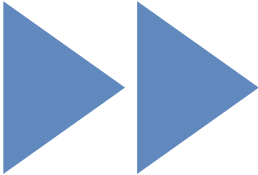




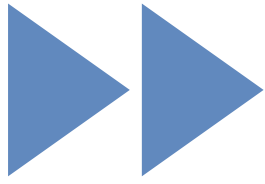
Toekomst van De Schattelijn als onderdeel van de Markt

Eindrapport 5 april 2018



Inhoudsopgave

1. Aanleiding en leeswijzer	3
2. Feiten, wensen en verlangens	5
3. Wat zeggen experts en betrokkenen	7
4. Het verhaal	10
5. Organisatie en rol gemeente	14
6. Uitvraag aan de markt	16
7. Opzet voor een investeringsbegroting en een exploitatiebegroting	17
Bijlage 1. Werkwijze De Markt in beeld	21
Bijlage 2. Toelichting merkstrategie Geertruidenberg	24
Bijlage 3. Uitvraag aan de markt	28



1. Aanleiding en leeswijzer

In de RiB van april 2017 is aangegeven welk proces het college heeft opgezet om invulling te geven aan de ontwikkeling van de Markt en de invulling van De Schattelij en het oude Raadhuis (het huidige WSG-kantoor). Kern van dit verhaal is het opstellen van een business case voor De Schattelij en de panden aan de Markt 32-38 die deze gebouwen en de ontwikkeling van het historisch centrum een culturele impuls geeft. Dat impliceert in onze ogen dat de business case niet alleen een weergave moet zijn van de gewenste ontwikkelrichting, maar ook een methodiek beschrijft die leidt tot de gewenste dynamiek en aangeeft hoe de gemeente dit met partners kan organiseren en of dat financieel haalbaar is. De gemeente Geertruidenberg wil met een businesscase voor het cultureel centrum De Schattelij en de panden aan de Markt 32-38 heldere en onderbouwde

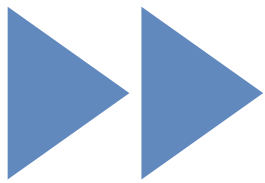
keuzes kunnen maken over de toekomst van dit historische deel van de stad.

Op dit moment is De Schattelij verouderd en kost de exploitatie elk jaar veel geld. De panden aan de Markt 32-38 zijn recent verworven en kunnen in relatie tot de Geertruidskerk en de Schattelij een toegevoegde waarde hebben in een totale ontwikkeling. De achterliggende vraag interpreteren wij als volgt:

Kan De Schattelij in samenhang met andere historische panden aan de Markt een betekenis blijven houden voor culturele activiteiten zonder dat het een grote jaarlijkse bijdrage vraagt? En kan deze ontwikkeling ook bijdragen aan de toeristisch recreatieve waarde van het historische centrum?

Om deze vraag te kunnen beantwoorden zetten we eerst de feiten op een rij die we hebben aangetroffen om daar vervolgens de visie van experts en betrokkenen uit de gemeente (bewoners en ondernemers) aan toe voegen. Aan deze resultaten voegen we onze eigen ervaringen en expertise toe en tot slot bieden we een financiële onderbouwing voor een voorkeurstraject.





2. Feiten, wensen en verlangens

Het centrum van Geertruidenberg heeft een grote cultuurhistorische waarde. De gemeente Geertruidenberg wil de historische Markt een impuls geven en verlevendigen, met als doel meer mensen te trekken en mensen iets te bieden. De Schattelijn maakt onderdeel uit van dit monumentale cluster aan de Markt. De invulling van cultureel centrum De Schattelijn is waardevol voor de gemeente. Sommige organisaties hebben er hun thuisbasis en er zijn regelmatig voorstellingen.

De Schattelijn

- Is een prachtig monumentaal gebouw aan de buitenkant.
- De gewelven onder het gebouw zijn nog in tact en bieden kansen.
- Binnen biedt het veel ruimte, maar het is rommelig en onhandig ingedeeld. Het heeft een gedateerde uitstraling.
- Naast film- en theateraanbod zijn er ook exposities. Er is een foyer voor de gebruikers van het gebouw.
- Er is weinig samenhang tussen diverse gebruikers zoals kinderopvang, tafeltennisvereniging, muziekschool en Ouder en Kind. De potentie van het gebouw wordt zo niet benut. Exploitatie en beheer zijn nu in handen van de gemeente.
- De kosten van exploitatie zijn veel hoger dan de opbrengsten.

Nu de gemeente naast De Schattelijn ook het eigendom heeft verworven van het oude Raadhuis (Markt 32-38) ontstaan er mogelijkheden om de ontwikkeling van deze gebouwen (samen met de nieuwe koers van de Geertruidskerk) in een nieuw (breder) perspectief te plaatsen.

Het Raadhuis

- Het oude Raadhuis is een monumentaal pand. Van buiten statig, binnen bevindt zich de oude raadzaal als trouwlocatie. De panden zijn van binnen doorgebroken en als kantoor-

ruimte ingericht.

- Het pand is aangekocht door de gemeente en nu nog in gebruik door de WSG. Het komt op korte termijn vrij. Het biedt veel ruimte. Maar als kantoor gebruiken lijkt niet de gewenste invulling op deze plek. Dat draagt niet bij aan de ambities met de Markt (en de huurders staan niet in de rij).

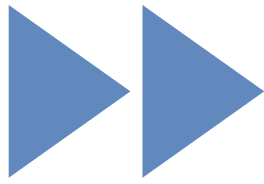
Geertruidskerk

- Er is door Kerkbestuur gekozen voor een nieuwe koers: naast twaalf kerkdiensten per jaar is het gebouw beschikbaar voor culturele activiteiten en als trouwlocatie. Daarvoor is een beheerstichting opgericht en een beheerder aangesteld.
- Er worden hier exposities gehouden en klassieke muziekvoorstellingen. Er kunnen ook diners of feesten gehouden worden. Het gebouw biedt veel potentie met een grote zaal, het koor, de winterkerk en de crypte.
- De stichting wil samenwerken met andere culturele instellingen de kerk meer openstellen voor publiek.

