

Plan van aanpak: *‘Op naar een vitaal Stadshart’*

1. Inleiding

Dit plan van aanpak geeft aan hoe we gezamenlijk met marktpartijen doelgericht en gestructureerd in 7 stappen toewerken naar een vitaal en succesvol Stadshart.

In de huidige detailhandelsstructuur van Alphen aan den Rijn is het Stadshart het enige recreatieve winkelgebied dat een belangrijke, regionale aantrekkingskracht heeft voor de inwoners en bezoekers. Voor zowel ondernemers, eigenaren als voor de gemeente Alphen aan den Rijn staat het functioneren van het Stadshart hoog op de agenda.

Op dit moment constateren we dat de inzet en betrokkenheid van de verschillende partijen betrokken bij het Stadshart nog te versnipperd is. Het is dus noodzakelijk om vanuit een gezamenlijke inzet te werken om het Stadshart voor de komende jaren beter op de kaart te zetten. Vanwege het brede publiek-private belang hebben het Centrummanagement, EDBA, de gemeente Alphen aan den Rijn en enkele ‘stakeholders’ samen het voortouw genomen voor een ‘over all’ visie, imagobepaling en actie- en marketingplan voor het Stadshart.

In de ‘over all’ visie, imagobepaling, het actie- en marketingplan wordt rekening gehouden met de nieuwste trends en ontwikkelingen in de detailhandel, horeca en leisure. Ook met digitale innovaties, slim gebruik van wifi passantenmeetpunten, datagestueerd werken en het dagelijks gebruik en ‘beleving’ van de Alphense binnenstad door de bezoekers en inwoners.

2. Doel van het plan van aanpak

Het doel is om met ondernemers, vastgoedeigenaren en andere ‘stakeholders’ in het Stadshart gezamenlijk te komen tot het volgende:

1. Een breed gedragen “over all” visie en imago bepaling voor het Stadshart (d.w.z. bepalen van de ‘wow factor’ van het Stadshart);
2. daaruit voortvloeiend: een actie- en marketingplan voor het Stadshart waarin zijn opgenomen de afspraken voor de verschillende stakeholders m.b.t. de uitvoering (gemeente, eigenaren, ondernemers, ‘stakeholders’).

3. Pro-actief faciliteren door de gemeente

Voor de gemeente is het streven naar een vitaal en succesvol Stadshart een belangrijke uitwerking van de Detailhandelsvisie Alphen aan den Rijn 2016–2025, waarin het Stadshart wordt beschreven als een “vitaal recreatief winkel- en leefgebied voor Alphen aan den Rijn en de regio”. Met het plan van aanpak wordt hieraan pro-actief handen en voeten gegeven; deze is vooruitlopend op het uitvoeringsprogramma van de Detailhandelsvisie (waarover het college medio 2018 (Q3) voornemens is om een besluit te nemen). Het is een instrument om de samenwerking met en tussen de verschillende ‘stakeholders’ en de voortgang daarvan te kunnen faciliteren. Voorbeeld hierbij is het recente private initiatief om het Stadshart van

Alphen als onderdeel van de citymarketing tot de nieuwe Keukenhof te ontwikkelen (22 juni 2018 in Alphens.nl). Tevens sluit het plan van aanpak aan bij de afspraken in het coalitieakkoord (m.b.t. het convenant voor het centrummanagement; zoals hierna in Stap 7 is aangegeven).

Hiernaast biedt dit samenwerkingsproces de gelegenheid om de vragen vanuit de raad m.b.t. de 'waardering en beleving' van het Stadshart door bezoekers gericht te kunnen beantwoorden (overeenkomstig de Motie in de raad 12 oktober 2017).

4. Plan van aanpak: in 7 stappen naar een vitaal Stadshart

STAP 1: uitvraag doen bij 3 externe buro's voor de benodigde expertise. Deze brengen offerte uit voor een 'over all' visie, imagobepaling, deelvisie op de kwaliteit openbare/private ruimte, op de bereikbaarheid/parkeren en op een (optionele) actie- en marketingplan, e.e.a. op basis van de beschikbare informatie en de nieuwe nog uit te voeren onderzoeken.

Trekker stap 1: gemeente; in afstemming met de voorzitter Centrummanagement.

Planning stap 1: uitvraag doen medio juni.

STAP 2: het (laten) uitvoeren van diverse, elkaar aanvullende deelonderzoeken en het inventariseren van de resultaten. Dit zijn vraag- en aanbodgerichte bouwstenen als input voor de visie/imagobepaling door het in Stap 1 gekozen externe buro en het betreffen o.a.:

- Een 'shoppersbrainstorm' onder verschillende doelgroepen.
Trekker: EDBA.
- Een bezoekers en inwonersonderzoek t.b.v. het Stadshart door het buro InCrowd.
Trekker: gemeente.
- Een onderzoek naar 'blurring' en mengvormen van horeca en detailhandel in het Stadshart bij de ondernemers/leden van de VOC.
Trekker: VOC/centrummanager.

Planning totaal stap 2: eind augustus alle deelonderzoeken gereed.

