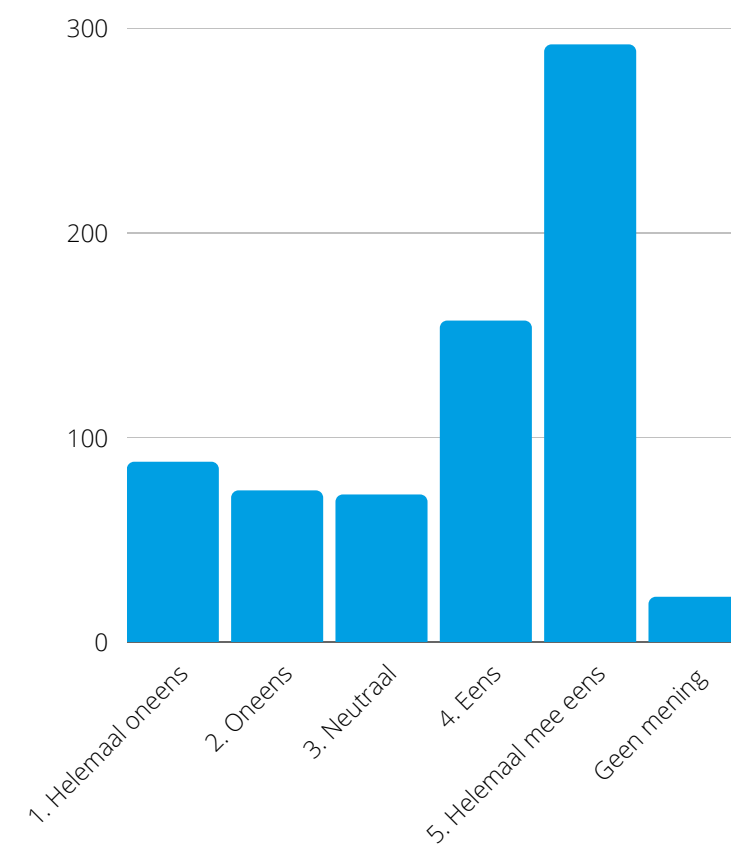
DE MENING VAN DE INWONER

Respondenten: 705

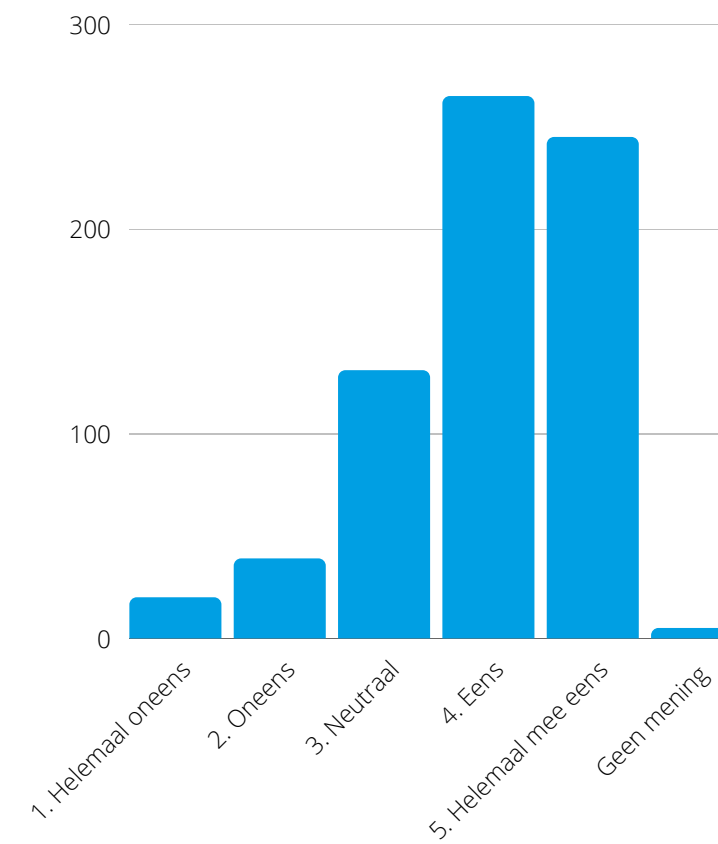
"Het is goed om het fietsparkeren aan te pakken door centrale locaties te benoemen om te parkeren."



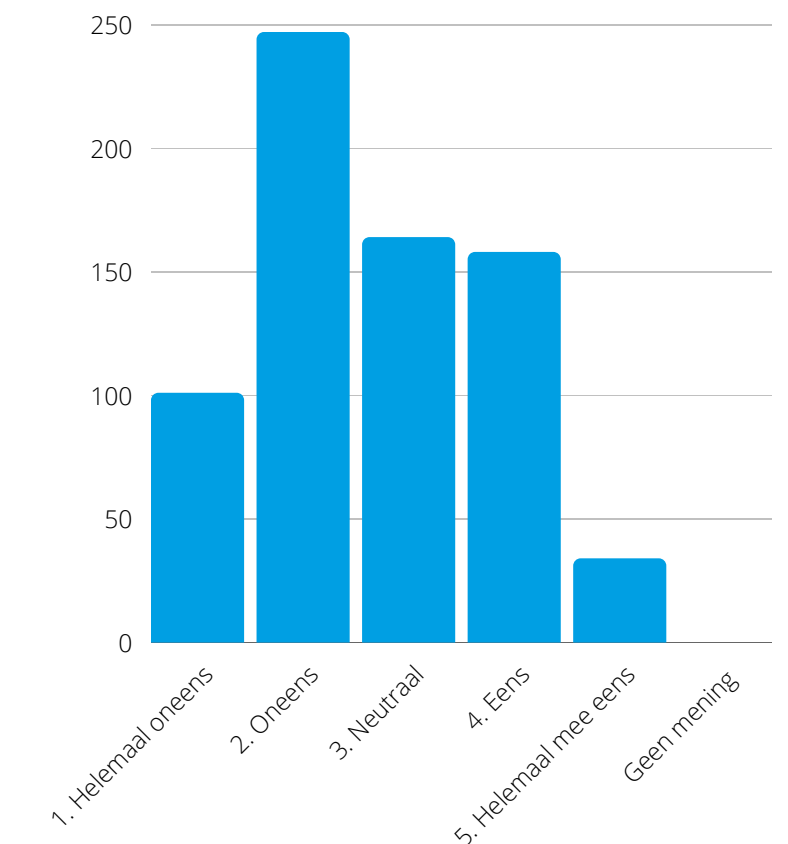
"Het zou goed zijn wanneer de autobereikbaarheid van de Voorstraat wordt beperkt zodat meer ruimte ontstaat voor fietser en voetganger."