Museum de Roos

- Een derde gebouw dat in gemeentelijk bezit is Museum de Roos, waar ook de VVV is gehuisvest. Dit is recent aangekocht van WSG.
- Doel is het behoud van de museumfunctie in dit unieke gebouw

Om te komen tot een nieuwe koers voor De Schattelijn als onderdeel van de Markt moet er draagvlak zijn en moet er ruimte zijn voor ondernemerschap. De gemeente heeft een rol om ruimte te maken voor nieuwe initiatieven om de culturele driehoek De Schattelijn – Geertruidskerk- Raadhuis en de Roos te versterken.



3. Wat zeggen experts en betrokkenen

Via diverse gesprekken met experts en betrokkenen, het bestuderen van documenten¹ en twee werksessies hebben we de opgave en mogelijkheden verkend. Nadere toelichting op de werkwijze staat in bijlage 1. Hieronder geven we ons beeld van de situatie en de opgave.

De ligging van Geertuidenberg is uniek. Enerzijds bekend vanwege de ligging aan het water en directe verbinding met Nationaal Park de Biesbosch. Anderzijds vanwege de energiecentrales die nadrukkelijk zichtbaar zijn en in het verleden veel werknemers hadden. De Markt is echt een bijzondere plek, die te weinig wordt benut. Wat een mooi decor staat er klaar. Dit kan zowel voor bewoners als voor toeristen een plek zijn om te verblijven en te genieten van een breed scala aan activiteiten. Cultuur is daar zeker onderdeel van. Door gebouwen een meer open en publiek karakter te geven ontstaat een andere sfeer. De Schattelijn en het Raadhuis kunnen daar een belangrijke bijdrage aan leveren. Overnachten aan de Markt is in combinatie met restaurants en cultuurbeleving een krachtig thema.

Sommige gebruikers van De Schattelijn, zoals de tafeltennisvereniging en de peuterspeelzaal, kunnen op een andere plek worden gehuisvest. De toegevoegde waarde van deze functies voor de Schattelijn of de Markt is zeer gering. En de vrije ruimte kan dan benut worden voor nieuwe initiatieven. Kansrijk zijn: een grand café (op de plek waar de bibliotheek zat), een innovatieve werkplek voor startende bedrijven en voor bijeenkomsten van bedrijven (die elders in de gemeente zijn gehuisvest). In combinatie met kunst en cultuur kan De Schattelijn dan een cultuur- en innovatiecentrum worden.

¹ Toekomstvisie Geertuidenberg (Gkracht 2025) en de visies Economische Zaken en Recreatie & Toerisme.

Een hotelfunctie en/of een B & B aan de Markt lijkt kansrijk, zeker in combinatie met huwelijken en bijzondere activiteiten in de Geertruidskerk. Door grote evenementen/voorstellingen in de kerk te programmeren ontstaat er een heel andere sfeer op en rond de Markt.

Betrokken omwonenden en ondernemers zijn positief over nieuwe ontwikkelingen, maar er zijn op dit moment weinig partijen die direct als actieve ondernemer naar voren stappen of die de eerder door de experts geopperde ideeën kunnen aanscherpen. Twee ondernemers hebben zich gemeld als geïnteresseerden. De één voor een hotel aan de Markt en de ander voor een grand café in De Schattelijn.

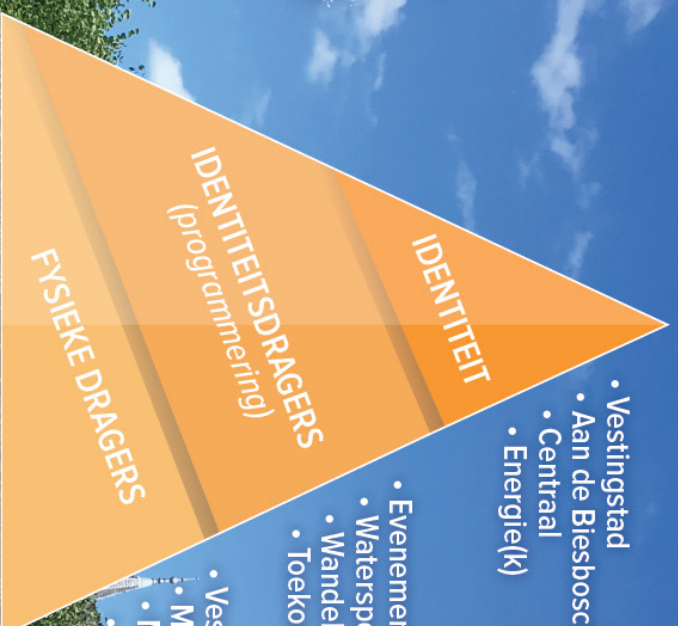
Wij vermoeden echter dat veel meer ondernemers een rol kunnen spelen in de ontwikkeling van de gebouwen aan de Markt. Deze zijn alleen nog niet op de hoogte van de kansen.

Een van de bronnen voor het verhaal van de Markt is het verkennen van een Merkstrategie voor Geertruidenberg. Het resultaat hiervan staat in onderstaande figuur. De ligging aan het water, het aangename wonen, het toeristisch aanbod en de aanwezige bedrijven bieden als merkessentie: Geertruidenberg geeft energie. Deze essentie, gedragen door de waarden, bieden een basis om het verhaal van Geertruidenberg en de ambitie van De Markt met doelgroepen uit te werken. In bijlage 3 staat een uitgebreide toelichting hierop.

