Aan Provinciale Staten van de provincie Drenthe
Postbus 122
9400 AC Assen

Datum: 9 december 2016
Onderwerp: Ja of nee FOC

Geachte Statenleden,

Als ondernemer in de binnenstad wend ik mij hierbij tot u naar aanleiding van de discussie omtrent de mogelijke komst van een FOC, tijdens de vergadering op 23 november jongstleden. Ik heb zowel van de insprekers als van de fractieleden de uiteenlopende betogen aangehoord. Wat mij opviel is dat de voorstanders allen pleitten voor samenwerking en verbinding tussen FOC en binnenstad en dat de tegenstanders op alle fronten hun deur dicht houden. Een starre houding waarbij men in mijn ogen alleen naar het belang van de detailhandel heeft gekeken in plaats van naar het belang van alle partijen die samen de binnenstad of in een groter geheel de provincie vormen. Dat stemt mij ongerust voor de toekomst van de stad, maar ook voor de ontwikkeling van onze provincie en laat weinig ruimte voor de zo broodnodige samenwerking waarover een ieder het heeft.

Gegarandeerde werkgelegenheid moest het afleggen tegen een verondersteld banenverlies. De malaise in de detailhandel werd boven het belang van de gehele stad gesteld. Of sterker nog; er werd gesproken alsof de stad alleen maar detailhandel behelst, zo klonk het althans voor mij. Ik zag toespraken uitgewisseld worden tussen tegenstanders, die vanuit hun functie een groter geheel zouden moeten vertegenwoordigen. Ook die van mij, maar mij was niets gevraagd.

Teleurgesteld kwam ik thuis van een vergadering waar ik mijzelf een buitenbeentje voelde, waar volksvertegenwoordigers spraken die hele groepen mensen vertegenwoordigden die ik blijkbaar niet kende. Ik stak mijn hand in eigen boezem; Is mijn ondernemerschap egoïstisch, mijn visie te hoogdravend en mijn vertrouwen in de stad op luchtkastelen gebaseerd?

Cityhotel de Jonge
Brinkstraat 85 | 9401 HZ | Assen Netherlands|
BTW/VAT: NL 8131.37.081.B.01 | K.v.K.: 04072817 | Bank: ING Bank Assen |
IBAN: NL23INGB0654711291
Each Best Western branded hotel is independently owned and operated.

Gelukkig niet!! Want er is veel gebeurd in anderhalve week. Inmiddels schudde ik vele medestanders de hand. Ondernemers die met een diversiteit aan expertise met verbazing kennis hadden genomen van de stemming. Die zich verenigen en nu op de barricades staan om samen te strijden voor iets nieuws: een verbeterde versie van onze stad.

Na navraag bij mijn collega accommodatie aanbieders, waaronder De Bonte Wever en Vakantiepark De Wittezomer, bleek dat zij hetzelfde gedachtengoed hebben als ik, omdat ook zij overtuigd zijn van de noodzaak het TT gebied te ontwikkelen. Ice World, TT Plaza en ja, dus ook het FOC. Wij hebben het nodig!

Dagelijks zetten wij ons in, om niet alleen ons eigen product, maar ook de provincie en zeker onze stad te verkopen. Omdat het één niet zonder het ander kan. Wij moeten over onze provinciegrenzen heen kijken om onze gast te bereiken, de Unique Selling Points van de stad etaleren en water bij de wijn doen. “Water bij de wijn?” “Ja, water bij de wijn!” Aan ons is de hele internetwereld namelijk ook niet voorbij gegaan. Dat heeft ook van ons veerkracht en inventiviteit gevraagd.

In 2010 deden wij alleen zaken met Booking.com. Nu verzinnen wij de ene leukste deal na de andere en houdt Trivago voor onze gasten bij op welke boekingssite wij het goedkoopste zijn. Voor ons betekende dat inspringen op nieuwe trends. Maar is dat niet juist wat ondernemen is; meebuigen met de markt.

“De provincie Drenthe wil zich nadrukkelijker gaan inzetten op de vrijetijdssector” zo las ik nog geen maand geleden in de krant en dus gaat Marketing Drenthe op de schop. Een nieuwe directeur moet één en ander gaan aanjagen. Maar hoe verhoudt dit nieuws zich nu met de Nee tegen het FOC? De eerste de beste kans die zich voordoet om een grote toeristische trekpleister te realiseren wordt nu afgeschoten. Want winkelen is wel degelijk een toeristische activiteit. Ik durf te beweren dat mijn gasten meer geld in de stad uitgeven dan dat ze voor hun kamer bij mij hebben betaald.

