

– SAMENVATTING –

TOEKOMSTVISIE

DETAILHANDEL

RIDDERKERK

1 september 2014

Inleiding

De detailhandel is een sector die sterk in beweging is. Het is een van de sectoren die hard getroffen is door de economische crisis. Daarnaast zijn er meer structurele ontwikkelingen als de opkomst van kopen via internet en de grotere aandacht voor beleving bij het doen van aankopen. De gevolgen hiervan zijn ook in Ridderkerk te merken. Voor de gemeenteraad was dit aanleiding te vragen om een toekomstvisie op de detailhandel.

Centraal in de visie staan de vragen hoe de detailhandelsstructuur van Ridderkerk er op middellange termijn (5-10 jaar) uit moet zien en wat er gedaan moet worden om deze gewenste structuur te bereiken.

De rol van de gemeente ten aanzien van detailhandel is echter beperkt. Het is aan 'de markt' om te ondernemen, om consumenten te verleiden hun aankopen in de Ridderkerkse winkels te doen. De gemeente staat aan de zijlijn en heeft vooral een verbindende en faciliterende rol, bijvoorbeeld op het ruimtelijk-planologische vlak.

Het is daarom van groot belang dat de toekomstvisie op de detailhandel niet exclusief een visie van de gemeente is. Omdat er meerdere partijen een eigen rol en verantwoordelijkheid hebben, is samenwerking en het creëren van draagvlak voor deze visie van groot belang. Er heeft daarom een breed 'participatietraject' plaats gevonden. Hierin konden winkeliers, vastgoedeigenaren, consumenten en maatschappelijke partners aangeven wat voor hen belangrijk is ten aanzien van de detailhandel in Ridderkerk en welke rol zij zelf willen spelen. Op basis van deze informatie is deze toekomstvisie op de detailhandel opgesteld.

Dit document is een uitgebreide samenvatting van de visie. De volledige visie is ook beschikbaar. Hierin zijn onder andere een uitgebreide analyse van ontwikkelingen in de sector en de huidige detailhandel in Ridderkerk te lezen en de volledige visie mét onderbouwing.

Goede uitgangspunten voor Ridderkerk

De uitgangspunten voor de detailhandel in Ridderkerk zijn goed. Dit blijkt als de situatie in Ridderkerk wordt vergeleken met landelijke ontwikkelingen en met de eisen die aan aantrekkelijke winkelgebieden worden gesteld.

In Ridderkerk is namelijk sprake van een heldere detailhandelsstructuur met een compleet en herkenbaar kernwinkelgebied en drie complete wijkwinkelcentra.

Het kernwinkelgebied is compact. Er is geen sprake van wegwijnende aanloopstraten met veel leegstand. Er is voldoende parkeergelegenheid op korte afstand van de winkels en de bereikbaarheid van het kernwinkelgebied is in het algemeen goed. Het kernwinkelgebied heeft een regiofunctie en is duidelijk een maat groter dan de winkelgebieden in de omliggende gemeenten (met uitzondering natuurlijk van Rotterdam). Hierdoor kent het kernwinkelgebied een aantal trekkers in de vorm van landelijke ketenbedrijven. Tegelijkertijd is er een groot aantal zelfstandige ondernemers gevestigd die voor een duidelijke 'couleur locale' zorgen. Deze mix van ketenbedrijven en zelfstandige ondernemers onderscheidt Ridderkerk van de winkelgebieden in de omgeving.

De drie wijkwinkelcentra functioneren goed. Ze hebben een duidelijk profiel: dagelijkse boodschappen. Ze liggen centraal in de wijken en hebben hun eigen, herkenbare verzorgingsgebied. Voor alle drie wijkwinkelcentra geldt dat er niet of nauwelijks sprake is van leegstand.

Deze goede uitgangspunten worden ook door de consument herkend. Uit de enquêtes die in de winkelgebieden zijn gehouden, komt naar voren dat de consument in het algemeen tevreden is en positief over de winkelgebieden in Ridderkerk.

