

Startnotitie Toekomstvisie Detailhandel

Versie 1
Openbaar

Datum 3 maart 2014

wat willen we bereiken?
(doel)

Een vitale en toekomstbestendige detailhandel in Ridderkerk.

wat gaan we daarvoor doen?
(resultaat)

Samen met de betrokken marktpartijen gaan we een toekomstvisie op de detailhandel in de gemeente Ridderkerk opstellen. Dit is een visie voor de middellange termijn (5-10 jaar). De visie richt zich op alle winkelgebieden/ detailhandelslocaties in de gemeente. In de visie wordt ingegaan op het huidige functioneren van de detailhandel in Ridderkerk en de mogelijkheden voor de toekomst. Van de verschillende winkelgebieden/ aankoopplaatsen wordt hun (gewenste) functie in de gemeentelijke detailhandelsstructuur aangegeven en wordt gekeken naar mogelijkheden voor versterking/ verbetering. Aan de visie wordt een uitvoeringsparagraaf gekoppeld. Deze gaat in op welke maatregelen nodig zijn om de visie te realiseren en welke partijen hierbij aan zet zijn.

waarom is het nodig? (probleem)

De detailhandel zit (landelijk) in zwaar weer. Het is bij uitstek een sector die last heeft van de economische malaise. Consumentenbestedingen lopen terug met oplopende leegstand tot gevolg, ook in Ridderkerk. Deze crisis is hardnekkig en voor de detailhandel is het eind nog niet in zicht. Het is de verwachting dat 'oude tijden' niet meer terugkomen en dat opvulling van de leegstaande panden wanneer de economie weer aantrekt, niet vanzelfsprekend is. Een belangrijke factor hierin is het internetwinkelen. De verkoop van producten en diensten via internet groeit al jaren met ca. 10% per jaar, waar de bestedingen in fysieke winkels dalen. Er is geen heldere scheidslijn te trekken tussen winkelen via internet en winkelen in fysieke winkels. De laatste jaren is de trend te zien dat beide in elkaar schuiven. Winkelen wordt 'multichannel'. Dit stelt nieuwe uitdagingen aan winkelgebieden. 'Beleving' komt steeds centraler te staan. In een detailhandelsstructuurvisie moet dus zowel rekening gehouden worden met een (mogelijk) structureel lagere vraag naar winkelruimte, maar ook met de vraag hoe winkelgebieden/-locaties in deze tijd aan de vraag van de consument tegemoet kunnen komen.

waarom moet het juist nu?
(aanleiding)

De gemeenteraad heeft in november 2013 een motie aangenomen waarin om een toekomstvisie op de detailhandel in Ridderkerk wordt verzocht.

waar moeten we op letten? (risico's en neveneffecten)

De rol van de gemeente ten aanzien van de detailhandel(structuur) is beperkt. Ontwikkelingen als teruglopende bestedingen en de opkomst van internetwinkelen zijn (inter)nationale ontwikkelingen. Het zijn vooral de marktpartijen (vastgoedeigenaren, grootwinkelbedrijf, zelfstandige winkeliers) die hierop moeten inspelen. De rol van de gemeente is in het algemeen faciliterend. De marktpartijen hebben daarom een centrale positie bij het uitvoeren van de visie. Bij het opstellen van de visie moet hiermee al rekening worden gehouden. Een participatietraject bij het opstellen van de visie is daarom van groot belang. De detailhandelsvisie moet mede een visie zijn van de marktpartijen. Als de visie niet aansluit bij de ideeën en mogelijkheden van de marktpartijen, zal uitvoering heel lastig worden.

	Aanbevelingen uit de visie zouden ruimtelijke consequenties kunnen hebben, bijvoorbeeld als functieverandering of herontwikkeling geadviseerd wordt.
wat hoort <u>niet</u> bij dit project? (afbakening)	Dit project betreft alleen het opstellen van de visie, niet de uitwerking van aanbevelingen die worden gedaan.
planning	De doorlooptijd voor het opstellen van een conceptvisie is 3-5 maanden. Daarna moet de visie voor besluitvorming naar B&W en de gemeenteraad.
wie doet er mee? (participatie)	Zoals aangegeven is een participatietraject van groot belang. Dit willen we dan ook breed opzetten. Het zwaartepunt van het participatietraject ligt bij winkeliers/ ondernemers en vastgoedeigenaren in alle winkelgebieden van de gemeente. Alle winkeliers worden uitgenodigd voor laagdrempelige 'koffiegesprekken'. Dit zijn laagdrempelige gesprekken in kleine groepen (6-8 deelnemers), waarin gesproken wordt over wat de aanwezigen belangrijk vinden met het oog op de toekomst. Verder worden in het participatietraject maatschappelijke partners (waaronder Woonvisie, Sport en Welzijn, SER) en beleidsplatforms (Jongerenraad, Ondernemersplatform, Platform Natuur, Milieu & Duurzaamheid en WMO-platform) benaderd. De inwoners van Ridderkerk (als consumenten van de winkelgebieden) worden benaderd via de wijkoverleggen en de beleidsplatforms.
communicatie	De partijen die we in het kader van het participatietraject benaderen, schrijven we aan met een brief waarin kort de reden en het doel van de detailhandelsvisie wordt toegelicht. In deze brief vragen we hun medewerking/inbreng. Tijdens de gesprekken wordt uitgebreidere informatie gegeven over de detailhandelsvisie. Hierbij wordt ook ingegaan op de implementatie van de visie, die in een later stadium haar beslag moet krijgen.
evaluatie	Evaluatie vindt plaats in de interne werkgroep.
wat hebben we voor het project nodig? (randvoorwaarden)	Tijdsinzet van ambtenaren, met name economische zaken, maar betrokkenheid van beleidsmedewerkers ruimte, handhaving, vergunningverlening/horeca, verkeer en wijkregie (middels interne werkgroep) is ook gewenst. Vooral bij economische zaken betekent dit wel een verzwaring van de werklust.
heeft het project draagvlak? (haalbaarheid)	Bepaal de haalbaarheid van het realiseren van het project aan de hand van bijvoorbeeld de factoren: <ul style="list-style-type: none"> • <i>Economische haalbaarheid: door gebruikmaking van interne expertise is er geen extra budget nodig.</i> • <i>Maatschappelijke haalbaarheid: geborgd door breed participatietraject</i> • <i>Haalbaarheid qua middelen: tijdsbeslag voor adviseur economie, maar passend binnen het taakpakket.</i>

Opdrachtgever ambtelijk: Sara Verbeek
Opdrachtgever bestuurlijk: Henk Dokter