

Projectenmap centrumontwikkeling Beilen



Oktober 2014

Inhoudsopgave

0	INLEIDING.....	1
1	STARTPROJECTEN	2
1.1	AFBAKENING CENTRUMGEBIED.....	3
1.2	(STRATEGISCHE) INVULLING LEEGSTAANDE PANDEN.....	4
1.3	VERSTERKING PRESENTATIE EN PROFILERING WINKELPANDEN.....	5
1.4	VERSTERKING BELEVING OPENBARE RUIMTE, INCLUSIEF POORTFUNCTIE.....	6
1.5	OPSTELLEN MARKETINGSTRATEGIE	7
1.6	VERBETEREN VAN DE PARKEERROUTE	8
1.7	EVALUATIE BLAUWE ZONE	9
1.8	OPSTELLEN UITSTALLINGENBELEID	10
1.9	MARKT BETER BIJ CENTRUM BETREKKEN	11
1.10	STROOMLIJNEN OPENINGSTIJDEN WINKELS.....	12
1.11	SCREENING SUBSIDIEMOGELIJKHEDEN.....	13
1.12	INZET VAN DE RETAIL ACADEMIE NOORD NEDERLAND.....	14
1.13	ONDERSTEUNING VAN ONDERNEMERS DIE WILLEN STOPPEN	15
2	VERVOLG PROJECTEN.....	16
2.1	BENUTTEN KANSEN DIE INTERNET BIEDT (WEBSITE, WEBSHOP, 'SOCIAL MEDIA', SMARTPHONES, ENZ.)	16
2.2	HOEK RAADHUISSTRAAT – BRINKSTRAAT VERSTERKEN	16
2.3	AANPAK LEEGSTAND DOOR STIMULERINGSFONDS VOOR VERPLAATSING DETAILHANDEL EN VERBETEREN VAN HET WINKELVASTGOED.....	16
2.4	UITWERKEN MARKETINGSTRATEGIE	16
3	PROJECTEN LANGERE TERMIJN.....	16
3.1	MONITOREN PARKEREN.....	16
3.2	INSTELLEN VAN STRATEGISCH VASTGOEDFONDS	16
3.3	OPZETTEN DETAILHANDELSMONITOR	16

0 Inleiding

Op basis van de visie op het centrum van Beilen zijn projecten en instrumenten benoemd die door de gemeente en door ondernemers / eigenaren kunnen worden ingezet bij de aanpak van de geconstateerde problematiek. In dit document worden de projecten beschreven die op een bepaald moment, op korte of langere termijn opgepakt gaan worden. Het geheel van de projecten vormt een integrale visie op en een plan van aanpak van het gehele centrum.

In deze projectenmap wordt elk project kort omschreven en wordt per project ingegaan op de doelstelling(en), de te verrichten werkzaamheden, de planning en communicatie. Deze projectenmap wordt frequent geactualiseerd. Zo wordt de actuele stand van zaken van de projecten vermeld en worden de afgeronde projecten verwijderd. Bij het omschrijven van de planning van de projecten wordt opgemerkt dat gezien de complexiteit en de verwevenheid van de verschillende projecten we te maken hebben met een zo goed mogelijke indicatie van de tijdsplanning. Ervaring leert dat we bij deze complexe projecten, met onderlinge afhankelijkheden en veel externe invloeden, meer te maken hebben met een procesplanning dan met een projectplanning.

De projecten, waarmee relatief snel gestart kan worden zijn al meer in detail uitgewerkt. Hoe verder weg een project in de tijd ligt, hoe minder gedetailleerd deze op dit moment zijn omschreven en uitgewerkt. Lopende het proces worden deze projecten concreter en gedetailleerder omschreven. Alle genoemde projecten zijn van belang voor de toekomst van Beilen; maar niet met alle projecten kan direct een aanvang gemaakt worden. De eerste uitgeschreven projecten zijn projecten, die niet per se de hoogste prioriteit hebben; het is een mengeling van projecten, waar snel resultaten te behalen zijn en waar eerst veel (achtergrond-)werk verricht moet worden, waar zowel de gemeente als de ondernemers als vastgoedeigenaren de trekker zijn, enz.

