

Werkplan Binnenstad Assen Deel B: Agenda 2019



Gemeente Assen



**VAART
IN ASSEN**
voor de binnenstad

Versie 19 september 2018

Inhoudsopgave

COLOFON	3
ALGEMEEN	4
WERKWIJZE	4
LEESWIJZER	4
Hoofdstuk 1. Zes Themalijnen	5
Themalijn A. Compact en Compleet	5
Themalijn B. Prettig en Comfortabel	8
Themalijn C. De bereikbare binnenstad	10
Themalijn D. Historisch en Cultureel Actief	13
Themalijn E. Gastvrij, Collectief en Ondernemend	15
Themalijn F. De Goed Bekende Binnenstad	17
Hoofdstuk 2. Jongeren	18

COLOFON

Dit document is gemaakt in opdracht van de gemeente Assen en stichting *Vaart in Assen*. Het is tot stand gekomen in samenwerking met diverse afdelingen van de gemeente Assen, het bestuur van *Vaart in Assen* (waarin vertegenwoordigd de vereniging MKB Retail, de Stichting Gilde Bart, het Platform Cultureel Hart Assen, de afdeling Assen van Koninklijke Horeca Nederland en de Vereniging van Vastgoedeigenaren Assen Centrum) en *de Laar* voor strategische ontwikkeling, die de kwartiermaker leverde.

In 2017 stelden gemeente en binnenstadondernemers een binnenstadvisie op die als doel heeft de economische kracht en aantrekkelijkheid van de Binnenstad van Assen te verbeteren. Dit verbeterproces is gebaat bij een nauwe (publiek-private) samenwerking tussen de gemeente en de binnenstadondernemers. In de binnenstadvisie werd de aanzet gegeven voor een professionalisering van de private samenwerking van de ondernemers, en vertaald in een opdracht voor een kwartiermakerfase om deze samenwerking op te zetten.

De Laar voor strategische ontwikkeling begeleidde de totstandkoming van deze samenwerkings- en uitvoeringsorganisatie voor vijf belangenorganisaties in de binnenstad van Assen. Deze vijf: Cultureel Hart Assen, Gilde Bart, Koninklijke Horeca Nederland afdeling Assen, MKB Retail en de Vereniging vastgoedeigenaren Assen Centrum (VVAC) werden op 7 februari 2018 verbonden in de stichting *Vaart in Assen*.

De logische vervolgstap is een gezamenlijk werkplan voor de binnenstad waarin wordt vastgelegd hoe de gemeente en *Vaart in Assen* samenwerken, concreet gemaakt in een actieplan voor de eerste fase (deels 2018 en geheel 2019). De kwartiermaker stelde het werkplan *Binnenstad Assen 2018 – 2019* op in nauwe samenwerking met bovengenoemde organisaties. Het vormt de eerste grondslag voor de samenwerking met als doel de binnenstad van Assen in gezamenlijkheid verder te ontwikkelen, zodat die aantrekkelijker wordt voor bewoners en bezoekers. Sommige besluiten en acties zijn van de gemeente, andere van *Vaart in Assen*, in dit plan worden ze op elkaar afgestemd. Dit werkplan is de uitkomst van een nauwe samenwerking tussen de gemeente Assen en de ondernemers, die zich allen willen inzetten om samen dit doel te bereiken.

Martin Bosch, kwartiermaker Binnenstad,
Assen, september 2018.

Project: Kwartiermaken Binnenstadorganisatie Assen
Opdrachtgever: Regiegroep Binnenstad Assen
kwartiermaker: Martin Bosch

de Laar voor strategische ontwikkeling
Kaardebol 8
9413 DT Beilen
Telefoon 06 – 143 88 221
martin.bosch@delaar.com
www.delaar.com



ALGEMEEN

Basis voor het *Werkplan Binnenstad Assen 2018-2019* is de samenwerking tussen de gemeente Assen en de stichting *Vaart in Assen* zoals verwoord in de binnenstadvisie. Deze samenwerking vindt plaats binnen de context van het Binnenstadakkoord en het binnenstadconvenant die *Vaart in Assen*, de gemeente en de vijf belangenorganisaties uit de binnenstad op 7 februari 2018 ondertekenden. Met dit werkplan willen gemeente en *Vaart in Assen* inzetten op de in deze afspraken gestelde doelen:

Doelen binnenstadakkoord:

1. Partijen stellen zich als algemeen doel dat Assen weer beschikt over een economische krachtige en aantrekkelijke binnenstad;
2. Partijen onderkennen en bevestigen de ambities die zijn opgenomen in de Visie, te weten:
 - A** meer werkgelegenheid in de binnenstad (van 3.800 naar 5.000 arbeidsplaatsen);
 - A** meer bedrijven in de binnenstad (van 430 naar 500 bedrijven);
 - A** terugdringen van de leegstand in de binnenstad tot onder het landelijke niveau (*Landelijk in binnensteden is leegstand 7,8%. In de binnenstad van Assen is dat 21,9%; bron: Locatus*).
 - A** hogere waardering voor de binnenstad (minimaal een waarderingscijfer 7,5);
3. Partijen maken zich sterk, ieder afzonderlijk en in onderlinge samenwerking dan wel in samenwerking met derden, om de subdoelen te bereiken die geformuleerd zijn in de Visie onder de 6 themalijnen:
 - O** de compacte en complete binnenstad;
 - A** de prettige en comfortabele binnenstad;
 - S** de bereikbare binnenstad;
 - S** de historische, culturele en actieve binnenstad;
 - E** de gastvrije, ondernemende en collectief samenwerkende binnenstad;
 - N** de goed bekende binnenstad;
4. Bovenstaande inspanningen dienen tot uiting te komen in een notering van Assen in de top 25 van Nederlandse binnensteden met een regionale aantrekkingskracht (2021);

Partijen wensen met dit akkoord een (hoofd)doelstelling te bevestigen en willen bij nadere regelingen invulling geven aan bovengenoemde doelen (zie art. 4 – 7).

