

Vergaderjaar 2016–2017

27 838

Detailhandel

Nr. 15

BRIEF VAN DE MINISTER VAN ECONOMISCHE ZAKEN

Aan de Voorzitter van de Tweede Kamer der Staten-Generaal

Den Haag, 5 oktober 2016

Sinds de lancering van de Retailagenda in maart vorig jaar werken retail, vastgoed en overheid gezamenlijk aan een sterke toekomstgerichte sector en vitale winkelgebieden in Nederland. Voor de zomer heb ik een versnelling aangekondigd door de vorming van een Retail Impulsteam, dat als doel heeft om de overcapaciteit van vierkante winkelmeters terug te dringen. Vandaag zetten we een volgende stap.

Vitale winkelgebieden

We streven naar bruisende en vitale steden en dorpskernen waar winkels, horeca en cultuur een aantrekkelijk aanbod brengen. Het (winkel)landschap verandert echter ingrijpend. Het online winkelen neemt toe, en consumenten stellen andere eisen aan de beleving van winkelen.

Dit heeft gevolgen voor de fysieke winkelomgeving, voor de ondernemers en de mensen die in de sector werken. Terwijl tussen 2004 en 2015 de omzet in de detailhandel met 8% daalde, is het aantal vierkante meters winkeloppervlakte toegenomen met 11%. De inschatting is dat er op dit moment een overcapaciteit is van zo'n 20% van het totale winkeloppervlak.

Daarom heb ik in mei het initiatief genomen samen met de ministers van Infrastructuur en Milieu (I&M) en Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties, provincies, gemeenten en markt te komen tot een gezamenlijke impulsaanpak om de overcapaciteit van vierkante meters winkeloppervlakte terug te brengen en te voorkomen dat er onnodig meer meters bijkomen door overbodige plancapaciteit te schrappen. Ook wordt er een saldobenadering uitgewerkt: er moet ook ruimte blijven voor nieuwe innovatieve ontwikkelingen.

Rol provincies

Deze opzet neemt niet de verantwoordelijkheden over van gemeenten en provincies. Daarom maken we afspraken in RetailDeals. Er zijn inmiddels 84 deals gesloten, waarbij 119 gemeenten zijn betrokken. Gemeenten met een Retaildeal nemen het initiatief om samen met alle relevante stakeholders een visie op te stellen en die om te zetten tot een gezamenlijk actieprogramma. Daarbij worden moeilijke keuzes over het toekomstige winkelareaal en welk deel kansrijk of kansarm is niet uit de weg gegaan.

Consumenten stoppen echter niet bij een gemeentegrens. Ontwikkelingen in de ene gemeente hebben effect op naastgelegen gebieden. Daarom is regionale afstemming en samenwerking belangrijk. Provincies nemen hierin de regie. Zij zetten (ruimtelijke) instrumenten in om vitale en toekomstbestendige winkelgebieden te realiseren en winkelleegstand tegen te gaan en te voorkomen.

Provinciale Retaildeals

De provinciale RetailDeals die we vandaag met provincies sluiten, vormen de start van een gezamenlijk traject van de provincies met de andere partijen achter de Retailagenda. De deals bestaan uit twee delen. In het algemene deel worden afspraken gemaakt met alle 12 provincies. Daarnaast hebben de meeste provincies een specifiek deel met maatregelen en afspraken die aansluiten bij de specifieke situatie in de desbetreffende provincie.

De generieke afspraken gaan over:

i. *Objectieve gegevens*

Er wordt een gezamenlijke set aan gegevens ontwikkeld op basis waarvan beleid wordt gebaseerd, zoals objectieve kengetallen over productiviteit en marktruimte, vastgoedgegevens en koopstromen. Op basis van deze gegevens kunnen goed onderbouwde, transparante en verifieerbare besluiten worden genomen. We voorkomen daarmee we dat we discussie voeren over de cijfers in plaats van over oplossingen.

ii. *Tegengaan en voorkomen van leegstand*

Provincies nemen de regie om te zorgen dat er tussen gemeenten en provincies goed wordt afgestemd en samengewerkt om de winkelmeeters te verminderen. Er komen pilots om samen met gemeenten de plancapaciteit in beeld te brengen en terug te dringen.

Het Impulsteam werkt aan een saldobenadering, waardoor het beschikbare winkeloppervlak per saldo afneemt, maar tegelijkertijd ruimte is voor innovatie en vernieuwing. Provincies helpen bij het ontwikkelen en toepassen van deze methode.

Kansarme gebieden dienen een andere bestemming te krijgen en vastgoed moet worden getransformeerd. Dat vraagt om inzet van alle partijen. Soms is sprake van een financiële patstelling («onrendabele top») waardoor projecten stil komen te liggen. In de komende periode zullen partijen, markt en overheid, verkennen of en hoe een dergelijke patstelling kan worden doorbroken.

iii. *De juiste instrumenten*

Het rijk zet zich in voor een goed ruimtelijk instrumentarium dat, in combinatie met andere instrumenten, toereikend is voor de aanpak van leegstand en het herbestemmen van panden. Het Ministerie van I&M heeft met IPO en VNG afspraken gemaakt over het organiseren van oefensessies met als doel na te gaan of dit inderdaad het geval is, zowel vanuit het huidige instrumentarium (Wet ruimtelijke ordening), als het toekomstige (Omgevingswet). De provincies zetten alle ruimtelijkeordening-instrumenten op een rij en bieden voorbeeldarrangementen aan om op te nemen in visies en verordeningen. Tenslotte

zullen partijen komende periode verkennen welke financieel-economische instrumenten, naast het ruimtelijk instrumentarium, beschikbaar zijn om leegstand te voorkomen of aan te pakken.

