



Actieplan Detailhandel en Horeca

2020 t/m 2022



Colofon



Actieplan Detailhandel en Horeca 2020 t/m 2022 is een initiatief van gemeente Haarlem.

- Samenstelling en vormgeving: Stad & Co
- Auteurs: Nicole Haas en Charlie Hoge (Stad & Co), Marjon Zorge (gemeente Haarlem)



© Stad & Co
november 2020

Samenvatting

Het Actieplan Detailhandel en Horeca 2020 t/m 2022 formuleert acties die nodig zijn om de leefbaarheid en economische vitaliteit te verbeteren of in stand te houden. Het gaat hier om de acht winkelgebieden die onderdeel uitmaken van de hoofdwinkelstructuur in Haarlem: Binnenstad, Generaal Cronjéstraat, Amsterdamstraat, Marsmanplein, Westergracht, Zijlweg, Centrum Schalkwijk en het Prinses Beatrixplein.

In Haarlem zou in 2020 het gemeentelijk Detailhandelsbeleid 2016 – 2020 worden geactualiseerd. Vanwege de coronacrisis is er behoefte aan een meer actiegericht aanpak. Daarom is gekozen voor het opstellen van een actieplan waarin wordt ingespeeld op de actualiteit. In totaal gaat het om 76 acties voor de gemeente en partners in de stad. Daarvan hebben 31 acties een hoge urgentie wat betekent dat deze direct in 2020/2021 worden opgepakt. Er zijn 30 acties met een middelhoge urgentie welke worden opgestart in 2022. Tot slot zijn er 15 acties met een lage urgentie. Deze zijn 'nice to have' en vallen buiten de looptijd van dit actieplan.

Een deel van de acties draagt direct bij aan het beperken van de gevolgen van de coronacrisis.

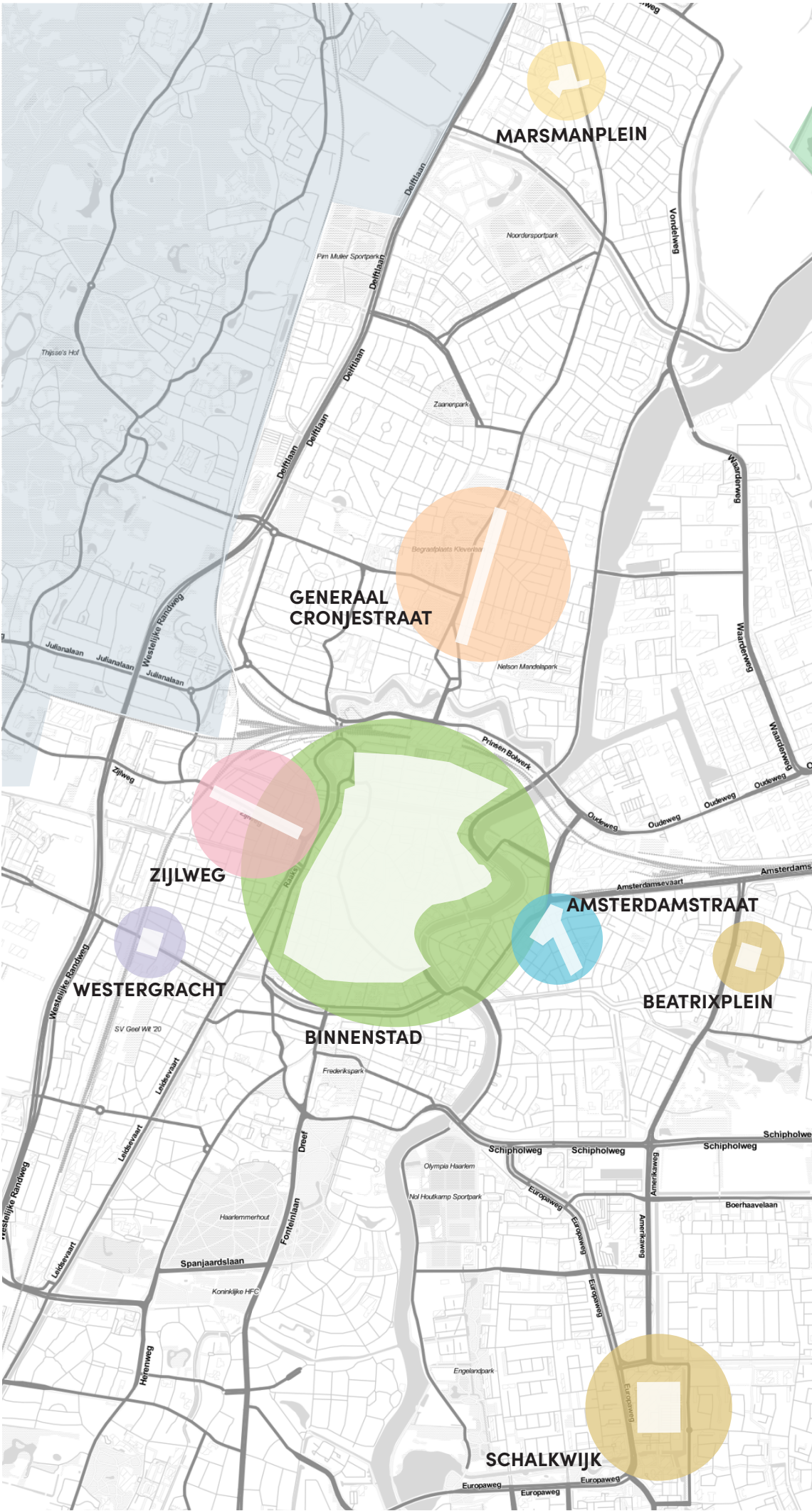
Dit zijn zichtbare korte termijn acties die belangrijk zijn voor Haarlem zoals:

- Promoten online platform HaarlemseWinkels.nl
- Vergroten digitale zichtbaarheid fysieke winkels
- Horecapersoneel inzetten in de zorg

Ook zijn er meer omvattende acties met een langere looptijd (tot na 2022) die ervoor zorgen dat de winkelgebieden ook na de coronacrisis aantrekkelijk zijn. Een voorbeeld hiervan is het verkennen van de mogelijkheden voor de transformatie binnenstad.

Het Actieplan Detailhandel en Horeca 2020 t/m 2022 is samen met partners in de stad gemaakt. Om te komen tot concrete acties hebben we de ambities en doelstellingen van de gemeente Haarlem gekoppeld aan de wensen en behoeften van detailhandel- en horecaondernemers, vastgoedeigenaren, bezoekers en andere stakeholders. Dit deden we middels deskresearch, een online enquête onder ondernemers, vastgoedeigenaren en stakeholders, een bezoekersenquête en meerdere online bijeenkomsten.

De volgende actielijnen zijn voor ieder winkelgebied relevant gebleken: economische vitaliteit, aanbod, samenwerking en communicatie, promotie en marketing, bereikbaarheid, veiligheid en inrichting en onderhoud van de openbare ruimte. De winkelgebieden verschillen onderling en daardoor verschillen de acties per actielijn. De uitvoering van de acties ligt zowel bij de gemeente als bij de diverse partners in de stad.



00 Inhoud

01 Inleiding		6
02 Impact corona		9
03 Actiepunten per winkelgebied		17
	Binnenstad	18
	Generaal Cronjéstraat	30
	Amsterdamstraat	42
	Marsmanplein	48
	Westergracht	56
	Zijlweg	62
04 Gebieden in ontwikkeling		70
	Centrum Schalkwijk	71
	Prinses Beatrixplein	71
05 Uitvoering en borging		72
Dankwoord		74
Bijlage 1	Aanpak en proces	76
Bijlage 2	Verdieping flankerend beleid	80
Bijlage 3	Vragenlijst enquêtes	88
Bijlage 4	Respons enquêtes per winkelgebied	108
Bijlage 5	Geraadpleegde documentatie	110



01 Inleiding

Het coronavirus leidt overal ter wereld tot onzekerheid en daardoor nieuwe uitdagingen. Hoe te overleven in deze tijd? En daarna: hoe verder? In Haarlem zou dit jaar het gemeentelijk Detailhandelsbeleid 2016 – 2020 worden geactualiseerd. Vanwege de coronacrisis is er behoefte aan een meer actiegerichte aanpak op korte termijn. Daarom is gekozen voor het opstellen van een Actieplan Detailhandel en Horeca 2020 t/m 2022. Met dit actieplan kan worden ingespeeld op de actualiteit met acties met als doel bij te dragen aan aantrekkelijke winkelgebieden in Haarlem. Ook voor de langere termijn. De ambitie is om de leefbaarheid en economische vitaliteit te verbeteren of in stand te houden. Niet alleen belangrijk voor ondernemers, maar ook voor inwoners en bezoekers van de winkelgebieden.

Acht winkelgebieden

In de gemeente Haarlem bestaat de hoofdwinkelstructuur uit 8 grote winkelgebieden:

- Binnenstad
- Generaal Cronjéstraat
- Amsterdamstraat
- Marsmanplein
- Westergracht

- Zijlweg
- Centrum Schalkwijk
- Prinses Beatrixplein

De verwachting is dat de hoofdwinkelstructuur het hardst wordt getroffen door de coronacrisis. Dit plan beschrijft voor alle 8 gebieden de relevante acties die nodig zijn op korte en (middel)lange termijn.

Een deel van de acties draagt direct bij aan het beperken van de gevolgen van de coronacrisis. Dit zijn zichtbare korte termijn acties die belangrijk zijn voor Haarlem zoals:

- Promoten online platform HaarlemseWinkels.nl
- Vergroten digitale zichtbaarheid fysieke winkels
- Horecapersoneel inzetten voor in de zorg

Ook zijn er meer omvattende acties met een langere looptijd (tot na 2022) die er voor zorgen dat de winkelgebieden ook na de coronacrisis aantrekkelijk zijn. Een voorbeeld hiervan is het verkennen van de mogelijkheden voor de transformatie binnenstad.

Samen met de stad

Het Actieplan Detailhandel en Horeca 2020 t/m 2022 is samen met de stad gemaakt. Centrum Schalkwijk en Prinses Beatrixplein worden allebei herontwikkeld. Er is daarom in een eerder stadium een participatietraject geweest met gesprekken met ondernemers en vastgoedeigenaren over de acties en wensen van het nieuw te ontwikkelen gebied. De uitkomst van dit traject is geanalyseerd en relevante acties staan beschreven in dit actieplan. Voor de andere zes winkelgebieden is ook uitgebreid desk research gedaan van bestaande rapporten en beleidsstukken. Ook bevroegen we ondernemers in detailhandel en horeca, vastgoedeigenaren, ambtenaren en andere stakeholders met een online enquête in het voorjaar van 2020. Daaropvolgend is in een online bijeenkomst samen met ondernemers besproken wat voor hen de belangrijkste thema's en acties zijn. Ook hebben we straatinterviews gehouden met bezoekers in de zes winkelgebieden om ervaringen en wensen op te halen. Voor ieder gebied is een eigen uitwerking gemaakt met concrete, heldere en realistische acties voor de korte en middellange termijn (2 jaar).

Voor alle acht de winkelgebieden zien wij de acties als gelijkwaardig en even relevant.

Het Detailhandelsbeleid Regio Zuid-Kennemerland 2018-2023 en de Economische Visie Haarlem zijn belangrijke kaders voor dit actieplan.

Markten en standplaatsen

In Haarlem zijn er verschillende weekmarkten zoals de zaterdagmarkt op de Grote Markt en donderdagmarkt in de Florisstraat. De markt(en) en standplaatsen zijn aanvullend op het reguliere aanbod van Detailhandel en Horeca. Zij dragen bij aan de dynamiek van de stad. Tegelijk vragen zij om ruimte. Door de toename van de leegstand in winkelgebieden streeft de gemeente daarom niet naar een toename van (week)markten. In dit actieplan worden markten en standplaatsen niet meegenomen.

Wat staat er in dit actieplan?

Voordat we de bevindingen en acties toelichten, bespreken we eerst in hoofdstuk 2 de gemeten impact van de coronacrisis in Haarlem. Welke gevolgen van de coronacrisis ervaren de lokale ondernemers, welke acties hebben ze al ondernomen en waar hebben ze nog behoefte aan. We vertalen deze behoeften naar concrete actiepunten voor de korte termijn, die in elk van de winkelgebieden van toepassing zijn. In hoofdstuk 3 zoomen we verder in op de eerste zes winkelgebieden. We starten steeds met een beschrijving en de gemeentelijke ambitie voor het gebied, gevolgd door de belangrijkste actielijnen voor het gebied. Vervolgens gaan we in op thema's die in het gebied van toepassing zijn, en formuleren per thema concrete acties. Aan het einde van ieder hoofdstuk staat een totaaloverzicht van alle te ondernemen acties in het gebied, waarin we ook aangeven wie verantwoordelijk is voor de uitvoering

of coördinatie van bepaalde acties en hoeveel urgentie eraan wordt gegeven. In hoofdstuk 4 staan de acties voor Centrum Schalkwijk en het Prinses Beatrixplein. In hoofdstuk 5 bespreken we wat ervoor nodig is om de benoemde acties samen tot uitvoering te brengen en hoe we dit kunnen borgen voor de langere termijn. In bijlage 1 presenteren we welke onderzoeksmethode ten grondslag ligt aan het actieplan. Bijlage 2 biedt een verdieping op een aantal thema's die op meerdere gebieden van toepassing zijn, zoals economische vitaliteit en vergroening. In bijlage 3 vindt u de vragen die zijn gesteld in beide enquêtes. In bijlage 4 is per winkelgebied informatie te vinden over de respondenten van de enquêtes. Tot slot, biedt bijlage 5 een overzicht van de geraadpleegde (beleids) stukken waar dit actieplan op aansluit.

Hoofdvraag

Hoe kunnen de winkelgebieden in de hoofdwinkelstructuur aantrekkelijk blijven voor inwoners, ondernemers en bezoekers? Uitgangspunten van de gemeente zijn hiervoor:

- De winkelgebieden compact maken en zorgen voor minder leegstand
- Het toevoegen van andere functies om de verblijfsduur van bezoekers te verlengen
- Het toevoegen van andere functies die het winkelgebied kunnen versterken en voor meer bezoekers zorgen
- Het toevoegen van andere functies die bijdragen aan het behouden van de werkgelegenheid
- Het digitaal zichtbaarder maken van fysieke winkels

Urgentie en indicatieplanning

Er is per winkelgebied een totaallijst opgesteld met acties, waarbij per actie een indicatie wordt meegegeven van urgentie (hoog, middel of laag). Deze urgentie is zorgvuldig tot stand gekomen via een integrale afweging door gemeente. De urgentie van de acties is beoordeeld op basis van noodzaak en impact in afstemming met betreffende afdeling en gebiedsmanagement. De nummering (per gebied startend met de eerste letter van het gebied) geeft inzicht in de hoeveelheid maar zegt niets over urgentie.

Actie op korte- en middel(lange)termijn is belangrijk voor het behoud van een aantrekkelijke, toekomstbestendige en vitale economie. Waar mogelijk en waar nodig starten we daarom met acties vooruitlopend op de bestuurlijke besluitvorming.

In totaal gaat het om 76 acties voor de gemeente en partners in de stad. Daarvan hebben 31 acties een hoge urgentie wat betekent dat deze direct in 2020/2021 worden opgepakt. Er zijn 30 acties met een middelhoge urgentie welke worden opgestart in 2022. Tot slot zijn er 15 acties met een lage urgentie. Deze zijn 'nice to have' en vallen buiten de looptijd van dit actieplan.

Er zijn veel goede ideeën opgehaald tijdens de participatie. De acties met lage urgentie wilden we niet verloren laten gaan, maar het is niet haalbaar om binnen twee jaar alles op te pakken. Temeer omdat er ook vanwege de coronacrisis voortdurend nieuwe ontwikkelingen en initiatieven oppoppen, waar we als gemeente op willen kunnen inspelen.

Onverwachte wendingen rondom coronacrisis kunnen van invloed zijn op de mate waarin en wijze waarop acties kunnen worden uitgevoerd. Ook kunnen zij leiden tot het tussentijds maken van andere keuzes.



02 Impact corona

Landelijke impact en inzichten

Versnelde ontwikkelingen

Het belang van een integrale visie op transformatie voor het behoud van een aantrekkelijke en levendige kernwinkelgebieden in steden en dorpen is groter dan ooit. De detailhandel had voorafgaand aan de coronacrisis al te maken met een grote uitdaging vanwege veranderend consumentengedrag en de groei van het online winkelen. De toename van horeca heeft het overschot aan winkelmeters toen enigszins kunnen opvullen, maar ook hier trad verzadiging op. Het vallen van 'gaten' in (winkel)gebieden was voorafgaand aan de coronacrisis al een reëel probleem. Leegstand zal alleen maar verder toenemen als het steunpakket voor ondernemers stopt. Ondanks dat transformatie voor veel gemeenten steeds belangrijker wordt, kampen ook zij met de gevolgen van de coronacrisis. Transformatie is een dure opgave en de coronacrisis veroorzaakt, naast het verergeren van de leegstand, ook een aanslag op de gemeentekas.

Trends

Hieronder schetsen we een aantal trends op het gebied van detailhandel en horeca die ook van toepassing zijn in de Haarlemse winkelgebieden.

Detailhandel

- Veel gebieden zijn te groot opgezet (winkelvloeroppervlak) voor de mensen die ze daadwerkelijk bedienen (al kwetsbaar voorafgaand aan de coronacrisis)
- Winkelvloeroppervlak daalt in vrijwel alle branches en centra.
- Hoe groter het winkelgebied, hoe groter de afname van bezoekers. Retailers zullen langdurig te maken krijgen met een lager aantal bezoekers. De middelgrote steden hebben daar minder last van omdat mensen er nu meer voor kiezen om aankopen te doen in hun eigen winkelgebied/centrum.

> Vervolg detailhandel

- Kleinere gemeenten en buurtcentra (met een supermarkt) lopen goed. Mensen blijven graag in de vertrouwde omgeving hun boodschappen doen.
- Op dit moment is er meer winkelruimte dan dat er winkels zijn (leegstand). Een goed evenwicht in vraag en aanbod vraagt om het verdichten van winkelmeters (minder winkelmeters) in een gebied. Hierin moeten duidelijke keuzes worden gemaakt en concrete acties op worden ingezet.
- Men verwacht dat er voor de komende jaren enkel marktvraag ontstaat voor dagelijkse winkels in groeiregio's en voor het segment wonen.
- Ook 50-plussers hebben het online shoppen ontdekt vanwege de lockdown. Online gaan wordt voor ondernemers steeds belangrijker. Zelfstandige ondernemers en kleine ketens beschikken minder vaak over digitale mogelijkheden en online concurrentiekracht.

Horeca

- Conjunctuurgevoelig
- Nederlandse cijfers: de horeca draait 57% minder omzet in het eerste en tweede kwartaal 2020 dan in dezelfde periode in 2019. De omzet van hotels daalde met 70 procent, van restaurants met 58% en van fastfoodservice met 29%.
- Koninklijke Horeca Nederland (KHN) geeft aan dat ook bij heropening van de eet- en drinkgelegenheden voor veel ondernemers een verliesgevende situatie is met de instandhouding van de 1,5 meter maatregel en terughoudendheid van gasten.
- Binnenlands toerisme biedt kansen; door corona blijven meer mensen tijdens vakantie in eigen land.
- Het behoud van de versoepeling van terrasmogelijkheden in de winter kan een manier zijn om inkomsten te genereren in detailhandel en horeca.
- Maaltijdbezorging was al een snel evoluerend segment. Door de coronacrisis kreeg het nog een extra zet in de rug. Ook openen steeds meer restaurants een webshop met ingrediënten of producten.

Blurring horeca en detailhandel

Een veelbesproken onderwerp rondom horeca en detailhandel is blurring: een menging van functies en branches zoals detailhandel, horeca, cultuur en dienstverlening. Denk hierbij aan een kledingwinkel waar een glaasje prosecco wordt geschonken voor de klanten, of een restaurant dat kookboeken verkoopt. In de meeste gevallen wordt blurring gezien als

een kans om te innoveren en draagt het bij aan de aantrekkelijkheid van de straat of gebied, en kan het zorgen voor een langere verblijfsduur van klanten. Sommige horecaondernemers beschouwen blurring echter als oneerlijke concurrentie en het handhaven van de drank- en horecaregelgeving blijft lastig. Blurring is formeel (nog) niet toegestaan, mede vanwege maatschappelijke bezwaren. Het onderwerp heeft de aandacht van de Rijksoverheid, en er is in meerdere gemeenten mee geëxperimenteerd, maar er is nog geen besluit over genomen. De gemeente Haarlem heeft besloten zich ten opzichte van blurring neutraal op te stellen en een eventuele wettelijke regeling af te wachten.

Inzichten

- De onzekerheid die deze tijd met zich meebrengt, kan ook een doorbraak betekenen voor samenwerking en het vormen van nieuwe coalities in (winkel)gebieden. Alleen gezamenlijke slagkracht doet slagen.
- Gemeente Haarlem ziet het belang van een actieve sturende rol en centrale coördinatie om transformatie niet alleen over te laten aan de markt, pandeigenaren en ondernemers.
- Het concreet maken van ontwikkelmogelijkheden en alternatieve functies van winkelgebieden naar marktpartijen zoals vastgoedeigenaren. Dit geeft perspectief, vertrouwen en inzicht in het investeren in deze nieuwe mogelijkheden.
- Het verhogen van kennis over de mogelijkheden die de Omgevingswet biedt voor ondernemers, kan kansen geven voor nieuwe initiatieven die bijdragen aan vitale (winkel)centra.
- Samenwerking met ondernemers aan lokale online platforms zorgt voor een gezamenlijke infrastructuur, ultiem gemak bij de klant en verbeteringen in professionaliteit en functionaliteit.
- Leegstand en het wegvallen van functies als detailhandel en horeca biedt ook kansen voor andere (gemeentelijke) opgaven en ambities. Denk aan klimaatadaptatie, afval(hubs), vergroening en duurzame energie. Deze aspiraties vragen om een investering maar kunnen (winkel) gebieden ook extra aantrekkelijk maken.

Bronnen

- Naar vitale (winkel)centra: toekomstperspectief in crisistijd (Stec Groep, mei 2020)
- Impactanalyse gevolgen van de coronacrisis op non-food retail (in opdracht van de Retailagenda i.s.m. INretail en NRW, uitgevoerd door onderzoeksbureau QenA)

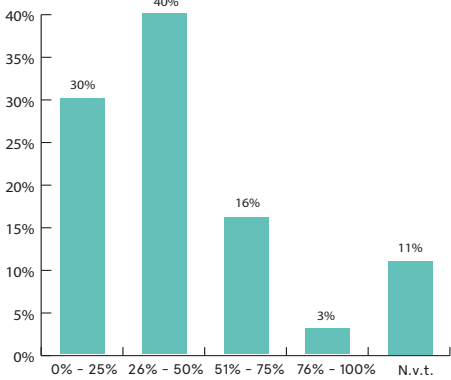
- KHN onderzoek 'Corona-virus ernstige bedreiging voor horeca' (23 juni 2020)
- De coronacrisis zal nog meer gaten in onze binnensteden schieten (Cees-Jan Pen in Financieel Dagblad, 4 juni 2020)

Lokale impact

De coronacrisis heeft ook in Haarlem een flinke impact gehad op detailhandel en horeca. Via de Stakeholdersenquête 2020 hebben we inzicht gekregen in de aard en omvang van deze impact voor 6 Haarlemse winkelgebieden. Hieronder de belangrijkste bevindingen:

Financiële schade

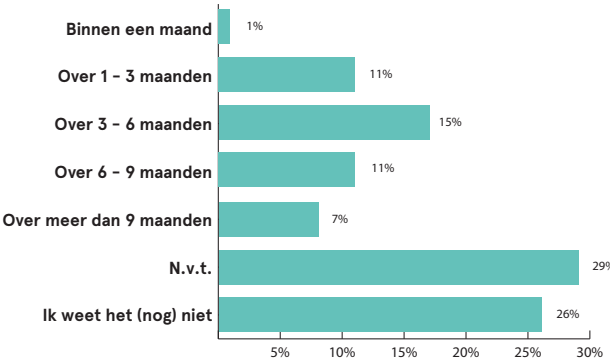
Ondanks dat de coronacrisis voor enkele ondernemers positief uitpakt, kampt het grootste deel met (financiële) problemen. De impact op de organisatie is voelbaar in (van hoog naar laag) een derving van omzet, het verlies van bestaande klanten en zaken. Met als gevolg het wegvallen van afzetmarkt en opdrachten en moeite met het betalen van de vaste lasten. Meer dan een derde van de bevraagde ondernemers uit Haarlem verwacht dat de financiële schade 26 tot 50 procent van de jaaromzet bedraagt.



Figuur 1: Welk percentage van uw verwachte jaaromzet bedraagt uw verwachte financiële schade (ten gevolge van de coronacrisis)?

“Afhankelijk van de duur en het al dan niet weer verscherpen van de maatregelen gaan we al dan niet failliet.”

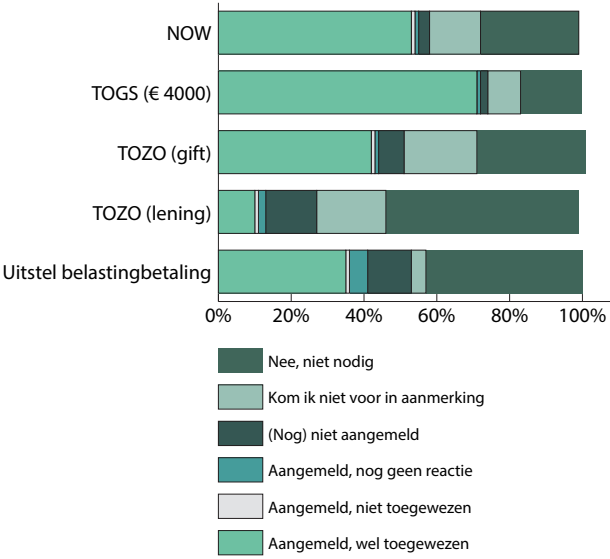
– Ondernemer detailhandel, Generaal Cronjéstraat



Figuur 2: Wanneer komt uw organisatie, op basis van uw huidige inschatting, in financiële problemen?

Onzekerheid over duur coronacrisis

Het is vooral de onzekerheid over de duur van de coronacrisis dat het voor velen niet mogelijk is een inschatting te maken over de financiële status. Wat wellicht meespeelt bij het inschatten van de financiële gevolgen is dat een groot deel van ondernemers gebruik maakte van het steunpakket van het kabinet met tijdelijke financiële maatregelen. In totaal zijn er maar 37 ondernemers die bij elke regeling aangeven zich (nog) niet te hebben aangemeld, deze niet nodig te hebben of er niet voor in aanmerking te komen (zie Figuur 3). Kortom, voor velen zal de coronacrisis een (enorme) impact hebben op de organisatie en het voortbestaan ervan.



Figuur 3: Aanvragen en toekenningen financiële regelingen

“Deze crisis is bedreigend doordat met name niet duidelijk is wat de toekomst brengt. Komt er een tweede golf, blijven bezoekers weg, blijven sponsoren ‘overeind’ en kunnen we volgend jaar wederom een beroep op hen doen. Daarbij biedt het ook kansen: reflectie leidt tot nieuwe inzichten en werkwijzen.”

