



Hier ben ik thuis

Toekomstbeeld Heemstede centrum



2020 - 2030

Handen uit de mouwen

Wat je ziet, hangt af van waar je staat. Wat ons betreft: een waarheid als een koe én een inspirerend beginsel.

Hoe kijkt u naar het centrum van Heemstede? Als een plek om te ondernemen? Die kans is groot. Maar wat zien Patry, Gerd en Eric? En al die andere bezoekers die dagelijks of wekelijks naar de Binnenweg en Raadhuisstraat fietsen, rijden en wandelen? Wat is het centrum in hun ogen? En waar komen ze voor?

Kijken door de ogen van een ander werpt vaak een nieuw licht op de zaak. Mensen zien immers vooral wat ze menen te (her)kennen. Een ander gezichtspunt leidt daardoor nogal eens tot verrassende inzichten. En aantrekkelijke vergezichten. Laat dat nou precies zijn wat *Hier ben ik thuis* doet.

In dit toekomstbeeld van Heemstede centrum kijken winkeliers om een hoekje, vastgoedeigenaren de straat in, de gemeente over haar grenzen heen en bezoekers in hun eigen hart. Wat eruit komt, is een verrassend gelijk beeld. Het leven is goed in Heemstede. Dat vinden we en dat koesteren we. Natuurlijk is er altijd nog wel iets te wensen. Maar over het algemeen zijn we ronduit tevreden met wat we hebben. Daarmee levert het kijken-door-de-ogen-van-een-ander een uiterst helder perspectief op. Namelijk dat we als ondernemers en gemeente moeten zorgen dat zoveel mogelijk Heemstedenaren en mensen van elders die hier graag komen, zich bij ons thuis voelen.

Die ambitie is ons beiden uit het hart gegrepen. Juist nu, middenin deze tijd die wereldwijd tot onzekerheid en zorgen leidt, is 'je thuis voelen' goud waard. We hebben er alle ingrediënten voor in huis, leert ieder gesprek dat voor dit toekomstbeeld is gevoerd. Er kunnen ook dingen beter. Zoals: krachten bundelen, keuzes maken, werk verdelen en sturen op resultaten. Daar doet *Hier ben ik thuis* duidelijke aanbevelingen voor.

Wij pleiten er ook voor om samen de handen uit de mouwen steken in het centrum. Immers: alleen ga je sneller, maar samen kom je verder. In onze opvatting is dat: praktisch, overtuigd en collectief verder bouwen aan een levendig en geliefd Heemsteeds winkelhart - met aantrekkelijke horeca - waar inwoners en bezoekers ook morgen (en overmorgen) thuis zijn!



Nicole Mulder,
wethouder economie
gemeente Heemstede



Rogier Heijn,
voorzitter Vereniging
Winkelcentrum Heemstede



Hier ben ik thuis - toekomstbeeld Heemstede centrum is gebaseerd op de uitkomsten van een uitgebreid participatietraject onder ondernemers, vastgoedeigenaren, bewoners, bezoekers en de gemeente Heemstede in het voorjaar van 2020. In dit traject is uitgebreid geënquêteerd, hebben gesprekken en interviews plaatsgevonden en is uitvoerig bureauonderzoek gedaan (bronnenlijst: zie bijlage). *Hier ben ik thuis* zet hierdoor een breed gedragen 'stip op de horizon' voor Heemstede centrum.



02 Stip op de horizon

Hier ben ik thuis is de ‘stip op de horizon’ voor het centrum van Heemstede. Het boekje verwoordt en verbeeldt de ambitie van alle betrokkenen en geeft aan welke keuzes en acties daarvoor het komende decennium nodig zijn. De geformuleerde richting in het toekomstbeeld is gebaseerd op vier uitgangspunten:

1. de behoeften van de huidige gebruikers en ondernemers;
2. de verdere ontwikkeling van de eerder genoemde trends en bewegingen;
3. de verwachte invloed en effecten van de Metropoolregio Amsterdam;
4. relevante documentatie, beleid en informatie.

en bezoekers worden betrokken. De kracht van samen een inspirerende ambitie realiseren, is niet alleen een uitstekend antwoord op het steeds verder toenemende consumentisme en individualisme, maar ook een belangrijke voorwaarde om sterker uit de coronacrisis te komen.

Naar buiten

Hier ben ik thuis vraagt om collectief eigenaarschap: van ondernemers, vastgoedeigenaren, de gemeente. De eerste stap is daarom naar buiten gericht. Oogmerk is elkaar beter te leren kennen en kennis te nemen van elkaars behoeften en belangen of taken, als basis voor intensiever contact en samenwerking. De tweede stap is die samenwerking op een professionele manier in te richten zodat het mogelijk wordt om ook daadwerkelijk samen meters te maken.

Samenhang, samenwerking en saamhorigheid

Het primaire doel van die *Hier ben ik thuis* is om het huidige voorzieningenniveau de komende 5 à 10 jaar op peil te houden en waar mogelijk verder te versterken. Secundair doel, en tevens cruciaal onderdeel van de strategie om het primaire doel te bereiken, is het vergroten van de samenhang, samenwerking en saamhorigheid van alle stakeholders van het centrum. Dit zijn in de eerste plaats: ondernemers, vastgoedeigenaren en de gemeente. Maar ook bewoners

Meer weten?
Benieuwd naar de feiten, cijfers, opinies en alle andere data die ten grondslag liggen aan *Hier ben ik thuis*? U vindt alle onderzoeken overzichtelijk bij elkaar in de **bijlage** van dit boekje.

01 Inleiding

Het dorpscentrum is van oudsher een belangrijke plek waar mensen elkaar ontmoeten, inkopen doen en nieuws en persoonlijke verhalen uitwisselen. Toch stonden - al ruim voor de coronacrisis - juist deze functies in veel dorpen behoorlijk op de tocht.

Transformatie

Steeds meer mensen kopen steeds meer producten en diensten online. Nieuws - groot en klein - bereikt ons sneller en directer dan ooit via kanalen op onze telefoon, en ook contact met anderen onderhouden we grotendeels digitaal. Dat dorpscentra verder zullen transformeren is onvermijdelijk, en dat het nog sneller zal gaan dan we vóór corona dachten, ook. Daarvoor zijn de bewegingen die gaande zijn, te massief en te fundamenteel. De behoefte aan fysieke winkelmeters neemt af, net als de interesse van consumenten om fysiek te winkelen. Steeds meer centra veranderen van places to buy naar places to be.

Stroomversnelling

De gevolgen van al deze bewegingen laten zich raden. Het traditionele centrum verandert. Het winkel- en voorzieningenaanbod versmalt, samenwerkingsverbanden worden opgeschud en keuzes en prioriteiten komen op een andere manier tot stand. De coronacrisis veroorzaakt een stroomversnelling en vergroot de urgentie om meer grip te krijgen - of te sturen - op de transformatie die gaande is.

