

A high-angle photograph of two women walking away from the camera on a brick-paved path. They are carrying shopping bags, and their long shadows are cast on the ground. The image is partially covered by a blue logo in the top left and an orange graphic at the bottom.

HBD

Hoofdbedrijfschap
Detailhandel

Bevolkingskrimp en winkelgebieden

Inhoud

1. Inleiding	3
2. Demografische krimp	4
2.1 De situatie in Nederland	
2.2 Regionale verschillen	
2.3 Conclusie: krimp speelt niet alleen in landelijke gebieden	
3. Krimp versterkt dynamiek winkellandschap	7
3.1 Dynamiek in winkelland in vogelvlucht	
3.2 Krimp en winkelplanning	
3.3 Conclusie: dynamiek zorgt voor winnaars en verliezers	
4. Strategieën voor krimpregio's	11
4.1 Van groeidenken naar transformatiedenken	
4.1.1 Opschalen, saneren en concentreren	
4.1.2 Innovatieve concepten voor de leefbaarheid	
4.1.3 Regionale afstemming	
4.2 Conclusie: regionale transformatievisie als vertrekpunt gewenst	
Bijlage 1	14
Colofon	16

1. Inleiding

Bevolkingskrimp is tegenwoordig een belangrijk thema in de discussies over de toekomst van Nederland. Velen zijn op zoek naar antwoorden op dit verschijnsel en hoe om te gaan met de negatieve gevolgen als leegstand, sluiting van scholen, de afkalving van het verenigingsleven, et cetera. Dat krimp ook een grote invloed heeft op onze winkelgebieden is duidelijk. Daar komt bij dat het Nederlandse winkellandschap al aan het veranderen is, ook zonder bevolkingskrimp. Trends als individualisering, globalisering en mobiliteit hebben er voor gezorgd dat het consumentengedrag steeds minder te voorspelen is. Sommige winkels en winkelketens breiden nog steeds uit omdat zij succesvol inspelen op veeleisende consumenten. En wat te denken van het internet(winkelen), dat jaar na jaar zijn marktaandeel vergroot en nu al branches als muziek en reizen grotendeels uit de Nederlandse winkelgebieden heeft verdreven.

Veel gemeenten en stadsdelen zien zich in Nederland geconfronteerd met vergrijzing en bevolkingskrimp en de invloed hiervan op hun winkelstructuur. Sommigen vrezen sluiting van winkels die zij van belang zien voor de vitaliteit van een buurt, wijk of dorp. Sluiting die ook weer tot gevolg kan hebben dat andere bewoners wegtrekken vanwege het gebrek aan winkels. Gemeentebesturen worden ook nog steeds geconfronteerd met plannen voor uitbreiding van het winkelareaal, maar hoe dient men hiermee om te gaan, juist in tijden van krimp? Zijn er antwoorden en strategieën voor het lokale detailhandelsbeleid in tijden van bevolkingskrimp? Strategieën die verder gaan dan 'pappen en nathouden' van bestaande structuren?

Deze 'position paper' schept meer duidelijkheid over de vraag hoe bevolkingskrimp en de trends in het winkelen gezamenlijk hun sporen nalaten in het Nederlandse winkellandschap.

Duidelijk zal worden dat er sprake is van een sterke wisselwerking tussen bevolkingskrimp en trends in het winkelen als schaalvergroting en internetwinkelen. Een effectief detailhandelsbeleid ziet zowel de verwachte krimp als de trends in het winkelen in hun onderlinge wisselwerking onder ogen en verzint passende strategieën om hiermee om te gaan, zo is de stelling. In deze paper gaan wij in op de volgende vragen:

- Wat is bevolkingskrimp en waar speelt het zich af?
- Welke andere trends hebben sterke invloed op het Nederlandse winkellandschap?
- Hoe werken krimp en andere trends op elkaar in en wat betekent dit voor de Nederlandse winkelstructuur?
- Op welke manier kunnen lokale overheden en winkeliersverenigingen inspelen op de verwachte veranderingen in de winkelstructuur?