Met deze projecten map kan een terugkoppeling van de voortgang wordt gegeven aan de ondernemers en de gemeente. Vanuit de gemeente is een coördinator aangewezen, de heer N. (Nick) Bruins, die de projecten actief coördineert en zorg draagt voor de ambtelijke sturing in het proces.

1 Startprojecten

In onderstaand overzicht is aangegeven wanneer met de verschillende projecten een aanvang gemaakt kan worden. Uiteraard dienen de projecten verder onderverdeeld te worden naar subprojecten en vervolgens aangevuld in het schema.

Na installatie van de werkgroep of stuurgroep kan dit als eerste ter hand genomen worden.

Project	2014		2015										2016		
	Dec	Jan	Feb	Mrt	April	Mei	Juni	Juli	Aug	Sept	Okt	Nov	Dec		
1.1	■	■													
1.2	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
2.3										■	■	■	■	■	■
3.2													■	■	■
1.3			■	■	■										
1.4		■	■	■	■	■	■	■							
1.5		■	■	■	■										
2.4						■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
1.6	■	■	■	■											
3.1													■	■	■
1.7					■	■	■	■							
1.8		■	■	■	■	■	■	■							
1.9		■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
1.10	■	■	■	■											
1.11	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■		
1.12					■	■	■	■							
1.13	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
2.1							■	■	■	■	■	■	■	■	■
2.2										■	■	■	■	■	■
3.3													■	■	■

1.1 Afbakening centrumgebied



Omschrijving

Om naar de toekomst toe helder en eenduidig te kunnen zijn ten aanzien van een compacter centrumgebied, is het van belang, dat het kernwinkelgebied planologisch afgebakend wordt. Alleen op die manier kan er richting en sturing gegeven worden aan het gewenste centrumbeeld. Tevens kan hiermee voorkomen worden dat initiatieven op minder gewenste locaties tot stand gebracht worden en krijgen vastgoedeigenaren en winkelondernemers (de vaak gewenste) duidelijkheid over de toekomstige vorm en omvang van het centrum. De afbakening vormt de basis van verschillende andere actiepunten.

Doelen

- verbetering en versterken winkelstructuur
- realiseren van een toekomstbestendig centrum van Beilen met een sterke regiofunctie

Relatie met andere projecten

- opstellen marketingstrategie
- ontwikkeling poortfuncties

Betrokken partijen / rollen

Gemeente (trekker)

Ondernemers / eigenaren

Stand van zaken

In opdracht van de gemeente is in samenwerking met ondernemers en eigenaren een analyse van en actieplan voor het centrum van Beilen opgesteld. Na vaststelling in het najaar van 2014 kan er gestart worden met het uitvoeren van de acties.

Vervolgstappen/globale planning

	wat	van	tot en met
1	Vaststelling analyse en projecten map college	11-2014	
2	Uitvoering	11-2014	en verder

1.2 (Strategische) invulling leegstaande panden



Omschrijving

Leegstand in een centrumgebied is heel vervelend. De leegstand in Beilen ligt op een relatief hoog niveau (ca. 15% in Beilen t.o.v. 8% landelijk). Een deel van de leegstand zit aan de buitenkanten van het kerngebied, maar ook in de beste gedeeltes komt leegstand voor. Voor een consument en bezoeker is leegstand zeer onaantrekkelijk. Om deze reden moet zichtbare leegstand ook zo veel mogelijk voorkomen worden. Structurele invulling is niet altijd direct mogelijk. Niettemin is het dan zinvol om naar tijdelijke oplossingen te kijken. In ieder geval dient een pand er netjes en aantrekkelijk uit te zien, ook als er sprake is van leegstand. Stapels post en vieze ramen dragen ook niet bij aan snelle verhuurbaarheid van deze

panden.

