

Hoofdlijnennotitie Centrum Raalte

College burgemeester en wethouders, mei 2015

De gemeente Raalte heeft in de tweede helft van 2014 een centrumvisie laten opstellen door Seinpost Adviesbureau. De visie is in samenspraak met een werkgroep tot stand gekomen, bestaande uit de gemeente, het Raalter Ondernemers Verbond en enkele vastgoedeigenaren.

Proces

De werkgroep heeft bij de start het doel en het proces van de centrumvisie bepaald om tot een gezamenlijk wensbeeld te komen. De werkgroep is enkele malen bij elkaar geweest, en er is een viertal informatieve rondetafel-bijeenkomsten gehouden: met de ondernemers, de vastgoedeigenaren, het bestuur van de gemeente en de centrumbewoners. In een plenaire bijeenkomst in oktober is aan alle belanghebbenden in het centrum de conceptvisie gepresenteerd. Het eindresultaat van de werkgroep is weergegeven in een power point presentatie van december 2014.

Deze notitie is op verzoek van het college van burgemeester en wethouders opgesteld, aanvullend op het proces van de werkgroep. De notitie geeft de (beleidsmatige) hoofdzaken weer en is als volgt opgebouwd:

- Aanleiding
- Analyseresultaten
- Retailtrends en middelgrote centrumgebieden
- Oogst Ronde tafels
- Betekenis van de analyse en trends voor Raalte
- Visie op ruimtelijk-economische structuur
- Actieprogramma
- Bijlagen

Aanleiding

De belangrijkste aanleiding voor de centrumvisie is het vermoeden dat Raalte-centrum marktpositie aan het verliezen is. Hoewel dat niet voor iedere ondernemer even sterk uitpakt, is er het besef dat het aantal bezoekers in de winkelstraten en de omzetten onder druk staan. Ondernemers stoppen ermee, de leegstand wordt minder snel ingevuld en de vraaghuur wordt niet meer zomaar betaald.

Dit alles heeft te maken met de landelijke trends in het consumentengedrag. Middelgrote centrumgebieden als Raalte behoren tot de categorie met een van de hoogste leegstandscijfers (landelijk 11,2% van de panden). Ook Overijssel scoort slecht als provincie met de op één na hoogste leegstand (8,9%, landelijk 7,5%). In Raalte is de situatie nog niet zo erg maar er vallen wel gaten. Het centrumplan met Het schip en Het Dok heeft haar verwachtingen niet waargemaakt met het geambieerde winkelachtje. Andere delen van het centrum zijn wel sterk gebleven. Een aantal supermarkten, dé consumentenmagneten voor het centrum, wil opschalen in de Oostflank. Dat gebied moet worden aangepakt.

De ondernemers willen een ondernemersfonds inrichten om gezamenlijk een vuist te maken. Recent is gratis Wifi ingevoerd. Hoog tijd om te bepalen hoe Raalte verder wil en wat de prioriteiten zijn om over een toekomstbestendig centrumgebied te kunnen beschikken. Hoe ziet dan de marsroute eruit

om dat te bereiken? Op basis van de analyseresultaten en de retailtrends is een visie met actieprogramma opgesteld.

Analyseresultaten

Raalte-centrum beschikt met circa 24.000 m² wvo winkelaanbod, 100 winkels en 75 overige commerciële functies over een ruim en divers aanbod. Het centrum vervult een belangrijke functie voor de Raaltenaren.

De gemeente kent van oudsher een traditionele bevolkingssamenstelling: een wat jongere leeftijdsopbouw, relatief meer gezinnen met kinderen, weinig alleenstaanden, een gemiddeld inkomensniveau en weinig allochtonen. Een verdergaande vergrijzing en ontgroening zijn echter gaande.

Het centrum vervult ook een belangrijke regiofunctie. Alternatieve winkellocaties in de regio zijn namelijk veel kleiner (buurtsteunpunt Raalte-Noord, Heino) of liggen op een behoorlijke afstand (Zwolle, Deventer, Nijverdal). Raalte-centrum verkeert daarmee in een luxe positie als het hart van Raalte én de Sallandse regio. Het bezoekmotief is breder dan alleen boodschappen doen of basis-winkelen: ook verblijf, uitgaan, evenementen, ambulante handel, cultuur en religie spelen een belangrijke rol in het centrum. Enerzijds voor de eigen inwoners en anderzijds de bezoekers van buiten de gemeente.