Heemstedse waarden

Wanneer we kijken naar Heemstede dan valt op dat een aantal van deze bewegingen al tot merkbare gevolgen leidt. De leegstand in het centrum neemt wat toe en de diversiteit van het aanbod neemt wat af, het aantal ‘import-Heemstedenaren’ groeit, de Winkeliersvereniging Winkelcentrum Heemstede (WCH) werkt aan meer saamhorigheid tussen alle ondernemers en tussen ondernemers en vastgoedeigenaren. Zoomen we verder in op de waardering van het centrum, dan zijn op dit moment de belangrijkste aspecten:

- rijk en gevarieerd winkelaanbod;
- nabijheid en gemak (bereikbaar, toegankelijk);
- dorps sfeer en omgang met elkaar;
- fysieke kleinschaligheid;
- hoge servicegraad en kwaliteit.

De omvang van het centrum (circa 200 winkels) maakt duidelijk dat er niet ‘alleen’ Heemstedenaren (circa 30.000 inwoners) komen. Kwalitatief en kwantitatief onderzoek bevestigt dit. De invulling van het toekomstig onderscheidend vermogen van ons centrum en onze identificatiemogelijkheden voor bezoekers, moet dus een mix zijn van typisch Heemstedse waarden en antwoorden op behoeften van mensen uit de regio.





Het verhaal van Heemstede

Hier ben ik thuis

Tevreden Nederlanders. Het lijkt met elkaar in tegenspraak. Maar niet in Heemstede. Best uniek, in een land waar goed niet snel goed genoeg is. En in een landsdeel waarin de ruimte om te leven beperkt is. Ik denk dat het komt omdat kwaliteit zich niet verloochent. Want dat heeft het leven hier; op een maat en een schaal die precies past bij onze landsaard. Met twee benen op de grond, doe maar gewoon dan doe je al gek genoeg en wie het kleine niet eert, is het grote niet waard.

Heemstedenaren herkennen het voorrecht van en het bijzondere evenwicht tussen de menselijke maat én bovengemiddelde voorzieningen, groen én water, privacy én gemeenschapszin, rust & stilte én drukte & gezelligheid, veiligheid én vrijheid. Waar onze wieg ook stond, in Heemstede, Vogelenzang, Haarlem, Amsterdam of Hillegom, en wat we elders ook hebben meegekregen of geleerd; we herkennen én waarderen het goede leven dat we hier hebben.

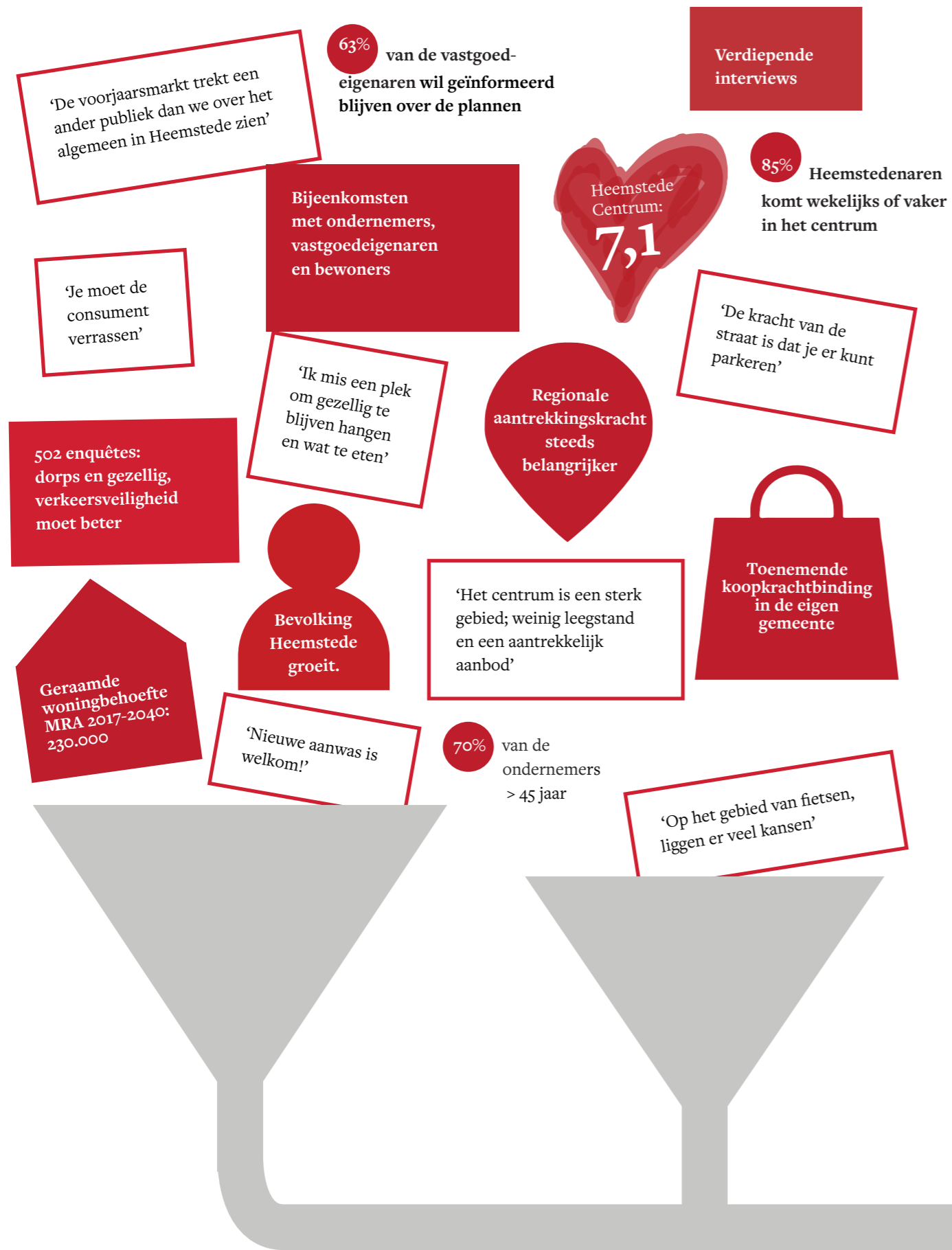
Ik ook. Jazeker. Ik ben er geboren, vertrokken en weer teruggekeerd. Om mijn kinderen hetzelfde te geven als ik zelf heb gehad. Het beste. Niet dat ik wil dat ze naast hun schoenen gaan lopen, maar daar zorgen we met elkaar wel voor. En anders mijn vrouw wel. Haar kompas staat altijd op 'wat goed is voor de gemeenschap, is goed voor mij'. Dat voelt niet alleen vertrouwd, maar heeft zich in ons dorp ook al talloze keren bewezen. We staan wellicht te boek als kakkers maar wie zich echt verdiept, ziet wat ons werkelijk verbindt. In de basis delen we dezelfde nuchtere Hollandse waarden.