– Medewerker culturele organisatie

Reeds ondernomen acties

Terrasuitbreiding gemeente Haarlem

De horeca in Haarlem krijgt veel te verduren met de aanhoudende coronamaatregelen. De gemeente wil hen, binnen de mogelijkheden, ondersteunen om het omzetverlies zoveel mogelijk te beperken. Het college van burgemeester en wethouders had de terrasuitbreidingen eerder al toegestaan en verlengd tot 25 oktober. Per 6 oktober besloot het college deze te verlengen voor zo lang de 1,5 meter maatregelen in de horeca gelden, en zijn tijdelijke overkappingen van terrassen vanaf 25 oktober toegestaan onder voorwaarden. Zie voor meer informatie: <https://www.haarlem.nl/terrassen-tijdens-de-coronaperiode/>

Terrasteam gemeente Haarlem

Sinds 1 juni 2020 is er een terrasteam en een e-mailadres (terras@haarlem.nl) ingericht om vragen en verzoeken van ondernemers met betrekking tot de uitbreiding van terrassen te kunnen beantwoorden. Dit team bestaat uit ambtenaren van o.a. vergunningen, handhaving en het gebied en bekijkt de haalbaarheid van aanvragen. Er wordt snel geschakeld en integraal afgestemd. Daarnaast is er een wekelijkse evaluatie van de coronamaatregelen, waarin veiligheid, handhaving, VTH, gebied en communicatie deelnemen. Er wordt wekelijks bepaald in hoeverre maatregelen kunnen/ moeten worden opgeschaald of afgeschaald.

Actieplan Grote Binnensteden

Om de grote binnensteden vitaal te houden, werken INretail, Koninklijke Horeca Nederland, Fashion Grootwinkelbedrijf, de Centrummanagement Academy en dertien grote Nederlandse steden, waaronder Haarlem, aan het Actieplan Grote Binnensteden. Doel is om met zes maatregelen de bezoekersaantallen weer op een gezond niveau te krijgen, zonder dat dit ten koste gaat van de veiligheid: bezoekersmanagement, gespreid bezoek aanmoedigen, inzet op parkeren en bereikbaarheid, doorpakken met veilig, verantwoord en gastvrij winkelen, meedenken met kostenbesparing en kennisuitwisseling.

Coronaprotocol ondernemers en uitstel betaling

Ook door ondernemers zijn verschillende acties ondernomen. Ondernemers troffen massaal hygiënemaatregelen, stelden een coronaprotocol op of treffen andere fysieke maatregelen. Daarnaast werd door bijna de helft van de ondernemers om uitstel van betaling of kostenverlaging gevraagd bij de eigenaar of verhuurder van het pand. Ook kostenverlaging op veel andere gebieden van de bedrijfsvoering – zoals marketing, operationeel en investeringen – werden de uitgaven zo laag mogelijk gehouden. Ondernemers zijn actief op zoek gegaan naar nieuwe manieren om inkomsten te genereren.

Hygiënemaatregelen	77%
Coronaprotocol	66%
Overige fysieke maatregelen	58%

Over het algemeen zijn de ondernemers zeer tevreden met de ondernomen acties door mede-ondernemers en de gemeente. Men vindt dat er zowel in de winkels/ zaken als buiten voldoende is ondernomen om ze ‘coronaproof’ te maken.



Promotie en marketing in coronatijd

Campagne Haarlem Marketing

Gemeente Haarlem wil bezoekers aantrekken om ondernemers en culturele instellingen te steunen en voor het behoud van een levendig centrum. Haarlem Marketing heeft zowel van de gemeente Haarlem als van de BIZ Binnenstad Haarlem extra budget gekregen om een campagne te realiseren voor de pijlers van de stad. Winkelen, gastronomie, cultuur en de omgeving maakt Haarlem uniek. Deze campagne is in eerste instantie gericht op de lokale/regionale bezoeker met mogelijkheid tot opschaling naar (inter)nationaal niveau. De strategie wordt noodgedwongen steeds aangepast aan de actuele situatie rond corona en veiligheid. Binnen de lokale/regionale campagne wordt aandacht gegeven aan spreiding in ruimte en tijd, o.a. door ook meer onbekende, onontdekte plekken mee te nemen in de informatie op de website. Zodra de situatie rond drukte en veiligheid het toelaat, wordt de campagne verder landelijk (en mogelijk op termijn ook internationaal) uitgerold met een focus op meerdaags verblijfsbezoek van maandag tot en met donderdag.

Haarlem 775 jaar

In het najaar van 2020 wordt met Haarlem 775 de verjaardag van de stad gevierd. Een mooie promotie voor de stad, die daarom – in aangepaste vorm met corona-maatregelen – doorgang vindt.

Campagne Haarlem Marketing – Dit wil je niet missen!

Doel: aantrekken lokale en regionale bezoekers op de pijlers horeca, winkels, cultuur en ligging, met aandacht voor spreiding in tijd en ruimte.

Platform: digitale welkomstborden, sociale media, website, posters in de regionale reclameborden (MUPI's)

In samenwerking met: gemeente Haarlem, BIZ Binnenstad Haarlem en de Provincie

Onderwerpen: horeca/terrassen, cultuur, cultuur voor kids en winkelcampagne.

Bezoekersmanagement

In de Toeristische Koers (concept; zie bijlage 2) wordt het belang van bezoekersmanagement al genoemd. Juist nu extra belangrijk dat we bezoekers in goede banen leiden, meer met reserveringen werken en bezoekers meer proberen te spreiden in tijd en ruimte. Geen focus op het aantrekken van bezoekers op

zaterdag, maar hen verleiden om op een doordeweekse dag naar Haarlem te komen en via programmering de bezoekers te spreiden over verschillende plekken in de (binnen)stad.

Kansen door corona

Tot slot biedt corona ook kansen. Er wordt bijvoorbeeld meer thuisgewerkt, en dit biedt kansen om het bezoek aan de stad meer te spreiden. Ondernemers kunnen inspelen op de behoefte van thuiswerkers, door bijvoorbeeld werkplekken of vergaderplekken met lunch aan te bieden. Ook zijn er vanwege corona beperkte stagemogelijkheden in het hogere onderwijs. Dit biedt mogelijkheden om hen in te zetten voor vraagstukken in de winkelgebieden, waar zowel de ondernemers als de studenten baat bij kunnen hebben. Zie verderop in dit hoofdstuk het initiatief haarlemsewinkels.nl, waarin wordt samengewerkt met onderwijsinstellingen.



Haarlemsewinkels.nl

HaarlemseWinkels.nl is een digitaal platform waar de consument bij lokale ondernemers zijn inkopen doet. Een groot aantal winkels is met dit concept inmiddels actief aan de slag gegaan. Veel mensen bestellen nu voor het eerst hun aankopen via internet en ervaren het gemak. Retailers zijn op hun beurt content met de extra online aankopen en met aanvullende diensten van de bezorgdienst Hurby. Gemeente Haarlem wil het platform HaarlemseWinkels.nl een extra stimulans geven, zodat er nog meer ondernemers gebruik van kunnen maken en zo hun omzet kunnen vergroten. Er is daarom een samenwerking opgestart met twee onderwijsinstellingen. Via praktijkopdrachten zullen studenten van het Nova College (opleiding retail) ondernemers adviseren en helpen met het online gaan op HaarlemseWinkels.nl. Daarnaast gaan studenten van de Hogeschool van Amsterdam (HvA) ondersteuning bieden met de gebruikersvriendelijkheid en data-analyses van het platform.



Overzicht stadsbrede acties

Hieronder bieden we suggesties en ideeën om op de korte termijn in Haarlem in te spelen op de coronacrisis. Ze zijn stadsbreed in te zetten. De acties zijn gebaseerd op zowel het huidige onderzoek als ervaringen in andere gemeenten. Ze hebben betrekking op promotie en marketing in coronatijd, coronaproof op straat en samen sterk. Voor elk van de acties die door 1 of meerdere winkelgebieden in gang kunnen worden gezet, wordt aangegeven welke partijen daaraan een bijdrage zouden kunnen leveren.

Promotie en marketing in coronatijd

Stadsbrede acties	Wie	Urgentie
S1) De commercieel belangrijke feestmaand onder de aandacht brengen van de Haarlemmers en hen verleiden via een campagne om de Sint- en Kerstinkopen ook te spreiden. Bijvoorbeeld eerder starten met de campagne, zodat ook november een commercieel interessante maand wordt. Als de maatregelen dit niet toelaten inzetten op Koop Lokaal.	Haarlem Marketing Ondernemers - (collectieven)	Hoog
S2) Zie voorgaande: ondernemers(collectieven) kunnen de commercieel belangrijke weken rond Sinterklaas en Kerst naar voren trekken en rekken. Behalve dat dit belangrijk is om de spreiding van bezoek te garanderen en de drukte in de straat te reguleren, is het commercieel interessant en kan het aanleiding zijn het gebied op een aantrekkelijke manier te profileren. Denk hierbij aan: extra sfeerelementen en rustplekken in de openbare ruimte (klanten zullen veel meer buiten staan te wachten), uitgiftepunten voor bestellingen, inpakservice buiten de winkel (niet aan de toonbank), beleving in het gebied, collectieve marketing, etc.	Ondernemers - (collectieven)	Hoog
S3) De Koop Lokaal ontwikkeling verzilveren in Haarlem door hier nogmaals een campagne aan te wijden richting (nieuwe) bewoners, stadsbreed.	Ondernemers- collectieven i.s.m. Haarlemsewinkels.nl	Hoog
S4) Online zichtbaarheid van fysieke winkels verhogen (zie informatiekader Haarlemsewinkels.nl)	Ondernemers- collectieven i.s.m. Haarlemsewinkels.nl	Hoog

Coronaproof op straat

Stadsbrede acties	Wie	Urgentie
S5) Per gebied een schouw verrichten (naar behoefte van de lokale ondernemers) en noteer proactief knelpunten m.b.t. de huidige en eventueel toekomstige coronamaatregelen. Denk aan ruimtegebrek en smalle doorgangen waar 1,5 meter niet kan worden gegarandeerd, obstakels (uitstallingen en fietsnietjes op onhandige plekken), (alternatieve) fietsparkeermogelijkheden, signing, mogelijkheden voor terrasuitbreiding, etc. Mogelijkheden en acties noteren, gezamenlijk aanpakken en erover communiceren via de online kanalen.	Bestaand evaluatieteam (wekelijks overleg): veiligheid, handhaving, VTH, gebiedsteam communicatie	Hoog
S6) Proactief bepalen wat de looproutes kunnen zijn in de verschillende winkelgebieden en denk na over hoe je deze (snel) zichtbaar kunt maken wanneer het aan de orde is.	Gemeente Haarlem i.s.m. ondernemers- (collectieven)	Hoog

Samen Sterk

Stadsbrede acties	Wie	Urgentie
S7) Kansen verkennen die corona biedt, bijvoorbeeld qua aanbod voor thuiswerkers of een samenwerking met onderwijsinstellingen waar een behoefte is aan praktijk- of stageopdrachten. Een mooi voorbeeld hiervan is horecapersoneel inzetten in de overbelaste sector zoals zorg (VBZ.KAM en KHN).	Ondernemers - (collectieven) VBZ.KAM en KHN	Hoog
S8) Een collectieve BIZ bijeenkomst/vergadering organiseren, met als thema samenwerking, om zo van elkaar te leren	Gemeente Haarlem BIZ-en Vastgoed eigenaren Ondernemers	Hoog

03 Actiepunten per winkelgebied

Binnenstad

Een rijke historie, prachtige monumenten, een rijk aanbod van restaurants, cafés en gezellige terrassen. Musea, hofjes en een mooie ligging vlak bij het Spaarne. Met een heel divers winkelaanbod heeft de binnenstad van Haarlem een grote aantrekkingskracht op bewoners, bezoekers uit de regio en toeristen uit binnen- en buitenland.



Ontwikkelingen Binnenstad

Ondanks dat de binnenstad van Haarlem een enorme aantrekkingskracht heeft op inwoners en bezoekers, verdienen de volgende ontwikkelingen aandacht:

- De coronacrisis raakt de detailhandel (met name de non-food sector) en de horeca- en cultuursector zwaar.
- De gemeente heeft nog geen zicht op de impact die de outlet factory (opening november 2020) heeft op de winkels in de binnenstad.

Ambitie gemeente Haarlem

De ambitie van Gemeente Haarlem voor het winkelgebied in de binnenstad is ervoor zorgen dat Haarlem een aantrekkelijke, vitale en toekomstbestendige stad blijft voor bewoners, bezoekers en ondernemers. De focus ligt op het aantrekkelijk houden van de binnenstad via onder andere: het terugdringen van leegstand, het vergroten van de online zichtbaarheid van fysieke winkels, meer groen in de stad en het verbeteren van het parkeren van fietsen.

Samenwerking

Gemeente Haarlem werkt in de binnenstad samen met verschillende partijen aan de ambities:

- Centrum Management Groep (CMG)
- Haarlem Centraal
- Koninklijke Horeca Nederland (KHN)
- Vereniging Eigenaren Binnenstad Haarlem (VEBH)
- BIZ Binnenstad Haarlem
- Samen Veilig Ondernemen (SVO)
- Culturele instellingen

Actielijnen Binnenstad

Voor een aantrekkelijke en vitale binnenstad zien we de volgende aandachtspunten:

- Economisch vitaal
- Samenwerking en communicatie
- Promotie en marketing
- Bereikbaarheid per auto en fiets
- Inrichting en onderhoud openbare ruimte

Acties

Economisch vitaal

Om ervoor te zorgen dat de binnenstad van Haarlem in de toekomst economisch vitaal blijft, moeten er verschillende stappen worden gezet. Vooral de aanpak van leegstand en de transformatie van panden ziet Gemeente Haarlem als ontwikkeling en kwam ook naar voren in de stakeholdersenquête.

“Laten we het centrum tot ‘belevingsgebied’ verklaren en meer groen en rustplekken buiten creëren evenals voldoende toiletten.”

– Ondernemer detailhandel, binnenstad

Leegstand

Zowel bezoekers als stakeholders in de binnenstad geven veel prioriteit aan de aanpak van leegstand.

Project Terugdringen Leegstand Binnenstad
Al vanaf 2019 ging het project Terugdringen Leegstand

Project Terugdringen Leegstand Binnenstad

Doelstelling: zorgen voor een evenwicht in vraag en aanbod in de (fysieke) detailhandelssector in de binnenstad van Haarlem

Tijdperiode: 2019 – 2020 (met uitloop in 2021)
Stuurgroep: Haarlem Centraal, VEBH en de gemeente

Werkgroep: centrummanager, gemeente en Haarlem Centraal

Kartrekker: CMG

Binnenstad van start met als doel evenwicht creëren in vraag en aanbod in de fysieke detailhandelssector in de binnenstad van Haarlem. Na een inventarisatie van leegstaande panden en de afname van een enquête onder 50 eigenaren van leegstaande panden, zijn er voor 2020 meerdere nieuwe acties geformuleerd. Een aantal van deze acties, nemen we mee in dit actieplan.

Tip van een bezoeker: richt leegstaande panden in als speelplek voor kinderen (zoals knutselen of educatief) met professioneel toezicht, zodat de ouders op hun gemak de stad in kunnen!

Van de bevroegde ondernemers in de binnenstad heeft 60% aan de eigenaar of verhuurder van het pand om kostenverlaging of uitstel van betaling gevraagd. Meestal zijn dit individuele afspraken tussen eigenaren en huurders, en is de rol van de gemeente Haarlem hierin relatief beperkt. Voorbeelden en best practices van oplossingen voor eigenaren en huurders, kunnen andere ondernemers echter wel helpen. Bijvoorbeeld via de VEBH als belangbehartiger van eigenaren in commercieel vastgoed, de ondernemersverenigingen in de binnenstad en de communicatiekanalen van de gemeente.

“Zorg dat er geen winkels leegstaan en dat er niet alleen maar grote ketens en horeca overblijven in de binnenstad. Dus vooral startende ondernemers en pop-upstores ondersteunen.”

– Ondernemer detailhandel

Transformatie

De transformatie van panden wordt door stakeholders in de binnenstad belangrijk geacht. In de bezoekersenquête wordt veel belang gehecht aan wonen boven winkels als manier om de binnenstad aantrekkelijker te maken. Dit sluit aan bij de bredere woningbehoefte in Haarlem.

Acties

- B1) Verkennen behoefte en mogelijkheden transformatie Binnenstad. Voor deze opgave volgt een apart voorstel in 2021.
- B2) Zorgen voor meer financiële slagkracht, bewustwording en het verkennen van draagvlak voor het opzetten van een eigenaren-BIZ. Besluit wenselijkheid/draagvlak eigenaren-BIZ uiterlijk medio 2021.
- B3) Het communiceren van *best practices* op gebied van samenwerking tussen eigenaren en huurders.



Wonen boven winkels

Tussen 2010 en 2015 werd met het project Wonen boven winkels – waarvoor de gemeenteraad een budget beschikbaar stelde van 1 miljoen euro – circa 200 woningen boven winkels gerealiseerd in de binnenstad. De subsidieregeling stopte in 2016 toen het budget was besteed. Omdat er nog steeds veel leegstaande verdiepingen zijn boven winkels in de binnenstad, wordt wonen boven winkels de komende jaren weer gestimuleerd. Hiervoor is €50.000 per jaar gereserveerd tot en met 2022. In het Plan van Aanpak Wonen boven Winkels 2020 – 2022 staan concrete acties geformuleerd, met als kernvraag: *Hoe kan gemeente Haarlem samen met partners in de binnenstad wonen boven winkels stimuleren, met als doel bij te dragen aan de woonbehoefte in de binnenstad en de vitaliteit en aantrekkelijkheid van de winkelstraten?*

Samenwerking en communicatie

Samenwerking is van zeer groot belang voor ondernemers in de binnenstad. Voor een optimale communicatie tussen de verschillende stakeholders, betrokkenheid van de gemeente en marketing (Haarlem-breed en gebiedsspecifiek) is een online platform wenselijk. In Haarlem wordt door winkeliersvereniging Cronjé bijvoorbeeld het online platform Chainels gebruikt, wat als zeer effectief wordt ervaren.

Het is belangrijk dat de verschillende stakeholders niet alleen informatie ‘brengen’ maar ook ‘halen’: welke informatie is beschikbaar, en maak ik er voldoende gebruik van? Gemeente Haarlem wil daarom inzetten op meer bekendheid voor zowel het ondernemerspanel en het ondernemersspreekuur.

Acties

- B4) Een communicatie-offensief lanceren over samenwerking in de stad, voor ondernemers. Welke samenwerkingsverbanden en communicatiekanalen zijn er, hoe kunnen mensen betrokken zijn (bijvoorbeeld via het ondernemerspanel)? Verspreiding online en persoonlijk via een flyer.
- B5) Onderzoek doen naar het opstarten van een online communicatieplatform (zoals Chainels).
- B6) Inzetten op meer bekendheid voor ondernemerspanel- en spreekuur Gemeente Haarlem

Promotie en marketing

De promotie en marketing van de binnenstad wordt door de ondernemers en vastgoedeigenaren als belangrijk ervaren.



Toeristische koers

In de Toeristische Koers 2021 – 2025 (concept) worden concrete maatregelen voorgesteld met betrekking tot toeristische kansen en knelpunten (zie bijlage 2). Hierbij ligt de aandacht niet op het aantrekken van meer bezoekers, maar op het aantrekken van bewuste bezoekers, het trekken van bezoekers buiten de piekmomenten en -plekken en het managen van bezoekersstromen. De gemeente gaat hier samen met lokale partners, zoals CMG en Haarlem Marketing, de komende jaren mee aan de slag.

Gastvrijheid

Aan gastvrijheid wordt veel prioriteit gegeven door stakeholders en bezoekers. Gastvrijheid heeft onder andere te maken met de inrichting en het onderhoud van de openbare ruimte. Ook leeft het idee voor het inzetten van gastheren en gastvrouwen op straat. Zij kunnen een rol spelen bij het informeren en spreiden van bezoekers.





“Ondernemen met normen- en waardenbesef. Wees creatief en gastvrij. Omarm de gasten die door de stad lopen.”

– Horecaondernemer binnenstad

Lokale bezorgdienst

Consumenten zullen in de toekomst zowel fysiek als online winkelen. Ook winkels zullen optimaal moeten aansluiten op deze behoefte. Doordat winkeliers hun voorraad vaak lokaal opslaan kunnen zij goed aansluiten op de vraag van bewoners (in de regio). Juist nu sommige doelgroepen meer thuisblijven en vanuit huis winkelen, kan het laten thuisbezorgen door winkeliers een verschil maken. In Haarlem is sinds maart 2020 een lokale bezorgservice actief. De zendingen worden aan het einde van de dag bij de winkeliers opgehaald en nog dezelfde avond bezorgd in de regio. Er wordt gebruik gemaakt van kleine elektrische voertuigen waardoor de bezorgingen duurzaam zijn. Met een app kunnen de winkeliers zendingen eenvoudig aanmelden.

Wandelroutes binnenstad

Uit zowel de stakeholdersenquête als de bezoekers-enquête kwam een duidelijke behoefte aan meer



Routes binnenstad

Winkelroutes

De Gouden Straatjes
Vintagewinkels
Antiek- en curiosawinkels
Kinderwinkels

Wandelroutes

Haarlem Monumentaal
Van Bavo tot Bavo
Wandelen tussen Teyler en Hals
Haarlems zoekplaatje
Kenau, heldin van Haarlem
Haarlem van A tot Z
De Bolwerken voorbij
Verborgten Groen
Klimaatwandeling natuurlijk Haarlem

wandelroutes in de binnenstad naar voren. Haarlem Marketing heeft een aantal wandelroutes door de binnenstad zowel digitaal als op papier. Veel ondernemers of bezoekers weten dit nog niet. Het implementeren van de (of een selectie) routes in digitale apps (zoals route.nl, BeleefRoutes, etc.); maar ook aanpassingen in bestrating, muurgedichten of kunstwerken om routes aan te duiden dragen bij aan spreiding van bezoekers en het aantrekken van ‘bewuste bezoekers’. Deze behoefte kan slim worden gecombineerd met de behoefte aan groen: bewegwijzering in de vorm van planten/bloemen.

Profilering deelgebieden binnenstad
De profilering van de Gouden Straatjes werd regelmatig genoemd als voorbeeld van een goede manier om straten letterlijk en figuurlijk op de kaart te zetten. Een soortgelijke profilering van deelgebieden kan ook bijdragen aan de spreiding van bezoekers, wat

vanwege corona nog relevanter is geworden. Routes kunnen zorgen voor meer aandacht voor een bepaald aanbod, zoals de ‘buy social’ route in Haarlem in 2019 (onderdeel van de landelijke Social Impact Days).

Informatie over historische panden
Verschillende bezoekers spraken de behoefte uit voor meer informatie over de historische panden die ze tegenkomen wanneer ze door de binnenstad wandelen.

Acties

- B7) Onderzoeken (verlenging) venstertijdontheffing voor duurzame (collectieve) bezorgdiensten.
- B8) Zorgen voor profilering aanvullende straten/deelgebieden, en/of op basis van thema’s.

Bereikbaarheid: auto

In de stakeholdersenquête wordt aan de bereikbaarheid van de Haarlemse binnenstad relatief veel belang gehecht. De tevredenheid over de bereikbaarheid met het openbaar vervoer is opvallend hoog. Interessant om te zien is dat geen enkele geënquêteerde bewoner met de auto naar de binnenstad komt. Er wordt door zowel ondernemers als bezoekers gesproken over het verder vergroten van het autoluwe gebied in de binnenstad (dat in 2019 al is vergroot). In bijlage 2 gaan we hier verder op in.

De aantrekkelijkheid van de Haarlemse binnenstad hangt ook samen met de bereikbaarheid met de auto van (de rand van) de binnenstad en parkeer-gelegenheid. Vooral bezoekers van buiten de stad geven aan dat hier aandacht voor moet blijven. Veel van de stakeholders geven een hoge prioriteit aan parkeren van auto’s in de binnenstad. Dit uit zich vooral in oplossingen over de bewegwijzering en informatievoorziening voor automobilisten. Dit voor het beter benutten van de bestaande parkeercapaciteit voor auto’s.



“Verander afslag Haarlem Zuid in Haarlem Centrum wanneer je de snelweg wilt verlaten. Parkeergarage de Dreef is op zaterdag vrijwel leeg en Houtplein voor de helft leeg, terwijl er voor de garage Raaks een file staat.”

– Horecaondernemer binnenstad

Voor bezoekers van buiten de stad (inclusief buitenlandse toeristen) is het niet altijd duidelijk waar er mag of kan worden geparkeerd. De wens is om te bekijken op welke manieren de communicatie met betrekking tot parkeren kan worden verbeterd (zowel offline als online). Dit komt de gastvrijheid van Haarlem ten goede, zorgt voor minder opstoppingen in het verkeer, en leidt tot een betere verdeling van auto’s over de verschillende parkeergarages in de stad.

Actie

- B9) Verbeteren bewegwijzering en informatievoorziening voor automobilisten over parkeer-mogelijkheden.

Bereikbaarheid: fiets

Men is blij met het voetgangersgebied, maar de beleving op straat wordt verstoord door (verkeerd) gestalde fietsen, weesfietsen en wildfietsers. Dit zorgt voor een rommelig straatbeeld en onveilige situaties. Ook bemoeilijken fietsen en andere obstakels op straat bezoekers om 1,5 meter afstand te houden. Door de coronacrisis is daarom de urgentie van de aanpak van dit probleem nog hoger geworden.

In de stakeholdersenquête geeft 85% prioriteit aan fietsparkeren. De relatieve (on)tevredenheid over fietsparkeren sluit hier op aan: bezoekers geven dit een **6,1**.

Veel van de acties zijn al opgenomen in het Actieplan Fiets 2020 – 2022 (zie bijlage 2). We herhalen ze hier zodat er een integraal overzicht ontstaat van zowel de reeds geplande als aanvullend gewenste acties. Veel ondernemers zijn overigens niet bekend met het Actieplan Fiets.

Beter benutten huidige fietsparkeercapaciteit

De huidige fietsparkeercapaciteit wordt onvoldoende benut. Gemeente Haarlem neemt daarom meerdere maatregelen om fietsparkeerders te faciliteren. Enerzijds door ze via een betere bewegwijzering naar de stallingen te leiden. Anderzijds door de in pandige fietsenstallingen herkenbaarder en aantrekkelijker te maken.

Meer parkeerplekken voor fietsers

Gemeente Haarlem gaat extra fietsparkeerplekken realiseren in de toekomst. Omdat er onvoldoende fietsplekken zijn, is er in de tussentijd behoefte aan tijdelijke oplossingen. Bijvoorbeeld fietsparkeerplekken in leegstaande gebouwen. Dit kan als pilot worden ingezet om de geschiktheid van locaties voor fietsparkeren te testen.

