

Beleidsnotitie Detailhandel 2014

Detailhandelstructuur en supermarktbeleid



Beleidsnotitie Detailhandel 2014
Detailhandelstructuur en supermarktbeleid

Wijchen, 1 december 2014

1. Aanleiding en achtergrond

Als gevolg van afnemende economische groei, schaalvergroting, vergrijzing, e-commerce en internetwinkelen is de winkelmarkt veranderd van een groei- in een krimpmarkt. De behoefte aan fysieke winkels neemt af. Winkels moeten noodgedwongen hun deuren sluiten waardoor leegstand ontstaat en de vitaliteit van winkelgebieden onder druk komt te staan. Maar winkelgebieden bieden niet alleen plek aan detailhandel. Het zijn ook vaak de imagodragers van een gebied en het visitekaartje van een gemeente. Ook andere voorzieningen zoals horeca, sociaal-culturele voorzieningen en zakelijke- en maatschappelijke dienstverlening hebben hun plek in het winkelcentrum. Hierdoor is het winkelcentrum tevens een plek om te werken, te ontspannen en elkaar te ontmoeten. Met het afnemen van de vitaliteit van de winkelgebieden, neemt ook de aantrekkelijkheid als vestigingsgebied voor andere voorzieningen af. En daarmee komt het voorzieningenniveau van de hele gemeente onder druk te staan.

Daar komt bij dat door sommige winkels het winkelcentrum niet langer als meest aantrekkelijke vestigingsmilieu wordt gezien. Want hoewel het gros van de retailers nog steeds gebaat is bij vestiging in een aantrekkelijk winkelcentrum, gelden er vaak hoge huurprijzen, hebben detaillisten geen zeggenschap over de parkeervoorzieningen en is de autobereikbaarheid niet altijd even optimaal. Winkels die voldoende autonome trekkracht hebben, zoals supermarkten, zoeken naar goedkope, met de auto goed bereikbare locaties, veelal gelegen buiten de bestaande winkelcentra. Dat soort trekkers zijn echter wel van vitaal belang voor winkelgebieden. En zeker voor winkelcentra die geheel of voor een groot deel zijn gericht op boodschappen doen of het doen van doelgerichte aankopen, zoals de winkelgebieden van Wijchen.

Het behoud van de vitaliteit van winkelgebieden vraagt om een zorgvuldig samenspel van pandeigenaren, retailers en gemeente. Pandeigenaren moeten zorgen voor fysiek geschikte en aantrekkelijke winkelpanden, tegen een reële huur. Retailers moeten individueel en samen zorgen voor een aantrekkelijk winkelklimaat. En de gemeente moet zorg dragen voor aantrekkelijke openbare ruimte en heldere ruimtelijke kaders en randvoorwaarden.

Dat laatste is het onderwerp van deze beleidsnotitie. Meer dan ooit blijkt dat het ontwikkelen en instandhouden van een goed functionerende detailhandelstructuur op zowel korte- als op lange termijn niet alleen aan de markt kan worden overgelaten. De gemeente kan niet achteroverleunen maar moet actief en helder de regie voeren. Anders blijven partijen stil zitten, vertrekken er steeds meer winkels uit het centrum en is er over 10 jaar geen detailhandelstructuur meer over. In de centrumvisie uit 2013 en de detailhandelstructuurvisie uit 2009 is daar al een voorzet toe gedaan. Echter in 2013 is er door een aantal plannen opnieuw discussie ontstaan over het vestigingsbeleid, met name ten aanzien van supermarkten. Daarom worden in deze notitie die kaders en uitgangspunten opnieuw tegen het licht gehouden en daar waar nodig verduidelijkt, aangescherpt en aangevuld.

