

Advies

Nummer **5a**

B&W	12-04-2016
Raadscommissie	10-05-2016
Gemeenteraad	25-05-2016

Vaststelling Retailvisie, voorzieningenstructuur 2025

Samen met het maatschappelijk middenveld en de gemeente is de Retailvisie 2025 opgesteld. Deze ligt ter vaststelling aan de gemeenteraad voor.

Portefeuillehouder	H. Huisman
--------------------	------------

Doelenboom

Programma	4	Texel werkt!
Maatschappelijk doel	4.1	Een gezonde en brede economie stimuleren
Beleidsdoel	4.1.2	Economische activiteiten die voor Texel van belang zijn stimuleren
Operationeel doel	4.1.2.1	Actiepunten uit 'Richting voor economie' uitvoeren

Raadsvoorstel

Het college stelt de raad voor te besluiten:

1. “Retailvisie 2025, Voorzieningenstructuur Texel” vast te stellen.
2. “Marktanalyse, Voorzieningenstructuur Texel 2025” voor kennisgeving aan te nemen.
3. “Toekomstvisie Voorzieningenstructuur Texel 2010” in te trekken.

Consequenties

Financieel	☒ Ja ☐ Nee
Personeel/Organisatie	☒ Ja ☐ Nee
Juridisch	☒ Ja ☐ Nee
Beleid	☒ Ja ☐ Nee
Inkoop/Aanbesteding	☐ Ja ☒ Nee
Deregulering	☒ Ja ☐ Nee

Regie	☒ Ja ☐ Nee
Structuurvisie	☒ Ja ☐ Nee
Belanghebbenden	☒ Ja ☐ Nee
Ondernemingsraad	☐ Ja ☒ Nee
Communicatie	☒ Ja ☐ Nee
Zaaknummer	964762

Bijlagen

1. Marktanalyse Retail, Voorzieningenstructuur 2025
2. Retailvisie, Voorzieningenstructuur 2025

Vaststelling Retailvisie, voorzieningenstructuur 2025

Samenvatting

Het college stelt de gemeenteraad voor de Retailvisie (detailhandel, horeca en leisure) vast te stellen en de marktanalyse voor kennisgeving aan te nemen.

Ingezet is op de actualisatie van de Toekomstvisie Voorzieningenstructuur Texel die in 2010 was vastgesteld. Dit vloeit voort uit het coalitieprogramma en de intentieverklaring tussen TOP en gemeente en de wens om concrete (winkel) projecten te kunnen bevorderen. In het kader van maatschappelijke trends en lokale ontwikkelingen was er een behoefte om de toekomst van de retail in beeld te brengen. Centrale vragen: “op welke punten is aanpassing van de bestaande visie wenselijk en welke verbetering kan het voorzieningenaanbod op Texel maken en welke concrete acties vloeien daaruit voort?”

Het doel is om de consument (toerist en inwoner) zo lang mogelijk in de centra te laten verblijven (70% van de bestedingen wordt door toeristen gedaan).

De externe deskundige bureaus Marc Marjolee Vastgoed en WPM hebben samen met het maatschappelijk middenveld en de gemeente de Retailvisie en bijbehorende marktanalyse opgesteld. Het is een onafhankelijk advies van deze bureaus, met draagvlak vanuit het maatschappelijk middenveld. Via een klankbordgroep en projectgroep is de visie getoetst op draagvlak. De partijen die aan tafel zaten waren TOP, Horeca afdeling Texel, VVV, MKB, Rabobank-Nieuwe Winkelstraat, Woontij, dorpscommissies, Bouwgroep Bouwend NL (Texel), Ondernemers- en winkeliersverenigingen.