WERKWIJZE

Het hart van het werk van Vaart in Assen wordt gevormd door de binnenstadvisie en het daarop volgende investeringsplan voor de binnenstad “Versterken, Vernieuwen, Verkleuren”. Waar de gemeente vanuit wettelijke taken de regie op dit plan heeft, pakt *Vaart in Assen* een uitvoerende rol tussen de ondernemers, stimuleert samenwerking en adviseert van daaruit de ambtelijke organisatie en het gemeentebestuur. In de binnenstadvisie zijn zes themalijnen beschreven, met een veelheid aan acties en aandachtsgebieden. Het bestuur van *Vaart in Assen* en het college van B&W hebben een prioritering in deze punten aangebracht die is uitgewerkt in dit plan. De gemeente Assen heeft in lijn met genoemde binnenstadvisie ook (met naast de gemeente bijdragen ook input van provincie en ondernemers) een binnenstadfonds in het leven geroepen. Dit werkplan vloeit logisch voort uit deze eerdere documenten en is daarvan een verfijning en actualisatie, en boven alles een operationalisering.

LEESWIJZER

Dit is deel B van het werkplan binnenstad Assen. Deel A beschrijft de organisatie van *Vaart in Assen*, deel B is het jaarlijks actieplan gebaseerd op de zes Themalijnen uit de Binnenstadvisie. Het jaarplan wordt elk jaar geactualiseerd. Prioriteiten en concrete resultaten zijn per themalijn in de **Acties 2019** telkens in **vet rood** aangegeven.

Hoofdstuk 1. Zes Themalijnen

De zes themalijnen A–F in de binnenstadvisie zijn de hoofdrichtingen waarin *Vaart in Assen* en de gemeente Assen in gezamenlijkheid de binnenstad van Assen van impulsen willen voorzien. Ze passen in de investeringsambitie van de provincie en de gemeente onder het motto “Versterken, Vernieuwen, Verkleuren”. Elke Themalijn kent een ThemaTafel. Deze ThemaTafel geeft ondernemers de mogelijkheid om ideeën met elkaar te delen en praktijkkennis en -ervaring in te brengen voor de acties van *Vaart in Assen* en bij beleidsplannen van de gemeente (co-creatie).

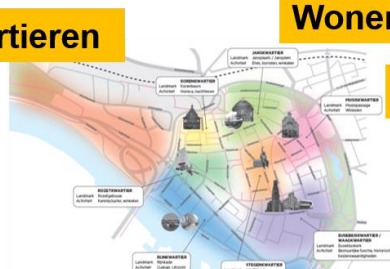
Themalijn A. Compact en Compleet

Programma en functies, samenhang, sfeer van de bebouwing



Detailhandelsvisie

Kwartieren



Wonen in de binnenstad

Bestemmingsplan

Transformatie

Horecanota



Beeldkwaliteit



Aanpak leegstand



Acquisitie van huurders: van vissen naar jagen

De binnenstad wordt op zich niet kleiner, maar wel anders. Vanuit topprioriteit Koopmansplein als kloppend hart voor de binnenstad en het kernwinkelgebied als zwaartepunt voor de retail en horeca is de publiek-private ambitie om een samenhangende binnenstad zonder leegstand te realiseren. In deze themalijn zetten gemeente en *Vaart in Assen* in op functiewijzigingen, het concentreren van retail in het kernwinkelgebied en op meer en divers wonen in de binnenstad.

Het bestaande ruimtelijk kader voor de binnenstad is niet geschikt om te sturen op de concrete, ruimtelijke veranderingen die genoemd zijn in de Binnenstadvisie. Voor de gewenste aanpassing van het bestemmingsplan om de nieuwe ontwikkelingen te faciliteren, gaat de gemeente het ruimtelijk kader aanscherpen. De Strategienota Binnenstad is een eerste aanzet voor een nieuw bestemmingsplan en biedt een concreet toetsingskader voor nieuwe ontwikkelingen in de binnenstad.

Voor de ontwikkeling van het kernwinkelgebied benoemen we het Koopmansplein als topprioriteit en willen van daaruit de rest van het kernwinkelgebied aanpakken. De straten en “rondjes” van het kernwinkelgebied, die vanaf het kloppend hart van de binnenstad gelopen kunnen worden. De aanloopstraten daarbuiten zijn belangrijk als (andere) economische milieus, en als spannende aantrekkelijke verbinding tussen de parkeergarages en het kernwinkelgebied. Deze gebieden zullen dus verkleuren.

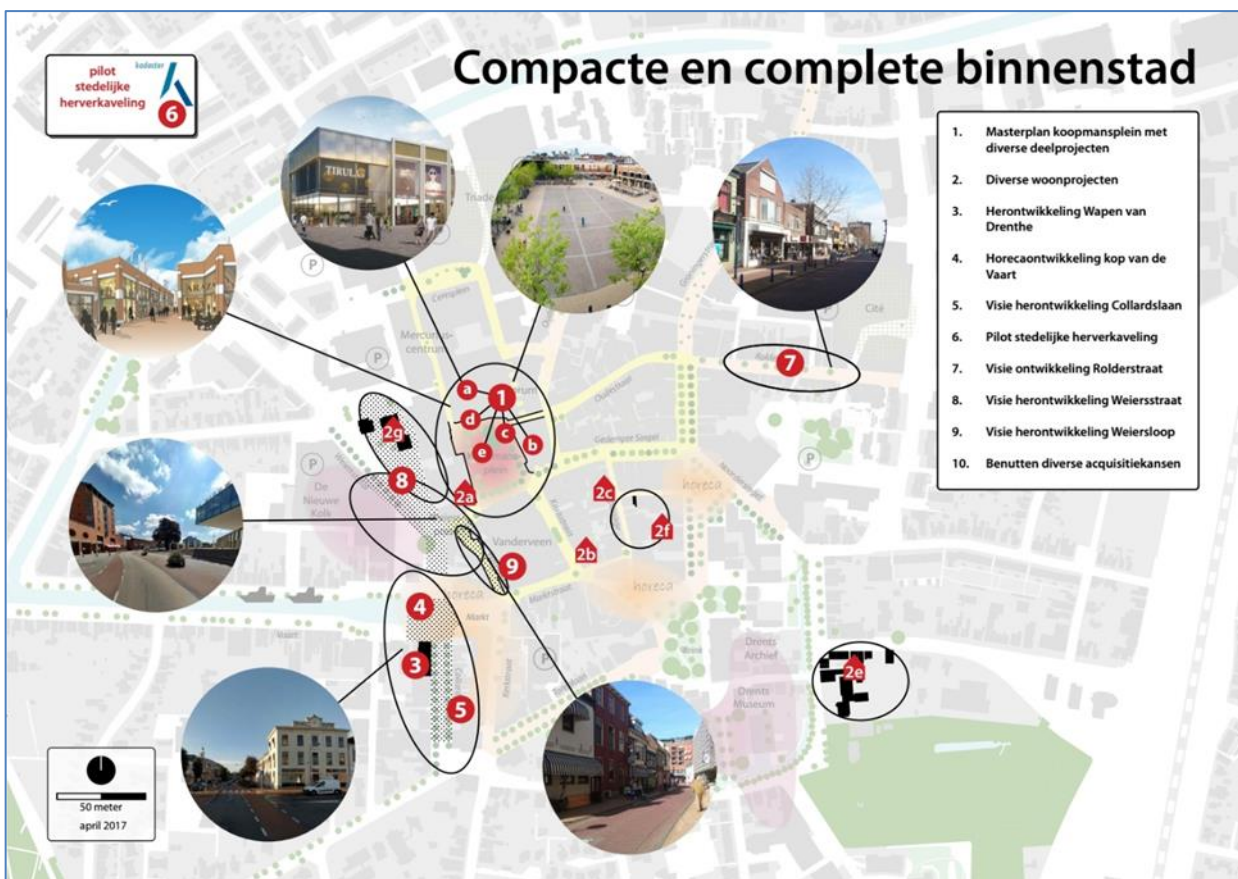
Kernpunten:

