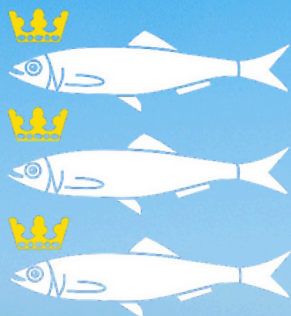




# Initiatiefvoorstel

## Leven in de Noordboulevard



# Inhoudsopgave

- 1. Inleiding..... 3
- 2. Acties voor de Noordboulevard.....4
- 3. 10 puntenplan.....5
- 4. Financiën..... 11
- 5. Dictum..... 13

# Inleiding

De Noordboulevard van Scheveningen was, sinds de grote opknapbeurt van de boulevard tussen haven en Beelden aan Zee, jarenlang een lelijk eendje. De boulevard was onaantrekkelijk, de gebouwen zagen er niet uit en de strandtenten stonden met hun achterkanten naar de boulevard. Geen gezellige plek om naar toe te gaan, laat staan om er te zijn. Met het programma De Kust Gezond is vanaf 2014 gestart met plannenmakerij om ook dit deel van de boulevard een grondige make-over te geven. Eerst werd de bebouwing aan de boulevard gesloopt en opnieuw gebouwd, met een prachtige parkeergarage eronder. En na lange, indrukwekkende werkzaamheden werd in mei 2022 eindelijk ook de vernieuwde Noordboulevard officieel geopend.

Het college lijkt te denken dat de Noordboulevard met deze vernieuwing af is. Maar wie er rondloopt, op een zonnige of een grijze dag, ziet dat dat niet zo is. Het paviljoen, waar een grote publiekstrekker moest komen, kende een erg ongelukkige start en is nog niet de publiekstrekker die hij moest zijn. Een deel van de horeca- en winkelruimte staat leeg en wat niet leeg staat, loopt niet bepaald over van de klanten. Kortom: hoewel de boulevard nu prachtig is, leeft ze niet.

Dit plan is bedoeld om leven in de Noordboulevard te blazen. De acties zijn gericht op het creëren van gezelligheid en levendigheid en op het toevoegen van publiekstrekkers, die het hele jaar door mensen naar de boulevard trekken. Naast dit plan moet er nog meer gebeuren om Scheveningen Bad beter te maken. Het terugbrengen van de grandeur en betere bereikbaarheid en een parkeerverwijssysteem, bijvoorbeeld.

## **Gemeente Den Haag aan zet.**

Het college lijkt te denken dat het werk van de gemeente erop zit nu de opknapbeurt van de Noordboulevard is afgerond. Daarmee is de Haagse VVD het niet eens. Verloedering ligt op de loer. Daarom moet de gemeente snel een stap naar voren zetten om met ondernemers samen te zorgen dat de Noordboulevard tot leven komt.

Dat de gemeente hierin een rol zou gaan spelen, is verre van uniek. Op talloze plekken in de stad helpt de gemeente bewoners en ondernemers een handje met het levendig maken van pleinen, straten en buurten. Het meest vergaande voorbeeld is de zeer actieve rol van de gemeente in de binnenstad, waar met vastgoedeigenaren, ondernemers(verenigingen) en bewoners samen wordt gewerkt aan een leukere, mooiere en leefbare binnenstad. Maar ook op veel andere plekken in de stad helpt de gemeente BIZzen en winkeliersverenigingen. Er zijn bedrijfscontactfunctionarissen, revolverende fondsen en er wordt van alles gedaan aan stadspromotie. De gemene deler van de successen elders in de stad is dat de gemeente ondernemers laat zien dat ze samen met hen wil doorpakken en dat in de praktijk brengt. Dan volgen vanzelf de successen, en de bezoekers.

# Acties voor de Noordboulevard

## Actie voor de Noordboulevard.

De Haagse VVD wil dat de gemeente deze handschoen nu oppakt voor de Noordboulevard. We zien volop kansen om de Noordboulevard een bruisende plek te maken op mooie, maar ook op grijze dagen. Wat hiervoor nodig is, is een doelgericht gemeentelijk programma, met als belangrijkste instrumenten het aanpassen (en verminderen) van regels, actieve aansporing, coördinatie en matchmaking, promotie, wat kleine fysieke investeringen en, alleen in uitzonderlijke gevallen, met subsidies. Natuurlijk niet op eigen houtje, maar samen met vastgoedeigenaren, ondernemers en bewoners.

We presenteren 10 acties, die de basis vormen voor dit programma. De punten zijn bedoeld om de Noordboulevard leven in te blazen, omdat hier de nood het hoogst is, maar op actie 1 en 4 na kunnen ze (en moeten ze wat de Haagse VVD betreft) langs de hele boulevard worden opgepakt.





