

Registratienr.: Z/15/023606/45558

Agendapunt

**raadsvoorstel**

---

Afdeling:	Burgemeester en Wethouders	Leiderdorp,
Onderwerp:	Retailvisie Leidse regio 2025	Aan de raad.



## raadsvoorstel

**Beslispunten**

1. De uitgangspunten van de Retailvisie Leidse regio 2025 d.d. 19 januari 2016 vast te stellen, waarin de volgende kernboodschappen centraal staan:
  - a. De visie op trends zijn:
    - i. Creëer ruimte om in te spelen op nieuwe consumentenbehoeftes;
    - ii. Maak sterk wat sterk is;
    - iii. Vermindering van vierkante meters;
    - iv. Verruiming mogelijkheden op PDV-locaties;
    - v. Sterke complementaire identiteiten;
    - vi. Focus op kleinere winkelgebieden;
    - vii. Stimuleren samenwerking.
  - b. De detailhandelsstructuur is op basis van de behoefte van de consument bepaald en onderverdeeld in drie type winkelgebieden, te weten: recreatieve, boodschappen- en doelgerichte winkelgebieden;
  - c. Tot de detailhandelsstructuur 2025 behoren de volgende winkelcentra:
 

**Recreatieve centra**

    1. Centrum Leiden
    2. Centrum Katwijk
    3. Winkelhof Leiderdorp
    4. De Kempenaerstraat Oegstgeest
    5. Centrum Voorschoten

**Boodschappencentra**

    1. Centrum Rijnsburg
    2. Centrum Zoeterwoude
    3. Kopermolen Leiden
    4. Lange Voort Oegstgeest
    5. Luifelbaan Leiden
    6. Diamantplein Leiden
    7. Kooilaan Leiden
    8. Stevensbloem Leiden
    9. Hoornsepassage Katwijk
    10. Santhorst Leiderdorp
    11. Hofland Voorschoten
    12. Visserijkade Katwijk
    13. Lammenschansdriehoek Leiden
    14. Koopcentrum Oegstgeesterweg Rijnsburg
    15. Bosplein Katwijk
    16. Veurseweg Voorschoten
    17. Hoofdstraat Valkenburg
    18. Roomburg Leiden
    19. Verde Vista Meerburg Zoeterwoude
    20. Nieuw-Rhijngeest Oegstgeest
    21. Wagnerplein Leiden
    22. Melkweg Katwijk

**Doelgerichte centra**

    1. 't Heen Katwijk
    2. De Baanderij Leiderdorp
    3. WOON Leiderdorp
    4. Rijneke Boulevard Zoeterwoude
  - d. Per type winkelgebied zijn beleidscriteria bepaald als kader voor versterking van de winkelgebieden;
  - e. Pick-up points worden mogelijk op bedrijventerreinen mits dit qua verkeer geen hinder oplevert voor de andere bedrijven;
  - f. Supermarkten concentreren zich binnen winkelgebieden die onderdeel zijn van de detailhandelsstructuur 2025;

**raadsvoorstel**

- g. Het stroomschema vormt een eenduidig en transparant hulpmiddel en leidraad bij het toetsen van nieuwe ontwikkelingen;
  - h. In het actieplan is opgenomen dat gemeenten samen met eigenaren en winkeliers een strategie gaan bepalen voor (1) sterker maken wat sterk is (centra die binnen de structuur vallen), (2) transformatie van de gebieden die buiten de detailhandelsstructuur 2025 vallen en (3) het verminderen van het aantal vierkante meters voor pdv-locaties (doelgerichte centra);
  - i. We monitoren jaarlijks, op basis van de nog op te stellen retailmonitor, zodat we regionaal het beleid kunnen aanscherpen en bijsturen.
2. De Retailvisie Leidse regio 2025 vast te stellen onder de voorwaarde dat de gemeenteraden van de gemeenten Katwijk, Leiden, Leiderdorp, Oegstgeest, Voorschoten en Zoeterwoude unaniem dezelfde Retailvisie Leidse regio 2025 overeenkomstig en uniform hebben vastgesteld;
  3. Het Gemeentelijk Detailhandelsbeleid 2012-2016 in te trekken met het van kracht worden van de Retailvisie Leidse regio 2025.