1. Overkoepelend masterplan Koopmansplein;
2. Ontwikkelen en inzetten van stimuleringsinstrumentarium gericht op het juiste bedrijf op de juiste plek (subsidie en daaraan gerelateerde werkwijzen);
3. Bestrijden en oplossen van leegstand, o.a. via de pilot stedelijke herverkaveling;
4. Benutten acquisitie kansen.

De leegstand wordt tegengegaan door de winkels in de binnenstad te concentreren in het kernwinkelgebied. Dit betekent dat de panden die buiten het toekomstige kernwinkelgebied liggen meer en meer een andere functie moeten krijgen. Denk aan woningen, ambacht of dienstverleners — dit gaat de leegstand tegen en genereert een andere kwaliteit die aanvullend is bij het kernwinkelgebied.

Belangrijke stap is om in het centrum wonen weer meer mogelijk te maken, naast alle centrumfuncties die er logischerwijs en traditioneel zijn gevestigd. Wonen brengt reuring, vult de leegstand, en de bewoners zijn gebruikers van de voorzieningen. Wonen zorgt ook s avonds voor leven op straat. Woningen kunnen ook in het kernwinkelgebied worden ingepast, op de verdieping. Buiten dit gebied kan ook transformatie naar volledige woonfuncties aan de orde zijn. Aandachtspunt is het voorkomen van onaanvaardbare overlast bij bewoners als gevolg van evenementen.

Waakzaamheid is geboden dat deze woonvormen kwaliteit hebben. Gemeente en *Vaart in Assen* werken nauw samen (publiek-privaat) om te stimuleren dat hier volwaardige woningen worden ontwikkeld die plek bieden aan betrokken binnenstadbewoners.



De verkleuring van de binnenstad is een topprioriteit. Initiatieven die in dit streven passen worden met een “ja mits” houding tegemoet getreden om ondernemers optimaal te stimuleren. Een lijst van initiatieven wordt periodiek in de regiegroep besproken en waar nodig van prioriteit voorzien.

Deze themalijn raakt aan de lijnen B en D, die inhoud geven aan de ambities voor het kernwinkelgebied. Zo moeten de transitie (stimuleringsbeleid) en acquisitie afgestemd zijn op de inhoudelijke doelen voor het programma en de gewenste optimale vulling van de panden in het kernwinkelgebied en de horeca-concentratiegebieden.

Acties 2019:

- De gemeente stelt samen met *Vaart in Assen* een **strategienota Binnenstad** op;
- We gaan het Koopmansplein op een kwalitatief hoogwaardige manier herontwikkelen. De doelstelling is dat het een aantrekkelijk gebied wordt waar bezoekers graag komen, dat gebruikt wordt voor een veelheid aan activiteiten (reuring) en zo het kloppend hart van de binnenstad wordt.
 - De gemeente Assen heeft “the lead” in de ontwikkeling, en legt de nieuwe openbare ruimte aan. Ondernemers brengen praktijkkennis in gericht op een goed ontworpen en functioneel plein. Eerste stap is een **ruimtelijke visie**.
 - Op korte termijn wordt rond kerst 2018 een **tijdelijke ijsbaan** (privaat initiatief ondersteund door de gemeente) georganiseerd. Dit is een eerste stap in de ambitie om samen invulling te geven aan de doelstelling het plein het kloppend hart voor de binnenstad te laten zijn;
 - *Vaart in Assen* stimuleert vastgoedeigenaars om in gezamenlijkheid en in samenhang met de ontwikkeling van het plein zelf hun eigendommen mee te ontwikkelen, gekoppeld aan attractieve gebruiksmogelijkheden (door andere ondernemers, huurders). Afspraken over de samenloop van publieke en private ontwikkeling krijgen een plek in de **ruimtelijke visie** (zie boven);
 - *Vaart in Assen* maakt zelf een **activiteitenprogramma** voor op het plein, met ondernemers vanuit de achterbannen die deze activiteiten willen ondernemen. De gemeente Assen houdt waar mogelijk rekening met deze wensen bij het ontwerp van het Koopmansplein, opdat het plein geschikt is om deze activiteiten op plaats te laten vinden.
- Stimuleringssubsidies vanuit het investeringsfonds worden adequaat ingevuld, zowel naar vertrek- als landingsplek. *Vaart in Assen* organiseert voor dit doel een “**adviesfunctie ondernemerskracht**” om te stimuleren dat de gemeente subsidies daar inzet waar ze een optimaal effect hebben. De gemeente maakt het **subsidie-instrument** in 2019 operationeel. Gemeente en *Vaart in Assen* trekken samen op om de subsidie dat praktische instrument te laten zijn dat voor ondernemers een impuls is om in de gewenste ontwikkeling mee te gaan;
- Tijdelijk gebruik van vastgoed: We acquireren een **tijdelijk beheerder** (externe partij) die:
 - leegstand op een frisse manier invult met **tijdelijke gebruikers** die voldoen aan criteria van openstelling, verzorgde uitstraling en participatie in de straat. Plek voor pilotstores om nieuwe ontwikkelingen in de etalage te zetten;
 - in de gebieden buiten het kernwinkelgebied alternatieve functies als ambacht, cultureel ondernemen etc. springplankfuncties biedt, en tegelijkertijd de verkleuring van die gebieden tot attractief milieu vorm geeft;
 - wonen boven winkels stimuleert;
 - stimuleert dat tijdelijke functies zich ontwikkelen tot volwassen economische initiatieven die een commerciële huur op kunnen brengen;
 - vanuit de contacten van *Vaart in Assen* en de accountmanagers van de gemeente wordt gericht naar deze tijdelijk beheerder doorverwezen;
 - we regelen een **publiek-private portefeuille** van nu leegstaande panden voor dit doel.
- De binnenstad van Assen doet mee aan de **pilot Stedelijke herverkaveling**;
- Gemeente en *Vaart in Assen* ontwikkelen een **wonen-boven-winkels-strategie** gericht op het realiseren van volwaardige woningen op de etage in de binnenstad, met kwaliteit;
- Met acquisitie¹ wordt gericht op **aanvullende en onderscheidende winkelformules** bij het bestaande aanbod. Te denken valt aan winkelier-eigenaars met eigen concepten, zoals bijvoorbeeld vintage

