

# Haaksbergen



## Actieplan centrum

# Haaksbergen

## Actieplan centrum

Opdrachtgever: Gemeente Haaksbergen  
Projectnummer: 0217.345  
Datum: 7-1-2018

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

## **Dynamiek in de detailhandel**

Verschillende lokale, regionale, nationale en zelfs internationale trends en ontwikkelingen zijn van invloed op het functioneren van centra. Daarbij valt te denken aan de economische recessie, demografische ontwikkelingen, het veranderende bestedingspatroon van de consument, het wegvallen van winkels en winkelformules, het toenemend gebruik van internet, de ontwikkeling van centra in de regio en lokale verplaatsingen en (lokale) bouwplannen. De dynamiek in de detailhandel en de ontwikkeling in dorps- en stadscentra is de afgelopen periode dan ook zeer groot geweest. Een algemene lijn die voor alle centra geldt is dat een centrum compact, compleet en comfortabel moet zijn. Compact qua omvang, met heldere loop- en zichtlijnen, geen storende leegstand en van alle kanten goed zichtbaar en bereikbaar. Compleet voor wat betreft het bij het schaalniveau van de kern passende aanbod (branchering en daghoreca), comfortabel voor wat betreft bereikbaarheid, parkeren, klantvriendelijkheid, prettig verblijfsklimaat, openingstijden en een goede mix van functies.

## **Naar een compact, compleet en comfortabel Haaksbergen**

Binnen al deze stormachtige ontwikkelingen streven ondernemers, eigenaren van vastgoed en de gemeente in Haaksbergen naar een sterke positie van het eigen centrum; een positie waarin bewoners en bezoekers graag naar het centrum komen en waar voor ondernemers en vastgoedeigenaren een goede boterham te verdienen valt. Daarbij zijn naast de kernpunten compact, compleet en comfortabel ook samenhang, kwaliteit en samenwerking van groot belang.

De afgelopen jaren zijn er diverse rapporten verschenen over het centrum van Haaksbergen. Al deze documenten geven zicht op het huidig functioneren van de kern Haaksbergen in brede zin en specifiek op de mogelijkheden voor de kern in de toekomst. Hoewel er veel zinvolle studies en beleidsdocumenten zijn verschenen is de feitelijke aanpak van het centrum wat achter gebleven. In dit actieplan wordt gepoogd om op basis van alle reeds voorhanden zijnde stukken, geactualiseerd met de laatste informatie, een zo concreet en compleet mogelijk actieplan voor het centrum van Haaksbergen te formuleren.

## **Proces**

Het actieplan zoals dat hier voorligt is het resultaat van een intensief voorbereidingstraject. Op basis van bestaande plannen en visies, zoals de Structuurvisie Haaksbergen(2013), de Detailhandelsvisie Haaksbergen (2006), de visie Haaksbergen 2030 (2016) en het meest recente Koopstromenonderzoek (2010), aangevuld met actuele observaties en data, is een compacte analyse uitgevoerd van de stand van zaken in het centrum van Haaksbergen op diverse aspecten. Aanvullend zijn een groot aantal gesprekken gevoerd met centrale spelers uit het centrum, zoals verenigingen, belangenbehartigers, dragende winkelconcepten, vastgoedontwikkelaars en de cultuur- en toeristische sector. Ook zijn drie workshops georganiseerd in het najaar van 2017, toegankelijk voor iedereen en belanghebbenden in het centrum in het bijzonder, waarin vanuit meningen en feiten toegewerkt is naar relevante en concrete acties en projecten. Dit alles heeft geresulteerd in dit actieplan, waarvan de inhoud in de laatste workshop met alle aanwezigen besproken is.

## **Lopende projecten**

De ontwikkelingen in een centrum staan nooit stil. Dit actieplan wordt dan ook gelanceerd op het moment dat er gelukkig al allerlei ontwikkelingen plaatsvinden. Meest belangrijke is daarin het Marktplan, waarmee na lange tijd de westzijde van de Markt weer aangeheeld en opgevuld gaat

worden met winkelmetrage en woningen. Het bestemmingsplan is inmiddels door de gemeenteraad vastgesteld. Ook vindt er op korte termijn actualisatie plaats van het gemeentelijk uitstallingen-, reclame- en terrassenbeleid en zijn er vergevorderde plannen voor doorontwikkeling van Kulturhus Haaksbergen, waarin theater en bibliotheek in de nabije toekomst samengebracht worden. Daarnaast zijn er nog tal van kleinere en grotere particuliere investeringen en initiatieven bijdragen aan een sterk centrum. Al deze plannen zijn uiterst relevant voor dit actieplan, dat streeft naar een samenhang en positieve ontwikkeling in al haar facetten.

### **Samen aan de slag voor het centrum**

De toekomst van een centrum is van diverse spelers afhankelijk, met name van ondernemers, vastgoedeigenaren, gemeente, partijen uit de cultuur- en toeristische sector en marketing. Al deze partijen moeten gezamenlijk aan de slag om de opgaven zoals die in Haaksbergen aanwezig zijn op te pakken. Alleen gezamenlijk kunnen alle partijen van Haaksbergen een sterk, toekomstbestendig centrum maken dat aansluit bij de positie van het dorp en haar omgeving en dat aantrekkelijk is voor eigen bewoners, bezoekers uit de omgeving en toeristen.

Om deze reden is een belangrijke basis voor dit actieplan enerzijds de steun van de overheid, primair de gemeente Haaksbergen maar ook de provincie Overijssel en anderzijds de steun van alle andere particuliere en/of commerciële partijen en verenigingen/belangenbehartigers. Om deze betrokkenheid te bewerkstelligen en om te garanderen dat uit te werken acties ook echt draagvlak hebben onder diverse partijen, zijn tijdens de laatste workshop vier werkgroepen gevormd, met daarin afgevaardigden van de diverse partijen.

De werkgroepen zijn samengesteld in lijn met de vier thema's in het actieplan: 1) vastgoed, 2) inrichting openbare ruimte en verkeer, 3) commerciële uitstraling en professionalisering ondernemerschap en 4) marketing en profilering. Deze werkgroepen zullen fungeren als trekkers van de verschillende benoemde acties in dit plan. De voorstellen, (financiële) consequenties en voortgang van deze werkgroepen zal besproken worden in een stuurgroep, waarin in ieder geval gemeente, HOV en afgevaardigden uit horeca en vastgoed plaats dienen te nemen. Doel van deze opzet is te zorgen dat iedereen zich betrokken en verantwoordelijk voelt voor het slagen van dit actieplan.

### **Thema's en projecten**

Het actieplan voor het centrum van Haaksbergen bestaat uit 22 actiepunten en/of projecten die gezamenlijk moeten leiden naar een sterk, aantrekkelijk en toekomstbestendig centrum van Haaksbergen. Deze 22 actiepunten zijn onderverdeeld in vier clusters, die opgepakt worden door vier werkgroepen. Het gaat hierbij om de thema's:

- 1) vastgoed
- 2) inrichting openbare ruimte en verkeer
- 3) commerciële uitstraling en professionalisering ondernemerschap
- 4) marketing en profilering

Hieronder wordt per thema een korte samenvatting gegeven van de conclusies die getrokken zijn uit de analyse, de gesprekken en de workshops en die de basis vormen van de gedefinieerde acties:

#### *Vastgoed*

Haaksbergen heeft een gezellig centrum met diverse voorzieningen, op gebied van winkels, cultuur en horeca. Er is sprake van een aantal belangrijke ankerpunten in een aan de randen van het centrum

(supermarkten Spoorstraat en Jhr. Von Heijdenstraat, winkels aan Markt en Spoorstraat) en een duidelijke kernwinkelstraat, namelijk de Spoorstraat. Ook zijn er diverse sfeervolle, veelal historische panden, met name rond de Markt en de Jhr. Von Heijdenstraat, maar ook verspreid door het centrum. Ook de warenmarkt draagt bij aan een sterk centrum.