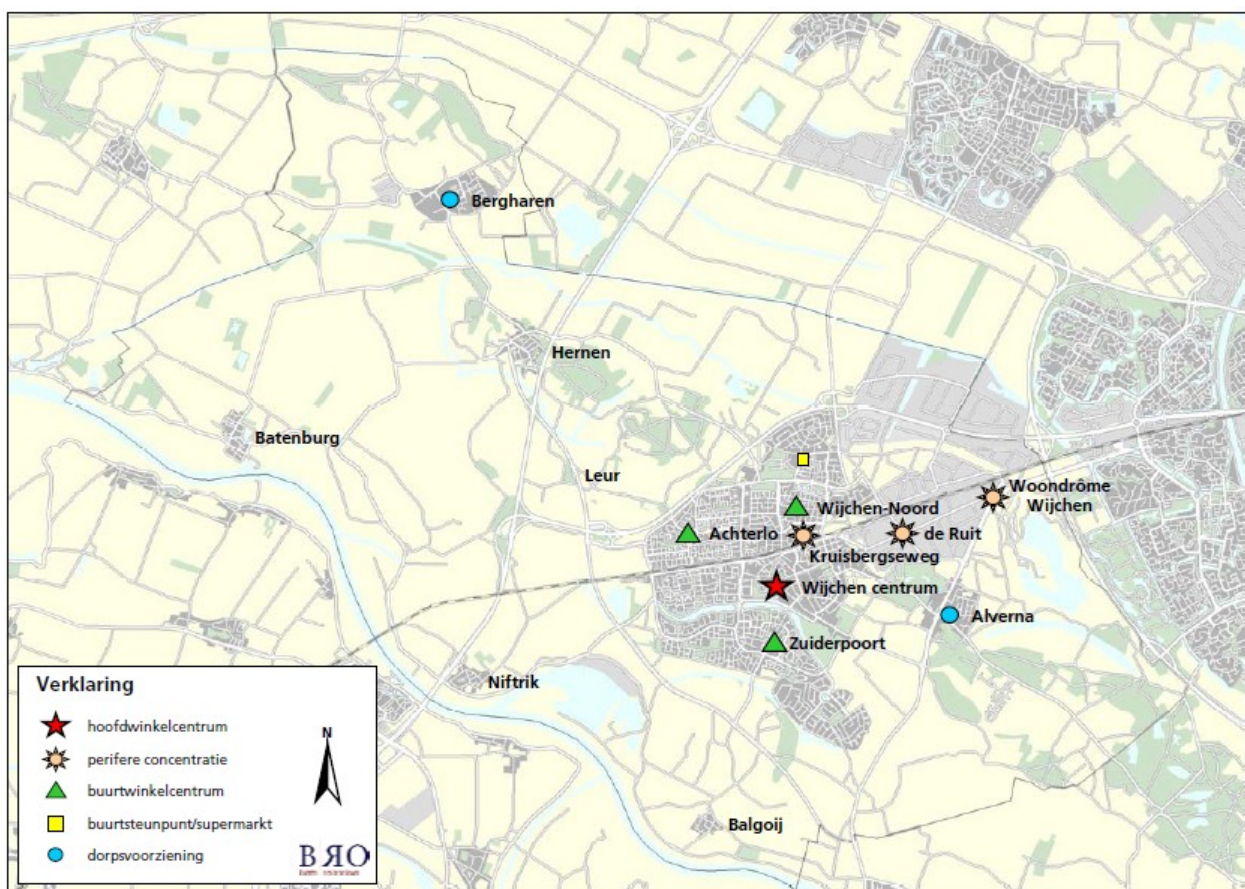


2. De detailhandelstructuur van Wijchen

Er is in het recente verleden al veel gezegd en geschreven over de detailhandelstructuur van Wijchen. In deze notitie staan we daar kort bij stil.