Het centrum ligt centraal in Raalte, maar de bereikbaarheid is niet optimaal. De verkeersrouting rondom het centrum is, met name aan de zuid-oostzijde, een aandachtspunt. De trekkers van het centrum zijn de vier supermarkten, een warenhuis en enkele grotere MKB-ondernemers in de non-food. Zwak is dat een aantal supermarkten te klein is en het parkeren als te beperkt wordt ervaren in de Oostflank. In de Westflank is juist een overdaad aan parkeergelegenheid en is de omvang van de supermarkt beter op orde.

Het centrum en het voetgangersgebied hebben een wat introvert karakter. Al langsrijdend ervaar je het centrum alleen aan de noord- en zuidpunt. De entrees vanaf de parkeerbronpunten en de uitstraling van het centrum naar haar directe omgeving laten te wensen over. Dat geldt bijvoorbeeld aan de noord- en zuidoostzijde vanwege de leegstand, de staat van de panden (Molenhof), de achterkantsituatie van winkels en de aanwezigheid van Booijsink Veevoeders. Ook in het centrale deel van het winkelgebied is de uitstraling van sommige panden een aandachtspunt, het filiaalbedrijf oogt wat 'flets'. Een paar karakteristieke panden vormen de pareltjes van het centrum. Het wisselende beeld doet afbreuk aan de beleving en verblijfswaarde van het centrum.

Naar deelgebied zijn er grote verschillen in de uitstraling en beleving:

- Herenstraat en Marktstraat: over het algemeen goed;
- Grote Markt: goed tot middelmatig;
- Grotestraat: sterk wisselende uitstraling van de winkels;
- Nieuwe Markt / De Waag: matig door de oudbouw, achterkanten en leegstand;
- Oostflank / Molenhof: matig;
- Kerkstraat / Varkensmarkt: wisselend, van goed (De Zwaan, Kerk) tot matig (leegstand, ouderdom);
- Domineeskamp: goed.

Het is een pre dat er een ruim voetgangersgebied is met rondom parkeren en dat het centrum als schoon, heel en veilig wordt ervaren. De winkelrouting laat echter te wensen over, het circuit blijkt te groot om volledig te kunnen verwinkelen. Het is prettig dat de Grote Markt middenin het centrum ligt, maar het vormt daardoor een onderbreking tussen het sterkere noordelijke deel en het zwakkere zuidelijke deel.

Retailtrends en middelgrote centrumgebieden (zie bijlagen 1 en 2)

Middelgrote centrumgebieden blijken een kwetsbare positie te hebben in de detailhandelsstructuur. Vaak staan het lokale draagvlak en de werkgelegenheid onder druk en vervolgen de jongeren na de middelbare school hun studie elders. Vergrijzing en ontgroening zijn het gevolg, met consequenties voor de handhaving van de lokale voorzieningen waaronder de winkels. Ook door een veranderend koopgedrag van consumenten met een verschuiving naar internetaankopen, wijzigingen in het bezoekmotief en minder bestedingen als gevolg van de economische recessie, hebben de detaillisten het steeds moeilijker om de winkels rendabel te houden.

Sommige middelgrote centrumgebieden kunnen nog profiteren van een belangrijke toeristische functie, maar dat zijn er maar een paar. Raalte profiteert daar slechts beperkt van.

De lokale consument blijkt minder trouw en is kritisch omdat de middelgrote centra onvoldoende onderscheidend zijn ten opzichte van de grote steden. Die kunnen zich specialiseren op het recreatieve winkelen. Landelijke winkelformules (filiaal- en ketenbedrijven) willen daar nog investeren en trekken zich terug uit de kleinere steden. Voor de kleinste centrum- en winkelgebieden is het eenvoudiger om overeind te blijven, omdat die zich beperken tot de boodschappenbranches die minder onder druk staan.