Mijn vrouw weet als geen ander waar Abraham de mosterd haalt in Heemstede. Winkelen terwijl ze haar pinpas is vergeten: geen probleem. Een handje bijsteken op de lokale goederen-van-het-landmarkt? Natuurlijk. Fondsenwerven voor een Heemstedse watertaxi? Zij bedenkt het. Borrelen met vriendinnen en blijven hangen voor de catch of the day? Minstens 1 keer per maand. Met de kinderen de natuur in en samen met juf van school en Ron van de Bloemenhof de mooiste herfststukjes maken? Helemaal haar ding.

Ik kies voor kwaliteit in mijn leven. Daarom woon ik in Heemstede. Hier geef ik mijn leven gestalte zoals ik wil. Hier heb ik alle voorzieningen die ik nodig heb om goed te leven. Hier ben ik verbonden en in evenwicht met mijn omgeving. Hier ben ik thuis.

Heemstede Centrum is de plek waar ik nooit misgrijp, altijd leuke onverwachte extra's beleef en blind kan vertrouwen op kwaliteit.


The making off *Hier ben ik thuis*



Hier ben ik thuis Toekomstbeeld Heemstede centrum






 'Er is ruimte voor extra horeca, met ook een leuk terras. Hier ligt ook een rol voor de gemeente: subsidies, betere vergunningverlening, potjes, gezamenlijk beleid.'
 - vastgoedeigenaar Heemstede


 'Ik steun sowieso lokale ondernemers. Dat zou ik nóg meer doen als ze zouden zeggen: we zijn één dorp en we doen het voor elkaar. Daar ben ik gevoelig voor.'
 - Eric van Nieuwenhuizen
 Inwoner en fysiotherapeut in Heemstede

03 Bruggen naar de toekomst

De ambitie is duidelijk. Maar wat is er nodig om dit toekomstbeeld – en daarmee een toekomstbestendig Heemstede Centrum - te kunnen realiseren? De uitvoering van *Hier ben ik thuis* vraagt om concrete, duidelijke en gedragen keuzes van alle belanghebbenden. We onderscheiden twee bruggen naar de toekomst.

Collectief eigenaarschap: meer en professionelere samenwerking tussen alle stakeholders

1. Versterken en professionaliseren van de samenwerking tussen ondernemers om (vanuit een gedeeld toekomstbeeld) meer impact te kunnen maken;
2. Intensiveren van de samenwerking tussen ondernemers en vastgoedeigenaren om onder andere leegstand tegen te gaan;
3. Inrichten van een samenwerking tussen ondernemers en de gemeente Heemstede om beleids- en besluitvorming beter op de praktijk aan te laten aansluiten.

Gemeenschapsgevoel: meer binding op meer niveaus

1. Aansprekend, herkenbaar en onderscheidend positioneren van het centrum bij relevante doelgroepen om bezoekersaantallen en verblijfsduur te vergroten;
2. Realiseren van een schoon, heel en veilige openbare ruimte die de positionering van Heemstede centrum ondersteunt;
3. Ondersteunen van kennisontwikkeling over de oorsprong van Heemstede, points of interest (cultuur, natuur) in de directe omgeving en lokale producten/producenten;
4. Gericht experimenteren met initiatieven die van Heemstede centrum een plek maken waar welvaart én welzijn belangrijk zijn.

04 To do

Wie kiest, wordt gekozen. Maar wat worden de volgende stappen? Waarmee kunnen ondernemers, vastgoedeigenaren en de gemeente invulling geven aan de keuzes in *Hier ben ik thuis* en de ambitie realiseren? De coronacrisis zorgt voor veel onzekerheid en onduidelijkheid. Niemand weet wat er nog komen gaat en welke effecten of prioriteiten er nog ontstaan. Belangrijk om rekening mee te houden en een flexibele houding in aan te nemen. Eén ding is zeker: samenwerken is van het grootste belang. Juist nu.

Collectief eigenaarschap: meer en professionelere samenwerking tussen alle stakeholders

Meer, breder en beter samenwerken stelt niet alleen eisen aan de professionaliteit van alle partners, maar ook aan de onderlinge cultuur en het klimaat waarin aan gezamenlijke doelen wordt gewerkt. Heemstede's nuchtere mentaliteit is een hiervoor een sterk vertrekpunt, zowel op inhoudelijk vlak als relationeel.

Activiteiten die collectief eigenaarschap rond Heemstede centrum bevorderen:

- Integraal behartigen van alle/ieders belangen volgens vaste overlegstructuren (ondernemers-gemeente-vastgoedeigenaren);
- Inrichten 'werkgroep corona' voor inspelen op corona-gerelateerde actualiteiten (ondernemers-gemeente-vastgoed);
- Vanuit thematische werkgroepen werken aan de

↳ *'Weet je wat ik goed zou vinden? Als de ondernemers nieuwe inwoners welkom heten en attent maken op alle voorzieningen in Heemstede wijzen.'*

- Patry Jansen
Voormalig inwoner, bezoekt Heemstede wekelijks voor boodschappen en boekwinkel

- uitvoering van to do's (ondernemers);
- Ontwikkelen en uitvoeren gezamenlijke leegstand/transformatieaanpak (gemeente-vastgoedeigenaren-ondernemers). NB: mogelijkheden voor provinciale subsidie!
- Inrichten online communicatieplatform voor real time onderlinge communicatie (ondernemers);
- Ondersteunen organisatie en uitvoering *Hier ben ik thuis* met extra capaciteit/centrummanager (ondernemers).

Gemeenschapsgevoel: meer binding op meer niveaus

Heemstede centrum heeft een krachtige, aansprekende positionering nodig om zich goed te profileren bij bewoners van het dorp en bezoekers uit de omliggende regio.

↳ *'We onderscheiden ons met twee dingen van andere winkelgebieden: kwaliteit en diversiteit.'*

- Peter van Limburg
Inwoner en ondernemer in Heemstede

↳ *'Een beperkt aantal mensen doet zijn best. Maar ik heb niet de indruk dat de vereniging de hele straat verbindt.'*

- Barbara van Os
Ondernemster en eigenaresse De Heerlijkheid

Activiteiten die bijdragen aan het ontwikkelen en het 'managen' van een gemeenschapsgevoel:

- Ontwikkelen krachtige en aansprekende positionering en merkbelofte van Heemstede centrum die het typische dorpskarakter en het ondernemerscollectief versterkt (ondernemers-gemeente-vastgoedeigenaren-externe adviseur);
- Opstellen integraal plan van aanpak marketing & communicatie (ondernemers-communicatiespecialist);
- Ontwikkelen gezamenlijke contentstrategie voor collectieve online marketing en promotie (ondernemers-externe adviseur);
- Ontwikkelen en uitvoeren campagnes (ondernemers-bewoners).



