



HOE STEM IK REGIONAAL AF?

d.d. 1 juni 2020

?

Succesvolle winkelgebieden zijn de motor voor bruisende steden en vitale kernen. Maar hoe realiseer je dit soort winkelomgevingen in een maatschappij die razendsnel verandert? De consument en zijn (koop)gedrag hebben de afgelopen jaren grote veranderingen ondergaan, denk aan vergrijzing, de trek naar stedelijke gebieden, krimp in randgebieden, mobiele communicatie en transacties, grillig en lastig voorspelbaar koopgedrag, et cetera. Deze beweging zal de komende jaren alleen maar worden versterkt en versneld.

Tegelijkertijd is er de afgelopen twintig jaar een grote hoeveelheid extra winkelmeters gerealiseerd. Het gevolg hiervan is een teveel aan vierkante meters winkelruimte, groeiende leegstand in winkelstraten en daardoor een negatieve invloed op de leefbaarheid. Dit geldt echter niet voor alle steden en winkelgebieden: de consument kiest steeds meer voor succesvolle centra waar het aanbod gevarieerd en het gezellig is. Het resultaat is dat de goede plekken om te winkelen beter worden en de mindere plekken minder worden; een wereld met winnaars en verliezers.

WAAROM REGIONAAL AFSTEMMEN?

Het is daarom noodzakelijk om op regionale schaal in de verschillende winkelgebieden het juiste 'passende' winkelaanbod te voorzien en dit aanbod af te stemmen op het gedrag van de huidige en toekomstige consument. Het maken van de juiste keuzes en afstemming van het aanbod in de winkelgebieden óver de gemeentegrenzen heen gaat niet vanzelf. Lokaal belang, kortetermijnbelang en kortetermijnvisie zorgen voor mismatch en overcapaciteit. Er ligt daarom een regionale opgave om te zorgen voor de juiste hoeveelheid winkelmeters op de juiste plek (kwantiteit) en voor verbetering van het aanbod (diversiteit en kwaliteit). Dit zal onvermijdelijk gepaard gaan met (gecontroleerde) sanering op de ene plek of verantwoorde groei op een andere plek.

WAT: DE DRIE PIJLERS VOOR GOEDE REGIONALE AFSTEMMING

Goede regionale afstemming zorgt voor een gelijk speelveld, interlokaal en regionaal, over gemeentegrenzen heen. Een goede regionale afstemming bestaat uit drie pijlers:

1. een goede regionale visie;
2. het instellen van een adviescommissie;
3. uitwisseling van kennis.

1. De **regionale visie** geeft richting aan het te voeren beleid ten aanzien van de ontwikkelingen die de komende vier tot zes jaar worden verwacht, maakt scherpe keuzes in het beleid en faciliteert de krimp of groei die de komende periode in de betreffende regio verwacht wordt, met als doel: een gezonde, vitale en passende winkelstructuur voor alle kernen in de regio.

DIT STAAT ER IN EEN GOEDE REGIONALE DETAILHANDELSVISIE

- Een **scherpe analyse** die duidelijk maakt waar de regio staat als het gaat om winkelaanbod en winkelstructuur. Nu en in de toekomst: waar liggen de kansen? Waar liggen de bedreigingen? Ook een heldere analyse van de demografie, koopkracht en het sociaal-economisch profiel maken hier onderdeel van uit.
- Een **visie die door de stakeholders gedragen wordt**, inclusief opgaven en doelen die voor de komende periode leidend zijn.
- Een **gelijk definitiekader en speelveld** voor alle gemeenten voor wat betreft algemene beleidskaders. Hoe gaan gemeenten om met pick-up points, branchering op PDV-locaties, ondergeschikte vormen van detailhandel bij een andere hoofdactiviteit?
- **Focus op kwesties en initiatieven met een bovengemeentelijke impact** die bestuurlijk zijn afgestemd. Hierbij gaat het om initiatieven die door hun ligging en/of omvang een bovenlokale reikwijdte kennen.
- **Scherpe keuzes** op het vlak van planreductie en meterreductie op goede, objectieve, ruimtelijke en markttechnische gronden. Zo kan de visie ook echt als beleids- en toetsingskader gelden bij de huidige opgave in de markt.
- Een vertaling in **heldere beleids- en toetsingskaders**: wat gaan we doen? Aan welke initiatieven werken we mee, en met welke motivering?
- Uitwerking in een **instrumentarium**: hoe gaan we het doen, wie doet wat?
- En niet te vergeten: een **goede planning**.

2. Het verdient aanbeveling dat de provincie een **onafhankelijke adviescommissie** instelt die (retail)initiatieven toetst die een lokaal belang overstijgen. Hiermee wordt geborgd dat de regionale



visies ook worden nageleefd. De provincies Noord-Holland, Zuid-Holland en Noord-Brabant kennen al zo'n commissie. Hoe ziet zo'n commissie eruit?

