

Consumenten doen hun aankopen op internet of in de grote stad. Als provinciestad moet je alle zeilen bijzetten de winkelstraten levend te houden. Hoogeveen, in 2011 nog 's lands beste middelgrote binnenstad, probeert het met een compact centrum en veel reuring.

**HOOGEVEEN PAKT STADSCENTRUM AAN**

ZOEK DE WOW-

Het loopt tegen enen op deze zonnige, maartse maandagmiddag. In de Hoogeveense Hoofdstraat, de belangrijkste winkelstraat van de Drentse gemeente, gaan rolluiken omhoog en deuren van het slot. Bij De Gezondheidswinkel hangt het personeel reclamevlaggen aan de luifel. Een nieuw winkelweek begint. De Hema en een handjevol winkels waren al een paar uur open, andere volgen nu, maar sommige, zoals Brownies & Downies en cadeauwinkel Be Nice, blijven dicht op maandag. 'True' zingt Spandau Ballet hartstochtelijk door de blikkerige luidsprekertjes langs de promenade.

De winkelstraat is, zo vlak na openingstijd, veel te breed voor de paar bezoekers. Het formaat is een erfenis uit het verleden, verklaart Gert Bolkesteijn, op wiens kaartje 'Gemeentelijk Initiator Binnenstad' staat. Vroeger was de Hoofdstraat een vaart waarover schepen het afgestoken veen vervoerden. De vaart werd lang geleden gedempt, maar het water is niet helemaal verdwenen. Twintig jaar geleden heeft de gemeente een watercascade aangelegd om de promenade een facelift te geven. 'Het langste waterkunstwerk van Europa', aldus Bolkesteijn. 'Daar kwamen ze van heinde en verre van met bussen naartoe', vanwege wat hij de 'wow-factor' noemt.

Inmiddels roept de betonnen waterbak die als een slang door de winkelstraat kronkelt al lang geen 'wow' meer op. 'Een heleboel mensen vinden de Hoofdstraat saai en een-

tonig', zegt de ambtenaar, terwijl hij door de lange winkelstraat beent en de plannen uitlegt. 'We willen hem opknippen in een aantal delen met elk een eigen sfeer. Hier komt het cultuurkwartier', wijst hij naar de ingang van het overdekte winkelcentrum Tamboerpassage, naast theater De Tamboer. Daarvoor gaan twee gebouwtjes plat. 'Dan krijg je een enorm plein waar je voorstellingen en popconcerten kunt organiseren.'

Tweehonderd meter verderop zijn bouwvakkers bezig met de fundamenteën voor een nieuw appartementencomplex in retrostijl, waar straks horeca in de plint komt. Voor de naastgelegen kerk komt een groot plein. 'Hier komen straks waterpartijen met spiegelvlakken die de wow-factor hebben', belooft Bolkesteijn, 'waar je ook selfie-foto's kunt maken: kijk eens hier, ik ben in Hoogeveen, het ziet er geweldig uit.'

BELEVING

Het sleutelwoord is 'beleving'. In het oude stadhuis geeft burgemeester Karel Loohuis, bijgestaan door Bolkesteijn, uitleg over de 'Actualisatie Ontwikkelingsvisie Stadscentrum'. De eerste ontwikkelingsvisie dateert van 2008, toen de gemeente ook al eens besloot het winkelhart een injectie te geven. In 2006, zo schetsen de twee, bleven bezoekers weg, waren winkelomzetten laag en was de leegstand een akelige 23 procent. Tot overmaat



van ramp lagen ondernemers met elkaar in de clinch. Bolkestein: 'Dat is heel lastig: als je als gemeente van alles wil met de binnenstad, maar je moet met de individuele ondernemers communiceren.' Als eerste wist de gemeente de ruziënde ondernemers weer bij elkaar te brengen. Ze zette de Stichting Centrummanagement op (zie kader BIZ-belasting); er kwamen evenementen en het lukte de gemeente landelijke winkelketens te trekken. Ze investeerde 20 miljoen euro in het stadscentrum, wat een veelvoud aan particuliere investeringen losmaakte. In 2011 sleepte Hoogeveen in de categorie middelgrote steden zelfs de titel beste binnenstad van Nederland in de wacht. Maar ja, de ►

De gemeente poetst kale asfaltvlaktes weg met woningbouw

STOKPAARDJESRACE

Deelnemers aan een ludieke
hardlooppwedstrijd door de
Hoogeveense Hoofdstraat.

