**“Van meer van hetzelfde naar meer kwaliteit en variatie”**

Visie Burgerforum op invulling van de kernen

**Een blik op de toekomst:**

**In plaats van uitbreiden, herinrichten en toekomstbestendig maken.**

De wereld om ons heen verandert in rap tempo. Niet alleen is er sprake van krimp en verandert de leeftijdsopbouw van de bevolking maar ook andere ontwikkelingen dwingen ons om opnieuw te bezien hoe wij de kernen in onze gemeente meer toekomstgericht kunnen invullen.

De doorzettende recessie versnelt dit proces nog eens extra. Maar ook het internet-winkelen (e-commerce) wint snel terrein. Onderzoeken geven aan dat dit percentage de komende decennia zal groeien van 25 tot zelfs 45% van het totale marktaandeel (food en non-food).

Een substantieel deel dus dat naar alle waarschijnlijkheid zijn weerslag zal hebben op het bestaande winkelbestand in onze gemeente (leegstand is sinds 2007 verdubbeld). Er zullen dan nog meer winkelpanden leeg komen te staan (zowel food als non-food). Vervanging zal uitblijven en er zal een andere invulling gezocht moeten worden.

Hetzelfde geldt voor het werken. Naast de meer traditionele bedrijven zullen andere werkvormen ontstaan, die ook weer andere vormen van ruimtelijke invulling vragen.

Deze ontwikkelingen zijn niet van vandaag op morgen gekomen. De trend is al jaren geleden ingezet. Te denken dat we aan onze gemeente extra winkels kunnen toevoegen en daardoor de kernen een extra impuls en meer aantrekkingskracht kunnen geven, is achterhaald. Het getuigt van weinig realiteitszin.

Er zal ingespeeld moeten worden op al deze ontwikkelingen.

Een veranderende samenleving en de gevolgen.

De samenleving verandert qua leeftijdsopbouw. Dat heeft gevolgen voor het koopgedrag. Ouderen kopen andere producten dan jongeren. Maar jongeren kopen ook veel meer via internet.

Er ontstaat ook steeds meer een 24-uurs samenleving. Zijn de ouderen nog meer ingesteld op de meer traditionele winkeltijden, de jeugd vraagt om flexibiliteit. Met name jonge gezinnen, waarvan beide partners fulltime werken, willen boodschappen halen op de tijden die hén uitkomen.

Vrijwel iedereen heeft tegenwoordig een auto. Dat heeft er toe geleid dat voor bepaalde inkopen of voor een dagje winkelen naar grote(re) steden in de omgeving en zelfs verder uitgeweken wordt. Losser is geen dorp waar “geshopt” wordt, hier worden de dagelijkse boodschappen gehaald. Het is zaak dit als feit te accepteren.

Veranderingen op het speelveld.

Naast de traditionele supermarkten en winkels, zijn er nieuwe ontwikkelingen waar we op in kunnen spelen en waar we leegstaande panden voor zouden kunnen gebruiken.

Zo zullen er in de toekomst meer “bricks & clicks” winkels ontstaan. Een combinatie van een fysieke winkel en webshop. Daarnaast is er een trend aan het ontstaan van pop-up shops (tijdelijke winkels, soms ook winkels waar presentaties plaatsvinden), winkel in winkels (denk aan de bakker en kaaswinkel in Losser), winkels waarin internetbestellingen kunnen worden afgeleverd en afgehaald (al dan niet gecombineerd met een “gewone” winkel).

Er is echter ook nog steeds ruimte voor de meer specialistische winkels met ambachtelijke uitstraling en lokale producten.

De coöperatie is geen naam meer uit het verleden, maar deze ondernemingsvorm wordt steeds populairder. Coöperaties waarin bijvoorbeeld supermarkten en ambachtelijke winkels samenwerken met regionale boeren en/of andere producenten van regionale streekproducten.

Ook het feit dat we een grensgemeente zijn biedt kansen. (Nog meer) inspelen op het koopgedrag van onze Duitse buren kan een extra impuls geven. Uiteraard is gratis parkeren een eerste voorwaarde.

Maar winkelruimte zou ook gebruikt kunnen worden voor het Nieuwe Werken in de breedste zin van het woord.

Werkruimtes met mogelijkheden van flexwerken, kennisdeling, samenwerking en netwerken zijn mogelijk nieuwe kansen.

Hier liggen ook kansen voor de horeca. Het inrichten van werkplekken, met daarnaast de gelegenheid een kopje koffie of een hapje te bestellen, eventueel aangevuld met vergaderruimte heeft een meerwaarde voor zowel het horecabedrijf als de werkende klant

Alternatieven voor winkel- of bedrijfspanden.

Een aantal van de leegstaande panden is geschikt, of kan geschikt gemaakt worden als woonruimte. Grotere panden en/of leegstaande kantoorpanden kunnen omgevormd worden als woonunits voor een- of tweepersoonshuishoudens.

Panden die niet aan te passen zijn en langdurig leeg staan zouden afgebroken moeten worden, om zo ruimte te geven aan nieuwbouw of aan een groene invulling.

Zo kunnen aantrekkelijke duurzame kernen ontstaan.

Samen.

De gemeente is hierbij slechts één van de spelers in het veld. Toch is zij een belangrijke schakel vanwege de faciliterende rol (denk daarbij o.m. aan bestemmingsplanwijzigingen, regelgeving, vergunningen).