Het centrale uitgangspunt is het creëren van een optimaal verblijfsklimaat in elke kern. Belangrijk is namelijk dat de consument zo lang mogelijk in de centra verblijft. Hiervoor is het nodig te weten wat de klant wil. Dat is in elk geval een Compleet, Compact en Comfortabel Centrum, waar de basis op orde is, waar voldoende activiteiten zijn opdat de consument een positieve ervaring krijgt. Om dit te bereiken worden er in de visie aanbevelingen gedaan op de vlakken:

1. Fysiek-ruimtelijk.
2. Samenwerking.
3. Marketing en Promotie.

Uit de besprekingen en uit de visie blijkt dat de ontwikkelingsrichting en uitvoeringsafspraken noodzakelijk zijn. Het gaat goed op Texel, maar we moeten alert zijn op de ontwikkelingen om ons heen die concurrerend zijn.

Om deze reden wordt voorgesteld de visie inclusief de uitvoeringsagenda vast te stellen en samen met het geraadpleegde maatschappelijk middenveld de uitwerking ter hand te nemen.

Aanleiding, voorgeschiedenis & eerdere besluiten: waarom een nieuwe Retailvisie

Er is behoefte aan een actuele visie op het gebied van Retail (detailhandel, horeca en leisure). Dit vloeit voort uit het coalitieprogramma, de intentieverklaring tussen TOP en gemeente en de wens om concrete (winkel)projecten te kunnen beoordelen.

Probleemstelling: wat willen we bereiken?

Met de vaststelling van deze nieuwe Retailvisie wordt een kader voor de voorzieningenstructuur Texel beschreven.

Mogelijke oplossingen: mogelijkheid voor een nieuw beleid; samenvatting visie

Op basis van een marktanalyse is door de externe bureaus overleg gevoerd met het maatschappelijk middenveld en de gemeente over de gewenste richtingen. Hierbij is gekeken op welke punten de Toekomstvisie Voorzieningenstructuur Texel 2010 verbeterd kan worden. De Retailvisie 2025 is een op zich zelf staande visie. Vaststelling van de Retailvisie 2025 betekent dat de Toekomstvisie Voorzieningenstructuur Texel 2010 wordt ingetrokken.

Voordat met de visie werd gestart is een uitgebreide marktanalyse uitgevoerd, die voor kennisgeving aangenomen kan worden. Informatie is onder andere verkregen uit ondernemersenquête's, consumentenonderzoeken, trends en ontwikkelingen, vraag en aanbod gegevens van de Retail, distributieve toetsen, beleidskaders en concrete ontwikkelingsplannen.

Het doel is om de consument (toerist en inwoner) zo lang mogelijk in de centra te laten verblijven. Circa 70% van de bestedingen wordt door toeristen gedaan. De focus in de visie ligt op het inspelen op de veranderende behoeften van de consument, ondernemerschap en samenwerking. Dit is als volgt te bereiken:

1. Zorg voor **attractieve centrumgebieden**. Hierbij is het wenselijk dat centra zich van elkaar onderscheiden opdat de consument tijdens het verblijf op Texel meerdere centra bezoekt.
2. Zorg ervoor dat in de centra de **basis op orde** is in de zin van schoon, heel en veilig.
3. Zorg dat de centra aantrekkelijk zijn in de zin van **Compleet, Compact en Comfortabel**. Dit houdt in dat concentratie van voorzieningen in de centra nodig is. Ontwikkelingen vinden primair plaats in het kernwinkelgebied. Supermarkten liggen weliswaar aan de rand van deze kern maar ze moeten niet verder worden uitgeplaatst. Op bedrijventerreinen is alleen plaats voor grootschalige en volumineuze detailhandel.
4. Zorg ervoor dat hetgeen wordt aangeboden een **beleving** voor de consument kan zijn zodat deze zich het bezoek blijft herinneren.
5. Zorg er voor dat er **ontwikkelingsmogelijkheden** voor detailhandel en horeca zijn. Dit is gebleken uit de distributieve toets. De uitbreidingsmetrages zijn gebaseerd op de huidige feitelijke situatie en zijn indicatief. De ontwikkelingen moeten ook aan diverse kwaliteitseisen voldoen:
 - a. Bijdrage aan kwaliteit(sverbetering) van het winkelaanbod:
 - i. Verbetering van de ruimtelijke kwaliteit.
 - ii. Inspelen op de klantbehoefte.
 - iii. Omgeving en totaalproduct van de kern en Texel wordt versterkt.
 - b. Het nieuwe toe te voegen aanbod moet een toegevoegde waarde hebben en onderscheidend zijn qua type en uitstraling.
 - c. Het moet bijdragen aan een toekomstbestendige winkelstructuur.