MERKESENTIE

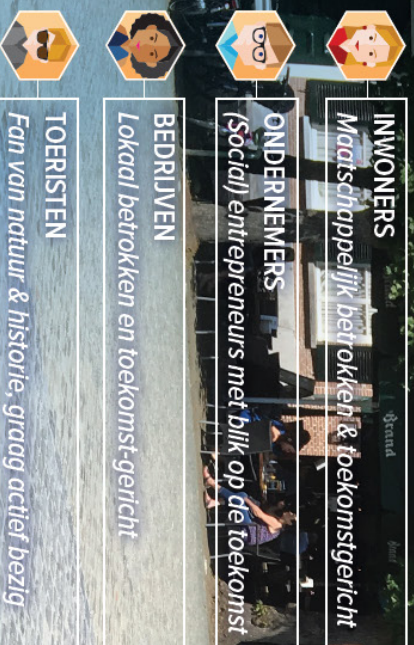
MERKWAARDEN

GEERTRUIDENBERG GEEFT ENERGIE



HEI VERHAAL VAN GEERTRUIDENBERG ALS BASIS VOOR EEN GEREVITALISEERDE MARKT

DOELGROEPEN

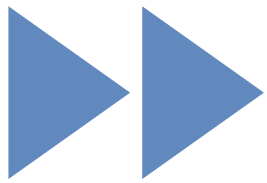


STIP OP DE HORIZON

Over 10 jaar, in 2027, is Geerttruidenberg een stad waar 'energie' beleefbaar is geworden. Je ziet, hoort en ervaart het overal. Geerttruidenberg is voor jong en oud een aantrekkelijke plek om te wonen en te werken. Daarbij is de stad het meest logische startpunt voor het ontdekken van de Biesbosch. In Geerttruidenberg is ruimte voor ondernemen en burgers en lokale

bedrijven pakken die handschoen op, onder meer via een vol programma aan activiteiten. Episch middelpunt van deze energie is de Markt, onder meer door de invulling van de Schattelijn en het oude Raadhuis.

Geerttruidenberg is nationaal een voorbeeld van hoe een historische stad uiterst vooruitstrevend kan zijn.



4. Het verhaal

In 1213 kreeg Geertruidenberg (Hollands oudste stad) stadsrechten binnen het graafschap Holland. “Vestingstad aan Nationaal Park de Biesbosch” is een zeer herkenbaar en sterk motto voor de stad. De Markt en de gebouwen daaromheen hebben een grote historische waarde en zijn bijzonder.

Deze setting vormt een “decor”. Dat kan tot leven komen met een permanente “voorstelling”. Een voorstelling op en rond de Markt die een hotspot vormt voor bewoners, werknemers en toeristen/passanten/recreanten.

Daarnaast hebben we gezien dat cultuur als thema heel goed past op deze plek. De relatie met de Geertruidskerk, de theaterfunctie en de gedachte van het “decor” kunnen allemaal bijdragen aan de toekomst van deze plek.

Gezien de voorliggende opdracht focussen we op de Markt als decor en de gebouwen die de gemeente in bezit heeft. We kijken naar wat partijen hier gezamenlijk kunnen neerzetten en organiseren om meer mensen te trekken. Het lijkt nuttig en wezenlijk om mensen vanuit een grote regio (vaker) naar Geertruidenberg te trekken.

Kern van het beeld van de Markt is:

Voortbouwen op “Vestingstad aan Nationaal Park de Biesbosch”. De Markt heeft authenticiteit en biedt een kansrijke basis. Hier kunnen een hotel, een bierbrouwerij en grand café iets toevoegen om te zorgen dat de Markt een culturele en innovatieve hotspot wordt.

Onderdelen van de voorstelling aan de Markt zijn

- Theater/muziek/expositie/voorstelling/festival: in het theater van De Schattelijn, Geertruidskerk, in de trouwzaal, Fort St Gertrudis, in een theatertent op de Markt.
- Eten en drinken op de Markt: versterken van het huidige aanbod met een bierbrouwerij, koffiebranderij, jeneverstokerij, trouwerij en proeverij.
- Innovatiehuis met grand café, expositie en experience. Ruimte voor nieuwe ondernemers en kunstenaars.
- Ruimte maken voor nieuwe “plinten” aan de Markt.
- Slapen aan de Markt.

Ons beeld van de opgave

De setting van de Markt van Geertruidenberg vormt een prachtig decor. Authenticiteit is een sleutelwoord. Er liggen kansen om de Markt en de aanliggende gebouwen nog meer te benutten om het aantrekkelijker te maken voor bewoners en bezoekers. Daarvoor is een proces nodig dat voortbouwt op de aanwezige kwaliteiten en ondernemers uitnodigt en verleidt om hier in te stappen. Initiatieven komen niet vanzelf op gang, en de gemeente kan daarbij als eigenaar een belangrijke rol vervullen.

Wij denken dat het pand van het Raadhuis (de Markt 32-38) goed kan worden omgevormd tot hotel. De raadszaal kan daarin als trouwzaal een waardevolle rol spelen. Huwelijken of kleinschalige recepties kunnen op deze wijze goed worden geacommodeerd. We zien nadrukkelijk de relatie met een grand café in De Schattelijn en de Geertruidskerk als decor voor een kerkelijk huwelijk.



De waarde van de panden Markt 32-38 als hotel zal niet onder de prijs liggen die de gemeente heeft betaald bij de verwerving. Verkoop van deze panden als toekomstige hotelaccommodatie met een aantal voorwaarden ligt in onze ogen voor de hand.

De Schattelijn kan in onze ogen ook worden verkocht aan een cultureel ondernemer. Die kan De Schattelijn tot cultuur- en innovatiehuis ontwikkelen met de volgende voorzieningen:

- Overdags grand café, 's-avonds restaurant/ (pop)podium.
- Werkplek voor ondernemers/zzp-ers/kunstenaars.
- Tentoonstellingen, kunst in de verkoop/galerie.
- Organiseren van bijeenkomsten.
- Eventueel ruimte voor woningen aan de achterzijde en op derde verdieping.