Doelen

- versterking winkelgebied
- kwalitatieve verbetering van de uitstraling van het centrum van Beilen

Relatie met andere projecten

- versterking beleving openbare ruimte

Betrokken partijen / rollen

Eigenaren (trekker)
Ondernemers
Gemeente (aanjager)

Stand van zaken

De ondernemers weten zelf goed welke panden het betreft. Met een enkele eigenaar is al overleg over de uitstraling van de leegstaande panden.

Vervolgstappen/globale planning

	wat	van	tot en met
1	Opstellen actueel overzicht leegstaande panden centrumgebied	10-2014	11-2014
2	Per pand actiemogelijkheid onderzoeken	11-2014	12-2014
3.	Leegstaande panden er optimaal laten uitzien	10-2014	12-2014
4	(tijdelijke) invulling van de panden nastreven	Vanaf 11-2014	
5	Mogelijkheid verplaatsing ondernemers onderzoeken	Vanaf 11-2014	

1.3 Versterking presentatie en profilering winkelpanden



Omschrijving

In het centrum van Beilen zijn verschillende fraaie panden aanwezig. Daarnaast zijn er te veel panden waaraan te zien is dat er de laatste jaren te weinig is geïnvesteerd in het onderhoud. Tevens zijn er winkels waarvan de uitstraling niet overeen komt met het marktsegment waarin de winkel zich begeeft en het zelfs niet altijd duidelijk is welke producten er worden aangeboden. Deels door “bedrijfsblindheid” zijn er de afgelopen jaren te weinig aanpassingen gedaan in de uitstraling van de winkel, waardoor het concept niet duidelijk is voor nieuwe bezoekers. Door gerichte adviezen kunnen ondernemers de commerciële kracht van de panden beter benutten.

Doelen

- Nette en moderne uitstraling van goed onderhouden winkelpanden
- Juiste uitstraling winkels in overeenstemming met wat verkocht wordt
- Aantrekkelijke winkelomgeving voor bezoekers
- Consumenten verleiden

Relatie met andere projecten

Versterking beleving openbare ruimte

Aanpak leegstand

Opstellen uitstallingsbeleid

Betrokken partijen / rollen

Ondernemers (trekker)

Vastgoedeigenaren

Gemeente (ondersteunend)

Stand van zaken

Het is aan de ondernemers om regelmatig klein onderhoud te plegen aan hun winkelpand en te zorgen dat het er netjes uitziet. Bij groter onderhoud is een actieve houding richting de eigenaren gewenst. De uitstraling en frisse blik (klopt het nog wat ik uitstraal met wat ik wil uitstralen) is zaak van de ondernemer. Het is mogelijk om een objectief beeld (van een derde onafhankelijke partij) hiervan te krijgen, door gebruik te maken van de speciaal door ons ontwikkelde module “presentatie en profilering”.

Vervolgstappen/globale planning

	wat	van	tot en met
1	Uitvoeren presentatie en profileringsmodule	12-2014	1-2015
2	Onderzoeken ondersteuning bij financiering van aanpak panden	12-2014	1-2015
3	Collectieve presentatie en bewustwording	02-2015	
4	Uitvoering aanbevelingen	Vanaf 02-2015	

1.4 Versterking beleving openbare ruimte, inclusief poortfunctie



Omschrijving

Het centrumgebied van Beilen wordt niet als een geheel ervaren. Sommige delen zijn gezellig, maar in andere delen is het verblijfsklimaat niet optimaal. De Raadhuisstraat ziet er keurig netjes uit, maar mist sfeer. Het is de combinatie van aanwezige materialen, bouwstijlen en functies waardoor het niet uitnodigt tot een lang verblijf. De Markt maakt nauwelijks deel uit van het winkelgebied, terwijl dit een zeer belangrijke entree van het winkelgebied is. Ook bij binnenkomst van Beilen – vaak vanaf de Asserweg – is het winkelgebied lastig herkenbaar.

Voor mensen uit het dorp zelf of uit de directe omgeving is het geen probleem om de juiste winkels te vinden. Voor nieuwe bezoekers is dit een stuk lastiger; bij binnenkomst zie je vooral parkeerterreinen, gebouwen en weinig winkels.

