

# De groei voorbij?

Onderzoek leegstand binnenstad

Rekenkamercommissie Dordrecht





**De groei voorbij?  
Onderzoek naar leegstand  
in de binnenstad  
van Dordrecht**

**Rekenkamercommissie Dordrecht**



Vlnr. J. Kerseboom, K. Meijer en C. Cransveld

**Secretariaat RKC Dordrecht:**

Postadres      Postbus 8  
                         3300 AA Dordrecht  
Telefoon        078 7704998  
Email            [s.khadje@dordrecht.nl](mailto:s.khadje@dordrecht.nl)  
                         [rekenkamercommissie@dordrecht.nl](mailto:rekenkamercommissie@dordrecht.nl)  
Internet         [www.dordrecht.nl](http://www.dordrecht.nl)  
Twitter           @RKCDordrecht

**Dit onderzoek is aangeboden aan:**

De raadsleden van de gemeente Dordrecht

**Dit onderzoek is tot stand gekomen onder verantwoordelijkheid van de Rekenkamercommissie Dordrecht:**

Jeroen Kerseboom	voorzitter
Karin Meijer	lid
Coen Cransveld	lid

**Aan dit onderzoek werkten mee:**

Minca Verboom

**Opmaak:**

Sylvia Khadjé

**Druk:**

Stadsdrukkerij Gemeente Dordrecht

**Publicatie:**

Mei 2013



## **INHOUDSOPGAVE**

<b>DEEL I</b>	<b>CENTRALE BOODSCHAP</b>	<b>6</b>
<b>1</b>	<b>OVER DIT ONDERZOEK</b>	<b>7</b>
1.1	De aanleiding	7
1.2	Vraagstelling onderzoek	7
<b>2</b>	<b>CONCLUSIES EN AANBEVELINGEN</b>	<b>9</b>
2.1	Conclusies	9
2.2	Aanbevelingen	11
<b>3</b>	<b>BESTUURLIJKE REACTIE</b>	<b>13</b>
<b>4</b>	<b>NAWOORD</b>	<b>19</b>
<b>DEEL II</b>	<b>DE BEVINDINGEN</b>	<b>20</b>
<b>5</b>	<b>LEEGSTAND VAN VERKOOPRUIMTEN IN HET WINKELGEBIED VAN DORDRECHT</b>	<b>21</b>
5.1	Definitie van leegstaande verkoopruimten	21
5.2	Het winkelgebied van Dordrecht: waar hebben we het over?	21
5.3	De omvang van leegstand	22
5.4	Leegstand in andere gemeenten	25
5.5	De vraag naar verkoopruimten tot 2020	26
5.6	Samenvattend	27
<b>6</b>	<b>BELEID LEVENDIGE BINNENSTAD EN LEEGSTAND</b>	<b>28</b>
6.1	Beleidstheorie	28
6.2	Het beleid van begin jaren 90: een vogelvlucht	29
6.3	Samenvattend	34
<b>7</b>	<b>ROLINVULLING EN SAMENWERKING</b>	<b>35</b>
7.1	Van sturen naar faciliteren	35
7.2	Faciliteren van de samenwerking: het platform Binnenstadsmanagement en het VCOD.	36
7.3	Faciliteren van de samenwerking: overige	39
7.4	Faciliteren in aangrenzende beleidsterreinen	40
7.5	Van faciliteren terug naar regisseren?	41
7.6	Samenvattend	43
<b>8</b>	<b>GERAPPORTEERDE RESULTATEN AAN DE RAAD</b>	<b>44</b>
8.1	Leegstand in de rapportages over beleid	44
8.2	Samenvattend	47



<b>BIJLAGE 1</b>	<b>: Gehanteerde normen</b>	<b>49</b>
<b>BIJLAGE 2</b>	<b>: Lijst met documenten</b>	<b>50</b>
<b>BIJLAGE 3</b>	<b>: Lijst met geïnterviewde personen</b>	<b>51</b>
<b>BIJLAGE 4</b>	<b>: Voorbeeldplanning uit ondernemingsplan 1996</b>	<b>52</b>
<b>BIJLAGE 5</b>	<b>: Leegstand van verkoopruimten per straat en gebied</b>	<b>53</b>
<b>BIJLAGE 6</b>	<b>: Trends in de Detailhandel (BRO, 2010)</b>	<b>54</b>
<b>BIJLAGE 7</b>	<b>: Afspraken convenant binnenstad</b>	<b>55</b>
<b>BIJLAGE 8</b>	<b>: Lijst met afkortingen</b>	<b>56</b>



## Voorwoord

Dit rapport draagt de naam "De groei voorbij ? Onderzoek naar leegstand in de binnenstad van Dordrecht." Met de titel 'De groei voorbij?' wil de Rekenkamercommissie aandacht vragen voor het volgende. Landelijk en lokaal is een daling van de vraag naar winkelruimte zichtbaar door trends als vergrijzing en digitaal winkelen. In Dordrecht wordt in de binnenstad nog vloerooppervlak voor detailhandel toegevoegd. De Rekenkamercommissie vraagt zich af op welke analyse deze beslissing is gebaseerd. De hierboven genoemde trends maken het noodzakelijk om na te denken over hoe het winkelhart vormgegeven kan worden vanuit de gedachte van structurele krimp van het winkelbestand.

Langs deze weg bedanken wij iedereen voor de medewerking die we kregen bij het uitvoeren van het onderzoek, niet alleen binnen de gemeente, maar ook onder winkeliers en hun vertegenwoordigende organen.

De Rekenkamercommissie Dordrecht,  
Jeroen Kerseboom, voorzitter  
Karin Meijer, lid  
Coen Cransveld, lid

## DEEL I CENTRALE BOODSCHAP



Figuur 1, Mistroostig beeld door leegstaande panden - Voorstraat Midden



Figuur 2, Cosmetische maatregelen: het vullen van de etalages met kunst



## 1 OVER DIT ONDERZOEK

### 1.1 De aanleiding

Het gemeentebestuur van Dordrecht besteedt sinds 1996 veel geld aan de verbetering van de aantrekkelijkheid en levendigheid van de binnenstad. De gemeente heeft in samenwerking met het particuliere bedrijfsleven geïnvesteerd in de herontwikkeling van de Sarisgang en Achterom/Bagijnhof. Daarnaast heeft de gemeente Horeca- en evenementenbeleid ontwikkeld, geïnvesteerd in de ontwikkeling van het Hofkwartier, het Dordrechts Museum en the Movies. Ondanks al deze activiteiten heeft een meerderheid van de raad het idee dat het niet goed gaat met de aantrekkelijkheid van de Dordtse binnenstad. Zij zien in de aanloopstraten en het kernwinkel-gebied veel leegstaande winkelpanden c.q. verkooppunten. Dit geeft een mistroostig beeld, te meer, omdat verschillende leegstaande panden verloederen door gebrekkig onderhoud.

Deze leegstand draagt niet bij aan de aantrekkelijkheid van de binnenstad. De raadsleden stelden zichzelf de vraag of de middelen die in de binnenstad zijn geïnvesteerd nut hebben gehad en hoeveel er nu aan de binnenstad is uitgegeven. Maar ook wat de gemeente kan doen aan de leegstand en aan het beeld wat de leegstand geeft. Ten slotte stelde men zich ook de vraag hoe de samenwerking met de belanghebbenden in de binnenstad is. De raad heeft, om antwoorden te krijgen op deze vragen, aan de Rekenkamercommissie gevraagd leegstand in de binnenstad te onderzoeken.

### 1.2 Vraagstelling onderzoek

De centrale vraag van het onderzoek luidt als volgt:

*Hoe heeft de gemeente Dordrecht de aanpak van het verminderen van de leegstand in de binnenstad ingericht, welke resultaten zijn behaald en hoe is de raad over het beleid en de resultaten geïnformeerd?*

#### **INTEGRAAL BELEID**

1. Welk beleid is er geformuleerd ten aanzien van het verminderen van leegstand van winkelpanden in de binnenstad van Dordrecht?
  - a. Is er specifiek beleid voor deelgebieden van de binnenstad zoals aanloopstraten en het kernwinkelgebied?
  - b. Welke financiële middelen zijn beschikbaar voor de uitvoering van het beleid?





## **ROLINVULLING EN SAMENWERKING**

2. Welke rol heeft de gemeente Dordrecht bij het verminderen van de leegstand van winkelpanden in de binnenstad en hoe vult de gemeente deze rol in?
3. Welke rol hebben externe partijen bij het verminderen van de leegstand in winkelpanden in de binnenstad en hoe vullen deze partijen deze rol in?

## **INFORMATIEVOORZIENING**

4. Welke resultaten worden behaald met het beleid gericht op het verminderen van leegstand en hoe wordt de raad hierover geïnformeerd?
5. Hoe wordt aan de raad over de effecten van de behaalde resultaten gerapporteerd?



## 2 CONCLUSIES EN AANBEVELINGEN

### 2.1 Conclusies

**Conclusie 1:** *Het gemeentelijk beleid met betrekking tot het verminderen van de leegstand van winkelpanden heeft achter de feiten aangelopen en het nieuwe beleid houdt te weinig rekening met de huidige trends.*

Sinds 2009 is er een duidelijk stijgende leegstand van verkooppunten/winkelpanden in de binnenstad. Pas in maart 2012 wordt deze leegstand in het beleid expliciet erkend. Op dat moment verschijnt er een raadsinformatiebrief, waarin de aanpak van de leegstand het onderwerp is.

Noch uit de raadsinformatiebrief, noch uit de doorstartnotitie over de levendige binnenstad (mei 2012) blijkt, dat de beleidstheorie vanaf 1996 (namelijk: genereren van meer bezoekers door vergroten van levendigheid en aantrekkelijkheid en daarmee voorkomen van leegstand) is aangepast aan de veranderde marktsituatie.

In het huidige leegstandsbeleid wordt niet ingegaan op de voorspelde mindere behoefte aan winkelpanden (2% minder vraag naar panden in 2020) onder meer door toenemend on-line winkelen en het gegeven dat bedrijven behoefte hebben aan grotere vloeroppervlakten waardoor de relatief kleine historische panden eerder leeg komen te staan. Het huidige bestemmingsplan van 2011 beperkt bovendien de mogelijkheden om kleine panden met alleen detailhandelsbestemming van functie te laten 'verschieten' naar kantoor of woning.

**Conclusie 2:** *Waar de gemeente goede contacten onderhoudt met georganiseerde verbanden en deze faciliteert, lijken spontane initiatieven van actieve ondernemers en betrokkenen echter effectiever bij het verminderen van leegstand.*

De gemeente heeft de leidende rol in de aanpak van de leegstand neergelegd bij de Vereniging Commercieel Onroerend goed eigenaren Dordrecht (VCOD). De marktpartijen worden primair verantwoordelijk geacht. De gemeente faciliteert onder andere via het opzetten een basisregistratie van leegstaande panden (pandenbank).

Daarnaast ondersteunt "Dordt Onderneemt" de marktpartijen, onder andere door vastgoedeigenaren en mogelijke huurders bij elkaar te brengen, bidbooks uit te brengen en nieuwe huurders te ondersteunen bij het verkrijgen van de benodigde vergunningen.

De organisatiegraad is vooral bij de winkeliersverenigingen en bij vastgoedeigenaren niet hoog. Het is de vraag in hoeverre de afspraken met de ondernemersorganisaties ondersteund worden door al de ondernemers in het winkelgebied.



In de Vriesestraat is de laatste tijd een trend waar te nemen, dat de leegstand afneemt, terwijl deze trend niet zichtbaar is in andere winkelstraten. In de Vriesestraat hebben verschillende winkeliers en vastgoedeigenaren de handen ineengeslagen om de leegstand te verminderen. Zij benaderen actief ondernemers die zich mogelijk willen vestigen in hun straat en organiseren veel activiteiten in de straat. Dit lijkt een succesvolle methode.

**Conclusie 3:** *Een brede, inhoudelijke discussie over leegstand van winkelpanden in de binnenstad heeft nog niet plaatsgevonden in de raad.*

Via raadsinformatiebrieven is informatie over winkeltrends, benodigd vloeroppervlak, koopstromen e.d. aan de raad verstrekt. Deze informatie heeft nog niet geleid tot inhoudelijke discussies over het beleid ten aanzien van detailhandel in de binnenstad (met uitzondering van het gebied Voorstraat Noord).

Tijdens informele raadsbijeenkomsten in het kader van verbetering van de aantrekkelijkheid en levendigheid van de binnenstad ging het bij de aanpak van leegstand vooral om cosmetische maatregelen zoals bewegwijzering, graffiti bestrijding, het bestickeren van ramen en het vullen van lege etalages met kunst.

Er heeft echter nog geen discussie plaatsgevonden over de grootte van het winkelgebied, de verschuiving van het winkelgebied en het perspectief voor straten (en de daar gevestigde ondernemers), die steeds minder vallen te typeren als winkelstraten.

**Conclusie 4:** *Er wordt niet met regelmaat en niet inzichtelijk gerapporteerd over de kosten en de effectiviteit van het beleid ten aanzien van het vergroten van de levendigheid en aantrekkelijkheid en de aanpak van leegstand.*

In september 2011 is via een raadsinformatiebrief voor de eerste keer in één overzicht gerapporteerd over de gelden, die jaarlijks worden uitgegeven aan het vergroten van de levendigheid en aantrekkelijkheid (exclusief de grote projecten als het Dordrechts Museum en het Hofkwartier, die zijn opgenomen in de jaarverslagen).

In deze raadsinformatiebrief stond echter niet of er ook specifieke middelen aan leegstand zijn besteed. Over de resultaten van het plan van aanpak leegstand (maart 2012) is tot op heden nog niet gerapporteerd. Ook heeft de raad geen afspraken met het college gemaakt over hoe de raad betrokken wordt bij de beleidsontwikkeling op dit terrein en hoe hij hierover gerapporteerd wil worden.



## 2.2 Aanbevelingen

**Aanbeveling 1.** *De Rekenkamercommissie beveelt de raad aan om het college te verzoeken een toekomstbestendige visie op te stellen over de vermindering van leegstand en daaraan gekoppeld een voorstel te doen voor wijziging van het bestemmingsplan voor het (kern)winkelgebied in de historische binnenstad.*

Het beleid sinds 1996 is primair gericht op het vergroten van aantrekkelijkheid en levendigheid van de binnenstad. Het voorkomen van leegstand is dan een gevolg van dat beleid.

Bij de visieontwikkeling geeft de Rekenkamercommissie de volgende suggesties mee:

- betrek de regionale programmering van de detailhandel en stel daarbij de vraag aan de orde of de binnenstad van Dordrecht nog steeds als de binnenstad van de regio wordt gezien.
- Besteed aandacht aan de rol, die de gemeente voor zichzelf ziet in de ontwikkeling van het kernwinkelgebied. Heeft zij vooral een faciliterende rol of toch meer de regisserende en wat houdt zo'n rol dan in?
- Maak in de visie keuzes over het (kern)winkelgebied in termen van:
  - de grootte van het gebied;
  - de precieze ligging van het gebied;
  - welke typen bedrijven kunnen zich vestigen in het gebied;
  - wat gebeurt er met straten, die (mogelijk) buiten het gebied gaan vallen:
  - (mogelijke) branchering van straten.

Betrek bij de genoemde keuzes, prognoses en trends van het koopgedrag van de consument en de trends in wensen van de winkeliers/ondernemers.