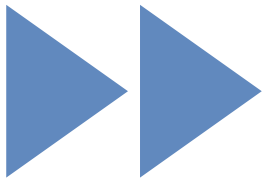
Hier stellen we voor een ondernemer te zoeken die past in een organische transformatie van een publieke context naar een private exploitatie, maar met een aantrekkelijke culturele basis. De ondernemer zal in zijn voorstel aangeven in welke mate de genoemde voorzieningen passen en haalbaar zijn (o.a. afweging theater in relatie tot alternatieve locaties in de regio).

De fundamentele keuze is om zowel de Schattelijn als het Raadhuis te verkopen. De ervaring leert dat een ondernemer eigendom van het gebouw nodig heeft om te kunnen en te willen investeren. Een huurder of pachter heeft een hele andere insteek en ook minder speelruimte dan een nieuwe eigenaar. Een huurovereenkomst te weinig ruimte voor de ondernemer om een financiering aan te vragen en om lange termijn investeringen af te schrijven. Door op zoek te gaan naar echte ondernemers die bereid zijn om in deze plek te investeren ontstaat een geheel nieuwe dynamiek. Toch heeft de gemeente nog wel een aantal doelstellingen met de markt en deze gebouwen. Het spanningsveld tussen deze doelstellingen en het verkopen van de gebouwen is echter wel oplosbaar. Door een gebouw, onder gerichte en dwingende voorwaarden te verkopen ontstaat er een situatie waarin ondernemerschap en gemeentelijk beleid kunnen worden gecombineerd.

De schijnbare tegenstelling, tussen publieke wensen en private exploitatie, kan worden overbrugd door het optuigen van een slimme tender waarin de wensen van de gemeente op het gebied van de ontwikkeling van dit gebouw zwaarder wegen dan de prijs (zie bijlage 2).

Om een verkoop mogelijk te maken moet de gemeente voorbereidend werk doen op planologisch vlak en in relatie tot de huidige huurders/gebruikers en het personeel. De ondernemers moeten het gevoel hebben dat zij echt aan de slag kunnen met de nieuwe invulling van het gebouw.

De monumentale status, de relatie met de Geertruidskerk en de Lambertuskerk en de culturele context moeten door de kandidaat-koper worden gerespecteerd en verder worden ingevuld. De partij die dat het beste doet kan de gebouwen kopen. Daarmee zijn bovenstaande kwalitatieve aspecten de belangrijkste gunningscriteria.



5. Organisatie en rol gemeente

Ontwikkelruimte bieden vraagt veel “ruimte” van de gemeente. Waarschijnlijk meer in “mee-denken” en “mogelijk maken” dan in financiële zin. De gemeente doet een stap terug, maar geeft daarmee de Markt een stimulans. De gemeente stimuleert en faciliteert het proces van verandering. Er is geen eindbeeld, wel een richting.

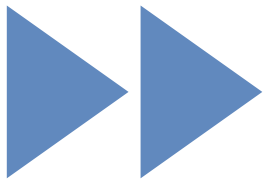
Praktisch gezien kan de gemeente in de gebouwen alvast een begin maken met het daadwerkelijk optuigen van de randvoorwaarden voor de ontwikkeling. Er moet gesproken worden met de huidige huurders en over de mogelijkheden in de voormalige bibliotheek.

De gemeente kan de ontwikkeling stimuleren door alvast een broedplaatsmanager/kwartiermaker aan te stellen/in te huren. Hij/zij organiseert het proces met oog voor de markt (ondernemers en bezoekers).

De gemeente zet in de loop van 2018 de twee panden in de markt via een tender voor een verkoop onder voorwaarden. Marktpartijen krijgen een kader mee waaraan minimaal voldaan moet worden en verder krijgen zij de ruimte om plannen in te dienen die passen binnen de context van de Markt en de stad. De partijen die hier het beste aan voldoen mogen het pand kopen en vervolgens wordt het bestemmingsplan hierop aangepast. Uiteraard speelt de prijs wel een rol, maar die kan niet het belangrijkste gunningscriterium zijn.

Door aan kwalitatieve aspecten een zwaardere weging te geven dan aan de prijs bewerkstelligt de gemeente dat zij de juiste ondernemer op de juiste plek krijgt. De basis voor de inschrijving vormt deze notitie en de aanvullingen vanuit de gemeenteraad.





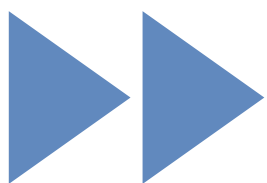
6. Uitvraag aan de markt

De gemeente kan voor dit doel twee aparte uitvragen voor een verkoop onder voorwaarden doen. Daarin wordt de markt breed gevraagd om te komen met een goed plan en een bod voor De Schattelij en afzonderlijk voor Markt 32-38. Door duidelijk aan te geven wat de gemeente belangrijk vindt en dit ook te vertalen in gunningscriteria kunnen kandidaat-kopers een kwalitatief goed plan opstellen en daarmee de toekomst van de het culturele element veilig stellen.

Door in een dergelijk proces ook een dialoogfase in te bouwen kan er verdieping worden gezocht met de beste kandidaten. Het bestemmingsplan wordt afgestemd op de winnende inschrijving om te borgen dat de koper ook daadwerkelijk doet wat hij belooft. In bijlage 3 treft u een voorbeeld aan van een dergelijke aanpak.