Al met is er voldoende aanbod voor een boodschappendorp met aanvullende voorzieningen. Daarbij is het aantal aanwezige winkelmeters (zowel in het dagelijkse als het niet-dagelijkse segment) wat aan de ruime kant ten opzichte van het verzorgingsgebied. Dit is een belangrijke basis om eerdere te kiezen voor investering in clustering en kwaliteit, dan te streven naar uitbreiding.

Hier staat tegenover dat het winkelgebied (met name de Spoorstraat) erg langgerekt is en dat in het winkelgebied de zicht- en looplijnen niet overal voldoende aantrekkelijk zijn. Ook ontbreekt het aan een logische routing in het centrum. De verbetering van de aantrekkingskracht en de uitstraling van de Markt heeft absolute prioriteit. Er is sprake van relatief veel leegstand in het winkelgebied, in een aantal situaties op cruciale plekken (zoals hoekpanden). De entrees van het winkelgebied zijn op de meeste plekken niet uitnodigend. Tot slot heeft Haaksbergen relatief weinig bijzondere formules, die extra bezoekers en/of toeristen naar het centrum trekken.

#### *Inrichting openbare ruimte en verkeer*

Haaksbergen heeft een goed ontsloten centrum, waarin de consument de mogelijkheid heeft om nagenoeg het gehele centrum te bereiken met de auto. Aan parkeermogelijkheden is geen gebrek, zowel op diverse (relatief kleine) parkeerterreinen rondom het centrum als op parkeerplekken in de winkelstraten. Daar staat tegenover dat geconstateerd wordt dat de verschillende parkeerplaatsen niet altijd goed vindbaar zijn (parkeerverwijssysteem): terwijl het ene terrein vol staat is op een andere nog volop ruimte.

Haaksbergen heeft een knus en dorps karakter en enkele zeer sfeervolle locaties en straten, met name rond de Markt. Op andere locaties is de inrichting van de openbare ruimte minder optimaal: het bestratingsmateriaal is niet consequent en overal even hoogwaardig en ook het groenonderhoud kan op een aantal plekken (zoals de Molenstraat) verbeterd worden. Op een aantal plekken in het centrum geeft de combinatie van (ongestructureerd) fietsparkeren, uitstallingen, groen en straatmeubilair een rommelige uitstraling die het aangezicht en soms zelfs de toegankelijkheid van de winkelstraat verslechtert. Ook heeft de gastvrijheid voor de auto consequenties voor de inrichting van de winkelstraat: parkeerplaatsen, paaltjes en verkeersborden dragen niet bij aan een gebied waar de consument te voet comfortabel winkelt en hetzelfde geldt voor de mindervalide bezoeker. Op een aantal plekken, zoals rond de Markt lijkt de hoeveelheid groen op orde. Op andere plaatsen, met name in de Spoorstraat zou aanvullend groen bijdragen aan de sfeer van de winkelstraat. Een openbaar toilet ontbreekt in het centrum van Haaksbergen.

#### *Commerciële uitstraling en professionalisering ondernemerschap*

Haaksbergen heeft een lange geschiedenis en dit komt tot uiting in diverse aantrekkelijke panden, met name rond de Markt Ruisschenborgh en de Jhr. Von Heijdenstraat, die bijdragen aan een aantrekkelijk dorp in het lommerrijke groen van de omgeving. Ook worden er momenteel op diverse plaatsen geïnvesteerd in vastgoedontwikkelingen, zoals de recent verbouwde Jumbo aan de Spoorstraat, de komst van café De Kornuiten aan de Markt en de nieuwe restaurantinvulling van het Pastoriepand. Ook zijn er diverse ondernemingen met aantrekkelijke, professionele etalages en lijken de bovenverdiepingen over het algemeen goed in gebruik.

Hier staat tegenover dat op een aantal plekken in het centrum de uitstraling van panden nog verbeterd kan worden: diverse etalages en gevels zijn enigszins gedateerd of niet voldoende onderhouden. Ook de inrichting van etalages kan daarbij nog verbeterd worden; hetzelfde geldt voor de kwaliteit van uitstallingen.

Een punt waar in iedere stad verbetering mogelijk is, is het ondernemerschap, de gastvrijheid en kennis op de werkvloer. Denk hierbij aan onderscheidend vermogen, klantgerichte benadering, meertaligheid, kennis over het centrum en de historie van Haaksbergen, etc.

### *Marketing en profilering*

Haaksbergen beschikt over sterke toeristische potentie: het buitengebied heeft veel kwaliteiten, zoals de natuur, historische locaties (zoals de watermolen) en een aantal grote familiecampings rondom het dorp. Het Museum Buurtspoorweg, aan de rand van het winkelgebied is een bijzondere trekker. Het is dan ook niet verwonderlijk dat Haaksbergen veel toeristische bezoekers trekt (ca. 175.000 toeristische overnachtingen per jaar).

Daarbij kan geconstateerd worden dat het centrum nog niet ten volle profiteert van de toeristische aantrekkingskracht van buitengebied en ook MBS. Er wordt nog te weinig verbinding gelegd tussen buitengebied, MBS en het winkelgebied. Dit zowel in fysieke zin als in arrangementen, samenwerking en marketingboodschap. Er is kortom nog potentie om de toeristische trekkers en het centrum beter op elkaar te laten aansluiten, om de toerist zo een beter totaalaanbod aan te kunnen bieden. Wel zijn er goede stappen gezet door een fietsroute dwars door het centrum van Haaksbergen te laten lopen en ook de huidige investeringen in de horeca op de Markt dragen bij aan de toeristische aantrekkingskracht van Haaksbergen. Al met al is de kracht en samenhang van Haaksbergen nog niet voldoende gevat in een krachtige en structurele marketingboodschap. Daarbij moet duidelijk worden op welke doelgroep het centrum van Haaksbergen zich richt. Het meest voor de hand liggen senioren, families met kinderen en de zogenaamde 'lokale toeristen', die even verder willen rijden dan normaal voor een middagje winkelen en bezoek aan bijvoorbeeld het Museum. De combinatie van een VVV en MBS onder één dak is een wenselijke situatie en zou op korte termijn ook daadwerkelijk gerealiseerd kunnen worden. De bundeling van toeristische kracht en de gezamenlijke inzet van menskracht kan meer opleveren dan de huidige situatie.