**1 Inleiding****1.a In het kort**

Een van de acties van Economie071 is het opstellen van de Retailvisie Leidse regio 2025. De aanleiding om deze regionale visie op te stellen is tweeledig. Ten eerste verandert de toekomst van winkelen, de winkelgebieden en winkels in snel tempo. Ten tweede zijn er (nieuwe) antwoorden nodig op de vraag hoe we de bestaande winkelgebieden vitaal houden:

- Verouderde gemeentelijke visies geven te weinig houvast bij die afweging;
- De (toekomstige) consument moet meer centraal worden gesteld: een gedifferentieerd, beter toegesneden en onderscheidend aanbod op regio-schaal;
- Regionale regie ontbreekt en winkelgebieden beconcurreren elkaar onnodig of werken beperkt samen;
- De slagvaardigheid/ samenhang op Holland Rijnland-schaal is te beperkt en de stedelijke agglomeratie van de Leidse regio lijkt een beter passende en meer "natuurlijke" schaal.
- De provincie daagt de regio's uit om te komen met een eigen visie op retail met daarin scherpe keuzes over het ontwikkelen, optimaliseren en eventueel transformeren van winkelgebieden.

De oplegnotitie Retailvisie Leidse regio 2025 en de Retailvisie Leidse regio 2025 van RMC hebben vanaf 10 juli 2015 tot en met 4 september 2015 ter inzage gelegd. In het najaar is gewerkt aan de beantwoording van de inspraak en de regionale afstemming hierover.

**raadsvoorstel**

---

**1.b Samenhang beleidsvelden**

Er is samenhang met de volgende beleidsvelden:

- Economie071
- Ruimtelijke ordening

**2 Beoogd effect**

Het maken van een vitaal en toekomstbestendig wensbeeld voor de ontwikkeling en transformatie van winkelgebieden binnen de Leidse regio dat draagvlak heeft bij gemeenten, ondernemers en maatschappelijke actoren. In de visie moet het optimaal bedienen van de consument centraal staan en moet de identiteit van de winkelgebieden aansluiten op de inwoners van het verzorgingsgebied.

**3 Argumenten***1.1 De Stuurgroep Economie071 heeft de Retailvisie Leidse regio 2025 vastgesteld*

De Retailvisie Leidse regio 2025 is een coproductie van de partijen binnen Economie071. De Retailvisie is een van de acht concrete projecten waar Economie071 op dit moment aan werkt. De Stuurgroep van Economie071 heeft de Retailvisie op 8 januari vastgesteld.

*1.2 Integrale en uniforme besluitvorming van de Retailvisie Leidse regio 2025 in de gemeenteraden binnen de Leidse regio*

Zonder integrale en uniforme vaststelling in de gemeenteraden is er geen gezamenlijk uitgangspunt voor de uitvoering van de Retailvisie en toetsing van nieuwe initiatieven. Wij hebben dit proberen te ondervangen door in de besluitpunten op te nemen dat het besluit van de gemeenteraden tot vaststelling van de Retailvisie pas van kracht is op het moment dat alle gemeenteraden in de Leidse regio de Retailvisie op overeenkomstige en uniforme wijze hebben vastgesteld.

**raadsvoorstel**

---

*1.3 De Retailvisie Leidse regio 2025 is tot stand gekomen tijdens een zorgvuldig en transparant proces*

De Retailvisie is tot stand gekomen na een intensief participatietraject met ondernemers en gemeenteraden. We hebben een viertal bijeenkomst georganiseerd voor de gezamenlijke gemeenteraden om hen mee te nemen in het proces. We hebben belangrijke input ontvangen die we hebben verwerkt in de Retailvisie. Tevens konden we tussenstappen in het proces toetsen en eventueel bijsturen.

Daarnaast zijn in april en mei met alle ondernemers die naar aanleiding van het bespreekstuk (conceptversie) behoefte hadden aan een gesprek, één-op-één gesprekken gevoerd. Er zijn gesprekken gevoerd met de winkelgebieden die buiten de Detailhandelsstructuur 2025 vallen.

