



**Gemeente
Haarlem**



Voortgangsrapportage Actieplan Detailhandel en Horeca 2020 t/m 2022

2 november 2021

M. Zorge

Economie

Inhoudsopgave

1.	Inleiding en samenvatting	3
1.1	Inleiding	3
1.2	Samenvatting	3
2.	Versnelling zichtbare acties	4
3.	Stadsbrede acties	7
4.	Uitgevoerde acties per gebied	12
4.1	Binnenstad	12
4.2	Generaal Cronjéstraat	14
4.3	Amsterdamstraat	16
4.4	Marsmanplein	17
4.5	Westergracht	18
4.6	Zijlweg	19
4.7	Winkelgebieden in ontwikkeling	20
4.7.1	Centrum Schalkwijk	20
4.7.2	Prinses Beatrixplein	20

1. Inleiding en samenvatting

1.1 Inleiding

Op 10 november 2020 heeft het college van burgemeester en wethouders het Actieplan Detailhandel en Horeca 2020 t/m 2022 vastgesteld. In dit actieplan staan acties geformuleerd die nodig zijn om de leefbaarheid en economische vitaliteit te verbeteren en in stand te houden. Het gaat hierom de acht winkelgebieden die onderdeel uitmaken van de hoofdwinkelstructuur in Haarlem: Binnenstad, Generaal Cronjéstraat, Amsterdamstraat, Marsmanplein, Westergracht, Zijlweg Centrum Schalkwijk en het Prinses Beatrixplein. Er is afgesproken dat halverwege de looptijd van het Actieplan Detailhandel en Horeca 2020 t/m 2022 een voortgangsrapportage wordt opgesteld en ter informatie aan de commissie Ontwikkeling wordt gestuurd. Hierin worden de stadsbrede- en per winkelgebied omschreven acties die succesvol zijn uitgevoerd benoemd.

1.2 Samenvatting

Het actieplan Detailhandel en Horeca 2020 t/m 2022 is samen met partners in de stad gemaakt. De uitvoering ligt zowel bij de gemeente als bij de diverse partners in de stad. 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 en per winkelgebied. In Haarlem zou het in 2020 het gemeentelijk Detailhandelsbeleid 2016 – 2020 worden geactualiseerd. Vanwege de coronacrisis is er meer behoefte aan een actiegericht aanpak. Met het Actieplan Detailhandel en Horeca 2020 t/m 2022 opgesteld 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. Er zijn 30 acties met een middelhoge urgentie welke in 2022 worden opgestart. Tot slot zijn er 15 acties met een lage urgentie. Deze zijn 'nice to have' en vallen buiten de looptijd van het 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
- Horeca 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. Daarnaast is er nog een overzicht van stadsbrede acties geformuleerd, dit zijn suggesties en ideeën om op de korte termijn in Haarlem in te spelen op de coronacrisis. Deze zijn stadsbreed in te zetten.

Al met al kan er na 1 jaar uitvoering worden geconcludeerd dat we op koers liggen en met vertrouwen en enthousiasme het tweede jaar ingaan om de resterende acties uit te voeren. Hiermee houden we een vinger aan de pols.

2. Versnelling zichtbare acties

De gemeenteraad heeft ingestemd met het steunpakket coronamaatregelen voor het eerste halfjaar van 2021. Dit betreft o.a. € 50.000 extra capaciteit beschikbaar te stellen voor het eerder en versneld uitvoeren van acties uit het Actieplan Detailhandel en Horeca en voor corona gerelateerde vragen en initiatieven. De volgende vier acties zijn hiervoor geselecteerd en grotendeels succesvol uitgevoerd:

Stadsbrede actie 3 & 4, Binnenstad actie 8:

Bewustwordingscampagne Koop Lokaal & HaarlemseWinkels.nl

Het verzilveren van Koop lokaal ontwikkeling in Haarlem door hier nogmaals een campagne aan te wijden richting bewoners. Dit is een stadsbrede actie. Op 22 juni 2021 is er door Haarlem Marketing een nieuwe bewustwordingscampagne Koop Lokaal met aandacht voor HaarlemseWinkels.nl gelanceerd. Deze campagne heet 'Haal alles uit Haarlem'. Met deze campagne worden bewoners van Haarlem en directe omgeving gestimuleerd bij lokale ondernemers te (blijven) winkelen, zowel in de stad als online via HaarlemseWinkels.nl. De campagne zorgt voor extra aandacht voor de lokale ondernemers en bedrijven na de ook voor hen moeilijke coronaperiode. Deze campagne is zichtbaar door o.a. in MUPI'S, artikel in stadsglossy HLEM en magazine Leef!, via sociale media, Haarlem City Blog, banners t.b.v. nieuwsbrieven etc. Ook zijn er inmiddels 18 winkelroutes opgesteld gebaseerd op inspiratie niveau en op thema en worden verschillende winkelgebieden hierin meegenomen zoals o.a. de Binnenstad, Generaal Cronjéstraat, Zijlweg.

Winkelliefhebbers worden door de campagne geïnspireerd op rustige, doordeweekse momenten de Haarlemse winkels fysiek te bezoeken zie hiervoor <https://www.visithaarlem.com/nl/winkelen/kies-je-winkelmoment>. Wanneer het drukker is in de binnenstad, kunnen winkelliefhebbers altijd online terecht op HaarlemseWinkels.nl. Op deze, brede manier, wordt het gevarieerde, stijlvolle lokale aanbod onder de aandacht gebracht. Op het online platform HaarlemseWinkels.nl, dat vorig jaar is gelanceerd, staan ruim 400 Haarlemse winkels. Bezoekers kunnen via de site digitaal hun aankopen doen. Zij steunen hiermee de lokale ondernemer en (her)ontdekken tegelijkertijd de stad.