Deze visie zou de basis kunnen vormen voor een (gewijzigd) bestemmingsplan voor de historische binnenstad waar het kernwinkelgebied onderdeel van is. De Rekenkamercommissie geeft ter overweging om in dat bestemmingsplan expliciet op te nemen, dat in delen van het winkelgebied, waarvan wordt getwijfeld of zij nog economische potentie hebben als winkelstraat, andere functies mogelijk worden dan detailhandel en detailhandelondersteunende horeca.

**Aanbeveling 2.** *De Rekenkamercommissie beveelt de raad aan om het college te laten onderzoeken waarom de aanpak van de leegstand in de Vriesestraat succesvol is, wat er van deze aanpak geleerd kan worden en welke aspecten uit die aanpak zijn te gebruiken voor andere straten.*



De gemeente Dordrecht heeft veelvuldig contact met georganiseerde verbanden van ondernemers (o.a. de Dordtse Ondernemersvereniging en Stichting Centrummanagement Dordrecht) bij het maken en uitvoeren van beleid. De Vereniging Commercieel Onroerend goed eigenaren Dordrecht (VCOD) is de primaire gesprekspartner voor leegstand.

In de Vriesestraat wordt de leegstand actief aangepakt door actieve ondernemers en vastgoedeigenaren zelf. Dit particuliere initiatief lijkt succesvol bij het verminderen van de leegstand. Door te onderzoeken welke succes- en faalfactoren van belang waren bij de werkwijze in de Vriesestraat, vallen lessen te leren voor de aanpak van leegstand in het gehele (kern)winkelgebied. Daaraan gekoppeld is de vraag te stellen hoe betrokkenen, die geen onderdeel zijn van de georganiseerde verbanden, toch voldoende betrokken kunnen worden bij de visieontwikkeling en de uitvoering van het beleid.

***Aanbeveling 3.*** *De Rekenkamercommissie beveelt de raad aan om specifieke indicatoren voor de begroting en het jaarverslag te bepalen om de voortgang bij het verminderen van leegstand te volgen.*

De Rekenkamercommissie concludeert dat de aanpak van leegstand van winkelpanden/verkooppunten in het (kern)winkelgebied specifieke aandacht behoeft. De begroting en het jaarverslag zijn in ieder geval plaatsen waar informatie over de leegstand van winkelpanden/verkooppunten gepresenteerd kan worden aan de raad. Op dit moment bevat de programmakaart Economie en Cultuur geen indicatoren over leegstand van winkelpanden/verkooppunten. Op die plaats is wel het aantal bezoekers als indicator opgenomen.

Kengetallen over leegstand van winkelpanden/verkooppunten kunnen aangeleverd worden door Locatus (onafhankelijke bron voor winkelinformatie). Ook valt te denken aan kengetallen die een vergelijking met leegstand in andere, historische binnensteden mogelijk maakt. Aan de hand van deze of andere indicatoren kan de raad zichzelf beter positioneren om te sturen en te controleren op de aanpak van leegstand in de binnenstad.

***Aanbeveling 4.*** *De Rekenkamercommissie beveelt de raad aan het college te verzoeken jaarlijks te rapporteren over de kosten en de effectiviteit van het beleid ten aanzien van het vergroten van de levendigheid en aantrekkelijkheid van de binnenstad en de aanpak van leegstand.*

Deze jaarlijkse rapportage zou de raad inzicht moeten geven, welke middelen uit de verschillende begrotingsprogramma's moeten worden ingezet om de levendigheid en aantrekkelijkheid van de binnenstad te vergroten, leegstand aan te pakken en in welke mate het ingezette beleid effectief is.



### 3 BESTUURLIJKE REACTIE

Postadres: Postbus 8 3300 AA DORDRECHT

Aan

de voorzitter Rekenkamercommissie  
de heer J.S. Kerseboom  
Postbus 8  
3300 AA DORDRECHT

**Datum** 16 april 2013

**Ons kenmerk** SBC/979731

**Betreft** Rapport over rekenkameronderzoek naar leegstand in de binnenstad

**Gemeentebestuur**

Spuiboulevard 300  
DORDRECHT

**T** 14078

**F** (078) 770 8080

[www.dordrecht.nl](http://www.dordrecht.nl)

**Contactpersoon**

J.W.H. Smits

**T** (078) 770 4183

**E** [jwh.smits@dordrecht.nl](mailto:jwh.smits@dordrecht.nl)

Geachte heer Kerseboom,

U heeft verzocht om een reactie op het rapport "De groei voorbij? Onderzoek naar leegstand in de binnenstad van Dordrecht". Hierin zijn de resultaten weergegeven van het onderzoek van de rekenkamercommissie naar het verminderen van de leegstand in de binnenstad van Dordrecht.

Wij hebben met belangstelling kennis genomen van uw rapport en de hierin opgenomen conclusies en aanbevelingen. Wij willen u eerst meenemen in de rol die wij zien voor de binnenstad en de inspanningen die de gemeente hier de afgelopen jaren samen met ondernemers op gepleegd heeft en welke resultaten zijn behaald. Vervolgens zullen wij ingaan op de Conclusies en Aanbevelingen uit het rapport.

**Wat hebben we gedaan aan de ontwikkeling van de binnenstad?**

De binnenstad is een economische motor en levert een belangrijke bijdrage aan de identiteit van de stad. Een aantrekkelijke binnenstad is het "gezicht van de stad". Niet alleen om de eigen inwoners goed te bedienen door het voorzieningenniveau op peil te houden en ze voortdurend te verleiden hun bestedingen te doen in de eigen binnenstad. Een aantrekkelijke binnenstad heeft ook grote aantrekkingskracht op zowel de inwoners uit de regio als toeristen. Er is dus veel aan gelegen om de kwaliteit van het voorzieningenniveau van de binnenstad op peil te houden en eventueel uit te breiden. De inspanningen moeten ertoe leiden zowel de bezoeker te prikkelen de binnenstad te bezoeken als de verblijfsduur van de bezoeker aan die binnenstad te verlengen. Uiteindelijk is dit een van de randvoorwaarden om een aantrekkelijk vestigingsklimaat te creëren voor ondernemers in de binnenstad van Dordrecht.

Wat heeft de gemeente de afgelopen 15 jaar, sinds het Ondernemingsplan Binnenstad, gedaan om de binnenstad aantrekkelijker te maken? De inzet op de binnenstad was en is nog steeds gericht op een integrale aanpak, resulterend in zowel kwantitatieve als kwalitatieve groei. In diverse programma's stond en staat de binnenstad centraal. Die inspanningen hebben geresulteerd in een sterke verbetering in kwaliteit en kwantiteit van onder meer cultuur, horeca, retail, openbare ruimte, evenementen, levendigheid en ontsluiting.

De gemeente heeft de afgelopen jaren fors geïnvesteerd in de binnenstad, zowel fysiek in "hardware" zoals Stationsomgeving, Scheffersplein, Statenplein, Achterom/Bagijnhof, Hofkwartier, Stadswerven enz., als in software zoals marketing en promotie, programmering, evenementen en activiteiten en in de oprichting van

Pagina 1/6



**Datum** 16 april 2013

**Ons kenmerk** SBC/979731

Dordrecht Marketing (ter versterking van de organisatiegraad en uitvoeringskracht). Een belangrijk neveneffect van deze aanpak en de gemeentelijke investeringen is dat het aanzienlijke investeringen van derden heeft uitgelokt. In de afgelopen 10 jaar is dan ook zeker voor € 500 mln. zowel privaat als publiek geïnvesteerd in de binnenstad. Het totale winkelaanbod is zowel in aantal als in de breedte aanzienlijk vergroot. De centrumpositie van de binnenstad in de regio is in de afgelopen jaren versterkt.

Die aanpak is in het land niet onopgemerkt gebleven, getuige de vele prijzen die zijn gewonnen, zoals Beste Markt, nominatie Beste Binnenstad, Beste Erfgoedgemeente, en over 2012 de toekenning van zowel de prijs Evenementenstad van het Jaar als de Nationale Citymarketing Trofee.

De succesvolle aanpak blijkt ook uit de stijgende positie van Dordrecht in de Atlas van Gemeenten.

De belevingskwaliteit van de binnenstad is in de afgelopen jaren aanmerkelijk verbeterd. Dit geldt ook voor de omvang van de bezoekersstromen met een trendmatige groei van 170.0000 in 1996 naar 260.000 bezoekers in 2009, al laat het lokale en regionale winkelbezoek de afgelopen twee jaar een lichte daling zien. Deze is overigens vergelijkbaar met de landelijke trend als gevolg van de economische situatie.

Ook het toeristisch bezoek is in de afgelopen jaren fors toegenomen, daar waar het toeristisch bezoek in alle andere steden over de gehele linie daalde. In 2011 werden ruim 2,4 miljoen toeristische bezoeken afgelegd, een stijging 15% ten opzichte van 2010 en van maar liefst 58% vergeleken met 2007.

Het (toeristisch) imago van de stad is sterk verbeterd en de verblijfsduur is verlengd.

### **Met het oog op de toekomst**

Hoewel er in de afgelopen jaren veel bereikt is, blijven er nog voldoende uitdagingen over en is een binnenstad ook nooit 'af'. Er is nog veel werk nodig om de potentie van de binnenstad volledig te kunnen benutten. Vanuit de gemeente worden in de komende jaren nog grote investeringen gedaan in culturele en binnenstedelijke voorzieningen.

De bereikbaarheid kan nog verder worden geoptimaliseerd en het winkelaanbod vergt aandacht, alleen al door verschuivingen van winkel- naar internetverkoop. Het vergroten van de belevingswaarde, authenticiteit, gastvrijheid en bijzonder en gevarieerd aanbod zijn daarbij sleutelbegrippen. Daarbij is een goede verhouding tussen grootwinkelbedrijven en speciaalzaken noodzakelijk om onderscheidend te zijn.

Juist de binnenstad van Dordrecht heeft met haar divers winkel- en horeca-aanbod, bijzondere cultuurhistorische kwaliteiten, een aantrekkelijke reguliere weekmarkt, rond duizend rijksmonumenten, aansprekende evenementen en authenticiteit een uitgelezen positie om te kunnen inspelen op deze nieuwe ontwikkelingen in winkelgedrag. Om de kansen te verzilveren is het wel noodzakelijk dat door alle partijen geïnvesteerd wordt in de samenwerking (elkaar versterken), het aanbod en de promotie van de binnenstad als totaalproduct.

### **Aanpak**

De aanpak voor de binnenstad rendeert, is onze mening. Het beleid, zoals dat vanaf 1996 gevoerd is, heeft overduidelijk zijn vruchten afgeworpen. Door meer bezoekers



**Datum** 16 april 2013  
**Ons kenmerk** SBC/979731

te genereren is een aantrekkelijker ondernemingsklimaat gerealiseerd. Dat blijkt ook door de grote investeringen die door private en publieke partijen zijn gedaan, zoals in Paradium I en II en het Lindershuis.

Op korte termijn volgt de oplevering van Paradium III met o.a. Saturn, de oplevering van de openbare ruimte Achterom/Bagijnhof, de oplevering van The Movies en het Hof van Dordrecht in het Hofkwartier. Al deze investeringen doen we met een integrale aanpak en dat blijven we doen via de 5 pijlers van de Levendige Binnenstad: Programmering, Gastvrijheid en Marketing, Leesbaarheid en Bereikbaarheid, Vastgoed en Branchering en Jeugd en Jongeren.

Dit alles laat natuurlijk onverlet dat ook wij de ontwikkeling van de leegstand een zorgelijke vinden. Samen met de commercieel vastgoedeigenaren wordt onderzocht hoe nieuwe invulling kan worden gegeven aan panden die niet zomaar meer door de markt worden opgenomen. Daarbij horen zaken als huurdifferentiatie, ingroeiuren en actieve inzet op branchering en acquisitie. De aanpak en rol van de gemeente verschilt per deelgebied of straat. Zo zijn we in gesprek over herontwikkeling met de eigenaar van de Drievriendenhof, waar de huidige leegstand ook vanuit strategisch oogpunt is ingegeven, maar brengen we ook eigenaren en ondernemers met elkaar in contact in bijvoorbeeld de Vriesestraat, Voorstraat West en Paradium. Met de eigenaren van Voorstraat Midden worden gesprekken gevoerd, waarbij met name ingezet wordt op particuliere investeringen en branchering. Uitgangspunt hiervoor is een brancheringsadvies dat in 2010 is opgesteld samen met winkeliers en horeca. Hiermee wordt bepaald op welke marktsegmenten (per gebied) ingezet moet worden. Voor de invulling is betrokkenheid van de vastgoedeigenaren echter essentieel.

Vanzelfsprekend is leegstand in winkelstraten ongewenst. Echter, dit is deels een gevolg van veranderend consumentengedrag (toenemende internetverkoop), een lagere vloerproductiviteit en daarmee toenemende schaalvergroting van winkelruimten, maar ook strategische leegstand. Dit vraagt om een nieuwe visie op de rol van de aanloopstraten en de versterking van het kernwinkelgebied, zoals dat ook in het brancheringsadvies is verwoord. Concreet heeft dit geleid tot een voorstel tot verruiming van het bestemmingsplan in een aantal aanloopstraten om functiemenging in deze gebieden toe te staan.

Ook in de toekomst blijven wij de binnenstad integraal benaderen, waarbij leegstand een van de onderwerpen is die continu aandacht vraagt. Samenwerking tussen marktpartijen en gemeente blijft essentieel, waarbij de inzet van de gemeente vooral is gericht op het creëren van een aantrekkelijk vestigingsklimaat en ondernemers en eigenaren uit te dagen om ook te blijven investeren in de binnenstad.

#### **Reactie op conclusies en aanbevelingen**

Wij geven onderstaand een reactie op de in het rapport opgenomen conclusies en aanbevelingen.

*Conclusie 1: Het gemeentelijk beleid met betrekking tot het verminderen van de leegstand van winkelpanden heeft achter de feiten aangelopen en het nieuwe beleid houdt te weinig rekening met de huidige trends.*

Het is juist dat met het plan van aanpak leegstand in 2012 voor de eerste keer expliciet richting de raad aandacht wordt besteed aan de aanpak van leegstand in de binnenstad. Dit laat echter onverlet dat in de uitvoering en acquisitie vanuit de





**Datum** 16 april 2013

**Ons kenmerk** SBC/979731

gemeente er continu aandacht is voor de leegstands aanpak in de binnenstad, zoals we hiervoor hebben aangegeven.

Wat betreft het rekening houden met nieuwe trends:

In navolging op het brancheringadvies uit 2010 voor de binnenstad zijn samen met de partijen in het Platform binnenstadsmanagement voorstellen gedaan voor bestemmingsplanverruiming in bepaalde delen van de binnenstad. Deze voorstellen worden door de gemeente meegenomen in de herziening van het bestemmingsplan voor de binnenstad. Overigens maakt het bestemmingsplan voor de binnenstad voor bepaalde straten (waaronder Voorstraat West) middels een ontheffing vestiging van dienstverlening en ambachten reeds mogelijk, voor zover dat bijdraagt aan de versterking van de winkelstructuur. Daarbij is het van kleur laten verschieten van winkelstraten niet iets wat door de gemeente van bovenaf opgelegd kan worden maar door de markt opgepakt zal moeten worden (middels branchering, huurdifferentiatie en promotie).