10

# punten plan

# Acquisitie - Het gaat om de inhoud

## 1) Laat het Paviljoen publiek trekken.

Het paviljoen moet zo snel mogelijk een échte publiekstrekker worden. Na jaren leegstand opent het paviljoen binnenkort eindelijk de deuren met een pop-up, met de intentie om volgend jaar definitief open te gaan. Het paviljoen is altijd bedoeld geweest om een echte publiekstrekker te worden. Een reden voor bezoekers om door te lopen voorbij de Pier. Nu de deuren binnenkort eindelijk geopend worden, is het van belang dat de gemeente er alles aan doet om het paviljoen die belofte waar te maken. De gemeente moet met de nieuwe uitbaters in gesprek om hen aan te sporen om groots te denken en indien nodig te helpen in acquisitie. Er moet groots worden gedacht. Evenementen, zeker buiten het strandseizoen, moeten ruim baan krijgen. Het paviljoen moet een reden worden om Scheveningen te willen bezoeken. Opnames van televisieprogramma's of andere content kunnen bijdragen aan de aantrekkingskracht van het paviljoen en moeten worden aangemoedigd en gefaciliteerd. Ook praktische medewerking is nodig, bijvoorbeeld door bebording mogelijk te maken en de evenementen mee te nemen in de stadspromotie.

## 2) Ga actief leegstand tegen.

Leegstand is slecht voor winkel- en uitgaansgebieden. Het is slecht voor de uitstraling en maakt het bijna onmogelijk om een gebied gezellig te houden. Bovendien lokt het verloedering uit. Reden genoeg om als gemeente leegstand actief tegen te willen gaan. Dat vergt een inspanning van de gemeente. Als er leegstand is of ontstaat, moet de gemeente zo snel mogelijk in overleg met vastgoedeigenaren en ondernemers in de buurt over de invulling. Hierover kan de gemeente afspraken maken met vastgoedeigenaren. Ze krijgen er ook wat voor terug: de gemeente kan helpen met acquisitie of tijdelijke invulling (zie 3). De gemeente kan ook kijken of er mogelijkheid is om de functie van leegstaande ruimte (tijdelijk) te veranderen.



### 3) **Maak tijdelijke invulling makkelijker mogelijk.**

Maak tijdelijke invulling van leegstaande panden zo gemakkelijk mogelijk. Zo kan de gemeente met soepele regelgeving tijdelijke invulling gemakkelijker maken. De gemeente kan ook voor vastgoedeigenaren de drempel verlagen om leegstand nuttig te gebruiken. Bijvoorbeeld door standaard afspraken op te stellen, die vastgoedeigenaren verzekeren dat er zonder problemen snel een betalende huurder in kan zodra die is gevonden. Ook kan de gemeente (startende) bedrijfjes, musea of makers van kunst koppelen aan de eigenaren van tijdelijke leegstaande ruimte.

### 4) **De Pier is de poort van de Noordboulevard.**

De Pier is een icoon van Scheveningen en moet dat wat de Haagse VVD betreft ook blijven. Maar de invulling moet ook iets toevoegen. Dat betekent niet blind meer eet- en drinkgelegenheden toevoegen, functies die afhankelijk zijn van hoeveel mensen er toevallig naar Scheveningen komen, maar juist functies die jaarrond mensen aantrekken. Een waardevolle toevoeging zou een congres functie zijn of een andere publiekstrekker, eventueel in combinatie met een hotel. De gemeente moet vaart in deze herontwikkeling brengen.



# Programma: Laat de Boulevard leven

## 5) **Maak ruimte voor activiteiten.**

Rol de rode loper uit voor markten, evenementen en andere activiteiten, zeker buiten en aan de randen van het seizoen. Wijs een programmamanager aan, die samen met ondernemers op het strand en in de horeca aan de boulevard programmering bedenkt, acquireert, en helpt mogelijk maken. Maak het aanvragen gemakkelijk, zorg voor duidelijke en makkelijk vindbare voorwaarden en 1 loket voor vragen en aanvragen.

Voor de programmering moet verbinding worden gezocht met andere markten en evenementen. Haal bijvoorbeeld een deel van de Haagse markt een keer per jaar naar de (Noord)boulevard. Biedt grotere evenementen actief een dependance op de Noordboulevard aan. Haal festivals buiten het strandseizoen (ook) naar Scheveningen, door actief mee te werken om dit mogelijk te maken, contacten te leggen met horecaondernemers op Scheveningen of vastgoedeigenaren en vergunningverlening gemakkelijk te maken. Er kan ook worden gedacht aan uitbreiding van bestaande evenementen, bijvoorbeeld een aanvullend programma met een klein podium op de Noordboulevard voorafgaand aan 'Live on the Beach'. Ook kan aansluiting gezocht worden bij evenementen zoals het Vliegerfestival in de zomer en het Cool Event in de winter.