¹ In te vullen na gemeentelijke besluitvorming.

meubels, exotische etenswaren of delicatessen. Bij deze acquisitie houden we rekening met de komst van nieuwe bewoners in de binnenstad, en welk commercieel en cultureel aanbod aansluit bij de wensen van deze binnenstadsbewoners.

Themalijn B. Prettig en Comfortabel

Openbare ruimte: Sfeer, aankleding en 'serviceniveau'



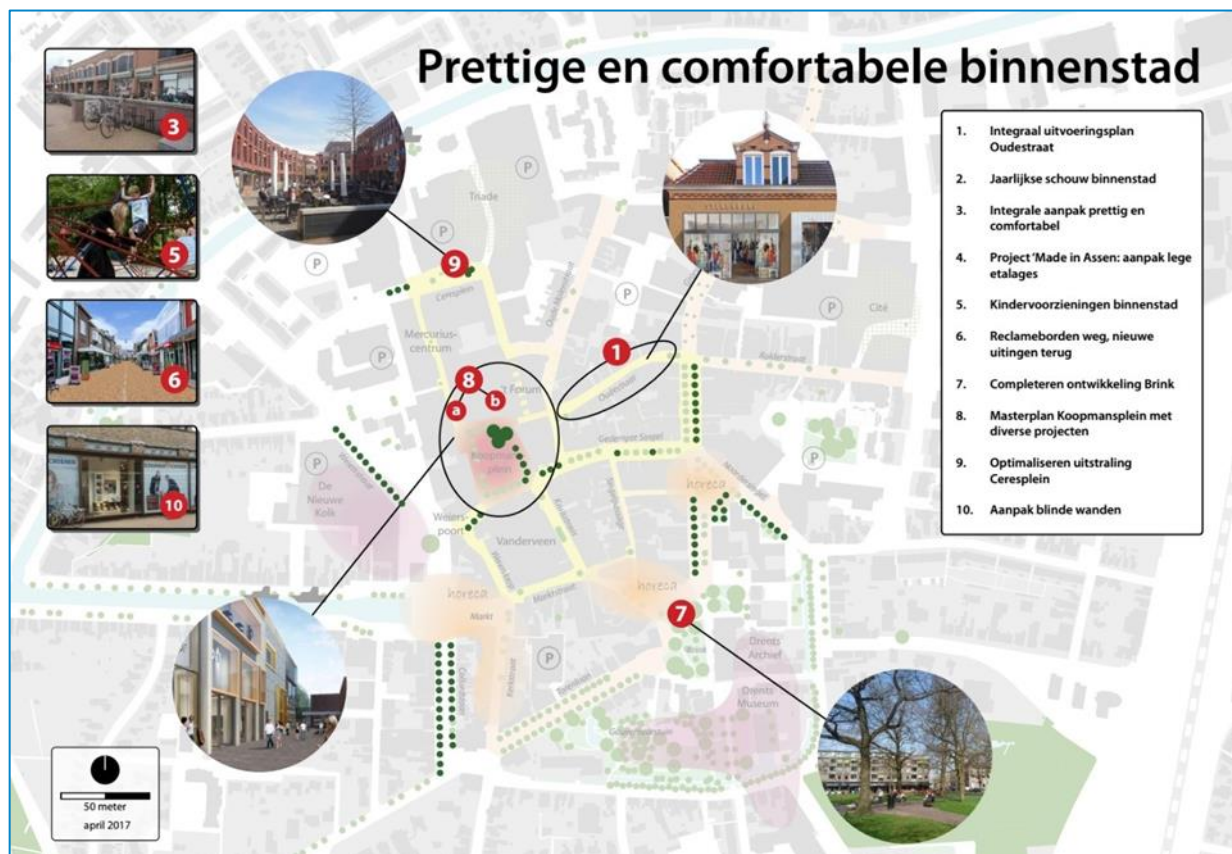
In de themalijn *Prettig en Comfortabel* willen gemeente en *Vaart in Assen* bijdragen aan een in de beleving van de bezoeker prettige openbare ruimte. Veiligheid op straat hoort daarbij en kan verbeterd worden door een nauwere samenwerking en afstemming tussen gemeente en binnenstadondernemers, op het gebied van veiligheid op straat, horeca en evenementen, maar ook door spelaanleidingen en stimulansen tot bewegen te realiseren. Dit kan geïntegreerd worden met kunst in de openbare ruimte. De beheerder van de openbare ruimte is de gemeente Assen, die de directe samenwerking met de ondernemers zoekt. De gemeente zet *Vaart in Assen* in om ondernemerskracht in te brengen, gericht op een betere afstemming tussen de straat en de aanliggende gebouwen en functies. Doel is om te regelen dat de openbare ruimte, het vastgoed en de daarin gevestigde functies positief bijdragen aan de beleving van de bezoeker, en andersom. Straten en pleinen worden de stimulerende en plezierige omgeving die de bezoekers aantrekt en ondernemingen in het gebied verbindt.