*Conclusie 2: Waar de gemeente goede contacten onderhoudt met georganiseerde verbanden en deze faciliteert, lijken spontane initiatieven van actieve ondernemers en betrokkenen echter effectiever bij het verminderen van leegstand.*

De oprichting van de Vereniging van Commercieel Onroerend goed binnenstad Dordrecht (VCOD) in 2012 is een particulier initiatief dat in navolging op vele andere steden ontstaan is vanuit het idee dat gezamenlijke betrokkenheid van commercieel vastgoedeigenaren steeds belangrijker wordt bij de ontwikkeling van de binnenstad als totaalproduct. Daarbij moet de betrokkenheid van eigenaren zowel op straat- als binnenstadsniveau worden georganiseerd. In die zin is de VCOD, met een vertegenwoordiging van meer dan de helft van het winkelvloeroppervlak in de binnenstad, vanuit het collectief een belangrijke (gespreks)partner voor de gemeente.

Overigens geldt daarbij dat sommige leegstand, bijvoorbeeld in het Drievriendenhof, aangemerkt wordt als (tijdelijke) strategische leegstand, met het oog op grootschalige nieuwe vestiging/ verbouwing.

Daarnaast wordt vanzelfsprekend ook veelvuldig op individueel niveau door de gemeente / Dordt Onderneemt gesproken met eigenaren en makelaars en een actieve bijdrage geleverd aan de vulling van winkelpanden. Zo worden nieuwe leads overgedragen aan de eigenaren om te komen tot succesvolle vestiging van nieuwe winkels en formules, ook in de Vriesestraat.

Wij onderkennen dat de participatiegraad van de Stichting Centrummanagement Dordrecht (SCD) als koepelorganisatie voor de winkeliersverenigingen sterk onder druk staat. In die zin juichen wij nieuwe initiatieven, zoals die in de Vriesestraat, toe en proberen deze verder te ondersteunen.

*Conclusie 3: Een brede, inhoudelijke discussie over leegstand van winkelpanden in de binnenstad heeft nog niet plaatsgevonden in de raad*

Het brancheringsadvies is samen met de raadsinformatiebrief over trends, koopstromen, etc. in september 2011 aangeboden aan de gemeenteraad. Naar onze mening biedt het brancheringsadvies goede handvatten voor discussie van de gemeenteraad over de omvang van het kernwinkelgebied, de functie van de aanloopstraten en de positie van de detailhandel. We zijn graag bereid om een dergelijk debat te ondersteunen.



**Datum** 16 april 2013  
**Ons kenmerk** SBC/979731

*Conclusie 4: Er wordt niet met regelmaat en niet inzichtelijk gerapporteerd over de kosten en de effectiviteit van het beleid ten aanzien van het vergroten van de levendigheid en aantrekkelijkheid en de aanpak van leegstand.*

Het is juist dat sinds de raadsinformatiebrief niet expliciet is gerapporteerd over de ontwikkeling van leegstand in de binnenstad en de inzet van middelen. In navolging op het plan van aanpak leegstand uit 2012 zal er in het kader van Richting Kiezen nog voor de zomer een concreet actieplan leegstand volgen, waaronder de aanpak van leegstaande winkels.

*Aanbeveling 1. De rekenkamercommissie beveelt de raad aan om het college te verzoeken een toekomstbestendige visie op te stellen over de vermindering van leegstand en daaraan gekoppeld een voorstel te doen voor wijziging van het bestemmingsplan voor het (kern)winkelgebied in de historische binnenstad.*

Vanuit de regio Drechtsteden wordt er inmiddels gewerkt aan de actualisering van de detailhandelsvisie uit 2002. Hierbij zal nadrukkelijk aandacht worden besteed aan de positie van de binnenstad als regionaal koopcentrum. In de nieuwe visie zullen daarbij regionaal scherpere keuzes gemaakt moeten worden over toevoeging van plancapaciteit in de koopcentra, met de expliciete erkenning van de binnenstad in de top regionale detailhandelspiramide. In de tweede helft van 2013 wordt de herziening in besluitvorming gebracht.

De rol van de gemeente verschilt vanzelfsprekend van geval tot geval. Vanuit taken en rollen is de gemeente primair verantwoordelijk voor het beheer van de openbare ruimte en de veiligheid en het bestemmingsplan. Daarnaast stuurt de gemeente op programmering en plancapaciteit van detailhandel op locaties binnen de gemeente. In die gevallen is de gemeente regisserend. Daarnaast faciliteert de gemeente actief (ook financieel) initiatieven die bijdragen aan het versterken van de aantrekkingskracht van de binnenstad, met o.a. investeringen in de culturele infrastructuur, het voeren van acquisitie, de ondersteuning van evenementen, sfeerverlichting, binnenstadspromotie (bijv. Maggezien / Dordrecht Marketing) etc.

Het brancheringsadvies voor de binnenstad geeft voor een belangrijk deel richting aan de gestelde vragen, zoals omvang kernwinkelgebied, branchering, etc. Echter dient deze visie gedragen te worden door alle partijen en niet alleen de gemeente. Het is goed om te zien dat het voorstel tot bestemmingsplanverruiming wordt overgenomen in de aanbevelingen van de Rekenkamer. Dit vraagt inderdaad om een nieuwe visie op de functie van de aanloopstraten. De gemeente heeft bij de opzet van het bestemmingsplan voor de binnenstad in 2011 reeds voorgesteld om bepaalde (aanloop)straten een gemengde bestemming te geven, zonder dat daarvoor een afwijkingsprocedure nodig is. Dit voorstel werd destijds van de hand gewezen door verschillende partijen, waaronder de winkeliers (verenigingen) zelf. Inmiddels heeft het Platform Binnenstadsmanagement het initiatief van bestemmingsplanverruiming in de aanloopstraten op initiatief van de gemeente overgenomen en zal dit op korte termijn worden meegenomen in herziening van het bestemmingsplan.

*2. De rekenkamercommissie beveelt de raad aan om het college te laten onderzoeken waarom de aanpak van de leegstand in de Vriesestraat succesvol is, wat er van deze aanpak geleerd kan worden en welke aspecten uit die aanpak zijn te gebruiken voor andere straten.*

Het huidige succes in de Vriesestraat is grotendeels toe te rekenen aan een aantal actieve en betrokken ondernemers en eigenaren die buiten de georganiseerde



**Datum** 16 april 2013  
**Ons kenmerk** SBC/979731

structuren om gezamenlijk de handen ineen geslagen hebben, waarbij de gemeente diverse partijen met elkaar in contact heeft gebracht. De vraag is of deze (faciliterende) rol vanuit de gemeente in de activering van de straat ook volstaat in andere straten. Elke straat vraagt (gelet op betrokkenheid/initiatief van vastgoedeigenaren en winkeliers) om een andere aanpak. Uiteraard gebruiken we positieve ervaringen zoveel mogelijk ook bij de benadering van andere straten.

*3. De rekenkamercommissie beveelt de raad aan om specifieke indicatoren voor de begroting en het jaarverslag te bepalen om de voortgang bij het verminderen van leegstand te volgen.*

Het is goed om indicatoren op te nemen, om daarmee focus aan te brengen in de gemeenschappelijke aanpak van leegstand. Wel dient daarbij met het oog op afrekenbaarheid rekening gehouden te worden met autonome/lokale ontwikkelingen (waaronder veranderend consumentengedrag, consumentenvertrouwen en toenemend internetverkoop) en dus op onderdelen beperkte beïnvloeding door de gemeente en/of andere binnenstadspartijen.

We stellen voor om hiervoor gebruik te maken van de onderzoeksgegevens van het Onderzoekcentrum Drechtsteden (OCD), aangezien deze een completer en specifiek beeld geven van de situatie in de Dordtse binnenstad (dan de generieke gegevens van Locatus), rekening houdend met lokale en regionale omstandigheden.

*4. De rekenkamercommissie beveelt de raad aan het college te verzoeken jaarlijks te rapporteren over de kosten en de effectiviteit van het beleid ten aanzien van het vergroten van de levendigheid en aantrekkelijkheid van de binnenstad en de aanpak van leegstand.*

Wij stellen voor om vanuit het programma Levendige binnenstad de gemeenteraad periodiek te rapporteren over de voortgang van de activiteiten, de kosten en de ontwikkelingen van de leegstand.

Met belangstelling zien wij de bespreking van uw rapport in de raad tegemoet.

Hoogachtend,

Het college van Burgemeester en Wethouders  
de secretaris de burgemeester

M.M. van der Kraan

A.A.M. Brok



## 4 NAWOORD

De Rekenkamercommissie bedankt het college van burgemeester en wethouders voor de constructieve reactie. Wij hebben nog enkele opmerkingen bij de reactie op onze aanbevelingen.

Wij zien de actualisering van de detailhandelsvisie uit 2002 met belangstelling tegemoet. Wij vragen ons af of het brancheringsonderzoek uit 2010 voldoende actueel is om nog steeds als uitgangspunt te dienen voor onder meer aanpassing van het bestemmingsplan.

Het college geeft aan dat de positieve ervaringen met de Vriesestraat zoveel mogelijk gebruikt worden bij de benadering van andere straten, maar geeft niet aan op welke wijze. Door te onderzoeken welke succes- en faalfactoren van belang waren in de Vriesestraat kunnen lessen getrokken worden die van pas kunnen komen bij de visieontwikkeling en uitvoering van het beleid.

De Rekenkamercommissie is verheugd dat het college met ons van mening is dat het goed is om indicatoren op te nemen in begroting en jaarverslag om de voortgang bij het verminderen van leegstand te kunnen volgen. Wij pleiten er wel voor dat het hierbij ook om gegevens gaat die een vergelijking met andere historische binnensteden mogelijk maken. Wij zien uit naar de jaarlijkse rapportage over de voortgang van activiteiten, kosten en ontwikkelingen van de leegstand.



## DEEL II DE BEVINDINGEN



## 5 LEEGSTAND VAN VERKOOPRUIMTEN IN HET WINKELGEBIED VAN DORDRECHT

*In dit hoofdstuk schetst de Rekenkamercommissie de problematiek, die aanleiding was om onderzoek te doen. Door achtereenvolgens in te gaan op de definitie van leegstand, de leegstand van winkelpanden in de tijd te plaatsen en door een korte vergelijking te maken met enkele andere gemeenten wil de Rekenkamercommissie het ervaren probleem van leegstaande winkelpanden duiden.*

### 5.1 Definitie van leegstaande verkoopruimten

De Rekenkamercommissie gebruikt de volgende definitie voor leegstaande winkelpanden:

*Een verkoopruimte wordt als leeg aangemerkt als er evident geen verkoop (meer) plaatsvindt en de ruimte onmiddellijk of op korte termijn door de markt kan worden opgenomen, ongeacht of die ruimte zichtbaar te huur of te koop staat.*

Een ruimte die te huur of te koop staat maar waar (nog) verkoopactiviteiten plaatsvinden, wordt dus niet gezien als leegstaand. Verkoopruimten zijn alle ruimten bestemd voor zowel winkels, horeca-activiteiten, dienstverlening (kappers, nagelshops, reparatie, uitzendbureaus, etc.), als gebouwen bestemd voor cultuur.

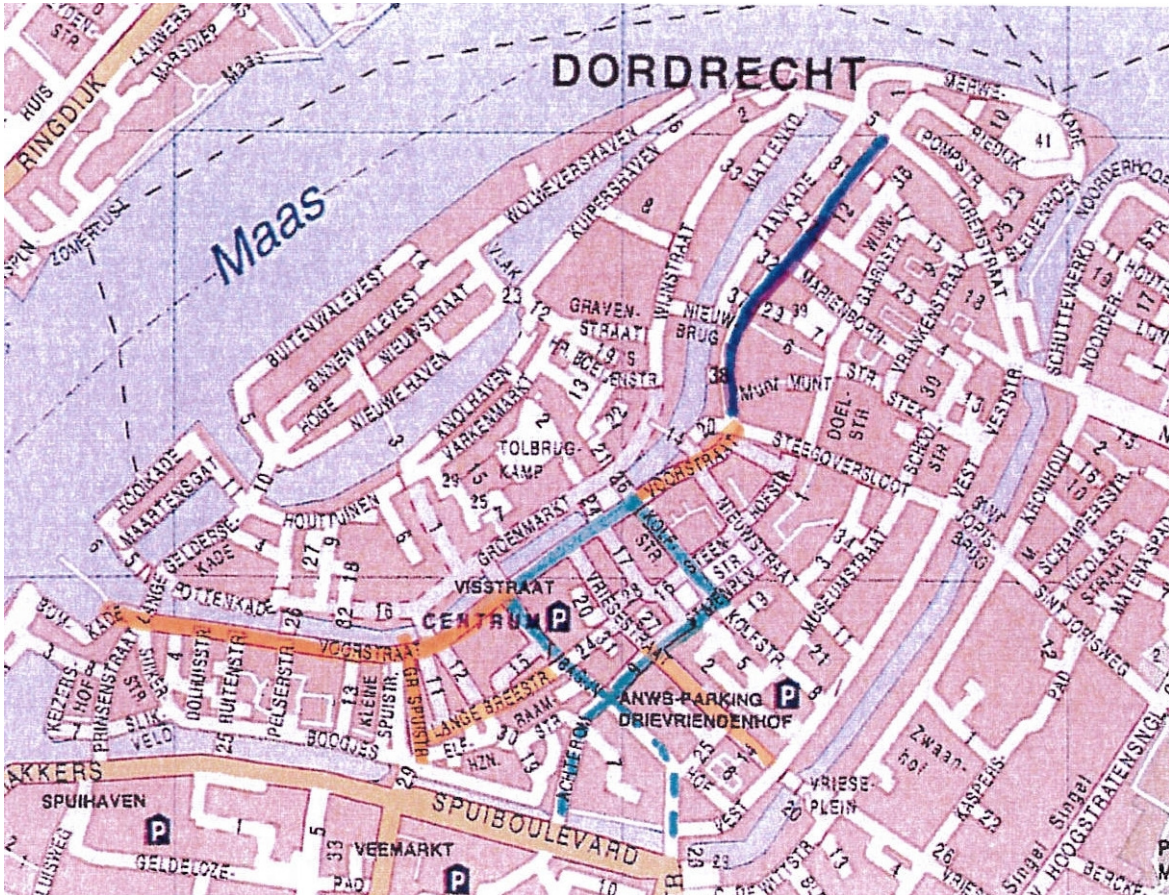
Het Onderzoekscentrum Drechtsteden (OCD) en Locatus gebruiken deze definitie ook.<sup>1</sup> De Rekenkamercommissie maakt gebruik van dezelfde definitie om de cijfers over leegstand met andere gemeenten te kunnen vergelijken. Het OCD interpreteert de onderzoeksgegevens van Locatus en doet zelf aanvullend onderzoek en rapporteert hierover aan het gemeentebestuur.

### 5.2 Het winkelgebied van Dordrecht: waar hebben we het over?

De binnenstad van Dordrecht is het gebied, dat wordt begrensd door: de Oude Maas, Beneden Merwede, Spuihaven, bebouwing Spuiboulevard-zuidzijde, Achterhakkers en Draai (zie Figuur 3, Binnenstad van Dordrecht). Dit is het gebied van het bestemmingsplan Historische Binnenstad.

---

<sup>1</sup> Locatus is een onafhankelijke bron op het gebied van winkelinformatie in de Benelux. Locatus verzamelt informatie over alle winkels en consumentgerichte, dienstverlenende bedrijven.



Figuur 3, Binnenstad van Dordrecht

Het winkelgebied van Dordrecht heeft een beperktere omvang en is onderverdeeld in een kernwinkelgebied en de aanloopstraten. Het gedeelte van de binnenstad dat is aangemerkt als kernwinkelgebied is afgebakend door de Visstraat, Voorstraat Midden, Scheffersplein, Kolfstraat, Statenplein, Sarisgang en Bagijnhof (blauw kader in figuur 2).<sup>2</sup>

De Nieuwstraat, Voorstraat-Augustijn, Korte Breestraat, Voorstraat-West en Grote Spuistraat zijn de zogenaamde aanloopstraten (oranje kader in figuur 2).