Een volledige weergave van het participatietraject is beschreven in *paragraaf 6 Communicatie en participatie*.

Als onderdeel van het participatietraject zijn twee documenten ter inzage gelegd, te weten de Oplegnotitie en het bespreekstuk van RMC (periode 10 juli tot en met 4 september).

Alle deelnemende gemeenten volgen hierin dezelfde lijn, waardoor alle inwoners, ondernemers en overige geïnteresseerden de mogelijkheid hebben gekregen tot het indienen van zienswijzen. Beide stukken zijn na de inspraakperiode verwerkt tot één Retailvisie die bestaat uit:

- A. Het beleidskader
- B. Het actieplan
- C. Onderbouwing RMC

*1.4 De Retailvisie Leidse regio 2025 voldoet aan de kaders die zijn meegegeven*

Ondernemers en gemeenteraden hebben tijdens de bijeenkomsten input geleverd voor de kaders van de Retailvisie. Ons inziens voldoet de Retailvisie aan deze kaders. Ter volledigheid zijn de gestelde kaders hieronder opgesomd:

- De consument staat centraal. De motivatie van consumenten achter het koopgedrag is daarmee een belangrijk bepalende factor bij de verdere profilering van winkelcentra en het winkellandschap in de Leidse regio;
- De inwoners van de Leidse regio moeten nu en in de toekomst goed terecht kunnen bij winkels voor zowel dagelijkse goederen als niet-dagelijkse goederen. Om deze toekomstvastheid te borgen en investeringen los te maken, willen de

### raadsvoorstel

---

zes gemeenten in de Leidse regio voor de retailsector perspectief bieden voor alle (winkel)gebieden. Dit met het besef dat er een overschot is aan aantal m2. Identificeer kansen en anticipeer op trends in plaats van het beschermen van het bestaande. Houdt daarbij ook in het oog wat er zou gebeuren met een winkelgebied bij ongewijzigd beleid;

- De visie stellen we met onze buurgemeenten op, omdat we het als een feit ervaren dat onze inwoners voor hun dagelijkse boodschappen en winkelen onze Leidse regio als één gebied ervaren;
- We streven naar zoveel mogelijk draagvlak onder ondernemers, vastgoedpartijen en gemeenten. Daarom stellen we de Retailvisie samen met retail- en vastgoedondernemers op;
- We streven naar uniforme kaders in de gehele Leidse regio. De visie bevat heldere en eenduidige beleidsafspraken én biedt tegelijk ruimte om in te kunnen spelen op nieuwe ontwikkelingen en initiatieven van ondernemers (“een kompas, maar geen TomTom”);
- Stuur eerder door het stimuleren van ontwikkelingen die passen bij het gewenste onderscheidende karakter van een winkelgebied dan door regels en verboden;
- De visie moet makkelijk uit te leggen zijn aan mensen op straat, de collega's in de gemeenteraad en de achterbannen van winkeliersverenigingen; dus een kernachtig verhaal op hoofdlijnen;
- De visie moet realiseerbaar zijn en uitnodigen tot actie;
- De doelen moeten meetbaar en te evalueren zijn;
- Voorwaarden om tot uitvoering te komen, moeten vooraf worden ingevuld; dus capaciteit voor regie en middelen om ontwikkelingen en transformaties in winkelgebieden op gang te brengen.

#### *1.5 Scherpe keuzes zijn nodig voor een toekomstbestendige detailhandelsstructuur 2025*

Met deze visie willen we inspelen op maatschappelijke trends en ontwikkelingen.

Voorbeelden hiervan zijn:

- De sterke groei van internetverkoop en daardoor minder via fysieke winkels;
- Een detailhandelsmarkt waar steeds meer de consument in plaats van de aanbieder centraal staat;
- Een groeiende importantie van merken en beleving;
- De opkomst van de deeleconomie en tweedehandseconomie;

**raadsvoorstel**

---

- Schaalvergroting van winkelcentra;
- Het naar elkaar toegroeien van horeca en detailhandel.

