



Quick Scan

Ontwikkelingsvisie Mooi Bergen 2.0 (DTNP)

Opdrachtgever: Gemeente Bergen
Contactpersoon: de heer E. Van Hout

De Jager, Winkelstraatmanagement
Nel de Jager
Utrechtsedwardsstraat 113c
1017 WD Amsterdam

November 2014.

Inhoudsopgave

1. INLEIDING	3
1.1 AANLEIDING	3
2.1 DOELSTELLING EN WERKWIJZE	3
2. TRENDS EN ONTWIKKELINGEN	4
2.1 DE GEWIJZIGDE WINKELMARKT	4
2.2 DE GEWIJZIGDE VASTGOEDMARKT	4
3. CENTRUMVISIE BERGEN	5
3.1 FUNCTIE, POSITIE EN HAALBAAR PROGRAMMA	5
3.2 SPREIDING VOORZIENINGEN	5
3.3 VERKEER EN PARKEREN	6
3.4 BEELDKWALITEIT EN GROEN	6
3.5 FUNCTIONEEL-RUIMTELIJKE KNELPUNTEN	6
3.6 TOEKOMSTIGE CENTRUMSTRUCTUUR	7
4. MOOI BERGEN 2.0	8
4.1 UITGANGSPUNTEN EN PROGRAMMA	8
4.2 STRATEGIE EN FASERING	8
4.3 BASISMODEL	9
4.4 BASISMODEL +	9
4.5 MOOI BERGEN IN HET CENTRUM	9
5. VERVOLG	10
5.1 PROJECTONTWIKKELING 2.0	10
5.2 BESLUITVORMING	10
5.3 REALISATIE PARKEREN	10
5.4 PLANOLOGISCHE VERTALING	10
5.5 CENTRUM-/STRAATMANAGEMENT	11
ALS LAATSTE	11

1. Inleiding

1.1. AANLEIDING

Op basis van het “*Masterplan Bergen*” uit 2006, is destijds gekozen rond het Plein een nieuw Centrumproject te realiseren.

De jaren daarop zijn plannen verder uitgewerkt met als resultaat “*Structuurvisie Mooi Bergen Winkelkern* (2011, welke de basis voor de aanbesteding van het project “*Mooi Bergen*”, 2013 heeft gevormd. De aanbesteding heeft niet tot gewenst resultaat geleid. Reden: “(wellicht) een te strak stedenbouwkundig en procesmatig “keurslijf”, alsmede veranderingen in de Vastgoedmarkt in de periode 2006-2013.

In een Algemene Raadscommissie gemeente Bergen (februari 2014) zijn de verschillende gewijzigde omstandigheden uitvoerig besproken en is aan DTNP om een actualisatie gevraagd, uitmondend in de “*Ontwikkelingsvisie Mooi Bergen 2.0*”. Uitgangspunt/doelstelling: “(her)ontwikkeling van het plangebied “Mooi Bergen” om aan de ene kant een impuls te realiseren aan het gehele centrum en aan de andere kant bouwstenen te leveren het “wenselijke” programma verder te ontwikkelen. Een herijking van kansen/knelpunten van zowel de ruimtelijke visie als de ontwikkelstrategie van het plangebied om daarmee eigenaren en/of eindgebruikers te “verleiden” tot investeringen in het plangebied met een duidelijkere regiefunctie vanuit de gemeente.

Deze herijking van kansen/knelpunten heeft op moment dat deze werd vrijgegeven voor een bredere oriëntatie naar “buiten”, de gemoederen in Bergen niet onberoerd gelaten. Naar aanleiding hiervan is mij, Nel de Jager, in mijn functie als winkelstraatmanager en op basis van mijn kennis/kunde en praktische werkzaamheden, gevraagd, de opgestelde en gepresenteerde *Ontwikkelvisie Mooi Bergen 2.0*, van DTNP nog eens zorgvuldig na te lopen, uitmondend in een Quick Scan.

2.1. DOELSTELLING en WERKWIJZE

Het is absoluut niet de bedoeling om de zorgvuldig opgestelde *Ontwikkelingsvisie* van DTNP nog eens dunnetjes over te doen.