Voorstraat-Noord maakt beleidsmatig geen onderdeel uit van het winkelgebied van de binnenstad. (paars kader in figuur 2).

### 5.3 De omvang van leegstand

In 1996 is het Ondernemingsplan Binnenstad vastgesteld door de gemeenteraad van Dordrecht. Sindsdien wordt er door de gemeente met ondernemers samengewerkt om de

<sup>2</sup> Visie Visstraat e.o., november 2009



aantrekkelijkheid van de binnenstad te vergroten. Zo zijn onder andere het Statenplein en Achterom/Bagijnhof herontwikkeld, is er inhoud gegeven aan het horecabeleid, aan het evenementenbeleid en aan citymarketing. Het ondernemingsplan had als doelstelling meer mensen naar de binnenstad van Dordrecht te trekken, om zodoende de levendigheid te vergroten en de klantenstromen te bevorderen.

In de afgelopen jaren heeft de leegstand van de verkooppunten in de binnenstad zich als volgt ontwikkeld.

Peildatum	Aantal leegstaande verkooppunten	% leegstand
Juli 2006	31	7%
Juli 2007	31	7%
Juli 2008	32	7%
Augustus 2009	31	7%
September 2010	37	8%
September 2011	54	12%
Augustus 2012	49	11%

Tabel 1, Leegstaande verkooppunten winkelgebied binnenstad Dordrecht (Bron: OCD)

De leegstand is niet evenredig verdeeld over de verschillende gebieden. Zo is de leegstand in het kernwinkelgebied kleiner dan in de aanloopstraten. De leegstand in het kernwinkelgebied is in de periode september 2011 en augustus 2012 niet gedaald, daarentegen in de aanloopstraten wel. Gemiddeld is de leegstand in het gehele winkelgebied gedaald van 12% naar 11%.

Straat	Totaal aantal verkooppunten	Leegstand in september 2011	%	Leegstand in augustus 2012	%
Kernwinkelgebied	190	17	9%	18	9%
Aanloopstraten	252	37	15%	31	12%
<b>Totaal winkelgebied</b>	<b>442</b>	<b>54</b>	<b>12%</b>	<b>49</b>	<b>11%</b>

Tabel 2, Leegstand per gebied <sup>3</sup>

Uit cijfers van de OCD (zie bijlage 5) blijkt dat de leegstand in het kernwinkelgebied zich concentreert in de Drievriendenhof, waar 7 van de 21 verkooppunten leegstaan. Daarnaast is ook de leegstand op het Statenplein en Voorstraat Midden relatief hoog. De leegstand in de Sarisgang en op de Statenplaats is juist erg laag. Voor het gehele kernwinkelgebied ligt de leegstand voor zowel 2011 als 2012 op 9%. In de aanloopstraten ligt de leegstand gemiddeld

<sup>3</sup> Bron: Locatus en OCD.





respectievelijk 6 en 3%-punt hoger, waarbij de Vriesestraat/Lenghen- en Lindestraat er negatief uitspringen met 19% leegstand.

In de Vriesestraat is de leegstand echter wel met 6%-punt afgenomen (5 extra verkoopruimten bezet). Startende ondernemers vestigden zich in de straat, maar ook ondernemers uit andere delen van het winkelgebied (bijv. de Bengel). De Spuistraat en de Korte Breestraat zijn de positieve uitzonderingen met een leegstand van 3 en zelfs 0%.

In het (kern) winkelgebied staat op dit moment geen gemeentelijk eigendom leeg. Na vertrek van ToBe zal er één gemeentelijk pand leeg komen te staan in het winkelgebied.

De geïnterviewden hebben voor deze leegstand verschillende redenen genoemd. Allen geven aan dat de toegenomen leegstand mede te wijten is aan de huidige crisis. De teruglopende verkopen zijn niet meer op te vangen, te meer, omdat de winkels altijd een lage vloerproductiviteit hadden. Met andere woorden zij hadden een lage omzet per vierkante meter vloeroppervlak.

Als tweede reden voor de leegstand wordt aangegeven, dat de winkel/verkoopruimten minder goed aansluiten op de huidige marktvraag. Er is een vraag naar panden met een grotere winkeloppervlak. Deze veranderende vraag zorgt voor de leegstand in straten zoals de Voorstraat en Vriesestraat, omdat hier veel historische panden staan met een kleine vloeroppervlakte. Veel van deze panden zijn monumenten en kunnen niet worden aangepast.

Als derde reden wordt een veranderend koopgedrag van de consument genoemd. Hierbij wordt vooral gerefereerd aan toenemende internetverkopen, maar ook aan het funshoppen, dat andere soort winkels noodzakelijk maakt. De consument is op zoek naar een beleving.

Ten slotte wordt het 'slechte' imago van de Dordtse binnenstad op het gebied van bereikbaarheid als reden gegeven. De 'pollers'<sup>4</sup> maken het niet aantrekkelijk om in de binnenstad te rijden, aldus de vertegenwoordigers van de Vereniging Commercieel Onroerend Goed Dordrecht (VCOD). Ook de tijden voor het betaald parkeren worden als nadeel genoemd. Dit zou vooral ten koste gaan van het bezoek aan de horeca aldus de vertegenwoordigers van het platform binnenstadsmanagement. De vertegenwoordiger van Dordrecht Marketing geeft aan, dat het imago van de stad niet zo zeer slecht is, maar de stad vooral onbekend is.

---

<sup>4</sup> Een poller is een paal die door een elektrische of hydraulische aandrijving uit een wegdek omhoog wordt gestuurd en die dient om het autoverkeer te reguleren.



Figuur 4, Pollers in de binnenstad van Dordrecht

## 5.4 Leegstand in andere gemeenten

Uit paragraaf 5.2 blijkt, dat leegstand historisch gezien momenteel hoog is. Dit moet wel in perspectief worden gezien, ook andere binnensteden hebben het namelijk moeilijk. In de volgende tabel ziet u de leegstandcijfers van binnensteden die in structuur van de binnenstad (historische binnenstad) of in grootte vergelijkbaar zijn met Dordrecht. Het betreft de gemeenten Alkmaar, Amersfoort, Arnhem, Breda, Delft, Den Bosch, Leiden, Schiedam en Zwolle.<sup>5</sup>

Binnensteden/hoofdwinkelcentra	Aantal verkoopruimten	Leegstaande verkoopruimten	Percentage leegstand
Schiedam	507	109	21%
<b>Dordrecht</b>	<b>882</b>	<b>95</b>	<b>11%</b>
Breda	1013	103	10%
Arnhem	900	83	9%
Zwolle	638	48	8%
Alkmaar	834	56	7%
Amersfoort	627	38	6%
Delft	692	43	6%
Den Bosch	989	57	6%
Leiden	1151	58	5%

Tabel 3, Leegstand in andere gemeenten 2012<sup>6</sup>

<sup>5</sup> Breda wordt normaal niet als referentiegemeente gezien, maar wel vaak genoemd als concurrent voor onze binnenstad. De Rekenkamercommissie heeft vanwege dit feit ervoor gekozen Breda ook in de vergelijking mee te meenemen.

<sup>6</sup> Bron Locatus online.



Dordrecht zit met een percentage van 11% voor de gehele historische binnenstad wel aan de hoge kant. In Schiedam is de leegstand substantieel hoger, terwijl in Zwolle, Arnhem en Breda min of meer vergelijkbare percentages zijn. De percentages in Amersfoort, Delft, Den Bosch en Leiden liggen substantieel lager.

## 5.5 De vraag naar verkooppunten tot 2020

Het ligt niet in de lijn van de verwachtingen dat het winkelbestand in de binnenstad ooit nog terug zal komen op het niveau van voor de economisch crisis in 2007. Onderzoeken laten zien dat internetaankopen een steeds groter deel van de verkoopmarkt voor zich gaan opeisen. Voor huishoudelijke en luxe artikelen zal de verkoop via internet bijvoorbeeld stijgen van 0,7% in 2010 naar 1,4 % in 2020, voor media van 9,1% naar 18,5% en voor wit- en bruingoed van 24,1% naar 48,0%.<sup>7</sup> Door deze toename en demografische ontwikkelingen (ouder worden van en afname van bevolking) zal volgens de voorspellingen van Roots Beleidsadvies/AnalyZus<sup>8</sup> de vraag naar winkelruimte in Dordrecht in de periode 2010-2020 met 2% dalen. In de volgende tabel is terug te lezen, dat de referentiegemeenten volgens Roots minder getroffen worden door uitval van vraag aan winkelruimte of zelfs nog met een stijgende vraag worden geconfronteerd.

Gemeente	Vraag naar winkelruimte in 2020
Zwolle	+6%
Amersfoort	+4%
Alkmaar	0%
Den Bosch	0%
Breda	0%
Arnhem	-1%
<b>Dordrecht</b>	<b>-2%</b>
Schiedam	-3%
Leiden	-3%

Tabel 4, Vraag naar winkelruimte in 2020

Als verklarende factor wordt door deze organisatie de bevolkingsaanwas en de vergrijzing genoemd. Voor zowel Amersfoort als Zwolle geldt dat er nog een grote bevolkingsaanwas wordt verwacht tot 2020. Zwolle zal naar verwachting met nog zo'n 20.000 extra inwoners

<sup>7</sup> Onderzoeksbureau Roots/AnalyZus. Factsheet Winkelleegstand in 2020.

<sup>8</sup> Roots/AnalyZus is een onderzoeks- en adviesbureau dat opereert op het snijvlak van ruimte, economie en vastgoed.



groeien (groei van 11%) en Amersfoort met zo'n 15.000 inwoners (10%).<sup>9</sup> De groei wordt gerealiseerd in nieuwbouwwijken, die een relatief jongere bevolking aantrekken. Hierdoor zal de vraag naar verkoopruimten toenemen. In Dordrecht groeit de bevolking naar verwachting met zo'n 1900 personen (1%). De vergrijzing zal zeer sterk toenemen<sup>10</sup>, waardoor de verkopen zullen afnemen en er minder vraag zal komen naar winkelruimte.

## 5.6 Samenvattend

De leegstand van verkoopruimten in het winkelgebied van Dordrecht is relatief hoog. Het is hoger dan het de afgelopen vijf jaar is geweest en in vergelijking met andere gemeenten die eenzelfde profiel hebben, heeft Dordrecht een bovengemiddelde leegstand. Uit de laatste cijfers lijkt het er op dat er op dit moment wel een lichte kentering in de leegstand is te zien. Hierbij is de afname van de leegstand in de Vriesestraat opvallend. Uit onderzoeken blijkt, dat de vraag naar verkoopruimten in de toekomst naar alle waarschijnlijkheid eerder af dan toe zal nemen. Waar andere steden nog een (kleine) plus laten zien, wordt in Dordrecht een licht afnemende vraag verwacht.

---

<sup>9</sup> Gegevens van de site van de gemeente Amersfoort.

<sup>10</sup> OCD, Van groei naar krimp.

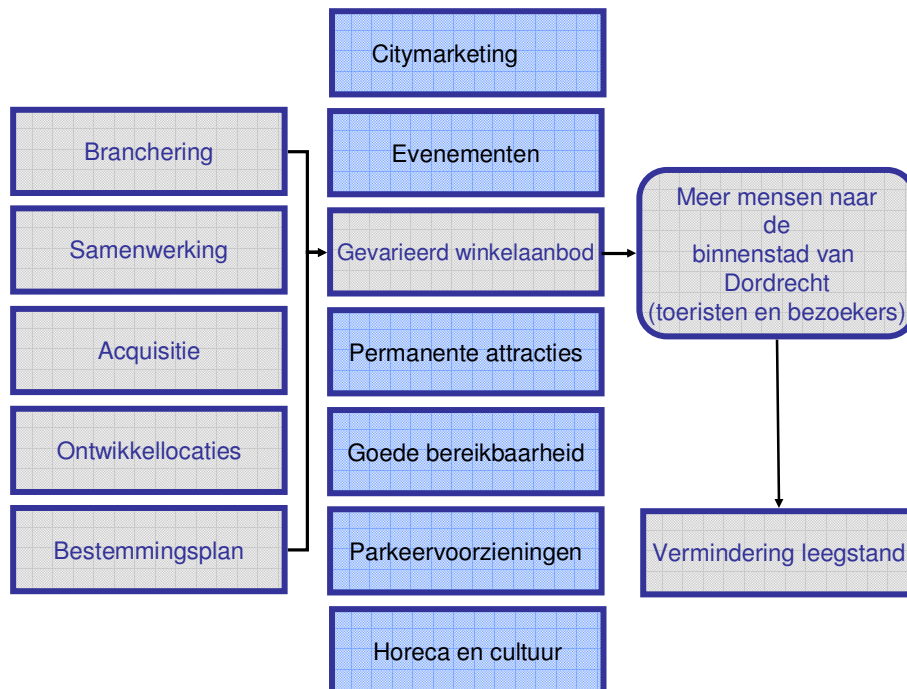


## 6 BELEID LEVENDIGE BINNENSTAD EN LEEGSTAND

### 6.1 Beleidstheorie

De beleidstheorie luidt als volgt: door in te zetten op citymarketing, evenementen, een gevarieerd winkelaanbod, wonen, veiligheid, goede bereikbaarheid, parkeervoorzieningen en horeca en cultuur zullen meer mensen naar de binnenstad van Dordrecht komen. Daardoor zullen er meer mensen zijn, die geld uitgeven bij de detailhandel en daarmee zorgen voor de toename van werkgelegenheid. Dit alles moet de levendigheid van de binnenstad vergroten.

Branchering, samenwerking met de marktpartijen, acquisitie, het ontwikkelen of herontwikkelen van locaties en aanpassen van het bestemmingsplan worden als activiteiten beschreven, die voor een gevarieerd winkelaanbod kunnen zorgen.<sup>11</sup> Dat kan bijdragen tot het feit, dat er meer mensen zijn, die geld uit komen geven, wat leidt tot minder leegstand van verkooppunten. Dit ziet er schematisch als volgt uit:



Figuur 5, Beleidstheorie vermindering leegstand

<sup>11</sup> Een branche wordt ook wel een economische sector genoemd. Het is een naam voor alle bedrijven die werken in een bepaalde categorie diensten en producten. Branchering is het nadenken over het vestigen van bedrijven uit bepaalde branches in een bepaald gebied.



## 6.2 Het beleid van begin jaren 90: een vogelvlucht

De Rekenkamercommissie heeft beleid bestudeerd, dat betrekking heeft op het vergroten van de levendigheid in de binnenstad. Binnen dit beleidsveld heeft zij specifiek gekeken of er beleid is ontwikkeld om de leegstand te verminderen, maar ook naar beleid, dat zich richt op de detailhandels- en de horeca verkooppunten. De belangrijkste documenten zijn:

- Ondernemingsplan Binnenstad; ruimte voor kwaliteit (1996)
- Begrotingen 2006-2012
- Meerjarenbeleidprogramma's 2002 – 2006 en 2006 – 2010
- Regionaal MJP 2011 – 2014
- Horecanota 2002- 2007 en Actieplan Horeca 2007-2012
- Convenant binnenstad Versterking van de positie van de binnenstad Dordrecht 2010 – 2014
- Dordrecht Brancheringsadvies Binnenstad (2010)
- Bestemmingsplan Historische binnenstad (2011)

Hieronder schetsen wij de belangrijkste punten uit deze beleidsplannen. Dit zijn de belangrijkste wijzigingen, maar ook de elementen uit het beleid, die over de jaren gelijk zijn gebleven.