Ook werkt Gemeente Haarlem aan extra (tijdelijke) fietsparkeermaatregelen voor de periode herfst 2020 tot aan de uitvoering van het Actieplan Fiets 2020 – 2022. Het gaat dan om vijf extra (tijdelijke) fietsvakken, extra permanente fietsvakken op drie locaties, krijtmarkeringen op drukke stoepen voor een vrije doorgang van voetgangers, en raamposters in winkels met verwijzing naar een dichtstbijzijnde fietsenstalling.

Communicatie en handhaving wildfietsers

Naast behoefte aan handhaving voor fietsparkeren, is een aanpak van wildfietsers gewenst. Er wordt op verschillende locaties in het voetgangersgebied gefietst op tijden waarop dat niet mag. Dit leidt tot onveilige situaties.

Wildfietsers worden in de binnenstad door de gemeente tegengegaan. Met banieren waarop staat dat fietsers moeten afstappen in de Warmoesstraat en Lange Veerstraat. Ook lopen er op drukke momenten Groene Muggenteams rond die fietsers aanspreken. Als deze aanpak niet werkt, kan er worden bekeken welke opties er zijn vanuit handhaving.

“In de oude binnenstad moeten de voetgangers echt voorrang krijgen in de winkelgebieden. De fietsers moeten eromheen geleid worden zodat de bezoekers rustig en relaxed kunnen winkelen en rustig op de terrassen kunnen zitten, ook met kinderen.”

– Horecaondernemer binnenstad

Acties

- B10) Eén keer per jaar proactief richting stakeholders (inclusief Fietzersbond) communiceren over de voortgang van de uitvoering van het Actieplan Fiets 2020 – 2022.
- B11) Centrumbreed parkeerverwijssysteem en dynamisch telsysteem in alle gemeentelijke fietsenstallingen in combinatie met verbeteren vindbaarheid en modernisering gemeentelijke stallingen.
- B12) Verkennen van mogelijkheid fietsenstalling in voormalig pand VenD/Hudson's Bay.
- B13) Extra fietsparkeervoorzieningen toevoegen en communiceren over beschikbaarheid (nieuwe) fietsparkeervoorzieningen zoals Raaks III.
- B14) Handhaven van fietsparkeren.
- B15) Zorgen voor aanscherpen van beleid rond fietsroutes genoemd in Actieplan Fiets 2020 – 2022.
- B16) Evalueren van huidige aanpak van wildfietsers en zorgen voor benodigde aanvulling/uitbreiding.



Rommelige situatie fietsparkeren Verwulft
Bron: gemeente Haarlem, via Google



Bron: Omroep Brabant, 17 juli 2020

Ter inspiratie: 'doe je dat thuis ook?'

Op initiatief van ondernemers in het Eindhovense uitgaansgebied Stratumseind zijn wildfietsers onlangs op hun gedrag gewezen via de ludieke campagne 'Doe je dat thuis ook?'. Op straat werden op drie verschillende locaties tijdelijk huiskamers neergezet en flyers uitgedeeld ter bewustwording.

Inrichting en onderhoud openbare ruimte

Uit de enquête blijkt dat de stakeholders veel waarde hechten aan de inrichting en het onderhoud van de openbare ruimte. Er is vooral behoefte aan meer groen in het straatbeeld. Ook bij bewoners en bezoekers. Er zijn onlangs 200 extra bomen geplant in de Haarlemse binnenstad, maar dit kan niet op alle locaties vanwege kabels, leidingen en de archeologische waarde. Daarnaast is er in 2020 tientallen meters geveltuin in de binnenstad met bewoners aangelegd (Smedestraat, Nieuwe Groenmarkt en Nobelstraat). Ook is in 2020 op enkele locaties in de openbare ruimte stenen weggehaald en groen aangeplant.

Afval

Er zijn klachten over vuiligheid en rommel op straat, volle afvalbakken en te weinig afvalbakken. Ook komt een collectieve aanpak van logistiek en afvalinzameling naar voren op de prioriteitenlijst van de stakeholders in de binnenstad. Deze prioriteit sluit aan bij de uitgesproken duurzame ambitie van Haarlem in o.a. de Economische visie Haarlem. Om dit aan te pakken is er een samenwerkende rol

weggelegd voor ondernemers, gemeenten, financiers; maar ook voor onderzoeksinstellingen, experts vanuit diverse domeinen en initiatiefnemers uit de stad. Goede uitwisseling tussen deze spelers rond ‘impact ondernemen’ is essentieel om ervoor te zorgen dat ondernemers en bedrijven meer impact kunnen maken. Zie bijlage 2 voor meer informatie over het Actieprogramma Impact Ondernemen.

Acties

- B17) Verkennen van concrete wensen voor extra vergroening bij ondernemers en pandeigenaren en kom tot een gezamenlijk plan.
- B18) Afval melden op straat via BuitenBeter app
- B19) Evalueren aanpak van problemen rondom afvalcontainers met Handhaving, Spaarnelanden en de lokale ondernemers.
- B20) Aanjagen van duurzaamheidsinitiatieven met ‘Haarlem doet Duurzaam’ en ‘Actieprogramma Impact Ondernemen’ om zo de transitie naar duurzaam ondernemerschap te maken.



Overzicht voorgenomen acties Binnenstad

Actie	Wie	Urgentie
Economisch vitaal		
B1) Verkennen behoefte en mogelijkheden transformatie Binnenstad. Voor deze opgave volgt een apart voorstel in 2021	Gemeente Haarlem	Hoog
B2) Zorgen voor meer financiële slagkracht, bewustwording en het opzetten van of meer betrokkenheid van eigenaren-BIZ. Besluit wenselijkheid eigenaren-BIZ uiterlijk medio 2021.	VEBH Gemeente Haarlem	Middel
B3) Het communiceren van ‘best practices’ op gebied van samenwerking tussen eigenaren en huurders.	VEBH Gemeente Haarlem	Laag
Samenwerking en communicatie		
B4) Een communicatie-offensief lanceren over samenwerking in de stad, voor ondernemers. Welke samenwerkingsverbanden en communicatiekanalen zijn er, hoe kunnen mensen betrokken zijn (bijvoorbeeld via het ondernemerspanel)? Verspreiding online en persoonlijk via een flyer.	CMG	Middel
B5) Onderzoek doen naar het opstarten van een online communicatieplatform (zoals Chainels).	BIZ Binnenstad CMG	Hoog
B6) Inzetten op meer bekendheid voor ondernemerspanel en -spreekuur	Gemeente Haarlem	Middel
Promotie en marketing		
B7) Onderzoeken (verlenging) van venstertijdontheffing voor duurzame (collectieve) bezorgdiensten.	Gemeente Haarlem	Hoog
B8) Zorgen voor profilering aanvullende straten/deelgebieden, en/of op basis van thema’s.	CMG Haarlem Centraal	Hoog
Auto		
B9) Verbeteren bewegwijzering en informatievoorziening voor automobilisten over parkeermogelijkheden.	Gemeente Haarlem	Middel
Fiets		
B10) Eén keer per jaar proactief richting stakeholders (inclusief Fietzersbond) communiceren over de voortgang van de uitvoering van het Actieplan Fiets.	Gemeente Haarlem: levert informatie aan. Collectieven: delen informatie met achterban	Middel

> *vervolg voorgenomen acties 2020 - 2022 binnenstad*

Actie	Wie	Urgentie
B11) Centrubreed parkeerverwijssysteem en dynamisch telsysteem in alle gemeentelijke fietsenstallingen in combinatie met verbeteren vindbaarheid en modernisering gemeentelijke stallingen.	Gemeente Haarlem Actieplan Fiets 2020 - 2022	Hoog
B12) Verkennen mogelijkheid fietsenstalling in voormalig VenD-pand	Gemeente Haarlem	Hoog
B13) Extra fietsparkeervoorzieningen toevoegen en communiceren over beschikbaarheid (nieuwe) fietsparkeervoorzieningen zoals Raaks III.	Actieplan Fiets 2020 - 2022	Hoog
B14) Handhaven fietsparkeren.	Handhaving (Actieplan Fiets 2020 - 2022) en gemeente Haarlem	Middel
B15) Zorgen voor aanscherpen van beleid rond fietsroutes genoemd in Actieplan Fiets.	Gemeente Haarlem	Middel
B16) Evalueren van de huidige aanpak van wildfietsers en zorg voor benodigde aanvulling/uitbreiding.	Gemeente Haarlem Ondernemers	Laag
Inrichting en onderhoud openbare ruimte		
B17) Verkennen concrete wensen voor extra vergroening bij ondernemers en pandeigenaren en kom tot een gezamenlijk plan.	BIZ Binnenstad Haarlem VEBH Gemeente Haarlem	Middel
B18) Afval melden op straat via BuitenBeter app	Ondernemers	Laag
B19) Evalueren aanpak van problemen rondom afvalcontainers met Handhaving, Spaarnelanden en de lokale ondernemers.	Spaarnelanden Gemeente Haarlem Ondernemers Gebiedsteam	Hoog
B20) Aanjagen van duurzaamheidsinitiatieven met 'Haarlem doet Duurzaam' en 'Actieprogramma Impact Ondernemen' om zo de transitie naar duurzaam ondernemerschap te maken.	Gemeente Haarlem BIZ Binnenstad Haarlem	Middel



Generaal Cronjéstraat

Vroeger een straat met woonhuizen. Nu een onderscheidende winkelstraat van onschatbare waarde in Haarlem-Noord met een enorme kleinschalige variëteit en typische beleving door de winkelpanden en hun aaneengesloten luifels. De Generaal Cronjéstraat – De Cronjé in de volksmond – is na de binnenstad en Centrum Schalkwijk met meer dan 140 ondernemers het derde winkelgebied van Haarlem. Ondernemers en vastgoedeigenaren hebben vanuit hun collectief met de gemeente afspraken gemaakt over de herinrichting van de straat binnen 2 à 3 jaar.



Samenwerking

Gemeente Haarlem werkt in de Generaal Cronjéstraat samen met verschillende partijen aan de ambities:

- Winkeliersvereniging
- Bedrijveninvesteringszone (BIZ) eigenaren
- Samen Veilig Ondernemen (SVO)

Ambitie gemeente Haarlem

De ambitie van de gemeente voor het winkelgebied Generaal Cronjéstraat en Julianapark is: ondernemers ondersteunen bij het realiseren van een goed functionerend winkelgebied. Gemeente Haarlem vernieuwt de openbare ruimte. Deze vernieuwing moet goed aansluiten bij de functie en inrichting van het winkelgebied. Bijvoorbeeld door meer ruimte te geven aan voetgangers en fietsers. Om de ambitie voor het winkelgebied Generaal Cronjéstraat te realiseren, is er regulier overleg met onder andere betrokken BIZ-vereniging en winkeliersvereniging. Voor de onderlinge communicatie tussen alle betrokkenen is er het online communicatieplatform Chainels.

Voorafgaand aan de vernieuwing stelt de gemeente in overleg met alle betrokkenen een gebiedsvisie op voor de Transvaalbuurt. Het winkelgebied is daar onderdeel van. In 2021 start het participatietraject. Een projectcoördinator van de gemeente begeleidt dit traject.

Actielijnen Generaal Cronjéstraat

Voor een aantrekkelijke en vitale Cronjé zien we de volgende aandachtspunten:

- Economische vitaliteit: leegstand en wonen boven winkels
- Aanbod
- Samenwerking en communicatie
- Promotie en marketing
- Bereikbaarheid auto en fiets
- Veiligheid
- Inrichting en onderhoud openbare ruimte

Acties

Economische vitaliteit: leegstand en wonen boven winkels

Leegstand

De stakeholders en bezoekers vinden het tegengaan van leegstand uitermate belangrijk. Er heerst angst dat er extra gaten zullen ontstaan door de coronacrisis. In een florerende detailhandelsomgeving zijn het meestal de verhuurders die opteren voor omzet-gerelateerde huur, maar in crisistijden komt dit verzoek veelal vanuit de huurders. Als belangrijkste voordeel geldt het gezamenlijk belang. Hoe slechter de straat rendeert, des te minder de huurder en verhuurder hiervan profiteren. Dit motiveert beide partijen te blijven investeren in de kwaliteit van het winkelgebied. En daarmee ook het tegengaan van leegstand. Daarnaast wordt door de gemeente nagedacht over het compacter en 'korter' maken van de lange winkelstraat. Toch geeft een groot deel van de ondernemers hier geen of lage prioriteit aan.

“Ontwikkel beleid om het gebied compacter te maken met een kwalitatief hoogwaardig aanbod en weinig leegstand.”

– Ondernemer Cronjé

Wonen boven winkels

Transformatie van de Cronjé biedt kansen en kan op steeds meer steun van ook ondernemers rekenen. Door de populariteit van de binnenstad wordt ook Cronjé en omgeving een geliefde woonplek. Het wonen boven winkels zou ook volgens bezoekers in deze groeiende behoefte kunnen voorzien. Er bestaat voor de Cronjé nog geen transformatieplan of een aanpak 'wonen boven winkels' zoals in de binnenstad van Haarlem. Veel ondernemers gebruiken de bovenverdieping nu nog als opslagplaats voor de voorraad. De Cronjé kan leren van opgedane (procesmatige) ervaring in de binnenstad: de knelpunten én de kansen.

Bij de herinrichting is het belangrijk opnieuw te kijken naar het bestemmingplan van de Cronjé, waar op dit moment bijna op alle locaties wonen op de begane grond is toegestaan. Deze bestemming is, ook volgens de ondernemers, niet wenselijk in een klassieke winkelstraat. Het onderbreekt het winkellint, terwijl juist een aaneengesloten winkelstraat belangrijk is om 'gaten' te voorkomen.

Acties

- G1) Onderzoeken mogelijkheden omzet-gereleerde huur t.b.v. tegengaan leegstand.
- G2) Overleg organiseren tussen de 'Werk-/stuurgroep Leegstand Binnenstad en de vastgoedeigenaren Cronjéstraat om ervaringen te delen en de wenselijkheid tot het formeren van een 'Werk-/stuurgroep Leegstand Cronjé' te onderzoeken.
- G3) Mogelijkheden verkenning transformatie opnemen in de gebiedsvisie Transvaalbuurt die aansluit bij de herinrichting van de straat en aandacht hebben voor eventuele mogelijkheden verplaatsing ondernemers van ondernemers Schoterweg naar de Cronjéstraat.
- G4) Inventariseren bij vastgoedeigenaren beter benutten mogelijkheden wonen boven winkels in de Cronjé.



Aanbod

Een vitale, aantrekkelijke en toekomstbestendige detailhandelsstructuur is belangrijk in de Cronjé. De gemeente geeft ruimte aan kwaliteit en innovatie en wil hiermee inspelen op toekomstige trends. De aandacht moet uitgaan naar acquisitie van nieuwe formules door positionering, branding en profilering van de straat. Dit kan worden gefaciliteerd door flexibele regelgeving met maatwerkoplossingen.

De bezoekers geven het winkelaanbod een 6,8. Bezoekers adviseren meer diversiteit in aanbod en de kwaliteit van de winkels. Ook zijn zij op zoek naar speciaalzaken (zoals hippe kleding voor jongeren) en kwalitatief goede, vernieuwende horeca (koffiebar en avondhoreca) in de straat. Het horeca-aanbod krijgt een 5,9 van de bezoekers.

De samenstelling van de wijk verandert naarmate wonen (en werken) een grotere rol gaat spelen in en om de Cronjé. Dit is kansrijk voor het aantrekken van (innovatieve) ondernemers naar de straat. Het is van belang dat het aanbod meegroeit of mee verandert met de samenstelling van de wijk. Het herinrichten van de fysieke ruimte biedt ook kansen om de programmering aan te passen, bijvoorbeeld via het organiseren van activiteiten in en met de buurt.

Acties

- G5) Een gebiedsvisie Transvaalbuurt opstellen waarin o.a. aandacht is voor toekomstige branchering en bereikbaarheid.
- G6) Experimenteren met tijdelijke opvulling van leegstaande panden: waar is behoefte aan? Voorbeelden:
 - Horeca als tijdelijke invulling
 - Speelvoorziening
 - Creatieve broedplaats (37PK voert het Atelierbeleid uit in gemeente Haarlem)
 - Flexwerkplekken/start-ups
 - Inpakservice of uitgiftepunt
- G7) Verkennen van de financiële mogelijkheden voor inzet van acquisiteur en communicatie voor het aantrekken van:
 - Een of meerdere koffiebar(s)
 - Kledingzaak voor jongeren
 - Avondhoreca
- G8) Verkennen mogelijkheden pick-up-points, opslag en bezorging
- G9) Ontwikkelen nieuwe programmering (activiteiten, evenementen, etc.) die past bij de veranderende samenstelling van de buurt. Daarbij ook ouderen en kinderen betrekken.

Samenwerking en communicatie

Professionaliseringsslag samenwerking

Stakeholders vinden samenwerking in het gebied belangrijk en dit is terug te zien in de collectieven in de straat, waaronder BIZ eigenaren en een winkeliersvereniging. Toch vinden verschillende stakeholders dat de samenwerking beter kan. Vooral als het gaat om de organisatiegraad, betrokkenheid en communicatie tussen de stakeholders in het gebied. Het verder professionaliseren van deze aspecten is een wens.

Samenwerking andere winkelgebieden

Naast de samenwerking in de straat wordt ook gesproken over het verbeteren van de samenwerking en communicatie met en tussen andere (winkel) gebieden in Haarlem. De verschillende BIZ'en en (ondernemers)verenigingen in de gebieden kunnen hier een speciale rol in vervullen.

Duidelijke communicatie gemeente

Ook is er behoefte aan een duidelijkere communicatie vanuit de gemeente richting stakeholders. Ter illustratie: 67% is niet bekend met het ondernemersspreekuur.

Acties

- G10) De gemeente (en stakeholders) beter aansluiten op Chainels (ook belangrijk als communicatieinstrument bij de herontwikkeling).
- G11) Een structurele samenwerking opzetten met BIZ Binnenstad Haarlem en andere BIZ'en in de omgeving.

Promotie en marketing

Meer regiobezoekers

De stakeholders geven de promotie en marketing van de Cronjé redelijke tot hoge prioriteit. Aan geen enkel ander aspect wordt zoveel belang toegekend. In de toekomst wil Gemeente Haarlem samen met ondernemers en vastgoedeigenaren onderzoeken hoe we dit kunnen bereiken.

Lokaal

momenteel plaatsvindt, namelijk het meer lokaal kopen en de 'support your local' beweging. Ondanks de coronacrisis doet de Cronjé het namelijk aardig goed. De bezoekers hebben de Cronjé weer in beeld

en het is belangrijk dit in stand te houden en de kwaliteit en gastvrijheid bij het lokaal winkelen extra te benadrukken. De Cronjé heeft een regionale en lokale functie, maar kan meer lokaal gepromoot worden om zo de buurt (en haar nieuwe inwoners) beter te verbinden aan het gebied.

Acties

- G12) Ondernemers denken na over hoe ze meer regio-bezoekers kunnen aantrekken.

Bereikbaarheid en auto

Bewegwijzering parkeergelegenheid auto

Van 2008 tot 2014 was de Cronjé autovrij om fietsers en voetgangers meer ruimte te geven. Op verzoek van de winkeliers is het besluit om geen autoverkeer toe te staan teruggedraaid en is de straat nu alleen in het weekend autovrij. De stakeholders benadrukken ook in de enquête het belang van toegankelijkheid met de auto. Zij zien dit als onderscheidend vermogen ten opzichte van de binnenstad. Onder de bezoekers (deels ook bewoners) zijn de meningen over de terugkeer van de auto verdeeld. Wel is men het eens dat automobilisten beter moeten worden gewezen op nabijgelegen parkeergelegenheden en dat de bewegwijzering verbeterd moet worden op momenten dat de straat is afgesloten in het weekend.

Ruimte voor fietsers en voetgangers

Bezoekers geven aan voornamelijk te voet en/of met de fiets de Cronjé te bezoeken. Zij geven qua toegankelijkheid de prioriteit aan voetgangers, gevolgd door fietsers en het openbaar vervoer, met de auto op

de laatste plek. Dit legt een interessante tegenstelling bloot over het belang van de auto: ondernemers benadrukken dit belang (omzetbehoud), maar het grootste deel van de bevraagde bezoekers geeft aan niet met de auto te komen en benadrukt met name het belang van ruimte voor voetgangers en fietsers. Bij de herprofilering en nieuwe inrichting van de straat dient goed te worden gekeken naar de verschillende (weg) gebruikers en de impact daarvan op de uitstraling, beleving en veiligheid van de straat voor bezoekers én ondernemers.

Acties

- G13) Onderzoek naar verbeteren bewegwijzering gemeentelijke parkeergarages



Fiets

Fietsparkeren is een probleem in de Cronjé. Stakeholders en bezoekers storen zich aan de hoeveelheid omgewaaid fietsen en fietswrakken. Het is van belang dat er meer parkeerplekken voor fietsers komen.

Acties

- G14) Bij het opstellen van een herinrichtingsplan aandacht hebben voor fietsparkeren voor zowel bezoekers als bewoners.
- G15) Namens de ondernemers met een voorstel komen voor aanvullende fietsparkeergelegenheid; de gemeente bekijkt vervolgens wat financieel haalbaar is. Fietsvakken zijn relatief makkelijk en goedkoop om aan te brengen. Belangrijk dat hiervoor draagvlak is, ook bij de Fietzersbond.
- G16) Een keer per kwartaal de fietswrakken verwijderen.

Veiligheid

Het verbeteren van de veiligheid in de straat is belangrijk voor de stakeholders. Zowel door ondernemers als bezoekers wordt geduid op aanwezigheid van witwaspraktijken en ondermijning. De aanpak van ondermijning is een belangrijk thema van het door de raad vastgestelde Integrale Veiligheids- en handhavingsbeleid 2019 – 2022. Via Project Lelie werkt de gemeente Haarlem integraal samen met RIEC, OM, politie, belastingdienst en de FIOD aan een duurzame aanpak van ondermijnende criminaliteit rondom het gebied aan de Schoterweg. Zo ontstaat er een eerlijk en integer ondernemersklimaat.

Acties

- G17) Ondernemers en bewoners informeren over de signalen die kunnen wijzen op ondermijning en de mogelijkheid om dit te melden via ondermijning@haarlem.nl. Daarnaast zorgen voor meer communicatie /terugkoppeling over de aanpak van ondermijning..
- G18) Continuering wijkwinkel en activiteiten tegen ondermijning via Cronjé van 1A naar Beter.



Inrichting en onderhoud openbare ruimte

Meer groen

Ondanks dat bezoekers de sfeer en beleving in de straat hoog achten, krijgt de uitstraling slechts een 6. De bezoekers (en ondernemers) wensen meer groen, meer kleur, meer zitgelegenheden, een verbreed wandelgebied, beperkte uitstallingen en beter onderhoud van de overkappingen. De ondernemers, vastgoedeigenaren en gemeente kunnen de mogelijkheden onderzoeken om meer (duurzaam) groen toe te voegen en daarin samen te investeren.

Het verhogen van de verblijfskwaliteit verbetert het gevoel van gastvrijheid en verhoogt zowel de naamsbekendheid als de omzet in de Cronjé. Het belang van ondersteunende voorzieningen, zoals toiletten voor bezoekers, komt ook sterk naar voren. In de huidige situatie vindt 82% dat onvoldoende.

“De herinrichting van de Cronjé is een goede mogelijkheid om de wensen van ondernemers en bewoners in praktijk te brengen voor de verloederende toeslaat.”

– Ondernemer Cronjé

Afval

De afvalproblematiek in de straat en omgeving is groot. De afvalbakken zijn moeilijk toegankelijk, worden

niet vaak geleegd, er wordt veel bijgeplaatst en het zijn er te weinig. Dit komt omdat de afvalcontainers bovengronds zijn geplaatst in plaats van ondergronds, zoals in andere gebieden. De straatafvalproblematiek wordt meegenomen bij de herinrichtingsplannen.

Acties

- G19) Continuëren van onderhoud/renovatie aan/ van de luifels.
- G20) Zorgen dat het melden van problemen in de openbare ruimte makkelijker wordt (afval: bijplaatsing, volle afvalcontainers, etc.) door:
 - Meer bekendheid genereren voor meldings-apps bij bewoners/ondernemers
 - Een meldingsknop/ servicepagina toevoegen aan communicatieplatform Chainels Cronjé
- G21) Zorgen voor tijdig legen van afvalbakken en zorgen voor extra (capaciteit) in de handhaving van bijplaatsing bij afvalcontainers.
- G22) Inspelen op de vraag naar extra toiletten door met ondernemers (horeca) collectieve afspraken te maken over het gebruik van hun toiletten, en deze extra gastvrijheid communiceren richting bezoeker. Een andere optie om te verkennen is het openen van een toiletwinkel (zie bijvoorbeeld <https://www.2theloo.com/>).

