

Adviesrapport: Krachtige kern Olst



Minor Stedelijke vernieuwing

Datum: 18-01-2016

Klas: MRSVE

School: Saxion Hogescholen

COLOFON

Opdrachtgever: Ondernemingsvereniging GO-Olst & Plaatselijk Belang Olst

Datum: 31 augustus 2015

SAMENVATTING

In Olst is er sprake van winkelleegstand. Deze situatie is niet bevorderlijk voor het dorp en daarom is er door de leegstandscommissie Olst een verzoek gedaan aan Saxion Hogeschool Deventer om hier onderzoek naar te doen.

Het doel van dit onderzoek is om inzicht te verschaffen aan de opdrachtgevers en belanghebbenden, hoe er een krachtige kern in Olst kan worden gecreëerd. Dit zal worden gedaan aan de hand van een aantal deelvragen. Eerst wordt er gekeken naar vergelijkbare plaatsen en wat daar de succes- en faalfactoren zijn. Er wordt daarna gekeken naar de huidige situatie van Olst en de totstandkoming daarvan. Er wordt gekeken naar de veranderingen die nodig zijn en er zal worden gekeken naar de push- en pullfactoren in Olst. Tot slot wordt er naar de mening van de (toeristische) klanten in Olst gekeken.

Dit onderzoek is uitgevoerd met deskresearch. Hiermee is bestaande informatie opgehaald. Nieuwe informatie is verkregen met interviews. Deze zijn uitgevoerd onder ondernemers, oud-ondernemers, pandeigenaren en andere betrokkenen. Daarnaast is er gebruik gemaakt van een postcodeonderzoek om in kaart te brengen wie er eigenlijk klant zijn in Olst. Via enquêtes zijn verkregen inzichten getoetst bij het winkelend publiek. Tot slot heeft er een bijeenkomst plaatsgevonden met de pandeigenaren uit Olst waarbij er over verschillende onderwerpen die in Olst spelen gesproken is.

De resultaten lagen deels in de lijn der verwachtingen. Er zaten ook verrassende uitkomsten tussen waar niet altijd een verklaring voor te vinden was. Zo willen maar weinig mensen inspraak in het winkelaanbod hebben terwijl verwacht werd dat mensen dat zouden willen. Vervolgonderzoek kan worden gedaan naar meer manieren om gebruik te maken van leegstaande panden en het flexibel bestemmen van panden.

Samenwerking is een cruciaal punt voor een krachtig centrum. Om deze samenwerking te stimuleren moet de vitaliteitscommissie een vorm van centrummanagement toepassen. Het actief in gesprek blijven met ondernemers en pandeigenaren zal zorgen voor meer betrokkenheid en informatie. Deze informatie kan benut worden om elkaar te ondersteunen waar nodig. Het instellen van een ondernemersfonds kan ook bijdragen aan betrokkenheid, maar op een andere manier. Doordat mensen geld moeten betalen in de vorm van reclamebelasting willen zij ook graag wat over dat geld te zeggen hebben. Van dit geld kunnen er bijvoorbeeld activiteiten georganiseerd worden in het centrum van Olst.

De vitaliteitscommissie moet hier wel tijd voor hebben. Daarom wordt geadviseerd de commissie uit te breiden met enkele sleutelfiguren die tijd hebben om deze taken op zich te nemen. De hoeveelheid mensen die zich kunnen aansluiten bij de commissie is afhankelijk van de hoeveelheid tijd die de personen kunnen besteden aan het werken voor de vitaliteitscommissie.

Samenwerking is ook belangrijk bij het helpen van startende ondernemers. Het is in ieders belang om nieuwe ondernemers te helpen. Gevulde panden zijn namelijk beter dan leegstaande panden.

Olst moet zich meer op de kaart zetten met de dingen die Olst te bieden heeft. Olst moet kenmerkend zijn voor iets aantrekkelijks. Dit is één van de conclusies uit dit onderzoek. Als Olst zich op de kaart zet zal dit leiden tot meer bezoekers en daarmee ook betere omstandigheden voor de ondernemers. Hierdoor wordt de kracht van Olst vergroot. Dit kan met een goede website en het uitdragen van een visie. Deze visie moet in samenspraak met betrokkenen worden ontwikkeld.

Het hebben van een gezamenlijk kortingssysteem gaat momenteel niet lukken. Hier is geen animo voor.

Ten slotte zou er een prijsvraag moeten worden uitgeschreven waarbij nieuwe ondernemers met ideeën kunnen komen. De ondernemer met het beste idee kan zich dan vestigen in één van de panden. In samenspraak met de pandeigenaar kan worden gedacht aan een manier om het de ondernemer makkelijker te maken om te starten. Het verlagen van de huur, al is het tijdelijk, kan zorgen voor meer kansen om een onderneming te starten.

