

‘BINNENSTAD MOET DE HUISKAMER VAN DE REGIO ZIJN’

STICHTING BINNENSTAD DEN HAAG INTERVIEW CEES KIMMEL EN ERIC VAN DEN ELSHOUT

Aan de binnenstad van Den Haag wordt al jaren gewerkt. Met succes: groeiende bezoekersaantallen, een positievere beleving van de binnenstad en een plek in de top 3 van beste winkelsteden. Maar het kan en moet nog beter vinden politiek, ondernemers en bewoners. Dat leidde tot het integrale Binnenstadsplan 2010-2020. Bij de totstandkoming ervan speelde de stichting Binnenstad Den Haag een belangrijke rol. Voorzitter Eric van den Elshout en bestuurslid Cees Kimmel vertellen op welke manier.



CEES KIMMEL

ERIC VAN DEN ELSHOUT

Behalve voorzitter van de stichting Binnenstad Den Haag is Van den Elshout bestuurslid van de stichting Marketing Den Haag, voorzitter van de ondernemersvereniging Grote Marktstraat en storemanager van Bijenkorf Den Haag. “Zowel politieke als private partijen zijn doordrongen van het belang van een betere binnenstad,” vertelt hij. “En omdat we dezelfde dingen nastreven krijgt onze samenwerking meerwaarde. Een en een is drie.”

AMBITIEUS PLAN

In het Binnenstadsplan 2010-2020, een vervolg op het Binnenstadsplan 2000-2010, wordt hoog ingezet. Er moeten meer woningen komen (met oplossingen als wonen boven winkels en het benutten van leegstaande kantoren), cultuur moet een belangrijker stempel drukken op de binnenstad, winkels en horeca worden vernieuwender en de diversiteit van de binnenstad wordt benadrukt door de kwaliteiten van de zeven verschillende sfeergebieden in de binnenstad beter te ontwikkelen. Het plan wordt zeer breed gedragen. In de stichting Binnenstad Den Haag, die samen met de gemeentelijke top als stichting Marketing Den Haag de opdracht geeft voor het opstellen van het ambitieuze plan, zijn alle geledingen uit de samenleving vertegenwoordigd: detailhandel, horeca, cultuur, bewoners, Kamer van Koophandel en vastgoed, in de vorm van de Vereniging van Eigenaren van de binnenstad Den Haag. “In de VVE zitten zo’n veertig vastgoedgerelateerde partijen,” vertelt Kimmel, algemeen directeur van Frisia Makelaars in Den Haag. “Van een winkelier met een pand in de Paleispromenade tot de Rijksgebouwendienst en woningbouwverenigingen. Die achterban vraagt om een duurzame waardeontwikkeling van het vastgoed. Daarvoor is het belangrijk dat er de aantrekkelijkheid van de binnenstad zo groot mogelijk is, op het gebied van cultuur, winkels, wonen en horeca. De binnenstad moet de huiskamer zijn van deze regio én ver daarbuiten.”

WONEN

De rol van vastgoedpartijen in het plan is meer dan belangrijk. “Misschien nog wel groter dan die van de politiek,” stelt Kimmel. “Natuurlijk is de gemeente mede bepalend voor de plannen die we maken, maar de investeringen komen van vastgoedpartijen. Kijk maar naar wat er de afgelopen twintig jaar tot stand is gebracht: het project rond de oude Zwarte Madonna, de Resident, de Grote Marktstraat, de Passage. Er is enorm geïnvesteerd. Maar investeren gebeurt alleen als de verwachtingen goed zijn, als we denken dat het beter zal gaan met de stad. Dan is er ambitie om duurzaam te investeren.”

Daarbij gaat het zeer zeker niet alleen om kantoren



en winkels. “We gaan meer inzetten op het wonen. Verlevendiging van de binnenstad komt door meer bezoekers van horeca, cultuur en detailhandel, maar ook door een groter aantal bewoners. En dan niet alleen in het dure segment, maar ook kamerbewoners en mensen die voor 800 of 900 euro een appartement huren.” Een van de manieren om meer woningen te creëren, is het omzetten van kantoren naar woningen. “Maar dat is een hell of a job,” aldus Kimmel. “De ambitie is er en is ook logisch. Maar je kunt de waarde van een kantoor dat vijftien jaar is gebruikt en nu leeg staat, niet zomaar laten verdampen. Daar moet dan wel maatschappelijk kapitaal bij.”

