

Vergadering	: 4 de Rondetafelgesprek CM-initiatieven (na 2012 gestart)
Datum	: 22 november 2017
Tijd	: 10.00 – 14.00 uur
Verslaglegger	: Monique Rijkers
Aanwezig	: Zie presentielijst
Gastheer	: CM Drunen, Plein 13 Drunen

Welkom

Alle aanwezigen worden welkom geheten door de voorzitter Wim Aussems. Speciale dank gaat naar de gastvrouw Monique Rijkers, Kernmanager Drunen en Bistro Plein 13. We zijn met een mooi formaat groepje, om iedereen aan bod te laten komen. De concept agenda is redelijk lang. Sommige onderwerpen kunnen misschien niet aan bod komen.

Voorafgaand aan de vergadering eerst even de afstemming of iedereen de mail ontvangen van:

- Uitnodiging van Hart van de Zaak (Een project van de provincie om 4 dorpskernen naar de volgende fase te krijgen). Er staat een slotbijeenkomst gepland. Heeft iedereen die ontvangen? Het wordt gehouden op donderdag 7 december 2017 in de Efteling in Kaatsheuvel om 11.00 uur.
- De dag in Eindhoven van Fontys. Daar is een dag met als thema: Back to school. Dat is woensdag 13 december 2017. Lijken erg interessante onderwerpen.

Overigens is deze laatste bijeenkomst gepost op de Facebook groep Retailplatform Brabant. Dat is een geheime groep, gaat over boeken die interessant zijn voor ons als leden, interessante congressen, etc.. Om erbij te komen graag op FB vrienden worden met Annemiek Verstappen en zij voegt je dan toe aan de groep.

Er bestaat ook een website: www.retailplatform.nl. Daar is een besloten gedeelte op. Ga naar deelnemers > en inloggen doe je met het wachtwoord: GuusMeeuwis1972 (2 hoofdletters). O.a. onze verslagen komen in dat besloten deel.

AGENDA:

1 Wat is de bijdrage van gemeentes?

Meer en meer zie je de trend opkomen dat het centrummanagement steeds meer een verlengstuk is van de gemeente. Er zijn centra waar iedere euro die door een ondernemer wordt ingelegd, de gemeente een euro bij legt. Maar reclame belasting is een fragiele manier om te heffen. Welke gemeentes hebben dat ook? Welke colleges en raadsbesluiten liggen hieronder? Dit kan erg interessant zijn om te hebben; immers daar staan de argumenten in waarom een gemeente meefinanciert.

De voorzitter vult als eerste samen met de aanwezigen een overzicht in. Het betreft de basis waarop gemeentes belasting heffen, in welke vorm gebeurt dat, wat zijn de perceptiekosten, het budget, de hoogte van de bedragen, etc.. Dit document wordt komende weken en maanden compleet gemaakt en komt tot ieders beschikking.

Opmerking: wanneer iemand overweegt BIZ in te voeren, staat er veel informatie op de website van www.ondernemersverenigingsterckmerk.nl

2 Pro actieve leegstand. Welke initiatieven worden er meegenomen?

Nuenen: Ondernemers: 120, Gesloten: 2 dicht gegaan, Open: 12 in 5 maanden (inclusief 2 dag horeca: koffiezaakje en broodjes) Het idee is dat de leegstand komt door veel nieuwbouw. Er stond al wat leeg. Toch is besloten te bouwen. Vanuit de werkgroep is een enquête gehouden, met alle belanghebbende gesproken en actief benaderen. Welke branches willen we erbij?

Verder het eerste jaar een aanpassing van de huur. De aanloophuur is een stuk lager, zelfs minder dan de helft. Dat gaat nu werken. Ook is gezocht naar een goede branche: dat wil zeggen één die niet binnen 1 jaar failliet is. Er is gekeken naar winkels met een onderscheidend vermogen en geen ketens. Bijvoorbeeld een ondernemer die Portugese koekjes bakt, had maar 75 m² nodig. Dan wordt het eigen netwerk gebruikt. We zijn er ook echt actief mee aan de slag gegaan en zo lukt het om er beweging te krijgen. Er is ook steeds goed gekeken naar de driehoek: ondernemers, gemeente en vastgoedeigenaren. Dus investeren in de juiste branche met vastgoed eigenaren en de huur aanpassen. Gericht op jonge en startende ondernemers, in een goede branche en die is een aantrekkelijke huur geboden.

