

Geachte leden van de raad,

Vandaag wil ik het belang van onze binnenstad onder de aandacht brengen. Het centrum is niet zomaar een winkelgebied; het is het hart van, onze stad, Almelo, daar waar ontmoeting, beleving en ondernemers samenkomen. In een tijd waarin keuzes gemaakt worden over branchering en ruimtelijke invulling, is het cruciaal dat we de unieke kracht van de binnenstad behouden én versterken.

Wij zijn blij met de voorliggende detailhandelsvisie en waarderen de duidelijke keuze voor een toekomstbestendige inrichting van de winkelstructuur. Het is positief dat daarbij rekening wordt gehouden met het veranderende consumentengedrag én met de groeiambitie van Almelo op het gebied van woningbouw. Daarom willen wij benadrukken dat investeren in de binnenstad noodzakelijk is – voor nieuwe en bestaande inwoners, om talent en jongeren aan te trekken, en om Almelo als stad aantrekkelijk en levendig te houden. Want de binnenstad moet meer zijn dan een plek om te winkelen; het moet een ervaring zijn. Door beleving toe te voegen aan de openbare ruimte creëren we een gastvrije sfeer waarin mensen zich warm en welkom voelen. Denk aan aantrekkelijke pleinen, evenementen, citymarketing, veiligheid, kunst in de openbare ruimte en een divers aanbod van horeca en cultuur. Dit draagt bij aan een sterke klantreis: van het moment dat iemand de stad binnenkomt tot het vertrek, moet het gevoel van gastvrijheid en levendigheid centraal staan. Dus nogmaals wil ik de noodzaak van investeren benadrukken, dit is een investering die zich terugbetaalt in een bruisende stad waar mensen graag verblijven.

Daarnaast onderschrijven wij de gekozen benadering waarin de complementariteit tussen de binnenstad, de Lifestyle Boulevard, de radialen en de wijkwinkelcentra centraal staat. Deze visie laat zien dat er ruimte is voor een duidelijke en onderscheidende rol voor zowel de binnenstad als de Lifestyle Boulevard en de wijkcentra, waarbij zij elkaar versterken in plaats van beconcurreren.

Voor de binnenstad betekent dit dat we inzetten op diversiteit en beleving, en dat we voorkomen dat er volumineuze zaken ontstaan die niet passen bij het karakter van het centrum. Tevens is onze wens om ook te kijken naar flexibiliteit wat ten goede komt van de diversiteit en innovativiteit in de binnenstad, denk hierbij aan pop up stores maar ook om blending/ blurring concepten toe te gaan voegen.

We zien dat het consumentengedrag al sterk is veranderd. Juist daarom moeten we oppassen dat we niet ook bij elk boodschappencentrum een soort mini-binnenstad creëren. Deze winkelcentra zijn bedoeld voor dagelijkse boodschappen en hebben een ander imago en functie dan de binnenstad of de Lifestyle Boulevard. Het is belangrijk dat we deze scheiding bewaken, zodat elk gebied zijn eigen kracht behoudt.

Belangrijke punten betreft de detailhandelsvisie

- Binnenstad: geschikt voor; lokale detailhandel hierbij denkende aan kledingzaken, speciaalzaken als bijvoorbeeld een chocolaterie of luxe slijterij, speelgoedwinkels maar

ook horeca, cultuur en evenementen. Deze mix zorgt voor beleving, identiteit en levendigheid.

- Lifestyle Boulevard: ruimte voor grootschalige winkels met grotere oppervlaktes, zoals meubelzaken en sportwinkels. Dit vult het aanbod aan zonder directe concurrentie met het centrum.
- Winkelcentra: Het primaire doel van deze centra is het faciliteren van dagelijkse behoeften: supermarkten, drogisterijen, bakker, slager en soms een kleine service zoals een stomerij. In tegenstelling tot de binnenstad of een lifestyle boulevard draait het hier niet om beleving, horeca of mode, maar om praktische aankopen.

Dus ook qua branchering vragen we aandacht: laten we ervoor zorgen dat de invulling van alle gebieden elkaar versterkt in plaats van overlapt. Zo creëren we samen een stad die aantrekkelijk is voor bewoners, bezoekers én ondernemers.

Laten we samen vasthouden aan deze visie en de daarin complementariteit tussen binnenstad, wijkwinkelcentra en Lifestyle boulevard niet alleen behouden, maar actief versterken. Door duidelijke keuzes te maken in branchering, oppervlakte en beleid, bouwen we aan een stad waar beide gebieden floreren en elkaar aanvullen. Wij begrijpen dat de Lifestyle Boulevard graag kleinere oppervlakten wil verhuren. Daar willen we in meedenken, maar wel tot een minimum van 750 m². Groter dan dat past niet bij de functie en uitstraling van de binnenstad. En kleiner dan dat niet bij de functie en uitstraling van de lifestyle boulevard. Dit is een grens die helpt om de unieke positie van het centrum maar ook van de Lifestyle Boulevard te behouden.

Wij hebben bijvoorbeeld nu twee goed draaiende speelgoedwinkels in de binnenstad en het zou zeker een groot verlies zijn voor de binnenstad wanneer deze zouden verdwijnen door het uitbreiden van branchering in andere gebieden dan de binnenstad.

Zo zorgen we er samen voor dat Almelo een waardevolle en regionale functie behoudt en nog beter wordt.

Dank u wel voor uw aandacht.