

Verificatiebijeenkomst 'Toekomst van de Pier' 22 februari 2023

Er zijn 34 gasten annex belangenvertegenwoordigers aanwezig op de bijeenkomst. Vijftien mensen die zich wel hadden aangemeld zijn niet gekomen.

Welkom en opening

De gespreksleider Paul Weststrate (Awareness) stelt zich voor en meldt dat de wethouder helaas niet kan komen omdat hij ziek is. Ook licht hij het programma van de avond toe. Vervolgens neemt ontwikkelaar Mathia van der Varst (namens De Pier B.V.) het woord. Ze merkt op dat ze een aantal bekende gezichten ziet in de zaal, maar ook mensen die ze nog niet eerder heeft gezien. Ze vertelt dat vanuit de ontwikkelaar de afgelopen jaren nieuwe zaken zijn toegevoegd op de Pier, zoals horeca, reuzenrad en de bungy jump. Maar op de lange termijn is een duurzame ontwikkeling van de Pier noodzakelijk, zowel in volume als programma. De afgelopen maanden heeft de ontwikkelaar de tijd genomen om bij uiteenlopende groepen belanghebbenden ideeën en wensen op te halen voor het ontwikkelen van verdere plannen. Vanavond is bedoeld als terugkoppeling op dat participatieproces en de gevoerde onderzoeken, en om de reacties van deze groep daarop te ontvangen.

Interview over aselecte steekproef enquête

Vervolgens nodigt de gespreksleider Marco Sodderland van onderzoeksbureau Motivaction naar voren. Paul interviewt Marco.

Een aantal mensen kent Motivaction, een aantal niet. Stel jezelf eens voor. Waar kennen mensen jullie wellicht van?

“We doen veel onderzoek in de commerciële wereld en ik werk voor de afdeling maatschappij. We doen onderzoek naar maatschappelijk belangrijke thema's of voor opdrachtgevers in die wereld. Ook werken we veel voor ministeries, en ook voor de gemeente Den Haag. We zijn het grootste onafhankelijke onderzoeksbureau binnen Nederland.”

Wat hebben jullie over de Pier onderzocht en hoe?

“We hebben een onderzoek uitgevoerd dat bestond uit 3 onderdelen:

1. Het eerste onderdeel was een onderzoek onder bezoekers van de Pier in de zomer van 2022.
2. Het tweede onderdeel was een openbare enquête die voor iedereen toegankelijk was. Op de schermen op de Pier en in de lokale kranten stond een QR-code die leidde tot de openbare enquête. Iedereen die mee wilde doen aan de enquête kon dat doen.
3. Het derde onderdeel was een onderzoek onder alle inwoners van Den Haag. We hebben een a-selecte steekproef van twintigduizend adressen gekregen uit de bevolkingsadministratie. Door de spreiding en het aantal adressen is dit een afspiegeling van de Haagse samenleving. Zij zijn uitgenodigd voor de enquête. De resultaten zijn geanonimiseerd en vergeleken met de opbouw van de Haagse bevolking. Door daarop te corrigeren is het onderzoek representatief voor wat de inwoners van Den Haag vinden over De Pier van Scheveningen..”

De gespreksleider licht toe dat op deze manier uitvoering is gegeven aan de motie uit de gemeenteraad dat alle inwoners van Den Haag moeten kunnen meedenken over de toekomst van de Pier. Vanavond worden enkele hoofdlijnen uit de resultaten van de onderzoeken toegelicht.

Midden maart stuurt het college van burgemeester en wethouders een raadsinformatiebrief aan de gemeenteraad. Als bijlagen zijn dan het rapport van Motivaction en het rapport van Awareness over de gevoerde participatie ook openbaar. De brief en de rapporten zullen aan de aanwezigen worden gestuurd. Tot die tijd is wat u hier hoort en ziet nog niet openbaar.