### **Een nieuwe start met structurele samenwerking via de BIZ**

Haaksbergen was circa 6 jaar geleden een van de eerste gebieden waar een 'Bedrijfs Investerings Zone' (BIZ) van start ging. Via een opslag op de OZB-belasting die rechtstreeks naar een door ondernemers beheerde stichting werd doorgesluisd, drogen alle ondernemers en eigenaren in het centrum mee aan een budget waarmee activiteiten en inzet in het centrum konden worden gefinancierd. Uit deze middelen zijn een aantal jaren grotere evenementen, sfeeracties alsmede de inzet van een centrummanager gefinancierd. In 2016, bij het aflopen van de eerste BIZ-periode bleek onvoldoende draagvlak te bestaan voor continuering van de BIZ. Belangrijke reden hiervoor lijkt te liggen in het feit dat niet iedereen voldoende leek terug te zien van de geïnde middelen. Ook communicatie bleek niet optimaal.

Een grote groep ondernemers ziet nu het gemis van het BIZ-instrument en wil graag aan de slag om een nieuwe BIZ in te richten, met voldoende organisatiekracht en capaciteit, waarbij les getrokken moet worden uit de fouten tijdens de eerste BIZ-periode, met name op gebied van draagvlak. De gemeente staat open voor dit hernieuwde initiatief. Een nieuwe BIZ lijkt daarmee een belangrijke actie in dit actieplan, maar ook een instrument om bij te dragen aan de realisatie aan andere onderdelen van dit actieplan.

## Thema 1: Vastgoed



## 1. Vastgoedontwikkelingen Markt en omgeving

### *Wat*

De gemeente heeft een koopovereenkomst gesloten met firma Nordwick V.O.F. en een bestemmingsplan opgesteld om te komen tot een ontwikkeling van het zogenoemde 'gat in de markt': het Marktplan. In het plan is plaats voor circa 1.000m<sup>2</sup> detailhandel (geen supermarkt), 24 (zorg)appartementen, 6 grondgebonden woningen, bijbehorende parkeerruimte en groen.

Op de hoek Markt-Molenstraat worden de mogelijkheden verkend voor ontwikkeling van een horeca-vestiging met terras.

Voor het pand Markt 19 dient nog met de eigenaar naar een goede invulling dan wel ontwikkeling te worden gezocht (in samenhang met project 2).

### *Waarom*

De Markt is hét centrale plein van het centrum van Haaksbergen. Een sterke commerciële invulling met detailhandel en aanvullende horeca is zeer gewenst om trekkracht en loopstromen te genereren en van de Markt weer een levendig plein te maken.

### *Hoe*

Nordwick V.O.F bereidt de ontwikkeling van het Marktplan momenteel voor. Wanneer het bestemmingsplan onherroepelijk is, hoopt Nordwick binnen afzienbare tijd huurders te kunnen presenteren.

### *Wanneer*

Indien het bestemmingsplan niet op bezwaren stuit: start medio 2018; bij beroep eind 2018.

### *Wie*

- Gemeente sluit koopovereenkomst met Nordwick V.O.F. en stelt bestemmingsplan vast.
- Nordwick ontwikkelt Marktplan
- Werkgroep vastgoed verkent met ontwikkelaars en eigenaren ontwikkelmogelijkheden van hoek Markt-Molenstraat en Markt 19.

### *Budget*

De gemeente heeft middelen ontvangen voor verkoop van de grond en hieruit onder andere het bestemmingsplan gefinancierd. Na de planvorming voor projecten Hoek Markt- Molenstraat en pand Markt 19 is vast te stellen welke inzet van middelen hiervoor noodzakelijk is. Bij de ontwikkeling van een park / pastorietuin (achterzijde) zijn extra financiële middelen wenselijk.



## 2. Verkenning toekomst terrein Het Meuke/Hibbertsstraat/De Braak

### *Wat*

Aan de achterzijde van de ontwikkeling van het Marktplan resteert een aanzienlijk terrein dat niet bij de ontwikkeling van het Marktplan is betrokken. Het gebied is in eigendom van ontwikkelaar Roerink en de gemeente en heeft potentie om ingevuld te worden met een relevante functie voor het centrum: bijvoorbeeld woningbouw, een aanvullende commerciële invulling, een parkeerterrein of een evenemententerrein. De mogelijkheden en bijbehorende haalbaarheid dienen te worden onderzocht en geconcretiseerd.

### *Waarom*

- Woningbouw in het centrum is wenselijk vanwege de extra reuring in het centrum en de locatie leent zich er kwalitatief voor
- Een sterke commerciële invulling versterkt de relatie tussen het winkelgebied rond de Spoorstraat en de Markt
- Een evenemententerrein biedt ruimte aan evenementen die niet geschikt zijn voor de Markt, waar de nadruk meer ligt op (historische) kwaliteit, groen en intimiteit.
- Een parkeerterrein biedt een aanvullende versterking voor de Markt als bronpunt voor bezoekers van het centrum.

### *Hoe*

Door middel van verkennende gesprekken en het uitwerken van scenario's door gemeente en Roerink, al dan niet in combinatie met Nordwick V.O.F.

### *Wanneer*

Verkennende gesprekken kunnen direct opgestart worden. Op het moment dat het bestemmingsplan van het Marktplan onherroepelijk is geworden (eind 2018), kunnen eventuele plannen verder geconcretiseerd worden.

### *Wie*

Gemeente en Roerink gaan het gesprek aan, eventueel in latere fase in combinatie met Nordwick V.O.F. . Werkgroep Vastgoed reikt ideeën aan en beoordeelt de uitkomsten van de gesprekken.

### *Budget*

Op dit moment is nog geen budgetvraag van toepassing. Eerst dienen ontwikkelingsmogelijkheden van het terrein verkend te worden. Op basis van de keuze(s) dient budget beschikbaar te komen.

### 3. Actieve aanpak van structureel leegstaande panden

#### *Wat*

Een beperkte vorm van leegstand hoort bij een winkelgebied en geeft ruimte om nieuwe ontwikkelingen mogelijk te maken. Een te groot percentage leegstaande winkels doet afbreuk aan de uitstraling van een winkelstraat, zeker als de panden langere tijd leegstaan en/of op een belangrijke locatie liggen, zoals een hoekpand, een entree of aan het einde van een zichtlijn. Een voorbeeld van een belangrijk leegstaand pand is het pand aan de Spoorstraat 19 (voormalig Schuurman-pand).

#### *Waarom*

- Niet altijd is de eigenaar in de positie om een optimale invulling van het pand te realiseren. Door leegstand in gezamenlijkheid actief aan te pakken wordt het winkelgebied functioneel en structureel verbeterd.
- Het voorkomen van leegstand zorgt voor een betere uitstraling en meer levendigheid van een winkelgebied voor de consument.
- Door leegstand met vereende krachten aan te pakken worden de mogelijkheden van het winkelgebied en van het specifieke pand optimaal benut en ontstaat een beter aanbod in het winkelgebied.

#### *Hoe*

Werkgroep vastgoed stelt een (dynamische) actuele databank op van leegstaande panden en komt aan de hand van een invullingsmatrix met suggesties voor de leegstaande panden. Dit kunnen tijdelijke oplossingen of structurele invullingen zijn. De werkgroep gaat daarna in overleg met betreffende vastgoedeigenaar in gesprek inzake de kansen van het pand, bijbehorende huurprijzen, verwachtingen en belemmeringen, het tot nu toe doorlopen proces en mogelijke kandidaten. Indien gewenst kan expertise (acquisitie, vastgoedwaardering) worden ingezet.

#### *Wanneer*

Vanaf begin 2018

#### *Wie*

- Werkgroep stelt databank op en bepaalt belangrijkste strategische panden, benadert eigenaren en zet zich in voor optimale invulling.
- Eigenaar heeft primaire verantwoordelijkheid, belang en zeggenschap over uiteindelijke invulling.