De Quick Scan heeft voornamelijk het doel een ondersteuning te bieden op de mogelijke beslismomenten welke de gemeente Bergen de komende periode zal moeten nemen t.a.v. veranderingen, vernieuwing en/of verbeteringen en te nemen vervolgstappen met betrekking tot de ontwikkeling van de gewenste structuur van het centrum en de positie van de deelgebieden hierin. Immers, er ligt al een ontzettende hoeveelheid aan (achtergrond)informatie waarvan verondersteld kan worden dat deze bij alle betrokkenen bekend is.

In een snel veranderende Vastgoedmarkt/Retailontwikkeling, maar ook Planologische en Geografische veranderingen, gaat het met name om goed afgewogen *strategische keuzes* en vergaande *maatwerk* ontwikkeling. Grote spelers in projectontwikkeling trekken zich steeds vaker terug, waardoor de *markt* voor kleinere “spelers” interessanter maar tevens lastiger is geworden.

2. TRENDS EN ONTWIKKELINGEN

2.1. DE GEWIJZIGDE WINKELMARKT

DTNP gaat in haar opgestelde ontwikkelingsvisie bij Trends en Ontwikkelingen met name in op de veranderingen in *aanbod* versus *verdringing*, groei in *winkeloppervlak/aanbod* versus *bestedingen*. Daarnaast wordt ingegaan op *vestigingsstrategie* van winkelformules, de *vergrijzing* van met name zelfstandige ondernemers, de afname aan *behoefte winkels*, en welke consequenties dit voor Bergen heeft.

Door DTNP wordt aangegeven dat het aantal starters in het zelfstandig MKB beperkt zal zijn vanwege het ongunstige toekomstperspectief.

Opvallend hierbij is dat DTNP bij de wijzigingen in de *Winkelmarkt*, zicht beperkt tot sec de detailhandel.

Verondersteld kan worden dat Bergen een goede uitgangspositie heeft met betrekking tot Toerisme. Welke kansen en mogelijkheden in deze sector liggen zijn onderbelicht. Immers, ook al is er sprake van vergrijzing en krimp, dat betekent niet dat met name deze sector zal verschrallen.

We beschikken over steeds meer vrije tijd en dat biedt met name ook kansen om specifiek deze sector meer bij de ontwikkelingen te betrekken en verder te onderzoeken welke kansen daar mogelijk kunnen liggen om de centrumfunctie te versterken.

Daarbij valt te denken aan kwalitatief hoogwaardige mogelijkheden in met name de Horeca (“smakelijk Bergen”), ontwikkelingen van kleinschalige verblijfsfuncties (Bed & Breakfast “weekendje weg”), winkels in Leisure in de breedste zin van het woord (fietsen, outdoortravel). Immers, als verblijfsfuncties hoogwaardig worden uitgerust, unieke bijzondere attractieve winkels worden gerealiseerd, betekent dit aantrekken van koopkrachtig publiek dat mogelijk langer verblijft en daardoor ook meer zal besteden. Dat betekent koopkrachtbinding (= aandeel (%) van totale bestedingen van inwoners) maar ook koopkrachtoevloeiing (= omzet van buitenaf).

Om te kijken welke kansen bovenstaande biedt in de Ontwikkelingsvisie Mooi Bergen 2.0, is het aan te bevelen beter inzichtelijk te maken welke vraag er vanuit de Toeristische sector/Horeca is en of daar mogelijkheden aanwezig zijn eea te optimaliseren dan wel te re-designen/re-marketen.

In tegenstelling tot wat DTNP aangeeft: “een beperkte starters ontwikkeling door ongunstige toekomstperspectieven”, is er juist een andere trend/ontwikkeling te bespeuren. Jonge starters ontdekken opnieuw de ambachtelijke sector. Dit houdt verband met de trend naar duurzaam in zowel de food als de non-foodsector.

Onderzocht zou moeten worden in hoeverre Bergen een gunstig startermilieu kan creëren en/of voldoende aandacht wordt geschonken aan deze kleine groeiende groep nieuwe (vaak hoog opgeleide) spelers/retailers. Een zogenaamde “*re-invention*” in de retail. Dit vraagt durf en bieden van kansen (“gunnen”) en over grenzen/beperkingen kijken of te wel het “overwinnen” van koud water vrees.