- De commissie helpt provincie en gemeenten bij het maken van de juiste, verantwoorde keuzes bij initiatieven.
- De commissie bewaakt door de jaren heen de consistente lijn bij het uitvoeren van de regionale visie.
- De commissie beoordeelt of voldoende is aangetoond dat nieuwe detailhandelsontwikkelingen het woon- en leefklimaat niet onevenredig aantasten en dat er geen onaanvaardbare leegstand ontstaat.
- De commissie buigt zich over bestemmingsplannen waarin grote nieuwe detailhandelsontwikkelingen zijn opgenomen met gemeentegrens overstijgende initiatieven.
- In de commissie zitten vertegenwoordigers van provincies en gemeenten, inhoudelijk deskundigen en onafhankelijk denkende vertegenwoordigers van retailers en vastgoedeigenaren.

3. Om regionale afstemming succesvol in te zetten is het **uitwisselen van regionale en sectorale kennis** een must. Pas als alle spelers zich baseren op dezelfde cijfers en andere data, elkaars belangen kennen en elkaars taal begrijpen, is goede afstemming mogelijk. Dit kan door bijvoorbeeld structureel metingen te doen, o.a. over planvoorraad en leegstand, en deze gegevens met alle stakeholders te delen.

HOE: IN ZES FASEN NAAR STERKE REGIONALE AFSPRAKEN

Bij regionale afstemming spelen allerlei uiteenlopende (en tegenstrijdige) belangen. Het komen tot breed gedragen regionale afspraken vraagt vaak om een intensief en zorgvuldig proces. Dit start van 'sense of urgency' bij zowel overheid en markt tot daadwerkelijke uitvoering op lokaal niveau. In de routekaart '[regionale samenwerking detailhandel](#)' wordt ingegaan op randvoorwaarden, valkuilen en tips in zes fasen:

- Fase 1 - Op de regionale agenda: is er urgentie en is iedereen doordrongen van het gezamenlijk belang?
- Fase 2 - Proces inrichten en opgave aanscherpen: is de opgave helder, is er voldoende ambtelijke en bestuurlijke capaciteit en zijn vertegenwoordigers van ondernemers en vastgoedeigenaren aangehaakt?
- Fase 3 - Afwegen van keuzes: is ieders standpunt en belang helder en zijn keuzes geobjectiveerd?
- Fase 4 - Afspraken maken: is de mindset gericht op samenwerking en zijn gemeenteraden betrokken?
- Fase 5 - Uitvoering: is uitvoering structureel geborgd en is het commitment van stakeholders voldoende?
- Fase 6 - Evaluatie en bijsturing: Wordt er gemonitord en is er ruimte voor bijsturing?

WIE HEEFT WELKE ROL BIJ REGIONALE AFSTEMMING?

De provincie pakt bij regionale afstemming de **regierol**; faciliteren en bewaken van het proces op voortgang, zorgvuldigheid en resultaat. Daarnaast stelt de provincie kennis, informatie, data en instrumenten beschikbaar. Omdat de provincie het algemeen belang van vitale steden binnen haar grenzen voor ogen heeft, en omdat de provincie de democratische legitimiteit, bestuurskracht en het instrumentarium heeft om af te dwingen dat de visie tot stand komt, is de provincie de logische regisseur van de afstemming.

De belangrijkste taken van de provincie als regisseur zijn:

- Vaststellen welke gemeenten zoveel invloed hebben op elkaars detailhandel, dat zij een 'regio' vormen (indeling in samenhangende functionele regio's).
- Benoemen van gewenste (onderlinge) positionering, profilering van winkelgebieden en maximaal toelaatbare en acceptabele aantal vierkante meters winkelvloeroppervlak voor diverse winkelgebieden in de regio's.
- Een sturende rol pakken als er kwesties zijn die zich afspelen tussen de verschillende regio's, met



een belang dat de regionale detailhandelsvisie te boven gaat.

- Bewaken of de regionale detailhandelsvisie door alle betrokken gemeenten wordt vastgesteld in de gemeenteraden. Pas hierna is het mogelijk de visie als sturingsinstrument in te zetten.

In gebieden waar de provincie de regierol niet of beperkt pakt, is het aan gemeenten zelf om regionale samenwerking te organiseren. Daarbij maken gemeenten die economisch verweven zijn en waar consumenten zich in dezelfde regio oriënteren voor aankopen, afspraken met elkaar.

De overheid heeft de kennis van en uit de markt nodig om tot een gedegen visie te komen. Het is daarom van belang een representatieve doorsnee van alle relevante marktpartijen uit te nodigen hun inbreng te geven. Samen optrekken zorgt voor breder draagvlak voor de opgestelde visie, duurzame langetermijnkeuzes en voor interactie tussen markt en overheid. De verschillende partijen gaan daarom bij het opstellen van regionale detailhandelsvisies met elkaar in gesprek om tot een breed gedragen beleid te komen.

Meer informatie:

Lees hier de NRW publicatie [Succesvolle transitie van winkelgebieden door regionale afstemming](#) en bekijk hier de [Routekaart Regionale samenwerking detailhandel](#)