Onderzoeker Marco benoemt vervolgens een aantal zaken die Motivaction opvielen uit de steekproef-enquête onder alle Hagenaars:

- “Inwoners van Den Haag zijn niet per se extreem tevreden over de Pier. Gemiddeld wordt er als cijfer een 5,4 aan de Pier gegeven. Dat biedt ruimte voor verbetering. Minder dan de helft is heel tevreden.
- Mensen die via de QR code de enquête hebben ingevuld zijn iets tevredener (5,6) . De mensen die in de zomer de Pier bezochten gaven een 7+.
- Men is tevreden over de basisvoorzieningen van de Pier: uitwaaien, wandelen, genieten van het uitzicht op zee en strand.
- Er zijn veel ideeën geogst over het verbeteren van de Pier. Ontevredenheid heeft vooral te maken met het bouwwerk (de constructie) en het programma. Men vindt dat de Pier er niet uit ziet.”

Wat zien ze als aanvullingen?

“We hebben dit voorgelegd en de mensen de vrijheid gegeven om zelf zaken toe te voegen. Mensen zien bijvoorbeeld graag meer cultuur: podium, museum, theater, galerie. En een chic restaurant. Dat wordt door alle drie de groepen genoemd.”

- De Pier is openbaar gebied, behalve het hotel, restaurant en vergaderzalen. Die mate van toegankelijkheid vindt men prima (ongeveer de helft). Maar 40% vindt dat alles toegankelijk moet zijn dus dat er geen niet-openbare bestemmingen mogen zijn.
- Als het gaat om varianten van ‘slapen op zee’ – als algemene term voor een hotel of recreatiewoning of permanente bewoning – bleek dat een meerderheid van de inwoners van Den Haag vóór is. Maar bij vakantiewoningen zakt de steun naar 20%. Dat willen mensen dus niet. En de mogelijkheid van permanente bewoning krijgt slechts steun van 10% van de Hagenaars.”

Marco vertelt verder dat de uitkomsten van vrijwel dezelfde enquête, waaraan men kon meedoen via de gepubliceerde QR-code, vrijwel hetzelfde beeld geven als de aselecte steekproef. Maar de percentages zijn wat minder extreem. Ook deelde hij mee dat relatief weinig mensen uit de 20.000 benaderde adressen hebben meegedaan. De uitkomsten zijn daarmee nog steeds representatief, robuust en betrouwbaar, maar er moet bij elk percentage (hoeveel procent van de respondenten vindt iets) een marge worden gedacht van plus of min enkele procenten.

Vragen naar aanleiding van de onderzoeken

Na het verhaal van Motivaction hebben de aanwezigen de mogelijkheid om vragen te stellen.

- *Is er ook gevraagd naar de volumes van nieuwbouw op de Pier en de effecten daarvan op het zicht vanaf de kust?*

Marco: “Dat is niet als zodanig meegenomen.

Paul Weststrate voegt toe dat in de participatiegesprekken daar zeker wel over is gesproken.

- *Wat is jullie gedachte bij participatie en mate van onze betrokkenheid*
Paul Weststrate, die vanuit Awareness verantwoordelijk was voor de participatie: “We hebben veel ervaring met participatie. Daarbij is cruciaal dat deelnemers goed geïnformeerd zijn over alles wat er toe doet. Zodat ze op basis van een goed beeld gefundeerde meningen en argumenten kunnen inbrengen. En er moet ruimte zijn voor beïnvloeding, anders is het een wassen neus. Daarbij moet ook duidelijk zijn wat de kaders zijn die de speelruimte afbakenen. Wat is een onontkoombaar onderdeel van de plannen, en waar kan gevarieerd worden, rekening houdend met allerlei uiteenlopende belangen. Dat is wat De Pier al geruime tijd aan het doen is: ideeën en meningen met onderliggende argumenten ophalen. Zodat ze nu kunnen gaan kijken wat haalbaar is, welke kaders moeten gelden, en waar meer of minder draagvlak voor is.”
- *Participatie is een container. Op welke wijze hebben we invloed?*
Paul: “In het geval van de toekomst van de Pier neemt de gemeenteraad op enig moment doorslaggevende beslissingen. Bijvoorbeeld als het bestemmingsplan moet worden aangepast en bij het beoordelen van een bouwvergunning of omgevingsvergunning. Dat betekent dat de Pier alle belanghebbenden raadpleegt, maar dat de beslissingen ergens anders liggen.
- *Hoe hoog wordt het? Wat is daar uitgekomen?*
Paul: “Daar is niet expliciet naar gevraagd. In de participatie hebben we daar wel zaken over opgehaald. Dat presenteer ik zodadelijk.”
- *Ik vond Motivaction heel goed. Den Haag heeft veel te bieden: mooie binnenstad etc. Ik vind een aanbod dat meer divers is heel belangrijk en zou de boulevard willen verbreden. Daar kun je meer bieden, zoals theater etc.*
Paul: “Deze meneer heeft een plan ingestuurd naar gemeente en ontwikkelaar. In essentie gaat het om een dam die schuin de zee in loopt. Dit plan wordt besproken met Rijkswaterstaat, de gemeente en het Hoogheemraadschap. De uitkomst koppelen we aan u terug.”
- *Hoe zit het met de toegankelijkheid en bereikbaarheid van Scheveningen? Daar zitten we als inwoners mee.*
Paul: “Daar komen we dadelijk ook op terug.”
- *Hoeveel mensen deden mee aan de enquête?*
Marco: “20.000 mensen zijn uitgenodigd met een kaartje. 470 hebben gereageerd.”

