

TECHNISCHE VRAGEN

Bestemd voor politiek forum of de raad van d.d. 29 februari 2016

Onderwerp : retailvisie

Vraagsteller: CDA/Geert Schipaanboord

Datum : 23 februari 2016

1. De Oranjegalerij wordt geschrapt in de Retailvisie. Wij hebben daarover de volgende vragen:
 - a) Kan het college aangeven wat de consequenties zijn voor winkels die daar nu zitten? Wij nemen aan dat die mogen blijven zitten, klopt dat?

Zolang het bestemmingsplan niet gewijzigd is, blijft de huidige bestemming van kracht. De Oranjegalerij kan echter niet los worden gezien van de komst van een supermarkt op het Amaliaplein. Na jaren getracht te hebben het winkelcentrum Oranjegalerij te revitaliseren, is uiteindelijk de keus gemaakt dat de voorzieningen in de buurt het beste op peil zouden kunnen worden gehouden door de vestiging van een supermarkt op het Amaliaplein. Een volwaardige supermarkt in de Oranjegalerij, noodzakelijk om het centrum levensvatbaar te maken, bleek niet haalbaar. Inherent aan die keuze is dat er geen plaats meer is voor een Oranjegalerij.

De retailvisie is dan ook in lijn met de keuze die de gemeente op dit gebied zelf al had gemaakt.

Bij de uitvoering van de retailvisie in actieplannen zal voor winkelcentra buiten de detailhandelsstructuur de aandacht vooral gericht zijn op transformatie. Voor de Oranjegalerij speelt dit echter nu al concreet, vanuit de keuze voor het Amaliaplein. Bij het vaststellen van mogelijke nieuwe functies is het van belang wat de mogelijkheden op de betreffende locatie zijn en aan welke functies behoefte is. Vanuit al diverse aan de Oranjegalerij gevestigde bedrijven vormt de dienstverlening bijvoorbeeld een van de mogelijke opties.

Bij deze ontwikkelingen worden belanghebbenden betrokken, zonder hen is realisatie niet mogelijk.

- b) Is met ondernemers in de Oranjegalerij gesproken over deze retailvisie?

In het reguliere overleg tussen ondernemers en gemeente, waarin ook een vertegenwoordiging van de Oranjegalerij aanwezig is, is bij herhaling gesproken over de plannen voor de Oranjegalerij en de retailvisie.

Ook heeft er inmiddels een gesprek plaats gehad met enkele ondernemers van verschillende units, in relatie tot de ontwikkeling van het Amaliaplein. De overige betrokkenen zullen in het vervolg van de aanpak aan bod komen.

Daarnaast is iedereen in de gelegenheid gesteld deel te nemen aan bijeenkomsten in het kader van het tot stand komen van de retailvisie.

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. De Oranjegalerij behoorde daar niet toe.

Vanuit de Oranjegalerij is geen zienswijze op de visie ontvangen.

- c) Wat gebeurt er concreet als een bestaande ondernemer in de Oranjegalerij vertrekt? Kan er dan een nieuwe ondernemer komen, of niet?

Ja, op zich is dat juist. Zolang het bestemmingsplan niet gewijzigd is, blijft de huidige bestemming van kracht. De komst van een supermarkt op het Amaliaplein heeft echter op de langere termijn consequenties voor de Oranjegalerij (zie ook het antwoord op vraag a).

- d) Erkent het college dat het in het kader van het langer thuis laten wonen van ouderen (landelijk en gemeentelijk beleid) zinvol kan zijn een aantal winkels daar in stand te houden (uiteraard exploitatie door die ondernemers zelf)? Zie ook in dat kader de reactie van de WMORaad Leiden op de retailvisie die wijzen op het belang van toegankelijkheid?