Wij bevelen aan ook een Raad van Inspiratie voor cultuur op de Markt in te stellen:

- Nieuwe eigenaren van De Schattelij en Markt 32-38 zijn verplicht lid
- Andere leden o.a.: gemeente, Beheerstichting Geertruidskerk, VOG
- Doel:
 - stimuleren en faciliteren van gewenste ontwikkeling.
 - zorgen voor verbinding van diverse stakeholders.
 - inzetten van financiële middelen.



7. Opzet voor een investeringsbegroting en een exploitatiebegroting

We hebben allereerst de huidige financiële situatie van De Schattelij en het Raadhuis op hoofdlijnen in beeld gebracht (gebaseerd op beschikbare informatie). Vervolgens is gekeken naar de financiële implicaties van verkoop van beide panden.

De Schattelij

- Jaarlijkse huuropbrengsten ca €5.000 (incl. bibliotheek)² en horeca/ theater ca €70.000. Daarnaast jaarlijkse lasten voor exploitatie (incl. personeelsinzet en overhead) en beheer/onderhoud en afschrijving van het gebouw en het theater van ca € 425.000. Totaal opbrengsten – kosten in 2016: een negatief saldo van € 325.000.
- Het gebouw heeft een lage boekwaarde van €100.000, lage huuropbrengsten en hoge onderhoudskosten.
- De marktwaarde van het gebouw wordt (als het leeg is) bepaald door de bestemming en de staat van onderhoud. Voor de gemeente betekent de huidige exploitatie een terugkerende kostenpost.
- Voor een ondernemer kan het gebouw een behoorlijke waarde hebben als hij er aan de slag mag met een breder speelveld. De oppervlakte van het gebouw is ca 1800 m². De waarde is sterk afhankelijk van de kwalitatieve exploitatie-eisen die de gemeente stelt en waartoe de ondernemers verleid worden. Zo levert: een grand café zonder verplichting tot cultuur, gecombineerd met wat werkplekken en woningen meer op per m² dan een kunstzinnig grand café, gecombineerd met een galerie en huisvesting voor kunstenaars.

² Vanaf juli 2017 zit de bibliotheek niet langer in de Schattelij.

Het Raadhuis

- Heeft in 2017 marktconforme huuropbrengsten voor de gemeente (via WSG) opgeleverd (die hoger zijn dan de jaarlijkse lasten). Er is in 2017, na onderhoud en afschrijving een positief saldo.
- Het aantal te gebruiken m² hangt af van de bestemming en condities en ligt tussen 1400 en 2000 m².
- De kosten voor de gemeente stijgen na afloop van de huur door WSG (voorzien in 2018) vanwege het verwachte groot onderhoud/renovatie en de verwachte leegstand bij de zoektocht naar een nieuwe huurder. Er is onzekerheid over de inkomsten op langere termijn.
- Het gebouw heeft een hoge boekwaarde. Er dient bij het bepalen van een verkoopprijs ook gekeken te worden naar de benodigde investeringen van de nieuwe exploitant/koper. Stel dat die er nog € 800 per m² in moet verbouwen, dan kan de huidige boekwaarde als verkoopprijs maar net gehaald worden.

Wanneer de beide panden in bezit blijven van de gemeente dan houdt de gemeente de zorg voor beide monumenten en verantwoordelijkheid voor de exploitatie. De Schattelijn blijft jaarlijks veel geld kosten als het op de huidige wijze georganiseerd blijft. De verwachting is dat het Raadhuis als kantoor maar in beperkte mate geld gaat opleveren gezien de aanpassingen die er voor nodig zijn en de huidige kantorenmarkt. Voor beide panden zal er naar verwachting de komende jaren naast regulier onderhoud ook geïnvesteerd moeten worden om toekomstig gebruik enigszins te kunnen faciliteren. In combinatie met de wens om de markt meer ruimte te geven bij het versterken van de culturele hotspot aan de Markt hebben we gekeken naar de financiële effecten van verkoop van beide panden (onder voorwaarden).

Verkoop en exploitatie van de panden

Het Raadhuis kan naar verwachting tegen de boekwaarde worden verkocht. Daarmee heeft de gemeente de recente investeringskosten terug en liggen de exploitatie- en beheerkosten voor het monumentale gebouw bij de nieuwe eigenaar.

De keuzes die in de opzet van de tender worden gemaakt en de interesse vanuit de markt bepalen in sterke mate hoe de financiële situatie eruit komt te zien. Ook kunnen wij ons voorstellen dat de gemeente in overleg met de ondernemers aan de Markt (en de Geertruidskerk) jaarlijks geld beschikbaar stelt voor activiteiten die bijdragen aan het versterken van de culturele hotspot. Dat kan via de geadviseerde Raad van Inspiratie. Op dit moment zijn de gemeentelijke kosten voor het exploiteren van de Schattelijk hoger dan de inkomsten. Ook bij een commerciële ondernemer in de Schattelijk zal er naar verwachting in de eerste jaren een financiële bijdrage van de gemeente nodig blijven. In de bijlage zijn we uitgegaan van een (teruglopende) bijdrage aan de exploitatie van De Schattelijk. Daarnaast zal de er ook vanuit de gemeente een bijdrage nodig zijn om het culturele en toeristische klimaat aan de Markt te versterken. Per saldo zal de bijdrage van de gemeente flink lager kunnen zijn dan de huidige €325.000 per jaar die De Schattelijk kost.



Tabel 1. Financiën De Schattelijk

Hieronder staat een financieel overzicht van de huidige situatie en een blik op de situatie bij verkoop van het pand in 2018 en de kosten en baten voor een nieuwe ondernemer.

