

Eduard Plate

Een dorp kan succesvol zijn met haar centrum. De drie succesfactoren voor het **centrum van Klazienaveen**



Naast veel kommer en kwel berichten over dorpscentra verscheen in de Volkskrant een artikel over het succesvolle Klazienaveen. Hoe komt dat? Drie succesfactoren voor Klazienaveen, die ook gelden voor andere dorpscentra.

Klazienaveen is een dorp van ongeveer 12.000 inwoners in de gemeente Emmen. Het is een regionale trekker voor winkelend publiek. Hoe komt dat? Drie succesfactoren.

1. De inwoners uit het dorp en de omgeving kopen graag in Klazienaveen.

De binding die inwoners voelen met het dorp is een belangrijke basis. “De bevolking winkelt graag op het dorp”, zegt een ondernemer Harrie van der Velde. Zo’n binding zorgt er ook voor dat bewoners van buiten Klazienaveen naar het dorp komen. Die waardering geeft de ondernemers een flink steuntje in de rug. En is een impuls om te investeren in de lokale economie. Je ziet in Klazienaveen ondernemers verhuizen naar betere locaties. Bijvoorbeeld om zo zelf een pand te kunnen kopen.



“We ‘re local” als unieke waarde (foto Eduard Plate)

2. Het winkelaanbod is compleet, onderscheidend en laagdrempelig bereikbaar.

Het winkelaanbod is ten eerste compleet. Dat is te zien aan het supermarktaanbod met Aldi, Lidl, Jumbo, Plus en Boni, waaraan nog een Albert Heijn wordt toegevoegd. Maar door de binding van de bewoners met het dorp draait bijvoorbeeld ook de fashion goede omzetten. Dat trekt zelfstandige winkels aan, zodat er een veelzijdig fashion aanbod is. En daarmee wordt het centrum van Klazienaveen naast compleet ook onderscheidend. “De winkels hebben in elk segment iets te bieden. En de kwaliteit is goed”, geeft van der Velde aan. Het is een dorp, en dat betekent dat consumenten ook laagdrempelig winkelen verwachten. Bijvoorbeeld door gratis parkeren. “Als toetje voor de klanten”, zo zegt men, “Maar een onmisbaar toetje voor Klazienaveen”.

3. De samenwerking. De ondernemers werken plezierig samen.

De belangrijke kracht voor elk dorpscentrum is tenslotte de samenwerking tussen de ondernemers. Er is in Klazienaveen een WOZ gebaseerde reclamebelasting zodat er financiële slagkracht is. Met alleen een ondernemersfonds red je het niet als centrum, is onze ervaring. Er is ook plezierige samenwerking met heldere doelen nodig. Anders maak je geen doelpunten. Door de positieve houding van de inwoners in Klazienaveen, het effect dat dit heeft op bezoekers en het winkelaanbod dat daardoor tot stand kan komen ontstaat een succesvol dorpscentrum, een favoriete ontmoetingsplek met veel lokale winkels. De kern: compleet, onderscheidend en laagdrempelig winkelen. Zo kan een dorp winnen van online bestedingen en koopkracht afvloeiing naar grotere plaatsen in de omgeving.

Eduard Plate is adviseur centrum- en gebiedsontwikkeling bij CLOK