#### *Budget*

Werkbudget voor het tijdelijk invullen van 5 leegstaande panden € 20.000,-; taakstelling: in totaal 5 panden minder leegstand eind 2018.

#### **4. Opstellen stimuleringsregeling voor verplaatsing naar het centrum en transformatie van leegkomende panden**

##### *Wat*

Haaksbergen streeft naar een compact levendig centrum en wil stimuleren dat winkels zich daar vestigen, primair in het kernwinkelgebied (Spoorstraat e.o. en Markt), maar ook in de Molenstraat. Het uitgangspunt daarbij is het bestaande detailhandelsbeleid van Haaksbergen. Een stimuleringsregeling voor verplaatsing naar het centrum kan winkels die buiten het centrum zijn gevestigd aanmoedigen zich in het centrum te vestigen. Met de stimuleringsregeling kunnen vrijgekomen winkelruimtes buiten het centrum en aan de randen van het centrum vervolgens herbestemd en herontwikkeld worden naar een andere passende functie.

##### *Waarom*

- Door bedrijven te stimuleren zich te verplaatsen naar het centrum wordt het aanbod in het centrum versterkt en de leegstand beperkt.
- Door herbestemming en transformatie te stimuleren is verplaatsing voor eigenaren van leegkomende panden buiten het centrum acceptabel.

##### *Hoe*

De gemeente stelt een subsidieregeling op met twee onderdelen: verplaatssingssubsidie en transformatiesubsidie (al dan niet in combinatie met subsidie voor planontwikkeling). De transformatiesubsidie is bedoeld voor panden waarvan de detailhandelsfunctie verdwijnt, ook in het bestemmingsplan. De regeling wordt vastgesteld door de gemeenteraad. In de regeling worden het proces en de voorwaarden behorende bij de subsidietoekenning beschreven.

##### *Wanneer*

Opstellen regeling : eerste helft 2018

Uitvoering: 2018-2021

##### *Wie*

- De werkgroep vastgoed stelt een verordening op en laat deze vaststellen door de gemeenteraad.
- De gemeente reserveert een budget voor de regeling en gaat in gesprek met de provincie Overijssel voor co-financiering.
- HOV communiceert over de regeling en gaat actief op zoek naar ondernemers die naar het centrum willen verhuizen.

##### *Budget*

Opstellen van de stimuleringsregeling : € 4.000,--

Uitvoering van de regeling: indicatief € 500.000,--

## Thema 2: Inrichting openbare ruimte en verkeer



## 5. Plan van aanpak entrees van het centrum

### *Wat*

Consumenten betreden het winkelgebied bij de entrees, met name de kop van de Spoorstraat, de zijde van de Kappen, de Eibergsestraat/Molenstraat en vanaf een aantal parkeerplaatsen. Deze entrees geven de eerste indruk weer van het winkelgebied: een consument moet vanaf dat moment het gevoel hebben dat hij welkom is in een winkelgebied.

### *Waarom*

Entrees vormen voor de consument de eerste beleving van een winkelgebied: is deze beleving goed dan zal hij het winkelgebied positief waarderen. In diverse gevallen is deze entree nog niet op niveau. Binnen een 'Plan van Aanpak Entrees van het Centrum' kan bepaald worden wat de meest urgente zaken zijn om aan te pakken per locatie.

### *Hoe*

- De werkgroep organiseert een schouw bij de verschillende entrees om te bepalen of een entree aantrekkelijk is en waarom wel/niet. Daarbij valt bijvoorbeeld te denken aan: bestrating, zichtlijnen, leegstand of niet-publieksvriendelijke formules aan het begin van een straat, rommelige situatie.
- Op basis van de geïdentificeerde problematiek kan een oplossing per situatie bepaald worden. Deze oplossing zal in sommige gevallen binnen de verantwoordelijkheid van een gemeente liggen (bijv. bestrating) en in andere gevallen binnen de verantwoordelijkheid van een ondernemer of eigenaar. In deze laatste gevallen kan bijvoorbeeld worden teruggesproken op andere ondersteunende projecten binnen dit actieplan.

### *Wanneer*

Schouw: 2018

Oplossen kleinere aandachtspunten: 2018

Aanpak grotere ruimtelijke ingrepen 2018 - 2021

### *Wie*

- Werkgroep met gemeente, ondernemers en eigenaren formuleert gezamenlijk de belangrijkste aandachtspunten per entree.
- Afhankelijk van het geïdentificeerde probleem ligt de primaire verantwoordelijkheid vervolgens bij gemeente, ondernemer of eigenaar.

### *Budget*

Afhankelijk van geïdentificeerd probleem. Voor de Molenstraat bestaat al budget voor partiële herinrichting.

## 6. Aanpak saaie gebieden in centrum

### *Wat*

Op enkele plaatsen in het centrum is sprake van stille gevels, kale schuttingen of anderszins saaie stukken van een straat. Dit bijvoorbeeld omdat er sprake is van een achterkantensituatie, een woning of omdat de eigenaar er geen belang bij heeft om een aantrekkelijk aanzicht te realiseren. Door deze plekken beter in kaart te brengen en verrassende, creatieve oplossingen te verzinnen (zoals verticaal groen, kunst, een historisch verhaal, etc.), zal de uitstraling van het centrum van Haaksbergen verbeteren..

### *Waarom*

Stille gevels en andere saaie plekken geven een consument geen stimulans om verder te lopen in het winkelgebied: in plaats van nieuwsgierig te worden wordt hij/zij geprikkeld om om te draaien. Indien een stille gevel een verrassend element bevat, kan die gevel een straat juist extra aantrekkelijk maken.



### *Hoe*

- Nader in kaart brengen welke gevels, schuttingen of andere saaie plekken het winkelgebied onderbreken.
- Per situatie in gesprek gaan met eigenaren over bereidheid en haalbaarheid iets aan de situatie te doen.
- In kaart brengen van mogelijkheden op deze locatie.
- Uitvoeren.

### *Wanneer*

2018-2021

### *Wie*

- Werkgroep bepaalt de meest in het oog springende saaie locaties.
- Werkgroep gaat in gesprek met eigenaren.

### *Budget*

Werkbudget: € 25.000,--



## 7. Introductie voetgangersgebied Spoorstraat tussen Blankenburgerstraat en Markt

### *Wat*

In de huidige verkeerskundige opzet van het winkelgebied zijn alle straten bereikbaar met de auto en zijn er parkeermogelijkheden. Voor de auto is dit comfortabel, maar voor de fietser en met name de voetganger is het minder optimaal. De gehele straat kan niet gebruikt worden om ontspannen te winkelen, de consument wordt 'verdrongen' naar de zijkant van de straat. Daarnaast zorgt de gastvrijheid voor auto's voor allerlei versturende elementen in de openbare ruimte: verschillende soorten bestrating, inrichting van parkeerplaatsen, paaltjes en borden. Daarmee ontstaat geen ruimte voor een rustig, aantrekkelijk straatbeeld waarin met name de winkeletalages goed tot hun recht komen. De auto neemt veel ruimte in, zowel qua fysieke ruimte als qua beeld. Voor het centrum is een op het verblijf gericht deel van de Spoorstraat gewenst, zo vindt een aanzienlijk deel van de betrokkenen tijdens de workshops en de individuele besprekingen. Een deel van de Spoorstraat, het dichtst bij de Markt gelegen, wordt autovrij gemaakt. Alle overige winkelstraten blijven wel met de auto bereikbaar.