2. Demografische krimp

2.1 De situatie in Nederland

Sinds enkele jaren groeit het bewustzijn dat Nederland te maken krijgt met bevolkingskrimp. De totale bevolking groeit nog wel, maar lang niet meer overal en in een steeds langzamer tempo. Sommige regio's hebben nu al te maken met een krimpende bevolking. Daar komt bij dat er sprake zal zijn van een enorme vergrijzing van de Nederlandse bevolking.

Op landelijk niveau is de afname van geboorteoverschotten de belangrijkste oorzaak van toekomstige krimp. In figuur 1 zien we dat begin jaren '70 het geboorteoverschot sterk is teruggelopen. Oorzaak hiervan is een afname van de gemiddelde gezinsgrootte. Sindsdien is het saldo van aantal geboren en aantal sterfgevallen zo goed als constant. Ook de jaarlijkse bevolkingsgroei ligt sinds begin jaren '70 op een lager niveau dan de periode daarvoor. Immigratie van buitenlandse arbeidskrachten heeft de afname van geboorteoverschotten dus niet gecompenseerd. Conclusie: een afname van geboorteoverschotten samen met een toename van de gemiddelde levensverwachting zorgt uiteindelijk voor een krimpende en vergrijzende bevolking die ons de komende jaren voor nieuwe uitdagingen stelt.

Figuur 1 Geboorteoverschot en bevolkingsgroei Nederland, 1960-2009

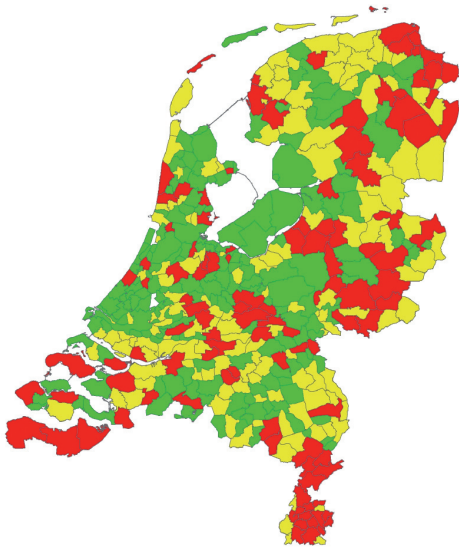


Bron: CBS, bewerking DHV

2.2 Regionale verschillen

Bevolkingskrimp is nu al manifest in Oost-Groningen, Zuid-Limburg en Zeeuws Vlaanderen. Maar kijken we naar de komende 15 jaar, dan wordt duidelijk dat niet alleen de genoemde 'periferie' van Nederland te maken krijgt met krimp of stagnatie van de bevolking. Grote delen van Gelderland, vrijwel heel Zeeland en Limburg en landelijke gemeenten in heel Nederland (zelfs in de Randstad) krimpen of stagneren (zie kaart 1 op de volgende pagina).

Kaart 1 Ontwikkeling aantal inwoners per gemeente 2010-2025



Bron: CBS Pearl, bewerking DHV

Onderstaande kaartjes (2.1 / 2.2 / 2.3) laten de diversiteit van krimp zien. Het aantal inwoners zal tot 2025 in met name de perifere regio's gaan afnemen (zie kaart 2.1 en bijlage 1). Het aantal huishoudens blijft daarentegen vrijwel overal in Nederland groeien ondanks een stagnerende of krimpende bevolking. Vergrijzing, individualisering en een toename van het aantal echtscheidingen zorgen voor een toename van het aantal kleine huishoudens. Kaart 2.3 laat zien dat krimp van de potentiële beroepsbevolking in veel meer regio's optreedt dan krimp van de totale bevolking. Dit is het gevolg van de vergrijzing, waardoor het niet werkende deel van de bevolking steeds groter wordt.

