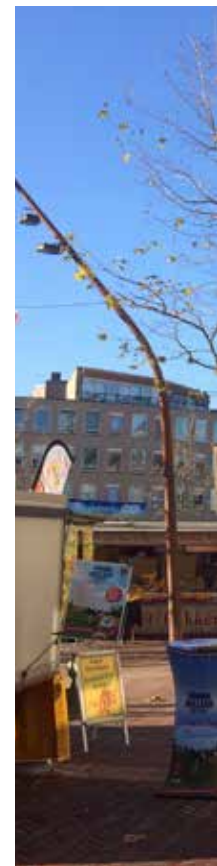




**Eduard Plate** is adviseur en centrummanager bij Extenzio.nl, expertisecentrum voor economie en ruimte. Hij studeerde economische geografie en marketing, werkte bij Wehkamp, Experian/Mosaic, Sanoma en was directeur van de AKO boekenwinkels, incl Schiphol, NS Stations en AKO.nl.

Samenwerking tussen gemeente, ondernemers in het centrum en vastgoed is cruciaal bij een succesvolle retailtransitie. Het gaat in Hardenberg nog een stapje verder, want ook het bedrijfsleven buiten de binnenstad zet zich in. Het leidt jaarlijks tot 80 evenementen en een actieve, gezamenlijke inzet naar een compact, aantrekkelijk centrum.

## Retailtransitie: zeven Hardenbergse succesfactoren



**H**et centrum van de stad Hardenberg heeft zich de laatste jaren sterk ontwikkeld. De basis is op orde en het centrum doet het op veel punten goed ten opzichte van vergelijkbare kernen. Wat is de DNA van de gemeente Hardenberg, dat 60.000 inwoners telt? In onze database zien we enkele dominante leefstijlen. Dat zijn provinciale gezinnen met kinderen (20,5%), gesettelde streekgezinnen (19,7%) en welgestelde gezinnen en empty-nesters (14,9%).

Een leefstijlprofiel dat wijst op lokale betrokkenheid, veel meer dan in grote steden het geval is. Dat is aantrekkelijk voor ondernemers, want hier kun je met je formule op inspelen. Gezelligheid speelt een belangrijke rol in het koopgedrag. De succeswinkels in Hardenberg, hoe ze ook gepositioneerd zijn, kenmerken zich allemaal door gezelligheid. De horeca wordt ook goed bezocht. In mijn werk als centrummanager merk ik dat men aan de ene kant behoudend is, maar aan de andere kant openstaat voor vernieuwing. Er is een brede betrokkenheid en een opvallende samenwerking.

### LEEGSTAND

De leegstand is wisselend, onder andere door tijdelijke winkels in grote panden. Er vestigen zich op dit moment een aantal nieuwe winkels in de Hardenbergse binnenstad. Bestaande ondernemers investeren. Het kan de aanloop zijn naar een geleidelijke daling in de leegstand, die begin 2016 6,28% was.

### ZEVEN HARDENBERGSE SUCCESFACTOREN

Wat zijn zeven belangrijke Hardenbergse succesfactoren?

#### SAMENWERKING

Het voordeel van Hardenberg is de betrokkenheid. Dat blijkt uit de snelle start van de BIZ (Bedrijven Investerings Zone) en een goed georganiseerde stichting centrummanagement. De wijze waarop het Actieplan centrum Hardenberg in 2015 tot stand kwam is bijzonder.

.....  
*Dé succesfactor is de mix  
van formules en zelfstandige  
ondernemers*

Er was een leegstandcommissie in het leven geroepen om leegstaande panden actief op te vullen. Al snel werd duidelijk dat een bredere aanpak nodig was met een door gemeente en ondernemers gedragen visie. Zo ontstond een grote groep betrokkenen, waar vanuit het college van B&W burgemeester Peter Snijders, samen de ondernemende wethouder Douwe Prinsse aanjagers waren.

Vastgoedpartijen, inclusief de Kroonenberg Groep slokten zich ook aan. Het leidde in 2015 tot het Actieplan centrum Hardenberg. De kern: in 2020 wil het centrum van



De Markt in Hardenberg

Hardenberg een plek zijn van winkelen, verrassen en langer verblijven. In het actieplan zijn 50 concrete acties en thema's opgenomen. "We combineren strategie en actie", zegt centrummanagement voorzitter Henk Schoemaker.

#### CENTRUMMANAGEMENT

De ongeveer 200 ondernemers in de binnenstad zijn verenigd in Stichting Centrummanagement Stad Hardenberg (SCSH). In 2012 werd de BIZ (Bedrijven Investerings Zone) van kracht. De werkzaamheden zijn binnen de stichting verdeeld over een aantal werkgroepen zoals promotie, centrum ontwikkeling en veiligheid. Belangrijk is de samenwerking met Stad Hardenberg Promotie, die evenementen in de stad organiseert, met aansluiting op de citymarketingcampagne 'De kracht van gewoon doen'. Op die manier is samenwerking ontstaan met andere bedrijven. Jaarlijks vinden nu 80 evenementen plaats. SCSH is nu een krachtig aanspreekpunt voor de gemeente.