	2016	2017	2018	verkoop	2019	2020	2021	2022
exploitatie Schattelijk								
inkomsten Schattelijk	105.000	100.000	95.000					
exploitatiekosten Schattelijk	425.000	425.000	425.000					
saldo	-320.000	-325.000	-330.000					
verkoopopbrengsten				400.000				
verkoopkosten en verplaatsingskosten				100.000				
afboeken boekwaarde				100.000				
saldo				200.000				
overzicht nieuwe exploitatie								
inkomsten ondernemer					335.000	375.000	415.000	460.000
exploitatiekosten ondernemer					450.000	460.000	470.000	472.000
gemeentelijke bijdrage exploitatie					100.000	100.000	70.000	30.000
saldo					-15.000	15.000	15.000	18.000
inkomsten onderbouwing								
horeca grand café					140.000	160.000	170.000	180.000
horeca verhuur en catering					110.000	120.000	140.000	160.000
zalen verhuur					40.000	45.000	50.000	55.000
kantoor verhuur					25.000	30.000	35.000	35.000
overig					20.000	20.000	20.000	30.000
totaal					335.000	375.000	415.000	460.000
exploitatiekosten onderbouwing								
personeel					190.000	193.000	197.000	197.000
management					60.000	62.000	64.000	64.000
inkoop					70.000	75.000	82.000	90.000
energielasten					15.000	15.000	14.000	13.000
onderhoud					32.000	32.000	30.000	25.000
verzekeringen					3.000	3.000	3.000	3.000
rente en aflossing (o.b.v. investering van €1,2 mln)					80.000	80.000	80.000	80.000
totaal					450.000	460.000	470.000	472.000



Bijlage 1. Werkwijze De Markt in beeld

Om een goed beeld van de opgave te krijgen hebben we ons ingelezen in bestaande documenten en gesprekken gevoerd met bewoners en ondernemers aan de Markt. We hebben een bijeenkomst georganiseerd met experts op het gebied van cultuur, monumenten en herbestemmen. Aanvullend hebben we Floor Ziegler gevraagd om twee dagen rond te lopen in Geertruidenberg. Dit heeft onder andere geleid tot levendige reacties op haar facebookpagina.

Deze input hebben we gebruikt voor een inspiratiesessie waarin de resultaten hebben besproken met inwoners en ondernemers. Het beeld geeft voor een deel bevestiging en biedt openingen voor vervolgstappen.

De Markt

- Heeft van zichzelf veel allure, de recente renovatie maakt deze klaar voor vervolgstappen.
- Het is een prachtig decor! Een thematische invulling met samenhang zou kunnen leiden tot de gewenste dynamiek. Dan kunnen recreanten iets meemaken en langer (ver)blijven op de Markt.
- De Markt van Geertruidenberg kan tenminste een regionale 'the place to be' zijn. Een aantrekkelijk knooppunt waar bewoners, werknemers als toeristen en recreanten op afkomen vanwege kunst, cultuur, restaurants, historie en winkels. Ook goede verblijfsaccommodatie hoort daar bij.
- Er zijn ca. 10 winkels, waaronder een aantal nieuwe zoals ToDaze en Ons Petries.
- De evenementen die er zijn worden zeer gewaardeerd en trekken redelijk wat publiek
- Er is ruimte voor meer winkels en een hotel (er zijn nu maar zeer beperkte overnachtingsmogelijkheden in Geer-

truidenberg).

- De Geertruidskerk is een kans op een ander schaalniveau, samenwerken is een must!

Toerisme

- Geertruidenberg heeft als herkenbaar motto "Vestingstad aan Nationaal Park de Biesbosch".
- De Markt en Nationaal Park de Biesbosch trekken mensen naar Geertruidenberg. Daarnaast zijn er kleine parels zoals Museum de Roos, activiteiten zoals een stadswandeling en toren beklimmen en de café-restaurants die een bezoek aantrekkelijk maken.
- De ligging van Geertruidenberg is goed. Nabij grote steden Breda en Tilburg, onderdeel van de Zuiderwaterlinie en Nationaal Park De Biesbosch. Nabij Hart van Brabant met grote trekkers zoals de Efteling, De Beekse Bergen en Loonse en Drunense duinen (als onderdeel van het Van Gogh National Park).
- Er zijn kansen om meer te doen rond de Markt, zoals:
 - de haven dichterbij de Markt brengen, door een aantrekkelijke en

herkenbare route.

- meer activiteiten op de Markt. De kofferbak-verkoop is populair, andere mogelijkheden zijn een muziek festival zowel binnen als buiten.
- nieuwe winkels rond thema's zoals regionale specialiteiten of woondecoratie.
- verblijfsaccommodatie uitbreiden en zichtbaar maken.

De omwonenden en betrokkenen vanuit de culturele sector

- Geven aan meer winkels te willen.
- Zien kansen voor activiteiten voor inwoners en bezoekers:
 - muziek op en rond de Markt.
 - bijzondere markt op en rond de Markt.
- Hechten wisselend belang aan het theater in De Schattelijs.
- Zien kansen voor gebruik van de Geertruidskerk.



Bedrijven en ondernemers

- Er zijn veel bedrijven in Geertruidenberg. Veel daarvan zijn lid van de VOG, een actieve club die veel waarde hecht aan het gezamenlijke netwerk.
- Op bedrijventerrein Dombosch zitten zowel grote internationale bedrijven als jonge, innovatieve bedrijven. De verbinding van dit gebied met de Markt van Geertruidenberg kan sterker.
- Ook in de kernen zitten bedrijven: horeca, winkels en kleinere kantoren.
- Er zijn lokale ondernemers die een hotel en/of een grand café willen starten aan



Bijlage 2. Toelichting merkstrategie Geertruidenberg

de Markt.

Het gewenste imago van Geertruidenberg kan versterkt worden door de uitstraling van de Markt. De nieuw invulling van markante gebouwen als De Schattelijn en het oude Raadhuis dragen hier nadrukkelijk aan bij. Daarom hebben we een merkstrategie voor Geertruidenberg ontwikkeld. Een zogenaamd 'place brand'³.

