



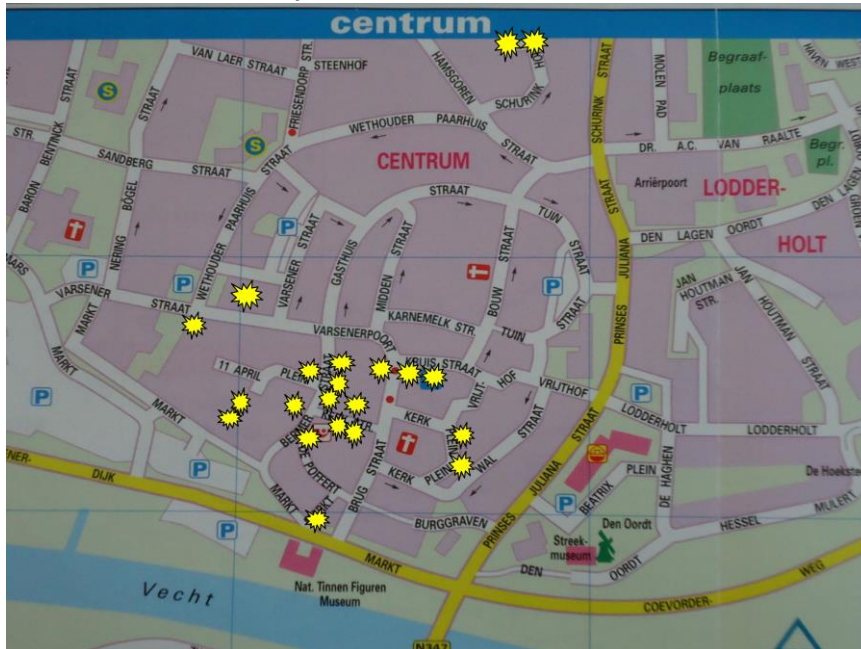
## Aanzet tot Actieplan Centrum Ommen.

### **Inleiding.**

De leegstand van winkels in het centrum van Ommen, maar ook daarbuiten, baart de VOV-fractie grote zorgen. Leegstand is een probleem, dat een domino-effect kan hebben. Leegstaande winkels maken de gemeente niet geliefd bij de bevolking van Ommen en de mensen die Ommen bezoeken en bij mogelijke investeerders. Daarom wil de VOV-fractie de leegstand in Ommen te lijf.

### **Leegstand winkels in beeld.**

De VOV houdt al enige tijd een zogenaamde leegstandsmonitor bij voor het kernwinkelgebied. Uit de opname van 13 februari 2014 blijkt dat van de ruim 60 winkels in het centrum er 21 leeg staan.



Een percentage van ruim 30%. Meer dan een derde dus! En daarmee ligt Ommen helaas ver boven het landelijk gemiddelde. Op bijgevoegde kaartje is in de door de VOV opgestelde leegstandsmonitor aangegeven waar de betreffende panden in het centrum staan. De VOV vernieuwt deze monitor regelmatig .

### **Aktieplan Centrum.**

De VOV vindt het belangrijk dat er snel en daadkrachtig wordt gezocht naar nieuwe oplossingen voor dit probleem. De VOV wil graag dat "Ommen weer gaat bruisen!".

De VOV ziet daar mogelijkheden voor en heeft een Aktieplan Centrum voorbereid, waarin voorstellen zijn opgenomen om de leegstand zo snel mogelijk en zo goed mogelijk te bestrijden en het centrum van Ommen weer bruisend te maken.

Dit Aktieplan Centrum moet wat de VOV betreft – onder regie van het gemeentebestuur – zo snel mogelijk worden uitgewerkt in nauwe samenwerking met alle betrokken partijen in het centrum:

HandelsVerenigingOmmen, horeca, makelaardij, Kamer van Koophandel, Detailhandel Nederland, pandeigenaren verenigd in een te vormen Vereniging van Eigenaren. Daarvoor is nodig, dat er een convenant wordt opgesteld en ondertekend door deze partijen.

De VOV heeft dit Aktieplan Centrum voorbereid en is van mening dat in ieder geval de volgende tien punten in dit plan nader moeten worden ingevuld:

1. Er moet een nieuwe Centrumvisie worden gemaakt. In 2003 is een Centrumvisie vastgesteld door de gemeenteraad. Dat is alweer meer dan 10 jaar geleden! Evaluatie en bijstelling is hoognodig. De tijden zijn veranderd en daar moet op worden ingespeeld.
2. Naast deze Centrumvisie moet een aparte detailhandelsvisie worden gemaakt over de plaats van ons centrum in de detailhandelsmarkt; de ontwikkelingen volgen zich vandaag de dag zeer snel op en daar moet een passend antwoord op worden gevonden. Denk maar eens aan de opkomst van de webshops, het digitale winkelen.
3. Er moet zeer snel een vorm van centrummanagement komen: dat moet in de beleving van de VOV geen (dure) externe kracht te zijn, maar kan ook op andere manieren worden ingevuld:
  - Iemand uit de Ommen samenleving vinden, die als betaalde centrummanager de contactpersoon kan zijn tussen gemeente en centrum;
  - Een centrumloket maken in het gemeentehuis, waar alle vragen m.b.t. het centrum op een centrale plaats worden gecoördineerd; dit kan met de bestaande personeelsformatie worden gedaan.
4. Een brancheadviescommissie moet zich bezighouden met de acquisitie van winkels voor het centrum; in de commissie moeten zitting hebben vertegenwoordigers van de Handelsvereniging, de Kamer van Koophandel, Detailhandel Nederland, de gemeente en de projectontwikkelaar. Met behulp van een op te stellen brancheringsplan kan meer doelgericht worden gezocht naar de beste winkels voor Ommen.
5. De oprichting van een eigen pandenbank of aansluiting bij de Nationale Pandenbank. De Nationale Pandenbank biedt elke gemeente een eigen pandenbank, waarmee centrummanagers de leegstand eenvoudig en centraal in kaart kunnen brengen. Zij verzamelen hiermee informatie van leegstaande commerciële panden in de binnenstad en plaatsen deze op hun eigen lokale pandenbank. Je krijgt hierdoor goed inzicht in de leegstand en het verloop hiervan en er kunnen duidelijke rapportages uit de pandenbank worden gehaald.

De gemeentelijke pandenbank biedt inzicht in:

  - Het aantal leegstaande panden.
  - Het aantal m<sup>2</sup> leegstand t.o.v. het totaal beschikbare winkeloppervlak.
  - De leegstand per gebied/straat.
  - Het prijsverloop van leegstaande panden.
  - De bezetting van leegstaande panden (staat een pand vaak leeg ? wordt het steeds kort verhuurd ?).
  - Leegstands informatie per makelaar.
6. Monitoring van de leegstand alleen is uiteraard niet voldoende. Er zal nog meer ingezet moeten worden op service, vertrouwen in en beleving van het centrum en op cohesievorming onder de diverse belangenpartijen.

De vastgoedeigenaren/beleggers in onroerend goed moeten hierbij ook betrokken worden en zaken als onderhoud, invulling en huurprijs van de panden moeten daarbij aan de orde komen. Onderzoek hierbij ook de mogelijkheden van vestiging van zogenaamde “pop-up stores” (een concept om webwinkels tijdelijk in winkelpanden te huisvesten).

7. Herbestemming van leegstaande panden in bijvoorbeeld een woonfunctie is volgens het geldende bestemmingsplan voor het centrumgebied mogelijk. De VOV vindt dat deze mogelijkheid in voorkomende gevallen met spoed moet worden toegepast.
8. De verplaatsing van winkels van *buiten* het kernwinkelgebied naar een nieuwe plek *in* het kernwinkelgebied moet volgens de VOV actief worden bevorderd of aantrekkelijk worden gemaakt, bijvoorbeeld door:
  - een tijdelijke verlaging van de OZB;
  - vrijstelling leges voor reclamevergunningen et cetera.
  - verplaatsingssubsidie;
  - het opnieuw instellen van het Gevelfonds voor subsidiering van het aanpassen van de gevels van winkelpanden.

De VOV wil voorkomen dat de leegstand verder toeneemt door winkels van het centrum te verplaatsen naar de Rotbrink. Projectontwikkelaar Focus uit Eindhoven heeft recent aangekondigd om een onderzoek te doen naar de haalbaarheid van de bouw van een winkelcomplex voor grootschalige detailhandel. In dit onderzoek betreft Focus naar eigen zeggen ook winkels die naar de mening van de VOV thuis horen in het centrum. De VOV wil er voor waken dat dit nieuw te bouwen complex een aanzuigende werking krijgt voor winkels uit het centrum. Daar is de Rotbrink niet voor bedoeld en het is slecht voor de retailfunctie in het centrum.
9. In de promotie van Ommen moet het gemeentebestuur de regie nemen. De ontstane versnippering moet een halt worden toegeroepen. Samen met de Stichting Promotie Ommen moet een professioneel geleid citymanagement ontwikkeld worden. Daar kunnen de Stichting Promotie Ommen en het nieuwe centrummanagement een belangrijke rol in vervullen. De VOV vindt dat ook de recreatiesector hierbij betrokken moeten worden.
10. Tot slot stelt de VOV een eenvoudig te realiseren maatregel voor om het centrum aantrekkelijker te maken door de aankleding te verbeteren door bijvoorbeeld de plaatsing van fleurige bloembakken.