Doelen

- versterking beleving
- kwalitatieve verbetering van de winkelstructuur
- herkenbaarheid winkelgebied verhogen

Relatie met andere projecten

- afbakening centrumgebied
- Markt beter bij centrum betrekken
- opstellen marketingstrategie

Betrokken partijen / rollen

Gemeente (trekker)
Ondernemers

Stand van zaken

Bij de gemeente leeft eveneens het idee, dat de Raadhuisstraat sfeer en groen mist. Dat de Markt onvoldoende deel uitmaakt van het centrumgebied is ook bekend.

Vervolgstappen/globale planning

	wat	van	tot en met
1	Ontwerp opstellen voor aankleding Raadhuisstraat	01-2015	02-2015
2	Plan ontwerpen voor betere aansluiting Markt - centrum	01-2015	02-2015
3	Uitvoering plannen	04-2015	07-2015
4	Kwaliteitsbewaking openbare ruimte bij herstraten	continu	

1.5 Opstellen marketingstrategie



Omschrijving

Beilen heeft als regiokern veel te bieden. Het is de hoofdkern van de gemeente en ligt strategisch gelegen tussen Assen en Hoogeveen. Door de aanwezigheid van de snelwegen is Beilen goed bereikbaar. Rond het centrum kan gratis geparkeerd worden, wat een groot pluspunt is. Bovendien is in Beilen een aantal sterke trekkers aanwezig, zoals HEMA en Action. Een slimme marketingstrategie moet de sterke punten van Beilen in het primaire en secundaire verzorgingsgebied goed neerzetten.

Doelen

- Beilen op de kaart zetten
- meer bezoekers trekken

Relatie met andere projecten

- versterking presentatie en profilering winkelpanden
- versterking beleving openbare ruimte en versterken poortfuncties

Betrokken partijen / rollen

Ondernemers (trekker)

Vastgoedeigenaren

Gemeente

Stand van zaken

Op het terrein van de marketing zijn door de ondernemers wel kleinschalige aanzetten gegeven. Ook worden wel gezamenlijk advertenties geplaatst in lokale kranten. Een marketingstrategie gaat evenwel veel verder, waarvoor eerst de richting en de koers bepaald moet worden alvorens tot actie over te gaan.

Vervolgstappen/globale planning

	wat	van	tot en met
1	Overleg over en opstellen van een marketingstrategie	01-2015	04-2015
2	Uitvoeren marketingstrategie	Vanaf 05-2015	

1.6 Verbeteren van de parkeerroute



Omschrijving

Het volgen van de parkeerroute in het centrum van Beilen is niet op alle fronten even logisch en evenwichtig. Het zwaartepunt van het parkeren ligt duidelijk aan de zuidkant van het centrum, bij de Jumbo en Aldi. Veel bezoekers beginnen ook aan deze zijde van het centrum met het zoeken van een P-plaats. Wanneer dit terrein bezet is (de druk op dit P-terrein ligt het hoogst) is het lastig en omslachtig om bij de overige grotere P-terreinen te komen. Dan is een lange omweg nodig. Het logischer maken van de parkeerroute verhoogt de aantrekkelijkheid van het centrum voor (regio)bezoekers.

Doelen

- De druk op parkeerplaatsen evenwichtiger verdelen en daarmee een te hoge bezettingsgraad van parkeerplaatsen voorkomen
- Het vinden van een parkeerplaats eenvoudiger maken voor een bezoeker
- Versterking winkelstructuur

Relatie met andere projecten

- Versterking poortfuncties
- Evaluatie blauwe zone

Betrokken partijen / rollen

Gemeente (trekker)

Ondernemers

Stand van zaken

De huidige parkeerroute is ingesteld na het (laten) uitvoeren van verschillende onderzoeken. Het instellen van een betere parkeerroute is daarom bepaald geen sinecure. Gemeente en ondernemers zijn inmiddels overtuigd geraakt van de wenselijkheid van een betere parkeerroute en dat daarvoor een hernieuwd onderzoek noodzakelijk is.