Grave: Iedere ondernemer is in een mailbestand gezet. Daar zijn geen ketens aan toegevoegd. We hebben gekeken naar mensen waarbij de verdienste niet het belangrijkste is. Bijvoorbeeld een tweede hands kledingwinkel door een vrouw waarbij de man een goede baan heeft. We hadden veel lege pandjes, waaronder zelfs cafétjes die leeg stonden. We zijn begonnen met een boekje te maken en die via de economische afdeling van de gemeente te verspreiden. Daar schort het ook vaak aan: mensen die een zaak willen starten zijn soms kleine huurders. Die worden afgeschrikt en haken af. Dat vangen we op. Alles dat beschikbaar was, is gevuld. Vooral veel jongeren. Samenvattend; op kleine schaal de helpende hand bieden. Alles documenteren. De gemeente realiseert zich niet dat Grave een kleine binnenstad is, je moet luisteren als gemeente naar de nieuwe huurder. Mensen worden aan de hand meegenomen. En wij regelen bijvoorbeeld een pijp op een dak bij een nieuw te starten restaurant. Zijn de spil tussen gemeente en ondernemer. We hebben ook ingezet op een goede doelen winkel. Er daar is het steeds erg druk. De Goede doelen winkel ging over weeskinderen. Propvol was het er; mensen kwamen spullen halen en andere mensen kwamen brengen. Vraag: Betalen die reclamebelasting? Daar zal wel een uitzondering voor zijn gemaakt. Bij de gemeente dringen we ook aan dat zij de functies van vroeger als dokter, bibliotheek, apotheek, etc.. weer terughalen naar het centrum. Voor de winkeliers maakt het feitelijk niet uit wat erin zit, als het er maar goed uitziet... Zo hebben we zelfs vier brocante winkels die weinig aan PR of marketing doen, maar dat wordt opgepakt door cm en ondersteund. En zo versterkt het elkaar zelfs.

Loon op Zand: heeft inmiddels 3 panden leegstaan. Dat lijkt niet veel, maar Loon op Zand heeft maar een beperkt aantal winkels en 6.000 inwoners. Dus het valt erg op. Er is overleg geweest met de eigenaar van het winkelcomplex. Die kende de problematiek niet echt. Werkt nu wel mee om acties te ontplooiën ter voorkoming van de leegstand.

Winkels zijn meer dan vastgoed en winkels. Winkelen is een combinatie van alle functies. Er is

iemand aan het afstuderen over het brein in relatie t.o.v. winkelen.

Het is voor de gemeente om hier de regie in te nemen. Zij kunnen dat niet, maar kunnen wel werken aan de sfeer in de openbare ruimte.

BoZ: ziet en hanteert een brede aanpak. Er moeten niet alleen winkels in de kern zijn. Gemeentes worden flexibeler. 3 zones met ieder zijn/haar karakter. Dat wordt niet gedwongen, maar wel gepromoot. Het gaat erom dat het pand is gevuld. Als mensen door de stad lopen met veel leegstand: vinden ze helemaal niets... Beter iemand dan niemand.. Het gaat er om gevulde panden te hebben. Zelfs een 'spatader-winkel'. Het blijkt dat mensen na een bezoekje aldaar zich willen verwennen. Er komen nu ook beautysalons, etc.. Veel nieuwe type combinaties van winkels. Nu zijn er veel ouderen, maar inmiddels ook al ook jongeren. Combi's ouderen en jongeren. Afslankstudio, etc..

Gemeentes moeten kernwinkelgebied inkrimpen. Niet toestaan dat van een woonkamer een winkel wordt gemaakt. Die winkels moeten naar het centrum komen. Zo wordt het winkelgebied ingekrompen: compact maar wel goed vol. Aanmoedigingsbeleid richting kern en ontmoedigingsbeleid naar buiten.

Schiedam heeft een Feest der leegstand gehouden. Daar worden vastgoedeigenaren aangeschreven en die MOETEN binnen en bepaalde tijd reageren. Er is daar een binnenstad waar iedereen informatie kan aanvragen. Zo zijn er 28 winkels geopend. Het is heel zichtbaar gemaakt met stroken erop. Verder hebben zij ook Retail Academy, waar cursussen voor pas beginnende winkels gehouden worden.

Bladel Er is breed onderzoek gedaan vanuit MRE. Met een keihard advies om 20% meters uit detailhandel te halen. Krimp je winkelgebied in. Anders ontstaan er andere gebieden. Het resultaat daarvan kan zijn dat het centrum het niet haalt, maar kleine gebieden evenmin.... Samenvatting: altijd genuanceerd luisteren. Van meer naar beter.

3 hoe benut je de aankomende verkiezingen?

Om je punt te kunnen maken en beleid in te zetten nu jezelf in de politiek naar voren schuiven. Er is een lijst met aanbevelingen gemaakt. Die is naar alle politieke vergaderingen gestuurd, etc.. Nu is het moment om de politiek te bespelen en aan te schuiven bij de Commissie vergaderingen. Ben op tijd voor verkiezingsprogramma van alle partijen! Wat zijn ontwikkelingen in de Retail? Linda heeft het zwart wit neergezet en doorgestuurd naar vergadering. Wanneer eind maart de nieuwe raadsleden benoemd zijn, gaan zij opnieuw in gesprek. Niet alleen voor nu, maar ook voor volgend jaar. Gedurende 2018 staat het detailhandelsbeleid bij provincie hoog op de agenda.