Toelichting over de gevoerde participatie

Paul Weststrate neemt het woord om namens Awareness toe te lichten hoe de participatie is uitgevoerd. Dat begint feitelijk al in de periode 2018 tot 2020. Er zijn divers overleggen gevoerd, met name door de ontwikkelaar, met experts op allerlei terreinen, om beeld en gevoel te krijgen wat wel en niet technisch mogelijk zou zijn. Bijvoorbeeld op het gebied van duurzaamheid. Ook met de gemeente zijn mogelijkheden voor de noodzakelijke vernieuwing van de Pier verkend. Wij hebben een aantal sleutelpersonen van Scheveningse- en Haagse belangengroepen toen gesproken, die we ook recenter opnieuw hebben geïnterviewd.”

“Vorig voorjaar is de participatie in de versnelling gekomen. Vanaf de zomer 2022 zijn de volgende participatie-acties uitgevoerd:

- Interviews met bezoekers op boulevard en Pier (door Motivaction)
- Enquête - representatieve steekproef onder alle bewoners van Den Haag (door Motivaction)

- Enquête – via QR-code en social media (door Motivaction)
- Interviews met vertegenwoordigers van belangrijke partijen in Scheveningen: AVN (algemene vereniging natuurbescherming), BNS (Bewoners Noordelijk Scheveningen), SBS (Stichting Buitengewoon Scheveningen), Duurzaam Den Haag, Hotelkoepel, The Hague & Partners, VBS (boulevard ondernemers), Nationaal Park Hollandse Duinen, VVS (strand-exploitanten)
- Groepsgesprekken met: VVS, VBS en bewoners met direct zicht op de Pier

“Uit de opbrengst van de participatie kunnen we op hoofdlijnen onder meer de volgende conclusies trekken:

- De Pier is een icoon, het beeldmerk van Scheveningen en Den Haag als stad aan zee, en moet blijven.
- Een kwaliteitsslag is zeer gewenst. Daarbij gaat het om de staat van onderhoud en de wens dat de vernieuwde Pier zorgt voor een kwalitatieve toevoeging aan wat de boulevard en het strand voor bezoekers nu te bieden hebben. Dus alsjeblieft niet meer van hetzelfde.
- Velen vinden dat de Pier zelf duurzamer zou kunnen worden en dat de Pier in het beste geval ook kan bijdragen aan duurzaamheid voor de omgeving.
- Toevoegen van educatieve functies, van cultuur, en ruimte voor evenementen krijgen veel steun.
- Er worden kansen gezien voor de zakelijke markt (bijvoorbeeld congressen in combinatie met hotel).
- Een uitbreiding van de Pier moet het uitzicht vanaf de boulevard zo min mogelijk belemmeren.
- Bereikbaarheid moet zo goed geregeld worden, dat er niet nog meer overlast voor de omgeving ontstaat bij toename van bezoekersstromen.
- Voor een hotel op de Pier is steun bij een aantal groepen belanghebbenden; voor vakantiewoningen op de Pier is minder draagvlak; voor permanent wonen op de Pier is vrijwel geen steun