### **BELEID VERMINDEREN LEEGSTAND**

Sinds 1996 wordt beleid ontwikkeld en voert de gemeente actieplannen uit. Plannen, die gericht zijn op het vergroten van de aantrekkelijkheid en levendigheid van de binnenstad. De basis van dit beleid is het Ondernemingsplan Binnenstad uit 1996. Het beleid was gericht op het toevoegen van kwalitatief goede winkels en horeca. In het beleid was geen specifieke aandacht voor leegstand.

De leegstand lag lang niet veel hoger dan de frictieleegstand en werd zodanig niet als een probleem ervaren. Vanaf 2009 wordt leegstand van de winkelpanden/verkooppunten wel als een probleem gezien. Dit komt door een toename van de leegstand van winkelpanden in het winkelgebied van de Dordtse binnenstad en de perceptie van verloedering door concentratie van leegstand in bepaalde straten (bijvoorbeeld Voorstraat Midden). Het werd een onderwerp, dat zowel landelijk als plaatselijk de aandacht kreeg. In 2009 heeft dat geleid tot het opvragen van gegevens over de leegstand. Dit heeft verder niet geleid tot een beleidsplan of een actieplan over het verminderen van de leegstand sec.



In 2011 heeft de gemeenteraad twee keer in een informele vergadering over leegstand gesproken. Aanpak van de leegstand werd gezien binnen het kader van het imago van de binnenstad en de aantrekkelijke binnenstad. In maart 2012 is een actieplan - opgesteld door het college - verschenen. In dit plan worden verschillende acties benoemd om de leegstand in de binnenstad te verminderen, zoals het aanstellen van een makelaar tussen eigenaren, gemeente en potentiële gebruikers, het opzetten van een basisregistratie van leegstaande panden (pandenbank), bestrijden van leegstand van woningen boven winkelpanden en aanschrijvingsbeleid voor bijvoorbeeld Voorstraat Midden.<sup>12</sup>

In onderstaande tabel staan de maatregelen die voor de periode 2012 en 2013 worden voorgesteld.

Acties	Uitvoering in	Wie
Instellen makelaar/loodsfunctie tussen eigenaren, gemeente en potentiële gebruikers	2012	Gemeente
Basisregistratie leegstand en monitoring	2012	Gemeente
Aanschrijvingsbeleid voor bijvoorbeeld Voorstraat Midden	2012	Gemeente
Erkennen leegstand in geactualiseerde Structuurvisie	2012	Gemeente
Uitbreiden pilots extra beheer buitenruimte	Continu	Gemeente
Uitbreiden Etalageproject	Continu	Gemeente en instellingen/organisaties
Stimuleren aangepaste huurstelling t.b.v. innovatie en aantrekken startende ondernemers	Continu	Marktpartijen
Bestrijden leegstand boven woningen binnenstad	2012-2014	Gemeente
Gesprekken met de VCOD	Continu	Gemeente/marktpartijen
Leegstandsbeheer	Continu	Gemeente/marktpartijen
Monitoren leegstand en stedelijke plancapaciteit	Continu	Gemeente
Leegstand betrekken bij nieuwe bestemmingsplannen	2012-2013	Gemeente

Tabel 5, Acties tegen leegstand<sup>13</sup>

<sup>12</sup> Eigenaren van panden, die langdurig leegstaan en dreigen te verloederen, worden aangeschreven door de gemeente. In deze aanschrijving wordt aangegeven dat de eigenaren onderhoud aan hun pand moeten verrichten. Wanneer zij dit niet doen zal de gemeente op kosten van de eigenaar het benodigde onderhoud uitvoeren.

<sup>13</sup> Bron: Raadsinformatiebrief SO/697352, d.d. maart 2012.



## **BELEID LEVENDIGHEID EN AANTREKKELIJKHEID**

Verminderen van de leegstand staat als zodanig dus nog niet zo lang op de agenda, maar het vergroten van de levendigheid en aantrekkelijkheid van de binnenstad wel.

In het Ondernemingsplan 1996 was het doel van het beleid de versterking van de economische positie door middel van de verbetering van de kwaliteit van de binnenstad. Het ging over de verbetering van kwaliteit in de detailhandel en de horeca en in de openbare ruimte. Deze kwaliteitsverbetering moest leiden tot een groei van de consumptieve bestedingen, een hogere koopkrachtbinding van de lokale bevolking en de regio en versterking van de werkgelegenheid. Een goede bereikbaarheid van de binnenstad werd als een omzet genererende factor gezien.

De verbetering van de detailhandel en horeca blijft daarna in de latere meerjaren-beleidsplannen, begrotingen en individuele beleidsplannen altijd een belangrijk aandachtspunt. Het vergroten en verbeteren van het culturele aanbod en programmering, het vestigen van hoger onderwijs, vergroten van toeristisch bezoek en leefbaarheid zijn steeds belangrijkere elementen in het beleid geworden. De gemeente heeft ingezet op het upgraden van het winkel- en horeca-aanbod (acquisitie door Dordt Onderneemt), de ontwikkeling van horecaconcentratiegebieden in het kernwinkelgebied, herontwikkeling van de Achterom/Bagijnhof, totstandkoming van The Movies, de verbouwing van het Dordts Museum en het Hofkwartier. Er wordt gewerkt aan het schoon, heel en veilig zijn van het winkelgebied, via bijvoorbeeld het graffiti-project en het etalageproject en actie verfpot.

Daarnaast is voor Voorstraat Noord - een straat, die wordt getypeerd als een corridor naar het kernwinkelgebied - een apart beleid ontwikkeld.<sup>14</sup> Deze straat wordt ontwikkeld tot een creatief dwaalmilieu. Een straat waar de bezoeker graag rondsloentert en snuffelt in bijzondere winkels, galeries en culturele instellingen. Hierover is in 2007 een eigen plan van aanpak verschenen.<sup>15</sup>

Ten slotte is geïnvesteerd in het vestigen van hoger onderwijs in de binnenstad, waaronder de ontwikkeling van het University College.

Om meer bezoekers naar de binnenstad te krijgen, is bovendien citymarketing vormgegeven via een aparte organisatie, de Stichting Dordrecht Marketing. Dit vanuit de gedachte, dat marketing van de stad niet alleen iets is van de gemeente maar van alle partijen in de stad. Dordrecht Marketing ondersteunt ook evenementen en voert enkele evenementen uit (kerstmarkt). Daarmee is zij één van de belangrijkste partners van de gemeente op dit terrein. Jaarlijks worden afspraken gemaakt over doelstellingen en werkzaamheden. Als

---

<sup>14</sup> Als corridor naar het kernwinkelgebied moet Voorstraat Noord het vooral hebben van de bezoekers, die met de Waterbus/ Fast Ferry arriveren en, in de toekomst, van fietsers en voetgangers vanuit onder andere de Riedijkshaven en de Stadswerven.

<sup>15</sup> Dit uitvoeringsplan loopt tot 2015.





indicatoren voor het slagen van het beleid zijn altijd de bezoekersaantallen aan de binnenstad en het toeristisch bezoek genomen. Deze zijn terug te vinden in de gemeentelijke begrotingen.

## **DORDTSE BINNENSTAD ALS BINNENSTAD VAN DE REGIO**

In de 'Structuurvisie detailhandel en horeca Drechtsteden uit 2002'<sup>16</sup> is al aangegeven, dat voor de consumentenvoorziening voor zowel de dagelijkse als voor de niet-dagelijkse artikelen wordt gekozen voor een centrale rol voor Dordrecht-centrum.<sup>17</sup> Het unieke karakter van de binnenstad van Dordrecht moest worden benadrukt. Deze lijn is altijd gehandhaafd. Echter, uit het RMJP van 2010 blijkt, dat de regio wel nastreeft dat Dordrecht de centrumfunctie heeft, maar hier geen middelen voor over heeft.

## **IMAGO BINNENSTAD**

Het imago van de (binnen) stad is altijd een deel van het beleid geweest. Het gevoel van "er zit meer in", "er is veel onbenut potentieel", "onze historische binnenstad is uniek, maar komt niet goed uit de verf" is er nog steeds. Dit werd in 1996 in het 'Ondernemingsplan Binnenstad' voor het eerst verwoord:

*"Dordrecht is een mooie stad met bijzondere waarden op het gebied van cultuurhistorie, stedenbouw en architectuur. Hoewel op deze gebieden de stad op (minstens) hetzelfde niveau is als bijvoorbeeld Breda, 's-Hertogenbosch, Leiden, Delft, e.d., is de bekendheid van de stad bij het bezoekerspubliek relatief gering."*

In het Toeristisch Imago-onderzoek uit 2010<sup>18</sup> wordt dit als volgt geformuleerd: "Hoewel de respondenten bij Dordrecht en Schiedam een beeld van een historische stad hebben, is het beide steden (nog) niet gelukt om dat beeld overtuigend toeristisch te benutten."

## **SAMENWERKING MET DE PARTNERS UIT DE BINNENSTAD**

De gemeente heeft altijd ingezet op een goede samenwerking met partners in de binnenstad. Ook in 1996 waren de Kamer van Koophandel, de cultuurpartijen, de detailhandel en de ambulante handel in beeld om mee af te stemmen alleen met een andere insteek. In 1996 lag het primaat in de samenwerking bij de gemeente. Dit, omdat het ondernemingsplan veel punten bevatte die te maken hadden met de aanpak van de openbare ruimte en

---

<sup>16</sup> Er is op dit moment een regionale visie voor de detailhandel in ontwikkeling.

<sup>17</sup> Dordrecht heeft een paraplu-functie in de dagelijkse artikelen voorzieningen. Dat wil zeggen dat het dagelijkse aanbod naar schaal en/of assortiment complementair wordt ingevuld ten opzichte van de wijkverzorgende centra.

<sup>18</sup> Onderzoek van LaGroup van april 2010, door het college aan de gemeenteraad aangeboden via een raadsinformatiebrief van 21 december 2010.



herstructurering van delen van de binnenstad. Ondernemers zijn in de loop der jaren steeds meer een gelijkwaardige partner geworden. Het 'convenant binnenstad 2010-2014' van eind 2009 beoogt dat. Naast dit convenant komt deze relatie ook duidelijk naar voren in het Platform Binnenstadsmanagement, waarin zowel de gemeente als de economische partijen samenwerken om het convenant uit voeren. Dit platform heeft onder andere een voorstel gemaakt voor een ondernemerfonds. Een fonds dat ervoor kan zorgen, dat ondernemers zelf activiteiten kunnen ontplooiën om de attractiviteit van de binnenstad te vergroten. In dit fonds zou de gemeente een faciliterende rol hebben door de heffing van de bijdrage van de individuele ondernemers op zich te nemen.

## **UITBREIDING EN INPERKING WINKELGEBIED**

Door herstructureren en toevoegen van winkeloppervlakte op het Achterom/Bagijnhof heeft het winkelgebied zich uitgebreid. Deze uitbreiding is het gevolg van het beleid dat al is ingezet in het Ondernemingsplan Binnenstad. In dit gebied zitten trekkers zoals de Hema en C&A al heel lang, heeft Albert Hein zich in 2010 gevestigd en zal Saturn zich medio 2013 daar vestigen. Het zwaartepunt van het winkelgebied zal hiermee nog verder binnen dit gebied komen te liggen. In het bestemmingsplan uit 2011 wordt Achterom/Bagijnhof inmiddels tot het centrumgebied ofwel kernwinkelgebied gerekend. Hiermee is het kernwinkelgebied uitgebreid. Met de komst van een fullservice supermarkt, in de vorm van Bas van der Heijden, in Post 120 (postkantoor in .....straat), wordt het vloeroppervlak aan detailhandel nog verder vergroot.<sup>19</sup> Officieel valt dit buiten het gebied van de binnenstad, maar het maakt onderdeel uit van de "Rode Loper" van het station naar de binnenstad. Dit gebied biedt nog mogelijkheden voor schaalvergroting. Dit zal echter wel betekenen, dat het gebied met de trekkers (C&A, HEMA, Saturn, Bas van Heijden) nog meer naar het zuiden verschuift.

In de begrotingen en jaarverslagen vanaf 2010 wordt aangegeven, dat de gemeente haar beleid voor dit gebied van branchering het 'Brancheringsrapport van BRO' als uitgangspunt hanteert.<sup>20</sup> In dit rapport wordt voor twee delen van de Voorstraat aangegeven, dat die eigenlijk niet meer levensvatbaar zijn als primair winkelgebied. Het betreft Voorstraat West en een deel van Voorstraat Noord. Er zou in deze straatdelen niet meer geïnvesteerd moeten worden door de gemeente en er zou gekeken moeten worden of het huidige bestemmingsplan niet gewijzigd moet worden.<sup>21</sup> Het Brancheringsrapport stelt ook de vraag of het winkelgebied niet ingeperkt moet worden. Als het college deze adviezen volgt, zou dat vooral voor

---

<sup>19</sup> Het totale vloeroppervlak in de binnenstad en de 19<sup>e</sup> eeuwse schil zal effectief met 500 m<sup>2</sup> toenemen omdat het vloeroppervlakte van De Holland wordt onttrokken door de komst van het Onderwijsmuseum.

<sup>20</sup> De raad heeft dit rapport ontvangen als bijlage bij de raadinformatiebrief 'inzet binnenstad'.

<sup>21</sup> Bij de discussie over het huidige bestemmingsplan (2011) was dit al een discussiepunt, de brancheverbreiding ook wel functieverbreiding genoemd door de gemeente al voorgesteld, maar dit is door de binnenstadspartijen destijds tegengehouden.

Voorstraat Noord gevolgen kunnen hebben, omdat de verdere ondersteuning van deze straat weg zou vallen.

### 6.3 Samenvattend

Vanaf 1996 is in het beleid voor de binnenstad altijd aandacht geweest voor de uitbreiding van het vestigen van de detailhandel en horeca, waarbij de nadruk lag op kwaliteitsverbetering. Vanaf 2009 krijgt de toename van leegstand van verkooppunten in de binnenstad steeds meer de aandacht. Dit leidt in 2012 tot een plan van aanpak.

Het vergroten van de levendigheid en aantrekkelijkheid van de binnenstad is altijd een uitgangspunt van het Dordtse beleid geweest. Om dit te realiseren is samengewerkt met de ondernemers en de cultuursector. Ook heeft de gemeente onder andere geïnvesteerd in het Dordrechts Museum, het Hofkwartier en het aantrekken van hoger onderwijs. Verder heeft de gemeente ingezet op de ontwikkeling van het gebied Achterom/ Bagijnhof en Sarisgang en het aantrekken van publiekstrekkingen, zoals Saturn naar het winkelgebied.