De lokale overheid kan bij deze trends en ontwikkelingen drie rollen aannemen:

1. Door zich terughoudend op te stellen en het geheel aan de markt over te laten waar concentratie van winkels en leegstand ontstaat en op termijn transformatie gaat plaatsvinden;
2. Door zelf actief te sturen op de bestemming en de te transformeren winkelgebieden;
3. Door samen met ondernemers en vastgoedeigenaren te kiezen wat de trends en ontwikkelingen betekenen voor het toekomstig winkellandschap en daarbij als overheid open te staan voor transformatie van winkelgebieden en deze publiekrechtelijk te ondersteunen.

De gemeenten in de Leidse regio hebben gekozen voor deze derde optie. Om in te kunnen spelen op de trends en ontwikkelingen moeten we scherpe keuzes maken om te zorgen voor een overall sterke detailhandelsstructuur. Daarbij zetten we dus in op minder, maar wel sterkere winkelgebieden.

De leegstand in de regio is op dit moment al groot en het aanbod is groter dan de vraag. De trends en de marktruimteberekening laten zien dat zonder beleid het aanbod nog groter wordt dan de vraag. Maken we de scherpe keuzes niet, dan zal de leegstand in alle winkelgebieden groter worden. Op die manier verzwak je de gehele regionale detailhandelsstructuur. En dat is niet in het belang van de consument.

Wij realiseren ons dat het maken van scherpe keuzes lastig is en dat het voor individuele ondernemers soms pijnlijk kan zijn. Voor een individuele ondernemer of vastgoedeigenaar kan het betekenen dat hij een prachtige winkel heeft, maar mogelijk niet omringd is door even sterke burens die zich ook richten op hetzelfde koopmotief van de consument. Vaststelling van de Retailvisie betekent niet dat die ondernemer daar 'verboden' wordt; wel dat de overheid open staat voor functieverandering van het pand bij gekozen verhuizing of (langdurige) leegstand. Gemeenten willen ondernemers actief faciliteren in de samenwerking.

Eén van de speerpunten van de Retailvisie is het creëren van ruimte om in te spelen op nieuwe consumentenbehoeftes. Verschillen tussen winkelbranches en de verschillen

### raadsvoorstel

---

tussen horeca en retail zullen hierbij vervagen. Verder is voor een gezonde detailhandelsstructuur een vermindering van het aantal vierkante meters nodig. Er wordt ingezet op het innoveren en het versterken van de nu al sterke winkelgebieden in plaats van in te zetten op alle winkelgebieden. Van belang is dat de sterke locaties verder worden versterkt en dat er keuzes worden gemaakt ten aanzien van functie, doelgroep en ambities voor de komende tien jaar.

Een ander punt is de brancheverruiming in doelgerichte winkelgebieden. Ook pick-up points krijgen de ruimte op deze locaties. Voor gebieden die niet behoren tot de detailhandelsstructuur 2025 gaan gemeenten actief met alle stakeholders aan de slag om naar transformatiemogelijkheden te kijken. Altijd samen met vastgoedeigenaren en ondernemers; het is tenslotte hun vastgoed en zij draaien de winkel.

#### *1.6 Overleg met de provincie*

Gedurende het proces heeft op verschillende momenten overleg plaatsgevonden met de provincie Zuid-Holland. Onder andere over de punten waar de Retailvisie afwijkt van het provinciaal beleid (brancheverruiming, pick-up points).

De provincie heeft naar ons toe zijn waardering uitgesproken over de wijze waarop de Leidse regio gezamenlijk met ondernemers samenwerkt aan de Retailvisie. We blijven in gesprek met de provincie over de brancheverruiming, pick-up points en de uitvoering van het Actieplan.

#### *1.7 De Leiderdorpse belangen zijn goed geborgd in de Retailvisie Leidse regio*

Wat betekent de Retailvisie voor de Leiderdorpse winkelgebieden? Hieronder volgt een toelichting per winkelgebied:

#### Winkelhof

De Winkelhof maakt onderdeel uit van de Detailhandelsstructuur 2025. Als hoofdwinkelcentrum van Leiderdorp behoort De Winkelhof in de Retailvisie tot de recreatieve winkelgebieden. De uitbreiding van 6.000 m<sup>2</sup> is opgenomen als hard plan (= verankerd in het bestemmingsplan).