Paul geeft uit de rijke oogst per gesproken partij een doorsnede van de suggesties voor de vernieuwde Pier:

- AVN
 - Badplaats doorbreekt ecologische kustzone → creëer ‘stepping stones’
 - Natuur-educatie
- Duurzaam Den Haag
 - Duurzame energie-opwekking en andere duurzame thema’s
 - Educatie o.a. over klimaatverandering en –adaptatie
- Nationaal Park Hollandse Duinen (NPHD)
 - Badplaats is onderbreking tussen natuurgebieden → kijk of de Pier onderdeel kan vormen van een natuur-netwerk (vergelijk AVN ‘stepping stones’)
 - Stikstof-uitstoot (tijdens bouw, en daarna tijdens het gebruik) is nadelig voor NPHD
 - Natuureducatie en bewustwording
- The Hague & Partners
 - Pier heel belangrijk voor Den Haag en Scheveningen
 - Bereikbaarheid Pier / kuststrook moet enorm verbeterd worden
- Hotelkoepel
 - Bereikbaarheid Scheveningen / kuststrook is grootste uitdaging voor de aantrekkelijkheid
 - Suggesties voor de Pier:
 - sterk verbeteren, nu troosteloos
 - streef naar 365 dagen per jaar aanbod

- inzetten op: wellness, recreatiewoningen, groter hotel dan nu, duurzaamheid
 - Natuur-educatie
- Vereniging Boulevardondernemers Scheveningen / en ~ strandondernemers
 - niet concurreren met boulevard- en strandondernemers; moet publiekstrekker blijven
 - Aanvullend aanbod, meer voor kinderen en gezinnen, en ook hoger segment toevoegen (hotel, restaurant)
 - Evenementen, multifunctioneel theater, concertzaal, cultuur, educatie → juist ook buiten de piektijden (jaarrond) trekken
 - Bouw zo veel mogelijk prefab via de zee, buiten strandseizoen en/of zodat strand- en boulevardondernemers kunnen doorwerken
 - Bereikbaarheid is groot probleem
 - Bewoners flats met direct zicht op de Pier
 - Ziet er niet uit
 - Ingang Pier is obstakel van midden- naar noordboulevard
 - Pier mag langer/ verder in zee, maar niet hoger
 - Hotel kan, maar niet te groot/ te hoog
 - Tegen 'wonen op de Pier'
 - Zorgen over stagnatie van noodzakelijke verbeteringen (Pier en Midden-boulevard) door stikstofproblematiek
 - Suggesties:
 - Mooi restaurant
 - Educatie (Sealife – ook onder water - en Legoland verplaatsen naar de Pier)
 - Meer voor kinderen
 - Theater, multifunctioneel – zodat ook 's avonds meer te doen is
 - Wellness

Als we dat in een overzicht zetten waarbij de vaakst genoemde suggesties bovenaan staan, dan ontstaat het volgende beeld:

Geopperde ideeën	VVS	VVS achterban	VBS	VBS achterban	SBS	Bewoners met zicht op Pier	Duurzaam Den Haag	AVN	Hotel koepel	Nationaal Park Hollandse Duinen	The Hague & Partners	BNS	Totaal positief
Duurzaamheid (breed)	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	9
Educatie/musea samenwerking	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	7
Link met zee en water maken	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	6
Zeehondenvlonder	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	5
Hotel	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	5
Concert/theater zaal	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	5
Publiekstrekker	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	4
Sealife op de Pier /samenwerking	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	4
Evenementen	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	3
Meer aanbod voor kinderen en gezinnen	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	3
Congressen/ zakelijke markt	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	3
Combinatie DH en Scheveningen	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	3
Natuurinclusieve Pier	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	3
Of houten pier of vernieuwde publiekstrekker	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	3
Wellness	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	2
Chic restaurant	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	2
Recreatiewoningen	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	2
Watertaxi	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	1
Kwalitatieve leisure	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	1
Aanleg voor cruiseschepen	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	1
Distributiehuis	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	1
Permanente woningen	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	1
	■	= steun	■	= tegen	■	= neutraal/ niet besproken/ geen mening							

De rapportages over onderzoeken en participatie worden tegelijk met de raadsinformatiebrief openbaar, naar verwachting in de loop van maart.