Figuur 6, Saturn Spuiboulevard



## 7 ROLINVULLING EN SAMENWERKING

*In de voorgaande hoofdstukken is beschreven wat de gemeente wil realiseren. In dit deel wordt ingegaan op wat de gemeente doet, wat ze samen met andere partijen doet of wat anderen doen. Er is een verschuiving in de ambitie waar te nemen om van "regisseren meer te gaan 'faciliteren'". Doet de gemeente dat in de praktijk ook? Laat ze het echt over aan de markt? De rolinvulling krijgt een andere karakter, maar de rol is nog wel groot. Zeker als je niet alleen kijkt naar het verminderen van leegstand, maar ook kijkt naar het zorgen voor een levendige binnenstad.*

### 7.1 Van sturen naar faciliteren

In 1996 verscheen het 'Ondernemingsplan Binnenstad'. Een belangrijk uitgangspunt was, dat de binnenstad gezien moest worden als een 'onderneming', die een aantrekkelijk aanbod heeft, waar altijd wat te doen is en waaraan ieder jaar een nieuwe attractie wordt toegevoegd om het bezoek op gang te houden. De gemeente zag voor zichzelf een grote rol bij het inhalen van de achterstanden, die waren opgelopen op het gebied van bezoekersaantallen en de omzetten van de detailhandel. Dit had te maken met het feit, dat de gemeente het idee had, dat er grote ruimtelijke en architectonische ingrepen in de binnenstad nodig waren. Hierbij ging het om projecten als Statenplein, de verbetering Achterom/Bagijnhof, verbetering van de gebouwen van C&A en Hema, de Sarisgang, Grote Markt/Scheffersplein, de Spuiboulevard en het Stationsplein.<sup>22</sup> Deze ontwikkelingen zouden leiden tot een flinke vergroting van het winkelloppervlak, aldus het voorstel. Dit werd niet als een probleem gezien, omdat het een kwaliteitsimpuls zou geven aan de detailhandel en tot een verhoogde omzet van de detailhandel zou leiden.

In het voorstel wordt aangegeven, dat samenwerking met de ondernemers een "must" is om te slagen. Ook staat in het raadsvoorstel, dat het college actief zal sturen op thematisering van winkelstraten en daarover zal meebeslissen. De gemeente zag voor zich zelf duidelijk een sturende c.q. regisserende rol.

Anno 2012 staat de gemeente vooral een faciliterende rol voor, aldus de raadsinformatiebrief van 27 maart 2012. Een groot deel van de verantwoordelijkheid voor de levendigheid van de binnenstad wordt neergelegd bij de bewoners, winkeliers en vastgoedeigenaren.

<sup>22</sup> De Spuiboulevard moest de intree gaan vormen naar het kernwinkelgebied, aldus het raadsvoorstel van juni 1996.



De faciliterende rol van de gemeente ligt bij acquisitie door Dordt Onderneemt, maar ook bij het beheer van de openbare ruimte en citymarketing<sup>23</sup>, de organisatie en ondersteuning van evenementen, actieprogramma horeca, het initiëren van de VCOD en het initiëren en ambtelijk ondersteunen van het Platform Binnenstadmanagement. De sturende rol van de gemeente is niet geheel verdwenen. De gemeente blijft verantwoordelijk voor de kerntaken, zoals het bestemmingsplan voor de historische binnenstad, het vergunningenbeleid, het parkeerbeleid, het verkeerscirculatieplan en het schoon, heel en veilig houden van de binnenstad.

## **7.2 Faciliteren van de samenwerking: het platform Binnenstadsmanagement en het VCOD.**

Via het convenant Binnenstad 2010-2014 committeren gemeente en andere partijen zich aan het leveren van een gezamenlijke bijdrage aan activiteiten om de economische positie van de binnenstad van Dordrecht te behouden en te verbeteren.

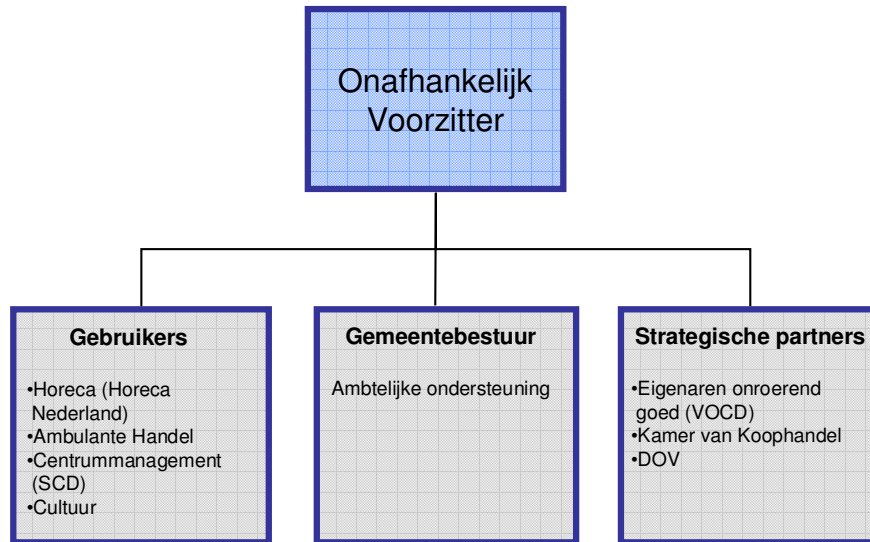
De term management duidt er op, dat de binnenstad nog steeds wordt gezien als iets dat je moet organiseren/runnen. Alleen doet de gemeente dat nu niet meer top-down, maar veel meer in samenwerking met de belanghebbenden. In de ogen van de gemeente kan dit nu ook, omdat alle grote herstructureringsprojecten in het (kern) winkelgebied en ontwikkelingen in de cultuursector (Dordrechts Museum, Hofkwartier en The movies) zijn afgerond of hun afronding naderen. De verdere activiteiten om de binnenstad te verlevendigen en aantrekkelijker te maken vereisen niet meer de sterke regisserende rol, die eerder nodig was. Het centrale uitgangspunt in beleidsontwikkeling van dit college "vertrouwen en verantwoordelijkheid" kan nu meer gehanteerd worden.

Bij het convenant is een uitvoeringsplan gevoegd, waaruit dit uitgangspunt duidelijk blijkt. In dit plan staat wie op welk beleidsterrein (openbare ruimte, veiligheid, branchering, etc.) welke actie uitvoert (zie bijlage 7).

Het Platform Binnenstadsmanagement Dordrecht zorgt ervoor dat de afspraken ook tot uitvoering worden gebracht. Dit platform bestaat uit vertegenwoordigers van de gemeente, Dordrecht Marketing, Stichting Centrummanagement Dordrecht, Centrale Vereniging Ambulante Handel, Dordrechtse Ondernemersvereniging (DOV), Cultuur en de Kamer van Koophandel. Het betreft hier een structureel samenwerkingsverband, gericht op het verkrijgen van consensus over beleid en activiteiten met betrekking tot de binnenstad. In het navolgende schema ziet u de organisatiestructuur van het Platform Binnenstad Dordrecht.

---

<sup>23</sup> De citymarketing is belegd bij Stichting Dordrecht Marketing die hiervoor gemeentelijke middelen ontvangt.



Figuur 7, Organisatie Platform Binnenstadsmanagement Dordrecht

Het platform vergadert minimaal vier keer per jaar. De leden verwoorden de standpunten van hun achterban en zorgen voor de terugkoppeling aan hun achterban. In de vergaderingen wordt gesproken over de voortgang van de uitvoering van het convenant 2010-2014, aldus de voorzitter. Hij geeft ook aan dat er heel veel van het platform werd verwacht, dat in het plan heel veel acties staan en dat niet aan allemaal tegelijkertijd gewerkt kan worden. Er is dan ook voor de lijn van het prioriteren gekozen. Het platform heeft zich als gevolg hiervan de laatste tijd vooral ingezet voor het tot stand brengen van het ondernemersfonds en de binnenstadservice.<sup>24</sup> Het ambtelijk secretariaat wordt verzorgd door een medewerker van de gemeente. De vertegenwoordiger van Dordrecht Marketing geeft aan, dat ondanks deze ondersteuning "het platform niet iets is van de gemeente, maar iets van alle partijen gezamenlijk."

De gemeente heeft, vanuit het belang van het collectief van commercieel vastgoedeigenaren, geïnitieerd dat de Vereniging Commercieel Onroerend Goed Dordrecht (VCOD) begin 2012

<sup>24</sup> Dit is een collectief ontvangst-verzendmagazijn namens de gezamenlijke winkeliers organisaties die in de binnenstad gevestigd zijn. Dit maakt het mogelijk dat het aantal aanlever- en afvoerbewegingen in de binnenstad sterk kunnen worden beperkt. Hierdoor ontstaat een beter verblijfsniveau voor bezoekers.



werd opgericht.<sup>25</sup> Deze vereniging is de gespreks- en samenwerkingspartner voor het terugdringen van de leegstand in de binnenstad. De VCOD heeft deze samenwerking in haar doelstelling staan: "gesprekspartner van de gemeente bij beleidsvorming ten aanzien van de binnenstad met betrekking tot commercieel onroerend goed."<sup>26</sup>

In het gesprek met de vertegenwoordigers van de VCOD gaven zij aan waardering te hebben voor de manier waarop wordt samengewerkt. De contacten met de ambtenaren en het bestuur verlopen goed.

Daarnaast zijn er nog twee structurele overleggen met ondernemersorganisaties. Deze zijn niet specifiek gericht op de binnenstad. Echter in deze overleggen komt de binnenstad ook vaak aan de orde. Het gaat hier over:

### **DE ADVIESRAAD VOOR DE DETAILHANDEL**

De Adviesraad voor de Detailhandel geeft gevraagd en ongevraagd advies aan het college over aangelegenheden, die de detailhandel betreffen.<sup>27</sup> Dit advies is niet bindend. In een aantal gevallen schrijft het bestemmingsplan voor dat het college de Adviesraad moet horen, alvorens een beslissing te nemen over een vrijstelling van het bestemmingsplan. Dit geldt bijvoorbeeld voor de vestiging van winkelondersteunende horeca in een winkelstraat.

### **ONDERNEMERSOVERLEG ECONOMIE EN BEREIKBAARHEID**

In het ondernemersoverleg vindt afstemming en onderlinge informatie-uitwisseling plaats over economische ontwikkelingen en bereikbaarheid, waarbij onder andere het centrummanagement aan de orde komt.

Aan het ondernemersoverleg nemen deel:

- Werkgevers Drechtsteden
- Kamer van Koophandel
- Turkse Ondernemersvereniging
- Stichting Centrummanagement Dordrecht
- Dordrechtse Ondernemersvereniging
- Bouwend Nederland Provincie Zuid-Holland
- Koninklijke Horeca Nederland (afdeling Drechtsteden)
- Gemeente Dordrecht

---

<sup>25</sup> Beleidsplan VCOD, blz. 2.

<sup>26</sup> Beleidsplan VCOD, blz. 2.

<sup>27</sup> In de raad zitten de Federatie van Winkelcentra, de centrale vereniging Ambulante Handel, Koninklijk Horeca Nederland (Afdeling Drechtsteden), Het SCD, de DOV en de wethouder economie.



Het voorzitterschap ligt bij de wethouder Economie en bereikbaarheid en de ambtelijke ondersteuning bij de gemeentelijke organisatie.

Het is de vraag hoe representatief de meningen van de vertegenwoordigers van de ondernemersorganisaties in de overleggen zijn. De formele organisatiegraad onder de ondernemers is laag. Aldus de vertegenwoordiger van het SCD is, afhankelijk van de straat, bijvoorbeeld maar tussen de 25 tot 50 % van de ondernemers in de binnenstad aangesloten bij winkeliers-verenigingen, die deel uitmaken van de SCD (de grootwinkelbedrijven zijn daarbij niet aangesloten).

Bij de verschillende geïnterviewden leeft het gevoel, dat je onderscheid moet maken tussen winkeliers en ondernemers. Zij zien winkeliers als personen, die zich alleen bezig houden met hun eigen bedrijf. Ondernemers zijn de personen, die de gehele straat en/of hele binnenstad in ogenschouw nemen bij hun bedrijfsvoering. "De ondernemers zijn in hun ogen de natuurlijke partners voor de gemeente." Het gevolg hiervan is, dat de gemeente slim moet zijn in het selecteren van de partners met wie ze samenwerkt.

### **7.3 Faciliteren van de samenwerking: overige**

Naast dat er allemaal overlegvormen zijn met de ondernemers, waarin aandacht wordt besteed aan het functioneren van de binnenstad, zijn twee andere organisaties hier ook zeer sterk bij betrokken. Dit zijn:

#### **DORDT ONDERNEEMT**

Dordt onderneemt, een organisatie onderdeel van de gemeente Dordrecht, speelt een actieve rol in de aanpak van de leegstand. De acquireur brengt vastgoedeigenaren en mogelijke huurders bijeen. Ook schrijft Dordt onderneemt 'bidbooks' speciaal geschreven op de behoeften van bepaalde bedrijven die zich potentieel willen vestigen in de Dordtse Binnenstad. Verder is zij agendapartner bij het overleg van de VCOD.

#### **DORDRECHT MARKETING**

Stichting Dordrecht Marketing doet ondermeer voor Dordrecht de marketing van de stad Dordrecht als geheel en ook voor de binnenstad in het bijzonder.<sup>28</sup> De basisfinanciering voor beheer en organisatie van Dordrecht Marketing komen geheel voor rekening van de Gemeente Dordrecht.<sup>29</sup> De stichting heeft onder andere in samenwerking met de gemeente een

---

<sup>28</sup> Dit is een onafhankelijke stichting, met een eigen raad van toezicht waarvan de leden worden benoemd door het college. De stichting is opgericht op 11 april 2006.

<sup>29</sup> Raadsinformatiebrief over Dordrecht Marketing en Intree Dordrecht, 26 april 2007.





campagne format en communicatiemiddelen (bijvoorbeeld Maggezien) ontwikkeld voor de acquisitie van detailhandel en het vermarkten van de binnenstad.<sup>30</sup>

## 7.4 Faciliteren in aangrenzende beleidsterreinen

In hoofdstuk 6 hebben wij beschreven hoe belangrijk de gemeente de aantrekkelijkheid van de binnenstad van Dordrecht vindt. Het wordt gezien als een economische motor van de regio. Er is dan ook veel beleid ontwikkeld om de aantrekkelijkheid te vergroten. Hiervan wordt nu geprobeerd de coördinatie onder te brengen in een programma levendige binnenstad. In dit beleid is de aanpak van de leegstand van verkoopruimten slechts een klein onderdeel. Echter de verschillende maatregelen hebben wel indirect invloed op de leegstand in de binnenstad.

### **MARKETING, IMAGO EN EVENEMENTENBELEID**

Dordrecht Marketing probeert samen met de gemeente en partijen in de stad via Citymarketing en organisatie en ondersteuning van evenementen en festivals meer mensen te verleiden naar de binnenstad te komen en daar geld uit te laten geven.

### **BESTEMMINGSPLAN EN VERGUNNINGVERLENING**

In het bestemmingsplan is opgenomen, dat zich in het centrumwinkelgebied van de binnenstad in principe alleen detailhandel kan vestigen. Vestiging van horeca is alleen mogelijk als ondersteuning aan het winkelgebied (overdag open en voor winkelend publiek toegankelijk) of binnen de horecaconcentratiegebieden, die binnen het winkelgebied vallen (Scheffersplein, Statenplein/ Nieuwstraat).

Voor het winkelgebied is inmiddels ook een beleidsregel opgesteld, die het mogelijk maakt, dat binnen de detailhandel beperkte horecavoorzieningen aanwezig zijn, zonder exploitatievergunning.

### **VERKEER, PARKEREN EN BEREIKBAARHEID**

De gemeente heeft gezorgd voor gratis fietsenstallingen en zij heeft parkeergarages gerealiseerd. De gemeente zorgt voor een goede bewegwijzering en legt duidelijke loop- en fietsroutes aan (de rode loper voor de voetganger).

Er zijn twee parkeerterreinen beschikbaar gesteld, waar de bezoeker net buiten het centrum gratis kan parkeren en via een citybus naar de binnenstad kan reizen en er is een parkeergarage gerealiseerd aan het Achterom. Verder heeft de gemeente gratis openbaar vervoer voor ouderen beschikbaar gesteld en is in de binnenstad het verkeer gereguleerd via pollers.