STAP 3: het geselecteerde externe buro komt in samenwerking met de 'stakeholders' tot een concept 'over all' visie, imagobepaling en actieplan. Deze stap bevat tevens een 'go/no go' moment. Het actieplan gaat in aansluiting op de "over all" visie concreet in op de kwaliteit van de openbare/private ruimte, de bereikbaarheid, het parkeren en (optioneel) tot een marketing en promotiestrategie. Het externe buro zal in technische zin o.a. de vraagzijde confronteren met de aanbodzijde. Hiervoor is de volgende input benodigd:

- a) Resultaten vanuit de 3 deelonderzoeken zoals genoemd in Stap 2;
- b) Resultaten vanuit bestaande onderzoeken, waaronder o.a.:
 - Onderzoek door CVCA (uitvoering Bureau Stedelijke Planning),
 - 5 Speerpunten voor het Alphense Centrum door VOC,
 - Imago meting Alphen aan den Rijn door EDBA/Citymarketing (eindrapport Erasmus Universiteit),
 - Visie op de Euromarkt als stedelijke locatie door BRO/gemeente,
 - Detailhandelsvisie Alphen aan den Rijn 2016-2025.
- c) Eigen professionele expertise en ervaringen in andere grote winkelgebieden.

Trekker: extern bureau. Planning: gereed september 2018

STAP 4: bepalen van de besluitvormingsprocedure:

Collegebesluit en eventueel besluitvorming(en) bij de betrokken 'stakeholders' over de concepten voor visie, imagobepaling, actie- en marketingplan, zoals genoemd in Stap 3.

STAP 5: faciliteren van het Boost Your Business Retail congres:

Presentatie van de concepten voor visie, imago, actie- en eventueel marketingplan op het BYB Retail congres van de EDBA als interactief toetsingsmoment en inspraakmogelijkheid voor alle ondernemers in Alphen aan den Rijn (*gereed eind oktober 2018*).

STAP 6: afronding en gebruik van de media:

Na het BYB Retail congres volgt de definitieve bestuurlijke besluitvorming (*begin november 2018*). Hiervoor wordt gezamenlijk met de 'stakeholders' een communicatieplan opgezet.

STAP 7: inbreng in het nieuwe convenant voor het centrum/Stadshart:

Opname van visie, imago en actieplan in het nieuwe Convenant Centrum Alphen aan den Rijn van VOC, CVCA, VOA en de gemeente (*gereed eind november 2018*).

5. Benodigde capaciteit en middelen

Voor de uitvoering van het Plan van aanpak is een incidenteel budget nodig van € 33.000,-. Hiervoor is reeds € 18.000,- gereserveerd en eerder beschikbaar gesteld via het Economisch Actieplan. Via dit voorstel wordt aanvullende dekking gevraagd van € 15.000,- via een onttrekking aan de reserve Economie. De financiële gevolgen van dit voorstel zijn onderdeel van besluitvorming via de Najaarsrapportage 2018. Bij vaststelling van de Voorjaarsrapportage door de raad, is de hiervoor genoemde *aanvullende* financiële ruimte (budget voorbereidingskosten) ad. € 15.000,- pas formeel beschikbaar. Vooruit lopend op het formeel beschikbaar komen van het budget (zie hiervoor) zal gestart worden met werkzaamheden om op korte termijn te komen tot uitvoering van het plan van aanpak.

Kosten/dekking

Kosten

- De gemeente Alphen aan den Rijn faciliteert en co-financiert t.b.v. een vitaal Stadshart eenmalig voor in totaal indicatief €33.000,-. Deze co-financiering bestaat uit de volgende kostenposten:
 - € 15.000,-: onderzoek/studie door het externe bureau (in Stappen 1, 3 en 5) dat de 'over all' visie, imago en actieplan gaat opstellen (indicatieve kosten);
 - € 12.000,-: InCrowd bezoekersonderzoek (in Stap 2) naar de bezoekersbeleving van het Stadshart;
 - € 5.000,- : Communicatie, presentatie etc.;
 - € 1.000,-: Onvoorzien.

Dekking via Gemeente Alphen aan den Rijn

- De projectkosten worden gedekt vanuit budget van:

- € 16.000,-: Economisch Actieprogramma 2016–2025 voor Detailhandel; het InCrowd onderzoek is uit dit bestaande, gereserveerde budget reeds gefinancierd.
- € 2.000,-: Economisch Actieprogramma 2016–2025 vanuit aanvullend algemeen beschikbaar;
- € 15.000,-: Reserve Economie; de consequenties hiervan voor de begroting 2018 zullen worden verwerkt in de Najaarsrapportage 2018 (huidig voorstel).

Overzicht van (aanvullende) externe dekking – inzet

- Het centrummanagement draagt aan het voorgaande (in Stappen 1, 2 en 3 van het plan van aanpak) naar evenredigheid en naar vermogen bij d.m.v. de levering van ondersteuning en capaciteit (in uren).
- De (optionele) werkzaamheden van het externe bureau dan wel die van een specifiek marketingbureau rondom de marketing/promotiestrategie (in Stap 3 plan van aanpak) komen voor rekening van de betrokken private partijen in het Stadshart en/of de EDBA.
- De EDBA pakt de ‘shoppersbrainstorm’ op (in Stap 2 plan van aanpak) en financiert deze.
- De EDBA heeft het Imago onderzoek georganiseerd en gefinancierd (Stap 3 plan van aanpak).
- De VOC en de centrummanager organiseren het ‘blurring’ onderzoek bij de leden van de VOC (in Stap 2 plan van aanpak).
- De VOC (winkeliers) heeft 5 Speerpunten voor het centrum opgesteld (in Stap 3 plan van aanpak)
- De CVCA (eigenaren) heeft in 2017 een onderzoek in het centrum afgerond en gefinancierd (in Stap 3 plan van aanpak)
- Vanuit de EDBA wordt het Boost Your Business Retail congres (in Stap 5 plan van aanpak) georganiseerd en gefinancierd.