Overzicht voorgenomen acties Generaal Cronjéstraat

Actie	Wie	Urgentie
Economisch vitaal		
G1) Onderzoeken mogelijkheden omzet-gereleerde huur t.b.v. tegengaan leegstand.	Winkeliersvereniging BIZ eigenaren	Hoog
G2) Overleg organiseren tussen de 'Werk-/stuurgroep Leegstand Binnenstad en de vastgoedeigenaren Cronjéstraat om ervaringen te delen en de wenselijkheid tot het formeren van een 'Werk-/ stuurgroep Leegstand Cronjé' te onderzoeken.	BLZ eigenaren Stuurgroep Leegstand	Middel
G3) Verkennen mogelijkheden transformatie opnemen in de gebiedsvisie Transvaalbuurt die aansluit bij de herinrichting van de straat en aandacht hebben voor eventuele mogelijkheden verplaatsing ondernemers van ondernemers Schoterweg naar de Cronjéstraat.	Gemeente Haarlem Ondernemers Vastgoedeigenaren	Middel
G4) Inventariseren bij vastgoedeigenaren beter benutten mogelijkheden wonen boven winkels in de Cronjé.	BIZ vastgoedeigenaren	Middel
Aanbod		
G5) Een gebiedsvisie Transvaalbuurt opstellen waarin o.a. aandacht is voor toekomstige branchering en bereikbaarheid.	Winkeliersvereniging Winkelstraatmanager Gemeente Haarlem	Hoog
G6) Experimenteer met tijdelijke opvulling van leegstaande panden: waar is behoefte aan? Voorbeelden: - Horeca als tijdelijke invulling - Speelvoorziening - Creatieve broedplaats (interessant want lagere huur dan de binnenstad) - Flexwerkplekken/start-ups - Inpakservice of uitgiftepunt in de wintermaanden	Winkeliersvereniging BLZ eigenaren Bezoekers	Middel
G7) Verkennen van de financiële mogelijkheden voor inzet van acquisiteur en communicatie voor het aantrekken van: - Een of meerdere koffiebar(s) - Kledingzaak voor jongeren - Avondhoreca - Eventuele overige behoeften die voortkomen uit de quickscan branchering	Ondernemers Bezoekers	Laag

Actie	Wie	Urgentie
G8) Verkennen mogelijkheden pick-up-point, opslag en bezorging	Winkeliersvereniging, ondersteund door gemeente Logistieke professionals (hub)	Hoog
G9) Ontwikkelen nieuwe programmering (activiteiten, evenementen, etc.) die past bij de veranderende samenstelling van de buurt. Daarbij ook ouderen en kinderen betrekken.	Winkeliersvereniging Bewoners	Laag
Samenwerking en communicatie		
G10) De gemeente (en stakeholders) beter aansluiten op Chainels (ook belangrijk als communicatie-instrument bij de herontwikkeling).	Winkelstraatmanager	Hoog
G11) Een structurele samenwerking opzetten met BIZ Binnenstad Haarlem en andere BIZ'en in de omgeving	BIZ eigenaren Centrummanager en winkelstraatmanager Gemeente Haarlem	Hoog
Promotie en marketing		
G12) Ondernemers denken na over hoe ze meer regio-bezoekers kunnen aantrekken.	Ondernemers	Laag
Bereikbaarheid en auto		
G13) Onderzoek naar verbeteren bewegwijzering gemeentelijke parkeergarages	Gemeente Haarlem	Hoog
Fiets		
G14) Bij het opstellen van een herinrichtingsplan aandacht hebben voor fietsparkeren voor zowel bezoekers als bewoners.	Ondernemers Bewoners Bezoekers Gemeente Haarlem	Middel
G15) Namens de ondernemers met een voorstel komen voor aanvullende fietsparkeergelegenheid; de gemeente bekijkt vervolgens wat financieel haalbaar is. Fietsvakken zijn relatief makkelijk en goedkoop om aan te brengen. Belangrijk dat hiervoor draagvlak is, ook bij de Fietzersbond.	Ondernemers Gemeente Haarlem Fietzersbond	Middel
G16) Een keer per kwartaal de fietswrakken verwijderen.	Gemeente Haarlem Handhaving	Middel

> vervolg overzicht voorgenomen acties 2020 - 2022 Generaal Cronjéstraat

Actie	Wie	Urgentie
Veiligheid		
G17) Ondernemers en bewoners informeren over de signalen die kunnen wijzen op ondermijning en de mogelijkheid om dit te melden via ondermijning@haarlem.nl. Daarnaast zorgen voor meer communicatie /terugkoppeling over de aanpak van ondermijning.	Ondernemers Vastgoedeigenaren Bewoners Handhaving Politie	Middel
G18) Continuering wijkwinkel en activiteiten tegen ondermijning via Cronjé van 1A naar Beter.	Gemeente Haarlem	Hoog
Inrichting en onderhoud openbare ruimte		
G19) Continuëren van onderhoud/renovatie aan/van luifels	Eigenaren BIZ	Hoog
G20) Zorgen dat het melden van problemen in de openbare ruimte makkelijker wordt (afval: bijplaatsing, volle afvalcontainers, etc.) door: • Meer bekendheid genereren voor meldings-apps bij bewoners/ ondernemers • Een meldingsknop/ servicepagina toevoegen aan communicatieplatform Chainels Cronjé	Bewoners en ondernemers Eigenaren BIZ Cronjé, Chainels, winkelstraat-management	Middel
G21) Zorgen voor een tijdig legen van afvalbakken en zorgen voor extra (capaciteit) in de handhaving van bijplaatsing bij afvalcontainers.	Spaarnelanden Handhaving	Laag
G22) Collectieve afspraken maken over het gebruik van hun toiletten, en deze extra gastvrijheid communiceren richting bezoeker. Verkennen mogelijkheden toiletwinkel (zie pagina 43).	Winkeliersvereniging	Hoog



Amsterdam-straat

Al decennialang is de Amsterdamstraat het gezellige en multiculturele winkelgebied van de wijk Haarlem-Oost. Het winkelgebied is een historisch gegroeid winkellint langs een belangrijke toegangsweg naar de binnenstad. Maar, het aanbod in de Amsterdamstraat staat vanaf 2001 onder druk. Het aantal vierkante meters is gedaald, van 3.600 naar 3.294 m² (wvo). In dit winkelgebied zitten vooral winkels voor de dagelijkse boodschappen met één supermarkt, een aantal speciaalzaken en een beperkt aantal kledingwinkels. Tot slot: auto's rijden vaak te hard door de smalle straat.



Samenwerking

Gemeente Haarlem werkt in de Amsterdamstraat samen met de Bedrijveninvesteringszone (BIZ) ondernemers aan de ambities.

Ontwikkelingen Amsterdamstraat

De volgende ontwikkelingen zijn de komende tijd relevant voor de Amsterdamstraat:

- Een andere demografische samenstelling(verjonging) in de wijk vanwege toename van aantal studentenwoningen.
- Toename bewoners met meer bestedingsruimte: stelletjes en jonge gezinnen vanuit Amsterdam. Dit creëert mogelijk een andere vraag, zoals koffietentjes en lunchgelegenheden.
- Mogelijk positief effect van de toekomstige ontwikkeling van een MKB-hub en onderwijs in de nabijgelegen Koepel.

Ambtie gemeente Haarlem

De ambitie van de gemeente voor het winkelgebied Amsterdamstraat is: in stand houden van de huidige winkelstructuur en aansluiten bij de toekomstige

ontwikkelingen in dit gebied. Om deze ambitie te realiseren, werken we nauw samen met de betrokken ondernemers en onderhouden we contact met het georganiseerde ondernemerscollectief. Regulier overleg vindt plaats met de voorzitter van de BIZ-vereniging.

De gebiedsverbinder is het aanspreekpunt bij de gemeente en verbindt ondernemers met andere partijen die actief zijn in het winkelgebied. Vanuit Economie is er een contactpersoon die wordt betrokken bij ontwikkelingen in het gebied.

Actielijnen Amsterdamstraat

Voor een aantrekkelijke en vitale Amsterdamstraat zien we de volgende aandachtspunten:

- Aanbod
- Samenwerking
- Corona
- Auto
- Inrichting en onderhoud openbare ruimte

Acties

Aanbod

Het laagste rapportcijfer geven de bezoekers aan het horeca-aanbod in de Amsterdamstraat. Meer variatie in functies (zoals meer horecabestemmingen) in straat wordt dan ook genoemd als een van de manieren om de straat en het gebied aantrekkelijker te maken. Ook mag het aanbod gevarieerder en beter aansluiten op de verschillende leeftijdsgroepen in het gebied.

“Het gebied mist horeca- en uitgaans-gelegenheden voor jong en oud.”

– Bezoeker Amsterdamstraat

Bezoekers geven de sfeer en beleving in de straat het hoogste rapportcijfer, namelijk een 7,5. Op één na zijn alle respondenten woonachtig in Haarlem Oost.

Actie

- A1) Op het moment dat er genoeg draagvlak is en ruimte in het bestemmingsplan, actief op zoek gaan (communiceren/marketen/acquireren) naar branches die gewenst zijn en nog missen in de straat. ‘Amsterdamstraat zoekt horeca-ondernemer(s): voor jong en oud’. In gesprek gaan met jonge én oude bezoekers.

Samenwerking

Het merendeel van de stakeholders geeft aan samenwerking (zeer) belangrijk te vinden. Men denkt echter voornamelijk ‘neutraal’ over de huidige samenwerking in de straat. De communicatie, organisatiegraad en betrokkenheid van ondernemers, vastgoedeigenaren en gemeente kan volgens hen beter. Ook de relatief lage respons vanuit de Amsterdamstraat kan wijzen op onvoldoende betrokkenheid. Ook in de Amsterdamstraat is behoefte aan meer marketing en zichtbaarheid voor en van het gebied.



Corona

In alle overige winkelgebieden geven de stakeholders aan de coronamaatregelen adequaat te vinden. De stakeholders in de Amsterdamstraat ervaren het gebied echter niet voldoende coronaproof. Ook de communicatie over corona(maatregelen) is volgens hen onvoldoende; in andere gebieden wordt dit wel als voldoende ervaren.

Acties

- A2) Communicatie verbeteren omtrent coronamaatregelen en -voorschriften, zoals loopstromen, markeringen, verwijderen uitstallingen, fietsparkeerverbod, plaatsen hygiënische punten, etc.

“Fietsen worden veel op de stoep geparkeerd waar nu ook mensen moeten wachten voor winkels waardoor afstand houden moeilijk/niet mogelijk is.”

– Ondernemer, Amsterdamstraat.

Auto

Stakeholders vinden dat het verbeteren van het parkeren met de auto en de bereikbaarheid in en naar de straat prioriteit moeten hebben.

Het programma ‘Moderniseren Parkeren’ is in 2017 aangenomen door de gemeenteraad en de maatregelen worden gefaseerd uitgerold.

Actie

- A3) De gemeente informeren bij ontevredenheid over de parkeersituatie via parkeren@haarlem.nl. Op het moment dat er minimaal 15 onafhankelijke signalen bij de gemeente hierover zijn ontvangen, kan parkeerregulering worden uitgebreid.

Inrichting en onderhoud openbare ruimte

Uitstraling gebied

De stakeholders geven de uitstraling van de Amsterdamstraat een rapportcijfer van een 6,6. Het op een na laagste cijfer van de te beoordelen aspecten. Bezoekers geven aan dat extra groen in het gebied al zou helpen voor een meer positieve uitstraling. Meer informatie over vergroening in bijlage 2.

“Het is van belang dat de straat goed wordt schoongehouden. Daarnaast wordt er op dit moment geen aandacht besteed aan de perken.”

– Ondernemer

Ruimte voor wandelen

Ook wordt aangegeven dat er te weinig ruimte is voor mensen om te wandelen. Wat in coronatijd nog meer aandacht nodig heeft. Meer ruimte voor voetgangers heeft consequenties voor andere mobiliteitsvormen, dus daar moet een afweging in worden gemaakt (zie bijlage 2).

Acties

- A4) Mogelijkheden verkennen voor vergroening, waarbij aandacht is voor onderhoudskosten (hanging baskets zijn bijvoorbeeld relatief duur qua onderhoud). Ook vergroenen zonder dat dit de verkeerssituatie aantast.
- A5) Een (terugkerende) ‘straatpoetsdag’ organiseren met ondernemers en bewoners om de straat en de perken eens een goede beurt te geven. Goed voorbeeld doet volgen. Vervolgens in gesprek met Spaarnelanden om te kijken hoe jullie dit samen meer gestructureerd aan kunnen pakken. Concrete afspraken maken.

Overzicht voorgenomen acties Amsterdamstraat

Actie	Wie	Urgentie
Aanbod		
A1) Op het moment dat er genoeg draagvlak is en ruimte in het bestemmingsplan, actief op zoek gaan (communiceren/marketen/ acquireren) naar branches die gewenst zijn en nog missen in de straat. ‘Amsterdamstraat zoekt horeca-ondernemer(s): voor jong en oud’. In gesprek gaan met jonge én oude bezoekers.	BIZ Bezoekers Ondernemers Gemeente Haarlem	Laag
Corona		
A2) Communicatie verbeteren omtrent coronamaatregelen en -voorschriften, zoals loopstromen, markeringen, verwijderen uitstallingen, fietsparkeerverbod, plaatsen hygiënische punten, etc.	BIZ Gemeente Haarlem	Hoog
Auto		
A3) De gemeente informeren bij ontevredenheid over de parkeersituatie via parkeren@haarlem.nl . Op moment dat er minimaal 15 onafhankelijke signalen bij de gemeente hierover zijn ontvangen, kan parkeerregulering worden uitgebreid.	Ondernemers Bewoners	Middel
Inrichting en onderhoud openbare ruimte		
A4) Verkennen mogelijkheden voor vergroening, waarbij aandacht is voor onderhoudskosten (hanging baskets zijn bijvoorbeeld relatief duur qua onderhoud). Daarnaast: vergroenen zonder dat dit de verkeerssituatie aantast.	BIZ	Middel
A5) Een (terugkerende) ‘straatpoetsdag’ organiseren met ondernemers en bewoners om de straat en de perken eens een goede beurt te geven. Goed voorbeeld doet volgen. Ga vervolgens in gesprek met Spaarnelanden om te kijken hoe jullie dit samen meer gestructureerd aan kunnen pakken. Maak concrete afspraken.	BIZ Ondernemers Bewoners Spaarnelanden	Middel

Marsmanplein

Marsmanplein is een wijkwinkelcentrum, gelegen in de kop van Haarlem Noord. Het winkelcentrum heeft een belangrijke functie voor Delftwijk. En zet in op meer bezoekers uit het Vondelkwartier en de Vogelenbuurt (in totaal hebben deze drie gebieden circa 12.000 inwoners).

Het winkelcentrum was begin 21e eeuw achter de Rijksstraatweg aan het verpauperen. Na een herontwikkeling van wijk- en winkelcentrum opende in 2013 het nieuwe Marsmanplein met een flink vergroot winkelaanbod, een verkeersvrij plein en wijkpark. Je vindt er nu twee supermarkten (Albert Heijn en PLUS), verschillende speciaalzaken, dienstverlenende bedrijven (inclusief gezondheidszorg), een kinderdagverblijf en horeca.



Marsmanplein
Foto: Etienne Hessels

Samenwerking

Haarlem werkt op het Marsmanplein samen met verschillende partijen aan de ambities:

- Winkeliersvereniging Marsmanplein
- SVO (Samen Veilig Ondernemen)
- Buurtcoöperatie Duurzaam Garenkokerskwartier

Ambitie gemeente Haarlem

De ambitie van gemeente Haarlem voor het winkelgebied Marsmanplein is: in stand houden van de huidige winkelstructuur. In november 2020 opent de vernieuwde parkeergarage onder het Marsmanplein. De parkeergarage wordt daardoor weer volledig benut, wat zorgt voor voldoende parkeercapaciteit. Gemeente Haarlem werkt samen met ondernemers en vastgoedeigenaren aan een communicatie-offensief over de heropening, zodat iedereen weet dat de parkeergarage weer volledig beschikbaar en veilig is.

Gemeente Haarlem vindt het samenwerken met ondernemers belangrijk en doet dat door in contact te zijn en blijven met de georganiseerde ondernemerscollectieven. Er is ook regulier overleg

tussen de afdeling Handhaving en Veiligheid via de overlegstructuur Samen Veilig Ondernemen (SVO). Voor de onderlinge communicatie tussen alle betrokkenen wordt er gewerkt met online communicatieplatform Chainels.

Actielijnen Marsmanplein

Voor een aantrekkelijk en vitaal Marsmanplein zien we de volgende aandachtspunten:

- Aanbod
- Samenwerking en communicatie
- Promotie en marketing
- Bereikbaarheid
- Veiligheid
- Inrichting en onderhoud openbare ruimte

Acties

Aanbod

Het horeca-aanbod op het Marsmanplein krijgt hele wisselende rapportcijfers, waaronder een 7 en 8 maar ook tweemaal een 1. Er zijn vijf horecazaken gevestigd, waarvan 1 in een paviljoen op het centrale plein. Ook was er in coronatijd steun voor de lokale horeca.

“Wij zelf hebben erg hartverwarmende berichten mogen ontvangen en ook tegoedbonnen ontvangen via Help De Horeca.”

- horecaondernemer Marsmanplein

In de brochure over het vernieuwde winkelcentrum staat het Marsmanplein aangeduid als de “centrale ontmoetingsplek van Haarlem Noord en als “levendig middelpunt”. Desondanks oogt het centrale plein vaak leeg. Volgens bezoekers en stakeholders kan horeca op het autovrije plein van meerwaarde zijn, maar het is nog niet bekend of dit economisch rendabel is.

Acties

- M1) Wenselijkheid en haalbaarheid verkennen uitbreiding horeca aan het autovrije plein.
- M2) Pro-actief op zoek gaan naar een gepaste invulling van leegstaande pand(en).



Ondernemer Marsmanplein
Foto: Etiënne Hessels

Samenwerking en communicatie

De hoge deelname van stakeholders aan de enquête toont een grote betrokkenheid. Marsmanplein heeft twee grote vastgoedeigenaren, waardoor afstemming en overleg relatief gemakkelijk is. De ondernemers op het Marsmanplein zijn verenigd in een winkeliersvereniging. Het lidmaatschap en de bijdrage zijn vrijwillig, maar een groot deel is desondanks lid (inclusief een grootwinkelbedrijf).

Vanwege corona hebben meerdere ondernemers hun lidmaatschap opgezegd; hierover gaan de bestuursleden met ze in gesprek. Het kan daarnaast lonen om de huidige organisatievorm onder de loop te

nemen. Dit om te bekijken of deze nog passend is bij de uitdagingen waar het Marsmanplein mee te maken krijgt de komende jaren. Zo zou een bedrijven-investeringszone (BIZ) geschikt kunnen zijn; zie voor meer informatie hierover bijlage 2.

Acties

- M3) Passende organisatievorm verkennen voor de toekomst, zoals een BIZ.

Promotie en marketing

Er worden op het Marsmanplein regelmatig markten, feesten, toernooien en kinderactiviteiten georganiseerd. Deze vinden vanwege corona nu geen doorgang. Een van de stakeholders geeft aan dit heel jammer te vinden omdat deze juist bijdragen aan gezelligheid en klantenbinding. De stakeholders geven aan promotie en marketing van het gebied een redelijke (5) en hoge (3) prioriteit.

Het najaar, met verschillende feestdagen, leent zich er uitstekend voor om rondom de feestinkopen een extra gastvrije sfeer te creëren (zie ook hoofdstuk 2).

De winkeliersvereniging heeft een extern bureau ingehuurd om de marketing en promotie van het winkelgebied te professionaliseren. In coronatijd kan meer online aandacht een kans zijn voor de winkels aan het Marsmanplein om omzet te vergroten, bijvoorbeeld door het aanbieden van een online bestelservice. Ook is het slim om de trend richting meer lokaal kopen nog meer te laten landen op het Marsmanplein.



Online zichtbaarheid

De website www.marsmanplein.nl is eind september 2020 vernieuwd en het winkelcentrum is sindsdien ook zichtbaar op Instagram. De Facebookpagina van het winkelcentrum eft meer dan 2.400 volgers. Op deze pagina worden regelmatig berichten geplaatst door de efte ondernemers, bijvoorbeeld met kortingen. Een filmpje dat de ondernemers samen maakten om ook in coronatijd lokaal winkelen te stimuleren, is meer dan 4.500 keer bekeken.

Er zijn diverse sportverenigingen actief in de buurt van het Marsmanplein, en in het winkelcentrum is een sportschool voor vrouwen gevestigd. De fysieke ruimte van het plein leent zich goed voor gezamenlijke sportactiviteiten, ook in coronatijd. Sport zorgt voor verbinding, trekt jong en oud, en past bij een gezonde levensstijl.

Acties

- M4) Organiseren van sportactiviteiten voor bewoners en bezoekers

Bereikbaarheid

Parkeren voor auto's is gratis rondom het Marsmanplein en in de parkeergarage. Het winkelcentrum is goed bereikbaar per bus. Vanwege zorgen over de bouwconstructie na het instorten van een vergelijkbare parkeergarage in Eindhoven, moest de parkeergarage onder het Marsmanplein vanaf oktober 2017 tijdelijk dicht. Daarna mocht de parkeergarage weer open, maar waren ongeveer 57 parkeervakken niet beschikbaar vanwege het plaatsen van 1135 stutpalen. Het is dan ook begrijpelijk dat alle stakeholders (hoge) prioriteit geven aan auto-parkeren. De parkeergarage gaat in november 2020 weer volledig open, als de herstelwerkzaamheden zijn afgerond.

Actie

- M5) Heropening parkeergarage zo breed mogelijk communiceren; als kans aangrijpen om weer aandacht op het plein te vestigen. Eventueel een actie eraan koppelen.



Prioriteit bereikbaarheid

Van de zeven aspecten die in de bezoekersenquête werden gewaardeerd, kregen de volgende twee de hoogste rapportcijfers: mogelijkheden voor fietsparkeren (een 7,7) en bereikbaarheid per OV (een 7,4). Opvallend is dat alle stakeholders bereikbaarheid veel prioriteit geven (van wie 9 hoge prioriteit). Mogelijk hangt dit samen met de tijdelijk lagere beschikbaarheid van parkeerplekken.

Veiligheid

Veiligheid op straat is voor stakeholders belangrijk. Het gaat dan om bijvoorbeeld de overlast van hangjongeren, vernielingen en openbare dronkenschap op het plein. Jeugdoverlast op het Marsmanplein stond in 2019 in het actieprogramma van het Integraal Veiligheids- en Handhavingsbeleid 2019 – 2022.

Dit sluit ook goed aan bij het Burgeradvies Veiligheid en Handhaving, Delftwijk (dat eind 2017 aan de gemeente werd aangeboden). Dit advies kwam tot stand na een gesprek met 38 inwoners van Delftwijk (via loting uitgenodigd) eind oktober 2017 over de vraag waar de handhavers van de gemeente en de politie in 2018 hun aandacht aan moeten besteden. In dit burgeradvies werd tevens gesproken over overlast van fietsers die vlak langs de kinderopvang rijden en op trottoirs.

De gebiedsverbinder heeft samen met de afdeling Veiligheid en BBOR en alle betrokken partners een

overleg opgestart voor een integrale aanpak van problemen op het plein die vooralsnog niet op te lossen zijn via het SVO (jeugdoverlast en openbare dronkenschap).

De coronatijd brengt een nieuwe veiligheidsdimensie met zich mee. De bezoekers geven aan dat afstand houden buiten goed lukt. Ook aanduiding van maatregelen op straat vindt men adequaat. Winkels worden echter niet altijd als coronaproof ervaren, extra belangrijk dus om daar dit najaar aandacht aan te schenken.

Acties

- M6) Continueren integrale aanpak veiligheid en SVO

Inrichting en onderhoud openbare ruimte

Zowel bewoners als stakeholders hebben sterke behoefte aan meer groen op het Marsmanplein. Extra groen draagt bij aan de biodiversiteit en leefbaarheid van de stad, en helpt tegen hittestress en verdroging. Ook maakt groen het verblijf in het gebied aantrekkelijker.

Er wonen veel kinderen in de omgeving. Het toevoegen van spelelementen kan de verblijfskwaliteit van het plein verhogen en maakt het voor ouders van jonge kinderen aantrekkelijker om hier boodschappen te doen. Bij de keuze van het plaatsen voor de spelelementen moet rekening worden gehouden dat er genoeg ruimte blijft voor evenementen die regelmatig op het plein plaatsvinden.

Zowel stakeholders als bezoekers willen openbare toiletten op het Marsmanplein. Omdat openbare toiletten ook nadelen hebben, bijvoorbeeld qua stankoverlast, loont het de moeite om alternatieven te bekijken. Bestaande toiletten (zoals in supermarkten en horeca) kunnen bijvoorbeeld beschikbaar worden

gesteld aan bezoekers. Dit zorgt ook voor meer gastvrijheid in het gebied, waaraan de stakeholders een relatief hoge prioriteit geven. Ook zwerfvuil en het schoonhouden van de openbare ruimte zijn aandachtspunten voor het Marsmanplein.

Acties

- M7) Mogelijkheden inventariseren om meer (duurzaam) groen toe te voegen en daar vervolgens samen in investeren.
- M8) De mogelijkheden verkennen voor geschikte spelelementen voor op het plein; bewoners, bezoekers en het kinderdagverblijf erbij betrekken.
- M9) Inventariseren welke toiletten op het Marsmanplein en in de nabije omgeving beschikbaar zijn voor bezoekers en ze aanmelden op de Hoge Nood app. Over deze toiletten communiceren in het kader van de gastvrijheid van het gebied.
- M10) Meer bekendheid voor meldingapps (meldingen openbare ruimte, zoals vuilnis).



Ondernemer Marsmanplein
Foto: Etiënne Hessels

Overzicht voorgenomen acties Marsmanplein

Actie	Wie	Urgentie
Economisch vitaal		
M1) Wenselijkheid en haalbaarheid verkennen uitbreiding horeca aan het autovrije plein.	Vastgoed Gemeente Haarlem	Laag
M2) Pro-actief op zoek gaan naar een gepaste invulling van leegstaande pand(en).	Vastgoed Winkeliersvereniging	Middel
Samenwerking en communicatie		
M3) Passende organisatievorm verkennen voor de toekomst, zoals een BIZ.	Winkeliersvereniging	Laag
Promotie en marketing		
M4) Organiseren van sportactiviteiten voor bewoners en bezoekers.	Winkeliersvereniging Lokale sportverenigingen De Fitstudio	Middel
Bereikbaarheid		
M5) Heropening parkeergarage zo breed mogelijk communiceren; als kans aangrijpen om weer aandacht op het plein te vestigen. Eventueel een actie eraan koppelen.	Van der Vorm (vastgoed)	Hoog
Veiligheid		
M6) Continueren integrale aanpak veiligheid en SVO	Deelnemers integrale aanpak	Hoog
Inrichting en onderhoud openbare ruimte		
M7) Mogelijkheden inventariseren om meer (duurzaam) groen toe te voegen en daar vervolgens samen in investeren.	Gemeente Haarlem Winkeliersvereniging Vastgoedeigenaren	Laag
M8) De mogelijkheden verkennen voor geschikte spelelementen voor op het plein; bewoners, bezoekers en het kinderdagverblijf erbij betrekken.	Gemeente Haarlem Winkeliersvereniging Kinderdagverblijf Het Vosje	Laag

Actie	Wie	Urgentie
M9) Inventariseren welke toiletten op het Marsmanplein en in de nabije omgeving beschikbaar zijn voor bezoekers en ze aanmelden op de Hoge Nood app. Over deze toiletten communiceren in het kader van de gastvrijheid van het gebied.	Winkeliersvereniging	Middel
M10) Meer bekendheid voor meldingapps (meldingen openbare ruimte, zoals vuilnis).	Bewoners Ondernemers Winkeliersvereniging	Middel



Westergracht

De plek rondom het voormalige EKP (Expeditie Knoop Punt) terrein wordt op dit moment opnieuw ontwikkeld op basis van het plan 'Plaza West' Met als middelpunt het oude expeditiegebouw van de voormalige PTT. Het terrein kent een rijke geschiedenis. In het verleden was er een Kolenhaven, rangeerterrein, kantoor van de gemeente Haarlem en GGD-kantoor.

In de omgeving van de Westergracht vindt ook een transformatie plaats. De Stephensonstraat en omgeving transformeert naar een dynamisch centrum (bovenwijks) met een mix aan functies van winkelen en wonen. Met supermarkten zoals Albert Heijn en Aldi, winkels waaronder Action, Etos en Gall en Gall en een speelparadijs (Monkey Town), een fitnesscentrum en circa 600 woningen. De Westergracht kan baat hebben bij de ontwikkelingen aan de Stephensonstraat en de zone daaromheen.

Het winkelcentrum Plaza-West is sinds november 2013 geopend.



Ontwikkelvisie Zuid-West

Westergracht ligt tegen de ontwikkelzone Zuid-West aan; dit gebied wordt ontwikkeld tot een nieuw woon-werkgebied, met in totaal 1.400 extra woningen. In de Ontwikkelvisie Zuid-West zijn ruimtelijke kwaliteitseisen met betrekking tot het sfeergebied Plaza West / Entree Noord opgenomen:

- aansluiten bij inrichting openbare ruimte Plaza West.
- entreegebied van de zone
- stedelijk karakter (bebouwing en openbare ruimte)
- stedelijk wonen
- start/eind langzaam verkeersroute
- aandacht voor verblijfskwaliteit voor voetgangers
- aandacht voor verblijfskwaliteit van fietsers

Ambitie gemeente Haarlem

De Westergracht staat in directe verbinding met de Westelijke Randweg. Punten van aandacht in dit nieuwe winkelgebied zijn de ervaren verkeersdruk, de parkeerintensiteit en de ontsluiting van het private

winkelgebied aan de Westergracht. Het winkelgebied ligt aan de kop van de zone Zuidwest. Voor de kortere termijn is de ambitie van de gemeente voor deze zone: het winkelgebied betrekken bij bestaande en nieuwe creatieve en innovatieve initiatieven. En leegstaande panden benutten door ruimte te bieden aan pop-up initiatieven. Bij de gebiedsontwikkeling van deze zone is het belangrijk om de samenhang tussen functies en voorzieningen te bewaken.