Uit de visie op de detailhandelstructuur uit 2009 komt naar voren dat Wijchen een heldere detailhandelstructuur kent. Deze bestaat uit een centraal kernwinkelgebied en daaromheen drie buurtwinkelcentra, aangevuld met een aantal buurtsteunpunten. Deze structuur geeft een goede invulling aan de winkelbehoefte in Wijchen en zorgt er voor dat de inwoners van Wijchen de mogelijkheid hebben om in de buurt hun dagelijkse boodschappen te doen. Het draagvlak is stabiel en de distributieve ruimte is goed ingevuld. De visie op de detailhandelstructuur uit 2009 zet dan ook vooral in op verdere versterking van deze structuur door te focussen op concentratie van voorzieningen, marktruimte op de juiste plek in te zetten, ruimte te bieden voor dynamiek en schaalvergroting op de juiste plek te faciliteren.

De centrumvisie uit 2013 onderschrijft de uitgangspunten van de visie van 2009 en zoomt voorts specifiek in op het centrum van Wijchen. Het kernwinkelgebied is compact van opzet en verzorgt een boodschappenfunctie voor Wijchen Centrum. Daarnaast heeft het ook een paraplu functie voor de hele gemeente op het gebied van boodschappen doen, doelgerichte aankopen en winkelen. Maar ook horeca, ontspanning en dienstverlening hebben hun plek in het kernwinkelgebied. Ook de centrumvisie zet in op concentratie van voorzieningen, het compact houden van het kernwinkelgebied en het faciliteren van het centrum met goede bereikbaarheid en parkeergelegenheid.



Uit een analyse van DTNP (05-06-2014) in opdracht van CMW (zie bijlage 1) blijkt dat het winkelaanbod in het kernwinkelgebied van Wijchen medio 2014 kleiner is dan dat om vergelijkbare plaatsen en dan met name in het aanbod niet dagelijkse goederen (19.330 m² vs 26.500 m²). Het aanbod dagelijkse goederen is iets groter dan gemiddeld (5.800 m² vs 5090 m²). Dit maakt dat de leegstand lager is dan gemiddeld (3.550 m² vs 4.590 m²).



3. Ontwikkelingen en ontwikkelingsrichting

De in hoofdstuk 1 geschetste bedreigingen voor de vitaliteit van winkelgebieden en de detailhandelstructuur (afnemende behoefte aan fysieke winkels en een wegtrekkende beweging van autonome trekkers) gelden ook voor Wijchen. Echter aan de afname van de behoefte aan fysieke winkels kunnen we als gemeente weinig doen. Daar liggen immers autonome, en veelal macro economische ontwikkelingen aan ten grondslag. Maar wat we als gemeente wel kunnen doen is zorgen dat het winkelaanbod zoveel mogelijk wordt geclusterd met sterke trekkers aan de uiteinden van de winkelstraten en door winkelgebieden te ondersteunen met goede voorzieningen op het gebied van openbare ruimte, parkeren en bereikbaarheid. Daarmee zetten we de lijn van de detailhandelstructuurvisie uit 2009 en de centrumvisie uit 2013 voort. We moeten als gemeente niet zomaar toestaan dat belangrijke trekkers zich solitair gaan vestigen op goedkope locaties zoals het bedrijventerreinen of het buitengebied. Maar we moeten tegelijkertijd voorkomen dat er geen ruimte meer is voor vernieuwing en innovatie.

Afstemming en regie

Met name die laatste aspecten vragen om goede regie. Velen zullen op korte termijn wellicht geneigd zijn te denken dat een grote supermarkt op een goed bereikbare locatie met veel parkeerplaatsen aan de rand van het dorp of op het bedrijventerrein wenselijk is. Echter als dat betekent dat het op de lange termijn niet meer mogelijk is om in de buurt boodschappen te kunnen doen of even gezellig naar het centrum te gaan voor een boodschap en een kopje koffie, dan is dat niet het gewenste effect. Bovendien staat de provincie het niet toe dat er nieuwe ontwikkelingen mogelijk worden gemaakt die ten koste gaan van de bestaande detailhandelstructuur. Detailhandel in voeding en genotmiddelen op perifere locaties is volgens de provinciale omgevingsverordening in iedergeval niet toegestaan.

