



Appel

Oproep voor structurele vernieuwing van het winkellandschap

We kunnen er niet omheen: het winkellandschap in Nederland is flink in beweging. En dat vraagt om visie, beleid en een veranderde aanpak. Hoe gaat u als betrokkene om met veranderingen in de retail? In dit appel aan alle betrokkenen schetst de taskforce Dynamische retailontwikkeling hoe de noodzakelijke transitie vorm kan worden gegeven en de vitaliteit van de winkelstructuur kan worden versterkt.

Vitaliteit en transitie binnen heldere kaders

Het koop- en bezoekgedrag van consumenten verandert. Het consumentenvertrouwen is mede als gevolg van de crisis al enkele jaren zeer laag. In combinatie met vergrijzing en ontgroening beïnvloedt dit het bestedingspatroon. Internet heeft een plaats verworven in non-food aankopen en 5,6% van alle detailhandelsbestedingen gaat via dit kanaal. De manier waarop mensen winkelen is in tien jaar sterk veranderd. Velen spreken van een transitie; er is sprake van structurele veranderingen in het gedrag van consumenten en wijze waarop we de winkelstructuur vorm moeten geven. Dit vraagt om ander beleid en andere strategieën om de fysieke retailstructuur gezond, dynamisch en attractief te houden. Belangrijke stakeholders binnen de retailsector zijn daarom bij elkaar gekomen en hebben de Taskforce Dynamische Retailontwikkeling (TF DRO) opgezet. De Nederlandse Raad Winkelcentra (NRW) heeft dit initiatief gefaciliteerd.

De TF DRO heeft zich ten doel gesteld te komen tot een vitale winkelstructuur. Vitaal in die zin dat er sprake is van een productieve sector. Een sector die in staat is toekomstige consumenten goed te bedienen en ondernemingen kansen biedt zich te verder ontwikkelen. Dit is een proces dat in samenspraak met alle actoren vorm moet krijgen. De TF DRO doet daarom een beroep op de bepalende spelers in de retailmarkt, zoals ontwikkelaars, beleggers, ondernemersorganisaties en overheden. Meer dan voorheen ligt er immers de noodzaak om in samenspraak met stakeholders tot heldere keuzen te komen. Vitaliteit en transitie kunnen alleen binnen duidelijke en gezamenlijk gedragen kaders vorm krijgen.

EEN PLEIDOOI VOOR STRUCTURELE VERANDERING ...

Onze bevindingen delen we graag met u als belanghebbende in de sector. U heeft als belanghebbende en betrokkene een verantwoordelijkheid voor de wijze waarop veranderingen moeten plaatsvinden. Daarvoor is een visie nodig. Een visie binnen de context van de noodzakelijke vernieuwing. Het uitgangspunt bij ons pleidooi voor verandering is, dat de nieuwe praktijk zich moet richten op groei, ontwikkeling en verbetering van de kwaliteit van de winkelstructuur – en niet op bescherming. De maatschappij verandert. Daarom moet ook het winkellandschap zich aanpassen aan de wensen van de huidige en toekomstige kritische generatie consumenten. Doemdenken helpt niet. Creëren en benutten van kansen op goede locaties, maar ook sanering en transitie van aanbod op slechte locaties, daar gaat het om.

... MET AANBEVELINGEN VOOR VERBETERING

In dit document informeren wij u over de stand van zaken in het winkellandschap. Ook leest u onze aanbevelingen inzake visie en beleid voor de verbetering van het winkellandschap. Aanbevelingen die u helpen om in te zetten op een gezonde en vitale winkelstructuur. Tot slot vindt u een aanzet voor een beslisboom en toetsingskader die u kunnen helpen bij de transitie die moet plaatsvinden. Want hoe u het ook wendt of keert, niks doen is geen optie.



De huidige stand van zaken

Hoe staat het winkellandschap in Nederland er op dit moment voor? En wat is nodig om de problemen aan te pakken? Een korte schets van de ontwikkelingen.

HEEL LANG NAMEN BESTEDINGEN EN WINKELAANBOD TOE

Nederland heeft een fijnmazig opgebouwde winkelstructuur. Dit heeft voor- en nadelen. Nadeel is dat nu op te veel plekken hetzelfde wordt aangeboden. Daardoor is er te weinig onderscheid tussen winkelgebieden. Jarenlang was deze opbouw van het winkellandschap functioneel. Er werd ook flink bijgebouwd. Vanaf 2000 steeg het winkelaanbod per hoofd van de bevolking met meer dan 10%. De detailhandelsbestedingen namen in die tijd met 12% toe.