Het college onderkent dat (Buurt)winkelcentra, naast een economische, ook een sociale functie hebben. Het is een ontmoetingsplaats en voor minder mobiele mensen zijn winkels in de buurt van groot belang voor het kunnen doen van dagelijkse boodschappen. In de retailvisie is rekening gehouden met de trends en demografische en maatschappelijke ontwikkelingen. Het is echter duidelijk dat, ondanks dat de vergrijzing al zo'n 10 jaar aan de gang is, de afgelopen jaren de buurtcentra het steeds slechter doen. De ouderen of mensen met beperkingen komen er niet in voldoende mate om deze buurtcentra overeind te houden.

- e) Hoe is de komst van Lidl aan het Amaliaplein gekoppeld aan het dossier Oranjegalerij? Is de prijs die we voor de Lidl moeten betalen dat de Oranjegalerij een uitsterfconstructie wordt (zie ook vraag c)?

Zie het antwoord op vraag a en vraag c.

- f) In het actieplan wordt aangegeven dat de projectleider die zich met transformatie bezig houden, juist gaat richten op gebieden die geschrapt worden, zoals de Oranjegalerij. Wat zou diegene in de optiek van het college voor de Oranjegalerij moeten gaan doen?

Net als voor de andere niet in de detailhandelsstructuur opgenomen winkelgebieden wordt voor de Oranjegalerij per winkel met de ondernemers en eigenaren bekeken wat de mogelijkheden op korte en lange termijn zijn. Te denken valt daarbij aan relocatie en/of transformatie. In deze fase wordt met alle betrokken partijen onderzocht of zij daar voor open staan, wat de mogelijkheden zijn en welke acties daarvoor nodig zijn. Het resultaat van deze fase is vervolgens een actieplan voor het specifieke winkelgebied met concrete acties per winkel. Per actie wordt dan bepaald wie de trekker is, hoeveel het kost en wat de planning is.

2. Betalen ondernemers van de verschillende winkelcentra in de Leidse regio ook mee aan de uitvoering van het actieplan zoals dat bij de retailvisie is gevoegd, of is de uitvoering geheel publiek gefinancierd? Indien het geheel publiek gefinancierd is, waarom is niet gekozen voor het model van de gebiedsvisie A4 waarin ondernemers ook financieel hebben bijgedragen?

Voor de eerste fase van het actieplan, zoals geschetst onder f, wordt een transformatiemanager ingehuurd, die betaald wordt door de diverse betrokken gemeenten. Op basis van de resultaten van de op te stellen inventarisatie wordt per winkelgebied een concreet actieplan opgesteld. Daarin zal verder gekeken worden hoe het maatwerk per winkelgebied vorm gegeven kan worden. Onderdeel daarvan vormen ook de daarmee samenhangende kosten, de eventuele opbrengsten en de verdeling daarvan.

3. Winkelhof wordt als recreatief centrum aangemerkt, in dat profiel passen winkels met dagelijkse boodschappen minder. Nu is daar net een vers straat geopend. Hoe strikt stuurt het college op het specifieke profiel van een winkelgebied?

Veel van de recreatieve winkelgebieden in de Leidse regio hebben een hoog aandeel winkels met een dagelijks aanbod. Dat geldt ook voor winkelcentrum Winkelhof. Dit type winkels trekt consumenten naar een winkelgebied. De huidige verhouding is alleen niet passend bij het recreatieve karakter, waardoor het de winkelervaring van de consument belemmert. Het is wenselijk om het aanbod dagelijks niet meer uit te breiden en soms te verminderen door middel van aflopende huurcontracten of relocatie. Dit biedt ruimte om meer te focussen op het niet-dagelijkse aanbod.

Het college onderkent dat het dagelijks aanbod een belangrijke drager voor die winkelcentra is, maar ziet een betere positionering van die winkelcentra door minder op dagelijks aanbod in te zetten. Uiteindelijk is het aan de winkelcentra zelf hoe zij daar mee omgaan. Niet de gemeente maar de eigenaar en / of verhurende partij, die er alles aan zal zijn gelegen om een aantrekkelijk winkelcentrum te zijn en te blijven, is hierin bepalend.