De recreatieve winkelgebieden zetten in op:



### raadsvoorstel

---

- een sterk centrum Leiden als de bovenregionale binnenstad waar alle bewoners van de regio de voorkeur aan geven voor winkelen in een binnenstad;
- een unieke identiteit die past bij de doelgroep uit het verzorgingsgebied, ondersteund door passende branchering, marketing, verblijfsgebied en evenementen;
- een versterking van de functiemenging;
- het vergroten van het niet-dagelijkse aanbod en het verkleinen van het dagelijkse aanbod;
- het verkleinen het dagelijkse aanbod heeft geen betrekking op uitbreiding van bestaande winkels;
- een compacter en helder (met begin en eind) winkelgebied.

#### Santhorst

De Santhorst maakt deel van uit van de Detailhandelsstructuur 2025. Als winkelcentrum behoort Santhorst in de Retailvisie tot de boodschappenwinkelgebieden.

De boodschappenwinkelgebieden zetten in op:

- een unieke identiteit die past bij de doelgroep uit het verzorgingsgebied, ondersteund door passende branchering, marketing, verblijfsgebied en evenementen;
- sterke basis van dagelijks aanbod, voornamelijk foodaanbieders;
- de aanwezigheid van een full-service en een discount supermarkt, beide met een minimale omvang van 1.000 m<sup>2</sup> wvo;
- een compleet dagelijks aanbod bestaande uit foodspeciaalzaken (slagerij, bakker, groentewinkel);
- het aanvullen van het dagelijkse aanbod met non-food, zoals een drogisterij, slijterij en warenhuis met huishoudelijke artikelen (Hema/Blokker);
- een compacter en helder (met duidelijk begin en eind) winkelgebied.

---

**raadsvoorstel**

---

Oranjegalerij/Amaliaplein

De Oranjegalerij maakt geen deel uit van de Detailhandelsstructuur 2025. Uit de analyse over de toekomstbestendigheid blijkt dat:

- het aandeel filialisering te laag is;
- het winkelcentrum met 310 m<sup>2</sup> wvo te klein is voor een levensvatbare locatie;
- de gevestigde supermarkt (buurtwinkel) met 75 m<sup>2</sup> wvo te klein is voor een levensvatbare supermarkt.

Het is fysiek niet mogelijk om van de Oranjegalerij een toekomstbestendig boodschappenwinkelgebied te maken. De verzorgingsfunctie van de Oranjegalerij als boodschappenwinkelgebied kan worden ingevuld door een supermarkt te creëren aan het Amaliaplein. De ontwikkeling van een solitaire supermarkt is op grond van de Retailvisie niet wenselijk, maar omdat de supermarkt de inwoners van het Oude Dorp bediend (gemiddelde afstand van consument tot aan een supermarkt in de Leidse regio is gemiddeld 680 meter), is deze ontwikkeling opgenomen als “witte vlek”. In het (theoretische) scenario dat de Oranjegalerij wegvalt en er geen supermarkt wordt ontwikkeld op het Amaliaplein, dan is de afstand tussen de consument in het Oude Dorp tot aan het dichtstbijzijnde winkelcentrum – Santhorst – minimaal 1,8 kilometer<sup>1</sup>. Het vertrekpunt van de Retailvisie om de consument centraal te stellen, gaat dan niet meer op.

Nu er bestuurlijk draagvlak is in de Leidse regio (Bestuurlijk overleg Retailvisie d.d. 17 september 2015) om de supermarkt aan het Amaliaplein te realiseren, willen wij voldoen aan de opgave die in de Retailvisie is gesteld, namelijk het terugbrengen van het aantal vierkante meters detailhandel. Om de supermarkt te realiseren schrappen we zoveel mogelijk de bestemming *detailhandel* uit het bestemmingsplan Het Oude Dorp op de plaatsen waar op dit moment geen detailhandel is gevestigd, maar bijvoorbeeld het Spar-museum of woningen. Met dit traject zijn we reeds gestart.

WOOON en De Baanderij

WOOON en De Baanderij maken deel uit van de Detailhandelsstructuur 2025. Als perifere detailhandelslocaties behoren zij in de Retailvisie tot de doelgerichte winkelgebieden.