2.2. DE GEWIJZIGDE VASTGOEDMARKT

Zoals DNTP heel duidelijk in dit hoofdstuk aangeeft is de vastgoedmarkt zoals we deze uit de jaren voor de (economische/vastgoed) crisis behoorlijk in ontwikkeling. Terecht stelt DNTP dat door deze verandering, waarbij nog steeds niet helemaal duidelijk is hoe deze zich verder en in welke richting deze zich zal ontwikkelen, dat een heldere en inzichtelijke integrale gebiedsontwikkeling onzekerheden met zich meebrengt.

Een en ander vergt een heel duidelijke strategische aanpak/visie welke ook stevig verankerd dient te worden.

De vraag welke de gemeente Bergen zich daarbij dient te stellen is of deze verankering gemaakt kan worden en als zodanig een stevig fundament biedt. Zowel naar mogelijke investeerders, als bewoners/gebruikers. Welke zekerheden kun je in een dergelijke situatie geven?

Immers, planontwikkeling zal langer duren waarbij, terwijl ontwikkelingen in het detailhandelslandschap wel gewoon doorgaan.

Moeilijke keuzes die eventuele besluittrajecten behoorlijk kunnen beïnvloeden.

Het is aan te bevelen om gedurende het gehele planproces en uitvoering participanten, in welke hoedanigheid dan ook, voortdurend mee te blijven nemen. Voortdurend duidelijk te blijven maken welke keuzes er worden gemaakt en waarom en wat dit betekent voor het gehele planproces. Dat betekent dat er hard gewerkt zal moeten worden aan het wederzijds krijgen en behouden van vertrouwen en openheid. Daarnaast een goede budgetbewaking. Immers, plannen die op langere termijn worden uitgewerkt kunnen vaak door lange termijnsituaties/beslismomenten soms nogal eens kostenoverschrijdend uitvallen.

Maak een duidelijk stappenplan en draag er zorg voor dat niet alleen de focus is gericht op de grotere projecten maar tegelijkertijd aandacht blijven houden voor de wat kleinere stappen die mogelijk tot zichtbaarheid leiden en zicht geven op de lange lijn/termijn. Immers, zien is geloven. Vier elk succes!

3. CENTRUMVISIE BERGEN

3.1. FUNCTIE, POSITIE EN HAALBAAR PROGRAMMA

In dit hoofdstuk gaat DTNP in op de huidige positie van Bergen-centrum. Dat wil zeggen de uitgangspositie en situering van het aanbod in de verschillende segmenten, sectoren, functies en hun posities.

Hieruit blijkt, dat ondanks gewijzigde situaties in het vastgoedlandschap en bijbehorend detailhandels landschap, dat een kleine groei in Bergen verantwoord kan zijn.

Opgemerkt kan worden dat er weliswaar sprake kan zijn van verminderde expansie van filiaalbedrijven en op sommige plekken wellicht toch leegstand kan ontstaan. Dit is een belangrijk gegeven om voortdurend het plangebied te blijven monitoren. Wat gaat er weg, komt er inderdaad een nieuwe andere invulling of ontstaat de kans op structurele leegstand. Cruciaal is hierbij de vraag of er voor wordt gekozen “de markt zijn/haar werk te laten doen” of dat er mogelijkheden/middelen aanwezig zijn dit te sturen en op basis daarvan bijtijds bij te stellen c.q. wordt actief ingezet op het binnenhalen van die branches welke nu in het segment ontbreken en de positie van het centrum van Bergen versterken.

Er zijn inmiddels gesprekken gevoerd om te achterhalen wie welke verplaatsingsbehoefte/uitbreidings mogelijkheden zoekt en heeft.

Opvallend is dat slechts de zittende supermarktorganisaties dergelijke behoeften hebben. Niet helemaal duidelijk is, of deze behoeften uit de organisaties als zodanig naar voren komt of dat dit daadwerkelijk ook een behoefte is die bij consumenten aanwezig is. Niet helemaal duidelijk is op welke wijze nabijgelegen winkels nu van de aanwezigheid van de supermarkten “profiteren”.