Kaart 2 Demografische ontwikkelingen per regio 2010-2025

2.1 Inwoners

2.2 Huishoudens

2.3 Potentiële beroepsbevolking



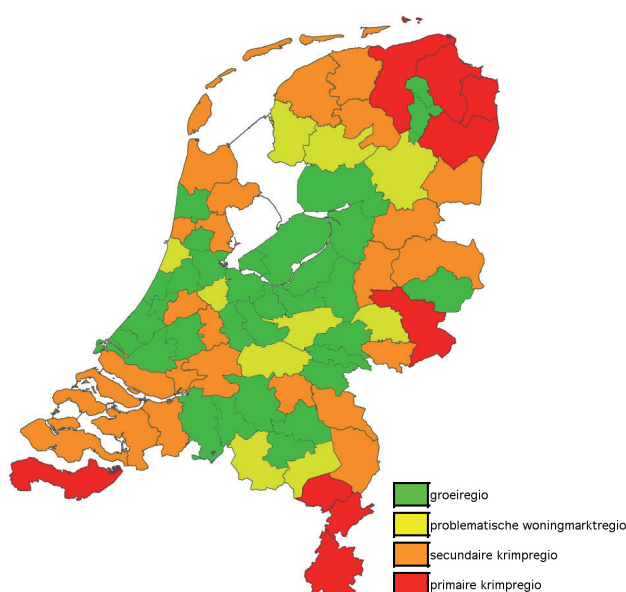
Bron: CBS Pearl, bewerking DHV

De oorzaken van een afnemende bevolking zijn heel divers van aard. Het wegtrekken van jongeren, de vergrijzing, de beschikbaarheid van banen, als ook de krapte op de woningmarkt zijn variabelen, die in onderlinge samenhang per regio heel verschillend uitpakken. Uit onderzoek blijkt dat er grofweg 4 typen regio's zijn te onderscheiden (zie ook kaart 3):

- 1. Groeiregio's (groen):** de demografische ontwikkeling biedt voldoende kansen voor versterking en uitbreiding van woningvoorraad en maatschappelijke voorzieningen. Grote delen van de Randstad behoren hiertoe, als ook de A1-as, de Brabantse Stedenrij (exclusief Breda en oostelijke omgeving) en delen van Oost-Nederland. Kanttekening bij deze regio is dat binnen vooral stedelijke regio's krimp zich wel degelijk manifesteert in bepaalde wijken en stadsdelen.

- 2. Problematische woningmarktregio's (geel):** doordat de woningmarkt op slot zit komen jongeren hier moeilijk binnen. Er is wel vraag, maar door hoge woningprijzen en/of zeer restrictief ruimtelijk beleid is er geen geschikt aanbod voor deze categorieën. Dit doet zich bijvoorbeeld voor rondom Haarlem, de Vechtstreek en de Utrechtse Heuvelrug. Maar ook op de Veluwe en zuidelijk van Eindhoven bevinden zich kernen die krimpen vanwege de gebrekkig toegankelijke woningmarkt.
- 3. Secundaire krimpregio's (oranje):** krimp doet zich voor, maar niet over de volle breedte. In sommige van deze regio's wordt wel een afname van de bevolking voorzien, maar zijn de positie van de woningmarkt en de regionale economie zo gunstig dat er wel degelijk kansen zijn (omgeving van plaatsen als Woerden, Gorinchem en Oss). In andere regio's wordt eerst een stabilisatie van de bevolking verwacht, maar geven woningmarkt of economie een negatieve tendens (bijv. IJmond, Kop van Noord-Holland).
- 4. Primaire krimpregio's (rood):** krimp van de bevolking manifesteert zich in deze regio's het sterkst. Er is hier daadwerkelijk sprake van langdurige vraaguitval en leegstand van woningen en het sluiten van winkels, scholen en verenigingen, wat op zijn beurt ook weer het wegtrekken van bevolking in de hand werkt.

Kaart 3 Typering krimpregio's



Bron: DHV

2.3 Conclusie: krimp speelt niet alleen in landelijke gebieden

In heel Nederland krijgen we te maken met de gevolgen van krimp, beter gezegd: met de gevolgen van demografische veranderingen. Demografische krimp is zichtbaar in heel Nederland, maar zoals we hiervoor hebben kunnen zien concentreert krimp zich voorsnog vooral in landelijke gebieden. De nadelige effecten van krimp zijn dan ook als eerste zichtbaar in deze gebieden. Denk hierbij bijvoorbeeld aan de afname van het draagvlak voor voorzieningen.