↘ *'De leefbaarheid en toegankelijkheid in het winkelgebied, daar zou wel iets in veranderd kunnen worden.'*

- Nicole Mulder
Wethouder Economie gemeente Heemstede

Onderdeel van de positioneringsstrategie is een evenementenvisie: wat past bij Heemstede centrum en hoe kunnen ondernemers en gemeente aansluiten op de behoeften van bewoners en bezoekers op dit vlak?

Activiteiten om een evenementenvisie te ontwikkelen en uit te voeren:

- Evalueren huidige evenementen en activiteiten (ondernemers-bewoners);
- Afstemmen over gemeentelijke kaders, behoeften en mogelijkheden (ondernemers-bewoners-gemeente);
- (Her)ontwikkelen (coronaproof) evenementen passend bij de marketing- en communicatiedoelen (ondernemers-bewoners-externe adviseur);
- Stimuleren (vernieuwende) evenementen met lokale partners en lokale spin-off (ondernemers-lokale partners);
- Versterken ontmoetingsplekken door aansprekende evenementen (ondernemers-externe ondersteuner).

Duurzaamheid, als onderdeel van kwaliteit, kan ook een onderscheidend element zijn in de positionering.

- Verkennen mogelijkheid en draagvlak collectieve verduurzaming zoals afval, energie, circulair ondernemen (ondernemers).

Een gastvrije, fraaie en veilige openbare ruimte draagt bij aan de attractiviteit van het centrum én aan langer blijvende en terugkerende bezoekers.

Activiteiten die - vanuit de huidige situatie bezien - de waardering van de openbare ruimte kunnen vergroten:

- Jaarlijkse schouw voor verkeersveiligheid en andere zaken rondom openbare ruimte (bewoners-gemeente-ondernemers);

↘ *'Hoe leuk is het om met je sloepje van Heemstede naar Haarlem - en andersom - te varen? Waterverbindingen kunnen veel betekenen voor ondernemers, qua gezelligheid en sfeer.'*

- Gerd van Atten
Inwoner, ondernemer en recreant in Heemstede



↘ *'Toegankelijk blijven voor auto's is belangrijk, anders draai je de straat volledig de nek om.'*

- Rogier Heijn
Voorzitter Winkeliersvereniging Winkelcentrum Heemstede

- Investeren en onderhouden van aantrekkelijke sfeerverlichting (ondernemers);
- Verhogen kwaliteit en onderhoud straatmeubilair (gemeente).

↘ *'Met een BIZ kunnen we onze kwaliteit behouden. Liefst samen met de pandeigenaren, vanuit een gemeenschappelijk belang.'*

- Arno Koek
Ondernemer en eigenaar Boekhandel Blokker

- Lobbyen voor auto- en fietsparkeren (ondernemers-vastgoedeigenaren);
- Oplossen knelpunten bereikbaarheid per auto, fiets en OV (ondernemers-gemeenten- overige betrokken organisaties);
- Herijken openbare ruimte met betrekking tot coronavirus (ondernemers-gemeente);
- Verkennen mogelijkheid en draagvlak autoluwe of autovrije (mid)dagen (ondernemers-bewoners-gemeente);



05 Vervolg

Doen is één, borgen is twee! Om te zorgen dat alle 'to do's' de komende tijd succesvol worden uitgevoerd of opgevolgd, gaan ze - onder andere - deel uitmaken van het plan van aanpak van de **bedrijveninvesteringszone (BIZ) in oprichting voor Heemstede centrum. Het BIZ-plan wordt voor en door ondernemers uitgevoerd.**

Platform

De beoogde BIZ wordt daardoor hét platform voor de organisatie en de realisatie van *Hier ben ik thuis - toekomstbeeld Heemskerk centrum*. In het BIZ-plan is in detail uitgewerkt wie, wanneer, welke acties uitvoert.

Centrummanager

Een belangrijk voorstel in het BIZ-plan wordt de aanstelling van een centrummanager. Hij of zij coördineert de uitvoering van alle to do's en geeft zo namens alle leden van de BIZ uitvoering aan de gezamenlijke ambities. Het takenpakket dat daardoor ontstaat, vormt de basis voor zijn/haar competentieprofiel. Tijdig aantrekken van een centrummanager maakt het mogelijk om na de oprichting van de BIZ snel van start te gaan en vanaf dag één op resultaat te sturen.

Handen uit de mouwen

Naast de centrummanager zijn er ook ondernemers nodig die zich (tijdelijk) willen inspannen om samen verder te komen. Ieders bijdrage telt! Of het nou om kennis, tijd, netwerk, capaciteit, ideeën, spullen, talent of positieve energie gaat. Hier ben ik thuis is de route. Samenwerken het motto. Krachten bundelen, keuzes maken, het werk verdelen en sturen op resultaten de reisdoelen. En een gezonde toekomst voor Heemstede centrum de bestemming!

Wat is een BIZ?

Een bedrijveninvesteringszone (BIZ) is een afgebakend gebied waarbinnen ondernemers en/of vastgoedeigenaren samen investeren in het verbeteren van de kwaliteit van hun gebied. Bijvoorbeeld door gezamenlijk tijd en geld te investeren in het veiliger en aantrekkelijker maken van een winkelgebied, horecagebied of bedrijventerrein. Iedere ondernemer en/of vastgoedeigenaar van een commercieel object draagt financieel bij. Hierdoor blijven de kosten per deelnemer laag. Daarnaast zorgt een langere periode (maximaal vijf jaar) voor structureel budget. Dit heeft een positief effect op de impact en de continuïteit van de samenwerking. Collectieve investeringen zijn doorgaans goedkoper en effectiever. Vaak leidt een BIZ tot meer betrokkenheid en een sterkere samenwerking in het betreffende gebied. De activiteiten van een BIZ zijn altijd aanvullend op de activiteiten van de gemeente. Onderlinge afspraken tussen de gemeente en de BIZ worden vastgelegd in de uitvoeringsovereenkomst voor het BIZ-gebied.

Meer weten? Kijk dan op www.stadenco.nl/subdomain/biz.

Colofon

Hier ben ik thuis - toekomstbeeld

Heemstede centrum is een initiatief van de **Winkeliersvereniging Winkelcentrum Heemstede in samenwerking met de gemeente Heemstede. Het project is mede mogelijk gemaakt door een financiële bijdrage van de provincie Noord-Holland.**

- Samenstelling, opmaak & redactie: Stad & Co
- Auteurs: Janneke den Ouden, Eveline van der Vliet
- Foto's: Sebastiaan van Wijk

Onlosmakelijk onderdeel van *Hier ben ik thuis* is de bijlage *Hier ben ik thuis* waarin alle informatie is verzameld die voor de totstandkoming van dit boekje is gebruikt.