Naast het kernwinkelgebied en de drie wijkwinkelcentra zijn er diverse andere winkellocaties in Ridderkerk. Er is een concentratie van perifere of volumineuze detailhandel rond de Noordenweg en de Gieterijstraat op Donkersloot-Zuid. De provincie heeft dit gebied onlangs aangemerkt als 'pdv-locatie' (locatie voor perifere detailhandelsvestigingen). Hierbij is strak omschreven dat hier grootschalige winkels in bepaalde branches mogen vestigen die niet van toegevoegde waarde zijn voor de overige winkelgebieden. Denk hierbij onder andere aan bouwmarkten en meubelzaken.

Verder liggen verspreid over Ridderkerk een aantal buurtwinkelstrips. De meeste hebben hun winkelfunctie grotendeels verloren. Dit is een landelijke trend: door schaalvergroting is het verzorgingsgebied te klein geworden. Een enkele buurtstrip weet te overleven, bijvoorbeeld door goed ondernemerschap (Plein Oost) of functieverandering (Colijnplein, accent op ambacht).

Bedreigingen

Ondanks de genoemde positieve punten, hebben veel winkeliers het moeilijk. De leegstand is de afgelopen twee jaar opgelopen, met name in het centrum. De goede uitgangspunten zijn dus niet

'voldoende' voor het hebben van aantrekkelijke en goed functionerende winkelgebieden. Er moet door de winkeliers en de andere (markt)partijen hard gewerkt worden om de consument naar hun winkelgebied te blijven trekken.

Zeker voor het hoofdwinkelcentrum, maar ook voor de wijkwinkelcentra, is 'beleving' steeds meer een sleutelwoord. De consument moet telkens weer opnieuw verleid worden om aankopen te doen.

Gebrek aan collectiviteit en samenwerking bedreigen de aantrekkingskracht van het winkelcentrum voor de consument. Samen sta je sterker en kun je meer doen om de consument binnen te krijgen. Ook het uitblijven van vernieuwing zou op termijn een bedreiging kunnen vormen voor het functioneren van de winkelgebieden. De consument is immers steeds beter geïnformeerd. Onder andere door het altijd hebben van toegang tot allerlei informatie via (mobiel) internet. Achterover leunen is er dus niet bij.

CONCEPT

Toekomstige detailhandelsstructuur

Hoofdstructuur

Deze toekomstvisie gaat uit van een hoofdstructuur (detailhandelsstructuur) die bestaat uit het kernwinkelgebied in het centrum, de drie wijkwinkelcentra (Vlietplein, Dillenburgplein en De Werf) en een pdv-locatie op Donkersloot-Zuid. Het kernwinkelgebied richt zich hierbij zowel op dagelijkse boodschappen als recreatief winkelen. De drie wijkwinkelcentra zijn er primair voor de dagelijkse boodschappen. Op de pdv-locatie op Donkersloot-Zuid is alleen plek voor winkels die door de aard en omvang van verkochte producten niet gewenst zijn in het centrum (o.a. bouwmarkten en woninginrichting).

Het behoud en de versterking van deze hoofdstructuur vormt de kern van het (ruimtelijk) detailhandelsbeleid. Buiten deze hoofdstructuur wordt vestiging van winkels in principe tegengegaan.

Kernwinkelgebied

Het centrum van Ridderkerk heeft toekomst als regionaal verzorgend winkelcentrum. Dit betekent behoud van de huidige functie. Het is echter geen vanzelfsprekendheid. Er moet hard aan worden gewerkt.

Wat betreft de branchesamenstelling betekent dit het voortzetten van de huidige mix van winkels voor dagelijkse aankopen, voor recreatief winkelen en horeca. Behoud van de goede mix van landelijke ketens en zelfstandige winkeliers is hierbij van groot belang. Uitbreiding of inkrimping van het kernwinkelgebied ligt niet voor de hand. De huidige leegstand biedt voldoende ruimte voor nieuwe winkels. Tegelijkertijd is de leegstand niet zodanig dat bepaalde deelgebieden 'gesaneerd' moeten worden, waarbij de winkelfunctie verdwijnt.