Vervolgstappen/globale planning

	Wat	van	tot en met
1	Onderzoek naar gewenste parkeerroute	12-2014	
2	Aanpassen van de parkeerroute		
3			

1.7 Evaluatie blauwe zone



Omschrijving

Sinds het voorjaar van 2014 is op een aantal parkeerterreinen en straten een blauwe zone ingesteld. Dit geldt onder meer voor het parkeerterrein bij Jumbo en Aldi, in de Hekstraat en op de Markt. Over het algemeen is iedereen (zowel gemeente als ondernemers) tevreden over de effecten van deze invoer. Niettemin is het goed om een jaar na invoering een evaluatie uit te voeren om ervaringen te verzamelen, effecten te meten en te bezien of eventuele aanpassingen zoals uitbreiding van de gebieden of juist minder, gewenst zijn.

Doelen

- versterking winkelstructuur
- verbetering en evenwichtiger gebruik bronpunten
- meer mogelijkheden aan centrumbezoekers bieden

Relatie met andere projecten

- verbeteren parkeerroute

Betrokken partijen / rollen

Gemeente (trekker)

Ondernemers

Stand van zaken

Na de invoering van de blauwe zone in het voorjaar van 2014 is een ieder redelijk tot zeer tevreden. Over een aantal onderdelen worden kritische noten geplaatst, zoals over een aantal parkeerplaatsen achter de HEMA, over het volledig ontbreken van de blauwe zone bij het gemeentehuis en het al dan niet aanwezig zijn van de noodzaak van een blauwe zone in de Hekstraat. In het komende voorjaar is voldoende ervaring opgedaan om de blauwe zone te kunnen evalueren. Dan kunnen de aanpassingen nog voor het zomerseizoen uitgevoerd worden.

Vervolgstappen/globale planning

	wat	van	tot en met
1	Evaluatie blauwe zone	04-2015	05-2015
2	Uitvoeren gewenste aanpassingen	05-2015	07-2015

1.8 Opstellen uitstallingenbeleid



Omschrijving

Een uitstallingenbeleid ontbreekt op dit moment in Beilen. Het is ook niet altijd nodig om een dergelijk beleid te hebben. Maar wanneer er discussie ontstaat over wat wel en niet wenselijk is, lijkt de tijd aangebroken om hier afspraken over te maken. Onder de ondernemers lijkt te weinig overeenstemming te bestaan en/of onvoldoende overleg te zijn. Gevolg daarvan is een onduidelijk en rommelig beeld, aangezien een ieder datgene doet wat het beste voor zijn of haar winkel is. Hoewel er over smaak niet valt te twisten is het wel degelijk mogelijk om in algemene termen tot afspraken te komen.

Doelen

- Verhogen aantrekkelijkheid winkelgebied
- Bezoekers langer vasthouden in het centrumgebied

Relatie met andere projecten

- Versterking presentatie en profilering winkelpanden
- Versterking beleving openbare ruimte

Betrokken partijen / rollen

- gemeente (trekker)
- ondernemers

Stand van zaken

Tot op heden is nog geen structureel overleg over dit onderwerp tot stand gekomen. Het zal op korte termijn wel op de agenda moeten komen. Het werkt het beste om met de ondernemers samen tot een gezamenlijk voorstel te komen, waarbij de gemeente coördineert.

Vervolgstappen/globale planning

	Wat	van	tot en met
1	Overleg over uitstallingen	01-2015	04-2015
2	Opstellen en besluitvorming over uitstallingenbeleid	04-2015	07-2015
3	Uitvoeren door ondernemers conform beleid	Vanaf 08-2015	

1.9 Markt beter bij centrum betrekken



Omschrijving

De Markt in Beilen ligt aan het begin van de Brinkstraat. Wekelijks wordt hier een kleine weekmarkt gehouden. Na de aanpassingen in het centrumgebied is het aantal parkeerplaatsen op de Markt aanzienlijk terug gebracht in aantal, terwijl tevens de blauwe zone is ingevoerd. De Markt ligt op een plek in het centrum waar veel mensen langskomen en zo mogelijk ook starten met het winkelen. Maar op dit moment sprankelt de Markt niet; sterker nog, de Markt wordt veel overgeslagen. Door het beperkt aantal parkeerplaatsen is het geen sterk bronpunt meer, vooraan zitten geen winkels meer, het pand van Zonna ontsiert en benadrukt de leegte.