En biedt daarnaast ruimte voor creativiteit, ook voor kinderen: wedstrijden bellen blazen, vliegers maken of schelpen schilderen. Geef scholen en sportverenigingen ook de ruimte voor activiteiten op de boulevard en wijs ze hierop.

## 6) **Maak plaats voor muziek.**

a) Het Zwarte pad verandert tijdens de zomermaanden nu al in een bruisend uitgaansgebied, dankzij de muziekevenementen die door de beachclubs worden georganiseerd. Clubs als Colorado Charlie, Indigo, Boomerang, Whoosah, en Wow trekken wekelijks een jong volwassen publiek met hun feesten die zowel qua sfeer als in muziekaanbod variëren van house en techno tot R&B en Nederlandstalige hits. Om deze levendigheid nog verder te versterken, moet de gemeente de beachclubs aanmoedigen en de ruimte geven een jaarlijks terugkerend festival te organiseren aan de rand van het strandseizoen. Beachclubs kunnen samen een grootschalig event, het 'North Beach Beats Festival', organiseren langs de Noordboulevard en het Zwarte Pad, waarbij elke club zijn eigen unieke danspodium host. De gemeente speelt een faciliterende rol.

b) De Haagse VVD wil ook de rest van het jaar meer ruimte bieden voor muziek op de boulevard. Muziek kan de boulevard laten opbloeien en kleur brengen op grijze dagen. We willen dat er een aantal plekken worden aangewezen waar muziek mag worden gemaakt. Artiesten, beginnend of die al naam hebben gemaakt, mogen hier vrij spelen. De plekken moeten zo worden aangewezen dat ze niet interfereren met de muziek van strandpaviljoens.



## 7) **Maak plaats voor kunst.**

a) Op de Noordboulevard moet een nieuw Schevenings icoon komen. Dit nieuwe beeld of beeldengroep moet een plek zijn die je niet kan overslaan als je Scheveningen bezoekt. Een plek waar je op de foto wil. En tegelijkertijd een icoon waar ook Scheveningers trots op zijn.

b) Daarnaast moet er actief ingezet worden op meer tijdelijke openlucht expositieën. Kunst in de buitenruimte is de meest laagdrempelige manier om mensen in aanraking te brengen met kunst en cultuur. We willen dat die kunst toegankelijk en aantrekkelijk is: neem de beelden van Tom Otterness als voorbeeld. Die trekken mensen aan, maken nieuwsgierig, verleiden om te spelen en zijn enorm fotogeniek, wat ook direct bijdraagt aan promotie van de boulevard. Zoals de beelden van Otterness in samenwerking met Beelden aan Zee is gedaan, moeten ook nieuwe (tijdelijke) beelden in samenwerking met onze culturele sector, Beelden aan Zee voorop, tot stand komen.

## 8) **Maak plaats voor sport.**

Bij de Haven zijn eerder openbare sporttoestellen in de buitenlucht neergezet. We willen dat op nog een aantal plekken langs de Boulevard, waaronder bij de Noordboulevard, soortgelijke sporttoestellen worden neergezet. Ook kan gedacht worden aan markeringen van afstand, mooi geïntegreerd in de Boulevard, voor hardlopers, en een extra plek om te skaten, in de buurt van de Noordboulevard.



# Promotie - be good and tell it

## 9) Van de daken.

We moeten van de daken schreeuwen hoe leuk Scheveningen is. De gemeente moet altijd positief communiceren. Dat betekent niet vertellen dat je niet meer naar Scheveningen kan, maar vertellen dat er nog alle ruimte is met het OV of met de fiets. Het betekent vertellen hoe je er het beste kan komen en wat de beste routes zijn. Of vertellen dat het wellicht druk is bij Bad, maar je met tram 11 op plekken komt waar nog ruimte zat is. En vertel ook veel meer en duidelijker wat er te beleven valt op Scheveningen buiten het seizoen. Maak het zichtbaar buiten de stad, op stations en in de binnenstad. Neem specifiek de muziek en activiteiten op de Noordboulevard op in de stadspromotie.

## 10) Gebruik de natuurlijke charme.

We leven in een tijd van influencers en media. Zorg voor fantastische programmering waar ze vanzelf op af komen, maar nodig ze er ook voor uit. Zet hierbij ook in op regionale omroepen en op Duitse, Belgische en Scandinavische media. En vergeet Azië en Amerika niet!