Foto's Curly & Straight

Binnenstad actie 17. Verkenning concrete wensen voor vergroening Binnenstad:

In samenwerking met ondernemers en vastgoedeigenaren wordt gestart met het opstellen van een gezamenlijk vergroeningsplan voor de binnenstad. Dit sluit ook aan bij het advies uit het STEC-rapport, waarin een nieuw perspectief voor de Haarlemse hoofdwinkelstraten wordt geschetst, waarbij een vergroeningslag voor de Grote Houtstraat noodzakelijk wordt geacht, [2021/244851\(Nieuw perspectief Haarlemse winkelstraten\)](#). Vergroening geeft een impuls aan de huidige sobere openbare ruimte en draagt bij aan een aantrekkelijker verblijfskwaliteit en het verlagen van hittestress in de zomermaanden. Het is een absolute randvoorwaarde om bezoekers te verleiden om verder door te lopen en langer te verblijven. De eerste verkennende gesprekken zijn gevoerd en de randvoorwaarden zijn bekend. Op dit moment vindt er verdere oriëntatie plaats. Hieronder een voorbeeld waaraan kan worden gedacht voor wat betreft vergroening in de Grote Houtstraat, deel midden zuid.



Foto's Roald van Splunter

Marsmanplein actie 4. Sportactiviteiten Marsmanplein:

Het organiseren van sportactiviteiten voor bewoners (jongeren) en bezoekers. Op woensdag 9 juni 2021 organiseerde het CIOS en Sport Support een Spelen op Straat middag op het Marsmanplein en het aangrenzende Simon Vestdijkpark. Op 9 juni was het nationale buitenspeeldag. Studenten van het CIOS zijn de afgelopen weken opgeleid om een beweegmiddag te organiseren voor jong en oud. Tijdens de lessen hebben zij een programma ontwikkeld waar jong en oud aan mee konden doen. Het was prachtig weer, er hebben ca vijftig jongeren deelgenomen aan de verschillende onderdelen. De plaatselijke AH verzorgde de koffie, thee en limonade tijdens de sportactiviteit.



Foto's Links en rechts M. Zorge, flyer door Sport Support

Stadsbrede actie 6 Schalkwijk. Fysieke markering door afzetpaaltjes Centrum Schalkwijk:

Om proactief te bepalen wat de looproute is, deze snel zichtbaar te maken en bezoekers te stimuleren om rechts te houden. Dat was de insteek waar ondernemersvereniging Centrum Schalkwijk behoefte aan had. Om die reden zijn er een honderdtal afzetpaaltje aangeschaft voor de markering van de fysieke afscheiding in het winkelcentrum en deze zijn zeer effectief gebleken. Ook vanuit de bezoekers van het winkelcentrum zijn veel positieve reacties gekomen over de manier waarop deze 'scheiding' bijdraagt aan de veiligheid in het centrum.



Foto J. Heinen

Binnenstad actie 1 Eenmalige aanschaf data Locatus:

Voor het verkennen van de behoefte en mogelijkheden voor transformatie van de binnenstad en om kansen volledig in beeld te krijgen en te kunnen beoordelen. Hiervoor zijn extra Locatus databestanden noodzakelijk en aangeschaft.

3. Stadsbrede acties

Op pagina 15 en 16 van het Actieplan Detailhandel en Horeca 2020 t/m 2022 staat het overzicht met stadsbrede acties omschreven. Dit zijn suggesties en ideeën waarmee op korte termijn ingespeeld wordt op de coronacrisis. Afhankelijk van het winkelgebied is het overgrote deel van de acties uitgevoerd (7 van de 8 acties). De acties waren gericht op het promoten van Haarlemse winkels, koop lokaal. Horeca- en detailhandelsondernemers waren hierin heel creatief zoals het uitbrengen van een kookboek, een mobiele oplossing voor de fysieke winkelrij d.m.v. Whoonext en het organiseren van een digitaal evenement. Hieronder worden de meest succesvolle acties beschreven.

Stichting Haarlem Marketing heeft samen met de partners uit de stad een strategische samenwerking ingezet met de Retail en met HaarlemseWinkels.nl, Goede Zaken, Haarlemse Bodem en de gemeente Haarlem.

Stadsbrede actie 2. Haarlem-hartje-horeca HAARLEM ♥ HORECA!

Om de lokale takeaway – en bezorginitiatieven extra zichtbaarheid te geven heeft stichting Haarlem Marketing eind 2020 de campagne Haarlem-hartje-horeca gelanceerd. De horeca moest haar deuren sluiten, maar de gastronomische sector in Haarlem heeft bewezen veerkrachtig en creatief te zijn. In samenwerking met Haarlem City Blog is een aantal takeaway-initiatieven gepromoot. Rond de feestdagen is Haarlem-hartje-horeca campagne tevens omgedoopt tot kerstvariant. Waarbij men via verschillende kanalen geïnspireerd werd om lokaal decembercadeaus in te kopen, zowel online als in de fysieke winkel. Ook alle bezorg- en afhaal kerstmenu's van de Haarlemse Horeca zijn verzameld en gepromoot via sociale media.

Stadsbrede actie 2. Profileren/Kookboek:

De 'Haarlemsche Gastronomie Thuis'. Dit is een bundel van recepten van meer dan 50 Haarlemse restaurant en bars. Het idee is ontstaan om de Haarlemse horeca een steun in de rug te geven, gezien 2020 geen gemakkelijk jaar voor de horeca is geweest. De opbrengst van de verkochte boeken wordt onder de deelnemende horecazaken verdeeld, d.m.v. sponsoring is ingezet om de kosten volledig te dekken, zodat de opbrengst maximaal is.



Foto's Bibi Veth

Stadsbrede actie 2 & 3. Profileren Bewustwordingscampagne/Koop Lokaal:

In de december maand is een bewustwordingscampagne gestart met de slogan 'Koop Lokaal'. Met deze campagne werden Haarlemmers via verschillende kanalen geïnspireerd om lokaal decembercadeaus in te kopen, zowel online als in de fysieke winkel. Een bezoek aan de stad kon men voorbereiden via www.visithaarlem.com/nl/winkelen/kiesjmoment. Op de website www.HaarlemseWinkels.nl zijn zoveel mogelijk ondernemers aangesloten, zodat het winkelaanbod via één platform te bekijken en te bestellen is. Daarmee is de digitale zichtbaarheid en het bereik

van de fysieke winkels vergroot, bevordert het de verkoop en draagt het bij aan de toekomstbestendigheid van de winkels. Aan de verschillende campagnes is o.a. aandacht besteed in de stadsglossy Hlem en LEVEN! Magazine, nieuwsbrieven, sociale media, adverts en op MUPI'S.