---

<sup>30</sup> Website Dordrecht Marketing, deel economische marketing.



## **SCHOON, HEEL EN VEILIG**

De gemeente heeft in 2012 een speciale schoonmaakregeling voor graffiti in het leven geroepen. Verder schrijft de gemeente nu eigenaren aan, die hun panden laten verloederen. Ten slotte heeft de gemeente het beheer van de seizoensverlichting in het winkelgebied op zich genomen.<sup>31</sup>

## **OPENINGSTIJDEN**

Op basis van de winkeltijdenwet heeft de gemeenteraad een verordening openingstijden vastgesteld. Hierin zijn regels opgenomen over wanneer winkels open mogen zijn en evenementen/ manifestaties mogen plaatsvinden. Voor winkels geldt dat ze open mogen zijn op werkdagen en zaterdag tussen 06.00 uur en 22.00 uur en op aangewezen koopzondagen tussen 12.00 uur en 17.00 uur. Deze koopzondagen worden vastgesteld door het college op advies van de Adviesraad van de Detailhandel.

### **7.5 Van faciliteren terug naar regisseren?**

De Rekenkamercommissie heeft bij het bestuderen van de documenten en in de interviews geconstateerd, dat de gemeente soms handelt contrair aan haar visie ten opzichte van rolname in de binnenstad. Zij doet meer dan alleen faciliteren en conditioneren. Hieronder vindt u hiervan enkele voorbeelden. Daarnaast lijkt in het Brancheringsrapport, een lijn te zitten, die terug gaat naar meer regisseren.

Zo heeft de gemeente bij de Voorstraat Noord toch een meer sturende rol genomen. Er zijn rechtstreeks middelen beschikbaar gesteld om de straat te verbeteren. In het laatste raadsvoorstel van 25 oktober 2011 (SO/663643) wordt zelfs precies beschreven hoe de middelen moeten worden ingezet. Deze inzet van middelen is ook opmerkelijk, omdat de Voorstraat Noord buiten het (kern) winkelgebied valt. Andere delen van de Voorstraat (Voorstraat Midden, Augustijn en West) binnen het winkelgebied krijgen geen extra middelen. Dit is vooral bijzonder, omdat zowel Voorstraat West als Voorstraat Noord door de gemeente als aanloopstraten worden aangemerkt (waarbij Voorstraat West wel echt tot het winkelgebied behoort). Het zijn beide aanlooproutes van de waterbussen of fastferries.<sup>32</sup>

---

<sup>31</sup> Dit past binnen de visie van het lichtplan 2006-2015, waarover verlichting van de binnenstad het volgende is gezegd: "Naast verlichting ten behoeve van veiligheid en leefbaarheid gaat het in de binnenstad om een zodanige presentatie van de schatten van het historische centrum na zonsondergang, dat de belevingswaarde toeneemt." Hierbij gaat het onder andere over een gelijkmatige verlichting, waarbij passanten elkaar 's avonds op redelijke afstand kunnen waarnemen en in voldoende mate kleuren kunnen herkennen", aldus het lichtplan.

<sup>32</sup> De hele Voorstraat wordt door de regio, als belangrijke verbindingstraat tussen de waterbus en fastferriehaltes van Papendrecht en Zwijndrecht gezien.



Er is een debat gaande over de openstellingstijden van de winkels in de binnenstad, waar het gaat om verlengde openingstijden van de winkels, de koopzondagen en de koopavonden. Hierbij lijkt het eerste al gefaciliteerd te worden (winkels mogen immers tot 22.00 uur open). Voor meer koopzondagen is er een wetwijziging nodig. Deze lijkt op komst te zijn. Deze wetgeving zou inhouden, dat de openstelling op elke zondag van het jaar mogelijk wordt. Hiervoor moet de gemeente wel deze ruimte pakken via de aanpassing van de verordening en hier lijkt binnen de gemeenteraad geen meerderheid voor te zijn. Dit lijkt tegenstrijdig te zijn met het streven de ondernemers zo goed mogelijk te faciliteren.

### **HET BRANCHERINGSADVIES: TOCH MEER REGISSEREN?**

In december 2010 is het "Dordrecht Brancheringsadvies binnenstad" van BRO voortvloeiende uit het convenant binnenstad, verschenen. Dit rapport is aan de raad aangeboden via de raadsinformatiebrief "Inzet Binnenstad" in augustus 2011. Uit het jaarverslag 2011 blijkt, dat de aanbevelingen uit dit rapport de basis vormen voor het handelen van de gemeente, in het bijzonder- Dordt Onderneemt - ten aanzien van de branchering in de binnenstad. Dit rapport omvat een analyse van de detailhandel in de binnenstad en aanbevelingen voor beleid voor deze groep ondernemers. Hierbij is gekeken naar trends in het koopgedrag van de consument en het winkelaanbod (zie bijlage 7). Ook is gekeken naar het door Dordrecht gevoerde beleid.

Ten aanzien van de rol van de gemeente BRO tot de volgende conclusies:

Een centraal winkelcircuit, waarbij de bezoeker kan winkelen door het middengedeelte van de Voorstraat, de Kolfstraat, de Sarisgang en het Bagijnhof, is in potentie aanwezig. Het rondje is echter niet af, door het gebrek aan trekkracht van de Visstraat.

Voor verschillende winkelstraten zijn eigenlijk geen reële perspectieven meer (gedeelten Voorstraat ten westen van de Pelsersstraat en ten noorden van de Nieuwbrug)<sup>33</sup>. BRO geeft aan, dat je als gemeente alleen nog maar aandacht moet besteden aan de straten met voldoende perspectief als winkelstraat.<sup>34</sup>.

De gemeente dient er zorg voor te dragen, dat er een brancheringscommissie komt. Doel van de commissie is een evenwichtige ontwikkeling van de binnenstad, beoordeling van vestiging, informatie-uitwisseling over nieuwe ontwikkelingen, gezamenlijke acquisitie en gevraagd en ongevraagd advies geven aan het college van burgemeester en wethouders. De coördinerende rol binnen de commissie zou bij de gemeente moeten liggen.

---

<sup>33</sup> Buiten het (kern)winkelgebied maar binnen de historische binnenstad, wordt aangegeven dat de Groenmarkt, de Grote markt en de Vleeshouwerstraat straten met weinig perspectief zijn.

<sup>34</sup> Het succes wordt bepaald door de ligging ten opzichte van het kernwinkelgebied, de bronpunten, de circuitvorming en het profiel van de straat.



## 7.6 Samenvattend

Het beleid rondom leegstand is gelijk vanuit het perspectief van faciliteren vormgegeven. Het primaat is neergelegd bij de VCOD. De vastgoedeigenaren moeten met elkaar in overleg om een oplossing voor leegstand te ontwikkelen. De gemeente levert een bijdrage aan de vermindering van de leegstand door actief te acquireren en als intermediair op te treden tussen ondernemers en vastgoedeigenaren. Dit gebeurt via Dordt onderneemt.

In het kader van het vergroten van de aantrekkelijkheid en levendigheid, randvoorwaarden voor genoeg omzet voor de detailhandel, zit de gemeente nu ook sterk op de lijn van faciliteren.

Zij zorgt onder andere voor een schone, hele en veilige binnenstadsomgeving, parkeermogelijkheden, verkeersdoorstroming, marketing voor de binnenstad en faciliteert evenementen. In het bestemmingsplan is de branchering per straat opgenomen. Er is alleen in uitgesproken, dat er gestreefd wordt naar thematisering.

Ten aanzien van de openingstijden vult de gemeente nu haar faciliterende rol compleet in. Als landelijk het openingstijdenbeleid wordt aangepast lijkt dit niet meer het geval te zijn, omdat het beleid op koopzondagen niet gevolgd gaat worden als het aan de meerderheid van de raad ligt, volgens de uitingen van de verschillende partijen in de media.

Het gemeentebestuur zegt naar het Brancheringsadvies te handelen. In dit rapport staan duidelijke beleidsadviezen. De Rekenkamercommissie leest in het rapport, dat op verschillende punten actieve sturing van de gemeente wordt verwacht. De lijn van actieve sturing/regie lijkt in tegenspraak te zijn met de gedachte dat de gemeente toch vooral faciliterend zou moeten handelen.

Er wordt vooral langs de conventionele lijnen van vertegenwoordiging, in overlegvormen geprobeerd samen te werken en draagvlak voor beleid te creëren, waardoor een groot deel van de ondernemers niet worden gehoord of bij het beleid worden betrokken.



## 8 GERAPPORTEERDE RESULTATEN AAN DE RAAD

*Op vele plaatsen wordt gerapporteerd over resultaten van het beleid met betrekking tot het vergroten van de aantrekkelijkheid en levendigheid van de binnenstad. Zo wordt er gerapporteerd in de jaarverslagen van de gemeente, maar ook in raadsvoorstellen en raadsinformatiebrieven. Verder komt informatie vrij via de lijst van ingekomen stukken, die bestaat uit documenten, die aan de raad worden gestuurd. Over beleid voor verminderen van leegstand, dat pas sinds 2009 een onderwerp is, is maar heel weinig gerapporteerd.*

### 8.1 Leegstand in de rapportages over beleid

Op verzoek van de raad is in 2009 via een raadsinformatiebrieven gerapporteerd over leegstand (november 2009). Na deze brief is door het college niet meer gerapporteerd over leegstand van verkooppunten/winkelruimten in de binnenstad en heeft de gemeenteraad hierom ook niet meer gevraagd. In het jaarverslag 2011 is wel aangegeven, dat de gemeente acties had ondernomen om tot oprichting van het VCOD te komen en dat in vergaderingen van deze vereniging leegstand een vast onderwerp op de agenda zou worden.

Over de acties, die in de raadsinformatiebrieven over leegstand van niet gemeentelijke panden van maart 2012 zijn genoemd, is nog niet gerapporteerd.

Het Onderzoekcentrum Drechtsteden heeft de afgelopen jaren via de crisismonitoren en conjunctuurmonitoren gerapporteerd over leegstand in de binnenstad. Verder heeft de OCD in maart 2011 gerapporteerd over passantentellingen in het kernwinkelgebied. Deze rapportages en de passantentellingen worden in opdracht van het regionale programma economie<sup>35</sup> gemaakt. Het college van B en W rapporteert hier niet over aan de raad. In dit laatste document staat, dat het winkelbezoek aan de binnenstad structureel afneemt. In de onderzoeksperiode 2007-2010 was het geraamd weekbezoek met 5% afgenomen.<sup>36</sup> Deze documenten zijn naar de raad gestuurd en op de lijst van ingekomen stukken geplaatst. Er is hier nooit over gesproken.

### BELEID BINNENSTAD JAARVERSLAGEN

In de gemeentelijke jaarverslagen wordt in de periode 2006 tot met 2009 onder het programma Ondernemerschap en Bereikbaarheid in hoofdlijnen gerapporteerd over wat de gemeente voor de binnenstad heeft gedaan. Daarnaast is in deze jaarverslagen in de zogenaamde projectbladen specifiek gerapporteerd over de projecten Achterom/Bagijnhof

<sup>35</sup> programma van de GR Drechtsteden.

<sup>36</sup> Onderzoekcentrum Drechtsteden, Uitkomsten passantentellingen kernwinkelgebied, maart 2011.



(inclusief Visstraat) en het Hofkwartier. In deze jaarverslagen is te zien dat in die periode het aantal toeristen afneemt van 820.000 naar 710.000, maar het aantal bezoekers aan evenementen toe is genomen tot 1.100.000 personen.<sup>37</sup> Het wordt in het jaarverslag niet duidelijk in hoeverre de toeristisch-recreatieve bestedingen in deze periode zijn toe- of afgenomen.

Vanaf 2010 wordt er in het jaarverslag op een meer directe wijze gerapporteerd over de resultaten van de inspanningen. Zo is terug te vinden in het jaarverslag over 2009 dat door acquisitie vestigingen van detailhandel We, Blue 32 en de I AM Store en de horecaonderneming Dordts Genoegen zich in het winkelgebied van Dordrecht hebben gevestigd.

In het jaarverslag 2011 is in het programma Economie en Cultuur terug te vinden hoe ver het eind 2011 stond met de uitvoering van het convenant binnenstad 2010-2014 door het platform binnenstadsmanagement en Stichting Centrummanagement Dordrecht. Vanuit het Actieprogramma horeca werden er initiatieven ondersteund, zoals Dordt op je bord, Smaakstraat en de restaurantweek.

In ditzelfde jaarverslag wordt ook gerapporteerd over andere resultaten ten aanzien van de binnenstad. Zo heeft Dordt Onderneemt drie ondernemers begeleid bij hun vestiging in de Vriesestraat en Voorstraat West (in samenwerking met de winkeliersverenigingen), maar ook ondernemers bijgestaan bij hun verplaatsing.<sup>38</sup>

Ook zijn er in 2011 afspraken gemaakt met de eigenaar van Drievriendenhof over de gewenste invulling van de leegstand en mogelijkheden tot herontwikkeling.<sup>39</sup> Ook is gerapporteerd, dat er bidbooks zijn ontwikkeld om horeca- en retailketens, die nog niet in Dordrecht zijn gevestigd, zo ver te krijgen dit wel te doen. Hiervoor dient het brancheringsrapport als uitgangspunt. Over het project Voorstaat-Noord wordt inhoudelijk in het geheel niet gerapporteerd, er wordt alleen ingegaan op overheveling van overgebleven budget naar 2011.

## **RAADSVORSTELLEN EN RAADSINFORMATIEBRIEVEN**

De Rekenkamercommissie constateert dat een raadslid in de jaarverslagen niet in één oogopslag kan terugvinden wat alle activiteiten, die worden gedaan om de binnenstad aantrekkelijker en levendiger te maken, kosten. Er zijn veel middelen beschikbaar gesteld voor de vergroting van de levendigheid en aantrekkelijkheid van de binnenstad. De middelen zijn

---

<sup>37</sup> Jaarverslag 2010, blz. 67.

<sup>38</sup> Merz, Delicees en Olala Chocola.

<sup>39</sup> Deze afspraken zijn niet aan de raad gemeld.



op verschillende plaatsen in de begroting opgenomen en niet specifiek toegeschreven aan het winkelgebied binnenstad (inclusief Voorstraat-Noord) Hierop maken de bedragen voor "programma binnenstad" (2006-2010) of binnenstad (2011-e.v.) aflopend van € 765.000,- tot € 373.000,- een uitzondering. Het college stuurt in augustus 2011 voor het eerst een raadsinformatiebrief aan de raad met daarin een overzicht van wat de inzet van de gemeente heeft gekost (zie paragraaf 6.4). In deze brief zijn de bedragen wel specifiek toegerekend aan de binnenstad (hierin staan echter de bedragen binnenstad/programma binnenstad niet vermeld).

Het is voor de Rekenkamercommissie onmogelijk om de middelen 1 op 1 te koppelen aan de maatregelen voor het verminderen van de leegstand. In onderstaande tabel ziet u welke bedragen aan de binnenstad zijn toegerekend. Het gaat om bedragen, die jaarlijks worden toegerekend.

	Bedragen in euro's
Evenementensubsidie	900.000
Inzet gemeentelijke diensten (bij evenementen)	150.000
Dordrecht Marketing	1.600.000
Inwonerbijdrage aan VVV	400.000
Aanvullende binnenstadspromotie (Maggezien)	30.000
Activiteiten horeca incl. coördinatie	85.000
Stichting centrummanagement	65.000
Sfeerverlichting 'couleur locale' (beheer en onderhoud)	78.000
<b>Totaal</b>	<b>3.380.000</b>

Tabel 6, Indicatie jaarlijkse bijdragen voor binnenstad <sup>40</sup>

Over de resultaten en kosten van project Voorstraat Noord is echter wel zelfstandig gerapporteerd in een evaluatie van het project, die in juni 2010 naar de raad is gestuurd. Het college vindt de Voorstraat Noord belangrijk om het (kernwinkel)gebied te verbinden met de waterbussen/ fastferry en het te ontwikkelen gebied "Stadswerven".