### *Waarom*

- Een autovrije winkelstraat bevordert de beleving van de consument en daarmee de commerciële aantrekkelijkheid van het winkelgebied.
- Het inrichten van een gebied tot voetgangersgebied leidt tot een rustiger straatbeeld met meer mogelijkheden voor commerciële uitstraling.



### *Hoe*

- De werkgroep bepaalt de precieze afbakening van het autovrije gebied en bijbehorende consequenties voor rijroutes en werkt een verkeersbesluit uit.
- De gemeenteraad stelt het verkeersbesluit vast.
- De werkgroep werkt vervolgens een herinrichtingsplan uit (zie project 8)
- Eventueel kan de werkgroep, in samenwerking met eigenaren en ondernemers actief inzetten op verplaatsing van winkels die zich meer of minder goed vinden passen in een autovrij gebied.

### *Wanneer*

2018

### *Wie*

De werkgroep bereidt een verkeersbesluit voor en de gemeenteraad stelt dit vast. Aanliggende winkels en andere bewoners worden daarin betrokken en geïnformeerd.

### *Budget*

Interne gemeentelijke kosten voor opstellen verkeersbesluit, verkeersontwerp en uitvoering. Externe kosten voor verkeersontwerp: € 10.000,--.

## **8. Herinrichtingsplan openbare ruimte fase 1: Spoorstraat tussen Blankenburgerstraat en Markt**

### *Wat*

Nadat het verkeersbesluit (zie actie 7) genomen is om het deel van de Spoorstraat tussen Blankenburgerstraat en Markt autovrij te maken kan dit gedeelte heringericht worden tot een autovrij gebied: bestrating dient te worden aangepast, borden en paaltjes en parkeerplaatsen kunnen worden verwijderd. Daarbij dient in bestrating en bebording ook duidelijk te zijn dat verkeer afgeleid wordt via de Blankenburgerstraat.

### *Waarom*

Een autovrij voetgangersgebied dient ingericht te worden naar behoefte van de consument: hoogwaardige bestrating, open, eventueel met specifieke straatobjecten als prullenbakken, bankjes, groen, etc.

### *Hoe*

De werkgroep werkt op basis van het verkeersbesluit uit actie 7 een herinrichtingsplan uit. De gemeenteraad stelt dit vast en reserveert een budget voor uitvoering. De gemeente voert vervolgens uit. Het is wenselijk om de opgave van de Spoorstraat in de context van de hele straat te bezien en fasegewijs uit te voeren.

### *Wanneer*

Vanaf 2<sup>e</sup> helft 2018

### *Wie*

De werkgroep ontwerpt een herinrichtingsplan en consulteert hierbij winkeliers en andere betrokkenen. Na vaststelling voert de gemeente het plan uit.

### *Budget*

Opstellen plan: € 25.000,--

Uitvoering plan herinrichting fase 1: Indicatief : € 300.000,--



## 9. Herinrichtingsplan Jhr. Von Heijdenstraat: terugbrengen verbeelding Buurser Beek

### *Wat*

De verbinding tussen de prachtige omgeving van Haaksbergen en het centrum is nu nog slechts beperkt aanwezig. Eén van de initiatieven om deze verbinding opnieuw te realiseren, is het terugbrengen van de verbeelding van de de Buurserbeek in de Jhr. Von Heijdenstraat.

### *Waarom*

Het terugbrengen van de verbeelding van de Buurserbeek verbindt visueel het centrum van Haaksbergen met de omgeving en draagt ook bij aan de kwaliteit van de Jhr. Von Heijdenstraat als gebied met diverse hoogwaardige, historische panden.

### *Hoe*

- Het plan om de Buurserbeek terug te brengen in de Jhr. Von Heijdenstraat is een initiatief van Stichting De Groene Waaier. Deze stichting zorgt voor ontwerp en planvorming.
- De gemeente dient een besluit te nemen of zij dit initiatief wil faciliteren en bijbehorende besluiten en uitvoering op zich wil nemen.

### *Wanneer*

Verdere planvorming in 2018

### *Wie*

- Werkgroep sluit aan bij planvorming Groene Waaier. De Groene Waaier is trekker van het initiatief

### *Budget*

Nader te bepalen. Indicatief € 200.000,-- - € 300.000,--

## 10. Aanpak fietsparkeren ( in relatie met herinrichting)

### *Wat*

Fietsparkeren kan soms tot verrommeling leiden, zeker als fietsen lukraak verspreid door een winkelstraat staan. Het clusteren van geparkeerde fietsen op strategische locaties is daarom belangrijk voor de begaanbaarheid van het trottoir voor de voetganger en voor een nette uitstraling van het winkelgebied.

### *Waarom*

Net als overal in Nederland komt ook in Haaksbergen een aanzienlijk aandeel van de bezoekers met de fiets. Dit is zeer wenselijk, maar als er geen duidelijke en goede fietsparkeerplaatsen aanwezig zijn, zullen consumenten geneigd zijn hun fietsen recht voor de winkel waar ze moeten zijn neer te zetten. Dit geeft, zeker in combinatie met uitstallingen en ander straatmeubilair een rommelige uitstraling.

### *Hoe*

- De werkgroep bepaalt op verschillende plekken in het winkelgebied goede locaties voor fietsparkeerplekken.
- Gezocht wordt naar een hoogwaardige fietsenstallingsmogelijkheid die er ook goed uitziet in de winkelstraat.
- De werkgroep stelt een plan op, laat dit door de gemeenteraad vaststellen en voert dit uit.

### *Wanneer*

2018-2019

### *Wie*

- De gemeente is formeel verantwoordelijk voor het faciliteren van fietsparkeeroplossingen en voor de inrichting van de openbare ruimte.
- De werkgroep krijgt de kans om mee te denken over de juiste locaties en precieze uitwerking.

### *Budget*

Afhankelijk van gekozen oplossingen en omvang van fietsparkeerplaatsen. Indicatief budget

€ 30.000,--



## 11. Verbeteren parkeerverwijssysteem

### *Wat*

Haaksbergen heeft in principe genoeg parkeermogelijkheden, maar die liggen niet allemaal direct in het zicht en zijn niet bij alle bezoekers bekend. Het verbeteren van het parkeerverwijssysteem rond het centrum van Haaksbergen is belangrijk om de verschillende parkeerplaatsen optimaal te kunnen benutten.

### *Waarom*

- Voor een bezoeker is het vervelend als hij geen parkeerplaats kan vinden op de plek waar hij zoekt en ook niet weet of en zo ja waar hij een parkeerplaats kan vinden.
- Het huidige parkeerverwijssysteem is niet op alle plekken rond de centrumring voldoende op niveau.

### *Hoe*

- De werkgroep bepaalt via een schouw waar het parkeerverwijssysteem onvoldoende functioneert en wat het specifieke probleem is (bijv. ontbreken bord, niet goed zichtbaar, verwijzing niet duidelijk).
- Op basis van deze conclusies wordt een verbeterplan uitgewerkt en door de gemeente uitgevoerd.

