

# HAMERSHOF IN ACTIE

Het toekomstbestendige  
winkelcentrum van Leusden

19 JUNI 2019

**platform**

**de nieuwe winkelstraat**



# Inhoud

1. Context & aanleiding
2. Onze aanpak in Leusden
3. Tops & Tips
4. Speerpunten
5. Intentieverklaring & Helden van Hamershof
6. Nazorg



# 1. Context & aanleiding

Winkelcentrum Hamershof in Leusden ondergaat een metamorfose. De renovatie van de openbare ruimte en panden moet het verouderde winkelcentrum in een modern winkelcentrum transformeren. De werkzaamheden zijn in 2018 gestart en worden in 2020 afgerond. De ondernemers, vastgoedeigenaren en de gemeente Leusden willen naast deze aanpak van de hardware van het centrum, ook investeren in de software van Hamershof. Daarom hebben zij Platform De Nieuwe Winkelstraat (DNWS) gevraagd om te helpen bij het formuleren van prioriteiten en actiepunten om Hamershof toekomstbestendig te maken.







## 3. Tops & Tips

Wat gaat goed in winkelcentrum Hamershof en wat kan beter? Naar aanleiding van de schouw die we in het winkelcentrum hebben gelopen, de uitvoerige deskresearch en de gezamenlijke werksessie hebben we een opsomming gemaakt van zaken die goed gaan, De Tops. Onder Tips een opsomming van zaken die beter kunnen. Het meetmoment is april-mei 2019.





# 10 Tops

## Wat gaat goed?

- 1 Recentelijke kwalitatieve renovatie van het winkelcentrum
- 2 Diversiteit winkel- en horeca-aanbod
- 3 Aanwezigheid van cultuur en entertainment
- 4 Aanwezigheid van aanvullende functies in het centrum: Stadhuis (Huis van Leusden), buurthuis, sportcentrum, bibliotheek
- 5 Voldoende en gratis parkeergelegenheid
- 6 Bereikbaarheid
- 7 Aanwezigheid water
- 8 Goede verstandhouding tussen de ondernemers, vastgoedeigenaren en de gemeente
- 9 Financiële bijdrage ondernemers aan collectieve activiteiten
- 10 Koopkrachtige inwoners



# 10 Tips

## Wat moet beter?

- 1 Vindbaarheid en zichtbaarheid van het winkelcentrum moet beter
- 2 't Plein herinrichten, autovrij maken, met groen, water en licht
- 3 Verpaupering van De Passage tegengaan
- 4 De leegstand terugdringen
- 5 Aanzicht lege panden (tijdelijk) verfraaien
- 6 Betrokkenheid en samenwerking tussen de ondernemers versterken
- 7 Betrek alle vastgoedeigenaren bij collectieve investeringen
- 8 Bepaal de branding en positionering van Hamershof
- 9 Verbeter de digitale aanwezigheid en vindbaarheid van Hamershof
- 10 Betrek de bewoners bij branchering en overige relevante activiteiten van de ondernemersvereniging



# 4. Drie Speerpunten

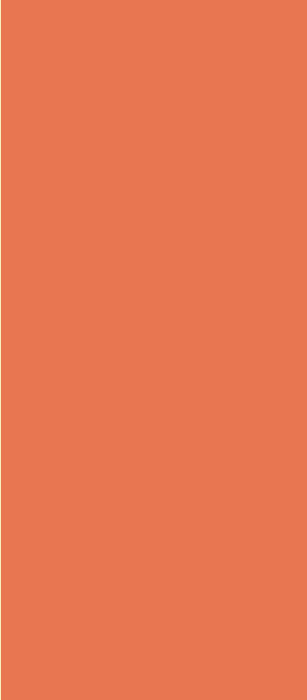
In hoofdstuk 3 zijn de Tips & Tops van Hamershof aan de orde gekomen. Op basis van onze analyse van het winkelcentrum en de input van de stakeholders formuleren we in dit hoofdstuk drie speerpunten die essentieel zijn en de basis vormen voor alle andere verbeterpunten die onder de tips zijn opgesomd. Deze drie punten moeten als eerste worden opgepakt. Als deze punten zijn gerealiseerd dan kunnen vervolgacties worden ingezet.