Verantwoording quotes pagina 8

'Ik mis een plek om gezellig te blijven hangen en wat te eten.'
- Gerd van Atten, inwoner, ondernemer en recreant in Heemstede

'Je moet de consument verrassen.'
- Vastgoedeigenaar in Heemstede

'De kracht van de straat is dat je er kunt parkeren.'
- Arno Koek, ondernemer en eigenaar Boekhandel Blokker

'Op het gebied van fietsen, liggen er veel kansen.'
- Nicole Mulder, wethouder Economie gemeente Heemstede

'De voorjaarsmarkt trekt een ander publiek dan we over het algemeen in Heemstede zien.'
- Peter van Limburg, inwoner en ondernemer in Heemstede

'Nieuwe aanwas is welkom!'
- Rogier Heijn, voorzitter Winkeliersvereniging Winkelcentrum Heemstede

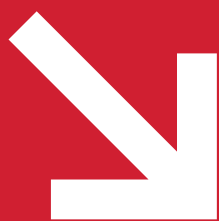
'Het centrum is een sterk gebied; weinig leegstand en een aantrekkelijk aanbod.'
- Carola Stratmann, beleidsmedewerker economie gemeente Heemstede

© **Stad & Co**
augustus 2020

HEEMSTEDE
RAADHUISSTRAAT & BINNENWEG



Provincie
Noord-Holland



**Samen de stad
mooier maken.**



Amsterdam

Wibautstraat 131D - TSH
1091 GL Amsterdam
+31 (0)20 260 2626
info@stadenco.nl

Postbus 11100
1001 GC Amsterdam

Eindhoven

Vestdijk 39-A
5611 CA Eindhoven
+31 (0)40 296 8844
info@stadenco.nl

Postbus 4914
5604 CC Eindhoven

BTW NL854672515B01
IBAN NL10 TRIO 0198067747
KVK 62130307

www.stadenco.nl



Bijlage

Hier ben ik thuis

Deze bijlage hoort onlosmakelijk bij *Hier ben ik thuis - toekomstbeeld Heemstede centrum* en bevat alle informatie en bronnen die zijn gebruikt bij de totstandkoming.

Historie

Heemstede is in de Middeleeuwen ontstaan als een geestnederzetting (geest = akkerland op de strandwal). Nadat Haarlem stadsrechten had gekregen, werden de dorpjes eromheen ‘ambachten’. De Amsterdamse patriciër Adriaan Pauw kocht de ambachtsheerlijkheid Heemstede in 1620. Hij verbouwde het verwaarloosde slot Heemstede tot een renaissancelusthof en maakte van Heemstede een zelfstandige hervormde kerkelijke gemeente. Ook bouwde hij de Oude Kerk stichtte hij de Voorwegschool. Zijn bibliotheek van ruim 16.000 boektitels was een van de grootste van Nederland in die tijd (Canon van Nederland).

Huidige tijd

De naam Heemstede betekent mogelijk ook ‘woonplaats’ (Groenedijk, 2000). Een passende benaming! In Heemstede woon je prachtig en in het groen. Het dorp is een oase van rust in de steeds drukker wordende Metropoolregio Amsterdam (IMA, 2019) en combineert heel veel op een klein oppervlak. In het centrum kunnen inwoners en bezoekers terecht voor (verse) boodschappen, winkelen, en in iets mindere mate voor horecabezoek: eten, drinken, ontmoeten. De openbare ruimte heeft een kwalitatieve en groene uitstraling. Het centrum oogt knus en kleinschalig. Het dorpse karakter versterkt het gevoel van ‘een gemeenschap zijn’. De sfeer en gezelligheid spreken niet alleen Heemstedenaren aan, maar ook veel mensen uit de nabije (stedelijke) omgeving. Heemstede centrum is het sociaal en economisch hart van het dorp (Visie Winkelcentra Heemstede, 2016).

Ruimtelijk-fysieke kenmerken

Wat direct opvalt aan het centrum is de langgerekte winkelstraat: een bonte kralenketting (Visie Winkelcentra Heemstede, 2016) met een divers aanbod aan functies en waar boven de winkels en in de aanloopstraten wordt gewoond. De lintstructuur kan ontwikkelingen echter in de weg staan. Er is weinig ruimte voor verschillende verkeersgebruikers op hetzelfde moment. Daarnaast ontbreekt een groter centraal plein waar activiteiten kunnen plaatsvinden.

Verkeersveiligheid

Al jarenlang is er discussie over de inrichting van - vooral - de Binnenweg en de veiligheid ervan voor fietsers en voetgangers. Ook na gemeentelijke herinrichting in 2015 voelt de verkeerssituatie voor veel ondernemers en bewoners nog onveilig. Twee factoren spelen hierin een rol: 1) veel onduidelijkheid over de regels in en het gebruik van de ruimte (auto te gast), 2) weinig begrip van veel weggebruikers voor medegebruikers. De gemeente Heemstede ziet door de (investeringen in de) recente herinrichting geen aanleiding om op korte termijn opnieuw geld te besteden aan verbetering van de verkeersveiligheid.

Bereikbaarheid en parkeren

Heemstede centrum is ook in trek bij de regio (Koopstromenonderzoek, 2018). Een relatief groot deel van de omzet van ondernemers komt van bezoekers van buiten Heemstede (Visie Winkelcentra Heemstede, 2016). De parkeertarieven zijn relatief laag in Heemstede, waarmee Heemstede zich positief onderscheidt van andere centra in de omgeving. Desgevraagd geven ondernemers en bezoekers aan autobereikbaarheid en parkeren belangrijk te vinden. Tegelijkertijd komt een groot deel van de ondervraagde bezoekers met de fiets of lopend naar het centrum, worden suggesties voor autoluwe momenten of dagen gedaan (bezoekersenquête 2020) en vindt men te veel autoverkeer een knelpunt (Visie Winkelcentra Heemstede 2016). Deze laatste uitkomsten hebben een relatie met de gevoelde onveilige verkeerssituatie.

Verblijfsplekken

Ontmoeten in Heemstede centrum concentreert zich voornamelijk op twee plekken. Op de Binnenweg, net ten noorden van de Julianalaan en in het middendeel van de Raadhuisstraat. Hier zit wat meer horeca-met-terras en er vinden vaak activiteiten plaats, georganiseerd door de winkeliersvereniging. Door deze verblijfsconcentraties hebben ondernemers op andere plekken in het centrum het gevoel onvoldoende te profiteren van de activiteiten. Heemstede kent weinig plekken en uitgaansgelegenheden (specifiek) voor jongeren. De bezoekersenquête geeft aan dat behoefte is aan meer horeca, meer plekken voor kinderen en aan modernisering en verjonging van het centrum.