We moeten echter voorkomen dat als gevolg van een te strakke gemeentelijke regie, enkel en alleen de bestaande belangen worden beschermd. Er moet sprake zijn van een samenspel van push en pull factoren. Enerzijds moet een winkelgebied en de panden daarbinnen zodanig aantrekkelijk zijn (zowel fysiek als financieel) dat winkelformules niet de behoefte hebben om zich buiten het winkelgebied te vestigen (pull factoren), anderzijds moeten de beleidskaders zodanig zijn dat het niet aantrekkelijk is voor winkelformules om zich buiten bestaande winkelgebieden te vestigen (push factoren). Het mag niet zo zijn dat het vestigingsklimaat enkel gedicteerd wordt door de gemeentelijke pushfactoren. Idealiter zijn de pull factoren zodanig sterk, dat er eigenlijk geen pushfactoren nodig zijn.

Clustering dmv stedelijke herverkaveling

We zullen continue moeten blijven kijken naar de aard en omvang van de winkelgebieden. Uit het onderzoek van DTNP blijkt weliswaar dat het winkelaanbod in niet dagelijkse goederen in Wijchen kleiner is dan gemiddeld, maar ook Wijchen ontsnapt niet aan de landelijke trend van de afnemende behoefte aan fysieke winkels, met name in niet dagelijkse goederen. Denk daarbij aan wit- en bruingoedzaken, kledingwinkels, boekenwinkels e.d. Deze winkels zitten vooral in het kernwinkelgebied en dat maakt het kernwinkelgebied kwetsbaar en gevoelig voor leegstand. Als de leegstaande panden niet meer door winkels worden gevuld, is wellicht transformatie naar andere functies noodzakelijk zoals dienstverlening of wonen. De gemeente faciliteert die transformatie door middel van flexibele bestemmingen.

Het kernwinkelgebied kenmerkt zich door een kleinschalige structuur met veel relatief kleine winkels en versnipperd eigendom. Dat zorgt enerzijds voor een aantrekkelijk kleinschalig en uniek winkelmilieu maar belemmert tegelijk de vestiging van nieuwe grote winkelformules. Om deze trekkers toch een plek te geven moet ruimte geboden worden om bestaande winkels te verbouwen en/of een aantal kleinere winkels samen te voegen. Indien blijkt dat vestiging van een grote trekker in de bestaande structuur, ondanks maximale inspanning van gemeente, pandeigenaren en initiatiefnemers niet haalbaar is, kan overwogen worden om deze grote winkelformules een plek te geven in de schil rondom het kernwinkelgebied mits daardoor het centrum ook echt versterkt wordt. Denk hierbij aan de Oostflank en de Westflank.



Een andere bevinding uit de analyse van DTNP is dat Wijchen over weinig echte A1 locaties beschikt. Als gevolg van de stervormige structuur is enkel de Markt en omgeving een echte toplocatie. Alle andere straten zijn daardoor eigenlijk een soort aanloopstraten, die aantrekkelijker worden voor winkels naarmate ze dichterbij de Markt liggen. Door nog verder te focussen op concentratie en te proberen de gebrekkige routing te herstellen kan dit wellicht worden geoptimaliseerd. Maar dat betekent tegelijk dat er andere straten buiten het kernwinkelgebied gaan vallen en echte aanloopstraten worden. Pandeigenaren, winkeliers en gemeente zullen daar dan gezamenlijk in op moeten trekken.

Autonome groei

Wijchen ontwikkelt zich nog steeds. Weliswaar is er sprake van een stabilisatie van het aantal inwoners maar het aantal huishoudens neemt nog steeds toe. Dit manifesteert zich onder andere in de realisatie van de nieuwe woonwijk Huurlingsdam. Ook voor deze nieuwe inwoners geldt dat zij in staat moeten zijn om in hun buurt de dagelijkse boodschappen te kunnen doen. Dat zal niet direct leiden tot de realisatie van een nieuw buurtwinkelcentrum, maar wel tot een nieuw buurtsteunpunt, bestaande uit een aantal winkeltjes voor de dagelijkse boodschappen of een kleine buurtsupermarkt. Uit het onderzoek van DTNP blijkt dat hiervoor distributieve ruimte zou moeten zijn, zij het beperkt en dus zal de omvang toegespitst moeten zijn op de omvang van het verzorgingsgebied.