De gemeente ontwikkelt een visie op de openbare ruimte ("Leidraad"). Geen beleid, maar eerder een grote lijn van een totaalsfeer van het centrumgebied, inclusief een groenplan. Dit plan wordt uitgewerkt in een inspirerend en uitnodigend verhaal met een aantal referentiebeelden. Ook het zichtbaar maken van oude structuren in het ontwerp van de openbare ruimte is een mogelijkheid (zie Themalijn D). Op basis van deze leidraad kan maatwerk gemaakt worden per straat, gericht op de optimale aansluiting van het gebruik van openbare ruimte (plaveisel, straatmeubilair, groen) aan de functies (winkels of horeca, ambacht of wonen) en het vastgoed. In samenhang ontstaat het gewenste (jaarrond) totaalbeeld, dat in elk jaargetijde de binnenstad een aantrekkelijke uitstraling geeft. In de stad ontstaat zo een samenhangende sfeer "van steeg tot boulevard". We kiezen nadrukkelijk voor visie en niet voor beleid. Zo maken we tempo en maatwerk, gericht op de optimale koppeling tussen publieke en private ontwikkelingen.

De verbinding tussen het beheer van de openbare ruimte (door de gemeente) en het gebruik ervan (door bezoekers, ondernemers en binnenstadbewoners) wordt gestimuleerd in een jaarlijkse schouw van de openbare ruimte van de binnenstad.

Veiligheid op straat is een gezamenlijke verantwoordelijkheid van gemeente en ondernemers in de binnenstad. Gemeente en *Vaart in Assen* gaan nauwer samenwerken op zoek naar een praktische verdeling van verantwoordelijkheid die “werkt”.

We stimuleren ondernemers straat hun eigen vastgoed aan te pakken, de gemeente Assen volgt deze ontwikkelingen en investeert in de openbare ruimte daar waar deze private initiatieven van de grond komen (mee met de maatschappelijke druk, “publiek volgt privaat”).



Kernpunten:

1. Leidraad Openbare ruimte (inclusief groen);
2. Een concreet uitvoeringsplan prettig en comfortabel (inclusief kunst, groen en creativiteit);
3. Publiek-private samenwerking op het gebied van veiligheid;
4. Gebieden waar gewenste initiatieven in privaat vastgoed plaats vinden.

Om de prettige en comfortabele binnenstad vorm te geven is vervolgens een fasering nodig. Deze fasering start bij het Koopmansplein als hart van de binnenstad, dit plein komt hier dus terug als een prioriteit. De functionaliteit van het Koopmansplein met warme entrees van de op het plein gerichte straten is beschreven in Themalijn A.

Acties 2019:

Actief samenwerken in visietrajecten:

- De gemeente stelt een **leidraad openbare ruimte** op (grijs, groen en straatmeubilair) in de vorm van een “receptenboek” dat maatwerk en samenhang propageert;

- Gemeente en Vaart in Assen stellen een **publiek-privaat veiligheidsbeleid en bijbehorend uitvoeringsplan** op daarvan in samenwerking tussen bevoegd gezag en de (horeca)ondernemers in de binnenstad;
- vastgoedeigenaren per straat stimuleren hun vastgoed aantrekkelijk te maken, ook met inzet van de subsidieregelingen:
 - **Gevelrenovaties**, met bijdragen uit het gevelfonds;
 - Niet-oorspronkelijke **luifels van de gevels** af;
 - Gemeente pakt in die gebieden/straten simultaan **openbare ruimte** aan.
- Gemeente en Vaart in Assen voeren een dialoog met ondernemers over uitstallingen die recht doen aan voldoende uitstraling individueel, en collectief kwaliteit hebben. Identiek voor terrassen, hoe kun je met elkaar een mooi totaalbeeld maken (**een aantrekkelijk straatbeeld met winkel- en horeca-aanbod wel zichtbaar op straat**)? We richten ons eerder op samen aantrekkelijk maken dan op publiekrechtelijk afdwingen.
- de gemeente en Vaart in Assen zetten een gezamenlijk **groen uitvoeringsplan** op, waarbij in cofinanciering met ondernemers groen in het straatbeeld wordt gerealiseerd. Dit plan kent individuele keuzemogelijkheden voor deelnemende ondernemers.
- **jaarlijkse schouw** van de binnenstad organiseren met ondernemers en bewoners en gemeente. Oog voor begrip voor de respectievelijke posities van beheerder (gemeente) en gebruiker en het leggen van verbindingen tussen ieders belangen.

Themalijn C. De bereikbare binnenstad



Bereikbaarheid is een belangrijk en gevoelig onderwerp. Bereikbaarheid wordt in de ogen van de ondernemers met name beïnvloed door routeringen en (kosten van) parkeermogelijkheden. In Assen zijn beide in handen van de gemeente.

Assen beschikt over een buitengewoon goed en sluitend netwerk van parkeergarages en straat-parkeren. Bezoekers van de binnenstad van buiten Assen (de Assenaren kennen de wegen wel, de bezoekers minder) zijn gebaat bij een heldere routing van (met name) de snelweg naar het centrum toe en de

parkeergelegenheden aldaar. Nu ontbreken er schakels in het systeem en zijn de aanduidingen in de parkeerroute incompleet.

Ook voor voetgangers is een betere routeduiding gewenst, en kunnen routes vanaf station en parkeergarages naar de binnenstad beter gemarkeerd worden. We werken samen in het project “Wayfinding” om dit te verbeteren.

Tot slot kunnen teksten op borden verbeterd worden opdat ook bezoekers van buiten begrijpen wat bedoeld is (Voorbeeld: “De Collardslaan is afgesloten”, kan ik dan nog in het centrum komen? Bezoekers van buiten kennen de straatnamen meestal niet).