Vragen naar aanleiding van de participatie

- *Bewoners willen meer rust. Dat zie ik niet terug. Veel omwonenden zeuren over alle activiteiten op het strand en de Pier.*

Paul: "Het viel ons op dat juist uit de groep bewoners van de boulevardstrook – met rechtstreeks zicht op de Pier – het geluid kwam dat er 's avonds vaak te weinig te doen is. Dat mag meer, maar natuurlijk moet dat niet gepaard gaan met veel licht en hard geluid. Er moet gezocht worden naar een middenweg."

- *In hoeverre is de renovatie rand-voorwaardelijk voor deze zaken?*

Paul: "Dat hoort u zo. Maar de bouwkundige staat is niet heel goed en vergt grote investeringen."

Presentatie ontwikkelaar

Ontwikkelaar Khashayar Ghiabi neemt het woord en geeft aan blij te zijn met de opkomst deze avond en het afgelopen half jaar. "Hierdoor hebben we veel ideeën en suggesties gekregen. Dank daarvoor. Hoe de vervolgstappen er uit zien is nu onduidelijk, maar we blijven met u in gesprek. U weet me ook te vinden, benader me vooral!

"We hebben nu een half jaar participatie achter de rug. De uitkomsten daarvan zijn vertaald naar 6 kernpunten voor een nieuwe Pier. Dit zijn de vertrekpunten voor de toekomst. Deze bespreek ik graag met u. We staan nu ook voor een belangrijke stap, gezien de bouwkundige en economische levensduur. We moeten dus ook grondig aan de slag.

Ik neem de punten op hoofdlijnen door, dan zoom ik in en daarna is er ruimte voor vragen. We willen graag na vanavond met z'n allen achter deze vertrekpunten staan."

De zes kernpunten die de ontwikkelaar heeft voor de nieuwe Pier zijn:

- 1) *De vernieuwde Pier versterkt het huidige beeldmerk van Scheveningen en Den Haag als stad aan zee*
"We willen de komende tijd onderzoeken wat dat is, een icoon. Wat zijn iconische waarden? Maar wij willen ook dat de noodzakelijke investeringen ook economisch haalbaar zijn."
- 2) *De vernieuwde Pier is voor iedereen (publiek toegankelijk + diverse programmering)*
"Er komen veel bezoekers naar de Pier, het is een brede doelgroep. Dat toegang gratis is wordt gewaardeerd, maar vooral ook het uitwaaien. Dat nemen we dus mee en zetten we bovenaan. We hebben – ook in het kader van toegankelijkheid – goed begrepen dat er geen steun is voor permanente bewoning. Ik zeg nu toe: er komt GEEN permanente bewoning op de Pier."
- 3) *De vernieuwde Pier is aanvullend op het functioneren van de badplaats Scheveningen.*
"Denk aan cultuur, vermaak, poppodium. We zijn inmiddels in gesprek met een aantal cultuurondernemers en daar zien we kansen. We zien ook kansen voor de zakelijke markt. We denken mogelijk aan een congrescentrum. Zakelijke verhuur gaat goed, daar willen we in gaan verbreden. Daarnaast willen we de 24-uurs economie jaarrond realiseren, waar iedereen - ook bewoners en ondernemers - van profiteren. Daarbij past een 'place to stay', waarbij mensen kunnen overnachten."