De opgave voor de middelgrote centrumgebieden, en daarmee ook voor Raalte, ligt dus op de juiste mix van verschillende bezoekmotieven. Een aantrekkelijk aanbod van boodschappen doen en basis-winkelen, van filiaalbedrijf en MKB, en van verblijf, beleving en service, dat zijn de belangrijkste thema's. Hierop kunnen de middelgrote centrumgebieden zich nog onderscheiden, en daarvoor goede randvoorwaarden te creëren.

Oogst Ronde tafels

Uit de bijeenkomsten van de Ronde tafels is gebleken dat de zorg wordt geuit dat het centrum qua aanbod krimpt. De leegstand is een aandachtspunt en de vernieuwing in het centrum lijkt stil te staan. Investeringslaten op zich wachten, de consument mist beleving en dynamiek. De situatie is nog niet alarmerend, maar de ondernemers, eigenaren en de gemeente beseffen wel dat er gehandeld moet worden op basis van een gezamenlijke visie en door de juiste randvoorwaarden te creëren.

Door ondernemers en het ROV is in de werkgroep en tijdens de rondetafelgesprekken nadrukkelijk de wens naar voren gebracht om het afschaffen betaald parkeren in overweging te nemen. In een aantal Nederlandse gemeenten wordt dit opgepakt om te proberen het maximale te doen om de winkelcentra zo aantrekkelijk mogelijk te houden, ondanks dat het daadwerkelijke effect van afschaffing op het economisch functioneren van een centrum nagenoeg niet te meten is.

Betekenis van de analyse en trends voor Raalte

De tijd van afwachten tot het weer goed komt is definitief voorbij. Centrumgebieden veranderen continu, de ondernemers moeten steeds beter hun best doen om de consument te verleiden tot een bezoek, tot bestedingen en verblijf.

Een voorwaarde is dat er optimaal dient te worden samengewerkt tussen de ondernemers, eigenaren en de gemeente met een gezamenlijk urgentiegevoel: door elkaar scherp te houden en op zaken aan te spreken, door de trends te onderkennen, kansen te pakken en met het centrumgebied aan de slag te gaan. De luxe positie op basis van hét enige winkelgebied in de regio mag in Raalte niet leiden tot achterover leunen. Lokale ondernemers en eigenaren kunnen als aanjagers en stimulators

fungeren in de richting van de landelijke marktpartijen met een positie in het centrum. Raalte zal nu moeten bepalen hoe ze verder wil met de versterking van haar centrumgebied: door niet in een vicieuze cirkel naar beneden terecht te komen, maar de weg omhoog zien te vinden: met kleine maatregelen op korte termijn en mogelijk grotere, structurele maatregelen op de (middel)lange termijn.

Visie op ruimtelijk-economische structuur

Een visie op de ruimtelijk-economische structuur vormt de basis voor 'de gezamenlijke stip op de horizon': weten waar je naar toe wilt als toekomstbestendig centrumgebied. Analyseresultaten en de retaildynamiek vormen de basis. De consument is leidend, de ondernemer moet daar optimaal op in kunnen spelen en de gemeente moet dat proces waar mogelijk faciliteren.

Het centrum van Raalte zet wat betreft de functionele structuur in op een sterke dagelijkse sector, met een compleet pakket eigentijdse supermarkten en zo mogelijk een vers-cluster. Het basis-winkelen (shoppen) moet op orde worden gebracht met een gevarieerd modisch-recreatief aanbod, rekening houdende met de verschillende doelgroepen. Dat zijn met name de gezinnen met jongere kinderen, de jeugd, de vijftig-plussers en de recreanten/toeristen in de zomermaanden. De filiaalbedrijven moeten beschikken over een moderne vestiging en het MKB vult de couleur locale in. Ondervertegenwoordigde branches worden bekeken op de kansen (zie bijlage 3). Zo mogelijk worden goede ondernemers en nieuwe concepten geacquireerd die zich elders in of buiten de regio bewezen hebben. Een langer verblijf wordt gestimuleerd met een aantrekkelijk en eigentijds horeca-aanbod, met vermaak en cultuur, een goede weekmarkt en afwisselende evenementen.