**I. Onderscheidende branding en positionering**

**II. Aantrekkelijke uitstraling en betere zichtbaarheid**

**III. Verbeteren betrokkenheid en samenwerking**

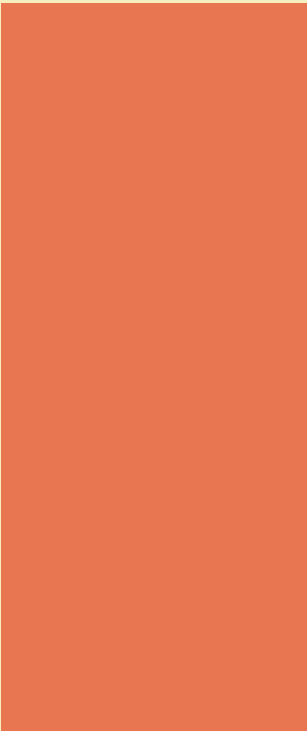




De potentie van Hamershof als het winkelcentrum van Leusden wordt onvoldoende benut. Een van de redenen hiervoor is dat Hamershof niet over een onderscheidende positionering en (op uitvoering gericht) marketingplan beschikt.

# Speerpunt I

## ONDERSCHIEDENDE BRANDING EN POSITIONERING



Het Engelse werkwoord to brand betekent letterlijk brandmerken. Het schroeien van een merkteken in de huid van het vee was vroeger een gebruikelijke methode om duidelijk te maken wie de eigenaar was.

Een authentieke, onderscheidende en collectieve brand vergroot en versterkt de aantrekkingskracht en de herkenbaarheid van het winkelcentrum.

Een goede brand helpt nieuwe klanten aan te trekken, bestaande klantrelaties te versterken en klantloyaliteit te vergroten. Maar hoe doet je dat, het eigen winkelcentrum als een sterk merk positioneren?

Allereerst kun je branden niet alleen. Branding is per definitie iets dat een gebied collectief moet oppakken. Liefst samen met zoveel mogelijk partijen voor wie een vitaal economisch klimaat ter plaatse belangrijk is. Detaillisten bijvoorbeeld, horecaondernemers, zakelijke dienstverleners, pandeigenaren, corporaties, culturele en maatschappelijke instellingen, bewonersorganisaties en de gemeente.

# De belangrijkste acties speerpunt I op een rij

## Juni-juli 2019

1. Stel een brede tijdelijke werkgroep Branding en Positionering Hamershof in. Dit onder leiding van een onafhankelijk expert.

## Juni – oktober 2019

2. Stel vast wat Hamershof onderscheidend maakt, wat de concurrentiepositie van Hamershof is en wie de huidige en potentiële klanten zijn. Bepaal de positionering van Hamershof, passend bij citymarketing van Leusden.

## Juni – oktober 2019

3. Stel een driejarig marketing- en communicatieplan op voor het activeren en laden van het nieuwe en onderscheidende merk Hamershof (inclusief een creatief concept, online en offline marketingcampagnes, het ontwerpen van een onderscheidend en breed inzetbaar grafisch ontwerp dat voor herkenbaarheid gaat zorgen).

## Oktober 2019 – oktober 2022

4. Stel voor drie jaar een werkgroep Marketing en Promotie Hamershof in, die zich gaat bezighouden met het activeren en laden van het nieuwe merk en de merkbloftes van Hamershof. Houd er rekening mee dat voor de marketingactiviteiten externe inhoudelijke expertise en financiële middelen nodig zijn.

## Jaarlijks

5. Evalueer op regelmatige basis de effectiviteit van de middelen en investeringen bij bezoekers en ondernemers van het winkelcentrum.



# Speerpunt II

AANTREKKELIJKE UITSTRALING  
EN BETERE ZICHTBAARHEID

Winkelcentrum Hamershof is slecht vindbaar (voor mensen die het centrum niet kennen). Het winkelcentrum staat met de rug naar buiten gekeerd en is daardoor onzichtbaar. Tevens zorgen de lege panden en dichtgeplakte gevels aan de buitenzijde voor een onaantrekkelijke uitstraling. Dit tweede speerpunt heeft te maken met het verbeteren van de vindbaarheid en de uitstraling van het winkelcentrum en de (lege) panden.