Belangrijk is dat het coalitieakkoord heel duidelijk op de agenda staat. Ieder politieke partij moet daarvan doordrongen zijn. Je moet dat in de verkiezingspartijen krijgen. Wanneer het centrum achteruit gaat, gaan ook de voorzieningen achteruit als bibliotheek, muziekscholen, etc.. Daarna gaan de buslijnen weg. Dat wordt nu alleen aan de ondernemers overgelaten. Die moeten dat regelen. Maar het gaat feitelijk over leefbaarheid en identiteit. Daar moeten we de dorps- of stadskern voor ogen houden. De centra zijn in grote mate bepalend daarvoor.

4 Toerisme en recreatie (T&R): koppeling met centrum

Toerisme en recreatie cq. vrije tijds besteding wordt steeds belangrijker. Lekker fietsen en wandelen. T&R moet je proberen te knopen aan de centra. De toeristen belasting (tb) wordt geheven om service te bieden aan de toerist. Je kunt het ook omdraaien. Tb wordt gebruikt om er proactief mee om te gaan. In Loon op Zand bijvoorbeeld gaat de tb richting een miljoen euro per jaar. € 750.000,- per jaar gaat in de algemene kas. De afspraak is gemaakt dat alles wat boven die € 750.000 uitkomt, ook echt in wordt gezet voor de toerist. Waar heb je het over? Wat is het verblijfsgebied? Een centrum hoort toch ook bij T&R! In deze gemeente is sinds kort Bosrijk: 1500 bedden. In mei ging het Loonse land open (grote hotel) weer 1000 bedden. Bed & Breakfast erbij, samen gaat het snel naar 1 mio € toeristenbelasting!

Vraag: Hoe krijgen we de tb zo ingezet dat dit ook budgetten zijn waar het centrum van kan profiteren? Door evenementen, activiteiten, wandelroutes, etc..

Oisterwijk (O!) hebben een centrummanager en een buitengebiedsmanager. Er bestaat ook een platform T&R, gemeente, alle bedrijven samen? Samenwerking door citymarketing. Zij zijn gestopt met de VVV. Zijn initiatieven aan het nemen, er is een wethouder bij die toezeggingen kan doen (en doet). En er is budget. € 10.000 of € 15.000 per project. Het subsidie potje is wel eenmalig. Hopen dat gemeente gaat zien dat dat terugkerend moet zijn.

Citymarketing is feitelijk gemeente breed. Er zijn 3 pijlers: ict stad, jonge gezinnen stad en beste Oisterwijk. Belangrijk is de aanbod verbetering, marketing en PR. Roosendaal brengt in kaart wat hun steractiviteiten zijn? Dat gaat onder de noemer citymarketing, dat door een bureau wordt gedraaid. Het gaat veel breder dan centrum alleen. R&T en vastgoedeigenaren erbij en kruisbestuiving realiseren. Ook bewoners worden daar vaak bij betrokken.

Geldrop en Valkenswaard gaan een citymarketing stichting oprichten in aansluiting met gemeente. Het centrum is het grote aandachtspunt. Bedden etc. worden benut om mensen naar het centrum te krijgen.

Loon op zand: hier willen ze de budgetten van CM onderbrengen in het platform van de toerisme. Maar dan wel gelabeld voor het centrum. Het model wordt dan een kopie van Breda (start per 1 januari 2018) die gaan werken met de tb en zo krijgen ze funding vanuit de cm. Stichting heeft contact met een z.g. programmaraad. Stichtingsbestuur is juridisch verantwoordelijk. Belangrijk is wie er in de programmaraad zit. Partijen als Koninklijke horeca NL, groeps accommodatie, campings, en de gemeente. Op deze manier is er een connectie met de gemeente. Reclame belasting komt er zo in. De ondernemingen bepalen wat er gaat gebeuren. De ondernemers weten als beste wat er moet gebeuren. Bij Helmond werkt het zo al een tijdje.

5 Hoe kun je horecaondernemers betrokken krijgen bij CM?

In Nuenen nodigen ze natte en droge horeca uit om verder te kijken dan het eigen terras. Parkeren is bv 150 mtr van het terras. Daar hebben ze zelf profijt van. Ook wordt aan afval gewerkt en interesse voor duurzaamheid wordt groter. Horeca maakt het centrum levendiger. Terwijl de horeca ondernemers het idee hadden dat zij er niet bij horen en bv terrassen niet schoon waren. Nu dat is omgedraaid spreekt men elkaar zelfs aan. Bijna altijd heeft horeca het meeste profijt.