Place branding

"A place brand is the set of central, enduring and distinctive characteristics that actors ascribe to a place" (Pryor et al, 2007)

Bij place branding draait het om de identiteit van een plek. Het gaat om het managen van de reputatie en het bouwen aan een naam die onderscheidend is, authentiek, betekenisvol, geloofwaardig en die herinnerd wordt. Op die manier wordt een gebied aantrekkelijk; voor investeerders, bedrijven, bewoners én bezoekers. Place branding komt het best tot zijn recht wanneer alle betrokken partijen (overheid, bedrijven, inwoners, investeerders en media) met elkaar samenwerken.

'Nummer 1 op het gebied van wonen, werken en recreëren'. Dat is in een notendop de ambitie van de gemeente Geertruidenberg. Deze ambitie wordt alleen nog niet voldoende geladen. De gekozen positionering van 'Vestingstad aan Nationaal Park de Biesbosch' is weliswaar een aantrekkelijke propositie, maar wel eentje die zich voornamelijk richt op toeristen en minder op bewoners, ondernemers en bedrijven. Hiermee wordt de ambitie niet behaald.

³ Place branding is het inzetten van een merkstrategie en andere marketingtechnieken en -activiteiten voor de economische, sociale, politieke en culturele ontwikkeling van plekken, gebieden, steden, regio's en landen

Met deze merkstrategie zetten we de eerste stappen richting een volwaardig merk voor Geertruidenberg; een aantrekkelijk profiel voor alle doelgroepen.

De merkstrategie is tot stand gekomen via deskresearch en via verschillende gesprekken en een sessie met verschillende stakeholders in het gebied. In de merkstrategie is getracht zoveel mogelijk de belangen en opvattingen van al deze stakeholders mee te nemen.

Leeswijzer merkkaart

De merkkaart moet worden gezien als het alternatief voor een uitgeschreven plan. In plaats van in een dik rapport is de strategie geconcentreerd, ontdaan van franje en vormgegeven op een A4. Het doet op geen enkele manier een voorstel voor vormgeving of huisstijl.

Deze strategie bevat:

Onder **identiteit** staat een overzicht van de karakteristieken van Geertruidenberg, bij elkaar een unieke mix met onderscheidend vermogen. Deze identiteit wordt uitgedragen via de identiteitsdragers (programmering) en fysieke dragers.

De **merkessentie** omschrijft de waarde van Geertruidenberg voor de doelgroepen. Waar staat Geertruidenberg voor? Wat doet het merk met en voor mensen? Het is een leidraad voor onder meer de toekomstige programmering en de tone of voice in communicatie.

De **stip op de horizon**, die de visie op de toekomst van Geertruidenberg verwoordt. Waar staat Geertruidenberg over 10 jaar? Waar willen we ons hard voor maken? De ambitie is groots, maar zeker niet onrealistisch.

Om deze ambitie concreter te maken, doen we meteen een voorstel voor enkele **doelen** voor de komende twee jaar.

De **merkomschrijving** vat het merk bondig samen en kan door alle partners worden gebruikt in de eigen communicatie. Deze staat onder de kop in het midden.

Een opsomming van de partijen die een belang hebben in het gebied onder **stakeholders**. De belangrijkste **doelgroepen** hebben allemaal een eigen **merkbeloofte** gekregen. Wat kunnen zij in Geertruidenberg vinden en is voor hen reden voor vestiging of bezoek?

Deze merkstrategie geeft richting aan kansrijke ontwikkelingen aan de Markt en op andere plekken in de stad. Zo kan bijvoorbeeld de toeristische aantrekkingskracht worden vergroot met een informatiepunt 2.0 (interactie, entertainment etc.). De bedrijvigheid zou ondersteund kunnen worden met een vergader- en ontmoetingsplek. Bewoners geven aan behoefte te hebben aan wat meer retail met lokaal aanbod en meer activiteiten en events.

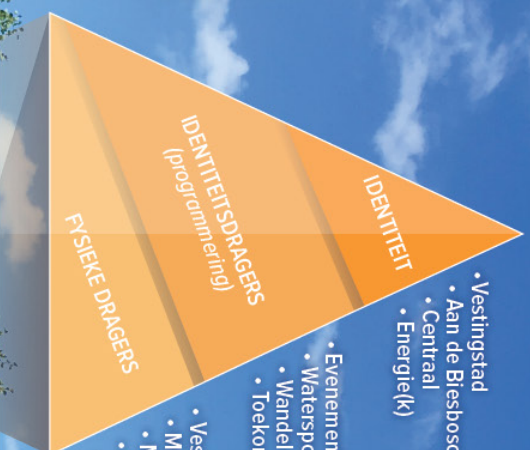
Kortom, Geertruidenberg werkt toe naar een profiel waar zij alle doelgroepen van voldoende energie voorziet.

MERKESENTIE

MERKWAARDEN

STAKEHOLDERS

GEERTRUIDENBERG GEEFT ENERGIE



- Vestingstad
- Aan de Biesbosch / water
- Centraal
- Energie(k)

- Evenementen, bijv. Nederlandse Vestingsdagen
- Watersportactiviteiten
- Wandel-, fiets- en vaarroutes door de Biesbosch
- Toekomstige programmering Schatteltijn en Raadhuis

- Vestingwerken
- Monumentale panden
- Marktplaats
- Nationaal Park de Biesbosch
- Jachthaven
- Bedrijventerrein Dombosch
- Amercentrale



HEET VERHAAL VAN GEERTRUIDENBERG ALS BASIS VOOR EEN GEREVITALISEERDE MARKT

Een aantrekkelijke historische kern dicht bij water en natuur: pittoresk en energiek tegelijkertijd. Dit maakt Geerttruidenberg een stad waar je je graag wilt settelen, waar je als toerist wilt terugkeren en waar je als ondernemer of innovatief bedrijf wilt vestigen.