Stadsbrede actie 4. Online zichtbaarheid van fysieke winkels verhogen:

Tijdens de coronacrisis is met behulp van financiële ondersteuning vanuit de BIZ en de gemeente Haarlem medio april 2020 het lokale digitale platform HaarlemseWinkels.nl gestart met 200 aangesloten winkels. Hierdoor zijn lokale ondernemers beter zichtbaar en kan er online, bij lokale ondernemers worden gewinkeld. Voor de bezorging wordt gebruik gemaakt van een duurzame bezorgdienst. Het lokale digitale platform heeft zich bewezen, in de tussentijd is het platform verbeterd en gegroeid naar meer dan 400 aangesloten Haarlemse winkels. Door HaarlemseWinkels.nl als extra verkoopkanaal in te zetten is de onlinepositie, vindbaarheid en zichtbaarheid van de deelnemers vergroot. In samenwerking met studenten van het Nova-college die de studierichting Retail en Online Marketing en E-Commerce volgen zijn ondernemers o.a. geholpen bij het opzetten- en vullen van een webshops.



Foto's Simone Lunstroo



Foto Ramon Philippe

Stadsbrede actie 5. 1,5 meter werkgroep:

Er is een speciale 1,5 meter werkgroep ingesteld. Deze bestaat uit een ambtelijke delegatie bestaande uit veiligheid, handhaving, vergunningen, communicatie, economie. De werkgroep komt wekelijks bijeen om te kijken of maatregelen moeten worden opgeschaald of afgeschaald.

Stadsbrede actie 5. Terrassteam tijdens de coronaperiode:

De horeca heeft veel te verduren door de aanhoudende coronamaatregelen. De gemeente ondersteunt hen, binnen de mogelijkheden, om omzetverlies zoveel mogelijk te beperken. Het terrassteam bekijkt de haalbaarheid van uitbreidingsaanvragen. De gemeente heeft tien gouden terrasregels opgesteld om deze benodigde verruiming mogelijk te maken.

Stadsbrede actie 5. Signing:

Medio april 2020 zijn er o.a. milieuvriendelijke cirkels aangebracht in de binnenstad en de Generaal Cronjéstraat van anderhalve meter doorsnee. Dit om bezoekers op het hart te drukken 1,5 meter afstand van elkaar te houden vanwege het coronavirus, rechts van de straat lopen, maar ook om de looproute in een winkelgebied aan te geven.



Foto's Jurriaan Hoefsmid

Stadsbrede actie 5. Whoonext, app verdwijnen van fysieke wachtrijen:

Dit is een mobiele oplossing voor de fysieke wachtrij voor detailhandel- en horeca. Inmiddels is de gebruikers doelgroep verbreed en wordt er ook door o.a. dienstverleners (administratiekantoor), flietsbezorgdiensten gebruik van de app. Door Whoonext behoort het fysiek 'in de rij staan' tot het verleden. Haarlem is de eerste stad waar Whoonext is uitgerold. Een klant scant een QR-code bij de onderneming waar zij in de digitale rij wil staan en ziet gelijk hoeveel wachtenden er zijn. Wanneer de klant aansluit in de rij, kan zij gedurende de wachttijd iets anders doen. De app geeft de gebruiker een seintje wanneer zij bijna aan de beurt is. Het voordeel van het gebruik van de app is dat er minder fysieke wachtrijen ontstaan. Het gebruik is gratis en beschikbaar via computer, tablet en smartphone. Hierover is gecommuniceerd via de nieuwsbrief Centrum.

Stadsbrede actie 5. Digitaal Event:

Op zaterdag 27 februari 2021 was de lancering van 'Escape the Lockdown'. De grootste online liveshow van Haarlem werd live vanuit de Patronaat uitgezonden. De avond was een groot succes, er deden 1.300 huishoudens aan mee! Er is meer dan € 12.000 voor de horeca en € 5.000 voor de artiesten opgehaald.



Foto Timo Sijkema

Stadsbrede actie 5. Schouw:

Afhankelijk van de signalen en behoefte van de lokale ondernemers zijn er schouwen gelopen in de volgende winkelgebieden; Binnenstad, Generaal Cronjéstraat, Amsterdamstraat en het Marsmanplein. In sommige winkelgebieden maakt een schouw onderdeel uit van het traject 'Samen Veilig Ondernemen'. Afhankelijk van de signalen afkomstig van de ondernemers is hierop ingezet, bijvoorbeeld bij knelpunten zoals ruimtegebrek en smalle doorgangen, waardoor de 1,5 meter niet kan worden gegarandeerd zijn er maatregelen genomen. Denk hierbij aan signing op het trottoir zoals deze in de binnenstad, de Generaal Cronjéstraat en Centrum Schalkwijk is aangebracht, maar ook aan mogelijkheden van terrasuitbreiding. De gemeente Haarlem heeft hiervoor de '10 gouden regels voor opgesteld'. Zo is er in Centrum Schalkwijk een acteur in gehuurd om bezoekers op een ludieke wijze te attenderen op de 1,5 meter, in de binnenstad is de Groen Mug hiervoor ingezet. In de binnenstad is op locatie(s) gekeken of er meegewerkt kon worden aan terrasuitbreidingen. Ook zijn er in Centrum Schalkwijk bankjes weggehaald en plexiplaten opgehangen. In de Amsterdamstraat zijn er huis aan huis flyers uit verspreid m.b.t. coronamaatregelen. Daarnaast zijn er ook winkelgebieden waar geen signalen van onveiligheid waren zoals o.a. de Zijlweg, Westergracht en het Prinses Beatrixplein. Hier is voldoende ruimte om de 1,5 meter te kunnen waarborgen.