Overall zal ingezet moeten worden een compact centrum. De parkeerbronpunten, de supermarkten en de Grote Markt bepalen de basisstructuur. De Grote Markt en De Plas vormen hét ontmoetingspunt van Raalte en haar regio. Daar vinden de (kleinschalige) evenementen plaats, zijn de gezellige terrassen, is de plek voor cultuur etc. De Domineeskamp is als evenemententerrein beschikbaar voor de grotere evenementen. De Herenstraat en de Marktstraat vormen de hoofdwinkelstraten voor het basis-winkelen. De Grotestraat vervult de verbinding naar het Domineeskamp met een mix-profiel van winkelen, boodschappen doen en doelgericht. De flanken waaronder noord en zuid/oost krijgen een aanvullend karakter en een ander profiel (transformatie): met doelgerichte winkels, als broedplaats, voor pop-up, diensten, zorg, stop & go-functies, wonen en een betere autobereikbaarheid (auto te gast).

Het geheel aan ambities voor de nieuwe functionele structuur komt erop neer dat het geambieerde winkelachtje gaat wijzigen om het kernwinkelgebied compacter te maken (zie RES en RES-actiekaart in de centrumvisie van de werkgroep). Belangrijke randvoorwaarden zijn een goede bereikbaarheid en een betere verdeling van het parkeren, met name door een verschuiving van het gebruik. Er wordt ingezet op aantrekkelijke entrees en een logische routing, een goede uitstraling, en een marketing en promotie op maat. Daarbij staan de bijzonderheden van Raalte, de couleur locale en de gastvrijheid, centraal. Dat geldt ook voor het nieuwe winkelen, individueel en gezamenlijk.

Actieprogramma

Er zijn vijf thema's benoemd die het kader vormen waarbinnen acties opgepakt kunnen worden welke tezamen ervoor zorgen dat de visie/de 'stip op de horizon' wordt gerealiseerd:

- 1) Boodschappen doen is essentieel, daarom gaan we voor twee **sterke boodschappenclusters**;
- 2) **Bereikbaarheid en parkeren** zijn essentieel, dit willen we verbeteren;
- 3) **Verblijfsduur vergroten** door verrassend aanbod, sfeer en gezelligheid;
- 4) **Kwaliteit is visitekaartje**, daarom willen we de uitstraling verbeteren;

5) **Leegstand in met name zuid tegengaan** door het gebied (deels) een ander karakter te geven.

Om concreet aan de slag te gaan is het gewenst om tot een uitvoeringsorganisatie te komen van vier taakgerichte werkgroepen, onder de regie van een stuurgroep (met vertegenwoordigers van het ROV, vastgoedeigenaren, gemeente en de centrummanager):

- Centrumontwikkeling: herinrichting, structuurversterking, kwaliteitsverbetering
- Branchering & acquisitie
- Verkeer & parkeren
- Promotie en evenementen

Opzet van deze indeling is de werkzaamheden in de werkgroepen inhoudelijk van elkaar te scheiden en het geheel aan te sturen. Er wordt geen uitgebreid proces opgetuigd, maar zoveel mogelijk aangesloten bij lopende projecten en processen en het nieuw in te stellen ondernemersfonds met (meerjaren-)uitvoeringsprogramma.

Er is een samenhangende aanpak gewenst naar soorten acties en naar de deelgebieden om efficiënt en effectief te kunnen werken. Private investeringen, noodzakelijk voor een toekomstbestendig centrumgebied, en publieke investeringen zullen elkaar versterken. De aanpak zal bestaan uit een goede mix van korte en (middel-)lange termijn maatregelen. De laatste betreffen vooral structuurwijzigingen.

In de werkgroepen kan de sterke betrokkenheid van de lokale ondernemers en de eigenaren in Raalte worden benut. Het organiserend vermogen en het zelf doen is van groot belang en is bepalend voor wie de 'lead' neemt. Dit leidt tot een gedragen strategie en gedeelde verantwoordelijkheden. Zo kunnen de ondernemers zelf kansen onderkennen en traceren waar de pijnpunten liggen.