"De komende jaren is het belangrijk om te investeren in meer groen."



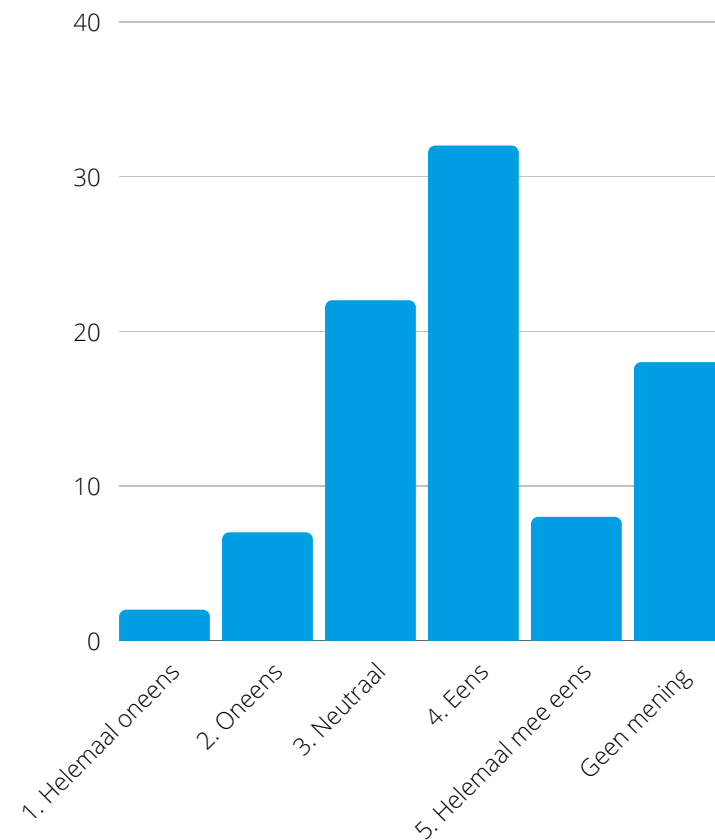
"Het winkelaanbod in binnenstad Harlingen is goed: ik vind er bekende ketens en speciaalzaken."