Stadsbrede actie 5. Warmtekussens:

In de winter van 2020/2021 bood de gemeente horeca ondernemers in Haarlem cofinanciering aan ter hoogte van € 30.000,- voor de aanschaf van warmtekussens. 22 ondernemers hebben geïnvesteerd waarmee de aangeboden cofinanciering (50/50) volledig benut is. Ook de afgelopen maanden heeft de horeca sterk onder de coronamaatregelen geleden. Vanuit de wens getroffen sectoren te ondersteunen wordt in het najaar 2021 opnieuw cofinanciering voor de aanschaf van warmtekussens aangeboden ter hoogte van € 22.500,- (vanuit het Corona Herstelpakket Haarlem weer open en aantrekkelijk). Dit biedt ondernemers de mogelijkheid het terrasseizoen te verlengen en tegelijkertijd de terrasverwarming te verduurzamen. De kussens verwarmen alleen bij gebruik waardoor er geen energieverpilling is. Dit levert een grote CO₂- besparing op, bespaart de ondernemer energiekosten en geeft de mogelijkheid om op een duurzame manier extra omzet te genereren. Daarnaast jaagt het project bewustwording en gedragsverandering aan bij zowel horecaondernemers en -bezoekers. De subsidie is bedoeld voor ondernemers in de hele stad en dus niet alleen voor horeca in de binnenstad.



Foto ANP/Robin van Lonkhuijsen

Stadsbrede actie 7. Kansen verkennen die corona biedt om horecapersoneel in te zetten in de zorg:

De gemeente heeft haar rol als verbinder opgepakt en heeft de partijen VBZ.KAM en Koninklijke Horeca Nederland met elkaar in contact gebracht. Dit heeft ertoe geleid dat personeelsleden vanuit de horecabranche zijn gepolst of zij interesse hebben in een tijdelijke baan in de zorg. Hierop is veelal positief gereageerd en inmiddels hebben veel mensen de overstap hebben gemaakt. Nu de horeca weer open is zijn er veel horecazaken die problemen hebben met het aantrekken van personeel. Hierop is door initiatiefnemers ingespeeld en is De Haerlemsche Horeca Academy opgezet en ingezet om het personeelstekort in de horeca op te vangen. Dit bleek in de praktijk lastiger te zijn dan was voorzien, kostte het meer tijd van de initiatiefnemers dan beschikbaar was en stond dit op gespannen voet met de versoepelingen in de horeca. Dit initiatief is inmiddels gestopt.

Stadsbrede actie 8. Startbijeenkomst, in het teken van informeren, inspireren en leren van elkaar:

Op 20 januari 2021 is de online startbijeenkomst Actieplan Detailhandel en Horeca 2020 t/m 2022 georganiseerd voor ondernemers, vastgoedeigenaren en betrokken stakeholders. De bijeenkomst stond in het teken van informeren, inspireren o.a. met verhalen van ondernemers en betrokkene uit de stad rond de uitvoering van het actieplan en om van elkaar te leren. Er namen 43 ondernemers deel aan de bijeenkomst. Lokale betrokkenen uit vijf verschillende winkelgebieden deelden hun persoonlijke ervaringen als ondernemer in Haarlem. Welke uitdagingen zijn ze tegengekomen en hoe hebben ze het hoofd weten te bieden in deze moeilijke tijd. De bijeenkomst is positief ontvangen.

Stadsbrede actie 8. Huurders en verhuurders in gesprek:

Tijdens de startbijeenkomst (20 januari 2020) zijn er signalen gekomen vanuit de horecaondernemers dat die door de gevolgen van coronacrisis de huur van hun bedrijfspand niet meer kunnen betalen. Sommige huurders zijn met verhuurders tot een oplossing gekomen, maar dat blijkt niet in alle gevallen zo te zijn. Daarom is er een online bijeenkomst georganiseerd door de gemeente Haarlem met experts vanuit verschillende disciplines (o.a. gerechtsdeurwaarder, vastgoedadviseur-bedrijfsmakelaar, financiële instelling, vastgoedbeheerder, vastgoedregisseur- en management), die hun ervaringen en praktische tips hebben gedeeld met ondernemers, over welke stappen ondernomen kunnen worden. Na afloop zijn er tips en tricks opgesteld en gedeeld met alle deelnemers.

4. Uitgevoerde acties per gebied

4.1 Binnenstad

Binnenstad actie 1. Er is gestart met de verkenning van de behoefte en mogelijkheden voor transformatie in de binnenstad. STEC-Groep stelt een plan van aanpak op voor het maken van dit transformatieplan. Vanaf hier wordt gesproken van een vitaliteitsplan. Hierbij wordt gekeken op welke wijze en met welke functies de binnenstad van Haarlem leefbaar en aantrekkelijk blijft en de leegstand wordt teruggedrongen en voorkomen. De verwachting is dat het plan van aanpak medio vierde kwartaal 2021 wordt opgeleverd en het vitaliteitsplanplan binnenstad Haarlem in 2022 volgt. STEC-groep heeft onlangs (22 april 2021) een advies geschreven over 'Nieuw perspectief voor de Haarlemse hoofdwinkelstraten' (Grote Houtstraat en de Barteljorisstraat) zie link: [2021/244851](https://www.haarlemcityblog.nl/2021/244851).

Binnenstad actie 5. Onderzoek gedaan naar het opstarten van een online communicatieplatform (Chainels): Deze actie is uitgevoerd. De bevindingen zijn voorgelegd aan de CMG en deze hebben hierop positief gereageerd. De verwachting is dat de ondernemers hier begin volgend jaar gebruik van kunnen maken, mits de financiering rond komt.

Binnenstad actie 6. Inzetten op meer bekendheid voor ondernemerspanel- en spreekuur: Deze actie is uitgevoerd. Door middel van extra communicatie is er meer bekendheid gegeven aan het ondernemerspanel, ondernemersspreekuur en op welke wijze er melding kan worden gemaakt bij de gemeente over afval. Dit is onder andere in de nieuwsbrief Centrum opgenomen. Het ondernemerspanel is een groep van enkele honderden Haarlemse ondernemers die door de gemeente bevraagd kunnen worden over onderwerpen die ondernemers raken.

Binnenstad actie 7. Onderzoeken (verlenging) van venstertijdonthefing voor duurzame (collectieve) bezorgdiensten: Deze actie is uitgevoerd. De evaluatie autoluwe Binnenstad is opgesteld. De onderzoeksresultaten voor verlenging van venstertijdonthefing voor duurzame (collectieve) bezorgdiensten zijn opgenomen, zie link collegebesluit evaluatie autoluwe binnenstad ([2021/246765](https://www.haarlemcityblog.nl/2021/246765)) 25 mei 2021.