Pick up points

Naast het afnemen van de behoefte aan fysieke winkels zorgt internetwinkelen ook voor het ontstaan van zogenaamde pick up points (afhaalpunten). Het thuisbezorgen van online winkelaankopen blijkt immers lastiger dan verwacht en de kosten van distributie zijn hoog. Daar komt bij dat internetverkoop van voeding- en genotmiddelen in opkomst is, waarbij klanten on-line hun bestelling plaatsen en onderweg naar huis direct de boodschappen oppikken. De afhaalpunten doen zich globaal gezien in twee voor: in store afhaalpunten en solitaire pick up points. De instore afhaalpunten zijn gekoppeld aan bestaande winkels. Denk aan een Bol.com afhaalpunt in een Albert Heijn of een DHL afhaalpunt bij een drogist. In store afhaalpunten vragen verder niet om specifiek beleid en vormen een mooie aanvulling in de bestaande winkelvoorraad. Anders zijn de solitaire pick up points (pup). Dat zijn stand alone afhaalpunten die met name de logistieke afwikkeling van online bestelde voeding- en genot middelen verzorgen. Goede autobereikbaarheid van deze Pups is van groot belang. Pups kunnen echter ook een waardevolle aanvulling op de bestaande winkelstructuur zijn. Immers clustering van voorzieningen vergroot de attractiewaarde en herkenbaarheid van een gebied en geeft per saldo een positief omzet effect en efficiencyvoordelen. Pups zouden prima passen aan de rand van het kernwinkelgebied, direct aansluitend aan parkeervoorzieningen en de ontsluitingswegen. Alternatief zou kunnen zijn vestiging aan of nabij de gebiedsontsluitingswegen, mits de pups niet uitgroeien tot nieuwe solitaire detailhandelsvestigingen.



4. Uitgangspunten voor detailhandelstructuur en supermarktbeleid in Wijchen

Om te komen tot een duurzame en toekomstbestendige detailhandelstructuur stellen we de volgende uitgangspunten voor detailhandelsontwikkeling in Wijchen vast:

- Detailhandel in dagelijkse goederen dient te worden geconcentreerd in de bestaande winkelgebieden in de bestaande detailhandelstructuur.
- Detailhandel in niet dagelijkse goederen en buurt overstijgende voorzieningen dienen te worden geconcentreerd in het kernwinkelgebied, behoudens detailhandel in goederen die daar naar aard en omvang niet thuis horen zoals gevaarlijke stoffen en volumineuze artikelen (meubels, sanitair, bouwmaterialen, tuinmaterialen).
- Als ondanks inspanningen van gemeente, pandeigenaren en initiatiefnemers blijkt dat gewenste grootschalige detailhandelsontwikkelingen geen plek kunnen krijgen in het bestaande kernwinkelgebied, dan zou vestiging in de schil van het kernwinkelgebied (oostflank en westflank) kunnen worden overwogen, mits dat toegevoegde waarde heeft voor het centrum. .
- In geval van nieuwe stedelijke ontwikkelingen kan een nieuw buurtsteunpunt aan de structuur worden toegevoegd om ook voor de nieuwe bewoners de mogelijkheid te scheppen om in de buurt hun dagelijkse boodschappen te doen. De grootte van dit buurtsteunpunt moet wel afgestemd zijn op het verzorgingsgebied.
- Pick-up points worden indien mogelijk gekoppeld aan de bestaande detailhandelstructuur, door middel van vestiging aan de randen van de winkelgebieden nabij uitvalswegen en parkeervoorzieningen. Alternatief is vestiging aan of nabij de uitvalswegen, mits dat niet leidt tot nieuwe solitaire winkelvevestigingen.