Aanbod en leegstand

Dagelijkse boodschappen kunnen in Heemstede centrum bij veel verschillende aanbieders worden gedaan. Dat er nieuwe supermarkten openen, wil zeggen dat er nog marktruimte is. Uit eerder onderzoek is gebleken dat supermarkten een belangrijke en aantrekkende werking hebben voor Heemstede centrum (Visie Winkelcentra Heemstede, 2016). Bijkomend effect is hun behoefte aan (extra) parkeerruimte, die moeilijk kan worden gecreëerd. Het niet-dagelijkse aanbod is divers en staat onder druk. Dit blijkt onder andere uit het vertrek van een aantal winkeliers en is bedreigend voor de waardering van het centrum als winkelgebied. Een ander belangrijk element in de waardering is dat in veel Heemstedse zaken de eigenaar zelf in de winkel staat. De servicebeleving is daardoor hoog. Horeca is verhoudingsgewijs minder vertegenwoordigd in het centrum. Bewoners en bezoekers missen bepaalde horecafuncties en doen suggesties voor nieuw/extra aanbod. Datzelfde geldt overigens ook voor bepaalde (typen) winkels.

De leegstand in Heemstede centrum beweegt zich momenteel tussen de 5 en 10%. Gelet op ontwikkelingen zoals de vergrijzing onder ondernemers, de verdere groei van online winkelen en de coronacrisis, is het risico op een toename van de leegstand groot. Bovendien noemen zowel bezoekers als ondernemers de leegstand een ‘zwak punt’ van het centrum. Dit duidt op een gepercipieerde hogere leegstand dan feitelijk aan de orde is, wat de uitstraling en de waardering van het centrum niet ten goede komt.

Profiel ondernemers

De ondernemers zijn trots op hun centrum. Ze voelen zich goed bij het diverse aanbod dat ze gezamenlijk bieden, de uitstraling van het winkelgebied, de aparte en bijzondere winkels, de goede service en hun persoonlijke touch. Ze herkennen de gebruiken, normen & waarden en smaak van hun gasten en klanten en spelen erop in. Het merendeel van de ondernemers noemt zichzelf extravert en naar buiten gericht, en houdt van gezelligheid en contact. Ze zien ‘hun’ centrum als een plek waar je gezellig kunt winkelen, waar je leuke mensen ontmoet en waar persoonlijk contact en hartelijkheid hoog in het vaandel staan.

Persoonlijk contact is er uiteraard ook onderling. Een kleine groep ondernemers organiseert al jarenlang collectieve activiteiten. Er zijn een paar anderen die zich hierbij zouden kunnen en willen aansluiten. Maar zij voelen zich nog wat geremd. De organisatiegraad van Heemstede centrum is daardoor kwetsbaar. Desgevraagd geven veel ondernemers aan saamhorigheid belangrijk te vinden, behoefte te hebben aan een betere organisatiegraad en onderlinge samenwerking en deze te willen professionaliseren.

Ondernemers

Vestigingsduur

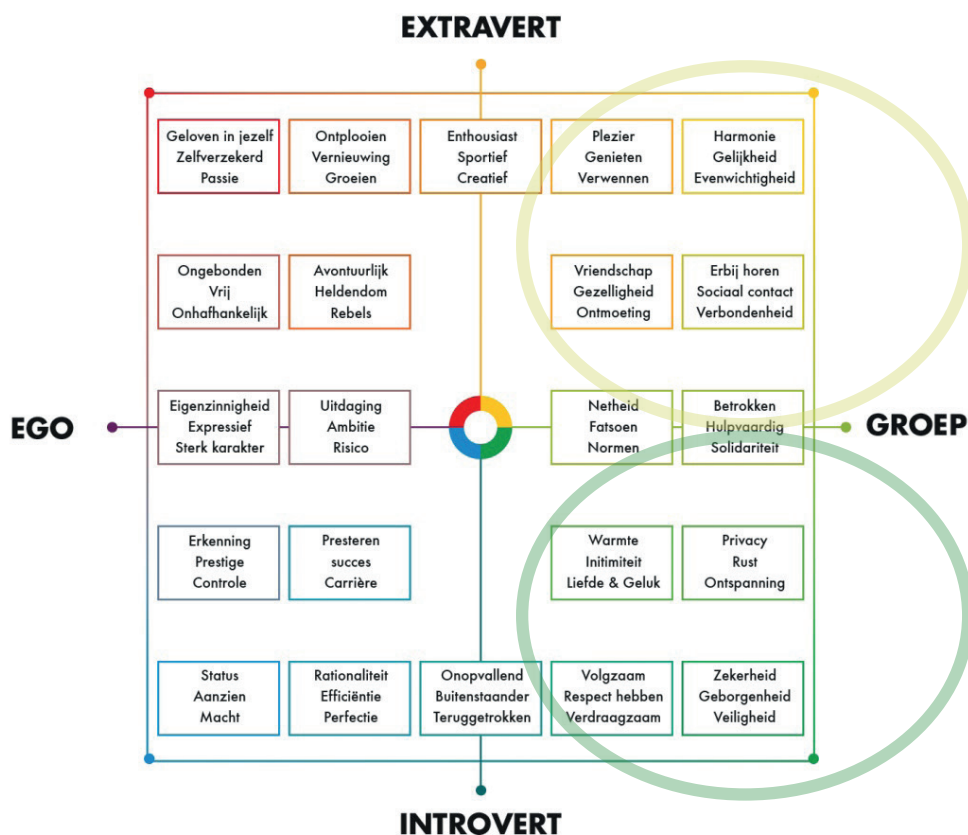
63% is al langer dan 10 jaar in Heemstede gevestigd

Leeftijd

70% is ouder dan 45 jaar

Profiel bezoekers

Heemstede centrum wordt bezocht door een 'trouwe en loyale' kring van gasten en klanten. Samen geven ze het centrum een 7,1 (gastvrijheid: 7,2). Bezoekers zien zichzelf over het algemeen als mensen die zekerheid, bescherming, rust en ontspanning belangrijk vinden. Ook houden ze van andere mensen ontmoeten, sociaal contact en gezelligheid. Ze vinden zichzelf communicatief vaardig en zijn gesteld op 'hun 'intieme en knusse' dorp. In dit licht telt de 'onvoldoende' voor de



verkeersveiligheid dus zwaar; veiligheid is voor een Heemstedenaar een hoog goed. De gemiddelde bestedingsruimte in Heemstede is hoog, maar is niet het allerbelangrijkste voor bezoekers. ‘Weten hoe het hoort’ en goede omgangsvormen zijn minstens zo belangrijk, net als de beleving van kwaliteit, anderen ontmoeten, genieten van kunst & cultuur en goed eten en drinken. Doe maar gewoon, dan doe je gek genoeg is een norm die door vrijwel alle Heemstedenaren wordt gedeeld, ook door ondernemers.