VOORWOORD

Dit adviesrapport is tot stand gekomen naar aanleiding van een onderzoek dat is uitgevoerd tijdens het project "Realisatie krachtige kern Olst". Het rapport is geschreven door vijf studenten van de minor Stedelijke Vernieuwing welke gegeven wordt op Saxion Hogeschool te Deventer.

Het centrum van Olst heeft te kampen met leegstand, een landelijk probleem. Om hier iets aan te doen is er een leegstandscommissie opgericht (tegenwoordig genaamd de Vitaliteitscommissie Olst). Deze commissie heeft samen met de gemeente een onderzoek uitgezet waarmee de studenten aan de slag zijn gegaan. De bevindingen van de studenten zijn in dit rapport beschreven, geanalyseerd en vervolgens vertaald naar een document met aanbevelingen richting de vitaliteitscommissie Olst.

Dit adviesrapport was niet realiseerbaar zonder de hulp van vele personen. Wij willen dan ook graag een woord van dank uitdrukken aan alle mensen die een bijdrage hebben geleverd aan dit rapport. Allereerst onze projectbegeleider Jeroen Kuiper, met zijn aanwijzingen en feedback heeft hij ons verder geholpen. Daarnaast willen we de leden van de vitaliteitscommissie Olst bedanken voor het enthousiasmeren en stimuleren om ideeën te creëren. Natuurlijk ook dank aan Andre Bus, die samen met Jeroen het project in goede banen heeft geleid. Ten slotte willen we alle ondernemers, pandeigenaren, oud-ondernemers, gemeente Olst-Wijhe, centrummanagers uit de vergelijkbare gebieden en alle andere betrokkenen bedanken voor hun input tijdens dit project.

Deventer, 18 januari 2016

Laura van den Berg
Ronald Danhuis
Nikki van der Nat
Marc van Seters
Jasper Verweij

10. ADVIES

10.2 Advies

Om een krachtig centrum te creëren in Olst zal er een combinatie gemaakt moeten worden van meerdere acties. Er zijn meerdere adviezen opgesteld die gezamenlijk van Olst een krachtige kern moeten maken. Deze staan gerangschikt naar importantie. Deze adviezen zijn zo gerangschikt dat de hoogste adviezen de basis op orde brengen waarna de lagere adviezen hier op in spelen.

Advies 1: Breid de vitaliteitscommissie uit met sleutelfiguren die tijd hebben.

De vitaliteitscommissie moet worden uitgebreid. De huidige leden zijn zelf ook ondernemer of hebben andere werkzaamheden. Hierdoor is hun tijd beperkt. De commissie zou moeten worden uitgebreid met sleutelfiguren die tijd hebben om werk voor de commissie te doen. Deze nieuwe commissie is daarna belast met het in stand houden van gesprekken met belanghebbende bij het centrum. Het is belangrijk om de huidige ondernemers te ondersteunen bij het zoeken naar een opvolger indien van toepassing. Deze ondersteuning wordt een belangrijke taak van de commissie. Dit kan worden gezien als een vorm van centrummanagement.

Taken voor de commissie zijn:

- Structureel contact onderhouden met ondernemers, pandeigenaren, gemeente en andere belanghebbende.
- Ondernemers ondersteunen bij problemen waar zij mee zitten. Dit kan zijn op het gebied van ondernemen, maar ook op het gebied van opvolging.
- Pandeigenaren ondersteunen in het vinden van nieuwe ondernemers. Dit kan gedaan worden door de oren open te houden en eens na te vragen in het netwerk.
- Contact onderhouden met ondernemers buiten het centrum. Deze ondernemers kunnen misschien overwegen te verhuizen naar het centrum.

Advies 2: Contact onderhouden met ondernemers en pandeigenaren.

Contact onderhouden met ondernemers en pandeigenaren is cruciaal voor een centrum. De commissie krijgt daarom het advies om dit structureel na te streven. Uit dit structurele contact kan bijvoorbeeld informatie komen over toekomstplannen van de ondernemers. Het bijhouden van een database met contactgegevens kan helpen om mensen te kunnen bereiken.

Bij acties kan er persoonlijk worden langsgegaan om dit te promoten. Op deze manier kan er gezorgd worden voor meer persoonlijk contact. Iemand van de vitaliteitscommissie zou elk jaar een gesprek moeten houden met ondernemers over hun plannen en problemen. In deze gesprekken moet ook worden aangegeven dat er bij problemen contact kan worden opgenomen. Op deze manier is de commissie op de hoogte van wat er speelt. Hierdoor kunnen zij de ondernemer beter van dienst zijn. Dit draagt bij aan een krachtige kern in Olst, omdat hiermee de ondernemers sterker staan.

Advies 3: Draag het merk Olst uit.