De doelgerichte winkelgebieden zetten in op:

---

<sup>1</sup> gemeten vanaf Irenestraat

### raadsvoorstel

---

- het verminderen van het aantal vierkante meters;
- het behoud van het doelgerichte karakter van het winkelgebied;
- een complementair aanbod van de doelgerichte locaties waardoor locaties elkaar versterken in plaats van elkaar beconcurreren;
  - het versterken van het winkelgebied door brancheverruiming, mits:
    - het niet gaat om levensmiddelen, mode of textiel;
    - het groter is dan 1.000 m<sup>2</sup>.
- het versterken van het winkelgebied door het toevoegen van leisure-activiteiten.

De Gebiedsvisie A4-zone Leiderdorp, vastgesteld in de gemeenteraad van 5 oktober 2015, wordt meegenomen in het opstellen van de strategie voor deze doelgerichte locaties.

#### *2.1 Overeenkomstig en uniforme vaststelling*

De constructieve samenwerking tussen de gemeenten in de Leidse regio wordt bezegeld op het moment dat de Retailvisie door alle zes gemeenteraden overeenkomstig en uniform wordt vastgesteld. Aan de gemeenteraden in de Leidse regio wordt de Retailvisie in maart of april 2016 ter vaststelling aangeboden.

#### *2.2 Een gezamenlijke visie is essentieel om uit te kunnen voeren*

We hebben regionaal commitment gegeven voor het opstellen van een gezamenlijke Retailvisie. Dat betekent voor ons ook dat wij uitvoering geven aan deze Retailvisie. Ook in de wetenschap dat er harde keuzes gemaakt moeten worden als het gaat om het terugdringen van het aantal vierkante meters (perifere) detailhandel.

Wij leveren een actieve bijdrage aan het realiseren van de opgave voor alle Leiderdorpse winkelgebieden. Daarnaast nemen wij een voortrekkersrol in het opstellen van een strategie voor de doelgerichte centra. Wij leveren de projectleider die als aanspreekpunt zal fungeren voor de PDV-manager en de ambtelijke werkgroep. Ons belang is dermate groot dat wij extra inzet hierop nodig achten.

## raadsvoorstel

---

### *3.1 Het Gemeentelijk Detailhandelsbeleid 2012-2016 wordt ingetrokken*

Met het vaststellen van de Retailvisie Leidse regio komt het gemeentelijk detailhandelsbeleid bij de gemeenten in de Leidse regio te vervallen. Om die reden wordt het Gemeentelijk Detailhandelsbeleid 2012-2016 ingetrokken.

## **4 Kanttekeningen/Risico-inventarisatie**

### *1.1 Winkelgebieden en hun functie als sociale ontmoetingsplaats*

Een van de lastige dilemma's in dit proces is de verhouding tussen de economische en de sociale functie van winkelgebieden. We zien in dat de sociale functie van winkelgebieden een groot goed is en dat deze sociale functie bijdraagt aan diverse beleidsdoelstellingen om bijvoorbeeld ouderen en minder validen langer thuis te laten wonen. Daarmee onderkennen we dat winkelcentra een sociale functie binnen een wijk of dorp hebben. We zien echter dat met name kleine winkelgebieden koopkracht verliezen aan met name grotere winkelgebieden, omdat daar een completer (dagelijks) aanbod is. Daarmee kan het voortbestaan van die winkels bedreigd worden. De primaire oorzaak is dat onvoldoende consumenten een winkelgebied bezoeken om deze locatie levensvatbaar te houden.

In de Retailvisie stellen we de consument centraal. Het typeren van de consument is niet traditioneel gedaan aan de hand van sociaal-demografische kenmerken, maar op basis van aankoopmotieven in relatie tot winkelen (economische invalshoek).

Uit ons onderzoek komt naar voren dat de kleine winkelgebieden in het laatste decennium de prijs hebben betaald voor het feit dat consumenten verder zijn gaan reizen voor een beter retailaanbod. Dit heeft ertoe geleid dat, ondanks dat een kortere afstand voor de consument, winkelgebieden met een minder volledig (dagelijks) aanbod zwakker zijn geworden. Het in stand houden van winkelgebieden om bewoners die dichtbij wonen te dienen, heeft geen gezonde buurtcentra opgeleverd. Dit zal in de toekomst ook niet het geval zijn.