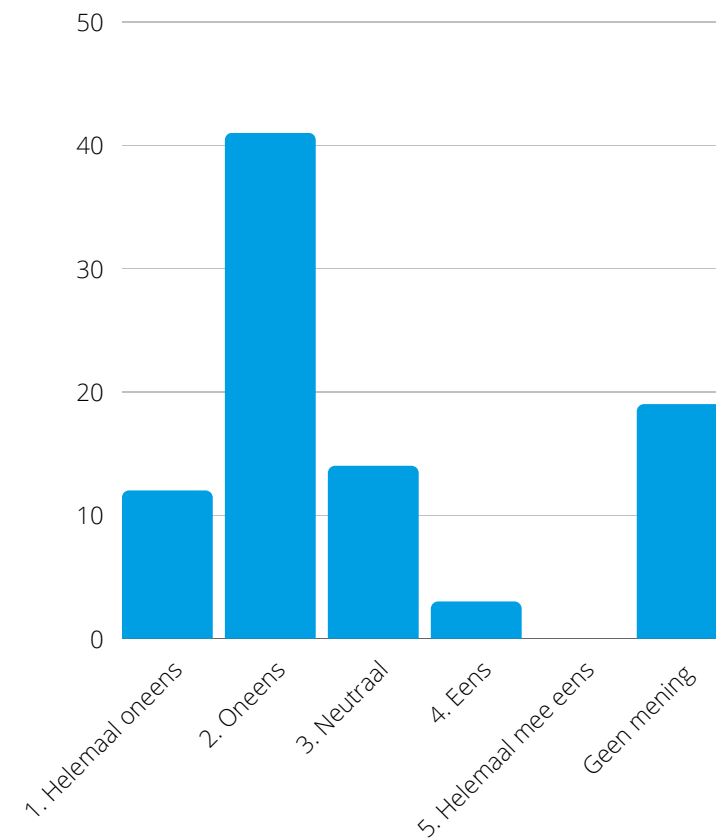
DE MENING VAN DE BEZOEKER

Respondenten: 89

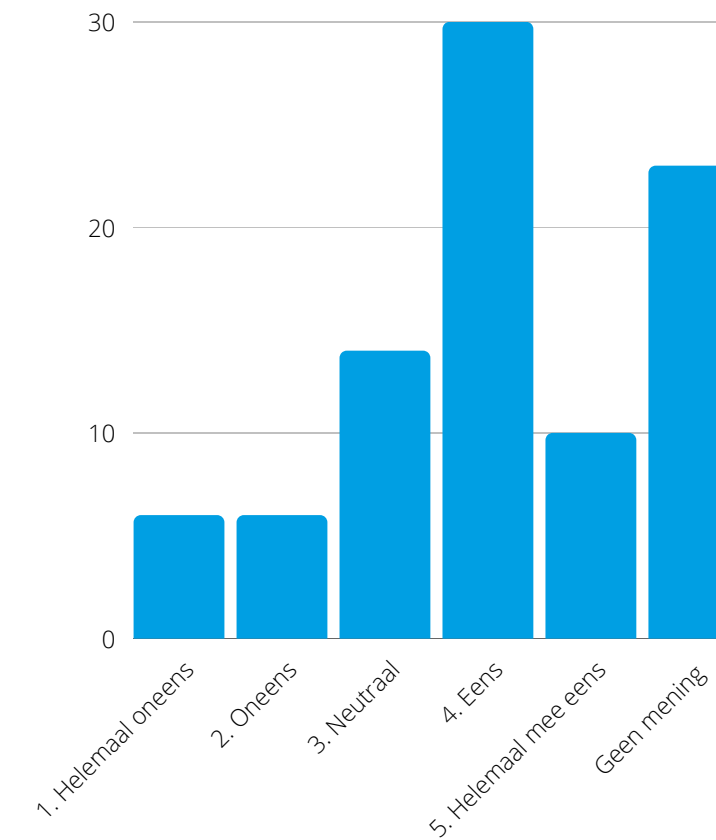
"Het winkelaanbod in binnenstad Harlingen is goed: ik vind er bekende ketens en speciaalzaken."



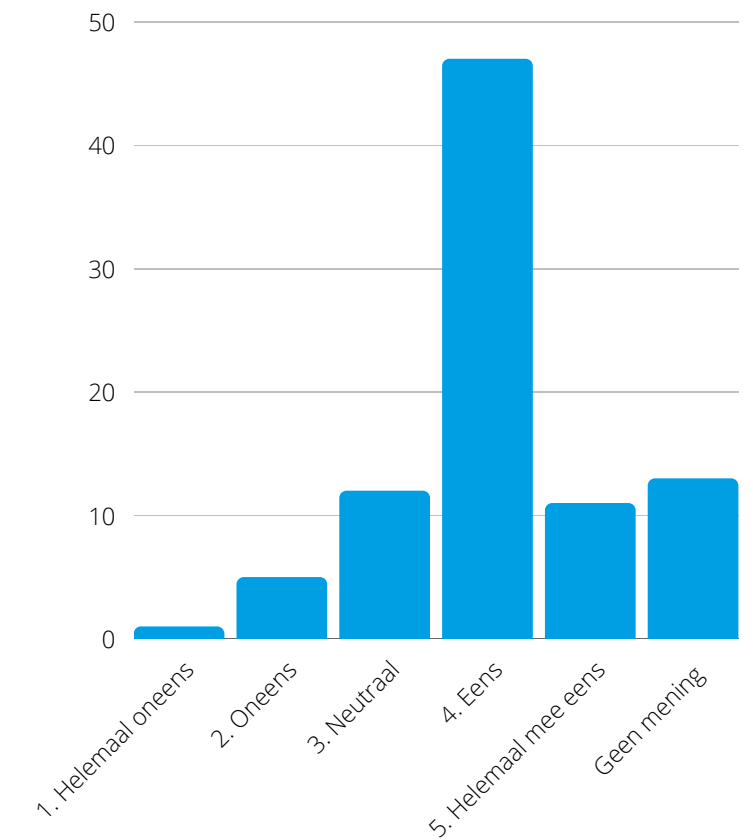
"De winkels in de binnenstad liggen te ver uit elkaar."



"Ik combineer het bezoek aan de winkels in het centrum soms tot regelmatig met recreatieve doeleinden, bijvoorbeeld horeca, het museum of een andere functie."



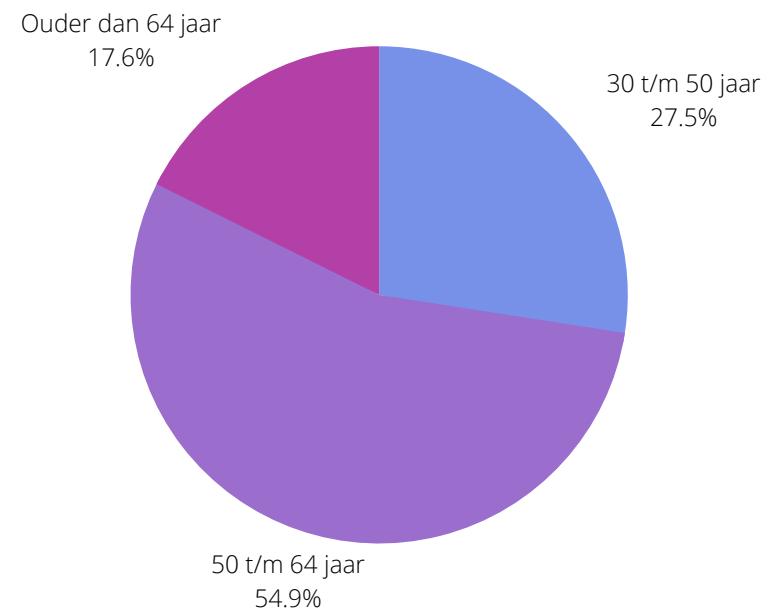
"Het horeca aanbod in het centrum spreekt mij aan."