# De belangrijkste acties speerpunt II op een rij

**Juni 2019 – maart 2020**

1. Creëer een aantrekkelijke ingang en verbeter de vindbaarheid van het winkelcentrum door de herinrichting van de openbare ruimte van 't Plein. Auto's dienen plaats te maken voor een aantrekkelijke toegangspoort, groen, water en sporttoestellen of zitplaatsen.

**Juni – december 2019**

2. Markeer de toegang van het winkelcentrum door het plaatsen van een uitnodigende (digitale) toegangspoort aan de zijde van het parkeerterrein van de Albert Heijn.

**Juni – december 2019**

3. Zorg voor een open uitstraling van de dichte gevels. Stel de gevels open of beplak de gevels met een bij het nieuwe merk van Hamershof passende kwalitatieve en informatieve bestickering.

**Juni 2019 – juni 2020**

4. Onderzoek of sommige ondernemers uit de randen van het centrum zich kunnen vestigen in het winkelcentrum. De panden die achterblijven kunnen een andere functie krijgen, bijvoorbeeld wonen. Hiermee worden de grenzen van het centrum beter gemarkeerd. Dit zorgt voor een betere zichtbaarheid en vindbaarheid van Hamershof. Tevens kunnen de lege panden in het centrum op deze manier worden gevuld.

**Juni – december 2019**

5. Ontwikkel een eigentijdse, bij het nieuwe merk van Hamershof passende, bewegwijzering naar het centrum. Een bijkomende en belangrijke functie van deze creatieve bewegwijzering is het vergroten van de zichtbaarheid van de entrees van het winkelcentrum.



# Speerpunt

## VERBETEREN BETROKKEHEID EN SAMENWERKING

Het laatste speerpunt is wellicht de belangrijkste: vergroten betrokkenheid en samenwerking. Onder een groep vastgoed-eigenaren is bereidheid om te investeren in het centrum. Echter ontbreken structurele afspraken en budget. De ondernemers zijn aangesloten bij de ondernemersvereniging, maar betrokkenheid bij de activiteiten is laag. De samenwerking tussen de ondernemers, eigenaren en de gemeente is goed te noemen. Een gezamenlijke strategie en concrete onderlinge afspraken om het winkelcentrum toekomstbestendig te maken kunnen deze samenwerking nog effectiever maken.

# De belangrijkste acties speerpunt III op een rij

Juni 2019 – juni 2022

1. Formeer een Stuurgroep Hamershof in Actie, met vertegenwoordigers van de vastgoedeigenaren, ondernemers (horeca en detailhandel), culturele instellingen en de gemeente (wethouder en beleidsmedewerker EZ). De Stuurgroep Hamershof In Actie ziet op strategisch niveau toe op de realisatie van de drie genoemde speerpunten en overige activiteiten die van belang zijn voor de toekomstbestendigheid van het winkelcentrum.

Juni 2019 – juni 2022

2. Formeer per speerpunt een aparte werkgroep die op operationeel niveau aan de slag gaat met de uitvoering van de acties. Koppel aan elke werkgroep een lid van de Stuurgroep die als liaison geldt tussen de Stuurgroep en de werkgroepen.

**Regelmatig**

3. Betrek de bewoners op regelmatige basis via een klankbordgroep bij de activiteiten van de stuurgroep.

**Jaarlijkse evaluatie**

4. Evalueer jaarlijks of de prioriteiten van de stuurgroep zijn gehaald c.q. stel deze bij en leg dit voor aan de achterban. Bepaal na 3 jaar - op basis van een evaluatie - of en op welke manier de stuurgroep kan worden gecontinueerd.

Juni - december 2019

5. Vergroot het draagvlak op lange termijn voor collectieve investeringen en zorg dat alle vastgoedeigenaren en alle ondernemers via een gecombineerde bedrijveninvesteringszone (eigenaren en ondernemers samen in een BIZ) nauwer met elkaar samenwerken. Houd eerst een informele draagvlakmeting, en richt bij voldoende animo een BIZ op in de loop van 2020.

**Continu**

6. Vergroot de betrokkenheid van de ondernemers door consequente en frequente communicatie en door ondernemers actief te betrekken bij de activiteiten in het winkelcentrum. Zie ook de intentieverklaring in het volgende hoofdstuk en de rol van de "Helden van Hamershof".