Ondernemers horen van hun klanten dat ze parkeren in Assen duur vinden. In het bestuursakkoord heeft Assen aangegeven de parkeertarieven te willen herijken. De gemeente betreft via *Vaart in Assen* het belang van de binnenstadondernemer in deze discussie. Uitgangspunt van *Vaart in Assen* is oriëntatie op de wensen en beleving van de bezoeker. Doel is om bij hen meer klanttevredenheid over het parkeren te realiseren. Denk aan een lager tarief op koopzondagen, of de mogelijkheid om korting te krijgen op de parkeerkosten bij bepaalde aankopen. En straat-parkeren beter aansluiten op nieuwe betaalmogelijkheden (Park mobiel etc.).

Een groot gedeelte van de bezoekers komt op de fiets. We maken onderscheid in drie soorten fietsverkeer in de binnenstad: doorgaande fietsers, kortdurend bezoek met de fiets en langdurig verblijf. Fiets-parkeren geschiedt bijna volledig op straat. Een betere regulering en fietsstallingen op logische en geëigende plekken kan het verblijfklimaat in de binnenstad positief beïnvloeden. De gemeente wil samen met *Vaart in Assen* keuzes maken hoe het fiets parkeren wordt gefaciliteerd (vanuit het oogpunt van de bezoeker) met oplossingen die tot een mooi en aantrekkelijk straatbeeld leiden. Dit is in het bijzonder voor de nieuwe inrichting van het Koopmansplein belangrijk, maar geldt ook voor andere delen van de binnenstad.

Het bestuursakkoord zet in op nieuwe bevoorradingsstrategieën. Doel is om de overlast van bevoorradingsverkeer te beperken. Daarnaast wil het college de verblijfkwaliteit op straat verbeteren door autoluwe zones in te stellen. Beide ingrepen moeten ook de luchtkwaliteit (fijnstof) verbeteren. We starten een discussie wat autoluw in deze context inhoudt en wat dit betekent voor het bereikbaarheidsprofiel van de binnenstad.



Gemeente en *Vaart in Assen* willen in het gebied rond de Rolderstraat een pilot starten om beide thema's in de praktijk te verkennen. De verkeersambities moeten op zo'n manier vorm gegeven worden dat de dagelijkse (bevoorradings)stromen die de ondernemers genereren door kunnen lopen.

Kernpunten:

1. Herijking parkeerbeleid;
2. Wayfinding;
3. Fietsen in de binnenstad.

Acties 2019:

- Een gezamenlijk onderzoek leidt tot een **aanpak parkeren** die dichter aansluit bij de wensen van de bezoekers van Assen;
 - Ervaringsdeskundigheid van ondernemers op gebied van parkeren in een ThemaTafel aftappen en integreren in plannen en acties. Dit inbrengen in gemeentelijke plannen. Uitgangspunt hier is een budget-neutrale gemeentelijke exploitatie van de parkeergarages;
 - **Participatiemodellen van ondernemers** in het (gemeentelijk) parkeeraanbod verkennen;
- Wayfinding project koppelen aan een verkenning onder voetgangers de **bewegwijzering** vanaf parkeergarages en station ervaren, en idem de interne bewegwijzering in het centrum (onderzoek door bijvoorbeeld Hanzehogeschool). Hoe gaat de gemeente deze aanbevelingen implementeren?
- Pilot Rolderstraat: de gemeente gaat in samenwerking met deze ondernemers plannen maken voor een **autoluwe Rolderstraat en nieuwe bevoorradingsmodellen**.

Themalijn D. Historisch en Cultureel Actief



De bestaande visie op kunst in de openbare ruimte wordt geactualiseerd en tot fris actieprogramma omgevormd. Een aantal prioriteiten (musea en andere dag-attracties – ook als slecht-weer faciliteiten, kunstwerken) maken zichtbaar welke kernwaarde de fysieke culturele elementen spelen in de openbare ruimte.

Een aantal jaren geleden is er een Masterplan “Kunst in de openbare ruimte” op- en vastgesteld. Dit masterplan wordt niet structureel uitgerold, maar af en toe wordt er een element uit naar voren gehaald. Daarbij moet meer prioriteit komen voor het noordelijk deel van de binnenstad, waar relatief weinig kunst en groen is vergeleken met de zuidelijke binnenstad. *Vaart in Assen* en de gemeente gaan dit plan afstoffen en bijpunten (niet opnieuw doen, maar actualiseren, het is immers een goed plan!), en als centraal uitgangspunt in deze themalijn hanteren.

Kernpunten:

1. Nieuwe arrangementen cultuur horeca en retail;
2. Kunst in de openbare ruimte;
3. Project historisch erfgoed zichtbaar maken.
4. Nieuwe dagattracties naar de binnenstad (bijvoorbeeld TT-museum);

Kunst en creativiteit in de openbare ruimte zijn een grote kans om de binnenstad levendig en aantrekkelijk te maken. De samenwerking tussen culturele en commerciële partners en gemeente biedt aanknopingspunten en kansen die nu meer dan ooit in beeld zijn en door de samenwerking van de partijen binnen *Vaart in Assen* beter in samenhang tot wasdom kunnen komen. Kunst in leegstaande panden ziet er snel uit als een noodoplossing en helpt niet altijd met het verbeteren van de sfeer en uitstraling in de stad. Kunst in de openbare ruimte kan dit echter wel doen. Met name het noordelijk deel van de binnenstad krijgt een accent omdat dit deel relatief weinig kunstwerken heeft. De locatie voor een nieuw kunstwerk op de Brink wordt heroverwogen.

Assen heeft een mooie en goede en succesvolle traditie om bij de grote tentoonstellingen van het Drents Museum via city-dressing de tentoonstelling zichtbaar te maken in de binnenstad. Terugkerend punt is het

gebrek aan financiële middelen voor de communicatiemiddelen (vlaggen, banieren, posters etc.). Met elkaar vinden we middelen om bij goede aanleidingen — zoals een tentoonstelling of een groot evenement — communicatiemiddelen aan alle ondernemers in de binnenstad aan te kunnen bieden (stelpost € 10.000 per keer).