HET KEERPUNT: MINDER UITGAVEN, DALEND CONSUMENTENVERTROUWEN

Sinds 2009 heeft de sector te maken met stagnerende bestedingen als gevolg van de economische crisis. Mensen kopen vaker via internet. Het consumentenvertrouwen is gedaald en de leegstand in winkelgebieden is toegenomen.

naar een nieuwe vorm van retailplanning

De leegstand in winkelgebieden in Nederland ligt op dit moment rond de 6,9%; begin deze eeuw was dit ca. 5,7% (bron: Locatus). Lokaal zijn er echter enorme verschillen: in het centrum van bijvoorbeeld Echt, Schiedam en Geleen is de leegstand veel groter dan het landelijk gemiddelde. In de centra van Utrecht, Amsterdam en Rotterdam ligt de leegstand beduidend lager dan het landelijke cijfer en is er zelfs een tekort aan winkelmeters.

De ruimtelijke ordening is vooral gericht op behoud van bestaande winkelgebieden – mede op verzoek van de sector zelf. Een nadeel hierbij is dat er te weinig oog is voor actuele ontwikkelingen. Echt vernieuwende initiatieven zijn uitgebleven en er zijn veel projecten gerealiseerd die hebben geleid tot versnippering en veel van hetzelfde. Een ander probleem is dat het beleid voor winkelgebieden vaak ophoudt bij de gemeentegrens. Het winkelend publiek laat zich echter niet leiden door gemeentegrenzen. Dit maakt afstemming tussen steden en winkelgebieden steeds belangrijker. Provinciaal en – op onderdelen – landelijk beleid is noodzakelijk.

WAAR LIGGEN DE KANSEN?

Winkelontwikkelingen hangen sterk samen met economie en demografie. Investerings in de winkelstructuur zijn sterk afgenomen – en dus is het belangrijk de juiste plekken te vinden waar nog wél geïnvesteerd kan worden. Dat kan niet meer vanuit oude denkwijzen. Meer dan voorheen speelt de kracht van een stad of dorp en de bijzonderheid van een locatie een rol. Die bepalen dan ook waar de potenties van een stad of wijk liggen om de vitaliteit van de winkelstructuur te versterken. Het is van belang om in samenspraak met de belanghebbenden de kernkwaliteiten van winkelgebieden te vergroten om eenvormigheid te beperken. Op deze wijze kan beter worden ingespeeld op de wensen en behoeften van de consument.

OUDE STIJL	NIEUWE STIJL
hiërarchische structuren	netwerkstructuren
winkelcentra	stedelijke gebieden
uitbreiding winkelmeters	saneren, transformeren en investeren
statisch	dynamisch
evenwicht	stimulans
beschermend	faciliterend
kwantitatief	kwalitatief
aanbodgericht	consumentgericht
inhoud	proces
bestedingen primair	beleving en bestedingen
projectgericht	procesgericht

AANPAK IN DE NIEUWE TIJD

Er is geen standaardaanpak voor winkelplanning. Elke stad en regio kent een eigen context vanwege de economische, sociale, geografische en politieke signatuur. De ontwikkeling van winkelgebieden is op regionaal niveau niet te sturen met

statische modellen van de winkelstructuur. De aanpak van de problematiek is maatwerk, waarbij ruimte nodig is voor veranderingen in de markt en voor ondernemerschap.

Er is tevens behoefte aan nieuwe vormen van winkelplanning. Waar voorheen uitbreidingspotentie in vrijwel alle onderdelen van de verzorgingshiërarchie vanzelfsprekend was,

*van aanbodgericht naar klantgericht,
van projectgericht naar procesgericht*

is dat in de toekomst niet meer het geval. De transitie van de retailplanning en -ordening heeft betrekking op tal van aspecten. Essentieel is dat retailplanning meer dan voorheen rekening moet houden met de lokale context en signatuur van de consument. Ontwikkelingen die niet bijdragen aan de kwaliteit van de stedelijke structuur, zijn kwetsbaar. Om in deze complexe situatie te komen tot haalbare plannen vraagt dit om samenwerking en de bereidheid van de stakeholders tot open discussie en uitwisseling van kennis.

De TF DRO heeft als doel te komen tot de gewenste vitaliteit door een kader neer te zetten voor de beoogde transitie. Dit bestaat niet uit het zonder meer toestaan van allerlei ontwikkelingen. Noch uit het rigide beschermen van het bestaande winkelaanbod. Het gaat primair om het creëren van meerwaarde voor consumenten en ondernemingen binnen de bestaande structuur. Op de goede plekken die economische meerwaarde hebben en de identiteit van dorp en stad versterken.