In Helmond is een aantal horeca ondernemers heel actief. De rest niet. Eens per maand is overleg met ondernemers. Daar zitten ook horeca ondernemers bij. Zelf ook overleg met Koninklijke horeca NL en Horeca Helmond.

De terrassen zitten vol. Verder weinig interesse. Veelal speelt de mentaliteit: what's in it for me en niet: What's in it for us...

Op zich kan dat worden uitgelegd. Maak Quick wins duidelijk. Bijvoorbeeld door gezamenlijke afvalverwerking per maand tussen de €15 en €100 minder betalen, gezamenlijk nieuwe website opzetten, pak eerst het rijpe fruit en tegelijkertijd zijn ze ook bezig met plannen voor de lange(re) termijn. Is er een probleem? Dan wordt het in minder dan 3 maanden aangepakt en binnen 6 maanden opgelost. Zo gaan mensen meer winkelen ipv boodschappen doen.

Er gebeurt veel werk achter de schermen: op FB en Twitter. Jaarlijks wordt een overzicht gemaakt van wat hij gedaan heeft: fact sheet: dit hebben we gedaan en dat bereikt. Het werkplan wordt gemaakt, verantwoordelijkheid nemen. Er zijn wel meer bestuurders dan ondernemers.. zichtbaarheid is prio 1. Leer het loket kennen!

6 Vergunningen en verzekering (beroepsaansprakelijkheid)

Frits geeft aan dat vergunningen en verzekeringen heel lastig te regelen zijn in zijn situatie. 70% is voor 1 bedrijf en 30% voor overige opdrachtgevers. Het bestuur van het centrum heeft een beroepsaansprakelijkheid. In verband met de tijd vraagt Frits of mensen hun informatie over verzekeringen even willen doorsturen.

Rondvraag:

Geen

Er wordt gevraagd naar nieuwe onderwerpen voor de volgende keer.

- Annemiek geeft aan dat Quintastic (info over 50 plus doelgroep) niet doorging. Er waren slechts 14 aanmeldingen. Dat was erg jammer. Veel mensen wilden wel gaan, maar hadden zich nog niet opgegeven, zo vernam ze via via... Voor de volgende keer: geef je op! Geef het ook door aan je eigen organisatie. In voorjaar wordt waarschijnlijk een nieuwe poging gedaan.
- Detailhandelsbeleid regionaal en lokaal. Hoe kun je daar invloed op hebben? Jef Vanuit MRE? Paul van Moorsel zit ook in een adviesraad Detailhandel voor de provincie. Zij kunnen ons waarschijnlijk bijpraten.
- De toekomst leert met data en technologie? Zijn jullie daar mee bezig? Bezoekersstromen, inzicht in wie in centrum rondloopt?
- Onderwerpen wat doen we nog meer? Spin in web vastgoed, gemeente en ondernemers.
- CM 3.0. Wie zijn partijen in het centrum? Bewoners, zorg, partijen in de zorg?
- Hoe zien we ons centrum over 5 jaar? Wat houdt dat in voor de komende 3 jaar? En wat doen we morgen? Hoe krijg je je bestuur daarvoor geïnteresseerd?

In februari willen we weer een nieuwe bijeenkomst. Cuijk heeft zich aangeboden. En Roosendaal. Maar Cuijk is uit de eigen groep. Roosendaal, is uit de groep ervaren CM, mogelijk de keer daarna.

De voorzitter sluit de vergadering af om 12.30 uur. Hij bedankt iedereen voor zijn of haar aanwezigheid, betrokkenheid en inbreng.

Aanwezigen Bladel 20 september 2017

Monique Rijkers, KM-Drunen, Maikel van der Velden, secr. centrum Loon op Zand, Ron van Vught, bestuur Loon op Zand, Ton Schouten, vastgoedondernemer Grave, Nico Schouten secretaris centrum management Grave, Lily Wierckx, Bergen op Zoom (nieuw), Piet Reijnders Oisterwijk, bestuurslid vastgoed, Frits Frits Knibbeler, cm Oisterwijk, Jos Jacobs CM Asten, Olaf Posthumus, binnenstadmanager Roosendaal, Linda Haverkamp, CM Helmond, Henri van Vlerken, vanaf 1 mei KM Nuenen (nieuw), Annemiek Verstappen, Retailplatform, PR, innovatie en commerciële filmpjes, foto's en sociale media, René Veldhuizen CM Bladel en Reusel, Wim Aussems voorzitter Retailplatform en CM Kaatsheuvel secr. St. Ondernemend Riel Goirle, Sjef van Stratum, bestuur Retailplatform en CM Valkenswaard / Geldrop.