<sup>40</sup> Bron: Raadsinformatiebrief Inzet binnenstad.



## 8.2 Samenvattend

Vanaf het jaarverslag 2011 wordt uitgebreid gerapporteerd over de activiteiten, die worden ontplooid in het aantrekkelijker en levendiger maken van de binnenstad. Hierbij lijken in het jaarverslag resultaten langs de meetlat van de afspraken van het convenant binnenstad te zijn gelegd zonder dat dit expliciet wordt gemeld. De koppeling met de doelstellingen van de gemeente is daarmee niet duidelijk.

Uit het convenant en het jaarverslag blijkt dat er duidelijk wordt ingezet op de samenwerking met de binnenstadspartijen om de levendigheid en de aantrekkelijkheid te vergroten.

Ook het Brancheringsadvies, dat via een raadsinformatiebrief aan de raad is aangeboden, wordt volgens het jaarverslag als uitvoeringskader gebruikt voor de gemeente (in het bijzonder door Dordt Onderneemt). In 2012 is nog niet gerapporteerd over de resultaten op beleid rondom leegstand. Wel zijn via het OCD cijfers over leegstand aan de raad gepresenteerd.

Er is geen totaaloverzicht van welke kosten er nu allemaal worden toegerekend aan het beleid voor de vergroting van de levendigheid en aantrekkelijkheid van de binnenstad. Bovendien zijn de kosten niet 1 op 1 herleidbaar naar de activiteiten ten behoeve van de vermindering van de leegstand.





## **Bijlagen**

- 1. Gehanteerde normen**
- 2. Lijst met documenten**
- 3. Lijst met geïnterviewden**
- 4. Voorbeeldplanning uit ondernemingsplan 1996**
- 5. Leegstand van verkoopruimten per straat en gebied**
- 6. Trends in de Detailhandel (BRO, 2010)**
- 7. Afspraken convenant binnenstad**
- 8. Lijst met afkortingen**



## BIJLAGE 1 : GEHANTEERDE NORMEN

Deelvraag	Norm
Beleid	Het beleid is vanuit de verschillende interne disciplines van de gemeente op elkaar afgestemd.
	Het beleid is afgestemd met de Drechtsteden.
Rolneming door gemeente en externe partijen	Er zijn duidelijk afspraken gemaakt tussen gemeente en externe partijen over wie wat doet, wanneer en tegen welke financiële middelen. (Bron: Handboek Centrummanagement)
	Er is een structureel samenwerkingsverband van publieke en private partijen op basis van gelijkwaardigheid. (Bron: Handboek Centrummanagement)
	De gemeente heeft een sectorale detailhandel-structuurvisie. (Bron: Hoofdbedrijfschap Detailhandel, Hoe de overheid de winkelmarkt stimuleert)
	De gemeente heeft actuele bestemmingsplannen voor het winkelgebied, met daarin brancheringseisen voor de detailhandel. (Bron: Hoofdbedrijfschap Detailhandel, Hoe de overheid de winkelmarkt stimuleert)
Informatievoorziening	Afgesproken moet zijn op welke momenten welke betrokkenen door wie van welke informatie moeten worden voorzien.
	De informatie moet tijdig, volledig en actueel zijn.
	De raad ontvangt voortgangsrapportages waarin minimaal knelpunten, dreigende budget- en termijnoverschrijdingen en de mate van doelrealisatie zijn opgenomen.



## BIJLAGE 2 : LIJST MET DOCUMENTEN

### Algemene beleidsdocumenten

- Regionaal meerjarenprogramma Drechtsteden 2011-2014 " van samen stad aan het water naar samen stad in uitvoering"
- Structuurvisie detailhandel en horeca Drechtsteden uit 2002
- Stadsbegrotingen 2006 t/m 2012
- Meerjarenbeleidsprogramma 2002-2006
- Meerjarenbeleidsprogramma 2006-2010 "Dordrecht werkt door!!"

### Raadsinformatiebrieven/raadsvoorstellen Binnenstad

- Ondernemingsplan Binnenstad, 24 januari 1996
- Agenda voor de binnenstad,
- Bestemmingsplan historische binnenstad 2011
- Extra impuls bezoek binnenstad 2008-2009, 22 oktober 2007
- Inzet Binnenstad, 30 augustus 2011 (inclusief bijlage Dordrecht brancheringsadvies Binnenstad)
- Beleidsregel Ondergeschikte Horeca op locatie zonder horecabestemming, 28 juni 2011
- Horecanota 2002- 2007
- Actieplan Horeca 2007-2012; Dordtse horeca in ontwikkeling, juli 2007
- Informatie leegstand niet gemeentelijk bezit, instrumentarium en actieprogramma, maart 2012
- Vaststellen van gemeentelijke visie Visstraat e.o., februari 2010
- Wonen boven winkels, maart 2010
- Doorstartnotitie Levendige binnenstad, maart 2012
- Memo uitvoering onderzoeksvraag leegstand en verwaarlozing, april 2009

### Raadsvoorstellen/raadsinformatiebrieven Voorstraat Noord

- Plan van Aanpak Voorstraat Noord, juni 2007
- Stimuleringsregelingen Diamanten Voorstraat Noord, februari 2009
- Evaluatie ontwikkeling Voorstraat Noord, 16 juni 2010
- Voorstraat Noord vervolg, 25 oktober 2011

### Algemene documenten

- Roots Beleidsadvies/Analyzus, Factsheet Winkelleegstand in 2020
- Onderzoekcentrum Drechtsteden, Van groei naar Krimp: Demografische ontwikkeling Drechtsteden 2010-2040, november 2010
- Lagroup leisure and consulting Toeristisch imago-onderzoek 2010, april 2010
- Vereniging Commerciële Onroerendgoedeigenaren Dordrecht, Beleidsplan, 2010



## BIJLAGE 3 : LIJST MET GEÏNTERVIEWDE PERSONEN

### Oriënterend gesprek

Dhr. N. de Wit, Strategisch beleidsmedewerker Stadsontwikkeling gemeente Dordrecht

### Groepsgesprek

Leden van de adviescommissie van de gemeenteraad van Dordrecht

### Interviews

Dhr. N. de Wit	Strategisch beleidsmedewerker Stadsontwikkeling gemeente Dordrecht
Dhr. P.H. Sleeking	Wethouder Ruimtelijke ordening & binnenstad gemeente Dordrecht
Dhr. J. Mos	Wethouder Economische zaken en toerisme gemeente Dordrecht
Dhr. R. Naaktgeboren	Programmanager Stadsontwikkeling gemeente Dordrecht
Dhr. R. de Gelder	Stichting Centrum management Dordrecht
Dhr. H.G. van der Windt	Voorzitter Platform Binnenstadsmanagement Dordrecht
Dhr. A. Maagdenberg	Lid van Platform Binnenstadsmanagement Dordrecht
Mevr. M. Schippers	Lid bestuur VCOD
Dhr. H. Spierdijk	Lid bestuur VCOD
Mevr. R.E.A.J. de Vries	Accountmanager/acquisiteur Horeca, Detailhandel van Dordt Onderneemt
Dhr. G. Baaij	Directeur Stichting Dordrecht Marketing



## BIJLAGE 4 : VOORBEELDPLANNING UIT ONDERNEMINGSPLAN 1996<sup>41</sup>

### Fasering bereikbaarheids- en parkeermaatregelen

- 1996: Start ontwikkeling programma's openbare ruimte Achterom, Sarisgang, Statenplein  
Studie verkeerscirculatie kernwinkelgebied
- 1997: Aanleg Spuiboulevard tot kruising Achterom  
Inrichting tijdelijk busstation bij NS-station  
Ontwikkeling programma's Blekersdijk, Grote Markt
- 1998: Aanleg 2e deel Spuiboulevard  
In verband met de toevoeging van het project nieuwbouw C&A/Hema incl.  
parkeergarage is dit jaar nodig voor planontwikkeling
- 1999: Bouw winkels en woningen Statenplein Nieuwbouw V & D  
Start bouw nieuwbouw C&A/Hema 2000  
Bouw parkeervoorziening en woningen Blekersdijk  
Herinrichting pleingedeelte Statenplein  
Verplaatsing markt
- 2001: Herontwikkeling Grote Markt met parkeervoorziening

---

<sup>41</sup> Bijlage 3 uit Ondernemingsplan binnenstad 1996.



## BIJLAGE 5 : LEEGSTAND VAN VERKOOPRUIMTEN PER STRAAT EN GEBIED

Straat/Gebied	Totaal aantal verkoopruimten	Leegstand in oktober 2011	%	Leegstand in augustus 2012	%
<b>Kernwinkelgebied</b>					
Achterom	14	1	7%	1	7%
Bagijnhof	30	2	7%	1	3%
Sarisgang	16	0	0%	0	0%
Drievriendenhof	21	8	38%	7	33%
Statenplein	30	0	0%	3	10%
Statengang/-plaats	9	1	11%	0	0%
Kolfstraat	12	0	0%	1	8%
Voorstraat Midden	46	4	9%	4	9%
Visstraat	12	1	8%	1	8%
<b>Totaal Kernwinkelgebied</b>	<b>190</b>	<b>17</b>	<b>9%</b>	<b>18</b>	<b>9%</b>
<b>Aanloopstraten</b>					
Nieuwstraat	12	1	8%	1	8%
Voorstraat Augustein	37	4	11%	4	11%
Vriesestraat, Lenghen- en Lindenstraat	75	19	25%	14	19%
Korte Breestraat	8	0	0%	0	0%
Voorstraat West	92	13	14%	12	13%
Grote Spuistraat	28	0	0%	1	3%
<b>Totaal Aanloop</b>	<b>252</b>	<b>37</b>	<b>15%</b>	<b>31</b>	<b>12%</b>
<b>Totaal winkelgebied</b>	<b>442</b>	<b>54</b>	<b>12%</b>	<b>49</b>	<b>11%</b>



## BIJLAGE 6 : TRENDS IN DE DETAILHANDEL (BRO, 2010)

- Aanbodkwaliteit, keuzemogelijkheid, prijsstelling, winkelinrichting en omgevingskwaliteit worden steeds belangrijker.
- De consument verwacht steeds nieuwe producten in de winkel aan te treffen. Het moet spannend blijven om te komen.
- Internet is naast een adres om spullen te kopen ook een middel om zich te oriënteren op een aankoop. Men komt dus geïnformeerd binnen en verwacht andere dingen van de verkoper.
- Consumenten willen meer aangesproken worden op een specifieke, innerlijke identiteit. Het gaat om de mentaliteit van de consument. Leeftijd en inkomen zijn minder bepalend. Hieruit vloeien zogenaamde mentaliteitswinkels voort, waar gelijkgestemde een scala aan bij elkaar passende producten, binnen een sfeer passende producten vinden.
- Een opkomst van multiculturele winkels en etnische winkelgebieden (Chinatown op de zwarte markt), maar ook een grote aandacht voor authentieke lokale specialzaken en lokale en streekeigen producten.
- Er is sprake van schaalvergroting, maar ook schaalverkleining in de vorm van superspecialisatie.
- Opkomst van brandstores; producenten gaan de producten zelf retailen.
- Er vindt branchevervaging plaats. Supermarkten zijn bijvoorbeeld ook CD's gaan verkopen en drogisterijketens speelgoed.
- Er zijn steeds meer internationale winkelketens actief op de Nederlandse Markt.
- Opkomst van winkels met tijdelijk verkoop van hippe producten.
- Opkomst van de vraag naar biologisch en organische producten.
- Aanloopstraten zullen steeds meer onder druk komen te staan, omdat zgn. trekkers zich alleen vestigen in een A-winkelgebied. In de aanloopstraten kunnen onderscheidende koopmilieu's opkomen, omdat de huisvestingskosten hier relatief laag zijn.



## BIJLAGE 7 : AFSPRAKEN CONVENANT BINNENSTAD

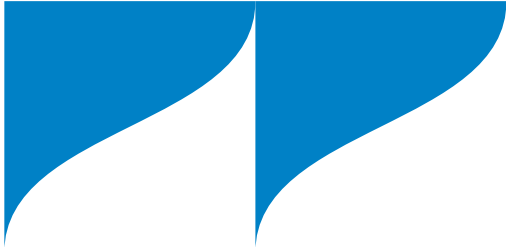
Beleidsterrein	Gemeente	Andere partijen
<b>Openbare ruimte</b>	<p>In welstandsnota richtlijnen opnemen voor gevelreclame, uitstallingen, vlaggen en rolluiken opnemen.</p> <p>Verwijzing naar parkeergarages en fietsenstallingen verbeteren.</p>	<p>Retailers bewegen voor een periode van een jaar geen reclamevlaggen op te hangen.</p> <p>Afsluiten van contracten om structureel graffiti te verwijderen.</p>
<b>Publiekstrekkende activiteiten</b>	Zorg dragen voor goede bereikbaarheid/ parkeermogelijkheden tijdens grote evenementen.	Het opzetten van gezamenlijke campagnes (cultuur, horeca, evenementen) vanuit het totaalproduct van de binnenstad.
<b>Samenhang tussen winkelgebieden</b>	<p>Duidelijk bewegwijzering voor culturele vestigingen en bijzondere winkelstraten.</p> <p>Er wordt bij bezoekersinfo /Intree meer aandacht besteed aan de bijzondere en onderscheidende winkels, horecabedrijven en leuke straten.</p>	<p>Ondernemersverenigingen zullen activiteiten ontwikkelen om hun straat meer onder de aandacht van de bezoeker te brengen.</p> <p>Culturele partijen zullen samen met horeca en detailhandel o.a. door campagnes gericht actie ondernemen om bezoekers te informeren over de mogelijkheden in de binnenstad van Dordrecht.</p>
<b>Branchering</b>	Opstellen van een brancheringsrapport en een brancheadviescommissie instellen.	Ondernemersorganisaties zullen actief meewerken aan de aanbevelingen uit het brancheringsrapport.
<b>Bereikbaarheid</b>	<p>Werken aan beleving/invulling aanloop-straten en duidelijke routing (ook vanaf het station).</p> <p>Fietsbereikbaarheid en de fietsenstallingen promoten.</p>	Gezamenlijke promotie van fietsbereikbaarheid, parkeergarages en fietsenstallingen.
<b>Veiligheid</b>	<p>Gebruik van collectief winkerverbod.</p> <p>Optreden tegen overlast door het verkeer en tegen verkeerd geparkeerde voertuigen, vandalisme en bekrassen.</p>	De binnenstadspartijen zetten zich in of worden aangezet om eigen verantwoordelijkheid te nemen voor de veiligheid en de leefbaarheid. Dus elkaar scherp houden, elkaar op zaken aanspreken, zelf opruimen/ schoonmaken, etc.





## BIJLAGE 8 : LIJST MET AFKORTINGEN

VCOD	Vereniging Commercieel Onroerend goed eigenaren Dordrecht
DOV	Dordrechtse Ondernemersvereniging
SCD	Stichting Centrummanagement Dordrecht
RMJP	Regionaal Meerjarenplan



**Gemeente Dordrecht**

Spuiboulevard 300  
Postbus 8  
3300 AA Dordrecht

[www.dordrecht.nl](http://www.dordrecht.nl)