Korte termijn-acties(quick-wins) kunnen via de stuurgroep en de werkgroepen worden uitgezet, zowel van gemeentezijde als vanuit de ondernemers. Er zijn altijd kleine 'klussen' die binnen het bestaande beleid en begroting passen, dus die versneld met elkaar kunnen worden opgepakt en passend zijn binnen de vijf benoemde thema's.

Te denken valt aan:

- Evaluatie evenementenkalender en expeditie van de evenementen (thema 3) ;
- Faciliteren supermarkuitbreidingen (thema 1);
- Aanpassen parkeerregime zodat parkeren aantrekkelijker wordt, waarbij als uitgangspunt geldt dat het betaald parkeren de basis vormt (thema 2);
- Tegengaan van onnodig autoverkeer in het centrum (thema 3);
- Acquisitie regionaal MKB, nieuwe concepten, en pop-up (thema 5);
- Betere/gezelliger uitstraling openbare ruimtes en aantrekkelijkheid entrees (thema 3 en 4);
- Heldere looproutes en verwijzingen (thema 4);
- Verhogen kwaliteit panden en uitstallingen (thema 4);
- Huurvoorwaarden op maat (thema 5);
- Verbetering marketing en promotie, gebruik gratis Wifi (thema 3).

De visie kan met **(middel-) lange termijn maatregelen** verder concreet worden gemaakt op basis van nader onderzoek naar een optimale verkeercirculatie in en om het centrum en de gevolgen daarvan voor het gebruik van de verschillende parkeerterreinen en de parkeergarage. Ook het opstellen van een inspiratieboek voor de gewenste ruimtelijke kwaliteit in het centrum kan bijdragen om de gedeelde visie voor een ieder helder te krijgen.

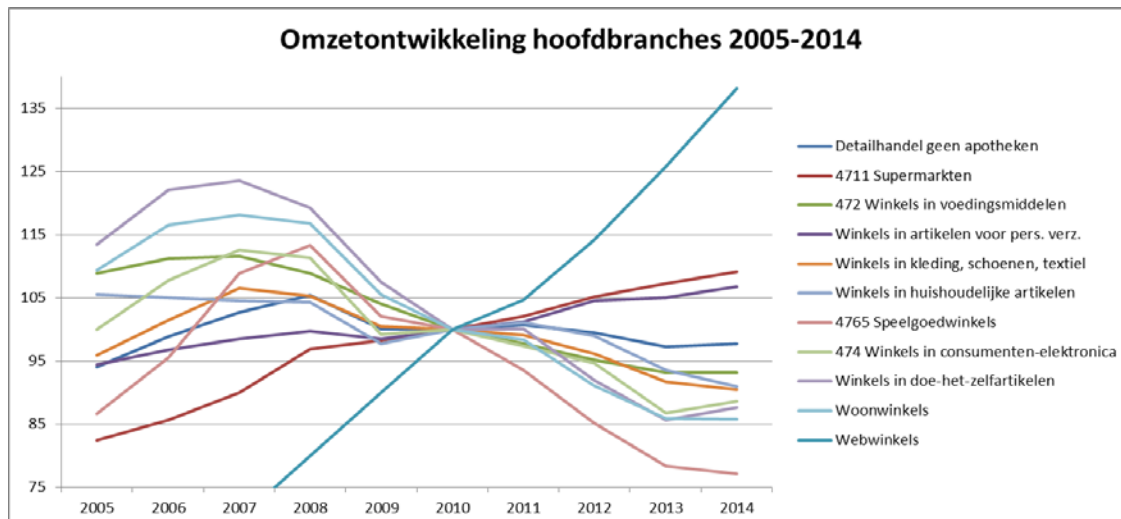
Daarnaast kan de gemeente faciliteren door in te spelen op de ruimtelijke sturingsmogelijkheden zoals verruiming in het bestemmingsplan voor functiewijziging buiten het concentratiegebied, door

voor het hele gebied planologisch mogelijk maken van mengformules (detailhandel, horeca, diensten, wonen), door desgewenst meer ruimte te bieden aan terrassen en toe te werken naar verminderde regeldruk. Het planologisch kader wordt daarmee zodanig herijkt dat de beoogde ontwikkelingen niet alleen mogelijk worden, maar er ook door worden gestimuleerd. De rol van de gemeente zal afhankelijk zijn van de potentie van een deelgebied en de kwaliteit van de betrokken partijen, dit vergroot de kans dat marktpartijen worden verleid om gericht te investeren.