In haar rapport baseert DTNP zich op gegevens uit 2010.

Wat de werkelijke situatie nu in Bergen is komt uit het rapport niet naar voren. Het is aan te bevelen hier nog wat aanvullend onderzoek naar te doen. Immers, verplaatsing/vergroting van het aandeel van supermarkten is bepalend voor het behoud van de positie van de zelfstandige retailers.

3.2. SPREIDING VOORZIENINGEN

In dit deel gaat DNTP in op de huidige situering van de verschillende functies en waar met name de publiekstrekkingen, horeca, winkels en andere dienstverlening gesitueerd zijn en daarmee een “stempel” (= profilering en positionering) op een bepaald gebied drukken. Voor consumenten, bezoekers en bewoners geeft dit ook een duidelijk profiel en heeft elk gebied in de “mined-map” de eigen positie en ervaring.

In het rapport wordt niet echt dieper ingegaan welk profiel en positie nu welke bezoekersstroom genereert en wie waar uiteindelijk van “profiteert”.

Beter zou zijn om elke gebied daarmee een profiel “sterk/zwak” mee te geven. Dan wordt uiteindelijk ook veel inzichtelijker waar en welke gebieden nu met elkaar verknoopt zouden kunnen worden.

Wellicht kan hierbij een verkorte SWOT-analyse een beter beeld geven.

3.3. VERKEER EN PARKEREN

Door DNTN zijn de verschillende verkeersstromen en parkeerbehoefte goed in beeld gebracht. Echter, hier wordt nu ingegaan op de huidige situatie.

Het verdient aanbeveling om naast de bestaande kaart tegelijkertijd een kaart toe te voegen met eventuele nieuwe (veronderstelde) routes op het moment dat er winkels bijkomen dan wel winkels verplaatsen. Immers, winkels erbij of verplaatsen brengt andere verkeersstromen met zich mee (denk aan bevoorrading, loop-, fietsafstanden etc.etc.)

3.4. BEELDKWALITEIT EN GROEN

Op basis van de analyse van DTNP komt naar voren dat Bergen op verschillende locaties verschillende Ruimtelijke kwaliteiten heeft. Er wordt een duidelijk patroon zichtbaar in de verschillende kwaliteiten en geeft uiteindelijk ook de positie/beleving weer welke het gebied als zodanig inneemt.

Het gebied rondom de Ruinekerk heeft, doordat dit als beschermd dorpsgezicht is aangewezen, het belangrijkste onderscheidende vermogen en positie tov de directe omgeving.

Het is aan te bevelen om de andere gebieden ook een kwaliteitskenmerk mee te geven. Immers, dat geeft een duidelijke rangorde aan en biedt mogelijkheden daar waar de gemeente Bergen vindt dat je een kan versterken, daar ook op wordt ingezet. In feite is dit een duidelijke DNA-structuur meegeven en dat ook naar voren brengen.

Wat betreft de groenstructuur geeft DNTN heel duidelijk aan dat daar waar het kan, de sterke en aantrekkelijke groenstructuur moet worden meegenomen in de verdere ontwikkelingen van het plangebied. Een belangrijke factor die kan bijdrage aan de belevingsfactor van het gebied. Daarmee kan Bergen zich ook verder onderscheiden als “groene/duurzame” aantrekkelijke gemeente.

3.5. FUNCTIONEEL-RUIMTELIJKE KNELPUNTEN

In haar rapport geeft DTNP in 6 punten een opsomming van knelpunten in de hoofdstructuur.

Opvallend hierbij is dat er ingegaan wordt op het relatief klein zijn van supermarkten AH en Aldi. Over andere winkels in dit gebied worden verder geen uitspraken gedaan. Of dit ligt aan het feit dat de supers worden gezien als belangrijke “publiekstrekkingen” wordt niet helemaal duidelijk.

Het verdient aanbeveling de opgesomde knelpunten een rangorde mee te geven in belangrijkheid. Immers, er wordt de gehele hoofdstructuur onder de loep genomen. Duidelijk moet zijn welke ingreep je ook doet, dat dit consequenties heeft.