### *Wanneer*

2018-2019

### *Wie*

- Werkgroep bepaalt welke specifieke problemen er zijn op diverse locaties door middel van een schouw.
- Gemeente stelt een verbeterplan op, reserveert hier budget voor en voert dit uit.

### *Budget*

Afhankelijk van de problematiek. Indicatief budget € 10.000,--

## 12. Onderhoud openbare ruimte en groen

### *Wat*

Bij een aantrekkelijk winkelgebied hoort niet alleen een hoogwaardige inrichting, maar ook voortdurend en intensief onderhoud. De werkgroep gaat in de verschillende straten rond in een schouw om te bepalen waar momenteel het onderhoud van bestrating, groen en straatmeubilair onvoldoende is. Op basis van deze schouw kunnen onderhoudsplannen worden gemaakt.

### *Waarom*

- Onvoldoende onderhoud van bestrating, groen en straatmeubilair kan bij consumenten en ondernemers in de winkelstraat leiden tot kleine ergernissen en tot een algeheel verminderde uitstraling van het winkelgebied.
- De gemeente is niet altijd in voldoende mate op de hoogte van de gedetailleerde situatie in een specifieke straat; de ondernemers die daar dagelijks in hun winkel te vinden zijn wel. Een gezamenlijke schouw kan daarom uitkomst bieden.

### *Hoe*

- Werkgroep neemt initiatief tot een schouw en nodigt ondernemers en bewoners uit om deel te nemen.
- Op basis van de conclusies uit de schouw komt de werkgroep tot verbeterpunten.

### *Wanneer*

2018 en daarna periodiek (bijv. jaarlijks)

### *Wie*

De werkgroep nodigt ondernemers uit voor de schouw, stelt verbeterpunten op en voert deze uit.

### *Budget*

Binnen regulier budget beheer openbare ruimte ook zal worden gekeken naar de mogelijkheden van ondernemers in het beheer van de openbare ruimte.

### Thema 3: Commerciële uitstraling en professionalisering ondernemerschap



### **13. Verbeteren presentatie en profilering ondernemingen**

#### *Wat*

Professionele gevels, etalages en inrichting van de winkels zijn belangrijk voor het functioneren van een onderneming: ze stimuleren de consument om de winkel binnen te gaan. Daarnaast dragen ze bij aan de uitstraling van het winkelgebied als geheel. Gevels, etalages en inrichting zijn niet overal op uniform hoogwaardig niveau in het centrum; ondernemers en eigenaren dienen zich bewust te zijn / worden van de huidige matige kwaliteit.

#### *Waarom*

Aantrekkelijke gevels, etalages en inrichting dragen bij aan de aantrekkelijkheid van winkels en het winkelgebied in het algemeen; ze stimuleren daarnaast het bezoek aan een winkel, de sfeer in een winkel en de aankoopbereidheid van de consument.

#### *Hoe*

Met een compacte profileringsscan krijgen ondernemers snel inzicht in de goede en minder goede aspecten van hun uitstraling en concrete suggesties om hier wat aan te verbeteren. Afhankelijk van het advies kan hier een vervolgtraject uit ontstaan voor bijvoorbeeld herinrichting of gevelaanpak.

#### *Wanneer*

Uitvoering scan: 2018

Verbeteren uitstraling: vanaf 2018

#### *Wie*

- Werkgroep onderzoekt mogelijkheden financiering scan bij overheden en private partijen / sponsoren

#### *Budget*

Indicatief budget : bij 90 scans € 30.000,--

## 14. Actualiseren van reclame-, uitstallingen- en terrassenbeleid

### *Wat*

Reclame, uitstallingen en terrassen dragen bij aan de sfeer en aantrekkingskracht van een winkelgebied. Ondernemers kunnen hierin het wenselijke beeld bepalen. Echter, wanneer er geen goede regels en afstemming zijn over kwaliteit en omvang van reclame en uitstallingen, ontstaat het gevaar van verrommeling, zeker in combinatie met andere elementen op straat (bankjes, groen, fietsen, parkeerplaatsen). Met heldere kaders enerzijds en eigen verantwoordelijkheid van ondernemers anderzijds kan de kwaliteit van reclame en uitstallingen verbeterd worden.

### *Waarom*

Goede afspraken tussen gemeente en ondernemers, maar ook tussen ondernemers onderling bevorderen dat reclame, uitstallingen en terrassen bijdragen aan de sfeer van een winkelstraat.

### *Hoe*

- Binnen een geactualiseerd reclame-, uitstallingen- en terrassenbeleid kunnen afspraken worden gemaakt over de omvang en kwaliteit van reclame en uitstallingen;
- Ondernemers kunnen onderling afspreken om te werken aan hoogwaardige reclame en uitstallingen in (een deel van) het centrum. Hierbij past eigen verantwoordelijkheid en zelfcorrectie.
- Indien de afspraken tussen ondernemers goed werken, kan de gemeente ervoor kiezen in die gebieden meer vrijheden te geven, waarbij veiligheid, doorgang, e.d. uiteraard gewaarborgd dienen te blijven.

### *Wanneer*

2018

### *Wie*

- De werkgroep brengt de actuele situatie in kaart;
- De gemeente is verantwoordelijk voor het opstellen van een reclame- en uitstallingenbeleid.
- Ondernemers, hetzij in het gehele centrum hetzij in een specifieke straat, maken onderling afspraken over de wenselijke uitstraling van een gebied en bijbehorend niveau en kwaliteit van reclame en uitstallingen.
- Gemeente verleent (tijdelijk) meer ruimte aan deze gebieden om, op basis van eigen verantwoordelijkheid, het gewenste beeld na te streven.

### *Budget*

Interne kosten gemeente bij actualiseren beleid.

## 15. Herinstructie van een ondernemersfonds mbv een Bedrijfs Investerings Zone (BIZ) en centrummanagement

### *Wat*

In 2016 is, na een periode van 5 jaar, het instrument 'Bedrijfs Investerings Zone' (BIZ)<sup>1</sup> stopgezet vanwege gebrek aan draagvlak. Dit heeft geleid tot een forse vermindering van gezamenlijke beschikbare middelen voor activiteiten, projecten en evenementen. Daarnaast is ook de inzet van een centrummanager stopgezet. Er is onder veel ondernemers behoefte om een BIZ te herinstructeren (of eventueel een andere vorm van een ondernemersfonds) met daarbij voldoende aandacht voor de "fouten" die zijn gemaakt in de vorige periode.

### *Waarom*

Een BIZ zorgt ervoor dat alle ondernemers bijdragen aan een gezamenlijk budget waaruit initiatieven gefinancierd kunnen worden die goed zijn voor het centrum van Haaksbergen. In een situatie zonder BIZ is een bijdrage vrijwillig. In de praktijk is daarmee het beschikbare budget voor gezamenlijke ondernemersactiviteiten groter bij aanwezigheid van een BIZ. Daarmee wordt de slagkracht groter en is het ook mogelijk professionele capaciteit te organiseren, bijvoorbeeld via een centrummanager. Een BIZ is daarmee een belangrijk instrument om te komen tot een aantrekkelijk en levendig centrum, met goede initiatieven en evenementen.