Ook in stedelijke gebieden - die over het algemeen een groeiend inwonertal kennen - leiden demografische veranderingen tot grote gevolgen. Ontgroening en vergrijzing van de bevolking treden ook hier op. Parkstad in Limburg is hier een goed voorbeeld van. Verder zijn er ook stedelijke gebieden die niet in de periferie van het land liggen die - veelal als gevolg van een herstructurering - met bevolkingskrimp en daardoor met een afname van het voorzieningendraagvlak te maken krijgen. Sloop van kleine woningen in oude vaak jaren '50 wijken zorgt ervoor dat jonge mensen in eerste instantie wegtrekken.

Krimp en vergrijzing veranderen het koopgedrag van consumenten en ontwikkelingen in het voorzieningen-aanbod. Dit kan invloed hebben op het draagvlak van voorzieningen.

In de primaire krimpregio's neemt het inwonertal de komende 15 jaar af met 2-7% (- 3.200 á 8.700; in Zuid Limburg - 22.000 inwoners). Als gevolg van deze demografische ontwikkeling krimpt ook het draagvlak voor winkels in deze regio's. Dit is per regio verschillend. In het volgende hoofdstuk gaan wij nader in op de dynamiek van voorzieningen en hun relatie met demografische ontwikkelingen.

3. Krimp versterkt dynamiek winkellandschap

3.1 Dynamiek in winkelland in vogelvlucht

Veel trends in de retailsector zijn het gevolg van grotere ontwikkelingen in economie en samenleving. In de onderstaande tabel hebben we steeds aan de linkerzijde de 'grotere' consumententrends weergegeven. Daarnaast staat de trend die we terugzien in het winkellandschap van Nederland. Daaronder zien we hoe deze trend uitwerkt in combinatie met krimp.

Consumenten-trends en ontwikkelingen	Betekenis voor het winkellandschap
Individualisering en globalisering	Toenemende diversiteit van consumentwensen Krimp versterkt onvoorspelbaarheid consumentengedrag • Nieuwe generatie ouderen zetten hun huidige bestedingsgedrag voort
Afname tijd voor vrije tijd, momentconsumentisme, gemak en vermaak	Afname tijd om te winkelen en aantal winkeltrips: • Tijd vraagt om snelheid en gemak (boodschappen) • Winkeltrip vraagt om vermaak (winkelen) Krimp versterkt behoefte aan winkelgebieden met een compleet aanbod en comfortabel verblijfsklimaat (bereikbaar en/of vermaak)
Groei vrijetijdsbestedingen	Stagnatie/afname ¹ detailhandelsbestedingen als aandeel van het inkomen door • Veranderingen in huishoudsamenstelling, steeds meer en kleine huishoudens • Toename besteding aan overige vrijetijdssectoren (bijv. reizen) • Recessie Krimp maar vooral vergrijzing zorgt voor een ander vrijetijdsbesteding • Toename bestedingen in de vrijetijdssector (reizen) en gezondheidssector • Stagnatie/afname bestedingen in de detailhandelsector
Dominantie van automobilititeit	Auto is het meest gebruikte vervoermiddel voor winkelen (47%) ² . • Consument legt steeds langere afstand af voor boodschappen en winkelen zolang het winkelgebied voorziet in de behoefte van gemak en vermaak. Afstand is voor steeds meer consumenten een minder groot probleem Krimp versterkt mobiliteit • Afname van draagvlak in krimpregio's in combinatie met toenemende mobiliteit maakt het wonen op grotere afstand van winkels mogelijk • Ouderen zijn steeds langer mobiel
Groei internetwinkelen	Toename internetbestedingen: • omzet van internetwinkels is in 2009 met 17% gegroeid naar 6,4 miljard euro ³ . • Omzet fysieke winkels is in hetzelfde jaar gedaald (o.a. ook door de recessie) Krimp zorgt voor toename internetwinkelen, aan huis bezorging is een goed alternatief voor winkelen in een fysieke omgeving.

¹ Bron: CPB, HBD, CBS

² Bron: HBD

³ Bron: Thuiswinkel.org, maart 2010

Ouderen steeds grotere doelgroep

De ouderen vormen een steeds grotere doelgroep voor de retail in de komende decennia. Vooral de nieuwe generatie ouderen zijn koopkrachtig, gedragen en voelen zich jong. Het consumptiepatroon van de zestigers en zeventigers van morgen heeft hoogstwaarschijnlijk meer gemeen met het consumptiepatroon van de huidige vijftigers dan met het consumptiepatroon van de huidige en vroegere zestigers. Hun uitgavenpatroon wordt mede bepaald door hun leeftijd, gezondheid, inkomen en hoeveelheid vrije tijd.