Bijlage 1: Omzetontwikkeling in de branches (bron: CBS)

Bij de branche-ontwikkelingen dient beseft te worden dat bepaalde branches een groei doormaken en een aantal anderen krimpt. Landelijk zien we de laatste jaren dat de niet-dagelijkse aankopen in de winkels onder druk staan terwijl de dagelijkse aankopen (supermarkten en persoonlijke verzorging) en met name het webwinkelen blijven groeien. Ook de horeca groeit weer sinds 2013, met uitzondering van de drankensector (cafés, disco's).



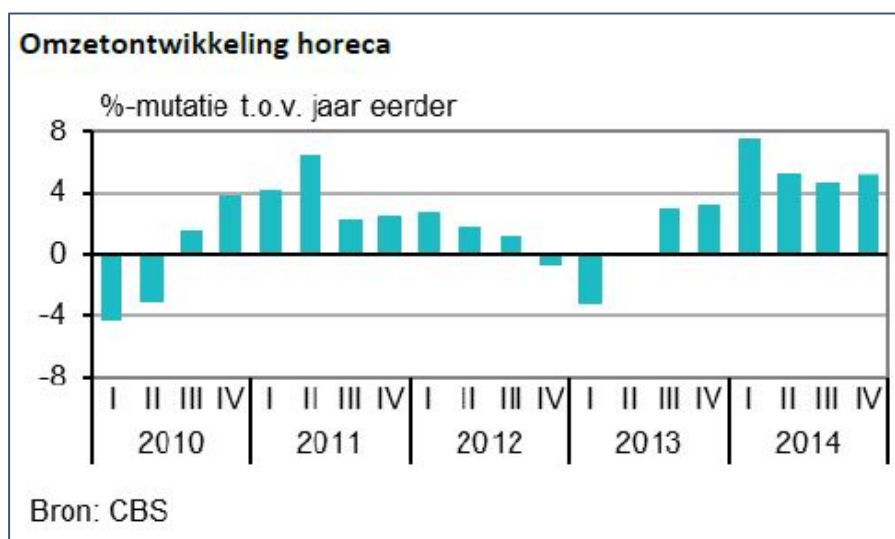
Branches die omzet verloren hebben zijn mode, huishoudelijke artikelen, speelgoed, consumenten-elektronica, woninginrichting en doe-het-zelf. Dat geldt ook voor subbranches als de warenhuizen, media (boeken, beeld- / geluidsdaggers) en dienstverlenende branches als reisbureaus, videotheken en financiële diensten.

Internet, branches en leegstand

Het webwinkelen is in Nederland inmiddels goed voor € 6 miljard omzet aan producten (cijfers 2014). Dat is 7,6% van de gehele retail, in 2005 was dat nog 1,6% (bron: HBD en Thuiswinkel.org). Het internetaandeel varieert sterk per branche maar neemt in vrijwel alle branches toe. De effecten van het internetwinkelen zijn door Locatus (april 2015) als volgt ingeschat:

- Geen effect (bakker, slager, benzinestation, autowasserette)
- Beperkt effect (tuincentra, meubelen, fietsen, apotheek)
- Gemiddeld effect (mode, schoenen, makelaardij, verzekeringen)
- Veel effect (boeken, elektronica, witgoed, reisbureau).

De effecten op de leegstand, op dit moment 7,9% van het winkelmetrage (1-1-2015) zullen neerkomen op een groei in de richting van circa 10% in 2020. Het onderscheid tussen fysiek en online winkelen zal echter steeds kleiner gaan worden.

