

## Inspreektekst VVAC m.b.t. Binnenstadvisie

(versie 10 mei 2017)

Caspar Wortmann (voorzitter VVAC)

Ik sta hier om onze expliciete steun uit te spreken voor de Binnenstadvisie, de hoofddoelstellingen daarin, de 6 programmalijnen waarmee we het willen oppakken, de nieuwe samenwerkingsvorm, de integrale aanpak samen met de gemeente en het feit dat elke stakeholder daarin zijn rol moet nemen. *Yes we can!*

### Wie of wat is VVAC ?

- VVAC is de belangenvereniging **van eigenaren van commercieel vastgoed in de Assense binnenstad**. Eigenaren van binnen en van buiten Assen. Van particulieren met 1 pand tot pensioenfondsen met grote landelijke portefeuilles.
- Opggericht in 2016 door 5 initiatiefnemers. Met als statutaire **doelstelling**:
  - Belangenbehartiging specifiek op gebied van vastgoed
  - Actief bijdragen aan de totstandkoming van een integrale visie op de binnenstad van Assen en aan het actueel en actief houden van een gezamenlijke uitvoeringsagenda
- De vereniging is nog jong en gaat nog beginnen met de echte ledenwerving. Thans zijn er 8 leden die samen 130 adressen hebben, met een gezamenlijke WOZ-waarde van circa € 68 miljoen (van de totaal € 270 miljoen c.o.g.), alleen in de binnenstad.

### Waarom zouden wij willen investeren ?

- Assen heeft jaarlijks **€ 200 miljoen omzet detailhandel**, waarvan € 140 miljoen in de niet-dagelijkse sector. Van alle Drentse steden heeft Assen de grootste aantrekkende werking op 'buiten': 45% van alle omzet komt van buiten Assen.
- Voor een binnenstad is het dus van levensbelang dat **vastgoedeigenaren blijven investeren in de stad**. Beleggers kijken daarbij naar de **lange termijn**, en kiezen met hun investeringen voor binnensteden waar 'het gebeurt'. En waar alle randvoorwaarden aanwezig zijn en ook blijven kloppen. Waar bezoekers dus graag *willen* blijven komen omdat ze daar vinden wat ze zoeken – in een fijne sfeer.

### De opgave voor Assen en haar binnenstad

- Op 11 april gaf **Kitty Koelemeijer** aan u en mij (in Podium Zuidhaege) inzicht in veranderend gedrag en veranderende behoeften van ons mensen/consumenten. Zij maakte duidelijk: de **trends en ontwikkelingen** zijn gaande, de keuze is niet OF je er op inspeelt, maar HOE.

- De **troeven** die Assen daarbij heeft:
  - Alles zit er, maar het is toch makkelijk bereikbaar en overzichtelijk
  - En: het historisch karakter van een mooie en rijke 19e eeuwse stad.
- En wat zijn daarbij volgens ons de belangrijkste **opgaven/uitdagingen**:
  1. ECHT samenwerken, vernieuwen, eenheid uitstralen, elkaar helpen, een ‘WIJ-Gevoel’
  2. Het historische karakter goed zichtbaar maken en beter uitventen, het mooie en rijke Assen weer oppoetsen en in het heden stevig neerzetten
  3. Zorgen voor een compleet pakket, (zie logo) van winkelen, wonen, werken, ontspannen en genieten