De vraag naar service en aandacht neemt met het klimmen van de leeftijd wel sterk toe. Luxe, comfort en gemak zijn belangrijk voor de oudere doelgroepen. Oudere doelgroepen hebben meer behoefte aan bereikbaarheid, veiligheid en hulpvaardig personeel. Kernbegrippen zijn gastvrijheid, gemak en service: mensen het gevoel geven dat ze welkom zijn en ze persoonlijk aandacht geven. Service demand heeft niet alleen betrekking op individuele winkels. Winkelgebieden kunnen hierin als geheel ook voorzien. Denk bijvoorbeeld aan parkeergarages met bredere paden en een duidelijke signalering van vrije plaatsen.

Naast consumententrends zijn er ook aanbod- en beleidstrends die zorgen dat het Nederlandse winkellandschap verandert. De belangrijkste aanbodtrends die van invloed zijn op het toekomstig functioneren van winkelgebieden zijn in onderstaande tabel weergegeven.

Aanbodtrends en ontwikkelingen	Betekenis voor het winkellandschap
Tekort aan potentiële ondernemers	Versterkt filialisering doordat veel zelfstandigen de pensioenleeftijd bereiken en er een tekort aan potentiële zelfstandige ondernemers is
Schaalvergroting winkelunits en winkelgebieden	Versterkt de behoefte aan opschaling van winkelgebieden. Veel historisch gegroeide winkelgebieden en -strips hebben te kampen met kleinschalige winkelunits. Deze winkelunits zijn moeilijker verhuurbaar. Daarnaast breiden winkelgebieden uit om voldoende draagvlak te creëren en te kunnen voorzien in de behoefte aan grotere winkelunits (opschalen).

Als gevolg van de genoemde trends zien we dat het Nederlandse winkellandschap aan het veranderen is. Individualisering en globalisering zorgen er voor dat consumentenvoorkeuren steeds meer divers en minder voorspelbaar worden. Door toegenomen kennis over producten, winkels en winkelgebieden in combinatie met mobiliteit leggen zij makkelijker grotere afstanden af (als het gaat om winkelen en in mindere mate boodschappen doen). Samen met ontwikkelingen als schaalvergroting, filialisering en internetwinkels is de kwetsbaarheid van de fijnmazige winkelstructuur steeds zichtbaarder geworden. Door krimp is en wordt deze structuur nog kwetsbaarder. Dit uit zich tevens in toenemende kwetsbaarheid van voorzieningenstructuur in kleine kernen en op buurt/wijkniveau doordat:

- supermarkten en andere winkels verdwijnen uit kleine kernen met minder dan 5.000 inwoners. Dit speelt vooral in primaire en secundaire krimpregio's. De verwachting is dat deze de komende jaren verschuift richting 10.000 inwoners als economische basis voor supermarkt en compleet primair aanbod voor dagelijks en frequent niet-dagelijks winkelaanbod. Behalve kleine kernen gaan ook kleinere plaatsen tot de categorie behoren waar een voldoende economische basis hiervoor ontbreekt.
- het winkelaanbod in incomplete winkelcentra en buurtstrips, waar geen schaalvergroting plaatsvindt en die geen vitaal supermarktaanbod hebben, verschaalt. Deze tendens is vooral zichtbaar in stedelijke groeiregio's waar in bepaalde wijken en stadsdelen krimp optreedt. De kwaliteit en robuustheid van concepten en formules zijn samen met de marktdichtheid bepalend voor het toekomstige draagvlak van voorzieningen.
- door gebrek aan opvolging en hevige concurrentie van filiaalbedrijven steeds meer zelfstandigen uit het winkelstraatbeeld verdwijnen. Vooral in kleinere plaatsen zien we steeds meer leegstand doordat winkels niet voortgezet worden. Vaak vanwege een combinatie van oorzaken (economisch, opvolging). Dit speelt in alle regio's.