Bezoekers

Woonplaats

Veelal afkomstig uit Heemstede

Frequentie centrumbezoek

Meerdere keren per week

Favoriete vervoerwijze

Per fiets en te voet

Doel bezoek

Boodschappen, shoppen, doorreis, horeca, mensen ontmoeten

SWOT Analyse

<p>Sterkte</p> <ul style="list-style-type: none">• Divers aanbod winkels met ambachtelijke speciaalzaken• Trouw en loyaal publiek• Zelfstandig ondernemers in de zaak• Goede fiets- en autobereikbaarheid• Parkeren voor de deur• Eigen en dorps karakter: sfeervol en gezellig• Uitstekende en persoonlijke service• Centrale ligging in de regio• Inrichting openbare ruimte• Betrokkenheid bewoners• Tevreden bezoekers en ondernemers	<p>Zwakte</p> <ul style="list-style-type: none">• Gevoelde veiligheid fietsers en voetgangers• Leegstand• Kleine winkelruimtes• Aantal autoparkeerplaatsen• In verhouding veel detailhandel• In verhouding weinig eet- en drinkgelegenheden en geen culturele uitgaansplekken• Organisatie- en samenwerkingsgraad ondernemers• Gebrek aan pleinen• Bereikbaarheid met OV
<p>Kansen</p> <ul style="list-style-type: none">• Toename jonge, koopkrachtige gezinnen in gemeente• Hoog gemiddeld inkomen• Woningbouw Cruquius• Groeiend bewustzijn lokaal kopen• Ruimte in bestemmingsplan voor horeca• Betrokkenheid vastgoedeigenaren• Betrokkenheid gemeente (ambtelijk en politiek)• Heemstede als gemeenschap• Leegstand: meer samenwerking en betere branchering• Professionalisering ondernemersvereniging• Behoefte bezoekers om te ontmoeten	<p>Bedreigingen</p> <ul style="list-style-type: none">• Vergrijzing gemeente Heemstede• Gevolgen coronacrisis• Groei online winkelen• Lage organisatiegraad ondernemers• Adaptief vermogen ondernemers• Komst outletcentrum in Halfweg• Concurrentie omliggende gemeenten

Invloeden op huidige situatie: trends

Verblijfswaarde in compactere centra

De functie van dorps- en stadscentra verandert de laatste jaren; van places to buy naar places to be. Het centrum is niet langer alleen een plek om te winkelen maar ook een plek om te beleven, te ervaren, te recreëren en te ontmoeten. Een plek waar mensen wonen, werken en verblijven, en waar nieuwe communities en kansen ontstaan. Een divers aanbod van woon- en werkvoorzieningen, zowel commercieel als maatschappelijk, wordt hierdoor steeds belangrijker.

In combinatie met de tegelijkertijd afnemende behoefte aan fysieke winkelmeters, de veranderde winkelinteresses van consumenten en de snelle digitalisering van de maatschappij worden compactere centra dus steeds urgenter. Transformatie van winkelpanden naar andere functies,

zoals wonen, zorg of ontspanning, vindt doorgaans plaats vanuit een heldere economische én ruimtelijke visie. Goed samenspel en krachtig samenwerken tussen gemeente, vastgoedeigenaren en ondernemers is hierin van cruciaal belang.

Om de verblijfswaarde van een centrum succesvol te vergroten, moeten zowel het profiel als de wensen van de bezoekers duidelijk zijn. Deze kunnen dan worden vertaald naar digitale marketing, evenementen en technologische retailontwikkelingen (Parker Brady 2017).

Gemeenschapszin kan de functie van een baken vervullen in deze macrotrends, en ook in de postcorona-tijd veel beslissingen sturen. Gemeenschappelijke doelen en belangen geven het leven in dorps- en stadscentra en winkelgebieden immers al eeuwenlang kleur, geur, waarde en betekenis (Stad & Co, 2020).

Consumentengedrag

- Duurzaamheid: consumenten hebben veel te kiezen en vinden duurzaamheid in toenemende mate belangrijk in hun keuzes. De technologische vooruitgang van informatievoorziening helpt ze hierbij. De verwachting is dat consumenten hogere duurzaamheidseisen gaan stellen aan de markt, net als de overheid (Online Kenniscentrum Duurzaam Ondernemen, 2019; Q&A, ABN AMRO & InRetail). In toekomstscenario's die als gevolg van de coronacrisis worden geschetst, speelt duurzaamheid een belangrijke rol in de keuzes van consumenten, de markt en de overheid (ABN AMRO, 2020).
- Digitalisering: de coronacrisis maakt duidelijk hoe ontzettend kwetsbaar fysieke winkels zijn (Rabobank, 2020). Digitalisering – en een evenwichtige balans tussen fysiek en digitaal – is dus van levensbelang. Een winkelbezoek moet toegevoegde waarde hebben. Een digitale strategie is noodzakelijk.
- Lokaal kopen: Er is naar aanleiding van de coronacrisis ook een groeiend bewustzijn (en waardering) van de positie die lokale winkels in de samenleving vervullen. Daarmee is er nu een momentum als nooit tevoren voor lokale ondernemers om marktruimte te claimen te behouden in hun concurrentie met ketens en online shops. Er zijn talloze voorbeelden van gezamenlijke reclame-uitingen die de kracht van lokaal ondernemerschap benadrukken, die in de toekomst kunnen worden voortgezet en uitgebouwd (Rabobank, 2020).
- Toegevoegde waarde fysieke winkels: mensen willen als sociale wezens er graag op uit om dingen te beleven. Bijvoorbeeld gezellig rondsnoeven en iets proberen, iets uitproberen, iets kopen en genieten van een drankje, etc. Winkelpersoneel dat informatie en advies geeft dat beter, persoonlijker en hoogwaardiger is dan online, biedt toegevoegde waarde (Rabobank, 2020).

Blurring

Branchevervaging of blurring is een verbreding van het assortiment of dienstenaanbod en biedt ondernemers kansen om een grotere doelgroep aan te trekken (ING, 2020) en meer binding met klanten en gasten aan te gaan.

Invloeden op huidige situatie: ontwikkelingen

Formule 1 in Zandvoort

De kansen die de terugkeer van de Formule 1 op Circuit Zandvoort biedt voor de regio Zuid-Kennemerland – en dus voor Heemstede – zijn sterk afhankelijk van het vervolg van de coronacrisis. Met de huidige maatregelen (1,5 meter afstand) zijn de eerder geschatte bezoekersaantallen niet haalbaar (prognose precorona: 300.000). Wat wel realistisch is, zal blijken. Ongeveer 1/3 deel van de bezoekers komt naar verwachting op de fiets naar het circuit en verblijft dus in de regio.

