

Hagestein, 7 augustus 2021.

Perspectief voor detailhandel, cultuur, natuur, recreatie en verenigingen in alle woonkernen van de gemeente Vijfheerenlanden.

Open brief aan : College van Burgemeester en Wethouders gemeente Vijfheerenlanden en leden van de gemeenteraad.

Voorkom dat winkelstraten verpauperen, de kracht van de cohesie in woonkernen wordt afgebroken en breng synergie tot stand tussen de 16 woonkernen. Laat nationaal en internationaal zien dat 16 woonkernen samen sterker zijn.

Als grootste gemeente van de provincie Utrecht, met nog geen 60.000 inwoners, verdeelt over 16 woonkernen, heeft de gemeente Vijfheerenlanden een grote uitdaging als het gaat om de economische leefbaarheid van winkelgebieden, culturele instellingen, stichtingen en verenigingen.

Een problematiek die al actueel was vóór de gemeentelijke herindeling en de opkomst van internet en online winkelen. Het is primair een gevolg van de geografische liggingen van woonkernen en de daaruit voortvloeiende beperkte verzorgingsgebieden. 60.000 inwoners verspreid over 16 woonkernen geeft een ander speelveld dan ruim 60.000 inwoners geconcentreerd op één locatie zoals de gemeente Nieuwegein. De opkomst van internet en online winkelen heeft de druk op de lokale economische leefbaarheid alleen maar doen toenemen.

Ondanks vele initiatieven van de gemeente zoals het verbeteren van het verblijfsklimaat, het bouwen van dorpshuizen, het subsidiëren van verenigingen en het stimuleren van bedrijven investeringszones (BIZ), het aanstellen van City-managers en het promoten van lokaal kopen, voldoet het resultaat niet altijd aan de doelstellingen. Kijk naar de structurele leegstand van winkelpanden in de gemeente.

Heeft politiek de handdoek al geworpen?

Het lijkt er op dat de politiek wat betreft de detailhandel de handdoek al heeft geworpen. Maar is dat gewenst en noodzakelijk? Wat betekent dit voor de cohesie van een woonkern op kort en langer termijn, de sponsoring van stichtingen, verenigingen en evenementen. En wat te denken van de milieubelasting als winkelen buiten de gemeente de norm gaat worden.

De wenselijkheid van mooie en economisch leefbare winkelgebieden binnen de gemeente Vijfheerenlanden zal op brede politieke en maatschappelijke steun kunnen rekenen. Een welvarende detailhandel is positief voor het sponsoren van verenigingen, stichtingen en evenementen. Kortom voor de maatschappelijke leefbaarheid van alle woonkernen.

Het toekomst perspectief van de lokale detailhandel.

Biedt de huidige markt nog ruimte en toekomstperspectief voor een bruisende lokale detailhandel? Is er synergie te bewerkstelligen tussen de toeristische aantrekkelijkheid van de gemeente en de lokale bestedingen? Is er een goede balans te vinden tussen de besteding van gemeenschapsgelden en het ondernemerschap? En kunnen de lokale detaillisten concurreren met de grootschalige winkelcentra en online aanbieders?

Op basis van de actuele situatie en de wijze waarop gemeenschapsgelden en ondernemersheffingen worden ingezet, is historisch en langdurig aangetoond, dat het niet aannemelijk is dat de economische leefbaarheid van de huidige winkelgebieden zal verbeteren. Dit verklaart de neiging van de politiek om de handdoek te werpen.

Digitalisering tegen leegstand en verpaupering.

Digitalisering vormt niet alleen een bedreiging, maar biedt ook toekomstperspectief. Consumenten willen op individueel niveau en op basis van het eigen interesse gebied, op het juiste moment, worden geïnformeerd over het **lokale** aanbod aan goederen, diensten, cultuur, natuur, recreatie en evenementen. Toezending van ongewenste en ongevraagde informatie moet worden voorkomen.

Kortom individuele moment marketing in optima-forma.

Zo'n unieke niveau van marketing in combinatie met een goede infrastructuur, aantrekkelijk verblijfsklimaat en goede services, biedt voldoende perspectief om met succes te concurreren met winkelcentra uit omliggende gemeenten en de online aanbieders.

Om dit marketingniveau en de synergie doelstellingen (detailhandel, cultuur, natuur, recreatie, stichtingen en verenigingen) te kunnen bereiken moet **één** digitaal platform worden geïntroduceerd de App "in**VHL**".

Op dit platform moet in woord, beeld en geluid de volgende content aangeboden:

- 1) Advertenties van deelnemende ondernemers die gevestigd zijn binnen een Bedrijven Investerings Zone (BIZ).
- 2) Informatie over Culturele instellingen.
- 3) Informatie over Stichtingen.
- 4) Informatie over Verenigingen.
- 5) Informatie over Evenementen / Natuur /Recreatie.
- 6) Algemene content voor toeristen.
- 7) Gemeente nieuws / calamiteiten.