### *Hoe*

- Vanuit de werkgroep dient het initiatief genomen te worden voldoende steun te vergaren voor de herinstructie van een BIZ. Daarbij dient ook bepaald te worden onder welke voorwaarden de BIZ actief dient te zijn (gebiedsafbakening, welke sectoren, etc.).
- De gemeente dient de invoering van een BIZ te faciliteren, door de OZB-heffing hierop in te richten en de middelen door te zetten naar bijvoorbeeld een stichting.
- In de uitwerking van een nieuwe BIZ en eventueel centrummanagement dient voldoende aandacht te zijn voor inzet, capaciteit en communicatie. Ook dient er voldoende aandacht te worden besteed aan de verschillende belangen en behoeften die spelen onder de partijen die meebetalen.

### *Wanneer*

Indien in 2018 de voorbereidingen worden getroffen, zou 01-01-2019 een BIZ kunnen worden geherinstructeerd.

### *Wie*

- De werkgroep / ondernemers, bijvoorbeeld via het HOV, dienen als initiatiefnemer op te treden en steun te vergaren.
- De gemeente heeft een faciliterende rol in haar positie als belastinginnehmer.
- Gezamenlijke ondernemers dienen een plan uit te werken voor benutting van de BIZ-middelen en inzet van voldoende capaciteit.

---

<sup>1</sup> In een BIZ-constructie wordt extra geld geïnd via de OZB over eigenaren en gebruikers van commerciële panden. Dit extra geld komt ter beschikking aan de gezamenlijke ondernemers, om daarmee projecten en evenementen te organiseren die bijdragen aan het economisch klimaat van een gebied.



### *Budget*

De gemeente maakt meerkosten om de inning van de aanvullende belasting te regelen. Bepaald moet worden of de gemeente deze kosten draagt of in mindering brengt op de afdracht naar de op te richten stichting.

## 16. Versterken van professionaliteit en gastvrijheid op de werkvloer

### *Wat*

De retail verandert in hoog tempo. Zaken als onderscheidend vermogen, gastvrijheid, uitstraling, aanbod, kennis van het centrum/historie/andere winkels, storytelling, inpassing van nieuwe technologieën, social-media-strategieën en eventueel een omnichannel aanpak zijn wezenlijk voor het succes en voortbestaan van een winkel in de 21<sup>e</sup> eeuw. Zeker voor de zelfstandige ondernemer is het soms moeilijk om mogelijkheden in beeld te hebben en verstandige keuzes te maken in de vraag: 'ga ik wel of niet mee in deze trend?'. Ondernemers moeten hierin ondersteund worden.

### *Waarom*

Voor het succes van de winkels in Haaksbergen is het van belang om als winkel onderscheidend, interessant en gastvrij te zijn en te blijven. Door hierin te ondersteunen zal de kwaliteit van de winkels in Haaksbergen toenemen en wordt het centrum aantrekkelijker voor consumenten.

### *Hoe*

- De werkgroep ontwikkelt een serie workshops (bijv. onder de naam 'Retail University') waarin diverse thema's onder de loep worden genomen. Bijvoorbeeld:
  - Kennis van de geschiedenis en omgeving van Haaksbergen
  - Beleving in de winkel
  - Social media
  - Actueel consumentengedrag
  - Gastvrijheid (eventueel aangevuld door een project Mystery Shopping)
  - Duits op de werkvloer
  - Etc.
- Winkeliers kunnen zich vrijwillig, al dan niet tegen betaling, aanmelden voor deze workshops.

### *Wanneer*

2017-2021

### *Wie*

De werkgroep neemt het initiatief tot de serie workshops en andere instrumenten. Sponsoring van derden wordt onderzocht.

### *Budget*

€ 10.000,- - € 15.000,- voor een jaarprogramma met workshops

## 17. Afstemming van winkelopeningstijden

### *Wat*

Heldere afspraken in het gehele winkelgebied over openingstijden van winkels. Het gaat hier enerzijds om reguliere openingstijden, maar vooral om koopavonden en koopzondagen.

### *Waarom*

- In Haaksbergen zijn niet alle winkels structureel op dezelfde momenten open.
- Voor een consument is het vervelend als niet alle winkels in een gebied tegelijk open zijn. Dit laat een negatieve indruk achter en kan de consument de volgende keer doen besluiten op het beoogde tijdstip het winkelgebied niet te bezoeken.

### *Hoe*

- Vanuit de werkgroep en HOV vindt actieve communicatie plaats over de wenselijke openingstijden en het belang hiervan. Partijen die zich niet aan de openingstijden houden worden actief benaderd.

### *Wanneer*

Vanaf begin 2018

### *Wie*

- De werkgroep HOV communiceert actief met haar leden over het gemeenschappelijk naleven van winkeltijden.
- De rol van de gemeente is beperkt tot handhaving van de winkeltijdenwet en de keuzes over de mogelijkheid tot openstelling op koopzondagen.

## Thema 4: Marketing en profilering



## 18. Uitwerken marketingstrategie Haaksbergen

### *Wat*

Een doordachte marketingaanpak en marketingboodschap waarin het DNA, het onderscheidende vermogen en de kwaliteiten van Haaksbergen in brede zin en het centrum van Haaksbergen in het bijzonder worden gepromoot. Deze boodschap dient gericht te zijn op verschillende doelgroepen, bijvoorbeeld:

- De regionale bezoeker uit omliggende steden en dorpen (zoals kleine dorpen, Neede, Goor, zuidelijke wijken van Enschede)
- Het jonge gezin op vakantie in de omgeving
- De (fietsende) senior

### *Waarom*

- Haaksbergen heeft diverse kwaliteiten die momenteel nog niet structureel gepromoot worden.
- Een goede definitie van het onderscheidend vermogen en de doelgroepen van Haaksbergen leidt tot heldere keuze over de relevante marketingboodschap(pen).
- Promotie en marketing zijn van wezenlijk belang om bezoekers van buiten te trekken en zo de omzet te verhogen.

### *Hoe*

- In de werkgroep wordt bepaald wat de belangrijkste doelgroepen en de belangrijkste elementen qua onderscheidend vermogen zijn. Het kan zijn dat voor de ene doelgroep een ander element belangrijk is dan voor de andere.
- De doelgroepen en elementen worden uitgewerkt in een aantal marketingboodschappen.
- Deze marketingboodschap wordt uitgedragen via een nader te bepalen communicatiemix (bijv. online, social media, folders, advertenties, radio, etc.)

### *Wanneer*

2018-2019

### *Wie*

- De werkgroep is leidend in het bepalen van het DNA en de boodschap
- Gemeente, VVV, en zowel de ondernemers uit de toeristisch-recreatieve sector als de centrumondernemers werken in een denktank de marketingaanpak uit.
- Externe experts en stakeholders (zoals Marketing Twente) worden betrokken.
- Op basis van beschikbaar budget vanuit gemeente en ondernemers wordt een uitwerking gekozen.

### *Budget*

Te bepalen op basis van gekozen uitwerking. € 50.000 - € 100.000,-- per jaar.

## 19. Versterking relatie tussen Museum Buurtspoorweg en centrum

### *Wat*

Meer samenhang, zowel fysiek als virtueel, tussen het Museum Buurtspoorweg (MBS), de belangrijkste toeristische trekker van Haaksbergen, en het winkelgebied.

### *Waarom*

- Het MBS is een grote toeristische trekker die pal naast het centrum ligt. Toch is er momenteel weinig interactie tussen het MBS en het centrum en haar ondernemers. Dit heeft enerzijds te maken met de fysieke situatie en anderzijds met het feit dat er niet of nauwelijks wordt samengewerkt.
- Meer samenhang en samenwerking kan leiden tot groeiend combinatiebezoek aan beide kanten en meer bekendheid van zowel het centrum als het MBS. Dit leidt tot een hogere omzet.