Als duidelijker wordt aangegeven welke rangorde er zit in de knelpunten, dan geeft dat ook beter weer welke “kansen” er verzilverd worden. Je kunt niet het ene volledig aanpakken en andere onderdelen laten liggen. De samenhang moet heel goed in beeld worden gebracht.

3.6. TOEKOMSTIGE CENTRUMSTRUCTUUR

DNTP gaat hier verder in op de kenmerken van de verschillende gebieden en geeft daar ook een rangorde/profiel in aan. Er wordt een duidelijke structuur aangegeven in gebieden waar gewinkeld wordt en gebieden waar sprake is van een toeristisch-recreatieve functie.

DNTP benadrukt het belang deze verschillende gebieden op een aantrekkelijke wijze met elkaar te verbinden, zodat beide gebieden blijvend profiteren van elkaars sterke kanten.

Als (kloppend) hart wordt het gebied rondom de kruising Breelaan-Plein aangemerkt dat als het ware de bovengenoemde gebieden met elkaar moet verbinden

(verblijfsfunctie).

DTNP stelt dat het project Mooi Bergen 2.0 een bijdrage kan leveren aan de gewenste positie (profiel) en functioneel ruimtelijke structuur.

Als je nu daarbij in gedachte neemt dat herontwikkeling niet meer vanzelfsprekend door projectontwikkelaars wordt opgepakt en dit een integrale gebiedsontwikkeling in de weg kan staan, dan moet nog duidelijker naar voren komen, dat je uiteindelijk het grote geheel in de gaten zal moeten blijven houden.

Immers, als kleinere spelers in het veld slechts een kleine vlek zullen ontwikkelen, dan moet wel heel duidelijk meegegeven worden aan welke randvoorwaarden eea zal moeten voldoen om het grote geheel niet uit het oog te verliezen.

De vraag is of dergelijke scherp afgebakende grenzen de kleine spelers niet zal ontmoedigen. Het blijft ook voor “kleine spelers” in het veld een kwestie van rendement. Betekent dit dat “teugels” gevierd kunnen worden of dat strak wordt vastgehouden aan eerder vastgestelde kaders? Bij de keuze die de gemeente Bergen maakt, zal hier goed op gelet moeten blijven worden.

4. MOOI BERGEN 2.0

4.1. UITGANGSPUNTEN EN PROGRAMMA

In dit hoofdstuk gaat DNTP verder in op de belangrijke uitgangspunten voor de ontwikkeling van Mooi Bergen 2.0.

. behoefte aan een nieuw centrumproject aan het Plein

Op basis van de gewijzigde winkel- en vastgoedmarkt vraagt de uitwerking van het plan om aanpassingen.

Opvallend is dat hierbij sterk wordt ingezet op schaalvergroting en relocatie van de supermarkten. Dit wordt kennelijk qua detailhandel als DE trekker gezien.

Er worden echter geen uitspraken gedaan over herontwikkeling/herinvulling van de plekken die de bestaande supermarkten achterlaten. Het is niet duidelijk, althans dat wordt in dit onderzoek niet duidelijk, van wie het huidige vastgoed. Dit lijkt mij wel cruciaal. Immers, kan er als er wordt besloten tot relocatie van de supers voorwaarden worden gesteld aan de achter te laten panden? Zijn eigenaren bereidt om mee te werken met herinvulling van deze panden? Is de gemeente Bergen in staat deze panden te verwerven of blijft zij afhankelijk van de “goodwill” en medewerking van de eigenaren?

Dat lijkt mij vragen waar de gemeente Bergen goed over zal moeten nadenken voordat zij besluit tot relocatie van de supers.

Wat betreft de overige aandachtspunten lijkt het mij duidelijk, dat de gemeente Bergen gelijktijdig plannen op de “plank” moet hebben liggen om daadwerkelijk aan de slag te gaan met uitvoering van deze plannen.

Het mag duidelijk zijn dat er dus een helder stappenplan moet liggen met daadwerkelijke uitvoering/planning om ontwikkelingen toch naadloos op elkaar te laten aansluiten. Dat betekent helderheid in planning, procedures en financiële middelen.