Doelen

- verbetering winkelstructuur
- de Markt een echte poortfunctie geven
- totale bestedingen in het centrum verhogen

Relatie met andere projecten

- versterking poortfunctie
- evaluatie blauwe zone

Betrokken partijen / rollen

Gemeente (trekker)

Ondernemers

Vastgoedeigenaren (o.a. Zonna)

Marktkooplui

Stand van zaken

Met Zonna zijn diverse overleggen geweest in het verleden. Tot op heden is helaas nog geen oplossing tot stand gekomen. Inmiddels zijn wel diverse ideeën ontstaan over de invulling en het benutten van de Markt.

Vervolgstappen/globale planning

	Wat	van	tot en met
1	Poortfunctie verder invullen	01-2015	06-2015
2	Uitvoeren ideeën	Vanaf 07-2015	
3			

1.10 Stroomlijnen openingstijden winkels



Omschrijving

Zoals in veel kernen hebben de ondernemers in het centrumgebied van Beilen hun winkel niet allemaal op hetzelfde moment geopend. Begin- en eindtijden zijn niet gelijk, sommigen zijn tussen de middag gesloten, niet iedereen doet mee aan de koopavond. Iedereen heeft voor zichzelf daarvoor uiteraard een goede reden, maar het gevolg voor Beilen is, dat een bezoeker niet weet wanneer welke winkel open is. Zij kunnen er niet meer op vertrouwen dat ze een combinatiebezoek eenvoudig kunnen afleggen. Zeker in het toeristenseizoen – met veel nieuwe bezoekers – is eenduidigheid vereist.

Doelen

- verbeteren winkelmogelijkheden Beilen
- duidelijkheid bieden aan consument
- positie regiokern waarmaken

Relatie met andere projecten

- opstellen marketingstrategie

Betrokken partijen / rollen

Ondernemers

Stand van zaken

Tot op heden hebben het ondernemersoverleg nog geen eenheid in de openingstijden opgeleverd.

Vervolgstappen/globale planning

	wat	van	tot en met
1	voorstel openingstijden	11-2014	02-2015
2	Uitvoeren gezamenlijke openingstijden	03-2015	

1.11 Screening subsidiemogelijkheden



Omschrijving

Sinds de economische crisis zich heeft gemanifesteerd en sinds in het Noorden van het land op diverse plekken sprake is van bevolkingskrimp is bij de bovenlokale overheid het besef doorgedrongen, dat men actief moet worden om kernen sterk en leefbaar te houden. Steeds vaker komen er op provinciaal niveau gelden beschikbaar voor het versterken van een winkelgebied, om onder meer leegstand terug te dringen. Ook de provincie Drenthe heeft onlangs in het kader van het programma Vitaal Platteland subsidie beschikbaar gesteld voor het herontwikkelen of herbestemmen van een vastgoedobject. Mogelijk gaat Interreg V nog extra kansen bieden.

Doelen

- leegstand tegengaan
- versterken en aantrekkelijk houden van het winkelgebied

Relatie met andere projecten

- strategische invulling leegstaande panden
- versterken beleving openbare ruimte

Betrokken partijen / rollen

Gemeente (trekker)
Provincie Drenthe
Vastgoedeigenaren
Ondernemers

Stand van zaken

Een eerste overleg over deze mogelijkheden is op ambtelijk niveau gevoerd.