Actielijnen Westergracht

Voor een aantrekkelijke en vitale Westergracht zien we de volgende aandachtspunten:

- Samenwerking en communicatie
- Aanbod
- Promotie en marketing
- Bereikbaarheid auto en fiets
- Inrichting en onderhoud openbare ruimte

Acties

Samenwerking en communicatie

De stakeholders staan neutraal tegenover de huidige samenwerking in het gebied. Zij geven aan dat de communicatie en betrokkenheid tussen de stakeholders, gemeente en organisaties (bijvoorbeeld de buurtcoöperatie) verbeterd dient te worden. Er wordt een behoefte uitgesproken aan ondersteuning en gebiedsmanagement voor de Westergracht/Plaza West. Daarnaast waarderen stakeholders het als de gemeente hen eerder en vaker betreft bij de plannen.

Acties

- W1) Er is op dit moment geen ondernemersvereniging, BIZ of een dergelijk samenwerkingsverband.

Behoeft hieraan is wel uitgesproken. Samen onderzoeken of en hoe dit mogelijk te maken. Het bestaan en opzetten van een samenwerkingsverband zal de uitvoer van en communicatie over alle actiepunten vereenvoudigen en kracht bij zetten.

- W2) Contact zoeken en onderhouden met ondernemers, huidige en toekomstige bewoners en hen betrekken bij het project en blijven communiceren bij eventuele veranderingen tijdens bouw en ontwikkeling. Door alle partijen betrokken te houden is het mogelijk vroeg in het traject weerstand weg te nemen.

Aanbod

Het winkelcentrum Plaza West is er vooral voor de dagelijkse boodschappen. Ook is speelparadijs Monkey Town een belangrijke reden voor veel mensen om het gebied te bezoeken. Het supermarktaanbod bestaat uit Albert Heijn en Aldi met daarbij Etos en Gall en Gall. Begin 2015 heeft ook Action er een winkel geopend.

Alle bezoekers geven dan ook dat zij naar het gebied komen om een of meer ‘dagelijkse’ winkel(s) te bezoeken. Een derde van de bezoekers die Gemeente Haarlem gesproken heeft geeft aan Plaza West te bezoeken omwille van de sportschool (Fit For Free) die

zich hier heeft gevestigd. Behalve Café Spoorloos op de hoek van de Westergracht en Westerstraat, is er in het gebied geen horeca te vinden. Het horeca-aanbod ontvangt als rapportcijfer een 2,0 van de bezoekers.

Actie

- W3) Het toevoegen van functies (zoals horeca) om zo meer (verschillende) bezoekers te trekken en werkgelegenheid te creëren.

Promotie en marketing

Stakeholders geven aan dat er meer aandacht uit mag gaan naar de promotie en marketing van de Westergracht en het Plaza West gebied. Daarnaast zouden zij graag de online zichtbaarheid van het gebied en Plaza West vergroten. Het verkennen van de mogelijkheden van een BIZ, waarin o.a. ondernemers zich kunnen verenigen, kan hieraan bijdragen.

Bereikbaarheid auto en fiets

Het winkelgebied is gelegen aan de Westergracht en heeft een goede ontsluiting richting de Westelijke Randweg. Auto- en fietsparkeergelegenheid zou volgens de stakeholders prioriteit moeten krijgen in het gebied. Daar is het gebied op het moment ook naar ingericht en er is veel ruimte voor vrijgemaakt. Van de ondervraagde bezoekers komen de meesten met de auto. Daarna is de fiets het meest gebruikte vervoersmiddel. Het is dan ook niet verrassend dat de bezoekers, van binnen en van buiten Haarlem, aangeven dat de Westergracht het best toegankelijk moet zijn voor auto en fiets. Bewoners voorzien dat door de grote toename van het aantal woningen de verkeersoverlast in de omgeving fors zal toenemen.

“Zorg voor duidelijke bewegwijzering in Haarlem en daarbuiten. Niet alleen in coronatijd maar ook voor daarna. De mensen die op de camping staan in Zand voort komen bijvoorbeeld ook hier hun boodschappen doen. Daar kun je op inspelen.”

– bezoeker Westergracht, bewoner Haarlem

Actie

- W4) Bewegwijzering toevoegen van en naar Plaza West

Inrichting en onderhoud openbare ruimte

De bezoekers van Plaza West vinden de uitstraling van het gebied onvoldoende. Onder de bezoekers wordt het vergroenen van de openbare ruimte als dé manier gezien om het gebied aantrekkelijker te maken. Interessant, aangezien de stakeholders het toevoegen van groen onbelangrijk vinden. De stakeholders kennen juist meer waarde toe aan het verbeteren van de verlichting in het gebied.

De bezoekers geven een rapportcijfer van een 4,3 voor de uitstraling van het gebied (bezoekersenquête 2020). Dit is het laagste cijfer voor uitstraling gebied van alle onderzochte winkelgebieden voor dit actieplan.

“Ik mis creatieve broedplaatsen in de buurt. Die verdwijnen door al die huizen en nieuwbouw hier.”

– bezoeker Westergracht

Ruimte voor creativiteit en innovatie: broedplaatsenbeleid en ateliers
Gemeente Haarlem heeft een broedplaatsenbeleid dat wordt uitgevoerd door 37PK. Het gaat hierbij om het beschikbaar stellen van vrijgekomen ruimtes aan nieuwe initiatieven (bijvoorbeeld pop-up). Of het bevorderen van doorstroming en zichtbaarheid van ateliers, het ondersteunen van kunstenaars en collectieven in dit gebied. 37PK zet zich in voor meer ruimte waar ateliers zich kunnen vestigen.

37PK

37PK houdt zich bezig met kunst in de openbare ruimte van de stad, permanente en tijdelijke ateliers, artists residencies en ondersteuning en professionalisering van het veld en promotie van het kunstaanbod in de stad. 37PK ontwikkelt haar activiteiten in samenspraak met kunstenaars en andere (kunst)organisaties in de stad en regio. Uitgangspunt is dat het nieuwe platform op een kwalitatief goede manier snel en effectief kan inspelen in de diverse behoeften van gemeente, organisaties en kunstenaars in de stad.

Idee: experiment in de openbare ruimte (voorbeeld uit Leiden)

Meer werkruimte, presentatie-mogelijkheden en vooral meer experimenteerruimte: dat is waar jonge makers in Leiden komende jaren ernstig behoefte aan hebben. Als er geen ruimte wordt gecreëerd voor experiment kunnen er ook geen nieuwe dingen ontstaan. Met als risico dat talent de wijk naar elders neemt, en er verschraling optreedt van het kunst- en cultuuraanbod.

Experimenten zijn een goed middel voor participatie, inspiratie en het winnen van vertrouwen (zoals van bewoners/ondernemers). Er kunnen, samen met (toekomstige) inwoners en creatievelingen, experimenten worden bedacht en uitgevoerd, geëvalueerd en bijgestuurd. Zo ontstaat een gezamenlijke aanpak. De succesvolle elementen van dit soort experimenten kunnen beleidsmakers integreren in lange termijnplannen en -beleid zodat deze beter te begrijpen en benutten zijn.

- Het concept vindt aansluiting op de vernieuwde Economische visie Haarlem:
- Faciliteren placemaking en pop-up initiatieven
 - Verbinden van partijen in de stad en regio om innovatie te stimuleren
 - Aanjagen, versterken en versnellen van innovatie gericht op maatschappelijke opgaven door (pilot) projecten in samenwerking met bedrijven en kennisinstellingen
 - Versterken creatieve industrie door de sector meer te verbinden aan maatschappelijke opgaven en economische clusters voor toegepaste innovatie.

- Acties**
- W5) Samen met bewoners, ondernemers en bezoekers onderzoeken hoe de verblijfswaarde van het gebied te vergroten. Betrek ook de projectontwikkelaar (Plaza West) bij het traject.
 - W6) Idee vanuit Economische visie Haarlem: Proeftuinfunctie voor toegepaste innovatie door middel van het invullen van tijdelijke leegstand door het faciliteren van pop-up initiatieven.

Overzicht voorgenomen acties Westergracht

Actie	Wie	Urgentie
Samenwerking		
W1) Er is op dit moment geen ondernemersvereniging, BIZ of een dergelijk samenwerkingsverband. Behoeft hieraan is wel uitgesproken. Samen onderzoeken of en hoe dit mogelijk te maken. Het bestaan en opzetten van een samenwerkingsverband zal de uitvoering van en communicatie over alle actiepunten vereenvoudigen en kracht bijzetten.	Gemeente Haarlem Ondernemers Eigenaren	Middel
W2) Contact zoeken en onderhouden met ondernemers, huidige en toekomstige bewoners en hen betrekken bij het project en blijven communiceren bij eventuele veranderingen tijdens bouw en ontwikkeling. Door alle partijen betrokken te houden is het mogelijk vroeg in het traject weerstand weg te nemen.	Gemeente Haarlem	Hoog
Aanbod		
W3) Het toevoegen van functies (zoals horeca)om zo meer (verschillende) bezoekers te trekken en werkgelegenheid te creëren.	Gemeente Haarlem Eigenaren Ondernemers	Middel
Bereikbaarheid, auto en fiets		
W4) Bewegwijzering toevoegen van en naar Plaza West.	Gemeente Haarlem	Laag
Inrichting en onderhoud openbare ruimte		
W5) Samen met bewoners, ondernemers en bezoekers onderzoeken hoe de verblijfswaarde van het gebied te vergroten (mogelijk door experiment in de openbare ruimte). Betrek ook de projectontwikkelaar (Plaza West) bij het traject. Op dit moment wordt er al geëxperimenteerd via Stadslab met huidige nieuwe bewoners.	Gemeente Haarlem, bewoners, ondernemers, bezoekers, projectontwikkelaar 37PK	Middel
W6) Idee Vanuit Economische Visie Haarlem: Proeftuinfunctie voor toegepaste innovatie door middel van het invullen van tijdelijke leegstand door het faciliteren van pop-up initiatieven.	Gemeente Haarlem 37PK	Middel

Zijlweg

De Zijlweg geniet nationale bekendheid als een van de straten in het Monopoly bordspel. Het wijkcentrum Zijlweg ligt tussen het viaduct van de spoorlijn en de Raaksbruggen. De toegangsweg aan de westzijde van de binnenstad. De weg ligt op een voormalig waterverloop waarin aan de stadskant een sluisje (zijl) lag, dat het veenwater uit de duinen moest tegenhouden. Het is geen klassieke winkelstraat met veel dienstverlening, waardoor het veel gerichte bezoekers trekt. Met name de Zijlweg ten oosten van het spoor voelt niet aan als winkelgebied. In het gemeentelijke bestemmingsplan heeft de straat een gemengde bestemming (wonen, werken en winkels).



Ontwikkelzones

De gemeente heeft 8 ontwikkelzones in Haarlem. Dit zijn de gebieden waar plaats is voor extra woningbouw. Ontwikkelzone Zijlweg is daar één van. De Zijlweg is de spil van deze zone, waar verschillende buurten met ieder een eigen identiteit aan grenzen. In de Ontwikkelvisie Zijlweg ('De tuinen van Haarlem') wordt aangegeven dat het toevoegen van nieuwe woningen en overige functies op te transformeren locaties een goed middel is om deze kwaliteitsslag te kunnen maken. Dit draagt bij aan de verlevendiging van dit gebied.

Ambitie gemeente Haarlem

De ambitie van de gemeente voor het winkelgebied Zijlweg is: in stand houden van de huidige winkelstructuur. Opvallend aan dit winkelgebied is dat er naast detailhandel, ook veel dienstverlenende bedrijven gevestigd zijn. Samenwerking met de ondernemers in het winkelgebied is – net als bij de andere winkelgebieden – belangrijk. Ondernemers zijn betrokken – dat blijkt ook uit de resultaten van de online enquête die gemeente Haarlem uitvoerde in juli.

Er is op dit moment nog geen regulier overleg tussen gemeente en ondernemers aan de Zijlweg. Gemeente Haarlem wil dit in de toekomst bevorderen en aansluiten op bestaande ondernemerscollectieven. De gemeente heeft één aanspreekpunt in het gebied, de gebiedsverbinder. De gebiedsverbinder is het contact tussen ondernemer en inwoner. Met dit aanspreekpunt ontstaat verbinding met de bewonersinitiatieven op het gebied van duurzaamheid en sfeerverlichting. Indien nodig wordt de contactpersoon vanuit de beleidsafdeling Economie betrokken.

Actielijnen Zijlweg

Voor een aantrekkelijke en vitale Zijlweg zien we de volgende aandachtspunten:

- Economische vitaliteit
- Aanbod
- Samenwerking en communicatie
- Bereikbaarheid auto en fiets
- Inrichting en onderhoud openbare ruimte

Acties

Economische vitaliteit

De aanpak van leegstand wordt door bezoekers gezien als de manier om het gebied te verbeteren. Dit terwijl er tijdens de verdiepingsbijeenkomst met stakeholders door een ondernemer werd aangegeven dat er geen of nauwelijks leegstand is in de straat. Mogelijk zien bezoekers dit meer in zijn algemeenheid als gebiedsverbetering, evenals het wonen boven winkels.

Actie

- Z1) Verkennen mogelijkheden in bestemmingsplan, om bestaande panden in te zetten voor toekomstige behoefte, wensen en (diverse) functies.

Aanbod

Veel bezoekers van de Zijlweg komen daar met een specifiek doel. Gerichte shoppers die slechts één (speciaal)zaak of dienstverlener bezoeken. Het gevoel van een winkelcentrum of winkelstraat mist. Mede door het ervaren gemis van horeca in de straat, blijven de bezoekers minder lang aanwezig in het gebied.



Het horeca-aanbod in de straat krijgt relatief het laagste rapportcijfer (6,1). Er wordt aangegeven dat men graag meer variatie aan horeca in de straat ziet. Ook bezoekers geven aan 1 of 2 goede horecazaken met terras in de straat te missen. De sfeer en beleving in de straat krijgen desondanks het hoogste rapportcijfer: een 7,7.

“Rond lunchtijd verzamelen veel (werkende) mensen zich rond de groentewinkel, die zichzelf een ‘lunchfunctie’ heeft toegekend en nu al verblijfswaarde creëert.”

– ondernemer Zijlweg

De komst van meer (betaalbare) woningen, zoals aangegeven in de Ontwikkelvisie Zijlweg, betekent ook dat het voorzieningenaanbod zich hierop dient aan te passen.

Actie

- Z2) Verkennen mogelijkheden toevoegen horeca voor meer aansluiting met de binnenstad. Locatie(s)waar het mogelijk is om een terras te plaatsen hebben hierbij de voorkeur.

Samenwerking en communicatie

Ondernemers geven aan samenwerking belangrijk te vinden en zijn neutraal tevreden over de huidige samenwerking in het gebied. Op dit moment zijn er nog geen samenwerkingsverbanden in de straat.

Stakeholders

De respons op de stakeholdersenquête (88%) duidt op een hoge betrokkenheid, en een kwart wil graag meedoen in het Ondernemerspanel. Een ondernemersvereniging of BIZ kan deze betrokkenheid verzilveren en van grote meerwaarde zijn voor de Zijlweg. Het opstarten van een collectief zou ook een nuttig instrument zijn bij het (vervolg) van het participatietraject Ontwikkelvisie Zijlweg. Daarnaast draagt het oprichten van een collectief bij aan de uitvoering van alle eerder genoemde actiepunten. De volgende punten vinden de stakeholders belangrijk om collectief op te pakken:

- Belangenbehartiging richting gemeente en vastgoed.
- Het intensiveren van het contact met de gemeente.
- De (digitale) promotie en marketing van het gebied.
- Auto- en fietsparken en verkeersveiligheid.
- Sfeerverlichting in de wintermaanden.
- Duidelijke online communicatie: 1 platform waar je alle relevante informatie kunt terugvinden of delen.

“Ik wil graag samen met andere ondernemers een rol spelen in het verkennen van een ondernemerscollectief.”

– ondernemer Zijlweg

Gemeente

De informatievoorziening en communicatie vanuit de gemeente richting de stakeholders kan beter of ontbreekt in sommige gevallen. Voorbeelden die worden genoemd zijn informatie en communicatie omtrent het wijzigen van het parkeerbeleid en de Ontwikkelvisie Zijlweg. De ondernemers geven aan dat het kan komen doordat er geen centraal aanspreekpunt is in de straat. Een dergelijke persoon of organisatie zou de vraag of de informatie kunnen communiceren richting de achterban. Dat zou het voor de gemeente gemakkelijker maken om in (direct) contact te staan met alle stakeholders.

“Communicatie is key en ook een punt van aandacht voor de gebiedsverbinder.”

– ondernemer Zijlweg

Overig

Op dit moment verzorgt de buurtvereniging (Vereniging Bewonersraad Prins Hendriklaan Oost e.o.) met een bijdrage van de ondernemers de sfeerverlichting. Een derde van de ondernemers betaalt hier aan mee. Het oprichten van een BIZ zorgt ervoor dat alle ondernemers gezamenlijk investeren in het gebied en je geen free-riders meer hebt (zie ook bijlage 2). Naast de organisatie van (duurzame) sfeerverlichting neemt de buurtvereniging ook de maandelijkse nieuwsbrief voor haar rekening.

Acties

- Z3) Er is op dit moment geen ondernemersvereniging, BIZ of een dergelijke samenwerkingsverband. Behoeft hieraan is wel uitgesproken. Samen onderzoeken of en hoe dit mogelijk te maken. Het bestaan en opzetten van een samenwerkingsverband zal de uitvoering van en communicatie over alle actiepunten vereenvoudigen en kracht bijzetten.
- Z4) Gebruik maken van het feit dat ondernemers aansluiting zoeken bij de buurtvereniging (kansen wat betreft aansluiting behoeften en wensen Ontwikkelvisie en toekomstige bewoners).
- Z5) Ondernemers laten onderzoeken hoe ze marketing voor de Zijlweg gezamenlijk kunnen organiseren (nu is er nog geen marketing).

Bereikbaarheid, auto en fiets

De bezoekers van de Zijlweg geven aan dat de straat het meest toegankelijk zou moeten zijn voor (1) fietsers, (2) voetgangers, (3) auto's en (4) het openbaar vervoer. De bereikbaarheid van de Zijlweg en het autoparkeren is onder de stakeholders van uiterst belang.

Verkeersveiligheid

Er zijn twee verkeersknooppunten in de straat die regelmatig tot onveilige situaties leiden. Ten aanzien van mobiliteit geldt dat er in de Zijlwegzone verschillende verkeerskundige onderzoeken zijn uitgevoerd die ook enkele knelpunten aantonen. Hiervoor moet aandacht zijn in het mobiliteits- en uitvoeringsplan dat door het college is aangekondigd. Dit wordt niet als een nieuw actiepunt opgenomen in dit actieplan.

Enkele aanbevelingen uit het Verkeersonderzoek Zijlweg e.o. van Goudappel Coffeng (16 mei 2019):

“Oversteekbaarheid van Zijlweg dient verbeterd te worden. Mogelijk invulling hiervoor is het toepassen van middeneilanden ter hoogte van de kruispunten. [...] Wenselijk is deze aanpassingen zo spoedig mogelijk te realiseren, omdat de onveilige situaties zich in de huidige situatie al voordoen.” (p. 39)

“Doorstroming op de het kruispunt Julianalaan - Zijlweg is met de huidige uitgangspunten in de toekomstige situatie niet te garanderen, door de grote stroom aan ‘sluipverkeer’ door de stad. Maatregelen zoals een knip of eenrichtingsverkeer zijn voor de buurt niet wenselijk en daarom dient er op stadsniveau onderzocht te worden hoe dit ‘sluipverkeer’ tegengegaan kan worden.” (p. 39)

Inrichting en onderhoud openbare ruimte

Vergroening staat bij de bezoekers hoog op de lijst. Ook in de Ontwikkelvisie, ook wel ‘De tuinen van Haarlem,’ is veel ruimte opgenomen voor groen en blauw. De uitstraling van de straat krijgt, samen met de sfeer en beleving, ook een hoog rapportcijfer van de bezoekers: een 7,7.

“De sfeerverlichting in de wintermaanden wordt nu door de wijnwinkel georganiseerd.”



Overzicht voorgenomen acties Zijlweg

Actie	Wie	Urgentie
Economisch vitaal		
Z1) Verkennen mogelijkheden in bestemmingsplan, om bestaande panden in te zetten voor toekomstige behoefte, wensen en (diverse) functies.	Gemeente Haarlem	Laag
Aanbod		
Z2) Verkennen mogelijkheden toevoegen horeca voor meer aansluiting met de binnenstad. Locatie(s) waar het mogelijk is terras te plaatsen hebben voorkeur.	Ondernemers Gemeente Haarlem	Middel
Samenwerking en communicatie		
Z3) Er is op dit moment geen ondernemersvereniging , BIZ of een dergelijk samenwerkingsverband. Behoeft hieraan is wel uitgesproken. Samen onderzoeken of en hoe dit mogelijk te maken. Het bestaan en opzetten van een samenwerkingsverband zal de uitvoering van en communicatie over alle actiepunten vereenvoudigen en kracht bij zetten (van bijvoorbeeld gezamenlijk investeren in sfeerverlichting).	Ondernemers Vastgoedeigenaren Gemeente Haarlem	Hoog
Z4) Ondernemers zoeken aansluiting bij de buurtvereniging (kansen wat betreft aansluiting behoeften en wensen Ontwikkelvisie en toekomstige bewoners).	Ondernemers Buurtvereniging	Hoog
Z5) Ondernemers laten onderzoeken hoe ze marketing voor de Zijlweg gezamenlijk kunnen organiseren (nu is er nog geen marketing).	Ondernemers	Laag





04 Winkelgebieden in ontwikkeling

Centrum Schalkwijk

Al jaren is in Centrum Schalkwijk sprake van structurele leegstand van winkelpanden. Ook economische ontwikkelingen in de detailhandel in de regio bevestigen dat een kleiner en compacter winkelcentrum gewenst is voor dit gebied. De ambitie van de gemeente is: het winkelcentrum ontwikkelen tot een aantrekkelijk, vitaal en toekomstbestendig multifunctioneel stadsdeelcentrum met een duurzame mix van functies (wonen, werken, uitgaan). Om deze ambitie te realiseren, werkt de gemeente al langere tijd samen met de betrokken ondernemers, vastgoedeigenaren, diverse aannemers en de CVVE, Coöperatieve Vereniging van Eigenaren.

De plannen voor vernieuwing van het winkelcentrum Schalkwijk bestaan al sinds 1990. Dat resulteerde toen niet tot een daadwerkelijke ontwikkeling. In 2010 nam de gemeente samen met de Coöperatieve Vereniging van Eigenaren winkelcentrum Schalkwijk (CVvE) het voortouw om alsnog deze ambitie waar te maken.

Multifunctioneel stadsdeelcentrum

De plannen voor vernieuwing van het winkelcentrum Schalkwijk bestaan al sinds 1990. Dat resulteerde toen niet in een daadwerkelijke ontwikkeling. In 2010 nam de gemeente samen met de Coöperatieve Vereniging van Eigenaren winkelcentrum Schalkwijk (CVvE) het voortouw om alsnog deze ambitie waar te maken. In 2014 kwam een grondexploitatie Schalkstad met als doel het bestaande winkelcentrum Schalkwijk te ontwikkelen tot een multifunctioneel stadsdeelcentrum; Centrum Schalkwijk. Dit door een duurzame mix van functies te laten landen in het centrum. In 2019 is de bouw van de eerste fase gestart.

In 2014 kwam een grondexploitatie Schalkstad met als doel het bestaande winkelcentrum Schalkwijk te ontwikkelen tot een multifunctioneel stadsdeelcentrum; Centrum Schalkwijk. Dit door een duurzame mix van functies te laten landen in het centrum. In 2019 is de bouw van de eerste fase gestart.

Acties Centrum Schalkwijk

Relevante acties voor dit Actieplan Detailhandel en Horeca:

- Eind 2020: Uitwerking Toekomst Centrum Schalkwijk Haarlem opgesteld. Dit document is in samenwerking met de stuurgroep opgesteld en zal worden meegenomen bij de actualisatie van de structuurvisie Schalkstad. Dit is een ruimtelijk economisch kader voor ontwikkeling. Hiermee wordt de positie van Centrum Schalkwijk als 'hart van de wijk' expliciet vastgelegd. De afdeling Economie participeert hierin en levert inhoudelijke input.
- Eind 2020: De informatienota fase 2 ontwikkeling Centrum Schalkwijk wordt medio november 2020 naar de commissie Ontwikkeling gestuurd.
- 2021: Actualiseren van de Structuurvisie Schalkstad inclusief stedenbouwkundige visie en beeldkwaliteitsplan; afdeling Economie levert hiervoor inhoudelijke input. Dit wordt voorgelegd aan de gemeenteraad. De gefaseerde transformatie naar een multifunctioneel stadsdeelcentrum met een breed publiekstrekend aanbod functies en voorzieningen wordt voortgezet:
 - Kleiner en compacter maken van het winkelcentrum door het saneren van vierkante meters winkelvloeroppervlakte (eerste fase is gestart in 2019);
 - Ontwikkelen van woningen;
 - Toevoegen van nieuwe functies, zoals een budget-supermarkt, bioscoop en horeca;
 - Aantrekken en huisvesten van sociaal-maatschappelijke voorzieningen waaraan lokaal behoefte is.
- Aansluiten van extra ondernemers op het initiatief Haarlemsewinkels.nl om de online zichtbaarheid van het aanbod van Centrum Schalkwijk te vergroten.

Winkelcentrum Prinses Beatrixplein

De ontwikkeling van het gebied bij het Prinses Beatrixplein in Haarlem Oost is urgent. Dit omdat het gebied verschaalt terwijl er veel mogelijkheden zijn voor groei. Zowel kwantitatief als kwalitatief zijn er kansen, vooral voor het toevoegen van sociale voorzieningen. De ambitie van de gemeente en de twee vastgoedeigenaren en mede-initiatiefnemers Pré Wonen en Dreef Beheer (Dekamarkt) is: het in gang zetten van duurzame gebiedsontwikkeling met diverse functies die in samenhang met elkaar ontwikkeld worden. Deze ambitie sluit aan bij het coalitieprogramma 'Duurzaam Doen 2018-2022'. Daarnaast werkt de gemeente samen met de ondernemers, Pré Wonen, politie, brandweer, het CCV (Centrum voor Criminaliteitspreventie en Veiligheid) en Stichting Ontmoet Elkaar in Parkwijk aan een schoon en veilig winkelgebied. Deze samenwerking werd in mei 2016 bekroond met de tweede ster van het Keurmerk Veilig Ondernemen (KVO).