Voor deze 5 aandachtspunten is het noodzakelijk dat er ruimtelijke-fysieke ontwikkeling mogelijk is. Maar daarnaast is het belangrijk dat ingezet wordt op **Samenwerking** alsmede op **Marketing en Promotie**. Deze zaken zijn voor een toekomstbestendige voorzieningenstructuur.

Samenwerking

1. **Gemeente**

Het is wenselijk dat de gemeente consequenter in bijvoorbeeld handhaving is en snel keuzes kan maken. Met de visie wordt hiervoor een kader gegeven. Daarnaast kan de gemeente faciliteren in het bijeenbrengen van stakeholders.

2. Ondernemers

Een harmonieus en dynamisch winkelgebied draagt bij aan de positieve beleving van de consument. Dit is mogelijk als het runnen van Texel en de winkelgebieden gebeurt als een onderneming: “Onderneming Texel”. Dus niet ieder voor zich, maar samen het gebied runnen. Hierbij kan Centrummanagement, dat zich primair bezighoudt met praktische zaken als organisatie van activiteiten en evenementen en samenwerking tussen ondernemers en ondernemersorganisaties, een oplossing bieden. Op Texel zijn al diverse organisaties aanwezig. Belangrijk is dat deze organisaties elkaar beter vinden en op het gebied van Retail meer gaan samenwerken. Met een goede samenwerking is het ook mogelijk de ‘totale taart’ te vergroten door onder andere afspraken te maken over openstelling van voorzieningen tijdens het laagseizoen.

Marketing en promotie

De toerist heeft tijd en geld over voor het verblijf en shoppen. De uitdaging zit in de samenhang tussen beide behoeften. Naast de focus op promotie van verblijfsaccommodaties moet ook aandacht zijn voor het ondersteunen en vermarkten van winkel- en horecagebieden. Het gaat om het totaalpakket.

Bovenstaande is een samenvatting van de visie. Voor de gehele visie wordt verwezen naar de bijlage bij dit advies.

Consequenties van die oplossingen

• Financieel

Allereerst merken wij op dat we voor het opstellen van de Retailvisie € 25.000 hadden begroot. Daadwerkelijk is € 31.500 uitgegeven aan het hele proces, derhalve een overschrijding van € 6.500. De overschrijding vloeit voort uit de extra bijeenkomsten over de distributieve berekeningen met het maatschappelijk middenveld en de voorbereiding en aanwezigheid van de raadsbijeenkomst. Dit zullen we verantwoorden bij de jaarrekening 2016, aangezien de overschrijding in 2016 heeft plaatsgehad.

Een onderdeel van de Retailvisie is een uitvoeringsagenda. Daarin hebben we voor 2016, 2017 en 2018 actiepunten opgenomen.

De actiepunten voor 2016 waarvoor de gemeente Trekker is, zijn:

- Uitwerking van de Retaildeal
- Inzetten op beleving door de consument (belevingsonderzoek en belevingsmonitor)
- Verbetering interne samenwerking (daadkrachtig beleid van de gemeente)
- Parkeren in Den Burg verbetering
- Ontwikkelingsrichting(s)plan) Groeneplaats
- Versterking haven van Oudeschild
- Uitvoering Planet de Koog.

Ad Retaildeal: het ministerie nodigt gemeenten uit om als uitvoering van zijn RetailAgenda een contract met de minister te sluiten. Met dat contract ontvangen gemeenten ondersteuning op diverse Retailgebieden.

Binnenkort adviseren wij het college om de Deal al dan niet te ondertekenen (na een voorlichtingsbijeenkomst met ondernemers over dit onderwerp), waarbij wij - als we gaan ondertekenen - in het contract opgenomen willen hebben dat er in elk geval ondersteuning komt op het gebied van de Nieuwe Winkelstraat (hoe maken we de winkelstraat toekomstgericht. Dit kan via het Platform Nieuwe Winkelstraat 2.0) en het optuigen van Centrummanagement.