FACTOR



BIZ-BELASTING ALS AANJAGER

Een belangrijke stap om de Hoogeveense binnenstad nieuw leven in te blazen was het heffen van BIZ-belasting. Of beter gezegd: de 400 ondernemers in de binnenstad (waaronder 250 winkels en horecazaken) overtuigen van het belang van deze vrijwillige belasting. Hoogeveen was in 2009 de eerste gemeente die de BIZ-belasting (Bedrijven-InvesteringsZones) invoerde, vertelt Kees Raven trots. De gepensioneerde ondernemer heeft zich laten strikken als voorzitter van de Stichting Centrummanagement, om ondernemers te mobiliseren en de verbinding met het gemeentehuis te leggen. Het is de van oorsprong Haagse ondernemer, die zijn verhaal begeistert en doorspekt van anekdotes vertelt, wel toevertrouwd. 'Je moet me maar onderbreken als ik te veel vertel', zegt hij op zijn thuishkantoor in een Hoogeveense buitenwijk met vrijstaande woningen.

'Niemand wist hoe die BIZ werkte. Minstens de helft van de ondernemers moest een stem uitbrengen, tweederde moest vóór zijn', blikt hij terug. Raven zette de voorstanders onder de Hoogeveense binnenstadondernemers in om stemmen te werven en ging zelf een paar grote bedrijven (waaronder banken) langs. 'Ik zei: jullie werknemers werken hier. Die gun je toch ook een leuke plaats.' Als tweederde eenmaal vóór heeft gestemd, dan zijn alle ondernemers verplicht bij te dragen. De BIZ-belasting geldt in beginsel voor de exploitanten, niet voor de eigenaren van de panden. 'Alleen, de gemeente is slim geweest', zegt Raven. 'Die heeft een verordening opgesteld dat als de winkel leegstaat, de eigenaar moet betalen.' De opbrengst van de BIZ-belasting keert de gemeente uit aan de Stichting Centrummanagement, jaarlijks 300.000 euro per jaar. Deze stichting, waarin naast de centrumondernemers ook cultuurbedrijven, de warenmarkt en een aantal eigenaren zitten, zet het geld in om een centrummanager te betalen en om extra dingen te doen in de openbare ruimte.

‘Hier komen waterpartijen waar je selfies kunt maken’

economische crisis sloeg ook in Drenthe toe. De consument hield de hand op de knip of zocht zijn heil op internet. ‘Toen zag je de klad erin komen’, blikt Loohuis terug. ‘Groeit van de leegstand, de wil om te investeren was minder, bezoekersaantallen liepen terug. Dat heeft ons wakker geschud: we moeten hier iets aan doen.’ En dus ligt er nu een nieuwe visie voor het stadscentrum. Hoogeveen heeft 12 miljoen euro uitgetrokken om de visie werkelijkheid te maken. De Hoofdstraat gaat komende jaren op de schop, er worden pleinen gemaakt, bij de schouwburg komt een bibliotheek, muziekschool en poppodium. En er ligt een plan – de raad moet het nog goedkeuren – om bij het theater voor 15 tot 20 miljoen euro Science Drenthe te bouwen: ‘Een museale instelling die vooral is gericht op techniek’, aldus Loohuis. ‘Je kunt het een beetje met Nemo in Amsterdam vergelijken.’

‘Er zullen veel jonge gezinnen op af komen’, aldus een optimistische Loohuis. ‘Die komen vervolgens naar buiten en denken: we kunnen ook wel even boodschappen doen, wat drinken of een hapje eten.’ De hedendaagse consument zoekt niet meer doelgericht een winkel op, maar bezoekt een halve of hele dag een stad waar iets te beleven valt en met een compleet winkelaanbod en terrassen.

TE VEEL WINKELS

Lege winkels passen daar niet in. Die zijn er nog steeds, omdat er gewoonweg te veel winkeloppervlak is, constateert de ontwikkelingsvisie. Van de grofweg 65.000 vierkante meter moet daarom aan de rand van het winkelcentrum 10.000 vierkante meter verdwijnen. Het is een veelgehoorde les voor middelgrote gemeenten: het stadscentrum moet compacter. Dat is gemakkelijker gezegd dan gedaan.

‘Kijk,’ verduidelijkt Bolkesteijn, ‘die geactualiseerde visie is samen met ondernemers, vastgoedeigenaren en alle betrokkenen in het stadscentrum opgesteld. Iedereen is het erover eens dat het stadscentrum compacter moet, want iedereen wil een vitaal, toekomstbestendig stadscentrum. Alleen, op het moment dat je daadwerkelijk tot uitvoering overgaat, is er een aantal dat zegt: ik zit hier lekker, laat mij hier nog maar een paar jaar zitten, dan ga ik met pensioen.’

