

## **Bijlage I. Toelichting op Tijdelijke Subsidiereregeling Economische Stimulering Binnenstad**

### **Leegstand**

Landelijk gezien kampen veel binnensteden met leegstand. In Assen speelt deze problematiek met name in de aanloopstraten en enkele straten in het kernwinkelgebied (Singelpassage, Kleine Marktstraat en Brink). De gemeente kan deze problematiek op korte termijn niet oplossen. Het gaat immers om ontwikkelingen en trends die op een hoog schaalniveau spelen. De gemeente kan echter wel stimuleren, bemiddelen, regisseren en samenwerken met partijen, instellingen en ondernemers.

### **Internet**

Deze ontwikkeling kent meerdere oorzaken. Een daarvan is dat de detailhandelsmarkt de afgelopen jaren sterk is veranderd. Dat is een gegeven. Zo wordt er steeds meer via internet aangekocht en maakt de consument steeds vaker gebruik van Smart Phones tijdens zijn/haar bezoek aan de stad. Dit heeft met name effecten op de kleinere winkeliers omdat het hen ontbreekt aan kennis om hierop in te spelen.

### **Beleving**

De binnenstad fungeert meer als gebied voor recreatief en modisch winkelen. Daarnaast is de centrum een plek geworden voor beleving. De belangrijkste reden voor een bezoek is vaker voor de gezelligheid en sfeer. Bezoekers combineren diverse activiteiten. Winkels blijven belangrijk, maar cultuur, historische aantrekkingskracht en horeca spelen een grotere rol.

### **Filialisering**

Een andere oorzaak ligt in een verdergaande filialisering. In iedere binnenstad in Nederland zie je dezelfde landelijke winkels en horecaformules die allemaal vragen om meer m<sup>2</sup> winkeloppervlak, waardoor kleine (oudere) panden steeds meer uit de gratie raken en het kernwinkelgebied zich verplaatst. Zo ook in Assen.

### **'Couleur locale'**

Een stadscentrum met een sterk aanbod van landelijke winkelketens heeft grote aantrekkingskracht op consumenten. Echter heeft wel tot gevolg dat winkelstraten steeds meer op elkaar gaan lijken. Het is daardoor steeds moeilijker de eigen identiteit van de stad te laten zien. Om het eigen gezicht van de stad te laten zien wordt door de gemeente en ondernemersverenigingen geïnvesteerd in stadspromotie. Daarnaast moet gekeken worden hoe een goede combinatie van lokale speciaalzaken én landelijke winkelketens te realiseren is. Deze juiste combinatie bepaalt de aantrekkingskracht van een winkelcentrum. Lokale ondernemers dragen bij aan het onderscheidende karakter van het winkelcentrum als geheel ('couleur locale'). Het unieke en hoogwaardige aanbod versterkt de concurrentiepositie.

### **Ruimtelijke kwaliteit**

Stil gestaan moet worden bij de ruimtelijke kwaliteit en leesbaarheid van de stad. Deze is van wezenlijk belang voor de economische ontwikkeling van een stadscentrum. Hierbij gaat het om de uitstraling en kwaliteit van de panden in combinatie met de openbare ruimte. In Assen varieert deze. Op enkele plaatsen zijn lelijke gevels storende elementen en vormt de openbare ruimte geen eenheid waardoor deze onvoldoende bijdraagt aan een sfeervolle binnenstad.

### **Focus op winkelgebied**

De gemeente presenteert een subsidiereregeling ten behoeve van een winkelgebied dat door de gemeente als prioritair is gekenmerkt (Singelpassage, Kleine Marktstaat en Brink).

**Integrale benadering**

Er zal worden gekeken naar de gehele situatie, het totale gebied (gebiedsgerichte aanpak). Succes is namelijk afhankelijk van meerdere factoren; het product dat verkocht wordt, de verkoper, de uitstraling van het pand, de uitstraling van de straat en de andere winkelpanden, de toegang van de straat, et cetera. Niet alleen de startende ondernemers moeten succesvol zijn, maar het gebied als geheel!

**Deskundigen**

Om startende ondernemers te ondersteunen wil de gemeente deze ondernemers in de meest cruciale periode van het bedrijf niet alleen subsidiëren, maar hen ook omringen met een team van experts. Deskundigen op verschillende terreinen die gepokt en gemazeld zijn. Het betreft onder andere financieel deskundigen, oud winkeliers, internet-, marketing- en vastgoeddeskundigen. De deskundigen zullen adviseren bij de selectie van de ondernemers die in aanmerking komen voor de subsidie. De Visie Singelpassage, Kleine Markstraat en Brink te Assen, opgesteld door het Hoofd Bedrijfschap Detailhandel (HBD) is daarbij het richtinggevend kader.