#### BIZ

In oktober 2016 werd de BIZ met vijf jaar verlengd. Zo'n 78% van de ondernemers stemden voor. Opvallend was ook de steun bij de landelijke formules en de Kroonberg Groep, eigenaar van de in 2007 toegevoegde winkelpanden rond de Markt. "We willen hiermee het beleid van Hardenberg en centrummanagement steunen. Hardenberg maakt werk van een compact centrum en marketingprogramma", vat Dimphy van Vilsteren →



De Voorstraat



Nunc Mode Experience

#### DOMINANTE LEEFSTIJLEN HARDENBERG

	% Hardenberg	%NL	Index
Provinciale gezinnen met kinderen	20.5	6.5	317
Gesettelde streekgezinnen	19.7	9.6	205
Welgesteld gezin en empty nest	14.9	10.7	139

Bron: Extenzio/Cendris

#### LEEGSTAND HARDENBERG (WVO)

	% NL	% NL Hoofdwinkelgebieden	% Hardenberg
Januari 2014	7.29	9.77	8.11
Januari 2015	7.51	10.69	8.87
Januari 2016	7.72	11.50	6.28

Bron: Locatus



De Koffiepot, verkozen tot beste lunchroom van Nederland



Internetwinkel Travelbags opende zijn eerste fysieke winkel.

(Kroonenberg Groep) het samen. Met de BIZ werd ook centrummanagement voortgezet.

#### DETAILHANDELSTRUCTUURVISIE

Momenteel wordt de laatste hand gelegd aan een nieuwe detailhandelstructuurvisie. Hierin wordt het beleid naar een compacte binnenstad vastgelegd. Inclusief parkeren, bereikbaarheid en transitie. Maar ook naar een aantrekkelijke binnenstad, met een belangrijke rol voor bijvoorbeeld aanloopstraten.

#### RETAILTRANSITIE

Er werd werk gemaakt van transitie. Zo lukte het in 2015 om aan het Oosteinde, aan de buitenzijde van het centrum, 1500 vierkante meter detailhandel uit de markt te nemen. In 2017 komen er hier 35 appartementen voor terug.

De binnenstad is als woongebied of vestigingsplaats voor start-ups populair. De komende jaren zullen bijvoorbeeld nog eens 250 nieuwe woningen aan het centrum worden toegevoegd. Binnenstedelijk wonen aan de Overijsselse Vecht, met winkels en horeca om de hoek is

#### DRIE AANDACHTSPUNTEN:

**Zondagopening:** Hardenberg is een belangrijke toeristische trekpleister, maar bijvoorbeeld ook met de feestdagen wordt de zondag belangrijker. Als dé stad in een gemeente met 60.000 inwoners is zondagopening een open discussie waard.

**Evenementen:** Stel vast welke evenementen zich lenen om te verlengen in de winkels. Het vergroot het succes van de evenementen, de omzet van de winkels en de klanttevredenheid.

**Positionering:** Zet in op een positionering als complete stad, met onderscheidende winkels en aansprekende straatprofielen. Toerisme en ligging aan de Vecht kunnen krenten in de pap zijn, goede online aanwezigheid is een must.

kansrijk. Het is tegelijk een impuls voor de horeca en de winkels.

Een ander transitievoorbeeld is de omvorming van een winkelstrook aan de zeer goed bereikbare Europaweg naar een stop&shopzone. Hiervoor won SCSH onlangs de eerste prijs van de vakjury van Rabobank Vaart en Vechtstreek.

#### STRAATPROFIELEN

Voor het aantrekken van ondernemers en stimuleren van leegstand is duidelijkheid over de kansen van je straat belangrijk. Of het nu kernwinkelgebied is of een aanloopstraat. Daarom zullen straatprofielen gemaakt gaan worden die aansluiten op het karakter en mogelijkheden van elke straat. Dit maakt de binnenstad ook aantrekkelijker voor consumenten.

#### LOCAL HEROES

Dé succesfactor van Hardenberg is de mix van formules en zelfstandige ondernemers. Een paar voorbeelden. Travelbags, een belangrijke internetwinkel uit Hardenberg, opende zijn eerste winkel in de Fortuinstraat. Nunc Mode aan het Oosteinde won de Dutch Retail Experience Award. Iets verderop is de lunchroom de Koffiepot door RTL-kijkers gekozen tot beste lunchroom van Nederland. Brasserie Marktzicht aan de Markt en restaurant Bij Ons, aan de Pieterpadroute in de gezellige Voorstraat investeerden flink. Martin Menswear en Prins Sport zijn een begrip. Recent is Culilien gestart. Eigenaresse Nienke Kelder werkte jaren bij het befaamde restaurant De Kas in Amsterdam. Ze is gespecialiseerd in streekgerechten. Die mix geeft de Hardenbergse binnenstad onderscheidende waarde. Het een leuke stad om te ondernemen en om te bezoeken. ←