De verschillende betrokken partijen zullen nauw moeten samenwerken om het kernwinkelgebied te profileren en te promoten. Een goede samenwerking heeft een positieve uitstraling naar zowel consumenten als potentiële investeerders. Het opzetten van een goede en effectieve overlegstructuur om de samenwerking en de uitvoering van acties te stroomlijnen heeft prioriteit. Een gezamenlijke visie kan een basis vormen voor hernieuwde samenwerking.

Wijkwinkelcentra

De drie wijkwinkelcentra hebben een goede basis om hun functie voor dagelijkse boodschappen ook in de toekomst te blijven vervullen. De combinatie van supermarkt(en), verswinkels en drogist vormt ook in de toekomst de basis voor de branchesamenstelling. De huidige omvang van de drie wijkwinkelcentra is passend voor deze functie.

Met het oog op het spanningsveld tussen de vaste winkels en de standplaatsen en de vragen die hierover regelmatig worden gesteld, wordt het standplaatsenbeleid geactualiseerd. In dit kader zal een participatietraject met de ondernemers worden gestart.

Ook voor de wijkwinkelcentra geldt dat samenwerking de basis is voor een heldere profilering en promotie van het winkelcentrum. Dit gaat verder dan de samenwerking tussen winkeliers, vastgoedeigenaren en gemeente. Ook organisaties en instanties uit de wijk kunnen hierbij worden betrokken. Op deze manier kunnen de wijkwinkelcentra zich verder ontwikkelen tot ontmoetingsplaats en huiskamer van de wijk.

Pdv-locatie Donkersloot-Zuid

Op de pdv-locatie op Donkersloot-Zuid is ruimte voor winkels die door aard en omvang van hun producten niet gewenst zijn in het kernwinkelgebied. Denk hierbij aan winkels voor woninginrichting en doe-het-zelf. Wat betreft de branches die hier worden toegelaten, wordt aangesloten bij het provinciale beleid, zoals recent vastgelegd in de Visie Ruimte en Mobiliteit. Winkels voor dagelijkse boodschappen en recreatief winkelen horen hier niet thuis. Voor deze winkels is er plek in de wijkwinkelcentra en het kernwinkelgebied.

Overige winkellocaties

Buiten de hoofdstructuur wordt uitbreiding van de winkelfunctie niet voorgestaan. Dit betekent echter niet dat er niets meer mag gebeuren. De gemeente stelt zich faciliterend op voor ondernemers buiten de hoofdstructuur, zolang de plannen niet leiden tot functieverandering/ -vergroting en niet verstorend zijn voor de hoofdstructuur. De gemeente staat open voor plannen om (voormalige) winkellocaties buiten de hoofdstructuur te transformeren naar andere functies.

Kansen voor ondernemers

Met het aanwijzen van deze hoofdstructuur stelt de gemeente in deze visie een belangrijk kader. Daarbinnen is het aan marktpartijen om voor invulling te zorgen, om te ondernemen. Het initiatief ligt dus bij de markt. De gemeente wil faciliteren en verbinden.

Afgaand op (landelijke) trends en ontwikkelingen liggen uitdagingen onder andere op het vlak van het creëren van beleving, samenwerken, vernieuwen, integreren van fysieke winkels en internet en het creëren van onderscheidend vermogen.

Beleving en onderscheidend vermogen

Winkelgebieden zijn steeds meer op elkaar gaan lijken. Bovendien zijn alle producten en diensten ook via internet te koop. De uitdaging om de consument juist naar jouw winkelgebied te krijgen is dus groter dan voorheen. Zeker ook omdat winkelen meer is geworden dan het doen van aankopen. Het is meer en meer een vrijetijdsbesteding. De consument wil verrast en vermaakt worden. Beleving is echter een breed begrip en voor elke consument anders. Het gaat om een goede en aantrekkelijke mix van winkels, om evenementen en acties, om een aantrekkelijke (verblijfs)omgeving, goede horeca en goede service en bediening. Het creëren van beleving is een gezamenlijke taak van alle betrokken partijen. Winkeliers moeten zich onderscheiden om de klant naar hun winkel te trekken, onder meer door aantrekkelijk aanbod, prijs, service en acties. Vastgoedeigenaren zijn primair verantwoordelijk voor een aantrekkelijke mix van winkels: groot en klein, ketenbedrijf en zelfstandigen, winkels en horeca. De gemeente faciliteert op het vlak van een schoon, heel en veilig winkelgebied en de toegankelijkheid van het winkelgebied.