Ook als aanjager en om het proces te ondersteunen heeft zij een belangrijke rol te vervullen. Ondernemers, projectontwikkelaars, woningbouwcorporatie, makelaars etc. Allen zijn een schakel in dit proces, dat alleen kan slagen als de visie als toekomstbeeld continu voor ogen wordt gehouden. Niet méér van hetzelfde, maar meer variatie en meer kwaliteit.

**Naar duurzaam lange termijn beleid in plaats van korte termijn voordeel.**

Visie en uitwerking:

Deze visie is allereerst bedoeld als “wake-up-call”.

Hoe willen we verder met de invulling van onze kernen?

Daarna zal een inventarisatie moeten plaatsvinden van alle leegstaande panden. Hoeveel staat leeg? Om welk soort panden gaat het? Hoe lang staan ze leeg? Hoeveel ondernemers gaan nog stoppen? Hoeveel zouden willen stoppen als dat mogelijk was? Is nieuwbouw nog gewenst, zo ja voor elke branche en in welke omvang/grootte?

Hoe groot is de vraag naar winkelruimte? Is er vraag naar diverse vormen van werkruimte? Welke leegstaande winkels zouden omgevormd kunnen worden naar woningen? Zijn ze ook goed in de markt te zetten? Is de eigenaar daartoe bereid?

Het is maar een greep van de vragen die spontaan opkomen en er zullen nog vele volgen.

Zie dit document als startpunt voor discussie en hopelijk een vervolg waar onze gemeente ook wat aan heeft.

Lies ter Haar / Burgerforum

Losser december 2014

*Bronnen:*

*Urbansignature*

*Trendbureau Overijssel*

*KvK*

*Detailhandel Nederland*

*CBS
ROM
HBD*

Ter aanvulling onderstaande terechte opmerking

Reactie Hans ter Heijne: Interessant en tevens verontrustend.

Je geeft aan in je artikel dat we een grensgemeente zijn en dat dit voordelen kan bieden. Je verzuimd echter te vermelden dat de nadelen vele malen groter zijn. Door BTW verhogingen en accijnsverhogingen in Nederland is het prijsverschil voor alledaagse verbruiksartikelen erg groot geworden en hebben onze buren daar alle profijt van. De parkeerplaatsen bij de supermarkten puilen uit met gele kentekenplaten en bij de benzinepompen staan lange rijen [gele kentekenplaten]. Dit ten nadele van onze eigen middenstand.

Bron ROM (Ruimtelijke Ontwikkeling en Milieu)

*Functie*

*Visies op de ontwikkeling van winkelgebieden zullen*

*voortaan primair uit moeten gaan van de functie van een*

*winkelgebied en de maatregelen die nodig zijn voor een*

*optimaal vervullen van die functie. Bij boodschappengebieden*

*is daarom de aanwezigheid van een compleet supermarktaanbod,*

*met aanvullende winkels in dagelijkse en frequent benodigd niet-dagelijkse artikelen essentieel, in combinatie met bereikbaarheid en gratis parkeren.*

*Boodschappengebieden met gratis parkeren presteren beter dan*

*gebieden met betaald parkeren. De samenstelling van het*

*aanbod is belangrijker dan het aantal meters.*

**Verschillen per branche Bron Locatus**

Uit de cijfers is ook op te maken in welke branches de leegstandscijfers bovengemiddeld zijn gestegen. De branches die afgelopen jaar moeilijker dan gemiddeld hun hoofd boven water konden houden, waren Kleding & Mode, Huishoudelijke- & Luxe Artikelen, Wonen, Detailhandel Overig en Financiële Instelling.

**Dramatische stijging leegstand winkels** Bron ROZ

De leegstand van winkels in Twentse steden en dorpen neemt zorgwekkende vormen aan. In de drie grote Twentse ste­den staat nu 78 procent meer winkelruimte leeg dan vorig jaar rond deze tijd. Ook de dorpswin­kelier verdwijnt stilaan, blijkt uit onderzoek van de Stichting Vast­goedrapportage Twente.

Er staat in de hele regio momenteel 224.000 vierkante me­ter winkelruimte leeg. Dat is ruim de helft meer dan vorig jaar en bijna een keer zo veel als twee jaar geleden. Probleem is dat er maar winkels gebouwd blijven worden, terwijl de vraag in de meeste ge­meenten daalt

***Bron HBD***

De detailhandel is een belangrijke bedrijfstak voor de Nederlandse economie. De totale omzet in 2012 wordt geraamd op ongeveer € 83 miljard (exclusief btw). Van elke euro die consumenten uitgeven, belandt bijna eenderde in de detailhandel. Huishoudens geven gemiddeld € 11.150 uit in de detailhandel.

In Nederland zijn ongeveer 107.000 winkels, 20.000 ambulante handelaren (markthandel) en 20.000 webwinkels en postorderbedrijven. Met ruim 800.000 werkzame personen is de detailhandel een van de grootste commerciële bedrijfstakken.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|   | 2011 II | 2011 III | 2011 IV | 2012 I | 2012 II | 2012 III | 2012 IV | 2013 I | 2013 II |
| omzet t.o.v. een jaar eerder | 1% | 0% | 0% | 1% | -2% | -1% | -2% | -3% | -2% |
| omzet in miljarden excl. btw | € 22 | € 21 | € 22 | € 19 | € 21 | € 20 | € 22 | - | - |
| detaillistenvertrouwen | -2 | -4 | -34 | -30 | -29 | -31 | -32 | -44 | - |
| vacatures t.o.v. jaar eerder | 8% | 5% | -4% | -9% | -15% | -23% | -29% | -22% | -20% |

(Bijgewerkt 14 augustus 2013) bron HBD