- 4) *De vernieuwde Pier heeft het milieu centraal in het denken en handelen.*
 “De Pier is natuur-inclusief. Voor ons is dat een no-brainer. We onderzoeken nu wat er kan groeien op de Pier, dit doen we met ecologen. Er zijn zeker mogelijkheden voor het vergroenen en de Pier inzetten als stepping stone voor de natuur. Ook onder de Pier, in de zee, is wat mogelijk. We hebben immers palen die je zo kunt maken dat er bijvoorbeeld schelpen en zeewier kunnen groeien. Daar gaan we naar kijken.”
- 5) *De vernieuwde Pier blijft goed bereikbaar.*
 “Door toevoegen van nieuw programma kun je piekmomenten gespreid programmeren. Daarbij denken we ook aan parkeer-hubs ofwel overstapplekken, en mensen vervolgens elektrisch naar de Pier vervoeren. Misschien kan de parkeergarage van Hommerson uitbreiden naar onder de aanlanding van de Pier. Dat bespreken we met Hommerson. Dit zijn zeker zaken die prioriteit hebben.”
- 6) *We maken passende toevoegingen aan een iconisch geheel.*
 “Wat is iconisch? Hoe zien we dat? Uit participatie komt dat horizon, zichtlijnen en uitzicht vanaf de boulevard belangrijk zijn. Wat zijn de uitgangspunten die we kunnen hanteren? Hoe kun je zo veel mogelijk de huidige zichtlijnen links, rechts en langs de bovenkant van de huidige bebouwing in stand houden? Daar zijn we over aan het nadenken. De diameter, lengte en hoogte van eventuele nieuwbouw zal passen bij wat er nu is. We gaan daarbij verder de zee op.”

Reacties en vragen vanuit het publiek

Naar aanleiding van de presentatie van Khashayar kwamen uit de zaal vragen.

- *Mooie kernwaarden, daar kan ik me wel in vinden. Als millennial begrijp ik niet waarom je investeert in meer parkeren. Moet je niet op openbaar vervoer en gedragsverandering sturen? En de gemeente mee laten denken over gratis openbaar vervoer naar Scheveningen?*
 Khashayar: “Daar ben ik voor. Goed om daarbij ook de gemeente te noemen. Gedragsverandering is belangrijk. Programmering vinden we ook goed om in het kader van ‘de toekomst’ te doen.”
- *Mijn burelen kunnen nu niet parkeren.*
 Khashayar: “We hebben met parkeernormen te maken, maar dat kan een gespreksonderwerp zijn.”
- *Het Pier concept is niet uniek voor Nederland. Kun je inspiratie ophalen bij andere landen? Daar hoor ik u niet over.*
 Khashayar: “We hebben onderzoek gedaan naar alle pieren in de wereld. Conclusie: we hebben iets unieks.”
- *Wordt er rekening met de surfers gehouden? Voor hen is de Pier ook belangrijk. Ik vind het erg iconisch dat we veel surfers rond de Pier hebben.*
 Khashayar: “ We houden zeker rekening met hen. Deze plek om te surfen is iets iconisch. Daarnaast huren ze ook een deel van de Pier. We gaan ze spreken.”
- *De locatie van de Pier, blijft die hier of wordt het noordelijker?*
 Khashayar: “Er is veel over nagedacht in het verleden. Het wordt ook i.v.m. stikstof nog ingewikkelder om de Pier ergens anders neer te zetten, met name richting het duingebied vanaf het Zwarte Pad.”
- *Ik schrok toen u het had over congrescentrum en ‘place to stay’. Dan denk ik aan hoge gebouwen en toegankelijkheid. Wordt er nagedacht over bijvoorbeeld een samenwerking met het Kurhaus om daar dan te overnachten? Om hoteltorens te voorkomen en hotelkamers beperkt te houden.*
 Khashayar: “Er is een balans tussen een haalbaar plan en dit soort aspecten. Dat wordt een zoektocht. Hoeveel

kamers zijn dat? Waar komen die? Etc. Een congrescentrum moet wel multifunctioneel zijn. Zodat het ook een poppodium kan zijn of een pop-up museum.

Gespreksleider Paul haakt in: *Heb je enig idee over omvang van een theater?*

Wordt het een klein zaaltje? Of heel groot?

Khshayar: "Het wordt geen klein zaaltje. Het moet in de businesscase wel substantieel zijn. Weet nog niet hoeveel plaatsen."