Het moet duidelijk zijn, dat als bepaalde benoemde aandachtspunten niet uitgevoerd kunnen worden, welke consequenties dit voor de ontwikkeling van Mooi Bergen 2.0 kan/zal hebben.

4.2. STRATEGIE EN FASERING

DTNP stelt, dat als gevolg van de crisis en stagnering het vorige plan te complex bleek en de risico's te hoog waren en stelt voor de deelgebieden te ontkoppelen. DNTP stelt een flexibele gefaseerde aanpak voor waarbij deze wel moeten passen in een overkoepelend plan met hoge kwaliteit. .

Op zich is dat natuurlijk een legitieme aanpak, maar dat vraagt wel om een regisserende rol van de gemeente Bergen. Immers, wie houdt in de gaten dat de gefaseerde ontwikkelingen ook daadwerkelijk blijven passen in het grotere plan? DTNP gaat hierbij met name in op streven naar ontwikkeling in eerste instantie van de Harmonie-locatie, waardoor ruimte ontstaat voor een supermarkt, een ondergrondse parkeergarage en woningen. DNTP stelt daarbij dat deze ontwikkeling relatief snel kan starten en daarmee een impuls wordt gegeven aan het plangebied en de overige onderdelen.

Het is mij niet helemaal duidelijk waarom dit onderdeel als eerste aangepakt kan worden.

Daarnaast is er ook geen onderbouwing waarom deze ontwikkeling prima past in de geleidelijke ontwikkeling en realisatie van het gehele plan.

Kennelijk ziet DNTP de relocatie van de super als trekker, welke wellicht andere “spelers in het veld” zal verleiden ook investeringen te gaan doen.

Welke zekerheid is daar echter over te geven?

Is relocatie van de supermarkten wel de trekker welke andere ontwikkelingen mogelijk maakt?

Zoals eerder opgemerkt zal ook heel goed gekeken moeten worden, als er een keuze wordt gemaakt de supermarkten te reloceren, wat het achterblijvende vrijkomende vastgoed voor gevolgen heeft. Blijven deze panden leegstaan? Zijn er andere retailers die al hebben aangegeven op deze locaties te willen zitten? Doet vergroten/reloceren van de supers wel recht aan Bergen? Worden dit geen dominante factoren? Is onderzocht welke andere mogelijkheden er zijn dan alleen verplaatsen van de supers? Vragen die, alvorens goedkeuring wordt gegeven aan deze ontwikkeling, heel goed op de eigen merites beoordeeld dienen te worden.

Het lijkt er bijna op dat voor verplaatsing/reloceren van de supermarkten er al mensen aan de zijlijn staan, terwijl er voor de andere deelgebieden nog geen animo is. Althans uit het onderzoek van DNTP blijkt niet dat hier belangstelling voor is getoond.

4.3. BASISMODEL

4.4. BASISMODEL +

DNTP schetst hierbij, op indicatief opgestelde uitwerkingen, een aantal ruimtelijke basismodellen, impressies en sfeerbeelden.

Het deelgebied Harmonie-locatie is daarbij als uitgangspunt genomen.

De uitwerkingen spreken voor zich en geven de verschillende ontwikkeluitkomsten weer.

4.5. MOOI BERGEN IN HET CENTRUM

In dit hoofdstuk gaat DNTP verder op de ontwikkeling van het nieuwe hart voor het centrum van Bergen.

Het blijft opvallend dat er bij deze ontwikkeling ook alleen wordt uitgegaan van een “zorgvuldig ingepakte” supermarkt en parkeergarage.

Het is jammer dat er geen indicatieve uitwerkingen zijn gemaakt met bijvoorbeeld een ander type retail.

Je kunt je afvragen als er niet wordt uitgegaan van reloceren van de Supermarkt, welke bedreigingen er dan zouden zijn voor de verdere ontwikkelingen van het plan Mooi Bergen 2.0. Dit is nu lastig te beoordelen. Dit vereist een zorgvuldige maar uiterst boeiende discussie. Spelen andere factoren hier een rol, zoals geld, toezegging, haast, voortgang etc.etc. wellicht een rol?