### *Hoe*

- De werkgroep werkt met MBS, op basis van een schouw, de mogelijkheden uit om het MBS fysiek beter te verbinden met het centrum. Oplossingen kunnen bijvoorbeeld liggen in bestrating, verwijsborden, oversteekplekken of aankleding. Wanneer een plan tot stand is gekomen kan dit als herinrichtingsplan worden vastgesteld en worden uitgevoerd.
- De werkgroep en MBS brainstormen samen op welke manieren de partijen meer kunnen samenwerken. Bijvoorbeeld: arrangementen, kortingsacties, aankleding van winkels met museummateriaal, thematische evenementen.

### *Wanneer*

2018-2020

### *Wie*

- De werkgroep verkent de mogelijkheid voor een verbeterde fysieke relatie tussen MBS en centrum. De gemeente werkt deze plannen uit en is verantwoordelijk voor de uitvoering.
- Ondernemers en MBS werken concrete ideeën uit om beter samen te werken.

### *Budget*

Afhankelijk van te ontwikkelen plannen.

## 20. Opstellen en benutten brancheringsplan voor het centrum, opstellen bidbook

### *Wat*

Een divers en onderscheidend aanbod aan winkels is belangrijk voor zowel de inwoner van Haaksbergen als de bezoeker en de toerist. Door in beeld te hebben welke winkels en formules kunnen bijdragen aan dit aanbod, kunnen formules gericht benaderd worden en bestaat er een beeld over welke formules eventueel de huidige leegstand in kunnen vullen. Om formules te benaderen wordt een bidbook opgesteld met de relevante gegevens over Haaksbergen, kwaliteiten en mogelijkheden en potentiële panden. Makelaars en andere acquisiteurs kunnen dit bidbook gebruiken wanneer zij in gesprek zijn met potentieel geïnteresseerde partijen.

### *Waarom*

Door een brancheringsplan op te stellen kan Haaksbergen actief werken aan een onderscheidend en gebalanceerd winkelaanbod in het centrum; een bidbook geeft in een overzichtelijk format weer wat de kwaliteiten en mogelijkheden van het centrum van Haaksbergen zijn als vestigingslocatie.

### *Hoe*

Opstellen brancheringsplan door een werkgroep met gemeente, makelaars, ondernemers en eigenaren. Het brancheringsplan wordt opgesteld door bestaand aanbod in kaart te brengen, te bepalen welke formules gemist worden en welke formules in andere centra succesvol bijdragen aan het winkelgebied.

Het bidbook wordt opgesteld op basis van het brancheringsplan, door gemeente, makelaars, ondernemers en eigenaren. In het bidbook komen onder andere demografische gegevens en andere kengetallen, situering, ontwikkelingen en visie, zittende ondernemers en relevante informatie over beschikbare panden.

### *Wanneer*

2018, 2 jaarlijks actualiseren

### *Wie*

Gemeente en HOV nemen het initiatief tot het formeren van een werkgroep en vervolgstappen.

### *Budget*

Opstellen Bidbook: € 5.000,--



## **21. Uitbreiding warenmarkt naar zaterdag**

### *Wat*

Een verkenning naar de mogelijkheden om ook een (thematische) warenmarkt te organiseren op de zaterdag. Hierin dient ook de toekomst van standplaatsvergunningen betrokken te worden.

### *Waarom*

- De warenmarkt in Haaksbergen functioneert goed en draagt bij aan de sfeer, de levendigheid en het bezoek aan het centrum. Dit komt ten goede aan de ondernemers in het gebied.
- Momenteel is er enkel een warenmarkt op de woensdag. Er bestaat de wens om ook op zaterdag een warenmarkt te organiseren, om zo de aantrekkelijkheid van het winkelen op zaterdag in Haaksbergen te stimuleren.
- Naast de warenmarkt zijn er in het centrum nog 6 locaties met standplaatsvergunningen voor verkoop van o.a. kledingwaren, vis, loempia's. Voor deze standplaatsen geldt een andere regime dan voor de rest van de warenmarkt.

### *Hoe*

- De werkgroep gaat in gesprek met de ambulante handel (de kramen op de markt) om te bespreken in hoeverre er bereidheid, mogelijkheid en wens is tot uitbreiding van de warenmarkt naar de zaterdag. Hierin wordt ook de positie van de standplaatshouders betrokken.
- Indien er perspectief is wordt er een plan uitgewerkt voor een nieuwe marktdag, met daarin bijvoorbeeld wenselijk aanbod en opstelling.
- De gemeente bereidt een besluit voor over een nieuwe marktdag en laat dit door de gemeenteraad vaststellen.

### *Wanneer*

2019-2020

### *Wie*

- De werkgroep gaat in gesprek, verkent mogelijkheden en maakt een plan.
- De gemeente neemt een besluit over een nieuwe marktdag en implementeert dit besluit.
- De ambulante handel vult het plan in met aanbod.

### *Budget*

Niet van toepassing. Aanvullende inzet op een extra marktdag kan worden gecompenseerd met precariobelasting vanuit de marktkramen.



## 22. Verkennen mogelijkheden realisatie openbaar toilet

### *Wat*

Een verkenning of het mogelijk is een openbaar toilet te realiseren in het winkelgebied van Haaksbergen.

### *Waarom*

- Een vaak gehoorde klacht in veel winkelgebieden is het ontbreken van een openbaar toilet. Consumenten hebben niet altijd de behoefte om naar een horeca-gelegenheid te gaan en er zijn geen andere alternatieven om een toilet te bezoeken. In Haaksbergen is momenteel geen openbaar toilet aanwezig.
- Door introductie van een (hoogwaardig) openbaar toilet wordt de consument verder gefaciliteerd in zijn winkelbezoek. Dit vergroot zijn/haar waardering voor het winkelgebied en verlengt naar verwachting zijn/haar verblijfsduur.

### *Hoe*

- De werkgroep verkent mogelijke locaties voor een openbaar toilet.
- Indien er geschikte locaties zijn wordt een plan voor dit openbare toilet ontwikkeld. Daarin dient rekening gehouden te worden met de specifieke techniek, de uitstraling en de mate van onderhoud en hygiëne.
- De werkgroep maakt een voorstel en legt dit voor aan de gemeente. Deze reserveert geld en stelt vast; de gemeente voert vervolgens uit.
- Indien er geen geschikte locatie mogelijk lijkt, kan naar alternatieven gezocht worden. Een voorbeeld is het initiatief 'Gastvrij Plassen': een sticker op de etalage van een ondernemer om aan te geven dat de consument in de betreffende winkel kosteloos naar het toilet kan.

### *Wanneer*

2018-2019

### *Wie*

- De gemeente is verantwoordelijk voor (objecten) in de openbare ruimte en daarmee ook voor de verkenning omtrent de realisatie van een openbaar toilet. Daarbij zal zij de ondernemers/HOV betrekken.
- Een initiatief zoals 'Gastvrij Plassen' dient geïnitieerd te worden vanuit de HOV.

### *Budget*

Afhankelijk van het te ontwikkelen plan € 50.000,-- - € 100.000,--. Daarnaast exploitatiekosten van circa PM per jaar.