- *Jullie zijn al 8 jaar bezig. Waarom nu pas participatie?*

Khshayar: "In 2018, 2019 en 2020 was er ook al participatie. De urgentie was er toen ook, maar mede door bestuurswisselingen heeft de volgende stap om iets met de Pier te doen langer geduurd. Dus nu ziet ook de gemeente meer het belang van vernieuwing in, mede vanwege de bouwkundige staat. Daarom doen we nu in nauwe afstemming met hen deze participatie."

- *Wat is de wens van de mensen in de participatie over de hoogte en lengte?*

Khshayar: "De wens van bewoners is: ga niet veel de hoogte in, maar als er iets moet gebeuren doe dat dan in het verlengde, dus verder zeewaarts."

Paul: "De Pier zoekt naar een business case die het mogelijk maakt om grondig te vernieuwen en een waardevol programma op te zetten. Daarop is door de bewoners gezegd: als je meer volume moet maken, doe het dan binnen de zichtlijnen."

Gaan er nog vragen gesteld worden over die zichtlijnen?

Khshayar: "We gaan niet enquêteren maar daar zeker wel over in gesprek."

- *Jaar of 7 geleden was er een avond met cabaret en diner. Wat was daar de reden voor, waarom is dat gestopt? Vonden we erg leuk.*

Khshayar: "Er was destijds steeds minder animo. Het publiek bleef weg. Dus is dat toen gestopt, maar we hebben nu gehoord dat daar behoefte aan is, dus brengen we cultuur in verschillende vormen terug."

- *Je hebt hier al een musicaltheater, maar die kaartjes zijn erg duur. Houd je rekening met de kosten? Moet voor iedereen toegankelijk zijn.*

Khshayar: Daar ben ik voor, maar dat ligt aan de exploitant. Dat maakt het lastig.

- *Je kunt niet meer eten bij Zilt, de wellness is weg etc. Alles wat hier zit houdt het niet vol. Hoe ga je ervoor zorgen dat ze blijven bestaan? Hoe zorg je dat de bezoekersstromen op gang blijven?*

Khshayar: "Het restaurant loopt nog wel, maar is nu gelinkt aan het hotel. We willen investeren om dat open te houden en perspectief bieden. Daarom is het zo belangrijk om nu stappen te zetten"

Komt het door de shabby-ness?

Khshayar: "Daar moeten we iets aan doen."

- *Wanneer moet u beginnen? Hoelang kan de Pier zo blijven staan?*

Khshayar: "Uit onderzoek komt dat bepaalde delen er slecht aan toe zijn. Met name de eerste 70 meter moeten we op korte termijn iets aan doen. We kijken wanneer dat echt moet. Daar ligt ook een kans om de aansluiting op de boulevard te verbeteren, zodat de loop tussen noord- en middenboulevard wordt versterkt."