Binnenstad actie 8. Profileren aanvullende straten/deelgebieden op basis van thema's: Deze actie is uitgevoerd. Als onderdeel van de bewustwordingscampagne 'Haal Alles Uit Haarlem' zijn er winkelroutes opgesteld gebaseerd op inspiratie niveau en op thema en is ingezet op profilering. Daarnaast is er een blog <https://www.haarlemcityblog.nl/shoppen-haarlem/winkelen-haarlem/> waarop winkels en horecaondernemers zijn genoemd op basis van thema en hetgeen wat hen uniek maakt, bezoekers worden nieuwsgierig om zelf een bezoek te brengen aan desbetreffende winkel.



Foto's Haarlem City Blog

Binnenstad actie 10. Eén keer per jaar proactief richting stakeholders communiceren over de uitvoering van het Actieplan Fiets: Deze actie is uitgevoerd. Er is 1 x per 2 maanden overleg met de Fietzersbond en op aanvraag met stakeholders.

Binnenstad actie 11. Centrubreed parkeerverwijssysteem en dynamisch telsysteem in alle gemeentelijke fietsenstallingen in combinatie met vindbaarheid en modernisering gemeentelijke stallingen: Deze actie is gestart. Bureau Spark stelt een adviesrapport op over een centrum breed parkeerverwijs- en dynamisch telsysteem voor in alle gemeentelijke fietsenstallingen in combinatie met de vindbaarheid en modernisering hiervan. Het adviesrapport wordt medio oktober 2021 opgeleverd.

Binnenstad actie 13. Fietsparkeervoorzieningen toevoegen en communiceren over beschikbaarheid (nieuwe) fietsparkeervoorziening zoals Raaks III: De actie is gestart. De verwachting is dat de fietsenstalling Raaks III tweede kwartaal 2022 wordt opgeleverd en hierover wordt gecommuniceerd.

Binnenstad actie 19. Evalueren aanpak van problemen rondom afvalcontainers met Handhaving, Spaarnelanden en de lokale ondernemers: Deze actie is uitgevoerd. In samenspraak met alle betrokkenpartijen uit de binnenstad zijn de problemen rondom afvalcontainers in het Operationeel Overleg Centrum geëvalueerd op 23 november 2020.

Binnenstad actie 20. Aanjagen van duurzaamheidsinitiatieven met ‘Haarlem Doet Duurzaam’ en ‘Actieprogramma Impact Ondernemen’ om zo transitie naar duurzaam ondernemerschap te maken: De acties zijn gestart en op onderdelen uitgevoerd. Het actieprogramma Impact ondernemen is een meerjarig programma, zie link: [Gemeente Haarlem i.s.m. de Stadsgarage \(stichtingstadsgarage.nl\)](https://www.gemeente-haarlem.nl/acties/actieprogramma-impact-ondernemen). De gemeente biedt samen met de Stadsgarage Learning Online (LOL) trainingen aan voor ondernemers die impact willen maken. Er wordt verder gebouwd aan een impact platform: het www.kennemerinkoopplatform.nl. Hier bieden bedrijven die impact maken hun goederen en diensten aan. Als onderdeel van het actieprogramma onderzoeken we met de Stadsgarage welke mogelijkheden er zijn voor ondernemers om hun impact gefinancierd te krijgen en wat er nodig is om obstakels daarin weg te nemen. Hier zijn twee bijeenkomsten met financiers georganiseerd. Haarlem doet daarnaast mee aan de City Deal Impact Ondernemen, waarin we met o.a. drie ministeries, bedrijven en onderwijsinstellingen, experimenten aangaan om het maken van impact te vergemakkelijken. Haarlem was vorig jaar (2020) gaststad van het landelijk overheidscongres impact ondernemen en doet jaarlijks mee aan de Impact Days, waarin winkeliers die impact maken een weekendlang extra in de belangstelling staan. In 2021 zijn we één van de hubs waar een fysieke sessie georganiseerd wordt. Haarlem doet jaarlijks mee aan de Impact Days om meer zichtbaarheid te geven aan ondernemers die Impact maken.

Wat betreft het onderdeel ‘Haarlem doet Duurzaam’ is een voortgangsrapportage duurzaamheid opgesteld, zie link [voortgangsrapportage 20210467582-2-Bijlage-1-Voortgang-Duurzaamheidsprogramma-tot-september-2021.pdf \(haarlem.nl\)](https://www.gemeente-haarlem.nl/acties/voortgangsrapportage-20210467582-2-Bijlage-1-Voortgang-Duurzaamheidsprogramma-tot-september-2021.pdf). Van 23-29 september 2021 heeft Haarlem meegedaan aan de 8^e editie van de Dutch Sustainable Fashion Week. De gemeente heeft allerlei activiteiten georganiseerd samen met Haarlemse ondernemers die zich inzetten voor duurzaam textiel: een Green Fashion Tour, de Groene Textielroute, een avondvullend programma bij restaurant Mama Gaia en de eerste aflevering van de podcast Haarlems duurzaam textiel is beschikbaar.



4.2 Generaal Cronjéstraat

Generaal Cronjé actie 1. Onderzoeken mogelijkheden omzet-gerelateerde huur t.b.v. tegengaan leegstand: Deze actie is uitgevoerd. Tijdens de online bijeenkomst 'huurders in gesprek met verhuurders' op 24 maart 2021 is het onderwerp inzetten van omzet gerelateerde huurcontracten ten behoeve van het tegengaan van leegstand met experts besproken. Ondernemers en vastgoedeigenaren uit de Generaal Cronjéstraat waren hier ook bij aanwezig. Hieruit is gebleken dat dit geen haalbare kaart is om door vastgoedeigenaren aan te gaan.