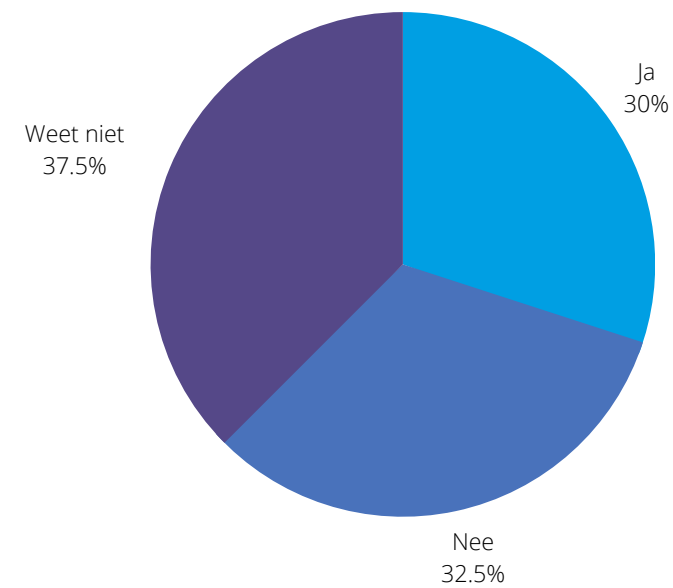
DE MENING VAN DE ONDERNEMER

Respondenten: 52

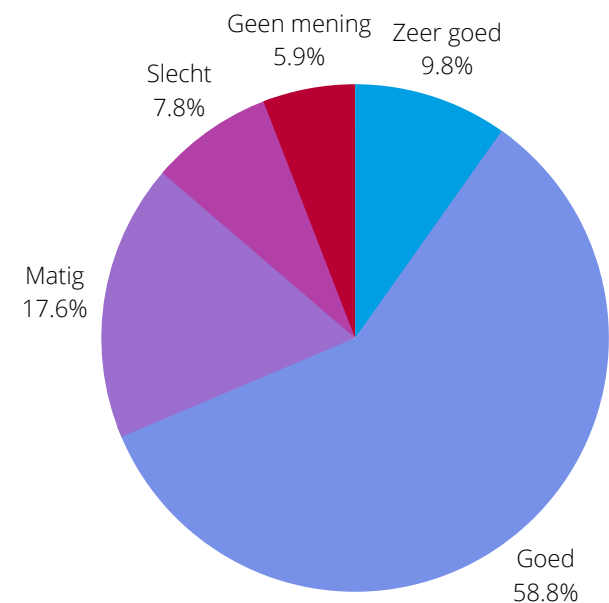
Leeftijd



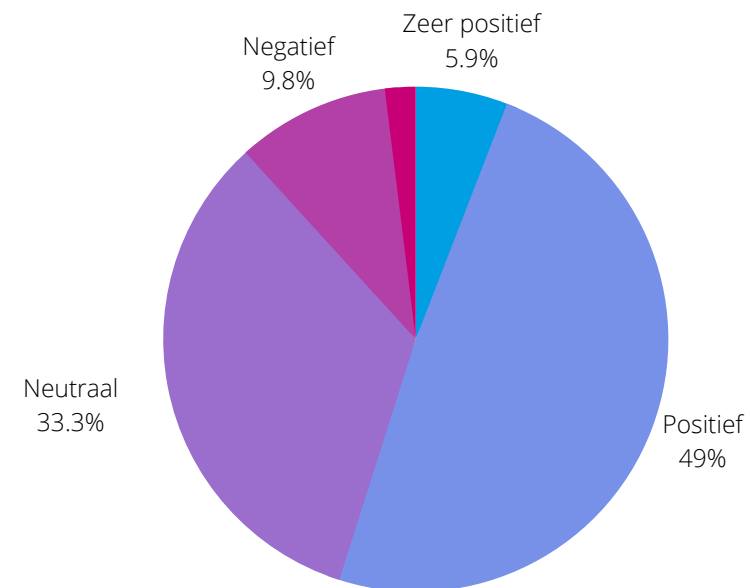
Opvolger voor 50-plussers



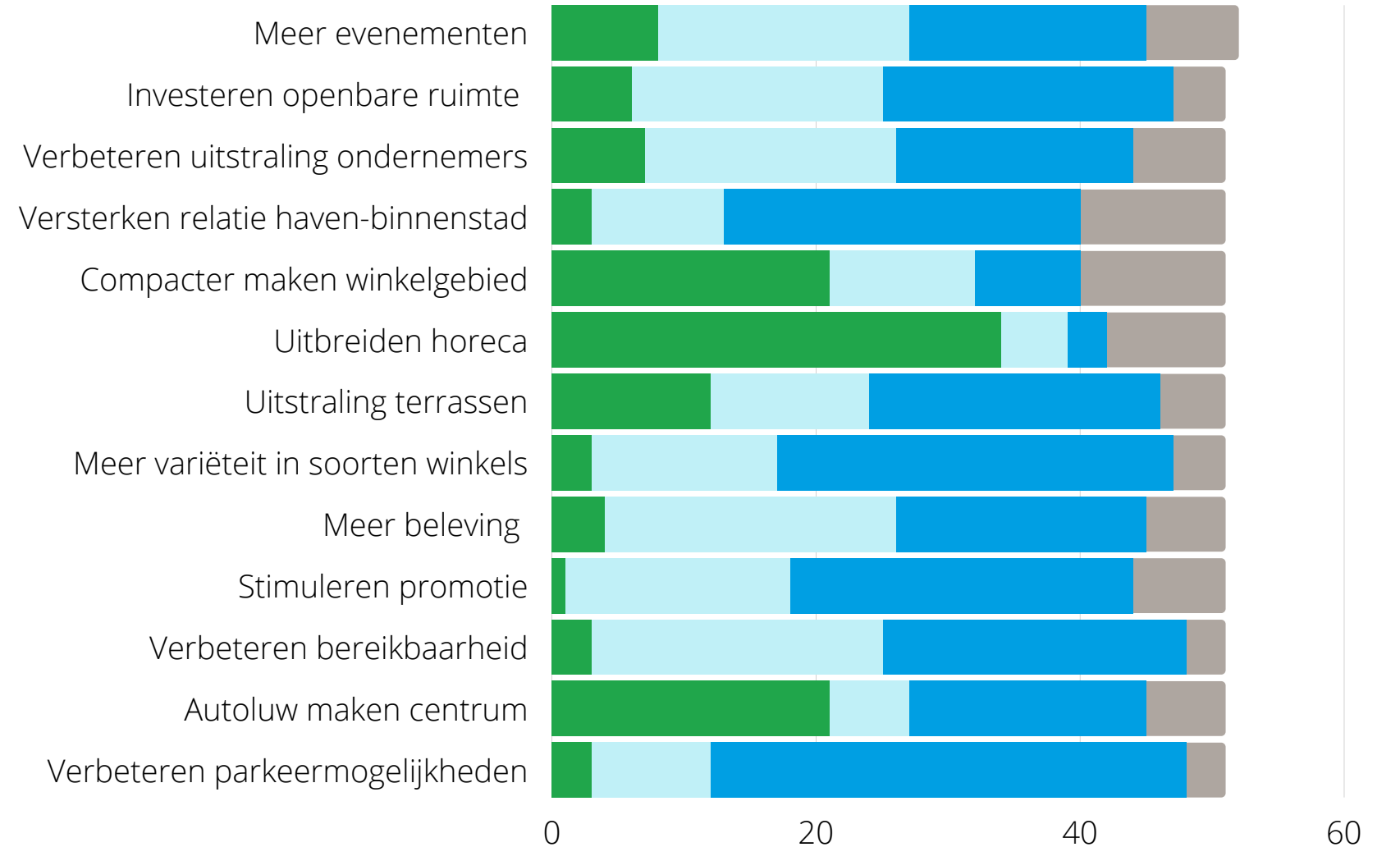
Beoordeling huidig economisch functioneren (omzet)