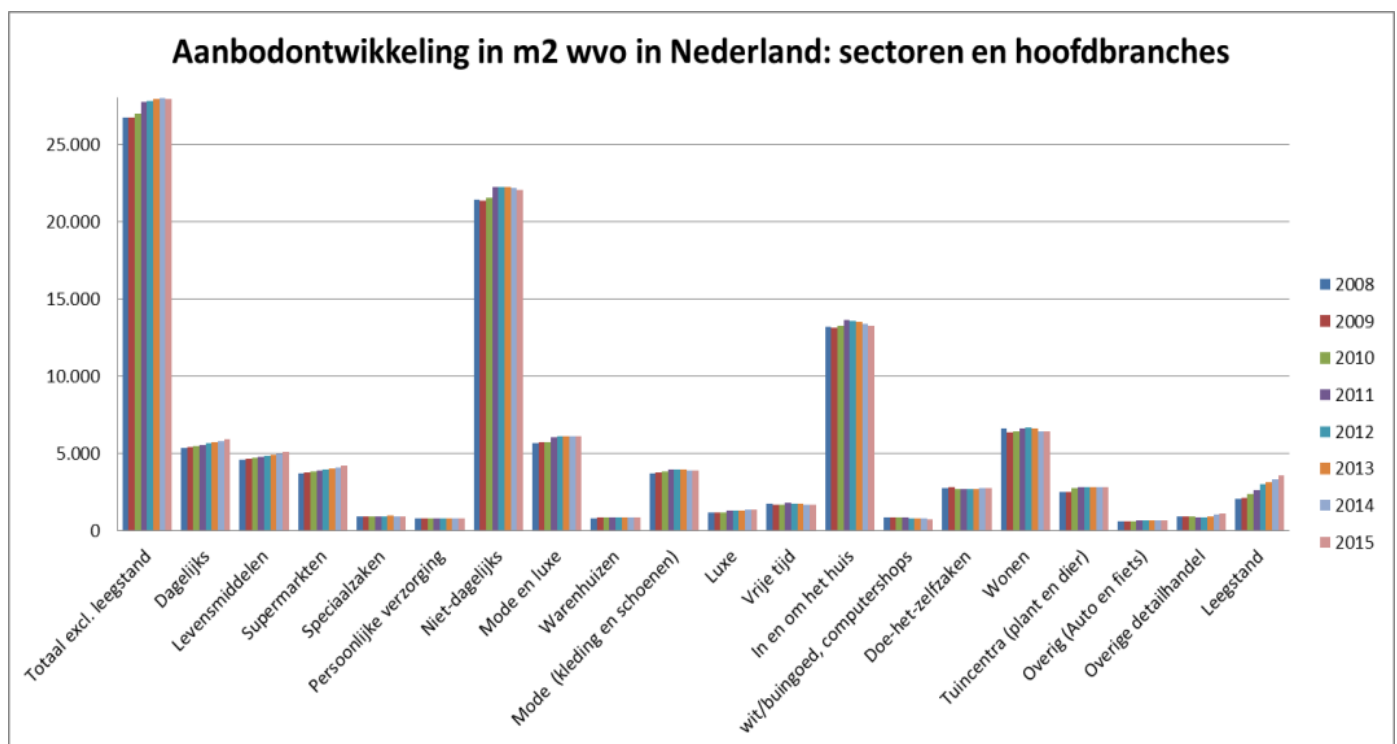


Bijlage 2: Aanbodontwikkelingen (bron: Retail Facts Locatus, 2008-2015)