Generaal Cronjé actie 5. Verkennen mogelijkheden transformatie opnemen in gebiedsvisie Transvaalbuurt die aansluit bij de herinrichting van de straat en aandacht hebben voor eventuele mogelijkheden verplaatsing ondernemers Schoterweg naar Cronjéstraat: Deze actie is gestart, het betreft het traject voor het opstellen van een gebiedsvisie Transvaalbuurt.

Generaal Cronjéstraat actie 10. De gemeente (en stakeholders) beter aansluiten op Chainels: Deze actie is uitgevoerd. Er is inzet gepleegd waardoor ondernemers, stakeholders en de gemeente beter zijn aangesloten op communicatieplatform Chainels. Hierdoor zijn betrokkenen beter op de hoogte van actuele ontwikkelingen zoals het actieplan Detailhandel en Horeca 2020 t/m 2022, corona-steunmaatregelen, richtlijn veilig winkelen, spreiding openingstijden, beterbuitenapp, of de (inspraakprocedure) nieuw omgevings- en mobiliteitsbeleid.

Generaal Cronjé actie 11. Een structurele samenwerking opzetten met de BIZ Binnenstad Haarlem en andere BIZ-en in de omgeving: Ter voorbereiding van een structurele samenwerking is gebleken dat er bij de BIZ vastgoedeigenaren Cronjé Haarlem onvoldoende interesse is voor een structurele samenwerking met BIZ Binnenstad en met BIZ-en in de omgeving. De bestuursleden van de BIZ Cronjé Haarlem zien grote verschillen in de onderwerpen die spelen, waardoor zij geen meerwaarde zien in een structurele samenwerking en gezamenlijke acties.

Generaal Cronjé actie 12. Ondernemers denken na hoe ze meer regio-bezoekers kunnen aantrekken: Deze actie is gestart. In samenwerking met studenten van het Nova College en Inholland, is er in het derde kwartaal 2021 een pilot gestart die gericht is op de marketing en promotie van de winkelstraat. Dit gebeurt onder begeleiding van een marketingprofessional en docenten. Het doel van de pilot is om de Cronjé on- en offline (nog) beter op de kaart te zetten en meer (regio)publiek te trekken. Kortom: het collectief vermarkten van de Cronjéstraat en haar ondernemers d.m.v. van samenwerking tussen onderwijs en bedrijfsleven.

The image shows a screenshot of a news article on the website 'GoedeZaken.nl'. The article is dated 12 SEPTEMBER 2021 and is titled 'Studenten inspireren bij ondernemersvraagstuk Cronjé'. The main text discusses a pilot project where students from Nova College and Inholland are helping to market the Cronjéstraat. The article includes a photo of a group of students and a quote from a business owner. The website logo 'GoedeZaken.nl' is visible at the top, along with a navigation menu and a small advertisement for 'Kijk voor de zakelijke agenda op goedezaken.nl'.

Generaal Cronjé actie 17. Ondernemers en bewoners informeren over de signalen die kunnen wijzen op ondermijning en de mogelijkheid om dit te melden via ondermijning@haarlem.nl: Deze actie is uitgevoerd. De Ondernemers en bewoners zijn geïnformeerd over de signalen die kunnen wijzen op ondermijning en over de mogelijkheid om dit te melden via ondermijning@haarlem.nl. Daarnaast is er met de nieuwbrief die huis-aan-huis wordt verspreid gecommuniceerd over de wijkaanpak en een terugkoppeling over de aanpak van ondermijning. De wijkwinkel die is gevestigd in Cronjéstraat 1 A en de activiteiten tegen ondermijning worden/zijn gecontinueerd.

Generaal Cronjé actie 19. Continueren van onderhoud/renovatie aan/van luifels: Deze actie is (deels) uitgevoerd. De BIZ-vastgoedeigenaren Cronjé Haarlem is begonnen met het onderhoud en renovatie aan de luifels, een aanzienlijk deel daarvan is uitgevoerd.

Generaal Cronjé actie 20. Zorgen dat het melden van problemen in de openbare ruimte makkelijker worden en meldingsknop servicepagina toevoegen aan communicatieplatform Chainels Cronjé: Deze actie is uitgevoerd. Er is gecommuniceerd over de beterbuitenapp via communicatieplatform Chainels en er is uitgelegd hoe dit werkt.

Stadsbrede actie 2. Profileren/Seizoenbeplanting: Deze actie is uitgevoerd. Door middel van het aanbrengen van seizoenbeplanting geven de ondernemers en vastgoedeigenaren een impuls aan de aankleding en verhogen hiermee de uitstraling van de winkelstraat.

Stadsbrede actie 3. Bewustwordingscampagne & Koop Lokaal: Deze actie is uitgevoerd. In het noorden van Haarlem zitten ook leuke winkels die kun je ontdekken met het wandelen van de Generaal Cronjéstraat Route zie <https://www.visithaarlem.nl/winkelen/routes> .



Foto Haarlem City Blog

4.3 Amsterdamstraat

Amsterdamstraat actie 2. Communiceren omtrent coronamaatregelen en voorschriften zoals loopstromen, markeringen, verwijderen uitstallingen, fietsparkeerverbod, plaatsen hygiënische punten etc: Deze actie is uitgevoerd. In de eerste helft van 2020 zijn er flyers huis aan huis verspreid met betrekking tot de coronamaatregelen. Eind november 2020 is er navraag gedaan bij de voorzitter van de BIZ-vereniging en er blijkt geen behoefte te zijn nogmaals over dit onderwerp te communiceren.

Amsterdamstraat actie 3. De gemeente informeren bij ontevredenheid over de parkeersituatie via parkeren@haarlem.nl: Deze actie is gestart. Er zijn meerdere bewoners die handtekeningen inzamelen, op verschillende plekken in de Amsterdamse buurt of zijn hier nog mee bezig. Wanneer er minimaal 15 onafhankelijke signalen bij de gemeente binnenkomen, kan er een draagvlakonderzoek worden gedaan naar parkeerregulering. Afhankelijk van meerdere factoren bepaalt de gemeente om over te gaan tot de uitvoering van een draagvlakonderzoek naar parkeerregulering. Mocht het zo zijn dat de gemeente volgend jaar bepaalt om een draagvlakonderzoek uit te voeren in de Amsterdamse buurt (of een deel hiervan) en komt hieruit naar voren dat minstens 50% van de bewoners het hiermee eens is, dan kan dat impact hebben op de parkeermogelijkheden in de Amsterdamstraat. Dit gebeurt op initiatief van de bewoners en niet op initiatief van de gemeente. Bij het opstellen van deze voortgangsrapportage waren de resultaten van de enquête nog niet bekend. Deze actie is eerder uitgevoerd (2021) dan gepland (2022).