Kernpunten van nieuw beleid

Het versterken van de vitaliteit van de winkelstructuur in gemeente, regio of provincie is alleen mogelijk door te komen tot duidelijke samenwerkingsafspraken. Naar onze mening zijn de volgende essenties daarbij leidend.

1

VERNIEUW EN INNOVEER

Veel gemeenten geven nu aandacht aan overbewinkeling en leegstand. Vernieuwing blijft echter noodzakelijk. Investeer daarom in verbetering van de bestaande structuur en integratie van fysieke en internetretail (*cross channeling*). Zorg voor vernieuwing en dynamiek op goede locaties. En transformeer en saneer slechte winkelgebieden.

2

STOP MET BESCHERMEN VAN ZWAKKE WINKELGEBIEDEN

Investeer niet in zwakkere onderdelen van de winkelstructuur ter bescherming. Dit werkt contraproductief. U levert hiermee geen bijdrage aan de vitaliteit van de winkelstructuur.

3

STA GEEN NIEUWE DETAILHANDEL TOE BUITEN DE BESTAANDE WINKELSTRUCTUUR

De behoefte aan fysieke winkelmeters neemt af. Voorkom daarom nieuwe stadsrandconcentraties zoals PDV- of GDV-locaties en winkels bij stadions. Wel is het zinvol om op bijvoorbeeld ov-knooppunten, bij universiteiten en kantoorlocaties aanbod te creëren dat gericht is op de daar aanwezige consumentenpopulaties. En sta geen detailhandel toe op bedrijventerreinen.

4

SCHAALSPRONG ALLEEN BIJ UITZONDERING

Een flinke uitbreiding van een winkelgebied verstoort het evenwicht in de winkelstructuur en leidt tot sterke verschuiving van koopstromen. Een schaalprong is alleen zinvol als daarmee een meer vitale winkelstructuur ontstaat. Bijvoorbeeld: als een wijk drie vergelijkbare buurtwinkelcentra heeft, kan transformatie naar één wijkwinkelcentrum bijdragen aan de vitaliteit van het voorzieningenapparaat.

5

GEEF SLECHT RENDERENDE WINKELMETERS EEN NIEUWE BESTEMMING

Overheid en marktpartijen hebben een gezamenlijke verantwoordelijkheid om slecht renderende winkelmeters te transformeren of uit de markt te halen. Geef leegstaande winkelmeters op slechte retaillocaties daarom een herbestemming die past bij de locatie.

6

FLEXIBILISEER DE HUIDIGE HUURWETGEVING

Om de investeringsbereidheid in winkelgebieden te verhogen is het nodig de huurwetgeving te flexibiliseren. Daardoor kan versneld een nieuwe huurdersmix ontstaan die aansluit bij veranderingen in draagvlak en consumentengedrag.

7

STEL DE GEBRUIKER CENTRAAL EN WERK SAMEN

Niet de oppervlakte telt, maar de kwaliteit van het winkelgebied. Sluit daarom aan bij de praktijk en stel de gebruiker centraal. En werk samen. Bij het proces van vernieuwing zijn veel partijen betrokken: overheden, retailers, eigenaren, beleggers, projectontwikkelaars en andere partijen als corporaties, architecten en stedenbouwkundigen. Hierdoor neemt de complexiteit toe. Zorg dus voor een gezamenlijke focus op het eindbeeld: een vitale, aantrekkelijke winkelstructuur.

8

STEL KADERS VOOR INVESTERINGEN IN DE DETAILHANDELSSTRUCTUUR

Rijk, Provincie en gemeente moeten een beleid uitdragen dat erop is gericht de dynamiek in de detailhandel te stimuleren. Het doel van dit beleid is het creëren van een economisch vitaal en aantrekkelijk winkelaanbod. Elke provincie moet beschikken over een detailhandelstructuurvisie. Ook is het nodig dat de gemeente in samenspraak met beleggers en ondernemers een visie ontwikkelt die gericht is op het versterken van de vitaliteit van de winkelstructuur. Het is hierbij belangrijk dat betrokkenen perspectiefrijke en perspectiefarme gebieden definiëren.