Toekomstperspectief



Actielijst verbetering centrum Harlingen en prioriteit



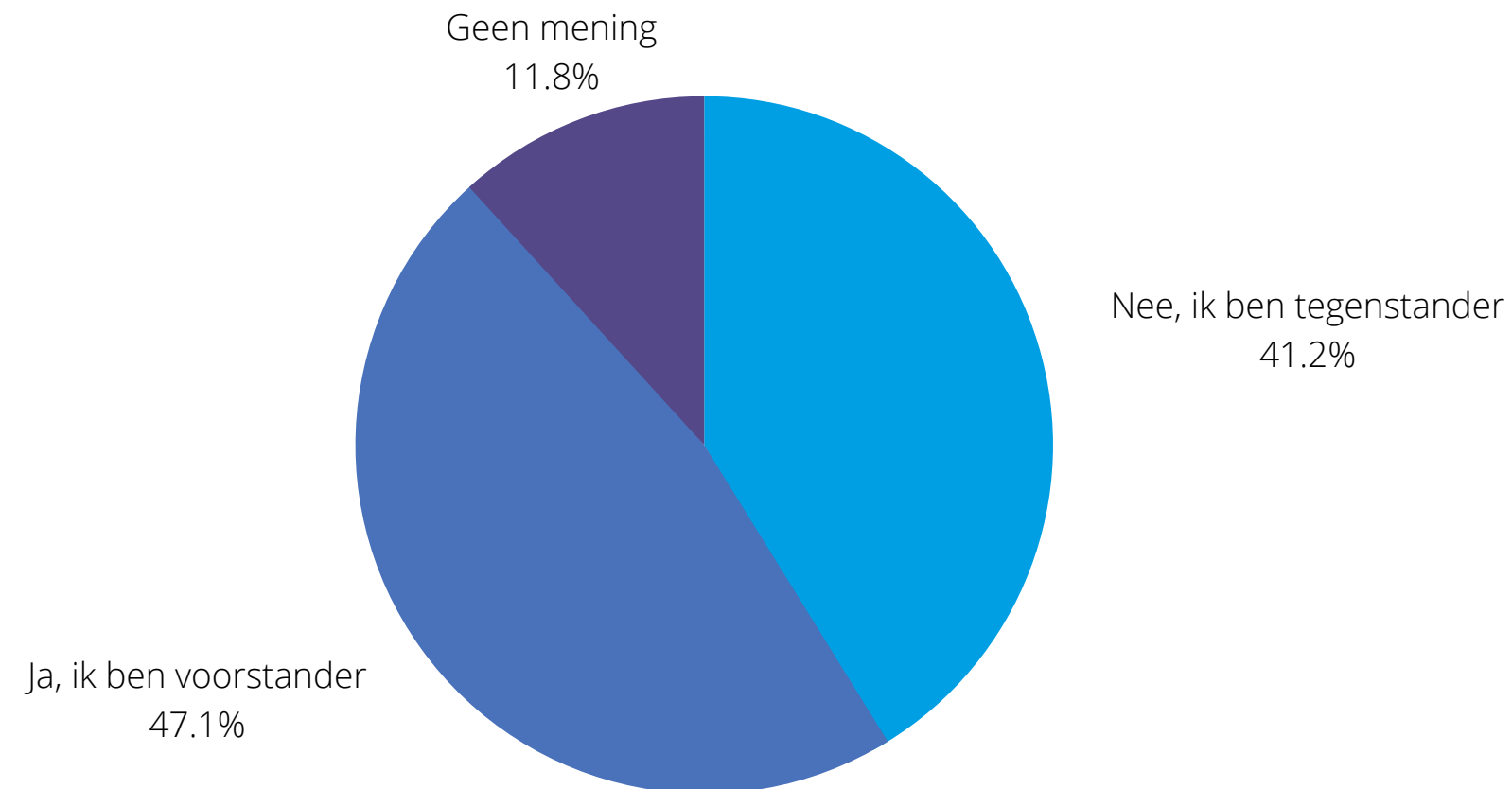
Legenda



→ Aantal reacties

DE MENING VAN DE ONDERNEMER

Houding ten aanzien van autoluw maken Voorstraat



Open reacties voorstanders autoluw

- *Kans op herinrichting d.m.v. groen, pleintjes en terrassen. Al dat blik is lelijk.*
- *De gastvrijheid krijgt daarmee een impuls. Vooral voor gezinnen met kinderen.*
- *In de zomerperiode zorgen auto's alleen maar voor overlast.*
- *Ondernemers aan de Voorstraat zijn bang voor omzetvermindering. Een mooie autoluwe binnenstad levert juist meer op.*
- *De auto in de Voorstraat is helemaal niet nodig. Harlingen is enorm compact.*

Open reacties tegenstanders autoluw

- *Winkels zullen verdwijnen zonder auto. De Grote Bredeplaats is een voorbeeld.*
- *Parkeerplekken voor mindervalide bezoekers zijn van belang.*
- *Voor de oudere doelgroep is het belangrijk dicht bij de winkels te kunnen komen. En die groep groeit in aantal.*
- *De parkeerdruk in de straten rondom zal alleen maar toenemen.*
- *Inwoners kiezen voor gemak. Als er niet geparkeerd kan worden dan komen ze niet meer.*

4

HEMA

Uitgangspunten
vervolg





Functioneel



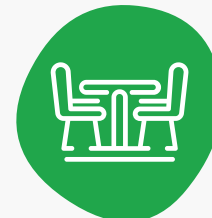
Winkelfunctie krimpt in



Clusteren van winkels naar hoofdstructuur



Leegstand winkels opvangen door diversiteit te versterken



Grote Bredeplaats als centrale plek voor verblijf/horeca



Versterken zaterdagmarkt



Inzetten op transformatie verdiepingen en randen naar wonen - niet op begane grond in kern



Ruimtelijke kwaliteit



De Grote Bredeplaats wordt heringericht als één van de centrale (verblijfs)plekken van het centrum



De Voorstraat als bestemming in plaats van route



Investeer in een herkenbare openbare ruimte waarin verblijf centraal staat



Het versterken van de eigen identiteit



Aanpak van stegen



Routing en bewegwijzering vanaf parkeerlocaties





Ruimtelijke kwaliteit



Terugbrengen Zuiderbrug



Verbeteren van de geveluitstraling en reclamesigning



Aandacht voor erfgoed



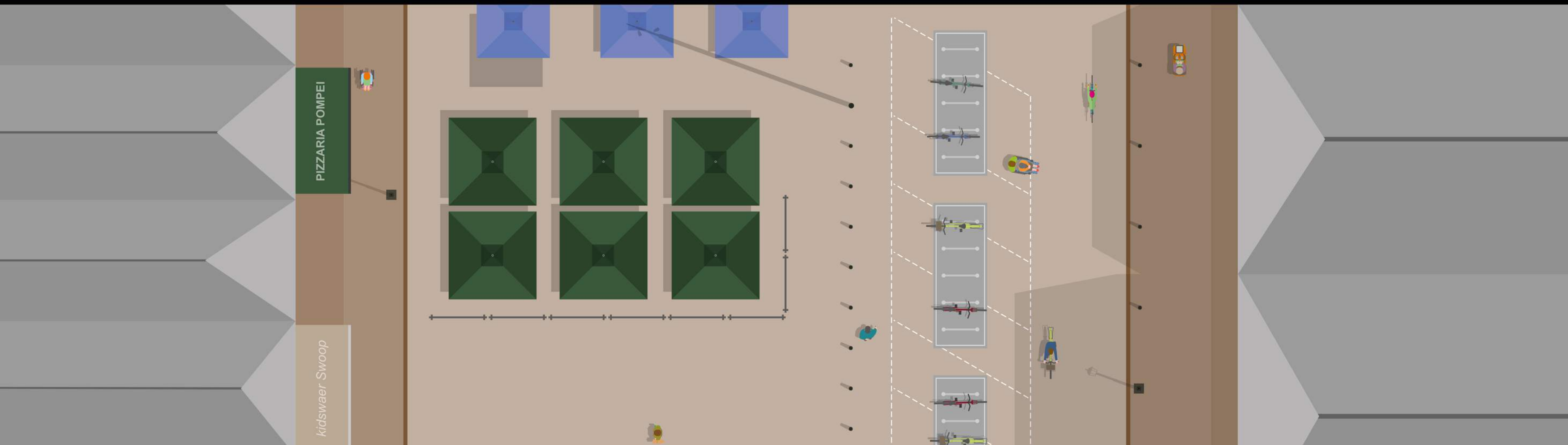
Welkomgevoel kernwinkelgebied verbeteren