Amsterdamstraat actie 4. Verkenning mogelijkheden voor vergroening: Deze actie is uitgevoerd. De BIZ-vereniging heeft door middel van het ophangen van hangende baskets aan lantaarnpalen in de Amsterdamstraat uitvoering gegeven aan vergroening van de winkelstraat. Dit geeft een positieve impuls aan het straatbeeld. Deze actie is eerder uitgevoerd (2021) dan gepland (2022).



Foto Rosa Kant

Stadsbrede actie 2. Profileren/sfeerverlichting: Deze actie is uitgevoerd. Eind november 2020 is er in opdracht van de BIZ-vereniging sfeerverlichting opgehangen in de Amsterdamstraat, hierdoor krijgt de winkelstraat een feestelijke en meer aantrekkelijke uitstraling. Halverwege 2020 is er een schouw gelopen waarbij de wijkraad, politie, handhaving en de afdeling BBOR bij aanwezig waren. Tijdens de schouw kwam naar voren dat er bomen te laag waren gesnoeid waardoor er een onoverzichtelijke en onveilige situatie ontstond. Hier is actie op ondernomen en de bomen zijn op de gewenste hoogte teruggesnoeid.

Stadsbrede actie 5. Schouw: Deze actie is niet uitgevoerd. Er was geen aanleiding en behoefte bij de ondernemers om proactief de looproute te bepalen in het gebied. Gezien de ligging en situering van de winkelstraat spreekt dit voor zich.

4.4 Marsmanplein

Marsmanplein actie 2. Pro-actief op zoek gaan naar een gepaste invulling van leeg staande pand(en): Deze actie is niet meer actueel. Op dit moment zijn er geen leegstaande winkelpanden daardoor is het verkennen van de haalbaarheid en wenselijkheid uitbreiding van horeca en actief op zoek gaan naar een gepaste invulling van leegstaande panden niet aan de orde. Het Italiaanse restaurant Peper & Zout gelegen aan het Marsmanplein is in het vierde kwartaal van 2020 afgebrand. Er is hard gewerkt aan de wederopbouw van het restaurant en is gelukkig weer heropend.

Marsmanplein actie 3. Passende organisatievorm verkennen voor de toekomst, zoals een BIZ:

Deze actie is uitgevoerd. Tijdens het overleg met de winkeliersvereniging op 2 juli 2021 is de uitvoering van het actieplan geagendeerd en besproken. Er is bij de ondernemersvereniging verkend of er behoefte is aan een andere, misschien betere passende, organisatievorm voor de toekomst, zoals bijvoorbeeld een BIZ. Hier blijkt geen behoefte aan te zijn, zo goed als alle ondernemers zijn aangesloten bij de winkeliersvereniging er zijn weinig free-riders in het winkelgebied.



Foto medewerker Albert Heijn



heropening parkeergarage



Marsmanplein actie 5. Heropening parkeergarage zo breed mogelijk communiceren; als kans aangrijpen om weer aandacht op het plein te vestigen: Deze actie is uitgevoerd. Vrijdag 17 en zaterdag 18 september 2021 stonden in het teken van de feestelijke heropening van de parkeergarage Marsmanplein. Er zijn 30 abri's met daarin aankondiging heropening van de parkeergarage in Haarlem opgehangen. Er is een online campagne gevoerd zie de link:

<https://marsmanplein.nl/grand-heropening-marsmanplein/>

<https://www.facebook.com/WinkelcentrumMarsmanplein>. Hiermee is volop aandacht besteed aan de heropening parkeergarage op het Marsmanplein. Ook heeft Han Bouwens (franchisenemer) AH in 2020 aandacht besteed aan de parkeergarage d.m.v. het plaatsen van een advertentie in de lokale media, zie hierboven.

Marsmanplein actie 6. Continuering integrale aanpak veiligheid en SVO:

Deze actie is uitgevoerd. In het winkelgebied Marsmanplein wordt er samengewerkt met verschillende partners zoals de politie, brandweer, ondernemersvereniging en de gemeente via het Samen Veilig Ondernemen traject. Deze samenwerking loopt en wordt gecontinueerd. Op het Marsmanplein is er sprake van jongerenoverlast. Er is daarom besloten om camera's op te hangen.

Marsmanplein actie 9. Inventariseren beschikbare toiletten op het Marsmanplein en aanmelden op de Hoge Nood app:

Deze actie is uitgevoerd. Er is een inventarisatie gehouden onder de ondernemers voor beschikbare toiletten op het Marsmanplein. De ondernemers hebben aangegeven dat er toiletten bij AH, Plus en Peper en zout beschikbaar zijn voor hoge nood, maar dat er ook minder goede ervaringen zijn en daarom afzien van aanmelding op de Hoge Nood app.

4.5 Westergracht

Westergracht actie 2. 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: Deze actie is uitgevoerd. Om contact te houden met ondernemers, bewoners en wijkraden en hen goed te informeren over de huidige en toekomstige ontwikkelingen is er eind december 2020 een informatief animatiefilmpje over de ontwikkelingen in zone West gemaakt en verspreid onder ondernemers, bewoners en wijkraden.

Ook het gezamenlijk initiatief 'Beweegroute' dat op 28 mei 2021 in Zuid-West is georganiseerd, draagt bij aan de onderlinge contacten met ondernemers, bewoners en de wijkraad Houtvaartkwartier. Albert Heijn en ijsalon Garrone werken als partners hieraan mee.



Westergracht actie 3. Het toevoegen van functies (zoals horeca) om zo meer (verschillende) bezoekers te trekken en werkgelegenheid te creëren: Deze actie is uitgevoerd. Er is behoefte aan het toevoegen van functies zoals horeca om meer (verschillende) bezoekers te trekken en werkgelegenheid te creëren. Sinds begin 2021 is er een horecagelegenheid 'Cup and Cake' gevestigd aan de Ruyterweg waar voorheen de keurslager was gevestigd. Deze actie is eerder uitgevoerd dan gepland.