### Wat gaat ons daarbij helpen?

- **Cushman&Wakefield** bracht afgelopen dinsdag haar **jaarlijkse Retail Rapport** uit.
  - Ook C&W ziet dat veel (van oudsher) winkelsteden bezig zijn om zich om te vormen naar een **totaalconcept**: Ik citeer: *“Culturele voorzieningen, horeca, food en hospitality, leisure en publieksfuncties vormen samen met retail een integraal onderdeel van de aantrekkelijkheid van een stad.”*
  - En er is een beetje goed nieuws. C&W verwacht dit jaar een groei van 2%. Citaat: *“De **retailseinen staan op groen**, maar niet om te blijven doen wat we altijd deden. Het speelveld is fors veranderd.”*
  - Waar komen de nieuwe investeringen vandaan? **Uit het buitenland!**  
Laatste citaat: *“De buitenlandse toetreders zijn nadrukkelijk actief in een beperkt aantal branches: kleding, schoenen, sieraden [samengevat: fashion] en huishoudelijke- en luxeartikelen.”*  
U weet, in de Binnenstadvisie staat dat het de fashionretail is die het aspect van funshoppen aan het ‘pakket’ van de binnenstad toevoegt. De gegroeide interesse vanuit het buitenland voor de Nederlandse markt geeft ons dus mogelijkheden om **nieuwe toetreders** (zeg, elke formule die zo’n 25 winkels in Nederland wil doen) naar deze binnenstad te halen.
- De **Retailagenda** heeft in de afgelopen jaren landelijk al wel geholpen in de bewustwording dat er keuzes moeten worden gemaakt. En hoewel Assen nog geen **Retaildeal** met de minister heeft gesloten, geeft deze **Binnenstadvisie wel een goede invulling** aan drie van de vijf pijlers daarvan, namelijk:
  1. In nauw overleg tussen gemeente, retail, horeca, vastgoed, kunst en cultuur komen tot een **visie op de detailhandel en de bredere binnenstad** (zie deze Binnenstadvisie);
  2. Hierbij concreet beleid ontwikkelen en een **actieplan met prioriteiten** (zie hoofdstuk 6);
  3. Daarin het **toekomstig winkelareaal** benoemen (zie de kaart op pagina 14).

- De **Drentse Retailagenda** geeft daarbij in onze ogen de juiste extra focus en druk met zijn kerndoel: *Toekomstbestendige economisch vitale en leefbare binnensteden en dorpskernen met een eigen DNA.* Daarmee – en met Afspraak 3 – onderstreept Drenthe het belang van een vitaal stadshart voor zijn leegomgeving.

### Dus aan de slag!

- Met veel plezier hebben wij, vanaf de start van het proces in juni vorig jaar, mogen bijdragen aan de Binnenstadsvisie die nu aan u voorligt. Alle projecten, acties en initiatieven – de ene heel voor de hand liggend, de andere heel origineel – hebben wij **samen met elkaar bedacht** en opgeschreven. Alleen dát bracht partijen al een stukje dichter bij elkaar.
- Maar ook het nadenken en praten over de manier waarop je tot een krachtige organisatie en uitvoering kunt komen, heeft er voor gezorgd dat wij elkaar allemaal beter hebben leren kennen en **elkaars belang kunnen begrijpen en waarderen**.
- Graag voeg ik er – ook met mijn eigen achtergrond – aan toe dat VVAC gelooft in een **professionele aanpak**. De binnenstad is van ons allemaal, maar ook een belangrijke economische pijler met bijna 4.000 banen en tienduizenden bezoekers per week. Het management daarvan – het cement tussen de stenen – doe je er niet ‘even bij’, en de 2,4 fte die daarvoor staat lijkt ons een goede insteek.

### Tenslotte

- **Vastgoed was nooit aanwezig** om mee te denken over de binnenstad. Nu dus wel, maar we beseffen dat we die plek aan tafel wel moeten verdienen en waarmaken. En vastgoed kan het ook niet alleen.
- Na een moeilijke tijd zien we dat er weer **ruimte komt voor investeren**. Wat daarvoor wel belangrijk is: alle krachten bundelen op die binnenstad. De binnenstad wordt niet kleiner, maar wel anders. Laten we samen uitstralen dat die compacte en complete binnenstad DE plek is waar alles gebeurt en samenkomt: Zodat retail, horeca, vastgoed en cultuur DAARIN duurzaam kunnen investeren.
- Historische binnensteden zijn trekkers. Assen heeft genoeg in huis daarvoor, en met deze Binnenstadsvisie en de bijbehorende aanpak zien wij die **Top-25 echt als een reëel doel!**