Ad Beleving: om deze actiepunten uit te voeren is - naast de inbreng via de Retaildeal - nog wel extra ondersteuning nodig. De kosten hiervoor worden gedekt uit het budget Stimulering Economische Budgetten.

De andere actiepunten hebben inmiddels hun eigen begrotingen.

De begroting voor de uitvoeringsagenda's voor 2017 worden in fase 3 van de programmabegroting 2017 verder aangegeven. De acties voor 2018 nemen we mee in de programmabegroting 2018.

• Personele/Organisatorische consequenties

De uitvoeringsagenda betekent diverse werkzaamheden voor de organisatie die vooralsnog binnen de jaarplanning vallen.

- **Juridische consequenties**

De vastgestelde Retailvisie en marktanalyse (voor kennisgeving aangenomen) binden de burgers niet, maar kunnen wel bijdragen aan ontwikkelingen. Het kan als (economische) onderbouwing voor nieuwe ontwikkelingen gelden. Voor de op dit moment in ontwikkeling zijnde bestemmingsplannen zal bekeken worden welke aanpassingen ten opzichte van concepten/ontwerpen mogelijk en nodig zijn. Met de vaststelling van de Retailvisie 2025 wordt de Toekomstvisie Voorzieningenstructuur Texel 2010 ingetrokken.

- **Beleidsmatige consequenties**

Met vaststelling van de Retailvisie wordt de visie op de toekomstrichting voor Retail beschreven. Het is belangrijk dat zowel de gemeente als het geraadpleegde maatschappelijk middenveld bereid zijn uitvoering aan de Retailvisie, zoals beschreven in de uitvoeringsagenda, te geven.

In de Retailvisie wordt aandacht gegeven aan de al dan niet wenselijkheid van retailfuncties op bedrijventerreinen. Deze input wordt gebruikt voor het beleid voor 'al dan niet lichte functies op bedrijventerreinen'.

In de Retailvisie wordt aandacht gegeven aan de mogelijkheden van de Groeneplaats. Over de Groeneplaats wordt u separaat geadviseerd.

- **Deregulering**

Met de visie hebben we een kader om voortvarend te reageren op concrete verzoeken die binnen de richting passen.

Regieambitie / Organisatieontwikkeling

De visie is met het maatschappelijk middenveld opgesteld. In de uitvoeringsagenda zijn zowel taken voor het maatschappelijk middenveld als gemeente opgenomen. Gezien eerdere ervaringen is het wenselijk dat de gemeente de regie op de uitvoeringsagenda houdt, maar de verantwoordelijkheid voor het daadwerkelijk uitvoeren daar laat waar het is beschreven.

Structuurvisie 2020

Met de Retailvisie dragen we bij aan de ambities van de structuurvisie om de centra aantrekkelijk te houden.

Belanghebbenden

Overlegd met dorpscommissie?

☒ Ja

☐ Nee

☐ Niet van toepassing

De dorpscommissies maakten onderdeel uit van de klankbordgroep.

- **Overige belanghebbenden**

In het hele proces (vanaf april 2015 tot en met april 2016) is gewerkt met een klankbordgroep en projectgroep. De klankbordgroep bestond uit vertegenwoordigers van dorpscommissies, ondernemers- en winkeliersverenigingen en Bouwgroep Bouwend NL (afdeling Texel). De projectgroep bestond uit TOP, Horeca afdeling Texel, VVV, MKB, Woontij, Rabobank-Nieuwe Winkelstraat en diverse disciplines vanuit de gemeente.

Vanuit de geraadpleegde organisaties van het maatschappelijk middenveld is draagvlak voor de door de bureaus onafhankelijke opgestelde Retailvisie.

Communicatie

Communicatie vindt plaats via de wekelijkse bekendmakingen.

Relevante wet- en regelgeving of jurisprudentie

- Vaststelling gebeurt op basis van de Gemeentewet.