Middels in de content geplaatste action-buttons kan de consument direct doorschakelen naar de website/webstore/reserveringssite van de aanbieder van de content.

De consument kan bij het downloaden van de App "in**VHL**" zelf een selectie maken van de favoriete detaillisten, culturele instellingen, stichtingen, verenigingen etc. Door deze selectie te maken is de consument verzekert dat 70-80% van de content - *die op individueel niveau wordt aangeboden* -binnen het interessegebied valt. Ook kan de consument aangeven op zon- en kerkelijke feestdagen geen content te willen ontvangen. De aantrekkelijkheid van de gemeente Vijheerenlanden pushen op de meest consument vriendelijke wijze.

Naast het leveren van content op het individuele interesse-niveau is het moment waarop de content wordt aangeboden van eminent belang. Op het communicatie platform van "in **VHL**" kan een time-slot worden toegevoegd, terwijl de transmissie van de content naar de mobiele informatiedrager eerder verzonden wordt, zodra er een internet connectie tot stand is gebracht. Voor het raadplegen van de content is geen internetverbinding nodig, de content staat namelijk al op de informatiedrager. Zeker van toegevoegde waarde in natuurgebieden waar het internet bereik ontoereikend is en de behoefte aan meerdere raadplegingen van de content.

Het beheer en exploitatie van "in**VHL**" kan ondergebracht in een stichting zonder winstoogmerk of commercieel worden geëxploiteerd.

De inkomsten van de Stichting worden gegenereerd op basis van de verkoop van advertentie ruimte op commerciële basis. Ten aanzien van de "kanalen" met content inzake een maatschappelijke functie (gemeente, stichtingen en verenigingen kunnen separate afspraken worden gemaakt).

Door bundeling van ondernemerschap, cultuur, natuur, recreatie, verenigingsleven en stichtingen vanuit **alle** 16 woonkernen in één App wordt een pallet aan producten en diensten geboden die uniek is versus steden in de directe omgeving. Bovendien gaan burgers en ondernemers daadwerkelijk voordeel ervaren van de gemeentelijke herindeling.

De toegevoegde waarde van deze propositie in enkele voorbeelden.

1 op 1 reclame.

App gebruikers kunnen hun favoriete bakker, slager etc. aangeven, waardoor deze detaillist gericht reclame kan sturen op het juiste tijdstip.

Verzending gemeentelijke nieuwjaarswens.

Deze kan gedurende de maand december aan alle App-gebruikers worden gezonden met een time slot 1-1-..... 00.00 uur. De videoboodschap wordt dus tijdens de jaarwisseling aangeboden, terwijl het telefoonnetwerk op dat moment niet wordt belast. De content was al voor 24-12-.... verzonden.

Industrie en natuur ontmoeten elkaar.

App-gebruikers die bij het downloaden hebben gemeld te willen worden geïnformeerd over nieuwe auto's krijgen deze content aangeboden. Hiervoor kan de dealer een reclamespot gebruiken. Is dit een nieuwe elektrische auto dan kan in de video een action button worden geplaatst van een lokale leverancier van oplaadpalen / zonnepanelen / subsidieregelingen.

Detaillist en vereniging steunen elkaar.

De bakker is sponsor de lokale voetbalvereniging. De taart van de week wordt op woensdag via de App aangeboden als vrijdag-aanbieding aan alle App-gebruikers van de voetbalvereniging. Via de action button kan direct besteld worden. De bakker heeft dan ook een uitstekende indicatie van het volume. Sponsoring kost dan niet alleen geld het kan ook concrete omzet brengen.

Cultuur ontmoet bedrijfsleven.

Via het cultuur kanaal promoot een museum een tentoonstelling. Via de action button kan via de website van het museum een kaartje worden gekocht en een digitale voordeelbon worden gedownload voor een kopje koffie met gebak in de lokale tea-room.

Toerisme.

Een toerist kan dus via één App toegang krijgen tot alle facetten van de gemeente, een hotel of restaurant reservering maken via de doorlink met de action button, kaartjes kopen voor een museum, een evenement of een fietsroute downloaden bij het VVV en informatie over detaillisten etc.

Integriteitsverklaring.

Het benodigde unieke communicatie-platform is ontwikkeld in een samenwerkingsverband tussen de afzender van dit document en een technologie start-up op het brainpark te Eindhoven. De basis technologie is dus al beschikbaar en het principe is getest. Na een succesvolle testperiode van bijna 1 jaar op basis van een detaillist gebonden App, gaat nu de grootschalige uitrol worden opgepakt.

Als geboren Vianees, inwoner van de woonkern Hagestein en het economisch noodzakelijke vertrek als detaillist van de Voorstraat in Vianen, ben ik zo vrij deze propositie zonder enige claim onder uw aandacht te brengen. Het staat de gemeente vrij deze informatie ook met derden en zelfs concurrerende aanbieders van communicatie-platformen te delen.

Uiteraard ben ik gaarne bereid een nader toelichting te geven op dit schrijven.

Gerard van Hoeven
Consupilot
Hagestein.
gerard@consupilot.com