Vervolgstappen/globale planning

	wat	van	tot en met
1	Screening subsidiemogelijkheden	Vanaf 10-2014	continu
2	Overleg over subsidies en aandragen juiste projecten	continu	

1.12 Inzet van de Retail academie Noord Nederland



Omschrijving

MKB- Noord-Nederland werkt met name voor retailondernemers in het Noorden van het land. Recent is door MKB Noord de Retail academie gestart. Tijdens een aantal bijeenkomsten worden de ondernemers ondersteund inzake het professionaliseren van het ondernemerschap. De laatste ontwikkelingen en veranderingen op het gebied van retail komen aan de orde, de wijze waarop bedrijven beter kunnen inspelen op de wensen van de veranderende consument en de eigen klantvriendelijkheid wordt in beeld gebracht. Op de rol van internet en sociale media wordt ook ingegaan.

Doelen

- Versterken van het ondernemerschap
- ondernemers klaarstomen voor de toekomst
- ondernemers het belang van gezamenlijk optrekken laten zien

Relatie met andere projecten

- opstellen marketingstrategie

Betrokken partijen / rollen

Ondernemers

Stand van zaken

-

Vervolgstappen/globale planning

	wat	van	tot en met
1	Uitnodigen MKB voor bijeenkomsten	Voorjaar 2015	
2	Uitvoeren benoemde actiepunten	Voorjaar 2015	

1.13 Ondersteuning van ondernemers die willen stoppen



Omschrijving

Sinds enige jaren zijn er steeds vaker ondernemers die wel willen stoppen met hun winkel, maar vervolgens allerlei problemen ondervinden. Meestal gaat het om ondernemers, die de pensioengerechtigde leeftijd hebben bereikt en hun pensioen in het pand hebben zitten. Vervolgens blijkt het pand onverkoopbaar (voor de prijs die de eigenaar nodig heeft). Ook in Beilen doet zich dit voor. Maatschappelijk gezien ontstaan hierdoor schrijnende gevallen. Een overcapaciteit aan winkels al dan niet in combinatie met niet de juiste ligging van het winkelpand veroorzaken de problemen. Daarnaast zijn er ondernemers die graag willen verplaatsen naar het centrum, maar een eigen pand achterlaten dat

moeilijk verkoopbaar of te transformeren is. Gevolg is dat het voor deze ondernemers steeds moeilijker wordt het hoofd boven water te houden. In een publiek-private samenwerkingsvorm kan bijvoorbeeld een investeringsfonds opgericht worden waaruit vastgoed kan worden aangekocht, verbeterd en vervolgens weer verkocht of verhuurd. Bestemmingswijziging behoort ook hiertoe.

Doelen

- Maatschappelijke taak om mensen in hun onderhoud te ondersteunen
- Compacter winkelgebied realiseren

Relatie met andere projecten

- Afbakening centrumgebied

Betrokken partijen / rollen

Eigenaren/ ondernemers (samen met gemeente)

Gemeente

Corporaties

Banken

MKB Noord Nederland

Stand van zaken

-

Vervolgstappen/globale planning

	wat	van	tot en met
1	Inventarisatie betrokken ondernemers	11-2014	12-2014
2	Ontwikkelen van flankerend / ondersteunend beleid	vanaf 01-2015	
3	Opstellen van plan van aanpak per onderneming	vanaf 2015	

2 Vervolg projecten

Projecten, die wanneer daartoe de ruimte aanwezig is, opgestart kunnen worden:

- 2.1 Benutten kansen die internet biedt (website, webshop, 'social media', smartphones, enz.)**
- 2.2 Hoek Raadhuisstraat – Brinkstraat versterken**
- 2.3 Aanpak leegstand door stimuleringsfonds voor verplaatsing detailhandel en verbeteren van het winkelvastgoed**
- 2.4 Uitwerken marketingstrategie**

Genoemde projecten zijn veelal het gevolg van de in hoofdstuk 1 beschreven projecten. Zodra deze projecten actueel gaan worden, dan wordt een gedetailleerde beschrijving van het project opgesteld.

Op dezelfde wijze schuiven dan de projecten, die later in tijd zijn gezet door naar de fase van de vervolgprojecten.

3 Projecten langere termijn

- 3.1 Monitoren parkeren**
- 3.2 Instellen van strategisch vastgoedfonds**
- 3.3 Opzetten detailhandelsmonitor**