## 6. Intentieverklaring en Helden van Hamershof

We hebben er alle vertrouwen in dat ondernemers, vastgoedeigenaren en de gemeente zich in de komende jaren committeren aan de realisatie van de drie genoemde speerpunten. Met de ondertekening van dit Hamershof in Actie document spreken de ondertekenaars hun intentie uit om samen zo snel mogelijk in actie te komen.

**Naam .....**  
**Vertegenwoordiging vastgoed**  
**Handtekening**

**Naam .....**  
**Vertegenwoordiging gemeente**  
**Handtekening**

**Naam .....**  
**Vertegenwoordiging ondernemers**  
**Handtekening**

# Helden van Hamershof

De actieve rol van individuele ondernemers en andere stakeholders bij de realisatie van de drie speerpunten is onmisbaar. Daarom wordt een inschrijflijst aan alle ondernemers en andere betrokkenen voorgelegd om zich op te geven als “Held van Hamershof”. Helden van Hamershof zijn mannen en vrouwen die door een actieve bijdrage de verbeteringen in Hamershof mogelijk maken. De inschrijflijst hoort als bijlage bij dit document.

## Inschrijflijst Helden van Hamershof

Ja, ik help graag mee met:

Speerpunten/werkgroepen	Naam	Organisatie/bedrijf	e-mail
I Onderscheidende branding en positionering			
II Aantrekkelijke uitstraling en betere zichtbaarheid			
III Meer betrokkenheid en samenwerking			



# de nieuwe winkelstraat



## DIT DOEN WIJ

Platform De Nieuwe Winkelstraat is een onafhankelijk kennis- en netwerkcentrum gericht op de toekomst van winkelgebieden in Nederland.

## VOOR WIE

DNWS richt zich op alle stakeholders van een winkelgebied: ondernemers, winkeliersverenigingen, gemeenten, centrummanagers, vastgoed, horeca, kunst & cultuur.

## Agenda

- 18-06-2019  
Netwerkbijeenkomst 18 juni: 'Gluren bij de Buren' (op locatie in Beverwijk)
- 11-10-2019  
Netwerkbijeenkomst 11 oktober (op locatie)
- 04-11-2019  
Najaarsseminar: 5 Jaar BIZ in Nederland

# 6. Nazorg

START HET DNWS KOM-IN-

WINKELGEBIEDEN

Terugblik

Het winkelcentrum Hamershof is deelnemer van Platform De Nieuwe Winkelstraat (DNWS). Hiermee heeft Hamershof een vangnet voor hulpvragen en toegang tot het netwerk van DNWS. Zo wordt bij lastige keuzes rondom de realisatie van de drie speerpunten desgevraagd meegedacht over oplossingen. DNWS kan de stakeholders in Hamershof in contact brengen met experts, die een goede bijdrage kunnen leveren bij het uitwerken van de drie speerpunten. Ook kan DNWS hulp bieden door de inzet van een onafhankelijke regisseur (op tijdelijke inhuurbasis) die het inregelen en professionaliseren van de stuurgroep en het activeren van ondernemers op gang brengt. Verder behoort hulp bij het beoordelen van offertes, klankborden, delen van cases tot de mogelijkheden. De stakeholders in Hamershof hebben gratis of tegen een ledentariaf toegang tot DNWS-bijeenkomsten of tot bijeenkomsten van onze partners.

Veel nadere informatie is op de website van DNWS te vinden [www.dnws.nl](http://www.dnws.nl). Circa 10 keer per jaar verschijnt onze digitale nieuwsbrief, waarin veel praktijkcasussen aan de orde komen. Voor een abonnement zie <https://www.platformdenieuwewinkelstraat.nl/nieuwsbrief/>.

Hamershof in Actie is door Farzad Ghaus, expert van DNWS ([farzad@stadenco.nl](mailto:farzad@stadenco.nl)) geschreven. Uw DNWS accountmanager is Jorge Vliet ([j.vanvliet@dnws.nl](mailto:j.vanvliet@dnws.nl)).

Tot slot wensen we de stakeholders in Hamershof heel veel succes met het toekomstbestendig maken van hun winkelcentrum!

DNWS  
Zeist, juni 2019