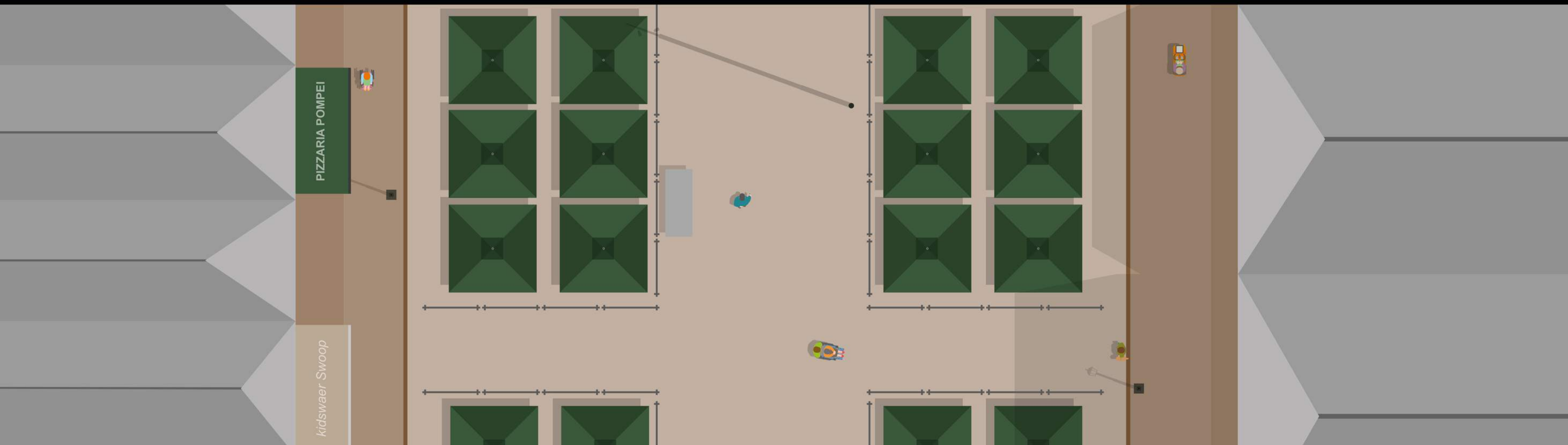
Investeer in duurzaamheid als uitgangspunt