Het merk Olst is belangrijk. Olst moet zich onderscheiden van andere plaatsen. Dit kan Olst doen door zichzelf meer uit te dragen naar de buitenwereld. Het hebben van een goede website is een goede manier om gevonden te kunnen worden. Zo kan worden gekeken naar het mogelijke gebruik van de website: www.olstenwijhe.nl. Hier kan gebruik worden gemaakt van de IJssel als reclamemiddel. De IJssel heeft met zijn natuurlijke omgeving een goede uitstraling. Streekproducten kunnen ook bijdragen aan een natuurlijke uitstraling. Olst moet de kansen die er liggen op het gebied van natuur, geschiedenis en kleinschaligheid uitdragen. Door ervoor te zorgen dat er een onderscheidend aanbod aan winkels is kunnen er meer mensen naar Olst getrokken worden en kan er worden gezorgd dat meer mensen in Olst blijven. Hoe meer klanten hoe beter dat is voor de ondernemers en daarmee Olst.

Advies 4: Gezamenlijk opstellen van een visie voor het centrumgebied.

De vitaliteitscommissie wordt geadviseerd om een gezamenlijke visie op te stellen met alle ondernemers en andere betrokkenen. Deze visie moet gemaakt worden voor het centrumgebied. De visie kan in samenspraak met de gemeente daarna worden opgenomen in de detailhandelstructuurvisie. In deze gezamenlijke visie kan gekeken worden naar een goede routing, maar ook naar de verbinding van de IJssel met het centrum. Dit is belangrijk omdat betrokkenen daarna allemaal dezelfde kant op werken. Nu is het beeld vaak dat er individualistisch wordt opgetreden. Dit zou met een gezamenlijke visie kunnen worden verbeterd.

Voordat deze visie wordt opgesteld moet ook worden gekeken naar wat het centrumgebied nou eigenlijk is. Het centrum zou moeten worden ingeperkt. Dit is echter heel lastig om actief voor elkaar te krijgen. Financieel is dit zeer onwenselijk. Daarom is het advies om gezamenlijk met betrokkenen een centrumgebied aan te wijzen. Hierdoor wordt duidelijk binnen welke grenzen alleen detailhandel mag plaatsvinden. Op deze manier kan via een 'uitsterf beleid' worden gestreefd naar een compact centrum. De panden die buiten deze nieuwe grenzen vallen kunnen in samenspraak anders bestemd worden. Als buiten dit centrum toch iets wil vestigen dat beter in het centrum kan, moet de commissie hierop inspelen en hier bezwaar tegen aantekenen. Daarnaast kan de commissie in gesprek gaan of men toch niet in het centrum wil vestigen.

Advies 5: Stel een ondernemersfonds in, gevoed uit reclamebelasting.

Het instellen van een ondernemersfonds is belangrijk voor Olst. Dit zorgt voor meer betrokkenheid van ondernemers bij de plannen voor Olst en zorgt ervoor dat zij ook allen investeren in deze plannen. Zij kunnen aanhaken of afhaken, maar ze betalen wel mee. Wanneer het ondernemersfonds ingevoerd wordt betalen de grote ketens ook mee en wordt er een eenheid gecreëerd. Dan is er geen onderscheid meer tussen wel lid en geen lid. Het geld moet één op één terugkomen naar de ondernemersvereniging, zodat deze investeringen kan doen in het belang van het centrum. De extra betrokkenheid draagt bij aan de kracht van het centrum. Plannen die met elkaar zijn gemaakt kunnen vaak op meer draagvlak rekenen.

Advies 6: Stel een prijsvraag in waarin nieuwe ondernemers met ideeën kunnen komen.

Een goede optie voor het werven van nieuwe ondernemers is een prijsvraag. Mensen met initiatieven voor een startende onderneming kunnen dan hun idee insturen waarop de ondernemersvereniging kan besluiten wie het beste idee heeft. Dit is een mogelijkheid voor alle leegstaande panden, waarbij de pandeigenaar wel nog akkoord moet gaan. In afstemming met een pandeigenaar kan er overeen gekomen worden dat een startende ondernemer het eerste jaar bijvoorbeeld gratis in het pand mag of instaphuur betaald. Dit tezamen met ondersteuning voor een startende ondernemer maakt dat er meer zekerheid ontstaat voor een compleet winkelaanbod. Daarom wordt er geadviseerd een dergelijke prijsvraag in het leven te roepen. Het invullen van lege panden moet zorgen voor een beter straatbeeld. Als de juiste ondernemer wordt gevonden kan zelfs een meerwaarde ontstaan voor de ondernemers die er al zitten.

Advies 7: Stel momenteel geen kortingssysteem in.

Er is weinig animo onder ondernemers om een kortingssysteem in te stellen in Olst. In de interviews bleek dat ondernemers hier niet warm voor lopen. Daarom is het advies om dit ook niet te proberen. Dit zou namelijk moeite zijn die men beter ergens anders aan kan besteden. De huidige kortings-/spaarsystemen worden als voldoende ervaren. Als onverhoopt tijdens gesprekken toch een mogelijkheid wordt gevonden waarop een groot deel instemt kan dit uiteraard doorgaan.