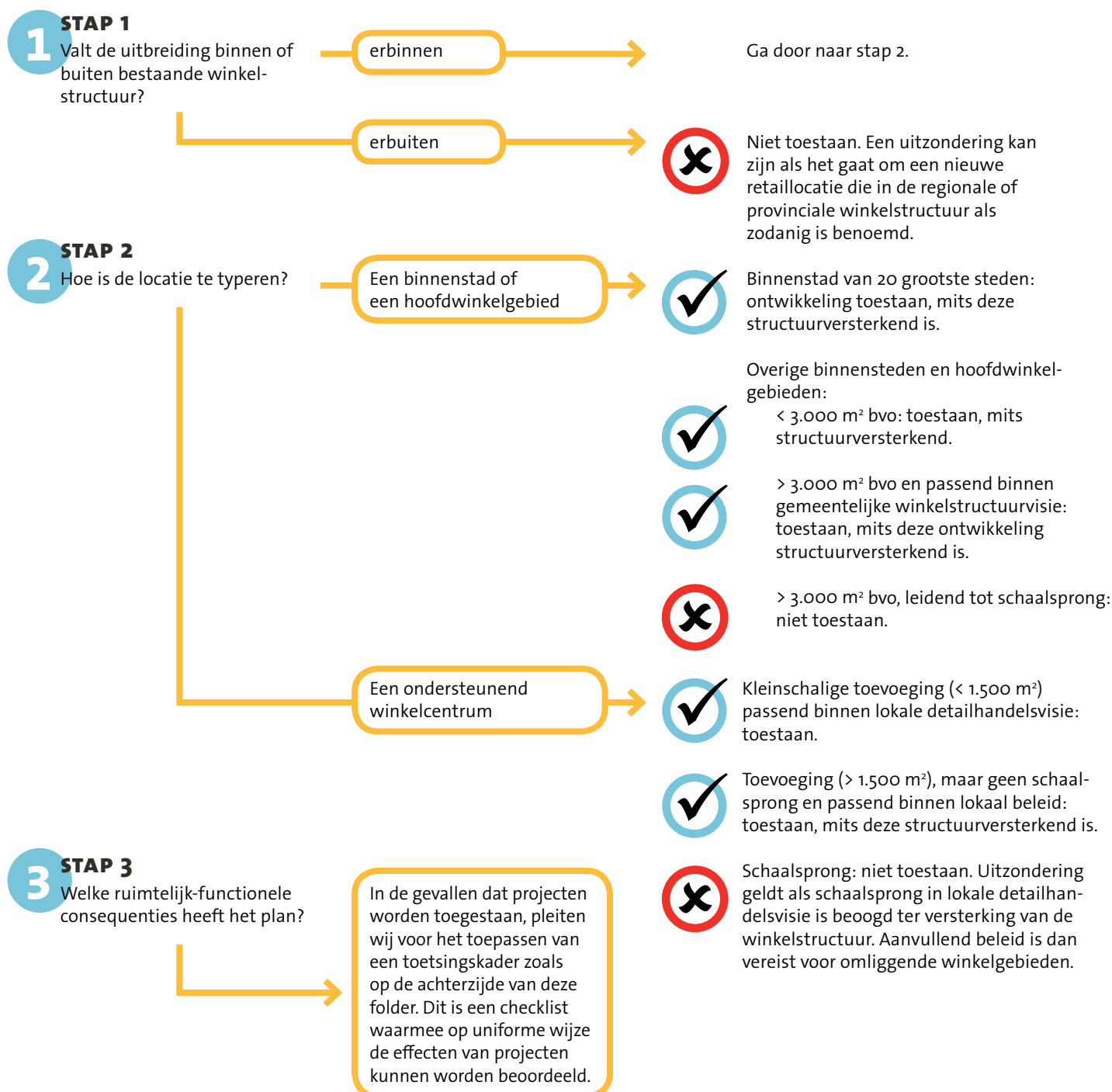


Kaders beoordeling winkelinitiatieven

Bijbouwen of niet? De regelgeving verscherpen of juist versoepelen – maar hoe? De gewenste transitie moet binnen heldere kaders plaatsvinden. Daarom zijn keuzen nodig. Deze keuzen hebben betrekking op twee niveaus. In de eerste plaats op het niveau van de winkelstructuur. Waar staan we wat toe? Ten tweede op het niveau van het project. Draagt het project bij aan de beoogde versterking van de vitaliteit? In het volgende geven we een eerste aanzet welke aspecten bij deze keuzen een rol spelen.

BESLISBOOM INITIATIEVEN WINKELSTRUCTUUR

Een belangrijk uitgangspunt is, dat vernieuwing binnen de bestaande winkelstructuur moet plaatsvinden. Vernieuwing moet daar plaatsvinden, waar de bijdrage aan het versterken van de vitaliteit optimaal is. De TF DRO doet in het volgende daarvoor een aantal suggesties die in stappen zijn uitgewerkt.