5. VERVOLG

5.1 PROJECTONTWIKKELING 2.0

Uit dit hoofdstuk waar in het kort wordt aangegeven wat het daadwerkelijke verschil is met de vorige visie (ruimtelijke visie en *aangepaste* ontwikkelingsstrategie) zonder een integrale herontwikkeling door 1 projectontwikkelaar.

DTNP stelt dat het ook niet nodig is in dit herziene plan om al het vastgoed te laten verwerven door 1 partij.

Dit biedt meer kansen.

Dat klopt, maar heeft net zo goed ook zwakke elementen. Immers, het is nu afwachten welke investeerders zich gaan aandienen. Doen zij dit op basis van de invulling Harmonie-locatie met een supermarkt?

Zou dit kunnen betekenen dat er wellicht toch ontwikkelaars zijn die mogelijkheden zien tot ontwikkelen met retail in modisch oid?

Het blijft een beetje in een glazen bol kijken zolang er nu alleen wordt gefocust op de relocatie van de supers.

Het is op basis van deze herziene visie welke mogelijkheden er zich voordoen mbt redesigning dan wel remarketing.

Sowieso is het jammer dat er niet is gewerkt met een marketingstrategie.

Ook jammer dat er geen referentie projecten zijn benoemd waardoor meer kennis genomen kan worden van de dagelijkse praktijk en/of functioneren.

Heel duidelijk zal bij de besluitvorming op het netvlies moeten komen te staan, dat het plan Mooi Bergen 2.0 tot doel heeft uiteindelijk op de langere termijn te komen tot:

1. een versteviging van het kernwinkelgebied
2. behoud van de unieke positie
3. toename van consumenten/bezoekers
4. herinrichting van een heel groot deel van de openbare ruimte/groenstructuur
5. verstevigen van de toeristische en recreatieve functie.

Hoe het wordt gedraaid en/of gekeerd, ook deze losgekoppelde strategie mbt de ontwikkeling moet een samenhang blijven houden in wonen, werken recreëren en verblijven. Juist die combinatie biedt die versterking die het centrum van Bergen nodig heeft om haar unieke positie te verstevigen en te behouden.

Zoals DTNP ook aangeeft (5.3.), zal realisatie van ondergronds parkeren een zware wissel trekken op financiële middelen en daarmee ook de haalbaarheid van dit plan. Echter, DNTP benadrukt dat eea afhankelijk zal zijn van wel/niet reloceren van de supermarkten. Is dat geen “tricky” afweging?

Terecht wordt door DNTP in 5.4, Planologische vertaling, opgemerkt dat zorgvuldig omgegaan dient te worden met andere ontwikkelingen buiten het voorgestelde plangebied. Het verdient aanbeveling in verdere opstelling van deelplannen en uitwerkingen duidelijk wordt aangegeven welke ontwikkelingen en waar gestimuleerd worden en waar andere zullen moeten worden herbestemd om het doel “Economische versteviging van de kern” te realiseren, ook al zal dit wellicht in tijd gaan lopen.

5.5. CENTRUM-/STRAATMANAGEMENT

De gemeenteraad van Bergen heeft een motie aangenomen, waarin zij straatmanagement wil overwegen.

Mijn voorkeur zou inderdaad zijn deze overweging om te zetten in het daadwerkelijk inzetten van straatmanagement.

Duidelijk moet echter wel zijn, welke doel hiermee bereikt wenst te worden en welk takenpakket daarbij hoort.

Het is met name van belang, zeker als je ziet dat tussen plan en realisatie een behoorlijke tijdspanne zit, het van belang is om de verschillende partijen voortdurend bij elkaar te brengen en te houden, daar waar nodig “vinger aan de pols” te houden en tussentijdse marketing strategieën te bedenken en uit te voeren die mee helpen het doel “economische vitalisering van het Centrumgebied” te realiseren.

ALS LAATSTE

In deze Quick Scan is in vogelvlucht langs alle onderdelen gegaan en zijn daar waar nodig en noodzakelijk suggesties en aanbevelingen gedaan.

Ik wens de gemeente Bergen in haar verschillende hoedanigheden heel veel wijsheid en succes toe in haar besluitvorming.

Nel de Jager
(Winkelstraatmanagement)

November 2014.