Westergracht actie 6. Idee vanuit Economische Visie Haarlem: Proeftuin voor toegepaste innovatie door middel van het invullen van tijdelijke leegstand door het faciliteren van pop-up initiatieven: Deze actie is uitgevoerd, maar het is een continu proces. Mede als gevolg van de veranderingen in het gebied worden pop-up initiatieven gefaciliteerd. Een mooi voorbeeld hiervan is Frankie Local. Eigenaar Michael Breek fietste eerst met zijn koffiebakfiets door de buurt, nu heeft hij zijn eigen plekje in buurtcentrum de Stookkamer aan de Stephensonstraat. Zijn koffie is als lekkerste beoordeeld door een echtpaar die in de coronatijd 42 coffee to go's uittestte. Het is een aanwinst voor de buurt en voorziet in een behoefte. Deze actie is eerder uitgevoerd dan gepland.



4.6 Zijlweg

Zijlweg actie 3. Er is op dit moment geen ondernemersvereniging, BIZ of een ander samenwerkingsverband in de Zijlweg. Behoeftte hieraan is wel uitgesproken . Samen onderzoeken of en hoe dit mogelijk te maken. Deze actie is gestart en uitgevoerd. Begin 2021 is hierover een constructief en informatief overleg geweest met het gebiedsteam, en zijn de mogelijkheden voor het opzetten van een samenwerkingsverband voorgelegd aan de contactpersonen van winkelgebied Zijlweg. Zij hebben aangegeven de mogelijkheden te overwegen en hierop terug te komen. Een samenwerkingsverband kan een positieve bijdrage leveren in de communicatie en bij de uitvoering van de acties uit het Actieplan Detailhandel en Horeca 2020 t/m 2022.

Daarnaast is er een inventarisatie gemaakt van de gemeentelijke projecten die binnen de looptijd van het Actieplan Detailhandel en Horeca 2020 t/m 2022 gaan spelen en betrekking hebben op winkelgebied Zijlweg. Deze inventarisatie is actief gedeeld met de contactpersonen van winkelgebied Zijlweg.

Stadsbrede actie 2. Profilering/sfeerverlichting: Deze actie is uitgevoerd. Ondanks het ontbreken van een samenwerkingsverband weten de ondernemers elkaar toch te vinden als het nodig is. De ondernemers organiseren gezamenlijk met elkaar de sfeerverlichting in het winkelgebied in het najaar en de winterperiode.



Foto Jurriaan Hoefsmit

Stadsbrede actie 4. Ondernemers zoeken aansluiting bij de buurtvereniging: Deze actie is uitgevoerd. Er zijn drie winkels van de Zijlweg aangesloten op platform HaarlemseWinkels.nl te weten; Monka Box, Appeltaart Imperium en Boetiek Laura Blagogee Couture.

4.7 Winkelgebieden in ontwikkeling

Centrum Schalkwijk en het Prinses Beatrixplein zijn meegenomen in het actieplan, beide worden herontwikkeld. Met het oog daarop is in een eerder stadium al een participatietraject doorlopen met ondernemers, vastgoedeigenaren en overige belanghebbenden. Zij hebben hun wensen voor het nieuw te ontwikkelen gebied kunnen inbrengen. In beide winkelgebieden liggen er kansen voor het vergroten van de digitale zichtbaarheid van fysieke winkels. Bovendien hechten de ondernemers van het Prinses Beatrixplein veel waarde aan het versterken van de samenwerking binnen het Keurmerk Veilig Ondernemen.

4.7.1 Centrum Schalkwijk

Eind 2020 is er de informatienota fase 2 ontwikkeling Centrum Schalkwijk naar de Commissie Ontwikkeling gestuurd. In 2021 is er gestart met het actualiseren van de Structuurvisie Schalkstad inclusief stedenbouwkundige visie en beeldkwaliteitsplan. De verwachting is dat dit in het tweede kwartaal 2022 wordt voorgelegd aan de gemeenteraad. De gefaseerde transformatie naar een multicultureel stadsdeelcentrum met een breed publiekstrekend aanbod van functies en voorzieningen wordt voortgezet. Er wordt/is ingezet op het:

- Kleiner en compacter maken van het winkelcentrum door het saneren van vierkante meters
- Winkelvloeroppervlakte;
- Ontwikkelen van woningen;
- Toevoegen van nieuwe functies, zoals budget supermarkt, bioscoop (is geopend) en horeca;
- Aantrekken van sociaal-maatschappelijke-voorzieningen waaraan lokaal behoefte is.

Prinses Beatrixplein

In 2020 en 2021 zijn er ruimtelijke onderzoeken uitgevoerd en is het concept stedenbouwkundig programma van eisen bestaande uit ontwikkelkaders en beleidsuitgangspunten opgesteld. De verwachting is dat in het eerste kwartaal 2022 het stedenbouwkundig programma wordt voorgelegd aan de gemeenteraad.

Vergroten online zichtbaarheid van fysieke winkels

De voorzitter van de ondernemersvereniging is bijgepraat over de ontwikkeling Koop Lokaal en hoe de ondernemers van het Prinses Beatrixplein zich kunnen aansluiten bij het platform HaarlemseWinkels.nl, om hiermee de online zichtbaarheid van het aanbod van de ondernemers aan het Prinses Beatrixplein te vergroten. Ook zijn er persberichten over dit onderwerp gedeeld met de voorzitter en de achterban. Door middel van het aanbrengen van seizoenbeplanting in de bestaande plantenbakken geven de ondernemers een impuls aan de aankleding- en verhogen hiermee de uitstraling van het winkelgebied.



Foto Rene Bos



Foto Jurriaan Hoefsmit

Dit is een uitgave van gemeente Haarlem,
[Kies datum]

Tekst: [Naam],
Fotografie: [Naam],
Ontwerp: [Naam],
Drukwerk: [Naam]

Postbus 511
2003 PB Haarlem
Tel. 14 023

haarlem.nl