Het toetsingskader

Het toetsingskader is erop gericht in kaart te brengen of een project de structuur versterkt of niet. Om dit te beoordelen heeft de TF DRO een eerste overzicht gemaakt van de dimensies (en criteria) die daarbij bepalend zijn.

De tabel rechtsboven laat zien dat beoordeling van projecten vanuit verschillende optiek moet plaatsvinden. Een project dat aan de aangegeven dimensies voldoet, draagt naar de mening van de TF DRO bij aan het versterking van de vitaliteit van de winkelstructuur. Ter toelichting daarop nog het volgende.

MARKTVISIE, HAALBAARHEID EN POSITIONERING

Naast de traditionele vraag - aanbodanalyse gaat het vooral om de beoordeling van de bijdrage van het project aan doelstellingen op het terrein van positionering, identiteit en vernieuwing, kortom de vitaliteit van de winkelstructuur.

INVLOED OP STRUCTUUR EN TOEKOMSTBESTENDIGHEID

Veel aandacht moet er zijn voor de effecten van een ontwikkeling. Daarbij gaat het niet om economische effecten, maar om zaken die te maken hebben met de invloed op de structuur en de toekomstbestendigheid van het project.

VASTGOEDPERSPECTIEF

Bij vastgoedperspectief gaat het vooral om de mate waarin er sprake is van het creëren van beleggingswaarde. Basis daarvan vormt in het algemeen de commercialiteit, c.q. de mogelijkheid voor (nieuwe) ondernemingen om te komen tot een optimale bedrijfsvoering. In de praktijk gaat het dan bv. om passende huurprijzen in relatie tot de kwaliteit van de locatie, de uitstraling en beoogde trekkracht en functie.

MAATSCHAPPELIJK EN ECONOMISCH RENDEMENT

Het gaat hierbij om aspecten vanuit het bestaande overheidsbeleid (lokaal/regionaal) en de oriëntatie van dit beleid in termen van behoudend of vernieuwend. Een aspect hierbij is dat lokale ontwikkelingen waar nodig getoetst worden aan het regionale beleidskader.

Belangrijk is het principe van 'de juiste voorziening op de juiste plek'. Als de bestaande winkelstructuur nieuwe voorzieningen kan opnemen, heeft dit de voorkeur. Bij het maatschappelijk en economisch rendement speelt tevens de vraag of het project een bijdrage levert aan de maatschappij als geheel. Hoewel dit nogal uiteenlopend kan zijn (status, financieel, voorzieningenniveau), gaat het vooral om transparantie in investeringen en opbrengsten. Bijvoorbeeld om de effecten op aantallen bezoekers, omvang van extra bestedingen en werkgelegenheid.

DIMENSIES VAN HET TOETSINGSKADER

1	marktvisie en haalbaarheid
2	verbetering positionering
3	identiteit en binding
4	vernieuwingswaarde
5	geschiktheid van de locatie en infrastructuur
6	invloed op structuur en effecten
7	toekomstbestendigheid
8	mobiliteit en parkeren
9	vastgoedperspectief
10	maatschappelijk en economisch rendement

Opmerking: elk van de dimensies is in het hoofdrapport uitgewerkt in indicatoren

NAAR EEN VITALE WINKELSTRUCTUUR

Een vitale winkelstructuur biedt ruimte om in te spelen op veranderende maatschappelijke en economische omstandigheden en de behoeften van consumenten en ondernemers. Een winkelstructuur in regio of stad is vitaal als deze de economische potenties volledig weet te benutten. Een vitale winkelstructuur draagt tevens bij aan de leefbaarheid van wijk of stad.

Bij het creëren van een toekomstbestendige winkelstructuur is het essentieel dat inzichten vanuit verschillende belangen samenkomen. Uitgangspunt vormt daarbij de kwaliteit van de stad en de transitie die nodig is om de winkelstructuur toekomstbestendig te maken. In een tijd waarin de virtuele wereld expandeert, is herwaardering nodig van de fysieke omgeving. Dit kan alleen tot stand komen als de wil en de durf bestaan om samen te werken en vooral ook om keuzen te maken. Structurele vernieuwing en transitie kunnen naar onze mening alleen optimaal plaatsvinden binnen heldere kaders.

Voor nadere informatie kunt u contact opnemen met:



**NEDERLANDSE RAAD
WINKELCENTRA**
Herculesplein 271,
3584 AA Utrecht

T +31 (0)30 231 37 54
I www.nrw.nl

Het hoofdrapport kunt u downloaden via de website van NRW.

Per 3 februari 2014 verhuizen wij naar:

Hoog Catharijne
Kantorencomplex Cluetinckborch
Godebaldkwartier 64, 3511 DZ Utrecht