Acties Prinses Beatrixplein

Relevante acties voor dit Actieplan Detailhandel en Horeca:

- Najaar 2020: opnieuw informeren en betrekken van ondernemers, bewoners en belanghebbenden bij de vernieuwingsplannen voor het gebied rondom het Prinses Beatrixplein.
- 2020 en 2021: uitvoeren van ruimtelijke onderzoeken en opstellen van het stedenbouwkundig programma van eisen (ontwikkelkaders en uitgangspunten); de beleidsafdeling Economie levert hiervoor inhoudelijke input voor de sector Detailhandel.
- Rond februari 2021: stedenbouwkundig programma van eisen voorleggen aan de gemeenteraad.
- Hierna start de vernieuwing van het winkelcentrum en uitbreiding van functies en voorzieningen:
 - Realiseren van een nieuwe supermarkt voor de dagelijkse boodschappen.
 - Ontwikkelen van woningen.
 - Aantrekken en huisvesten van sociaal-maatschappelijke voorzieningen waaraan lokaal behoefte is, zoals de Internationale Taalklas, sportfaciliteiten en zorg- en welzijnsvoorzieningen.
- Verkennen wenselijkheid aansluiting op het initiatief Haarlemsewinkels.nl om de online zichtbaarheid van het aanbod van het Prinses Beatrixplein te vergroten.



05 Uitvoering en borging

De voorgestelde acties uit dit plan dienen goed in (structurele) samenwerkingsverbanden uitgevoerd en geborgd te worden.

Werkgroep Actieplan

De acties rond corona-maatregelen zijn urgent en worden bij voorkeur per direct opgepakt. Een deel van de acties geldt voor heel Haarlem, maar het grootste deel is gebiedsspecifiek. We stellen voor per winkelgebied een Werkgroep Actieplan in te stellen die aansluiting vindt bij de bestaande structuur van het gebiedsteam. Een werkgroep bevat dan een afvaardiging van het ondernemerscollectief uit het gebied (bij voorkeur vanuit detailhandel en horeca) en een afvaardiging vanuit de gemeente. De werkgroep kan, indien wenselijk of nodig, worden uitgebreid met andere stakeholders (denk aan bewoners, brancheorganisaties of vastgoed). De onverwachte wendingen rondom de coronacrisis kunnen van invloed zijn op de mate waarin en wijze waarop acties worden uitgevoerd. Ook kunnen zij leiden tot het tussentijds maken van andere keuzes. De werkgroep zal dus

regelmatig de acties moeten evalueren en tegen het licht van de op dat moment geldende maatregelen moeten houden. De voortgang van de acties uit het actieplan zal worden gedeeld met betrokken partijen. De verwachting is dat de werkgroep regelmatig overleg heeft om de voortgang te bespreken en evalueren. De coördinatie van deze werkgroep(en) zal (in overleg) gebiedsspecifiek en –overstijgend moeten worden opgepakt.

Binnen de coronamaatregelen komen thema's als leegstand, transformatie, fietsen en marketing aan bod die ook op de (middel-)lange termijn spelen. Het is belangrijk dat de Werkgroep Actieplan bespreekt hoe ze met deze thema's omgaan en welke aanpak er in de (nabije) toekomst wenselijk is. Idealiter zet de werkgroep zich na 2022 voort zodat er een structurele samenwerking blijft bestaan tussen de verschillende winkelgebieden en men gezamenlijk aan de slag blijft gaan met de belangrijkste thema's om de winkelgebieden economisch vitaal en aantrekkelijk te houden.

Borging gebied specifieke maatregelen

Naast de Haarse brede maatregelen, zijn er in dit plan gebieds-specifieke maatregelen opgenomen. Per gebied moet worden gekeken welke stakeholders zich gaan inzetten voor het actieplan: in ieder geval de gemeente, ondernemers en waar mogelijk/relevant ook vastgoedeigenaren. Met betrekking tot de ondernemers gaat idealiter een bestaand samenwerkingsverband, zoals een KVO-werkgroep, (BIZ-) vereniging of –stichting, aan de slag met het actieplan door er binnen de huidige structuur aan te werken óf een aparte werkgroep voor op te richten. Daar waar een centrum of winkelstraatmanager actief is, kan hij/zij de acties borgen in de actieplannen voor het gebied en de rol van coördinator op zich nemen. Waar geen professionele ondersteuning is, kan de voorzitter deze rol op zich nemen óf kan worden overwogen tijdelijk ondersteuning in te zetten. Voor de uitwisseling van kennis en ervaringen heeft het de voorkeur dat degene die zich inzet in het gebied ook de afvaardiging is in de Werkgroep Actieplan Haarlem-breed. Wat betreft de gemeente: de afdelingen Veiligheid, Handhaving, Beheer en Beleid Openbare Ruimte (BBOR) en gebiedsmanagement werken allemaal gebiedsgericht. Zij vormen een belangrijke schakel in de verschillende gebieden tussen de gemeente en ondernemers, dus is het belangrijk ze op voorhand te betrekken bij afspraken over planning, rolverdeling en uitvoering.

Communicatie

Er is gekozen voor een actieplan omdat er bij de verschillende stakeholders behoefte is aan actie. Naast het uitvoeren van de benoemde acties, is het belangrijk om regelmatig te communiceren over de voortgang hiervan. Dit dient ten eerste binnen de gebieden te gebeuren, om lokale betrokkenheid te vergroten en stakeholders te stimuleren om actief deel te nemen aan initiatieven. Publiciteit is vaak de belangrijkste reden voor ondernemers om mee te willen doen aan een project, bijvoorbeeld met betrekking tot duurzaamheid. Daarnaast is het leerzaam én inspirerend om voortgang en 'best practices' tussen winkelgebieden te delen, zodat zij baat kunnen hebben van elkaars ervaringen. Deze behoefte kwam uit meerdere winkelgebieden naar voren. Qua communicatie kan er bijvoorbeeld worden gekozen voor een Nieuwsbrief Actieplan of een tijdelijke landingspagina om deze communicatie te faciliteren.

Aanpak gevolgen coronacrisis

De acties uit het Actieplan Detailhandel en Horeca worden gedurende het jaar afgestemd met de nadere uitwerking van de nota 'Aanpak van de gevolgen van de coronacrisis' (zie: <https://gemeentebestuur.haarlem.nl/Vergaderingen/Besluitenlijst-BenW/2020/22-september/10:00/Nota-Aanpak-gevolgen-van-de-coronacrisis>). Doelstelling van die nota is om met een brede inzet van de gemeente de gevolgen van de coronacrisis te beperken. Er zijn duurzame economische verbanden als handelingsperspectief gekozen, omdat vanuit dat perspectief de Haarlemse samenleving als geheel geholpen kan worden.

Voor de aanpak van de coronacrisis werken de gemeenten in Zuid-Kennemerland en IJmond samen. Gemeenten stemmen af over thema's die de gemeentegrens overstijgen, zoals vraagstukken omtrent werk en werkgelegenheid. Er wordt een samenwerkingsagenda opgesteld met daarin concrete thema's waarop de samenwerking meerwaarde heeft. Daarbij wordt ook gekeken naar het Actieplan Detailhandel en Horeca.

Middelen en uitvoering

De acties uit het Actieplan Detailhandel en Horeca vragen om investeringen van overheid, bedrijven en andere stakeholders in de stad. De beschikbare capaciteit en middelen uit de Programmabegroting. Beleidsveld 4.2 en 5.2 worden ingezet om de acties uit te voeren. Dekking van de overige acties, uitgevoerd door andere afdelingen, komt uit de bijbehorende programma's of dient door de desbetreffende afdeling te worden aangevraagd/ geborgd. Ook worden de opties voor cofinanciering vanuit (subsidie)regelingen van Provincie Noord-Holland, MRA of Rijksoverheid en/of publiek-private financiering waar mogelijk benut. Met het uitwerken van de diverse acties komt meer zicht op de financiële implicaties daarvan. Mochten er aanvullende middelen nodig zijn voor het realiseren van de acties uit het programma dan worden die meegenomen in de prioritering binnen de bestaande budgetten of aangevraagd bij eerstvolgende kadernota. De gemeente kan het Actieplan Detailhandel en Horeca niet alleen uitvoeren. Uitvoering van acties is mede-afhankelijk van de inzet van externe partijen en de partners in de stad en van hun eigen besluitvorming over het nemen van initiatieven, het inzetten van capaciteit en financiële middelen. Samen maken we Haarlem sterker. De voortgang van de acties uit het actieplan worden teruggekoppeld aan alle betrokkenen.

Dankwoord

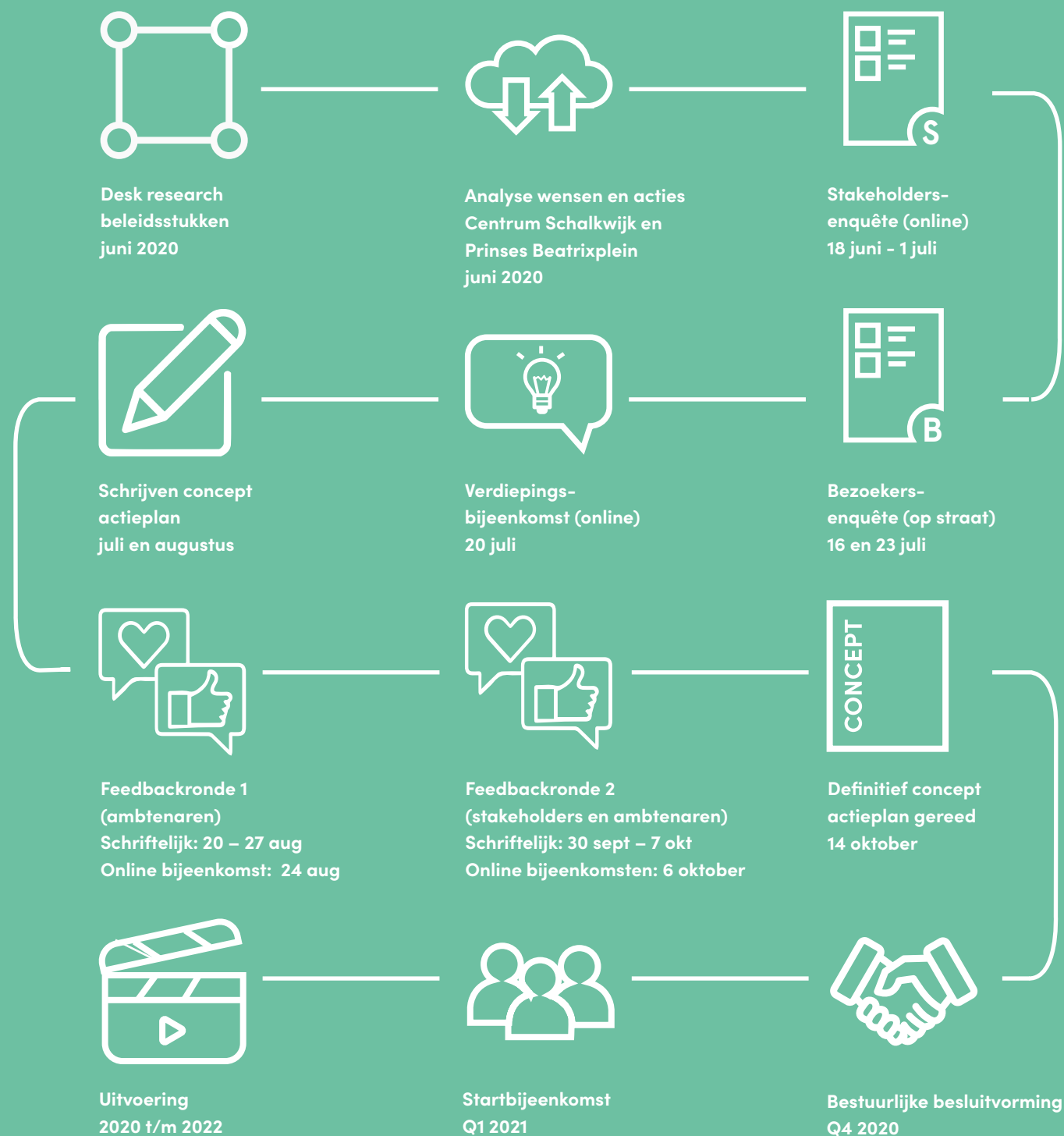
Het Actieplan Detailhandel en Horeca 2020 t/m 2022 is tot stand gekomen dankzij een integrale aanpak en een intensief participatietraject met de stad en haar bezoekers. Gesprekken en online enquêtes met detailhandel- en horecaondernemers, vastgoedeigenaren, stakeholders en bezoekers van de winkelgebieden hebben relevante inzichten opgeleverd. Hun inbreng was van grote waarde om de acties en prioriteiten scherp te krijgen voor dit Actieplan Detailhandel en Horeca. We vertrouwen erop dat deze dialoog ook heeft geleid tot draagvlak voor een gezamenlijke uitvoering van de geformuleerde acties. Om samen te werken aan een aantrekkelijke, vitale en toekomstbestendige winkelgebieden en het economische herstel van Haarlem.

Wij willen iedereen – ondernemers, vastgoedeigenaren, bezoekers en andere belanghebbenden die meegedacht hebben – enorm bedanken. We hebben veel inspirerende en goede ideeën opgehaald. Ook geeft de grote betrokkenheid van ondernemers en andere partijen bij onze stad veel positieve energie om verder te denken en te doen. Zowel nu als in de toekomst.

Bijlagen

Bijlage 1

Aanpak en proces



Om te komen tot concrete acties, hebben we de ambities en doelstellingen van de gemeente Haarlem gekoppeld aan de wensen en behoeften van detailhandel- en horecaondernemers, vastgoed eigenaren en bezoekers. Hierna lichten we kort toe hoe we de verschillende inzichten hebben verzameld.

Desk research beleidsstukken

Bij de start van het onderzoek hebben we de vigerende (beleids)kaders en plannen geanalyseerd om de kaders en richting van het actieplan te bepalen. Een aantal van de geraadpleegde documenten die voor heel Haarlem gelden zijn genoemd in het kader hierna. Een volledig overzicht van de geraadpleegde stukken vindt u in Bijlage 5. Omdat de Economische visie de belangrijkste kaders biedt voor het Actieplan, lichten we deze hierna kort toe.

Wensen en acties Centrum Schalkwijk en Prinses Beatrixplein

Acties en wensen voor Centrum Schalkwijk en het Prinses Beatrixplein zijn voortgekomen uit de beleidsstukken – respectievelijk – Toekomstvisie Centrum Schalkwijk (2018) en de Startnotitie ontwikkeling Prinses Beatrixplein (2019).

Lokale expertise 6 winkelgebieden

De ondernemers, vastgoedeigenaren en bezoekers weten als geen ander wat er speelt in hun winkelgebied; wat er nodig is om het gebied toekomstbestendig te maken en houden. Met een online enquête in juli vroegen we ondernemers in detailhandel en horeca en vastgoedeigenaren naar wat zij denken dat daarvoor nodig is (Stakeholdersenquête 2020). Ook hielden we in dezelfde periode straatinterviews bij

Economische visie Haarlem

In 2020 is de Economische visie Haarlem vastgesteld. Hierin zijn de economische ambities van de stad vastgelegd. Op basis van vijf groeibepalende factoren – ruimte, talent, innovatie, ondernemerschap en profilering – met bijbehorende uitvoeringslijnen en acties, wordt gewerkt aan een aantrekkelijk ondernemings- en vestigingsklimaat voor bedrijven. Uitvoering van het Actieplan Detailhandel en Horeca 2020 t/m 2022 draagt bij aan de doelstellingen van de Economische visie Haarlem.

bezoekers, die als relatieve buitenstaanders met een ‘frisse blik’ naar de gebieden kijken (Bezoekersenquête 2020). Voor beide enquêtes geldt dat de bevindingen indicatief zijn. Het is niet bekend in hoeverre de deelnemers aan de enquêtes afwijken van de niet-deelnemers; de representativiteit kan per gebied verschillen (mede afhankelijk van de respons).

Wanneer we in de tekst naar ‘stakeholders’ of Stakeholdersenquête 2020 verwijzen, bedoelen we de ondernemers en vastgoedeigenaren en stakeholders (brancheverenigingen) die zijn bevraagd met een online enquête en bij de online bijeenkomst. Bij een verwijzing naar ‘bezoekers’ of Bezoekersenquête 2020 bedoelen we bezoekers van de winkelgebieden (voor een deel bewoners van Haarlem).

Geraadpleegde overkoepelende documentatie

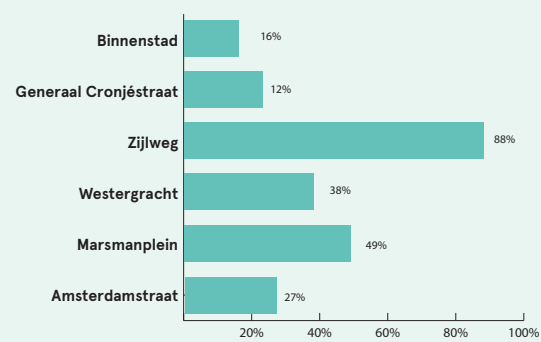
Economische visie Haarlem
Structuurvisie Openbare Ruimte 2020 – 2040
Detailhandelsvisie Haarlem 2016 – 2020
Detailhandelsbeleid Zuid-Kennemerland 2018 – 2023
Integrale Veiligheids- en handhavingsbeleid 2019 – 2022
Coalitieprogramma Duurzaam Doen 2018 – 2022
Naar een toekomstbestendige toeristische koers 2021 – 2025 (concept)

Stakeholdersenquête

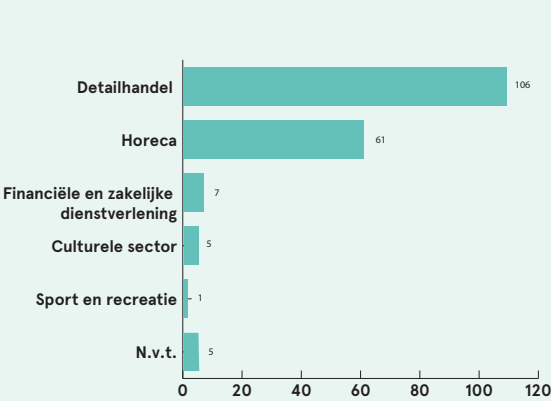
Via de Stakeholdersenquête (voorjaar 2020) zijn er in totaal **269** lokale stakeholders bevestigd: ondernemers, vastgoedeigenaren, bedrijfsleiders, personeelsleden, bestuursleden van verenigingen, centrummanagers en medewerkers van cultuurinstellingen en Haarlem Marketing. Hierbij hebben we eerst gevraagd hoe het nu met ze gaat: welke impact heeft corona op hun bedrijfsvoering en winkelgebied? Wat is de financiële schade, hoe gaan ze om met de coronamaatregelen? Welke mooie initiatieven zijn er ontstaan, en waar hebben ze op korte termijn behoefte aan? Vervolgens hebben we wensen voor de middellange termijn opgehaald: wat is er nodig om hun gebied aantrekkelijk te maken én houden? Wat heeft voor hun prioriteit, welke concrete acties moeten er de komende tijd worden uitgevoerd en door wie?

**voor Centrum Schalkwijk en Prinses Beatrixplein zijn wensen, behoeften en acties geïnventariseerd in een afzonderlijk en eerder traject.*

Respons per gebied in procenten



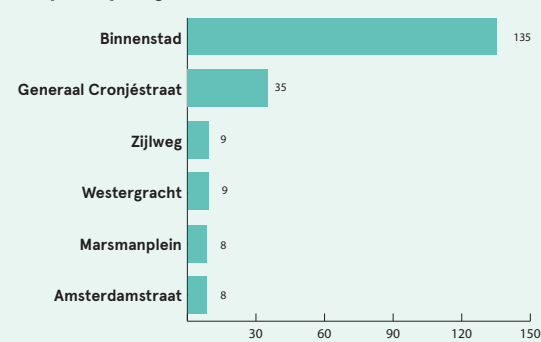
Respons per branche in absolute aantallen



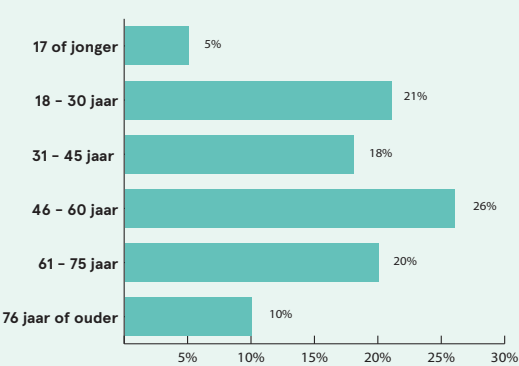
Bezoekersenquête

Bezoekers van de winkelgebieden zijn belangrijk voor de economische vitaliteit, leefbaarheid en levendigheid in de gebieden. Wat vinden zij aantrekkelijk in het gebied en wat kan beter? Gemeente Haarlem en adviseurs van Stad en Co gingen in juli 2020 twee dagen de straat op om een enquête af te nemen bij bezoekers (*Bezoekersenquête 2020*). In totaal spraken we 204 mensen: mensen die al sinds hun geboorte in Haarlem wonen, nieuwe bewoners, bezoekers uit de regio en ook buitenlandse toeristen. Van de bezoekers was 43% man en 57% vrouw.

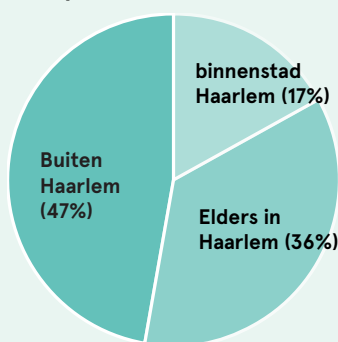
Respons per gebied in absolute aantallen



Leeftijdverdeling respondenten



Woonplaats



In gesprek met de stad





Bijlage 2 Verdieping flankerend beleid

In dit hoofdstuk gaan we verder in op een aantal hoofdthema's die voor Gemeente Haarlem en de ontwikkeling van de winkelgebieden relevant zijn. Integrale thema's waar Gemeente Haarlem samen met lokale partners aan wil werken en over in gesprek wil zijn. De acties voor de verschillende winkelgebieden vloeien voort uit de hoofdthema's en doelstellingen die in dit hoofdstuk beschreven zijn.

- Economische vitaliteit
- Circulaire en duurzame economie
- Impact ondernemen
- Samenwerking en communicatie
- Toerisme
- Duurzame mobiliteit
- Vergroening

Economische vitaliteit

Het vigerende Detailhandelsbeleid Regio Zuid-Kennemerland 2018 – 2023 is een leidraad voor het gemeentelijke detailhandelsbeleid van Haarlem en de drie andere gemeenten in de regio (Heemstede, Bloemendaal, Zandvoort, Haarlemmerliede en Spaarnwoude). Het gaat dan vooral over ruimte, hoe vullen we die in en wat komt waar. Locaties die kansrijk zijn en de regionale winkelstructuur versterken, kunnen worden uitgebreid en/of (her) ontwikkeld. Van belang zijn voorzieningen die passend zijn bij de huidige

omgeving, en zorgen voor dynamiek. Ontwikkelingen die niet regioversterkend zijn worden door de gemeenten in de regio tegengegaan. Ook als ze niet binnen de regionale visies of detailhandelsvisie op genomen zijn.

Regionaal beleid lokaal

Op regionaal niveau is een aantal speerpunten en uitgangspunten geformuleerd die lokaal gedragen worden en richting geven aan dit Actieplan Detailhandel en Horeca.

Speerpunten:

- Behoud van een fijnmazige detailhandelsstructuur
- "Nieuw voor oud" toepassen bij nieuwe winkelontwikkelingen
- Perifere Detailhandel Vestiging (PDV)-locaties (bijvoorbeeld grote doe-het-zelf zaken, boot- en caravanwinkels) zijn alleen bestemd voor PDV-branches

Uitgangspunten:

- Evenwichtige vraag-aanbodverhoudingen
- Detailhandelsvestigingen zijn louter gevestigd in verstedelijkt of nog te verstedelijken gebied
- Clustering van detailhandel is een leidend principe
- Nieuwe ontwikkelingen moeten de huidige structuur versterken

Transformatie

Ruim voordat corona uitbrak, bestond er in de gemeente Haarlem al een belangrijke opgave om leegstand aan te pakken en winkelpanden te transformeren naar andere functies. De urgentie hiervan is nu alleen maar toegenomen. Dit actieplan vormt een basis voor alle winkelgebieden om concrete keuzes te maken over bijvoorbeeld transformatie, verhuizing van ondernemingen, (tijdelijke) invulling van leegstand en wonen boven winkels. Doel is dat de verkenning mogelijkheden transformatie binnenstad integraal is. Dat betekent dat verschillende beleidsafdelingen hierbij worden betrokken zoals: Omgevingskwaliteit, Omgevingsbeleid (Stedenbouw en Planologen en Ruimtelijke Ordening), Omgevingsdienst IJmond, Vergunning en Handhaving en betreffende beleidsafdeling Economie, Cultuur, Duurzaamheid en Wonen. Ook worden de lokale stakeholders (ondernemers en vastgoedeigenaren) betrokken.

Aandachtspunten bij het ontwikkelen van een integrale transformatiestrategie:

- **Afweging termijn transformatie**
Een winkel- of horecapand dat een woning wordt, is relatief lastig terug te draaien. En vaak een (waarschijnlijk) permanente keuze. Het draagt bij aan het vergroten van de woningvoorraad. Maar, transformatie naar andere, meer commercieel gerichte functies, is vaak flexibeler; kan meer meebewegen met de tijd. En kan bijdragen aan het behoud van werkgelegenheid in de stad.
- **Funciemenging en gevoeligheid**
De ene functie combineert beter met detailhandel dan de andere functie. Met name horeca is makkelijk te combineren met andere voorzieningen. Denk hierbij ook aan blurring, bijvoorbeeld een kledingzaak waar je ook koffie kunt drinken. Daarnaast zijn er functies die aanspraak kunnen maken op een hoger wettelijk beschermingsniveau. Denk aan geluidsoverlast. Het is daarom goed vooraf met elkaar in gesprek te gaan over het toevoegen van dergelijke 'gevoelige' functies aan een winkelgebied.
- **Versterkende functies**
Het is goed om te overwegen welke functie een pand heeft in de stad. Wat het kan opleveren: levendigheid, aantrekkingskracht voor bezoekers of bestedingen. Wat betekent het toevoegen van ateliers, cultuur, kantoren, leisure en maatschappelijke functies voor een straat of gebied. Als er bijvoorbeeld een kantoorfunctie

voor 500 fte zou komen in het pand aan de Grote Houtstraat (voorheen VenD/Hudson's Bay), dan kan de spin-off hiervan aanzienlijk zijn. Werknemers en hun zakelijke bezoekers werken niet alleen in het pand, maar maken vaak ook gebruik van de functies in de stad tijdens of rond werktijd.