De gemeente heeft twee opties, legt Loohuis uit: winkels laten uitsterven of met een financiële regeling verplaatsen. Ondernemers die geen opvolging hebben en binnen drie of vier jaar stoppen? Laat ze rustig zitten, zegt hij: ‘Je moet het niet willen forceren.’ Willen winkels met een langere toekomst aan de rand blijven zitten? Dan is het zaak hen te verleiden hun pand te verruilen voor een pand in het centrum. Daarvoor kunnen winkeliers een verhuispremie krijgen en eigenaren compensatie, omdat een woonpand minder waard is dan een winkelpand.

ONZICHTBARE FONTEINTJES

Het winkelcentrum compacter maken is trouwens niet het enige actiepunt uit de ontwikkelingsvisie. Zo moet het parkeren gastvrij. De talloze overmaatse parkeerplaatsen rond de Hoogstraat bieden een droevige aanblik. ‘Het zijn kale vlaktes waar je je auto parkeert. Daar zit geen beleving aan’, geeft de burgemeester toe. ‘Heel efficiënt, en ooit één van de krachten om beste binnenstad te worden. Maar het aspect beleving hebben we toen nog niet verwerkt en dat zou wel moeten.’

Inmiddels is de gemeente Hoogeveen druk bezig die kale asfaltvlaktes weg te poetsen met woningbouw. De bouwvergunningen voor appartementencomplexen en eengezinswoningen zijn afgegeven. In een van de parkeerplaatsen is de verharding al weg; paaltjes die de kavels afbakenen zitten in de grond. De binnenstad verdichten

brengt sfeer en meer mensen om gebruik te maken van de voorzieningen, legt Bolkesteijn uit.

Voor parkeren kunnen bezoekers terecht in de onlangs opgeleverde parkeergarage De Kaap, waar 480 auto’s in passen. ‘Dat pand daar, met dat puntdakje,’ wijst Bolkesteijn naar de achterkant van een klein pandje aan de Hoofdstraat, ‘dat hebben we gekocht en gaan we nu slopen. Zo maken we een verbinding van de parkeergarage naar het centrum. Die maken we interessant door ‘s avonds meer verlichting aan te brengen, door meer groen of bijzondere bestrating.’

Bij de Schutstraat, die aan de zuidkant van de Hoofdstraat de grens van de promenade vormt, wijst Bolkesteijn naar de weg. ‘Die was vierbaans. Het was hier één grijze massa, alsof je op een circuit was.’ Kijk nu eens, gebaart hij. De vierbaansweg heeft plaatsgemaakt voor een twee banen met fietspaden. Vanwege de smallere rijbaan en de rotonde aan het begin van de straat matigen auto’s hun snelheid. Verder zijn de trottoirs bekleed met rode straatstenen, staan er fonteintjes en gaan binnenkort de ‘bedriegertjes’ weer aan: ‘onzichtbare’ fonteintjes die water met onregelmatige tussenpozen uit de grond spuiten, een groot succes bij kleine kinderen.

Als op de eerste mooie lentedag de kinderen door het water rennen leidt dat, voorspelt Bolkesteijn, gegarandeerd tot een vrolijke foto op de voorkant van het regionale dagblad. ●

‘GOOD FEELING’ IN HET CENTRUM

Op 5 april verwelkomt Hoogeveen een paar honderd internationale experts, bestuurders en winkeliers voor het congres *International City Retail Experience*. Het congres is de afsluiting van RetaiLink, een Europees project waarbij tien middelgrote Europese steden (waaronder Hoogeveen) vanaf 2015 werken aan innovatieve strategieën om de detailhandel nieuw leven in te blazen. ‘We willen laten zien dat je met Europa ook praktisch bezig kunt zijn’, zegt burgemeester Karel Loohuis van Hoogeveen, die hoopt dat het project uitmondt in een Europees investeringsprogramma voor middelgrote steden.

Staatssecretaris Keijzer (Economische Zaken) bezoekt het congres, evenals als de Britse wetenschapper Simon Quin en de Spaanse consulente Lluís Martínez-Ribes, die onder andere Coca Cola, Nestlé en Volkswagen heeft geadviseerd. Bolkesteijn: ‘Martínez-Ribes zegt: op het moment dat de consument een *good feeling* heeft – alles moet dan kloppen: er moet een mooie ruimte zijn, hij moet goed kunnen parkeren, hij moet goed bediend worden in de winkels – dan komt hij in de koopstand. En dan koopt hij in het centrum en niet via internet. Hij gunt de ondernemer de aankopen. Daar heeft hij handvatten voor aangeleverd: hoe krijg je die *good feeling* in het centrum? Dat is voor mij de crux van het project RetaiLink.’