# Financiën

## Financiën

De kern van dit actieplan is het mogelijk maken dat er nieuwe dingen kunnen ontstaan op de Noordboulevard. De acties passen binnen het bestaande gemeentelijke beleid en kunnen gezien worden als een concrete invulling van de doelen uit bijvoorbeeld de toekomstvisie Scheveningen Bad. Verschillende acties dragen ook bij aan andere beleidsdoelen, zoals doelen uit het preventiebeleid.

Deze acties kunnen dan ook grotendeels worden uitgevoerd met middelen die al beschikbaar zijn voor de verschillende beleidsterreinen. Wel is het essentieel dat er gerichte ambtelijke inzet komt om het actieplan uit te voeren en is voor een aantal acties incidentele investering nodig.

## Ambtelijke inzet

Voor het merendeel van de acties voor de Noordboulevard is ambtelijke inzet nodig. Acties 1, 2, 3, 4, 9 en 10 kunnen worden uitgevoerd door de gemeentelijke organisatie zelf, of via partners die nu ook al voor de gemeente werken, zoals The Hague & partners. Om te zorgen dat de acties echt van de grond komen, dient om te beginnen ambtelijk een actieplan te worden uitgewerkt, waarin per actie een stappenplan wordt gemaakt en elke stap ook wordt belegd.

Voor acties 1, 2 en 3 moet de gemeente actief in gesprek met vastgoedeigenaren en creatief helpen (tijdelijke) invulling niet alleen mogelijk te maken, maar ook tot een succes te maken. De gemeente kan daarin een sleutelrol spelen door mogelijke (tijdelijke) huurders te koppelen aan verhuurders en ondersteuning te bieden. En waar nodig regels voor (tijdelijke) invulling schrapt of simpeler maakt en hierover ook goed communiceert naar vastgoedeigenaren. Hier is ambtelijke inzet voor nodig.

De ontwikkeling van de Pier (actie 4) is in volle gang. Het is noodzakelijk dat bij de totstandkoming van het PUK Pier de programmering van de Pier niet concurreert met (o.a.) de Noordboulevard. Ook daarvoor is ambtelijke inzet nodig. Acties 9 en 10 betekenen iets bestaands anders doen. Dat wil zeggen dat er geen extra geld voor communicatie nodig is, maar dat de boodschap anders is.

## Aanwijzen van plekken

Acties 5, 6 en 7 gaan over het mogelijk maken van locaties voor activiteiten, muziek en kunst. Daar hoeven in beginsel geen kosten voor gemaakt te worden. Wel verdient het de aanbeveling om een programmamanager boulevard aan te wijzen, die samen met ondernemers op het strand en in de horeca aan de boulevard programmering bedenkt, acquireert, en binnen de gemeente helpt om activiteiten mogelijk maken. Deze rol kan binnen de gemeente worden belegd, maar dat kan ook bij een van de partners met wie de gemeente nu al veel samenwerkt.

**Incidentele kosten**

Voor de uitvoering van acties 7 en 8 is een incidentele investering nodig. De middelen voor sporttoestellen kunnen gevonden worden in het programma Sport en de middelen die beschikbaar zijn voor preventie. Binnen het preventiebeleid is het uitnodigen tot sport in de buitenruimte een focuslijn. Dit past dus goed binnen het beleid. De kosten voor een aantal extra sporttoestellen op het strand en boulevard worden geschat op enkele tienduizenden euro's.

Voor een nieuw Schevenings icoon en tijdelijke exposities is mogelijk meer budget nodig. Hiervoor kan, naast een eventuele bijdrage uit De Kust Gezond, worden gezocht naar externe financiering, zoals fondsen, donaties en crowdfunding

# Dictum

## Raadsbesluit

De gemeenteraad van Den Haag bijeen op ..... besluit:

- I. Een actieplan uit te werken voor de Scheveningse boulevard;
- II. Binnen dit actieplan in ieder geval de volgende 10 acties uit te voeren om leven te brengen in de Noordboulevard:
  - a. Laat het Paviljoen publiek trekken;
  - b. Ga actief leegstand tegen;
  - c. Maak tijdelijke invulling makkelijker mogelijk;
  - d. Maakt de programmering van de Pier aanvullend op de programmering van de boulevard;
  - e. Maak ruimte voor activiteiten;
  - f. Maak plaats voor muziek;
  - g. Maak plaats voor kunst;
  - h. Maak plaats voor sport;
  - i. Communiceer positief over Scheveningen;
  - j. Gebruik de natuurlijke charme.
- III. De incidentele extra kosten van actie 8 te financieren vanuit het programma Sport.

Aldus vastgesteld in de openbare raadsvergadering van xx-xx-xx

De griffier

de voorzitter