- **Voorkomen van 'gaten' bij kernwinkelgebieden**
Transformatie waarbij een andere functie wordt gegeven aan leegstaande panden is een mogelijke oplossing voor leegstand. Cruciaal is om goed te onderzoeken waar dit het beste kan. In een kernwinkelgebied, zoals bijvoorbeeld de binnenstad, is behoefte aan een compact, aaneengesloten centrum. Daar moeten geen 'gaten' vallen door op de begane grond winkels te transformeren naar andere functies. Wel moet juist ingezet worden op het vullen van leegstand met vestigingen van buiten het kernwinkelgebied: in de aanloopstraten (en -wijken).
- **Transformatie kan ook leiden tot leegstaande panden.** Belangrijk dus om op voorhand na te denken welke invulling van deze panden gewenst is.

"Verklein de winkelgebieden, geen verdere uitbreiding meer van de horeca m2 zodat je een compact gebied overhoudt met goede horeca en een gebalanceerd winkelaanbod."

– Horecaondernemer binnenstad

Tijdelijke invulling leegstand

Hoewel er vooral moet worden gestreefd naar een structurele oplossing van leegstand, kan een tijdelijke invulling van leegstaande panden de uitstraling van het winkelgebied (tijdelijk) verbeteren. Leegstand kan tot een negatieve spiraal leiden, met nog meer leegstand tot gevolg: onderhoud van leegstaande panden is vaak onvoldoende waardoor verloedering op de loer ligt, nog meer klanten wegblijven en andere winkels in de straat ook vertrekken.

Een tijdelijke invulling kan bijvoorbeeld zijn: kunst, pop-up initiatieven, culturele hotspots of innovatieve formules. Hoe hoogwaardiger de tijdelijke invulling, hoe beter. Ook biedt leegstand kansen voor marketing en promotie. Bijvoorbeeld door panden of etalages in te zetten om bezoekers te informeren over bezienswaardigheden in het gebied.

Krimpoppave

Leegstand kan niet volledig worden opgelost door een nieuwe (tijdelijke) invulling of transformatie. Leegstand is namelijk een symptoom: het duidt op een mismatch tussen vraag en aanbod. Vanwege corona is de trend van leegstand in bepaalde gebieden meer in een stroomversnelling gekomen. In bepaalde gebieden (te bepalen op basis van cijfermatig inzicht) dient het aanbod in vierkante meters te worden verkleind voor een grotere verdien capaciteit bij het blijvende aanbod. Er moeten keuzes worden gemaakt over de wenselijke eindsituatie: een compact, aaneengesloten, onderscheidend winkelgebied.

Circulaire en duurzame economie

Gemeente Haarlem neemt haar verantwoordelijkheid bij oplossingen voor het tegengaan van klimaatverandering, de uitputting van natuurlijke hulpbronnen, een groeiende ongelijkheid en vergrijzing. De gemeente werkt aan deze ambities met Haarlem Klimaatneutraal 2030, Haarlem Circulair en Aardgasvrij in 2040, een innovatiestrategie en een Transformatieprogramma sociaal domein 2018 – 2020. In lijn hiervan wordt ook in de Economische visie een duidelijke keuze gemaakt voor onder andere het versterken van innovatieve clusters op circulaire en duurzame economie. Er is hierbij gekozen voor vier ketens waarmee lokaal de meeste impact kan worden gemaakt:

1. Voedsel
2. Bouw en Grond-, Weg- en Waterbouw
3. Consumptiegoederen
4. Bedrijven | Maakindustrie

Actief faciliteren ondernemers bij circulaire economie

Bedrijven vormen een belangrijke schakel in het transitieproces naar een circulaire economie. Het is daarom belangrijk om hier ook in het Actieplan Detailhandel en Horeca aansluiting op te vinden. Vanwege de coronacrisis staat een circulaire en duurzame bedrijfsvoering nu niet bij alle ondernemers bovenaan de prioriteitenlijst. De ambities van Gemeente Haarlem zijn echter vanwege corona nóg relevanter geworden. Het is daarom juist extra belangrijk om als gemeente de komende tijd ondernemers nog actiever hierin te faciliteren. Hierna worden voorbeelden genoemd van concrete activiteiten die hiertoe in Haarlem worden ondernomen.

Voedsel, bedrijfsafval en textiel

Een derde van ons geproduceerde voedsel wordt verspild. Het scheiden van bedrijfsafval is de eerste zichtbare stap voor bedrijven naar een circulaire bedrijfsvoering. De textielketen is na olie de meest vervuilende industrie ter wereld. Om een duurzame en circulaire bedrijfsvoering te stimuleren heeft de gemeente Haarlem actief contact met ondernemers

en meerdere projecten en activiteiten opgezet met een focus op voedsel, bedrijfsafval en textiel. Een aantal activiteiten worden in het kader toegelicht.

Duurzame projecten

Voedsel: Koplopersgroep Circulaire Restaurants
Groep van 25 restaurants die gezamenlijk werkt aan het tegengaan van voedselverspilling, het scheiden van afval en minder gebruik van verpakkingsmateriaal.

Voedsel: Haarlem Food Future
Initiatief dat met verschillende projecten werkt aan de verduurzaming van de voedselketen in Haarlem. Om voedselverspilling te voorkomen werken ze o.a. met 'Doggy Bags' en de 'Gered Voedselschakelaar'. Daarnaast zetten ze in op het up-cyclen van reststromen.

Voedsel: Haarlem Gastronomische Hoofdstad
Tijdens de Week van de Duurzaamheid vinden de 'Tenminste Houdbaar Tot-diners' plaats: diners bereid van gered voedsel door Haarlemse chefs.

Bedrijfsafval: Schillenfiets
De schillenfiets haalt organisch afval op bij deelnemende restaurants die meedoen aan de Koplopersgroep Circulaire Restaurants. Het afval wordt verwerkt tot compost en biogas. I.s.m. met de restaurants, Spaarnelanden en de Groene Lobby.

Textiel: Dutch Sustainable Fashion Week
Groene textielroute met gratis deelname voor retailers die inzetten op duurzaamheid.

Duurzaamheidsscans

Vanuit beleidsteam Duurzaamheid van de gemeente Haarlem zijn in 2019 in totaal 100 duurzaamheidsscans uitgevoerd in de lokale detailhandel. Opvallend is dat – ondanks de coronacrisis – al 30 ondernemers maatregelen troffen om hun energieverbruik te reduceren. Deze ondernemers hebben t/m juli 2020 in totaal € 42.447 geïnvesteerd, met name in ledverlichting.

Impact ondernemen: maatschappelijk betekenisvol

Voor bedrijven wordt het steeds belangrijker om behalve financieel gezond, ook maatschappelijk betekenisvol te zijn. Steeds meer ondernemers willen met economische activiteiten in de stad bijdragen aan het aanpakken en oplossen van maatschappelijke vraagstukken. Het college wil hen daarin faciliteren en heeft het Actieprogramma Impact Ondernemen 2020-2024 opgesteld. Dit actieprogramma komt voort uit het coalitieakkoord 'Duurzaam Doen', en wil met vijf heldere actielijnen een stimulans geven aan het ondernemersklimaat voor betekenisvolle groei en ondernemen:

1. Service: oprichten van een gemeentelijk aanspreekpunt Impact Ondernemen.
2. Netwerk: samenwerken via Knooppunt Impact Ondernemen
3. Handel: impact via inkoop en aanbesteding
4. Investeren: aantrekken van Financiering en Fondsen
5. Communiceren: vergroten van herkenning en zichtbaarheid

Via het Actieprogramma Impact Ondernemen 2020 – 2024 werkt Gemeente Haarlem samen met de Stadsgarage (kennisinstituut betekenisvol ondernemen) aan het faciliteren en stimuleren van impact ondernemers zodat zij zo goed mogelijk ondersteund worden om hun maatschappelijke doelstellingen te bereiken.

Overkoepelend doel is het versterken van inclusiviteit, duurzaamheid en leefbaarheid in de stad. Meer specifiek richten zij zich op het creëren van arbeidsplaatsen, het bevorderen van duurzaamheid en circulariteit, zorg en welzijn, sociale samenhang en rechtvaardigheid.

De coronacrisis brengt nieuwe maatschappelijke problemen met zich mee. Ondernemers in Haarlem geven aan juist nu behoefte te hebben aan een sterk netwerk, professionalisering om zich staande te houden. Ook benadrukken ze het belang van duidelijke informatie vanuit de gemeente over de mogelijkheden om in aanmerking te komen voor aanbestedingen. Zij geven aan een belangrijke rol te willen spelen in het leggen van nieuwe verbindingen in onze maatschappij, waar als gevolg van de corona crisis een grotere tweedeling dreigt. Het Actieprogramma Impact



De Schillenfiets in Haarlem.
Foto: Jurrian Hoefsmijt

Ondernemen 2020 – 2024 is daarmee des te relevanter. In de uitvoering van het huidige Actieplan Detailhandel en Horeca zal worden getracht om – waar mogelijk en relevant – aan te sluiten op het Actieprogramma.

Samenwerking en communicatie

Haarlem beoogt ook tijdens en na de coronacrisis een aantrekkelijke stad te blijven voor inwoners, ondernemers en bezoekers. Een opgave die enkel kan slagen door een goede samenwerking tussen alle belanghebbenden. In de meeste winkelgebieden wordt samengewerkt door lokale ondernemers; in sommige gebieden is dit nog niet het geval of zijn er verbetermogelijkheden voor de vorm waarin wordt samengewerkt.

De stakeholders onderkennen het belang van samenwerken in de stakeholdersenquête (74%). Toch geeft bijna de helft (44%) van hen aan ‘neutraal’ tevreden te zijn over de huidige mate van samenwerking.

Top 3 verbeterpunten samenwerking:

1. De communicatie, organisatiegraad en betrokkenheid van en tussen ondernemers, vastgoedeigenaren, organisaties en instellingen (53%)
2. Betrokkenheid van de gemeente bij de samenwerking (46%).
3. Marketing voor Haarlem als stad en voor specifieke (winkel)gebieden (39%)

Bedrijveninvesteringszone (BIZ)

Een bedrijveninvesteringszone (BIZ) is een afgebakend gebied waarbinnen ondernemers en/of vastgoedeigenaren samen investeren in het verbeteren van de kwaliteit van hun be-drijfsomgeving. Bijvoorbeeld door gezamenlijk tijd en geld te investeren in het veiliger en aantrekkelijker maken van een winkelgebied, horecagebied, of bedrijventerrein. Iedere ondernemer en/of vastgoedeigenaar van een commercieel object draagt financieel bij. Hierdoor blijven de kosten per deelnemer laag. Daarnaast zorgt een langere periode (maxi-maal vijf jaar) voor structureel budget. Dit heeft een positief effect op de slagkracht en de continuïteit van de samenwerking. Collectieve investeringen zijn doorgaans goedkoper en effectiever. Vaak leidt een BIZ tot meer betrokkenheid en een sterkere samenwerking in het betreffende gebied. De activiteiten van een BIZ zijn altijd aanvullend op de activiteiten van de gemeente. Onderlinge afspraken tussen de gemeente en de BIZ worden vastgelegd in de uitvoeringsovereenkomst voor het BIZ-gebied.

Meer weten? Handboek Beter met BIZ

Een praktische gids waarin de ervaringen van meer dan 100 BIZ'en in heel Nederland zijn gebundeld. Gratis aan te vragen via: <https://stadenco.nl/boeken/handboek-beter-met-biz/>

Pilot lokale bezorgservice Hurby

Hurby is een lokale bezorgservice die het voor winkeliers (en bewoners) mogelijk maakt om goedkoop te versturen naar bewoners in de regio Haarlem, Heemstede, Bloemendaal, Overveen en Aerdenhout. De zendingen worden aan het einde van de dag bij de winkeliers opgehaald en nog dezelfde avond bezorgd. Hurby maakt gebruik van kleine elektrische voertuigen, speciaal ontwikkeld voor de binnenstad en woonwijken, waardoor de bezorgingen duurzaam zijn. Winkeliers die met Hurby versturen hoeven de zending niet extra te verpakken waardoor er een besparing op verpakkingsmateriaal plaatsvindt. Door gebruik te maken van Hurby vergroten winkeliers hun concurrentiepositie t.o.v. landelijke webwinkels zoals Zalando, Amazon, etc. Er zijn nu al bijna 100 Haarlemse winkeliers aangesloten bij Hurby. Doordat winkeliers vaak hun voorraad lokaal hebben kunnen ze veel beter aansluiten op bewoners dan grote landelijke webwinkels met centrale fulfilment centres.

Voor bepaalde winkelgebieden geldt dat de samenwerking goed op orde is, maar dat er verbetermogelijkheden zijn qua communicatie.

Ter illustratie: sinds maart 2020 zijn er in Haarlem door corona veel positieve initiatieven ontstaan zoals 'HaarlemseWinkels.nl' en nieuwe samenwerkingen. Wat opvalt, is dat gemiddeld 55 procent van de stakeholders in de stakeholdersenquête aangeeft geen weet te hebben van deze initiatieven. Er zijn handige platforms beschikbaar om beter te kunnen communiceren met de verschillende stakeholders, zoals Chainels. Ook initiatieven zoals genoemd bij Circulaire en Duurzame Economie kunnen op deze manier beter onder de aandacht worden gebracht bij ondernemers, zodat ze zichtbaarder worden en ondernemers nog meer stimuleren om ook in hun bedrijfsvoering dergelijke stappen te ondernemen.

Toerisme

In de Toeristische Koers 2021 – 2025 (concept) is aandacht voor het feit dat toerisme aan de ene kant invloed kan hebben op de leefbaarheid, maar dat het tegelijkertijd zorgt voor levendigheid en bestedingen waar ondernemers in de binnenstad juist een (grote) behoefte aan hebben. Een groot deel van de week zijn er namelijk te weinig bezoekers in Haarlem, helemaal met de huidige ontwikkelingen door corona. In de Toeristische Koers worden concrete maatregelen voorgesteld om aan de slag te gaan met deze uitdaging.

“In het verleden heeft Haarlem zich gericht op het aantrekken van meer bezoekers. Nu vindt er een verschuiving plaats naar het aantrekken van de gewenste bezoekers en naar het managen van bezoekersstromen.”

– Naar een toekomstbestendige toeristische koers 2021 – 2025 (concept)

Duurzame mobiliteit

Voor lokaal verkeer en verkeer binnen de stad is in de Structuurvisie Openbare Ruimte (SOR) 2020 – 2040 een prioritering vastgesteld tussen de verschillende vormen van mobiliteit. Deze is als volgt:

1. Voetgangers
2. De (elektrische) fiets

Naar een toekomstbestendige Toeristische Koers 2021-2025

Kernvraag: Met welke maatregelen kan de gemeente zorgen dat (1) het toerisme zo wordt gestuurd dat Haarlem een aantrekkelijke en leefbare stad blijft en (2) het toerisme bijdraagt aan een vitale binnenstad?

Pijlers:

- Zichtbaarheid vergroten onder de juiste doelgroepen
- Het (toeristisch) aanbod voor deze doelgroepen verbeteren
- Meer aandacht voor bezoekersmanagement
- Aanpak van problemen gerelateerd aan toerisme

3. Het openbaar vervoer
4. De auto (en overig gemotoriseerd verkeer)

Deze prioritering sluit aan bij de transformatie die in andere steden in binnen- en buitenland al een tijd plaatsvindt: van 'place to buy' naar 'place to be'. Met andere woorden: een hogere verblijfskwaliteit met meer ruimte voor voetgangers en fietsers. Ook past deze ontwikkeling bij de duurzaamheidsambities van de gemeente Haarlem (tevens terug te vinden in de SOR 2020 – 2040). Bovendien wordt deze ontwikkeling nog relevanter in coronatijd, gezien er afstand moet worden gehouden in een al schaarse openbare ruimte.

Pilot Mobility as a Service

Om duurzaam reisgedrag te stimuleren, is sinds 18 september 2020 de eerste Mobility as a Service (MaaS) pilot van start. In twee Utrechtse wijken kunnen gebruikers via reisapp Gaiyo zien welke (deel)vervoersmogelijkheden ze in hun buurt hebben en kunnen zij alle reizen plannen, boeken én betalen. De hoop is dat ze hiermee vaker kiezen voor duurzamere alternatieven dan de auto, zoals fiets en OV, om de stad leefbaar en bereikbaar te houden.

↘ Inspiratie

Opzet: het centrum van Gent, qua inwoners-aantal vergelijkbaar met Haarlem, is autovrij sinds de invoering van het Circulatieplan in april 2017. Sindsdien mogen alleen bussen, taxi's en hulpdiensten het centrum in, en leveranciers moeten het gebied uiterlijk om 11 uur 's ochtends verlaten.

Doelstellingen: veiliger verkeer, meer leefkwaliteit en een betere bereikbaarheid

Resultaten: het fietsgebruik van en naar de binnenstad is met gemiddeld 60% toegenomen. De concentratie van stikstof is op alle meetlocaties afgenomen. De bereikbaarheid van het centrum voor de duurzame verkeersstromen (voetgangers, fietsers en openbaar vervoer) is toegenomen. Er is een dalende trend in het aantal ongevallen voor voetgangers, fietsers en autoverkeer. Er is sprake van een stijging van het aantal horeca- en winkels in het gebied.

Bron: Evaluatie Circulatieplan Gent, mei 2019

[Video over dit traject](#)

Leestip: Het recht van de snelste. Thalia Verkade en Marco te Brömmelstroet. De Correspondent, juni 2020.

Indien er in de (nabije) toekomst ingezet gaat worden op meer autoluwe of autovrije gebieden, is het van uiterst belang dat er in de omgeving, of aan de rand van de stad, voldoende parkeergelegenheid is. Dit dient te worden ondersteund met een goede aansluiting op het openbaar vervoer of (E-)fiets om naar de bestemmingen te komen (ketenmobiliteit). Dit kan worden gefaciliteerd door 'Park en Ride', 'Park en Bike' en/of 'Bike en Bus' mogelijkheden in de nabije omgeving.

"Ketenmobiliteit is een kwestie van bewustwording en gedragsverandering. Het inzichtelijk maken en faciliteren van het gemak van verschillende vervoerssystemen draagt bij aan ander reisgedrag"

– SOR 2020 – 2040



Actieplan Fiets 2020-2022

16 maart 2020
N. Ensing & K. Janssen
Beheer en Beleid Openbare Ruimte

↘ Actieplan Fiets 2020 - 2022

Doelstelling: groeiende vraag naar fietsparkeerplekken faciliteren én de stad aantrekkelijk en bereikbaar houden

Tijdsperiode: gericht op de opgave tot aan 2022 met een perspectief naar 2040

Financiering: € 14 miljoen voor de uitvoering. Budget via: Coalitieakkoord 'Duurzaam Doen', Uitvoeringsprogramma SOR 2020-2040, MRA - R-Net fietsparkeren, Autoluwe binnenstad.

Pijlers: fietsparkeren en fietsnetwerk

Fietsvoorzieningen

Gemeente Haarlem staat voor de uitdaging om de groeiende vraag naar fietsparkeerplekken te faciliteren en tegelijkertijd de stad aantrekkelijk en bereikbaar te houden. Het toenemend aantal fietsen mag niet ten koste gaan van de ruimtelijke kwaliteit.

De gemeente Haarlem investeert de komende periode daarom fors en structureel in routes met weinig oponthoud en goede mogelijkheden om de fiets te stallen. In dit kader ging de gemeente op 1 september 2020 van start met de pilot Groenplek en Fietsrek, waarbij dankzij bewonersinitiatieven een beperkt aantal (auto)parkeervakken tijdelijk wordt gebruikt voor fietsparkeren en vergroening. Na een proefperiode wordt besloten of het parkeervak permanent ingericht wordt als groenvoorziening of fietsparkeerplek.

Ook voor de langere termijn is het essentieel dat de fietsproblematiek wordt aangepakt: naar schatting staan er in 2040 in de Haarlemse binnenstad nog twee keer zoveel fietsen geparkeerd dan nu. Ook het aantal geparkeerde fietsen bij de stations en R(egio)-Net haltes zullen tot 2030 blijven stijgen.

Gemeente Haarlem heeft uitgebreid onderzoek gedaan naar fietsparkeren en het fietsnetwerk in Haarlem. Op basis hiervan is het Actieplan Fiets 2020 – 2022 tot stand gekomen en op 24 maart 2020 vastgesteld door college (zie kader).

Vergroening

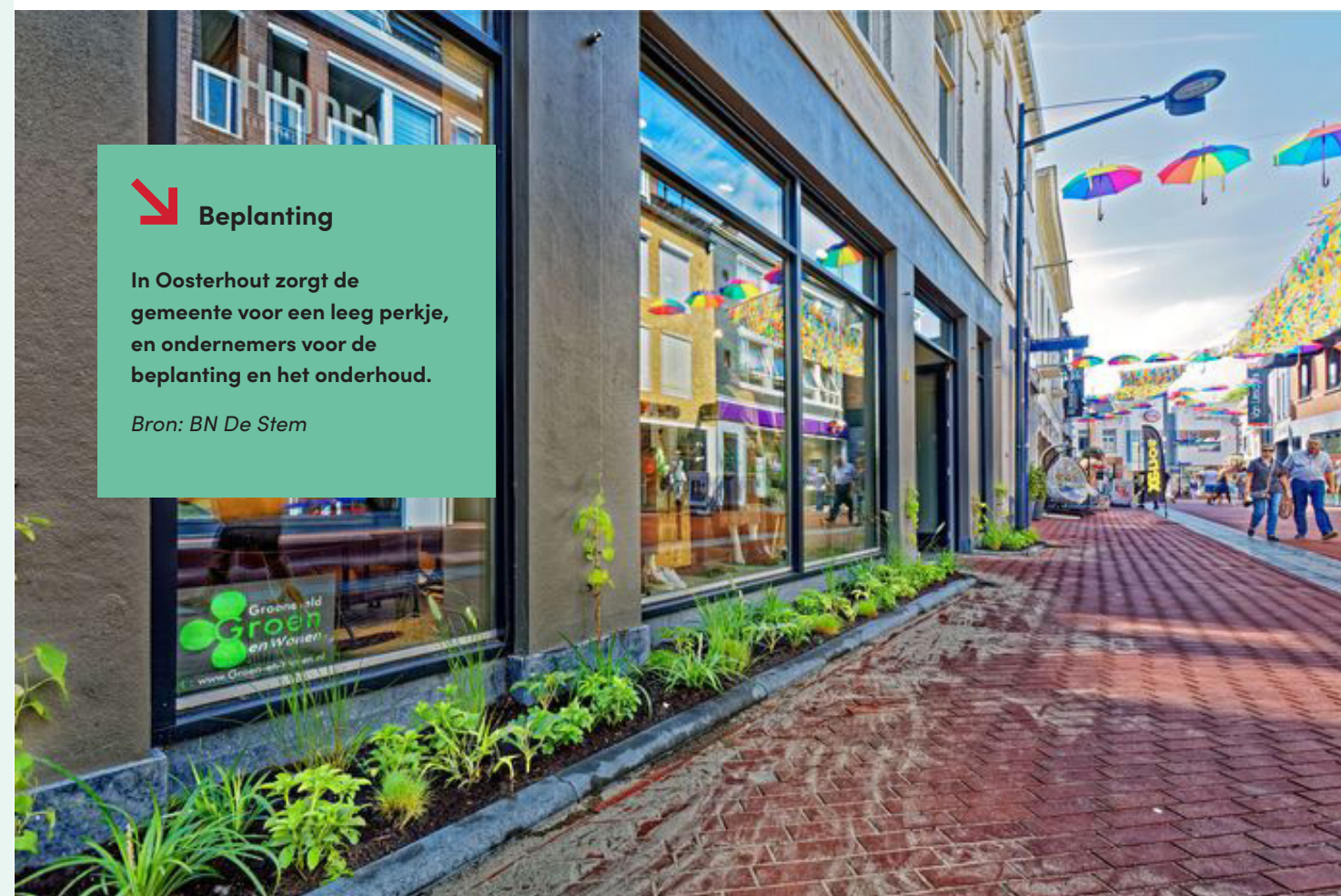
Vergroening kan ook een belangrijke bijdrage leveren aan het verhogen van de verblijfskwaliteit van de verschillende winkelgebieden. Er zijn hiervoor veel mogelijkheden om te verkennen; van groene gevels tot groene daken. Zo zijn er onlangs op twee bushokjes (aan de Gedempte Oude Gracht en 't Verwulft) sedumdaken aangelegd. Deze groene daken houden regenwater vast en nemen ook CO2 en fijnstof op.

In Haarlem worden er in veel wijken geveltuintjes aangelegd. Vooralsnog is dit niet toegestaan in winkelstraten, bij terrassen of uitstallingen. In andere gemeenten wordt daar in winkelgebieden juist wel voor gekozen om hittestress tegen te gaan, water op te vangen en tegelijkertijd de openbare ruimte aantrekkelijker te maken. Ook voorkomt het dat er fietsen tegen de gevels aan worden geparkeerd.

↘ Beplanting

In Oosterhout zorgt de gemeente voor een leeg perkje, en ondernemers voor de beplanting en het onderhoud.

Bron: BN De Stem



Bijlage 3

Vragenlijst enquêtes

WELKOM, FIJN DAT U MEEDOET!

Goedendag, mag ik u wat vragen namens de winkeliers? Ze willen graag weten wat u als bezoeker van dit gebied vindt. Wat vindt u fijn en wat kan beter? Uw antwoorden worden verwerkt in het Actieplan Detailhandel en Horeca, waarmee de winkeliers samen met de gemeente Haarlem het gebied nog beter op uw wensen kunnen laten aansluiten.

Het beantwoorden van de vragen duurt maximaal 5 minuten.

Hartelijk dank voor uw medewerking!

* 1. Invullen door enquêteur: waar neem je deze enquête af?

☐

Centrum

☐

Amsterdamstraat

☐

Generaal Cronjéstraat

☐

Marsmanplein

☐

Westergracht

☐

Zijlweg

ACHTERGROND

2. Invullen door enquêteur: geslacht van de respondent.

☐

Man

☐

Vrouw

☐

Anders

3. Hoe bent u hier vandaag gekomen? (Meerdere antwoorden mogelijk)

☐

Te voet

☐

Met de fiets

☐

Met de auto

☐

Met de scooter, brommer of motor

☐

Met het openbaar vervoer

☐

Overig, namelijk:

☐

Voor bezoek aan 1 of meer 'dagelijkse' winkel(s): supermarkt, drogist

☐

Voor bezoek aan 1 of meer 'niet-dagelijkse' winkel(s): mode, textiel, schoenen, vrije tijd, huishoudelijk

☐

Voor bezoek aan horecagelegenheden

☐

Voor de gezelligheid

☐

Voor het culturele aanbod

☐

Vanwege werk

☐

Ligt op de route ergens anders naartoe

WENSEN VOOR DIT GEBIED

5. Ik leg u nu een paar stellingen voor over dit gebied in coronatijd, en hoor graag in hoeverre u het ermee eens bent (1 = zeer oneens; 5 = zeer eens)

	1 - Zeer oneens	Oneens	Neutraal	Eens	5 - Zeer eens	N.v.t.
De communicatie over coronamaatregelen op straat (zoals looproutes) is adequaat	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Het lukt goed om hier buiten op straat 1,5 meter afstand te houden	☐	☐	☐	☐	☐	☐
De winkels ervaar ik binnen als voldoende coronaproof	☐	☐	☐	☐	☐	☐
De horecazaken ervaar ik binnen als voldoende coronaproof	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Eventuele toelichting:

6. Ik wil u vragen een aantal aspecten van dit gebied te beoordelen met een rapportcijfer (1 = laag; 10 = hoog)

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Winkelaanbod	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Horeca-aanbod	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Sfeer/beleving	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Uitstraling	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Mogelijkheden voor fietsparkeren	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Bereikbaarheid per auto	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Bereikbaarheid per OV	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Eventuele toelichting:

7. Voor wie zou dit gebied het meest toegankelijk moeten zijn? Zet op volgorde (1 = meest belangrijk)

☐
Voetgangers

☐
Fietzers

☐
Auto's

☐
Openbaar vervoer

8. Ik leg u nu een aantal manieren voor om dit gebied aantrekkelijker te maken. Graag hoor ik hoe belangrijk u deze vindt, op een schaal van 1 (zeer onbelangrijk) tot 5 (zeer belangrijk).