- *Mooi dat dit gebeurt en dat er initiatief wordt genomen. Moet de fundering helemaal aangepast worden?*
Khashayar: "Dat moeten we nog nader onderzoeken. De palen zijn nog in goede staat. Het hangt ervan af wat we gaan doen wat er kan blijven staan."
- *Ik was naïef, ik dacht een plan te gaan horen wat het ging worden. Jullie zijn nu eigenaar en exploitant. Zijn er gesprekken met partijen om het geheel te exploiteren?*
Khashayar: "Nog niets concreets, maar we zijn in gesprek."
- *We zijn al 20 jaar bezig om dit jaarrond bruisend te maken. Je moet communicatie inzetten om mensen naar Scheveningen te brengen. Helpt de gemeente daar ook bij? Want toch nu toe is het niet gelukt.*
Khashayar: "Ik ben blij met hoe we samen met de gemeente dit hebben opgepakt."
- *Gemeente zit in de stuurgroep van het Nationaal Park Hollandsche Duinen. Pier is onderdeel daarvan. Gebruik het merk nationaal park!*
Paul: "Communicatie en participatie over de Pier is samen met de gemeente gedaan. Naarmate de gezamenlijke planontwikkeling nu meer richting gemeente gaat, zal de communicatie over dit proces ook voor een toenemend deel vanuit de gemeente gebeuren. De communicatie over en marketing van Scheveningen als toeristisch gebied ligt bij The Hague Marketing."
- *Is het een privaat project of publiek-privaat?*
Khashayar: "De Pier BV investeert. Er zit geen publiek geld in."
- *Hoe is het de afgelopen 8 jaar gegaan? Het is Van der Valk niet gelukt. Het was verloederd voordat jullie kwamen. Toen was het een hipster sfeer, een vriendelijke sfeer. Nu is er weer vervuiling, er liggen sigaretten etc. Hoe ziet u dit?*
Khashayar: "We hebben een plan gemaakt voor 5 jaar exploitatie. Dat is goed gelukt. Dat is weer verlengd met 5 jaar. Daar is het plan eigenlijk niet voor gemaakt, vandaar dat het nu echt tijd is voor doorontwikkeling!"
- *In hoeverre heeft Hommersom iets te zeggen over hoe de Pier gaat worden?*
Khashayar: "We zijn in gesprek omdat zij aan het Pierplein zitten. De Pier is ons eigendom."
- *Er speelt bij de ontwikkeling van de Pier toch ook het economisch belang. Daar moet je in de participatie eerlijk over zijn. Laat ook het conflict zien.*
Khashayar: "Zeker. Ik hoop dat dat ook vanavond duidelijk is geworden. Er zijn grote investeringen nodig om zowel de bouwkundige staat als de exploitatie te verbeteren. In het belang van het behoud van de Pier, en liefst op een manier die ook voor heel veel andere partijen hier aan de kust voordelen oplevert."

Afsluiting door ontwikkelaar

Mathia van der Varst sluit de bijeenkomst af: "Zoals jullie merken, kunnen we nog niet over alles concreet zijn. We kunnen wel een tijdlijn schetsen. We delen met u het verslag. Een nieuwsitem over de avond komt op onze website en in de nieuwsbrief."

"Na de commissiebrief gaan we een PUK-traject (*plan uitwerkingskader*) in. De gemeente maakt dit PUK, in samenwerking met ons als ontwikkelaar. Dit proces heeft ook weer eigen participatietraject in zich. Aankomend jaar werken we aan dat PUK.

In april/ mei willen we dat met jullie bespreken. Na het PUK-traject volgt een bestemmingsplanprocedure. Daar zitten ook formele inspraakmomenten in. Doorlopend werken we met participatie aan ons plan van aanpak."

Vragen voor Mathia vanuit de zaal:

Wat gebeurt er tot 2026 aan de bouw? Wat doen jullie aan de entree en de verloedering?

Mathia: "In de tussentijd exploiteren we door en we kijken wat er op korte termijn moet gebeuren. Tegelijkertijd zal voldoende duidelijk moeten zijn wat het toekomstperspectief is voor de Pier om grote ingrepen te kunnen doen."

- *Het Pierplein en de entree wil je niet voor 3 jaar zo laten.*

Mathia: "We kunnen niet zomaar wat doen. We moeten een degelijk proces doorlopen."

Je kunt dus niet beweren dat het de komende vier jaar zo blijft. Begin bijv. met schoonmaken.

Mathia: "Een aantal zaken die meteen gewenst zijn in de dagelijkse exploitatie geven we door aan de Pier-manager Herman Smit. Hij kon vanavond helaas niet hierbij zijn."

- *Hoe veilig is bovendeck nog?*

Mathia: "De dek-delen die kapot zijn vervangen we één voor één. We kijken met Herman hoe we hiermee om kunnen gaan."

Afsluiting bijeenkomst

De gespreksleider neemt het woord en citeert een bekende politicus: "We zetten vanavond geen punt maar een komma". Oftewel het is het begin van het vervolg. De ontwikkelaar blijft met u in gesprek.

Op de valreep wordt door een deelnemer een suggestie voor een nieuwe naam voor de Pier gedaan. Ik geef hem even mee: "Ex-PIER- ience for the Netherlands."