STIP OP DE HORIZON

GEERTRUIDENBERG: NUMMER 1 IN WONEN, WERKEN EN RECREËREN

Over 10 jaar, in 2027, is Geerttruidenberg een stad waar 'energie' beleefbaar is geworden. Je ziet, hoort en ervaart het overal. Geerttruidenberg is voor jong en oud een aantrekkelijke plek om te wonen en te werken. Daarbij is de stad het meest logische startpunt voor het ontdekken van de Biesbosch. In Geerttruidenberg is ruimte voor ondernemen en burgers en lokale bedrijven pakken die handschoen op, onder meer via een vol programma aan activiteiten. Episch middelpunt van deze energie is de Markt, onder meer door de invulling van de Schatteltijn en het oude Raadhuis.

Geerttruidenberg is nationaal een voorbeeld van hoe een historische stad uiterst vooruitstrevend kan zijn.

DOELGROEPEN

INWONERS
Maatschappelijk betrokken & toekomstgericht

ONDERNEMERS
(Sociaal) entrepreneurs met blik op de toekomst

BEDRIJVEN
Lokaal betrokken en toekomstgericht

TOERISTEN
Een van natuur & historie, graag actief bezig

MERKBELOFTE / PROPOSITIE

Fijn en centraal wonen op een unieke historische locatie

Ruim baan voor (innovatief) ondernemerschap

De perfecte omstandigheden voor een succesvolle business

Vestingstad aan de Biesbosch

DOELEN 2018/2019

- Samenhangende programmering vanuit positionering
- Gerichtte promotiestrategie vanuit de positionering
- Nieuwe invulling Schatteltijn in lijn met het verhaal van Geerttruidenberg
- Investeren in levendigheid van de openbare ruimte
- Online platform voor toetsing opzetten

- Bij VVV meer inzetten over ervaren en beleven
- Toeristische passanten een aantrekkelijke stop bieden
- Band van de bedrijven met Geerttruidenberg versterken
- Eigen jaarlijks evenement vanuit positionering met een boven-regionale aantrekkingskracht



Bijlage 3. Uitvraag aan de markt

Voorbeeld van een tender om De Schattelijk in de markt te zetten

Doelstelling en ambitie bij verkoop

De Schattelijk is een uniek en waardevol gebouw en vormt onderdeel van een zeer waardevol ensemble aan de markt in Geertruidenberg. De gemeente wil dat dit gemeentelijk monument behouden blijft, maar wil de eigen exploitatie als cultureel centrum beëindigen. De gemeente wenst het gebouw te verkopen aan een partij die de culturele functie van het gebouw (deels) wil en kan behouden. Daarom wordt het pand verkocht onder voorwaarden. De ambitie van de gemeente is vertaald in de volgende eisen en wensen. De eisen zijn minimumeisen, de wensen zijn gunningscriteria.

Eisen:

1. Het gemeentelijke monument moet duurzaam in stand worden gehouden, waarbij het culturele en openbare karakter deels behouden blijft. De exploitatie moet voldoende opbrengen voor deze duurzame instandhouding.

Inhoudelijke richtlijnen:

1. De nieuwe functie versterkt het cultuurcluster aan de markt;
2. **Toegankelijkheid:** In de nieuwe functie blijft het pand geheel of gedeeltelijk toegankelijk voor publiek.
3. **Economische impuls:** De nieuwe functie geeft een economische impuls aan Geertruidenberg.
4. **Toegevoegde waarde:** De nieuwe functie heeft een toegevoegde waarde voor de inwoners.
5. **Overlast beperken:** De nieuwe functie wordt op dusdanige wijze ingepast in de bestaande omgeving, dat overlast zoveel als mogelijk wordt beperkt.

- 6. Verduurzaming:** Het pand wordt verduurzaamd, waardoor het energieverbruik daalt. De Schattelijk is een monument, waardoor bouwkundige wijzigingen of ingrijpende verandering van de uitstraling van het gebouw niet zonder meer zijn toegestaan. Eventuele wijzigingen zijn ter beoordeling aan de commissie ruimtelijke kwaliteit.
- 7. Social return:** Er moet sprake zijn van een aantoonbare social return.

Proces van beoordelen

Het doel is om de ontwikkeling van de Markt als culturele hotspot kracht bij te zetten. De gemeente kan haar vastgoedposities hierbij inzetten en dit proces te versnellen. Zonder marktpartijen exact voor te schrijven wat wel en niet mogelijk is worden zij middels een tender uitgenodigd om hun plan voor één van de twee (of beide) locaties in te dienen.

In chronologische volgorde ziet het proces er als volgt uit:

1. We benaderen gericht enkele partijen om op basis van de business case (inclusief begeleidend schrijven, waarin de richtlijnen staan) een voorstel in te dienen. Daarnaast zetten we de business case op onze website.
2. Op basis van de ingekomen ideeën selecteren we vijf ideeën voor De Schattelijk en Markt 32-38. Deze bureaus ontvangen een vergoeding van € 3.000 voor het indienen van een plan. De plannen zijn straks van de gemeente.
3. De gemeenteraad selecteert uit de ingediende plannen de beste drie.
4. Onder onze inwoners houden we een digitale enquête.
5. Uiteindelijk neemt de gemeenteraad een besluit over het definitieve plan.

In de beoordeling van deze plannen is nadrukkelijk niet alleen de prijs doorslaggevend. In het onderzoeksrapport van het Transformatorhuis wordt een voorstel gedaan voor kwalitatieve verkoopcriteria (zie inhoudelijke richtlijnen op pagina 28). Binnen deze criteria kan het culturele en openbare karakter van beide panden (gedeeltelijk) behouden blijven. Grondvereiste is dat de private exploitatie voldoende middelen moet genereren om een duurzame instandhouding te garanderen.