	1 - Zeer onbelangrijk	Onbelangrijk	Neutraal	Belangrijk	5 - Zeer belangrijk
Ruimere openingstijden van winkels	☐	☐	☐	☐	☐
Meer variatie in functies*	☐	☐	☐	☐	☐
Aanpak van leegstand	☐	☐	☐	☐	☐
Vergroening	☐	☐	☐	☐	☐
Wonen boven winkels	☐	☐	☐	☐	☐
Meer speelplekken voor kinderen	☐	☐	☐	☐	☐

Eventuele toelichting:

* Toelichting: met variatie in functies bedoelen we dat er in het gebied meer is dan alleen detailhandel en horeca. Denk bijvoorbeeld aan wonen, werkplekken, recreatie, zorgvoorzieningen, etc.

9. Wat heeft dit gebied nog meer nodig? Wat mist u bijvoorbeeld nog ? Wat zou u hier graag meer zien?

AFSLUITING

Ter afsluiting stel ik u een paar achtergrondvragen.

10. Hoe vaak bezoekt u dit gebied gemiddeld?

- ☐ (Vrijwel) nooit
- ☐ Een of enkele keren per jaar
- ☐ Een keer per maand
- ☐ Twee of drie keer per maand
- ☐ Een keer per week
- ☐ Meerdere keren per week

11. In welk gebied woont u?

- ☐ Haarlem Centrum
- ☐ Noord (Delftwijk, Indische wijk, Spaarndam, Ter Kleefkwartier, Te Zaanenkwartier, Transvaalwijk, Vogelenwijk, Vondelkwartier)
- ☐ Oost (Amsterdamsewijk, Parkwijk, Slachthuiswijk, Waarder- en Veerpolder)
- ☐ Schalkwijk (Boerhaavewijk, Europawijk, Meerwijk, Molenwijk)
- ☐ Zuid-West (Duinwijk, Haarlemmerhoutkwartier, Houtvaartkwartier, Zijlwegkwartier)
- ☐ Ik woon niet in Haarlem

Indien niet woonachtig in Haarlem, graag hier de woonplaats invullen:

12. Hoe oud bent u?

- ☐ 17 jaar of jonger
- ☐ 18 - 30 jaar
- ☐ 31 - 45 jaar
- ☐ 46 - 60 jaar
- ☐ 61 - 75 jaar
- ☐ 76 jaar of ouder

13. Contactgegevens

Indien u op de hoogte wilt blijven of betrokken wilt zijn, ontvangen we graag uw contactgegevens.

Naam

E-mailadres

Meer informatie vindt u op www.haarlem.nl/economischevisie, of u kunt een mail sturen naar economie@haarlem.nl.

Hartelijk dank voor uw medewerking, en nog een fijne dag gewenst!

WELKOM!

Beste ondernemer, vastgoedeigenaar of overige betrokkene bij Haarlem,

Hoeveel impact heeft corona op uw organisatie? En hoe kunnen gemeente, ondernemers en vastgoedeigenaren samenwerken en de krachten bundelen om nu én in de nabije toekomst te werken aan het herstel van onze winkelgebieden? Dat is de kernvraag van deze enquête waarover we graag uw mening en inbreng horen.

Denkt u mee?

Vul dan deze enquête in. Deelname vraagt ongeveer 10 minuten van uw tijd, en kan tot 1 juli. Uw antwoorden blijven vertrouwelijk en worden anoniem verwerkt. Uw inbreng geeft waardevolle input voor de acties die we samen met detailhandel-, horeca-ondernemers en vastgoedeigenaren gaan opzetten en uitvoeren.

Actieplan Detailhandel en Horeca

De gemeente Haarlem vindt het belangrijk om gezamenlijk te werken aan het herstel van de Haarlemse economie. In het Actieplan Detailhandel en Horeca staan per winkelgebied concrete en realistische acties voor de korte en middellange termijn. Ook staat erin wie er betrokken is bij de uitvoering. Daarnaast bevat het plan uitgangspunten die gaan bijdragen aan aantrekkelijke, vitale en toekomstbestendige winkelgebieden in Haarlem.

Wij danken u bij voorbaat voor uw inbreng!

Vriendelijke groet,

Robbert Berkhout, wethouder Duurzaamheid, Economie en Mobiliteit

Frans Baars, voorzitter VEHB (Vereniging van Eigenaren Haarlemse Binnenstad)

Kees Hoogenbosch, voorzitter winkeliersvereniging Generaal Cronjéstraat

Niels Kettelerij, voorzitter BIZ Amsterdamstraat

René Kint, voorzitter Haarlem Centraal

Hildo Makkes, voorzitter KHN afdeling Haarlem en bestuurslid BIZ binnenstad Haarlem

Hans Vriend, voorzitter BIZ vastgoedeigenaren Generaal Cronjéstraat

Deze enquête wordt uitgevoerd door Stad & Co, in opdracht van de gemeente Haarlem. Stad & Co is gespecialiseerd in het opzetten en begeleiden van projecten die het bezoekers- en ondernemersklimaat kwalitatief verbeteren in stedelijke gebieden.

ACHTERGRONDINFORMATIE

*** 1. In welk van onderstaande gebieden bent u (vooral) gevestigd/betrokken?**

- ☐ Centrum
- ☐ Amsterdamstraat
- ☐ Generaal Cronjéstraat
- ☐ Marsmanplein
- ☐ Westergracht
- ☐ Zijlweg

*** 2. Vanuit welke hoedanigheid vult u deze enquête (vooral) in?**

- ☐ Ondernemer
- ☐ Vastgoedeigenaar
- ☐ Beide
- ☐ Overig, namelijk:

UW ORGANISATIE

3. In welke sector is uw organisatie (vooral) actief?

- ☐ Detailhandel
- ☐ Horeca
- ☐ Financiële en zakelijke dienstverlening
- ☐ Culturele sector
- ☐ Sport en recreatie
- ☐ Niet van toepassing
- ☐ Overig, namelijk:

4. Hoeveel medewerkers heeft uw organisatie?

- ☐ 0 fte
- ☐ 1 fte
- ☐ 2-10 fte
- ☐ 11-50 fte
- ☐ 51-250 fte
- ☐ Meer dan 250 fte
- ☐ Niet van toepassing

5. Welke van onderstaande acties heeft u ondernomen sinds 15 maart, toen de landelijke corona-aanpak van start ging (meerdere antwoorden mogelijk)?

- ☐ Bedrijf gesloten als gevolg van maatregelen van de overheid
- ☐ Bedrijf gesloten op eigen initiatief
- ☐ Verkorten van arbeidsuren (o.a. door aangevraagde werktijdverkorting en/of tijdelijke contracten en flexcontracten van medewerkers ontbonden)
- ☐ Operationele kosten verlaagd
- ☐ Overbruggingsfinanciering aangevraagd of andere vormen van krediet
- ☐ Medewerkers naar huis gestuurd om zo veel mogelijk thuis te werken
- ☐ Betalingen/investeringen/marketing uitgesteld
- ☐ Eigenaar/verhuurder van het pand gevraagd om uitstel van betaling/kostenverlaging
- ☐ Geen van bovenstaande
- ☐ Overige, namelijk:

6. Welke van onderstaande acties heeft u ondernomen sinds 15 maart, toen de landelijke corona-aanpak van start ging (meerdere antwoorden mogelijk)?

- ☐ Hygiënemaatregelen getroffen (zoals mondkapjes, extra handgel)
- ☐ Fysieke maatregelen getroffen (zoals het plaatsen van schotten, looproutes, verplaatsen meubilair, terrasuitbreiding)
- ☐ Coronaprotocol opgesteld en gecommuniceerd
- ☐ Online verkoop opgestart of uitgebreid
- ☐ Mogelijkheid voor afhalen/bezorgen opgestart of uitgebreid
- ☐ Geen van bovenstaande
- ☐ Overige, namelijk:

7. Ik vind het lastig om mijn gasten te wijzen op het naleven van de coronamaatregelen.

- ☐ Ja
- ☐ Nee
- ☐ Niet van toepassing; ze houden zich er (meestal) aan.
- ☐ Niet van toepassing; ik ontvang geen gasten

8. Waar heeft u NU behoefte aan? (Denk bijvoorbeeld aan: ontwikkeling van een crisisplan/protocol; extra hulp bij het vinden van ondersteuningsmaatregelen)

9. Hoeveel impact heeft de coronacrisis op uw organisatie (meerdere antwoorden mogelijk)?

- ☐ De coronacrisis bedreigt het voortbestaan van mijn organisatie
- ☐ De coronacrisis zal sterke impact hebben op mijn organisatie, maar zal niet leiden tot een faillissement
- ☐ De coronacrisis zal matige impact hebben op mijn organisatie
- ☐ De coronacrisis zal niet of nauwelijks impact hebben op mijn organisatie
- ☐ De coronacrisis biedt mijn organisatie vooral kansen
- ☐ Ik weet het (nog) niet

Eventuele toelichting:

10. De aard van de impact op mijn organisatie is als volgt (meerdere antwoorden mogelijk):

- ☐ Derving van omzet
- ☐ Moeilijkheden om vaste kosten te kunnen betalen/openstaande betalingen
- ☐ Tekort aan liquide middelen
- ☐ Moeilijkheden om financiering te krijgen
- ☐ Gebrek aan voorraad/leveranciers
- ☐ Verlies van bestaande klanten/zaken
- ☐ Verstoringen in de leveringsketen ('supply chain')
- ☐ HRM-problemen zoals veiligheid van werknemers en ziek personeel
- ☐ Wegvallen vraag/afzet/markt/opdrachten
- ☐ Geen
- ☐ Overig, namelijk:

DE FINANCIËLE IMPACT

11. Welk percentage van uw verwachte jaaromzet bedraagt uw verwachte financiële schade (ten gevolge van de coronacrisis)?

- ☐ 0% - 25%
- ☐ 26% - 50%
- ☐ 51% - 75%
- ☐ 76% - 100%
- ☐ Niet van toepassing
- ☐ Eventuele toelichting:

12. Wanneer komt uw organisatie, op basis van uw huidige inschatting, in financiële problemen?

- ☐ Binnen een maand
- ☐ Over 1 - 3 maanden
- ☐ Over 3 - 6 maanden
- ☐ Over 6 - 9 maanden
- ☐ Over meer dan 9 maanden
- ☐ Niet van toepassing
- ☐ Ik weet het (nog) niet

13. Van welke van onderstaande regelingen maakt u gebruik? Geef bij elke maatregel aan wat voor u van toepassing is.

	Aangemeld WEL toegewezen	Aangemeld NIET toegewezen	Aangemeld, nog geen reactie	(nog) niet aangemeld	Kom ik niet voor in aanmerking	Nee, is niet nodig
Tijdelijke Noodmaatregel Overbrugging ten behoeve van behoud van Werkgelegenheid (NOW)	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Tegemoetkoming Ondernemers Getroffen Sectoren (TOGS; € 4.000,-)	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Tijdelijke overbruggingsregeling zelfstandig ondernemers (TOZO) levensonderhoud (gift)	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Tijdelijke overbruggingsregeling zelfstandig ondernemers (TOZO) overbruggingskrediet (lening)	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Uitstel belastingbetalingen	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Eventuele overige regeling of oplossing:

SAMENWERKING & ORGANISATIE

Samenwerking is belangrijk voor een toekomstbestendig gebied. We willen daarom graag weten hoe u de huidige samenwerking in uw gebied ervaart.

14. In hoeverre vindt u samenwerken belangrijk voor de verbetering van uw gebied?

Ze	er onbelangrijk	Onbelangrijk	Neutraal	Belangrijk	Ze	er belangrijk	N.v.t.
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

15. In hoeverre bent u tevreden over de huidige samenwerking in uw gebied?

Ze	er ontevreden	Ontevreden	Neutraal	Tevreden	Ze	er tevreden	N.v.t.
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

16. Wat kan er verbeterd worden in de huidige samenwerking?

Er zijn meerdere antwoorden mogelijk.

- ☐ Organisatiegraad en betrokkenheid van ondernemers, vastgoedeigenaren, organisaties en instellingen
- ☐ Communicatie tussen ondernemers, vastgoedeigenaren, organisaties en instellingen
- ☐ Betrokkenheid van de gemeente bij de samenwerking
- ☐ Professionaliseren van de samenwerking (bijv. inhuren externe ondersteuning en expertise)
- ☐ Gezamenlijke belangenbehartiging naar externe partijen zoals de gemeente
- ☐ Budget om collectieve promotie uit te voeren in uw gebied
- ☐ De marketing voor Haarlem als stad en voor uw gebied
- ☐ Anders, namelijk:

UW GEBIED IN CORONATIJD

17. Wat is uw mening over onderstaande aspecten in uw gebied?

	Zeer oneens	Oneens	Neutraal	Eens	Zeer eens
Het gebied ervaar ik buiten op straat als voldoende coronaproof	☐	☐	☐	☐	☐
De communicatie over coronamaatregelen op straat (zoals looproutes) is adequaat	☐	☐	☐	☐	☐
Er zijn voldoende voorzieningen op straat, zoals openbare toiletten	☐	☐	☐	☐	☐
De winkels en (horeca)zaken ervaar ik binnen als voldoende coronaproof	☐	☐	☐	☐	☐
Het gebied straalt gastvrijheid uit	☐	☐	☐	☐	☐

Overige ervaringen/observaties:

18. Zijn er naar aanleiding van corona in uw winkelgebied positieve initiatieven ontstaan (zoals 'koop lokaal', nieuwe samenwerkingen, tijdelijke oplossingen)?

- ☐ Nee
- ☐ Weet ik niet
- ☐ Ja, namelijk:

19. Wat vindt u van onderstaande aspecten betreffende de dienstverlening van de gemeente tijdens coronatijd?

	Zeer oneens	Oneens	Neutraal	Eens	Zeer eens
De informatie op de gemeentelijke website is duidelijk	☐	☐	☐	☐	☐
De informatie op de gemeentelijke website is volledig	☐	☐	☐	☐	☐
De gemeente is voldoende bereikbaar	☐	☐	☐	☐	☐

20. Op welke manier stelt u het liefst een vraag aan de gemeente, in coronatijd?

- ☐ Telefonisch
- ☐ Per e-mail
- ☐ Niet van toepassing
- ☐ Op een andere manier, namelijk:

WENSEN VOOR UW GEBIED - MIDDELLANGE TERMIJN

Een crisistijd vergt direct handelen, maar vraagt tegelijkertijd ook om na te denken over fundamentele vragen. Voor het actieplan inventariseren we daarom uw wensen voor de middellange termijn (tussen de 1 à 2 jaar).

21. In hoeverre vindt u dat onderstaande aspecten prioriteit moeten krijgen in uw gebied?

	Geen prioriteit	Lage prioriteit	Neutraal	Redelijke prioriteit	Hoge prioriteit	N.v.t.
Inrichting en onderhoud openbare ruimte	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Veiligheid op straat	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Verlichting	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Collectieve aanpak logistiek en afvalinzameling	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Bereikbaarheid	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Vergroenen van de openbare ruimte	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Toevoegen van andere functies voor meer bezoekers en werkgelegenheid	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Duurzaamheid	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Autoparkeren	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Fietsparkeren	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Eventuele toelichting:

22. Hoeveel prioriteit vindt u dat onderstaande aspecten moeten krijgen in uw gebied?

	Geen prioriteit	Lage prioriteit	Neutraal	Redelijke prioriteit	Hoge prioriteit	N.v.t.
Compacter maken van het winkelgebied	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Transformatie van panden (zoals wonen of werken boven winkels)	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Tegengaan van leegstand	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Gebiedsmanagement en ondersteuning	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Promotie & marketing van het gebied	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Verhogen van de online zichtbaarheid van fysieke winkels (digitalisering)	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Evenementen en festivals	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Gastvrijheid van het gebied*	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Eventuele toelichting:

* Met gastvrijheid bedoelen we in hoeverre er sociale meerwaarde ervaren wordt door bezoekers en in hoeverre sociale interactie centraal staat in het gebied. Aspecten die hieraan bijdragen zijn: klantvriendelijkheid, persoonlijke benadering, herkenbaarheid, mensgerichtheid, betrokkenheid, je welkom en thuis voelen, etc.

23. Hoe kunt u ervoor zorgen dat uw gebied leefbaar, vitaal en aantrekkelijk blijft voor bewoners en bezoekers?

24. Hoe kan de gemeente Haarlem ervoor zorgen dat uw gebied leefbaar, vitaal en aantrekkelijk blijft voor bewoners en bezoekers?

AFSLUITING

25. Op 20 juli 2020 tussen 10:00 – 12:00 uur is er een online bijeenkomst waarbij we de resultaten terugkoppelen en graag verder met u in gesprek gaan. Wilt u daarbij zijn en een uitnodiging ontvangen?

- ☐ Ja, ik ben erbij en ontvang graag een uitnodiging
- ☐ Ik weet het nog niet, maar ontvang wel graag een uitnodiging
- ☐ Nee, bedankt

26. Contactgegevens

Indien u op de hoogte wilt blijven of betrokken wilt zijn, ontvangen we graag uw contactgegevens. Mocht u de voorkeur hebben om deze gegevens apart per e-mail te sturen, dan kan dat naar: economie@haarlem.nl.

Naam	
Naam organisatie	
Straat en huisnummer	
E-mailadres	

Aan ondernemers: hieronder stelt de gemeente Haarlem u drie vragen over contactmogelijkheden, ook voor na de coronatijd.

27. Wilt u meedenken over het Haarlemse ondernemersbeleid? Meld u dan aan voor het Ondernemerspanel. U krijgt een paar uitnodigingen per jaar om deel te nemen aan een online enquête, waarvan u de uitkomsten via e-mail krijgt teruggekoppeld. Op basis van uw input kan de gemeente Haarlem beter op de wensen en behoeften van ondernemend Haarlem inspelen.

- ☐ Ja, ik wil graag meedenken via het Ondernemerspanel (graag uw mailadres via de vorige vraag achterlaten)
- ☐ Nee, bedankt
- ☐ Overige (geef nadere toelichting)

28. Kent u het ondernemersspreekuur van de gemeente Haarlem? (dagelijks telefonisch spreekuur op werkdagen, 10-12 uur)?

- ☐ Ja, maar daar heb ik nog geen contact mee gehad
- ☐ Ja, en daar heb ik contact mee gehad
- ☐ Nee, daar ben ik niet mee bekend

29. Indien u contact heeft gehad met het ondernemersspreekuur: wat vond u van de dienstverlening?

- ☐ Zeer slecht
- ☐ Slecht
- ☐ Neutraal
- ☐ Matig
- ☐ Goed
- ☐ Niet van toepassing

Eventuele toelichting:

Hartelijk dank voor uw medewerking!

Gemeente Haarlem kan dit actieplan alleen maken met input, meedenken en meewerken van ondernemers en vastgoedeigenaren in de stad. Daarom deze enquête en een online bijeenkomst in juli. De enquête levert input voor de bijeenkomst, het geeft ons handvatten om verder te verdiepen en samen met u verder in gesprek te gaan.

Heeft u nog vragen of opmerkingen? Mail dan naar economie@haarlem.nl

Wilt u zich aanmelden voor de nieuwsbrief en op de hoogte blijven? Meld u dan [hier](#) aan.

Meer informatie vindt u ook op www.haarlem.nl/economischevisie

Bijlage 4

Respons enquêtes per winkelgebied

BINNENSTAD

Stakeholdersenquête: 177 respondenten

140 ondernemers
11 vastgoedeigenaren
6 beide
20 overig

Brancheverdeling:

49% detailhandel
35% horeca
26% overig

Bezoekersenquête: 135 respondenten

22% woont in de binnenstad van Haarlem
24% woont elders in Haarlem
54% woont niet in Haarlem

Rapportcijfers bezoekersenquête:

8,2 sfeer en beleving
7,9 uitstraling
8,0 horeca-aanbod
7,0 winkelaanbod

Reden bezoek aan binnenstad

Inwoners:
Dagelijkse boodschappen: 37%
Niet-dagelijkse aankopen: 29%
Gezelligheid: 21%
Horeca: 13%
Bezoekers:
Niet-dagelijkse aankopen: 69%
Gezelligheid: 50%
Horeca: 27%

GENERAAL CRONJÉSTRAAT

Stakeholdersenquête: 35 respondenten

18 ondernemers
9 vastgoedeigenaren
6 beide
2 overig

Brancheverdeling:

65% detailhandel
12% horeca
19% overig
4% n.v.t.

Bezoekersenquête: 35 respondenten

77% woont in Haarlem Noord
9% woont elders in Haarlem
14% woont niet in Haarlem

Rapportcijfers bezoekersenquête

7,5 bereikbaarheid per OV
7,0 sfeer en beleving
6,0 uitstraling
5,8 horeca-aanbod

Reden bezoek aan Cronjé:

48% niet-dagelijkse aankopen
39% dagelijkse boodschappen
9% gezelligheid
0% horeca

AMSTERDAMSTRAAT

Stakeholdersenquête: 12 respondenten

8 ondernemers
4 ondernemer en vastgoedeigenaar

Brancheverdeling

4 detailhandel
3 horeca
2 overig

Bezoekersenquête: 8 respondenten

6 wonen in Haarlem Oost
1 woont in Haarlem Noord

Rapportcijfers bezoekersenquête

7,5 sfeer en beleving

7,3 mogelijkheden voor fietsparkeren
6,6 uitstraling
5,6 horeca-aanbod

Reden bezoek aan Amsterdamstraat

4 dagelijkse boodschappen
2 niet-dagelijkse aankopen
1 werk

MARSMANPLEIN

Stakeholdersenquête: 17 respondenten

12 ondernemers
3 vastgoedeigenaren
1 medewerker
1 bestuurslid winkeliersvereniging

Bracheverdeling

9 detailhandel
2 horeca
1 financiële en zakelijke dienstverlening
5 overig/geen antwoord

Bezoekersenquête: 8 respondenten

7 wonen in Haarlem Noord
1 woont in Santpoort

Rapportcijfers bezoekersenquête

7,7 mogelijkheden voor fietsparkeren
7,4 bereikbaarheid per OV
6,8 winkelaanbod
horeca-aanbod: 1, 1, 5, 6, 6, 7, 8

Reden bezoek aan Marsmanplein

4 dagelijkse boodschappen
2 horeca
1 niet-dagelijkse aankopen
1 gezelligheid
1 ligt op route

WESTERGRACHT

Stakeholdersenquête: 6 respondenten

4 ondernemers
2 ondernemer en vastgoedeigenaar

Brancheverdeling

3 detailhandel
2 financiële dienstverlening
1 overig

Bezoekersenquête: 9 respondenten

3 wonen in Haarlem Zuid-West
3 wonen in Haarlem Centrum
1 woont in Haarlem Noord

1 woont in Haarlem Oost
1 woont in Schalkwijk

Rapportcijfers bezoekersenquête

7,0 winkelaanbod
6,8 bereikbaarheid per auto
3,6 bereikbaarheid per OV
2,1 horeca-aanbod

Reden bezoek aan Westergracht

7 dagelijkse boodschappen (waarvan 4 sportschool)

ZIJLWEG

Stakeholdersenquête: 22 respondenten

17 ondernemers
1 vastgoedeigenaar
3 beide
1 overig

Brancheverdeling

6 detailhandel
4 horeca
3 financiële en zakelijke dienstverlening
7 overig (4 gezondheidssector)

Overige opmerkingen:

- Ook aantal bedrijven met aardige omzetstijging tijdens corona.
- 84% komt niet in de problemen of weet (nog) niet wanneer dat het geval zou zijn
- 80% van de ondernemers in de straat heeft de enquête ingevuld. Het hoogste percentage in vergelijking met de andere winkelgebieden.

Bezoekersenquête: 9 respondenten

5 wonen in Haarlem Zuid-West
2 wonen in Haarlem Centrum
2 wonen niet in Haarlem

Rapportcijfers bezoekersenquête

7,7 sfeer en beleving
7,7 uitstraling
6,3 mogelijkheden voor fietsparkeren
6,1 horeca-aanbod

Reden bezoek aan Zijlweg

6 dagelijkse boodschappen
4 ligt op route
3 werk
2 horeca
1 niet-dagelijkse aankopen
1 horeca

Bijlage 5

Geraadpleegde documentatie

Algemeen (gehele document)

[Economische visie Haarlem](#)

[Structuurvisie Openbare Ruimte \(SOR\) 2020 – 2040](#)

[Detailhandelsvisie Haarlem Winkelstad 2016 – 2020](#)

[Detailhandelsbeleid Regio Zuid-Kennemerland 2018 – 2023](#)

[Integrale Veiligheids- en handhavingsbeleid 2019 – 2022](#)

[Coalitieprogramma Duurzaam Doen 2018 – 2022](#)

[Naar een toekomstbestendige toeristische koers 2021 – 2025 \(concept\)](#)

Impact corona

[Naar vitale \(winkel\)centra: toekomstperspectief in crisistijd \(Stec Groep, 2020\)](#)

[Impactanalyse gevolgen van de coronacrisis op non-food retail \(in opdracht van de Retailagenda i.s.m. INretail en NRW, uitgevoerd door onderzoeksbureau QenA\)](#)

[De coronacrisis zal nog meer gaten in onze binnensteden schieten \(Cees-Jan Pen in Financieel Dagblad\)](#)

[KHN onderzoek](#)

Binnenstad

[Convenant Binnenstad Haarlem 2018 – 2022](#)

[Actieplan Fiets 2020 – 2022](#)

Resultaten stuur-/werkgroep Terugdringen Leegstand Binnenstad (concept)

Plan van aanpak Wonen boven winkels 2020 – 2022

Actieplan Wonen boven winkels 2020 – 2022 (concept)

Generaal Cronjéstraat

[Integrale Veiligheids- en handhavingsbeleid 2019 – 2022](#)

Marsmanplein

[Burgeradvies Veiligheid en Handhaving Delftwijk 2017](#)

[Actieprogramma Veiligheid en Handhaving 2019 – 2022](#)

Westergracht

[Ontwikkelvisie Zuid-West](#)

Atelierbeleid (niet online)

Zijlweg

[Visie Ontwikkelzone Zijlweg-West en Omgeving 2020](#)

[Verkeersonderzoek Zijlweg e.o. 2019](#)

Centrum Schalkwijk

Toekomstvisie Centrum Schalkwijk 2018

Prinses Beatrixplein

[Startnotitie ontwikkeling Prinses Beatrixplein 2019](#)



Actieplan Detailhandel
en Horeca
2020 t/m 2022