Vanuit de binnenstad wordt grote waarde gehecht aan de vestiging van het TT-museum. Het zou een grote meerwaarde voor de binnenstad genereren, het zou bezoekers van het circuit naar de binnenstad te trekken, als culturele functie in de nabijheid van andere functies synergie opleveren, en als slechtweeraaccommodatie voor bezoekers van Assen en de regio Drenthe bezoekers stimuleren de binnenstad te bezoeken. *Vaart in Assen* wil de vestiging in de binnenstad graag stimuleren, bijvoorbeeld door vanuit vastgoed naar mogelijkheden te zoeken. Het gemeentebestuur neemt vooralsnog een neutrale positie in omdat financiering en locatie nog niet rond zijn.

Arrangementen hoeven in veel gevallen niet nieuw te zijn, maar herijken van bestaande arrangementen kunnen al een interessant aanbod genereren.

Assen is een stad uit de negentiende eeuw, maar dit is op dit moment niet zo goed zichtbaar. Langs De Vaart en in de stadsvilla's noord van het Asserbos is dit goed zichtbaar, maar ook in de binnenstad is kwaliteit te onderscheiden. Door deze historie zichtbaar te maken kan de binnenstad weer sfeer terug krijgen. Dit kan door informatieborden, maar bijvoorbeeld ook door een ontwerp van de openbare ruimte, waarbij oude structuren weer in het wegdek zichtbaar gemaakt worden.

Acties 2019:

- de gemeente herijkt samen met *Vaart in Assen* het **masterplan “Kunst in de openbare ruimte”**. Een actieplan met nadruk op het vinden van synergie tussen creativiteit op straat en commerciële kansen. Accent op noordelijke binnenstad;
- Gemeente en *Vaart in Assen* vinden **financiën voor city-dressing**. Bij elke grote tentoonstelling van het Drents Museum of een andere groot evenement is er een city dressing pakket beschikbaar, waarmee alle ondernemers deel kunnen nemen.;
- TT-museum stimuleren en opnemen in het reguliere aanbod van de binnenstad;
- *Vaart in Assen* organiseert ThemaTafels culturele arrangementen:
 - **Arrangementen** vanuit cultuur, horeca en retail;
 - **Gezamenlijke marketing** (uitingen, in elkaars locaties verspreiden, koppelverkoop);
- Project historisch erfgoed zichtbaar maken. We maken de historie en het **verhaal van Assen zichtbaar** voor bezoekers. Looproutes, informatievoorzieningen (fysiek, digitaal en in arrangementen) en historische verwijzingen in het ontwerp van de openbare ruimte ontwikkelen we in samenwerking met spelers als de historische vereniging en het regionaal archief.

Themalijs E. Gastvrij, Collectief en Ondernemend

Innovatief ondernemen, binnenstad = community, connectie met klant



Ambacht/maakbedrijven



Lokaal (digitaal) platform



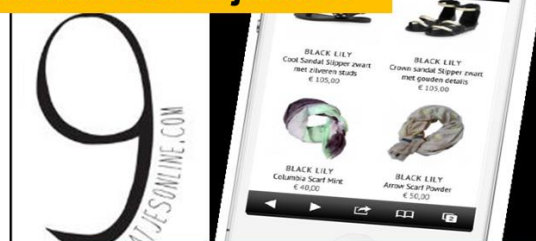
Winkelen in de toekomst



Of heeft iedereen 4G?



Samen één 'bijenkorf'



Hospitality en technologie

Evenementen en het evenementenportal zijn de belangrijkste elementen in deze lijn. Verder wil *Vaart in Assen* meer eenduidigheid op de openingstijden bereiken door een goed onderzoek naar rationele afwegingen achter openingstijden (omzet vs. openingstijd), opdat ondernemers op basis van zakelijk-economische afwegingen verleid worden gezamenlijke openingstijden te hanteren. Tot slot acties om de hospitality van de binnenstadondernemers positief te beïnvloeden.

Het uitgangspunt van deze themalijs is dat er in de binnenstad van Assen altijd wat te doen is, en bezoekers verleid worden de (hele) binnenstad te bezoeken. Dit past in de ambitie van de provincie Drenthe om het gebied te profileren als Vrijtijdsprovincie nummer 1 van Nederland met Assen als hoofdstad. Om dat te bewerkstelligen werken ondernemers samen met de gemeente en provincie en zorgen voor een totaalprogrammering met bijbehorende marketing en communicatie van het aanbod. Klantgerichtheid staat hier centraal, de programmering is voor de bezoeker logisch en leesbaar. Het woord programmering staat zowel voor het (permanente) aanbod van voorzieningen (winkels, horeca, leisure, cultuur, gebouwen en openbare ruimte) als het (tijdelijke) evenementenaanbod. Het evenementenportal gaat de evenementen coördineren.

Kernpunten:

1. Verkennen kansen binnenstad trends en ontwikkelingen;
2. Benutten kansen fabriekswinkels, webwinkels, ambachtseconomie, toeristische stromen, silver economy;
3. Openingstijden harmoniseren;
4. Super Sunday (in het verlengde van het bovengenoemde punt).

Zowel het verkennen als het benutten van kansen is een noodzaak. Meegaan in trends is immers belangrijk om 'up to date' te blijven. De verkenning levert een wensbeeld op. Dit beeld wordt bereikt via acquisitie, ondernemers verbinden en stimuleringsmaatregelen (subsidies).

Evenementen (zowel binnen als buiten het centrum) dragen bij aan een gastvrije en leuke binnenstad. Dit is effectief als er een heldere vernieuwende en stimulerende programmering is, afgestemd op de vraag van de bezoeker. Dit evenementenaanbod wordt bekend gemaakt via een adequaat marketing en communicatie-instrumentarium. Afstemming gaat verder dan de Assense en regionale kalender zelf. Activiteiten in de regio die gelijktijdig plaats vinden hebben bijvoorbeeld een effect op de bezoekersaantallen (minder) en de bezetting van hotelkamers (overvol). Een samenhangend voor de bezoeker aantrekkelijk aanbod inclusief faciliteiten is de norm.