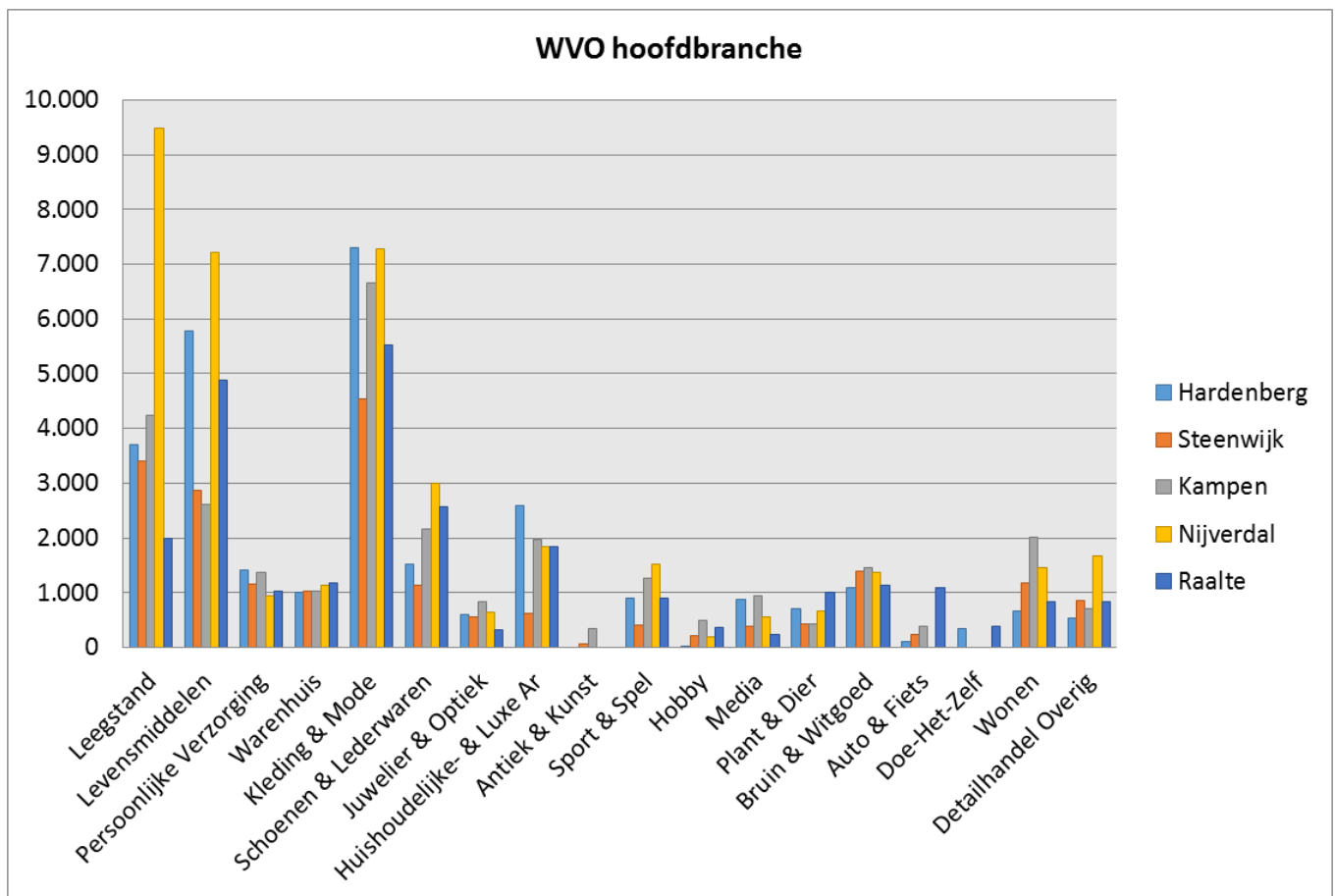
Het winkelaanbod per branche in Nederland is onderhevig aan allerlei ontwikkelingen. Het aanbod verandert als gevolg van de opkomst van het internetwinkelen of van de economische crisis in de afgelopen jaren. Het veranderende consumentengedrag is de bepalende factor. Er zijn branches:

- die blijven groeien: leegstand, supermarkten, persoonlijke verzorging, luxe, overige detailhandel;
- of waarbij het aanbod juist afneemt: mode, bruin-witgoed en woninginrichting.

In algemene zin dient beseft te worden dat de traditionele brancheindeling steeds meer onder druk komt te staan. Redenen zijn schaalvergroting, branchevervaging, sectorverbreding en specialisatie.



Bijlage 3: Benchmark Raalte-centrum Cijfers 2014.



Raalte-centrum is vergeleken met een aantal vergelijkbare centrumgebieden in oost-Nederland. Raalte beschikt over een relatief ruim aanbod in de branches: levensmiddelen, schoenen en lederwaren, hobby, plant & Dier, auto & fiets, doe-het-zelf.

En over een relatief beperkt aanbod in de branches: leegstand, juwelier & optiek, antiek & kunst, media.