GROTE BREDEPLAATS HUIDIG



ONTWIKKELVARIANT A: TERRASSEN AAN ZIJKANTEN EN VRIJE ZONE IN HET MIDDEN



REFERENTIES



ONTWIKKELVARIANT B: TERRASSEN AAN ÉÉN ZONZIJDE EN MEER GROEN AAN SCHADUWZIJDE



REFERENTIES





VOORSTRAAT
HUIDIG



**IMPRESSIE
PERMANENT
AUTOVRIJ**



REFERENTIES





**IMPRESSIE AUTOVRIJ
TIJDENS SEIZOEN
EN/OF OCHTENDEN**



**IMPRESSIE MINDER
PARKEREN**

REFERENTIES



Mobiliteit



Afbouwen van (doorgaand) verkeer Voorstraat



Maatregelen voor afwikkelen verkeer



Permanente autovrije Bredeplaats



Verandering aanpak bewonersparkeren

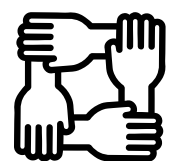


Impuls fietsvoorzieningen



Uitbreiden venstertijden





Samenwerking & marketing



Doelgroepmarketing



Samenwerking en organiserend vermogen versterken



Financiering via fondsvorming



Van marketing naar branding

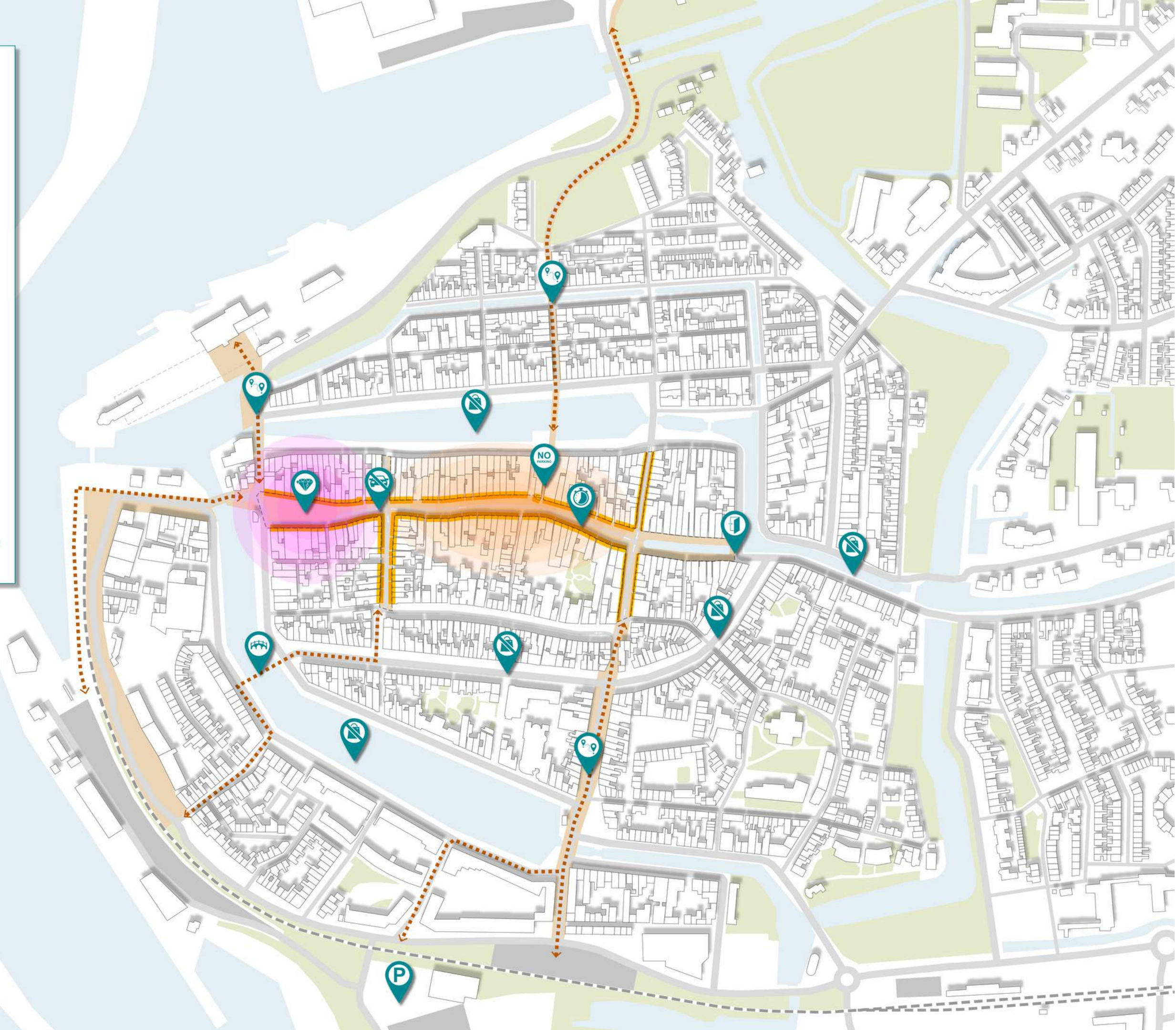


Gastvrij en vriendelijk



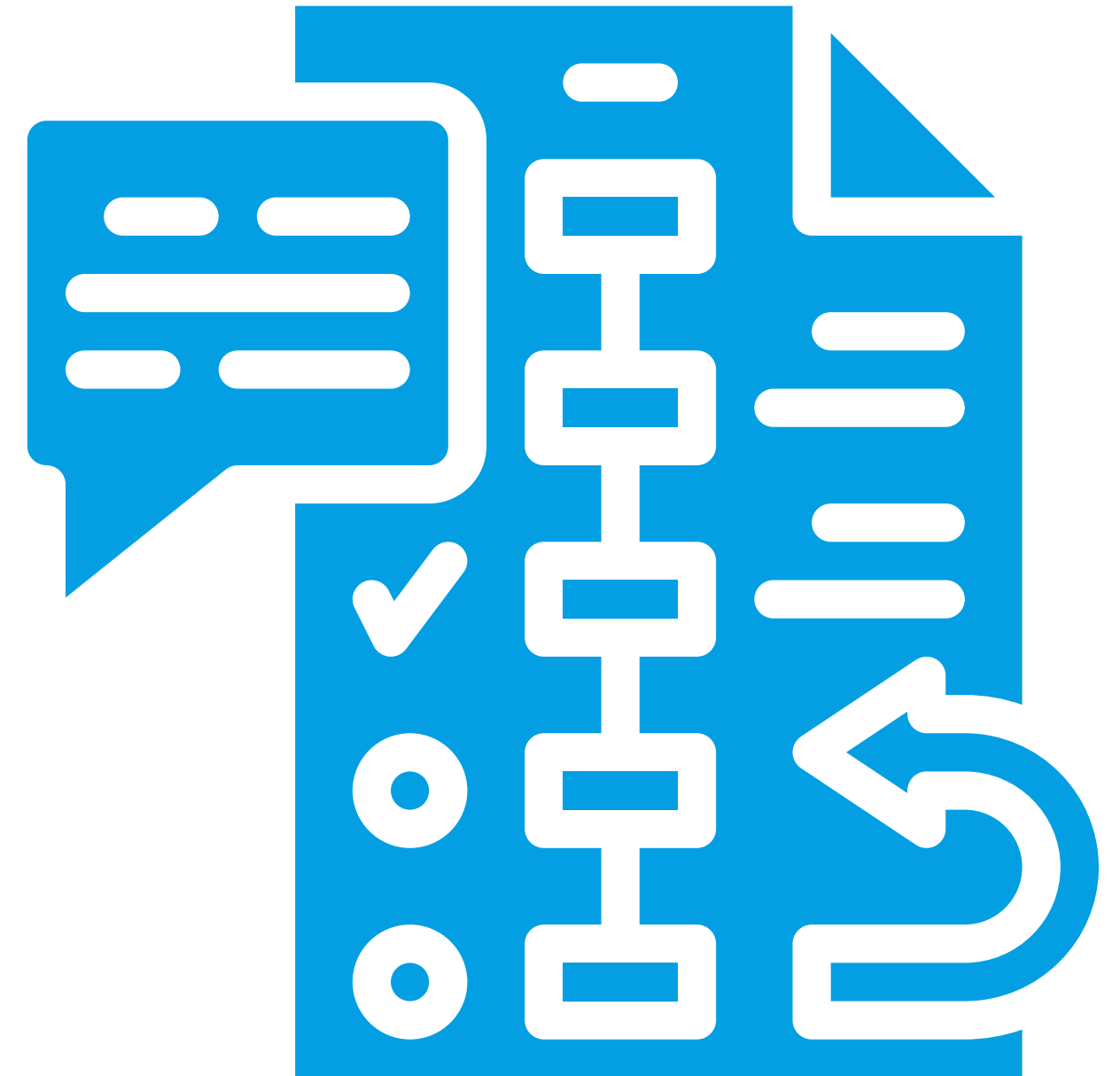
LEGENDA

-  Realiseren verblijfsplek
-  Versterken wandelroute
-  Nabadrukken entree
-  Inzetten op transformatie
-  Grote Bredeplaats autovrij
-  Invoeren venstertijden
-  Toevoegen parkeerlocatie
-  Verwijderen van fietsen
-  Terugbrengen Zuiderbrug
-  Winkel-cluster
-  Horeca-cluster
-  Wandelverbindingen
-  Openbare plinten
-  Water
-  Openbaar groen
-  Infrastructuur
-  Parkeren



HOE NU VERDER?

- Aanscherpen analyse rapport
- Verdiepende bijeenkomst Voorstraat en Grote Bredeplaats
- Informeren college en raad
- Opstellen visie rapport met concrete acties
- Brede presentatie
- Vaststellen in college en raad



Contact

Mail

info@stadskracht.nl

Website

www.stadskracht.nl