Een voorbeeld waar aan gewerkt kan worden is een oplossing voor de diversiteit aan openingstijden van de winkels. Het is aantrekkelijker voor een bezoeker om naar de stad te komen als hij weet dat de winkels die hij wil bezoeken ook open zijn.

Voor al deze ambities is samenwerking essentieel. De gemeente Assen heeft een programma "Werken met Netwerken" dat we gaan inzetten om de samenwerking tussen gemeente en buitenwereld (en onderling) te versterken. In de vorm van werkateliers wordt "Werken met Netwerken" ingezet om de samenwerking tussen ondernemers en met de gemeente een impuls te geven.

Acties 2019:

- Vaart in Assen gaat het **Evenementenportal zichtbaar** maken;
- Vaart in Assen stelt samen met de gemeente de **Evenementenkalender** op in samenwerking met het netwerk van regionale en lokale organisaties die een rol spelen in de evenementenorganisatie en -marketing;
- Vaart in Assen doet **Onderzoek naar openingstijden** vs. bestedingen, koppelt de resultaten terug en doet een voorstel en verkent het draagvlak;
- Verkennen van **trends in beleving** in binnensteden (onderzoek, eventueel in samenhang met de economische ontwikkelingsstrategie – hoofdstuk 1), wie is actiehouders en wat is het resultaat??;
- "Werken met Netwerken" inzetten in de ThemaTafel Gastvrij, Collectief en Ondernemend;
- Vaart in Assen organiseert bijeenkomsten, werkbezoeken en cursussen over Hospitality zodat binnenstadondernemers een **gezamenlijk beeld van hospitality** ontwikkelen om de gastvrijheid van de binnenstad te vergroten.

Themalijn F. De Goed Bekende Binnenstad

Marketing: De 'verkoop' van al dat moois

Citymarketing vs Binnenstadsmarketing

Instrumenten

Positief communiceren

Assen?

"Assen is leeg en het parkeren duur"

Focus: wat zet je in de etalage

Dit is Assen!

3FM SERIOUS REQUEST

TTT FESTIVAL ASSEN

LONDON I amsterdam MADRID about you be min Berlin

ER GAAT NIETS BOVEN GRONINGEN

MAGISCH maastricht:

Assen

WINKELSTAD veenendaal.nl

SOCIAL MEDIA

Eindhoven

GOED DAT JE ER BENT

De marketing- en communicatiestrategie en -uitvoering ondersteunt de andere themalijnen.

De gemeente gaat een nieuwe marketingvisie voor de stad Assen opstellen, gekoppeld aan een acquisitieplan. De binnenstad van Assen is belangrijk in de totale positionering van Assen. Op basis van deze visie wordt een actieplan bepaald en onderzocht of met de bestaande actienemers in de stad dit uitgevoerd kan worden.

De gemeente zoekt een organisatie die dit op kan pakken. Dit kan *Vaart in Assen* zijn, maar de citymarketing kan ook elders ondergebracht worden. Hierover wordt besloten als het plan klaar is.

De binnenstadprioriteiten worden in de andere themalijnen bepaald, die volgen we hier. Om Assen goed te etaleren en bezoekers te verleiden naar Assen te komen wil het gemeentebestuur in overleg met *Vaart in Assen* en andere spelers een merkidentiteit ontwikkelen, de marketingstrategie herijken, en het hieruit komende actieplan uitvoeren. Een gedragen gemeenschappelijk doel moet hieraan ten grondslag liggen. De diverse kwaliteiten van Assen (TT-stad, winkelstad, hoofdstad van Drenthe, cultuurstad, ...) staan aan de basis van een marketingstrategie.

ThemaTafels — gekoppeld aan de diverse themalijnen — gaan een rol spelen om de gezamenlijkheid van onderaf te maken, gekoppeld aan realistische doelgroepen. De marketeer (uitvoeringsorganisatie) en ambassadeurs (achterban) leveren de bemensing waarmee de noodzakelijke gezamenlijkheid in de Marketing en Communicatie vorm krijgt.

Acties 2019:

- De gemeente Assen stelt een **marketingstrategie** voor Assen op in samenwerking met *Vaart in Assen*, *Ondernemend Assen* en andere stakeholders:
 - **Slogan** voor de stad bepalen, campagnestrategie opstellen (incl. free publicity);
 - Concreet **M&C werkplan** maken gebruik makend van de diverse initiatiefnemers in de stad. Ondernemers worden als ambassadeurs ingezet en daarvoor beloond;
 - Uitvoeringsorganisatie positioneren;
- *Vaart in Assen* gaat periodiek (5x p.j.) reguliere **binnenstadborrels** organiseren om samenwerking tussen de ondernemers te vergroten;
- **Activiteiten-communicatie** van *Vaart in Assen*.

Hoofdstuk 2. Jongeren

Tot slot ontbreekt het thema terugbrengen van de jeugd naar de binnenstad. Horeca gericht op jongeren heeft het moeilijk een positief verdienmodel te genereren. Andere complicatie is de verdeling van verantwoordelijkheden tussen bevoegd gezag (gemeente) en horeca-exploitanten ten aanzien van minderjarigen in de horeca, zie themalijn B.

Buiten de horeca kunnen jongeren aangetrokken worden met concerten of sportevenementen. Voor de doelgroep jongvolwassenen (18+) is het voor Assen lastig om op dit punt te concurreren met Groningen, omdat Assen geen hogeschool of universiteit heeft. Meer mogelijkheden liggen er voor de doelgroep 6 – 18 jarigen. Er moet dus kritisch gekeken worden om die kansen te pakken die kunnen werken in de nabijheid van de studentenstad.

Naast *Vaart in Assen* zijn vele spelers actief, denk aan *Vaart Welzijn* en *Jong Assen*. *Vaart in Assen* wil graag samen met hen een ThemaTafel “Jeugd” opzetten voor de binnenstad, waarbij de doelgroep jongeren wordt uitgenodigd om zelf initiatieven aan te leveren.

Acties 2019

- **Verkenning** opstellen in samenwerking met onder andere Hanzehogeschool en Drents College. Opdrachtgevers: gemeente Assen, Gilde Bart, KNHA, *Vaart in Assen*;
- **Tafel Jeugd** als begeleidingsgroep.