Demografische ontwikkelingen

Het inwonersaantal van Heemstede stijgt sinds 1996 gestaag (momenteel een kleine 30.000). Een kwart van de Heemstedenaars is 65 jaar of ouder en nog een kwart is tussen de 45 en 65 jaar. De leeftijdscategorie 15-25 jaar daalt sterk. Dit wordt waarschijnlijk veroorzaakt door jongeren die buiten Heemstede zelfstandig gaan wonen. Bijna 20% van de inwoners heeft een migratieachtergrond (merendeels westers). Het gemiddeld inkomen is hoog ten opzichte van de rest van Nederland: 45% heeft een inkomen van € 76.070 of meer. Het gemiddeld inkomen in de omliggende gemeenten varieert van zeer hoog (Bloemendaal) tot modaal (Zandvoort).

Wonen en verhuisbewegingen

In de hele MRA is er een grote behoefte aan (betaalbare) woningen. Heemstede is in trek; zo'n 3.000 huishoudens in de MRA overwegen om er naar toe te verhuizen. Dit zijn veelal jonge gezinnen en huishoudens zonder kinderen uit Amsterdam en Haarlem. Ze zoeken een sfeer- en karaktervolle woonomgeving en/of zijn in Heemstede opgegroeid, of hebben er familie in de buurt wonen. Heemstede is ook in trek bij huishoudens zonder kinderen en bij internationals die vanuit het buitenland naar Heemstede verhuizen (WiMRA, 2020). Het woningbezit in Heemstede is relatief hoog, ook onder minder kapitaalkrachtige inwoners.

Concurrentie

De veelheid en diversiteit aan kwalitatieve retail, horeca, cultuur en natuur in de directe omgeving van Heemstede is zeer hoog. Toch wordt het centrum - waar veel van dit alles op een kleine oppervlakte wordt gecombineerd en dat een kleinschalig en gezellig karakter heeft - juist door veel mensen van buiten Heemstede bezocht.

Samenwerkingen

Binnen de regio Zuid-Kennemerland werken de gemeenten Haarlem, Zandvoort, Bloemendaal en Heemstede nauw samen. Begin 2020 is hiervoor de Zuid-Kennemer Agenda vastgesteld. Deze bevat gezamenlijke prioriteiten voor de komende vijf jaar op het gebied van klimaatadaptatie, mobiliteit, bereikbaarheid, natuur en economie. De agenda richt zich onder andere ook op een scherper economisch profiel door gezamenlijk in te zetten op branding en acquisitie.

Het aantal samenwerkingsverbanden tussen ondernemers, vastgoedeigenaren en overheden in dorps- en stadscentra en winkelgebieden groeit al jaren (HvA, 2020). Door informatie, kennis en data te delen en elkaar te helpen, kunnen centra grote stappen maken (Parker Brady, 2017). De hoeveelheid doorstartende BIZ'en in Nederland lijkt erop te wijzen dat de BIZ als instrument voor samenwerking in een stevige behoefte voorziet. Succesvolle BIZ'en functioneren écht collectief, als platform voor visie, strategische keuzes, integrale besluitvorming en belangenbehartiging van alle aangesloten ondernemers en eventuele andere stakeholders.

Bronnen

ABN AMRO (2020) Nederland na Corona in vier scenario's

ABN AMRO & InRetail (2020) Q&A Duurzaam richting 2030. wat kun jij als retailer morgen doen?

Alle Cijfers (2020) via <https://allecijfers.nl/gemeente/heemstede/>
CBS Microdata

CMI HvA (2019) 5 jaar BIZ in Nederland via <https://www.cmihva.nl/data-visualisaties/5-jaar-biz-in-nederland/>

DTNP (2016) Visie Winkelcentra Heemstede

Groenedijk, T. (2000) Nederlandse plaatsnamen. Slingenberg Boekproducties, Hoogeveen, 2000

Identity Machting Agency (2019) Place Branding Heemstede

ING (2020) Trends en ontwikkelingen trade en retail

I&O Research (2015) Economisch Actieprogramma Heemstede 2016 – 2020

Lightspeed (2020) Dé 10 horeca trends en ontwikkelingen voor 2020 via <https://www.lightspeedhq.be/blog/horeca-trends-2020/>

Metropoolregio Amsterdam (2020) Factsheet Heemstede via <https://www.metropoolregioamsterdam.nl/wp-content/uploads/2020/05/factsheet-Heemstede-def.pdf>

Metropoolregio Amsterdam (2020) WiMRA via <https://www.metropoolregioamsterdam.nl/wimra-2019/>

Online Kenniscentrum Duurzaam (2019) Duurzame retail richting 2030: Van volgen naar Leiden

Overzicht in Beeld (2020) Verhuisde huishoudens binnen en naar gemeenten in de MRA via <https://www.overzichtinbeeld.nl/verhuisdmra/>

Parker Brady (2017) Wordt retail eindelijk volwassen? via <https://www.stone-ba.nl/nieuws/stone-paper-wordt-retail-eindelijk-volwassen-in-2017/>

Provincie Noord-Holland (2018) Detailhandelsbeleid Regio Zuid-Kennemerland 2018 - 2023

Rabobank (2020) Kansen en uitdagingen voor detail- en groothandel na corona via https://www.rabobank.nl/kennis/artikel/011082661/kansen-en-uitdagingen-voor-detail-en-groothandel-na-corona?ra_resize=yes&ra_toolbar=yes&ra_menubar=yes

Retail Insiders (2019) Wat heeft de BIZ in 5 jaar gebracht? via <https://www.retailinsiders.nl/updates/bericht/wat-heeft-de-bedrijveninvesteringzone-biz-in-5-jaar-gebracht>

Stad & Co (2020) Drie bakens voor postcorona-binnensteden en winkelgebieden

Stadszaken (2019) Een compact centrum: 'Zet het ruilinstrument in' via <https://stadszaken.nl/artikel/2527/39-zet-het-ruilinstrument-proactief-in-39>

Stadszaken (2020) Corona maakt winkeltransformatie urgenter maar biedt ook kansen. via https://www.stadszaken.nl/economie/retail/2755/coronacrisis-maakt-winkeltransformatie-nog-urgenter?utm_source=Mailing+Lijst&utm_medium=email&utm_campaign=26-05-2020_Corona+maakt+winkeltransformatie+urgenter%2C+maar+biedt+ook+kansen

WCH (2019) Toekomstvisie Raadhuisstraat - Binnenweg

www.canonvannederland.nl

Zuid-Kennemer Agenda, 2020