Specifieke afspraken

De afspraken geven ruimte aan de verschillen tussen provincies. Naast het algemene gedeelte hebben de meeste provincies aanvullende afspraken gemaakt die aansluiten bij de werkwijze en situatie in die provincie. Zo spreken de drie noordelijke provincies, Groningen, Friesland en Drenthe, af om een gezamenlijke noordelijke Retailagenda op te stellen. Er zijn ook provincies die financiële middelen ter beschikking stellen, zoals Gelderland en Overijssel.

In het zuiden hebben Noord-Brabant en Limburg een ambitieus aanvullend programma met veel acties, zoals lokale pilots met gemeenten, diverse kennisinitiatieven en het bevorderen van ondernemerschap.

Veel provincies gaan stappen zetten met het transformeren van winkelgebieden) en het schrappen van plancapaciteit, zoals in Utrecht. Zuid-Holland zet in op het inventariseren, saneren en transformeren van perifere (PDV) locaties. Ook Noord-Holland ondersteunt, ook financieel, drie pilots op het gebied van herstructurering en transformatie.

Deze initiatieven zijn ook voor de overige provincies en gemeenten interessant. Kennis delen is daarom belangrijk, zowel binnen als tussen provincies. In Gelderland wordt een platform opgezet waarop gemeenten kennis kunnen delen. Zeeland organiseert een detailhandelcongres waar ze alle partijen bij elkaar brengt.

Toekomstbestendige sector

Het retaillandschap bestaat natuurlijk niet alleen uit stenen. De toekomstbestendigheid van de sector is afhankelijk van de mensen die in de retail werken; ondernemers en werknemers. Om in te kunnen spelen op de veranderende wensen van de consument en de retail toekomstbestendig te maken, is innovatie nodig. De gemeente Den Haag maakt samen met landelijke en lokale partners werk van de retail en heeft het initiatief genomen tot een Retail Innovatie Programma. De lokale praktijk is de basis voor een samenhangende landelijke Retailinnovatie-agenda. Met de ondertekening van deze Retailinnovatie-agenda onderschrijven de partners het belang van retailinnovatie en bundelen ze hun krachten voor de uitvoering in de praktijk. De Retailinnovatie-agenda wordt als 21^e afspraak toegevoegd aan de Retailagenda.

Lancering Retailinnovatie-agenda

Met de Retailinnovatie-agenda gaan de partners gezamenlijk oplossingen ontwikkelen en implementeren voor de retailvraagstukken van nu en de toekomst, voor zowel ondernemers als overheid. De innovatie zit in de concrete kennis, producten, diensten, tools en concepten, maar ook in de wijze waarop deze tot stand komen. De stad Den Haag fungeert, samen met andere steden die zich als partner bij dit initiatief aansluiten, als retail living lab. Lokale initiatieven leiden tot landelijke meerwaarde via kennisdeling en landelijke opschaling. De Retailinnovatie-agenda heeft een looptijd van minimaal 3 jaar. Het programma bestaat uit activiteiten binnen vijf samenhangende domeinen:

1. *Living Labs*: innovaties realiseren en zichtbaar maken in winkels, winkelgebieden en online;

2. *Kennis*: ontwikkelen en uitvoeren van een kennis- en innovatieagenda retail, met een kenniscluster en toegepast innovatief onderzoek;
3. *Technologie & Concepten*: ICT, creatieve sector en andere specialisten ontwikkelen producten, gericht op o.a. open data, online presence en andere retailchallenges;
4. *Educatie & Opleiding*: vergroten van kennis en vaardigheden onder retailers, werknemers en specialisten met behulp van nieuwe tools;
5. *Ontmoeting*: uitwisseling, creativiteit en krachtenbundeling door gezamenlijke werklocaties, clusterontwikkeling, events en communicatie.

De partners die gezamenlijk de Retailinnovatie-agenda opstarten en realiseren zijn: ClickNL, FNV, gemeente Den Haag (lead partner), INRetail, Haagse Hogeschool, Platform De Nieuwe Winkelstraat, provincie Zuid-Holland, Q&A, Rabobank, Retailagenda, ROC Mondriaan, SHPPR Events, Syntus Achmea, Thuiswinkel.org en Shoeby.

Er wordt optimaal gebruik gemaakt van de kanalen van de deelnemende partners en het programma staat open voor zowel landelijke partijen als lokale partijen, zoals gemeenten, om aan te sluiten. Het programma sluit aan bij de overige afspraken in de Retailagenda. De ervaring en kennis die wordt opgedaan, wordt onder meer via de kanalen van de Retailagenda breed beschikbaar gemaakt. Hiermee ontstaat kennis en inspiratie voor zowel ondernemers als overheid om goed in te kunnen spelen op de ontwikkelingen om de retail toekomstbestendig te maken.

De Minister van Economische Zaken,
H.G.J. Kamp