Internet speelt in de detailhandel een niet meer weg te denken rol. Alles kan via internet gekocht worden. Je kunt wereldwijd je aankopen doen, maar tegelijkertijd is de hele wereld je afzetgebied. Bedreiging en kans ineens. Het is zowel voor de individuele winkel als een winkelgebied als geheel zaak hierop in te spelen. Het initiatief hiervoor ligt bij de marktpartijen. Indien bij nieuwe concepten de regelgeving blijkt te knellen, is de gemeente uiteraard bereid het gesprek hierover aan te gaan. Behoud en versterking van de hoofdstructuur blijft in dat geval echter wel het uitgangspunt.

Samenwerking

Een winkelgebied is meer dan een verzameling losse winkels. De kracht ligt in de concentratie. Men profiteert van elkaars nabijheid. Samenwerking is dan ook noodzakelijk om de (gezamenlijke) klant te blijven binden. Dit betreft ten eerste samenwerking tussen winkeliers, maar daarnaast ook samenwerking tussen partijen als winkeliers, vastgoedeigenaren, gemeente en eventuele anderen. Door samenwerking kunnen problemen en knelpunten sneller worden opgepakt. Belangrijker is wellicht dat samenwerking de basis is om in positieve zin te werken aan kansen voor en versterking van het winkelgebied. Een belangrijke vraag hierbij is hoe het winkelgebied wordt gepositioneerd en geprofileerd. Deze vraag is onmogelijk door de winkeliers alleen of door de gemeente alleen te beantwoorden. Alle betrokken partijen moeten hier namelijk vanuit hun eigen rol aan werken. Verdeeldheid en een gebrek aan samenwerking zorgt voor een afwachtende houding bij een deel van

de betrokkenen. Belangrijker nog is dat die vroeg of laat wordt gemerkt door de consument en het winkelgebied zijn aantrekkelijkheid zal verliezen. Op deze manier kan een vicieuze cirkel ontstaan.

In Nederland, maar ook in de omliggende regio zijn goede voorbeelden van samenwerkingsvormen, zowel voor wijkwinkelcentra als voor het kernwinkelgebied.

Naast de voor de hand liggende partijen als winkeliers, vastgoedeigenaren en de gemeente kunnen meer partijen in de samenwerking worden betrokken. Denk hierbij aan de Stichting Evenementen Ridderkerk, Sport & Welzijn, wijk- of buurtorganisaties en –verenigingen en scholen. Een goede samenwerking is de basis voor alle volgende acties.

Rol gemeente

Met deze toekomstvisie schetst de gemeente een kader waarbinnen de marktpartijen kunnen ondernemen. Door de brede input van marktpartijen en overige betrokkenen kan deze visie de basis vormen voor een toekomstige agenda van samenwerking.

De gemeente heeft hierbij een faciliterende en verbindende rol. Deze krijgt onder meer vorm door het bij elkaar brengen van partijen, het stimuleren van overleg en deelname in overleg- en organisatiestructuren. Het zijn immers primair de marktpartijen die moeten ondernemen, die de klant naar de winkels/winkelgebieden moeten trekken.

En nu verder...

Deze toekomstvisie is geen eindpunt. Het is eerder een startpunt of een middel om een gemeenschappelijk doel te bereiken: een vitale en aantrekkelijke detailhandel(structuur) in Ridderkerk.

Deze visie vormt voor de gemeente de basis voor het overleg met andere direct betrokkenen. In de eerste plaats winkeliers en vastgoedeigenaren. Een eerste stap is om met de betrokken partijen nu te komen tot een concrete uitvoeringsagenda. Hierin nemen de diverse partijen elk hun eigen verantwoordelijkheden met het oog op een gezamenlijk doel. De belangen zijn groot en er is veel te doen. Dus samen aan de slag!

CONCEPT