CULTUURTHEATER

“Met dit plan willen we het succes van het vorige plan prolongeren,” aldus Van den Elshout. “Dat is wel een uitdaging, met de crisis. Belangrijk is dat de crisis geen invloed heeft op de uiteindelijke doelstellingen in het plan. Aan de andere kant zie je wel dat er langs alle kanten pas op de plaats wordt gemaakt met investeringen. Dat betekent dat er wel concessies gedaan moeten worden als het gaat om de snelheid waarmee plannen worden uitgevoerd. We moeten nu kijken welke onderdelen vanwege hun karakter wellicht op de lange baan

ER IS EEN ENORM TEKORT AAN PARKEERFACILITEITEN AAN DE NOORDWESTKANT VAN DE BINNENSTAD



Vereniging van Eigenaren

van *den haag*

Binnenstad Den Haag

onderdeel Stichting Binnenstad

geschoven kunnen worden, en op welke gebieden we absoluut geen vertraging kunnen oplopen. In het kader van Den Haag Cultuurstad 2018 wordt bijvoorbeeld gesproken over de komst van een cultuurtheater. Zo'n discussie heeft een andere dimensie in een periode waarin gigantisch bezuinigd moet worden dan in tijden waarin alles kan.”

Wat Van den Elshout betreft moet in elk geval niet worden bezuinigd op marketing. “Je ziet overal dat er op dat aspect wordt bespaard. Maar juist in een periode als deze moet je daar als gemeente niet op bezuinigen. Juist nu is het nodig meer bezoekers aan de stad te binden.”

De druk op de cultuursector noemt hij in dat verband ‘een grote zorg’. “Cultuur is wat Nederland en Den Haag bijzonder maakt, en dat wordt nu zo gemakkelijk tekort gedaan.”

ENTREE

Van den Elshout ziet de toekomst met vertrouwen tegemoet. “De kracht van de ontwikkelingen in Den Haag zit ‘m in de manier waarop het binnenstadsmanagement is georganiseerd. Dat is echt voor veel steden een voorbeeld van hoe je partijen bij elkaar brengt qua besluitvorming. De grote uitdaging waar we voor staan is dat verschillende partijen onder invloed van de druk op begrotingen en budgetten de neiging krijgen meer vanuit hun eigen scope te opereren, zodat ze minder de volle breedte zien.”

Ook Kimmel is vol vertrouwen. “Voor iedereen is het duidelijk dat een vitale binnenstad van primair belang is voor een vitaal Den Haag en Haaglanden. Je ziet ook dat projecten ondanks de crisis gewoon doorgaan en worden afgemaakt. De gemeente kijkt nog steeds naar het Cultuurplein. De herinrichting van de Grote Markstraat gaat gewoon door. Er wordt geïnvesteerd in het Mauritshuis en zo zijn er nog meer dingen op te noemen. Natuurlijk is het wel iets moeilijker om de financiering rond te krijgen. En het tempo zal iets zakken. Maar ook nu zijn er nieuwe, succesvolle vestigers in de binnenstad. En vandaag over vijf jaar heeft niemand het meer over de crisis.

Wat er nog wel heel erg mist is een duidelijke entree naar de binnenstad, waardoor je echt naar binnen wordt gezogen. En er is een enorm tekort aan parkeerfaciliteiten aan de noordwestkant van de binnenstad. Daarvoor hebben we, samen met de Kamer van Koophandel, cultuurpartijen en de Buurtschap 2005 een plan gelanceerd en aangeboden aan de gemeente.”

HOGE AMBITIES

Het Binnenstadsplan 2010-2020 heeft hoge ambities. Het zet in op zes gebieden: identiteitsversterking, internationalisering, cultuur, winkelen, ‘huiskamer’functie voor stad en regio en de stad als ‘must see’-bestemming. In het plan staan ook concrete doelen omschreven:

- groei van de huidige 17,500 bewoners van de binnenstad naar 20.000 in 2020;
- bezoekersgroei met 15 procent naar circa 37,5 miljoen bezoekers in 2020;
- toename van de verblijfsduur van bezoekers van buiten Den Haag met tien procent;
- toename van de bestedingen per bezoeker met tien procent;
- toename van het aantal overnachtingen met tien procent;
- toename van de waardering van de Haagse bevolking voor de binnenstad van de huidige 7,2 naar een 7,5 in 2020;
- toename van de bekendheid van de Haagse binnenstad, op lokaal, regionaal en landelijk niveau.

Er is veel aandacht voor de identiteit van Den Haag, voor dat wat de stad onderscheidt van andere steden in Nederland. Die identiteit bestaat uit zes karakteristieken:

- koninklijk en alledaags;
- bestuurlijk en politiek;
- statig en chique;
- historisch en modern;
- internationaal en multicultureel;
- muziek en dans.