Een gevolg hiervan kan zijn dat ouderen en minder validen een grotere afstand moeten afleggen voor hun boodschappen en dat een ontmoetingsplaats in een wijk verdwijnt.

## **5 Duurzaamheid**

n.v.t.

**raadsvoorstel**

---

**6 Communicatie en participatie**

De aftrap van het project vond plaats in Kasteel Oud-Poelgeest te Oegstgeest. Op 9 juli 2014 is daar het “zomeravondgesprek” georganiseerd waar met ondernemers, vastgoedeigenaren, gemeenten en de provincie Zuid-Holland de opgave is besproken. In september 2014 is een bijeenkomst georganiseerd voor alle gemeenteraden waar de trends en het proces zijn toegelicht. In november 2014 en in april 2015 zijn er twee werkateliers georganiseerd waarbij vastgoed-, retail-, en horecaondernemers met elkaar in gesprek zijn gegaan om inhoudelijk mee te denken. Daarnaast zijn de gemeenteraden tijdens een bijeenkomst in december 2014 gevraagd om inhoudelijk input te geven voor de Retailvisie.

Vervolgens is in april 2015 een bijeenkomst georganiseerd voor raadsleden en ondernemers over het bespreekstuk van RMC. Raadsleden en ondernemers hebben de gelegenheid gegrepen om met elkaar van gedachten te wisselen.

In april en mei 2015 zijn ongeveer 20 één-op-één gesprekken gevoerd met ondernemers en vastgoedeigenaren uit winkelcentra die naar aanleiding van het bespreekstuk graag verder wilden praten. Verder is er in mei een werkatelier georganiseerd met de ondernemers uit de vijf doelgerichte locaties (pdv-locaties).

Uiteindelijk is op 6 juli de Oplegnotitie Retailvisie Leidse regio 2025 van Economie 071 en de Retailvisie Leidse regio 2025 van RMC voorafgaand aan de formele inspraakprocedure gepresenteerd in een gezamenlijke bijeenkomst voor raadsleden en ondernemers. De stukken zijn vervolgens door de zes gemeenten voor inspraak vrijgegeven.

Van alle bijeenkomsten met ondernemers en raadsleden zijn verslagen, presentaties en impressies terug te vinden op de site van Economie071 ([www.economie071/Retailvisie](http://www.economie071/Retailvisie)).

**7 Kosten, baten en dekking**

Onderdeel van de Retailvisie is een Actieplan. Voor de uitvoering van de acties uit het Actieplan is budget nodig. Voor Leiderdorp betekent dit ongeveer € 20.000,= per jaar in een periode van drie jaar (2016-2018). Het budget is nodig voor het inhuren van een retailmanager, een transformatiemanager en een PDV-manager. Dit budget wordt gedekt uit het budget Economische zaken.

**raadsvoorstel**

---

**8 Evaluatie**

Na drie jaar wordt geëvalueerd hoe de regio verder moet gaan met de uitvoering van het beleid. Dit op basis van een inventarisatie van de stand van zaken. Hiervoor wordt gebruik gemaakt van de retailmonitor.

De in de Retailvisie gebruikte gegevens van Locatus zullen gedurende looptijd van de visie worden geactualiseerd. Ook als gevolg van acties zoals opgenomen in het Actieplan.

Daarom is in dit Actieplan opgenomen dat er jaarlijks een retailmonitor wordt opgesteld. Op basis van de retailmonitor wordt regionaal jaarlijks het beleid waar nodig bijgesteld.

Het College van burgemeester en wethouders van Leiderdorp,  
de secretaris, de burgemeester,

H. Romeijn

L.M. Driessen-Jansen

**Bijlagen:**

1. Raadsbesluit
2. Bijlage 1: Retailvisie Leidse regio 2025
3. Bijlage 2: Actieplan
4. Bijlage 3: inspraakreacties
5. Bijlage 4: Nota van beantwoording