Hotels en vakantieparken hebben Unique Selling Points nodig om een promotie gestalte te geven. Een FOC is daar een uitstekend middel voor. Uniek in het Noorden, uniek in een toeristisch provincie gericht op gezinnen.

Want het Drents Museum, hoezeer ook een pronkstukje, en het prachtige groen van onze provincie is een magere basis om mensen 200 kilometer verderop, of zelfs van buiten de landsgrenzen te overtuigen dat Assen de moeite waard is.

Cityhotel de Jonge
Brinkstraat 85 | 9401 HZ | Assen Netherlands|
BTW/VAT: NL 8131.37.081.B.01 | K.v.K.: 04072817 | Bank: ING Bank Assen |
IBAN: NL23INGB0654711291
Each Best Western branded hotel is independently owned and operated.

Het TT circuit is een te uitgesproken doelgroep om je hotel het hele jaar vol te hebben. En hoe vervelend ook: mensen komen niet naar Assen om Assen. Veelal ligt er een andere reden aan ten grondslag. Wildlands, Kamp Westerbork, het Gevangenismuseum, Orvelte. Wie had ooit gedacht dat Giethoorn onder de voet zou worden gelopen door Chinezen! Dus denk ik: Zorg dat je een grote publiekstrekker krijgt. Zorg dat je toerisme stimuleert. Zorg dat je zo veel mogelijk mensen bediend met meerdaags-vertier. Dan zullen ze zeker ook de binnenstad in trekken.

Moeten wij dus niet juist blij zijn dat een ondernemer zich aanbied om te investeren in onze stad? Hadden wij de heer Coronel niet beter aan de tand kunnen voelen over hoe hij zijn gasten gratis aflevert in de binnenstad in plaats van een welles nietes spelletje over een miljoen bezoekers meer of minder? Hadden wij de heer Coronel niet beter kunnen vragen hoe hij onze provincie zou gaan promoten binnen zijn eigen marketing en communicatieplan? 200 kilometer versus 6! Zaken doen, doe je in mijn ogen met de deur open. Zo creëer je een win-win situatie.

Nu het verzorgingsgebied van Assen blijkbaar niet voldoende is om de binnenstad levendig te houden wordt het wellicht juist tijd de horizon te verbreden. Vergeet de 60 minuten grens, voor je het weet is Giethoorn alleen maar een tussenstop op weg naar Assen.

Ik maak me graag sterk om er voor te zorgen dat het druk wordt in de binnenstad. Maar daar zijn wel handvaten voor nodig. Een koopzondag met gesloten winkels is dat niet. Beleving lijkt tegenwoordig het toverwoord; geef de toeristische sector iets in handen dat maakt dat er ook altijd iets te beleven valt. Ontwikkel het TT gebied! Begin met het FOC!

Als de vastgoed sector het echt goed voor heeft met de stad dan offeren ze wat winkelruimte op voor toeristisch vermaak. Hoe reëel zijn de genoemde leegstand cijfer overigens? Hebben wij daar een specificatie van gezien? De panden in de Singelpassage en de Kloekhorststraat zijn inmiddels namelijk aangekocht om te worden omgebouwd van winkelruimte naar woonruimte. Beide horen dus niet in het leegstand percentage thuis.

Tot slot geef ik u graag navolgende ter overweging mee. De drie hotels in Assen en het vakantiepark zijn samen goed voor meer dan 500 arbeidsplaatsen. Bij twee hotels staat uitbreiding gepland, dat nog eens minimaal 70 fte's zal opleveren. Zijn wij het niet ook aan die medewerkers verplicht te strijden voor het bestaansrecht van deze bedrijven en de toeristische sector in zijn algemeenheid.

Cityhotel de Jonge
Brinkstraat 85 | 9401 HZ | Assen Netherlands|
BTW/VAT: NL 8131.37.081.B.01 | K.v.K.: 04072817 | Bank: ING Bank Assen |
IBAN: NL23INGB0654711291
Each Best Western branded hotel is independently owned and operated.

Onder het mom “Als er één schaap over de dam is, volgen er meer” pleit ik voor het FOC. De hoofdstad van Drenthe verdient dat.

Uiteraard ben ik gaarne bereid om samen met mijn collega’s één en ander nog eens in een persoonlijk gesprek toe te lichten. Geen pleidooi ‘voor’ maar wel voor ‘En-En’. Om inzicht te geven in een grote gemiste kans die zich nu lijkt voor te doen op toeristisch gebied voor de hele provincie.

Met vriendelijke groet,

Henriëtte Maas
Hotel de Jonge.
M. 0630016073