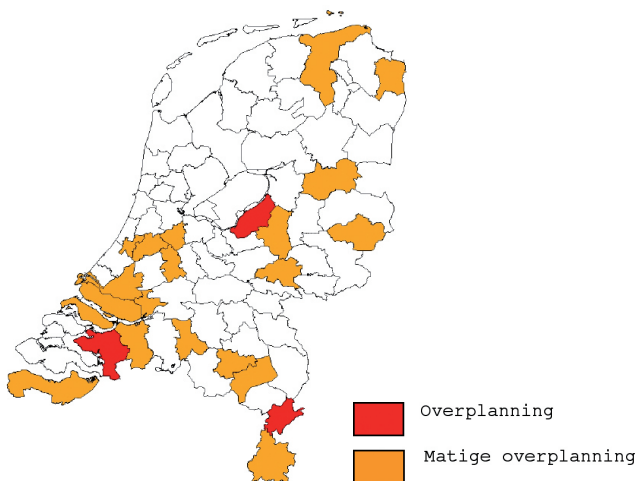
- de vastgoedsector op basis van toe-eigenen van omzetpotentieel het winkelareaal ongebreideld uitbreidt zonder dat sanering van onrendabele meters plaatsvindt. Hierdoor treedt in kleine plaatsen en buurtcentra vershraling van het winkelaanbod op, met name aan de onderkant van de markt. Speelt in alle regio's.

In de volgende paragraaf gaan we verder in op de relatie tussen krimp en winkelplanning.

3.2 Krimp en winkelplanning

Uit analyses blijkt dat voor de gebieden waar krimp zich de komende 15 jaar manifesteert, onverminderd nieuwbouwplannen voor winkelgebieden worden gemaakt, soms juist nog intensiever dan in andere (groei) regio's. Voorbeelden hiervan zijn de regio's Roermond en West-Brabant waar ondanks stagnatie van bevolkingsgroei diverse plannen zijn om het winkelareaal uit te breiden. Van al deze plannen kan niet direct worden gesteld dat ze overbodig of maatschappelijk onwenselijk zijn. Omdat ze gericht kunnen zijn op de bovenregionale of buitenlandse consument. Maar wat veelal wel ontbreekt, is een visie op hoe de plannen zich verhouden tot de bestaande winkelgebieden en de gewenste winkelstructuur. In onderstaande kaart hebben we een globale inschatting gemaakt in welke mate winkelplanning zich verhoudt tot de demografische ontwikkeling per regio. We maken hierbij onderscheid in regio's met overplanning en in regio's met matige overplanning. In regio's met overplanning is een relatieve grote planvoorraad winkels aanwezig ten opzichte van een relatief negatieve demografische ontwikkeling. In regio's met een matige overplanning is deze discrepantie tussen planvorming en bevolkingsontwikkeling minder groot, maar de noodzaak tot bijstelling van plannen blijft aanwezig.

Kaart 4 Demografische ontwikkeling versus winkelplanning



Bron: DHV

3.3 Conclusie: dynamiek zorgt voor winnaars en verliezers

De kwetsbaarheid van de fijnmazige winkelstructuur in combinatie met de huidige en toekomstige dynamiek zorgt voor winnaars en verliezers, zowel onder consumenten als onder winkelgebieden. Consumenten die mobiel zijn, gebruik maken van digitale mogelijkheden en flexibel zijn in de organisatie van hun privé-leven, worden ook in de toekomst optimaal bediend. Winkelgebieden met voldoende omvang en diversiteit aan winkels in een herkenbaar marktprofiel zijn de winnaars aan de aanbodkant. Verliezers zijn gebieden die geen antwoord hebben op de verschillende trends en ook niet voldoende onderscheidend zijn om op een niche markt te kunnen inspelen.

Welke effecten heeft de krimp op het toekomstige winkellandschap? Zoals in de vorige paragrafen al beschreven signaleren we dat het Nederlandse winkellandschap al sterk wordt beïnvloed door een aantal trends en ontwikkelingen. Schaalvergroting, concentratie van voorzieningen en internetwinkelen zorgen er al voor dat winkels in bepaalde type winkelgebieden en verzorgingsgebieden het steeds zwaarder krijgen om hun hoofd boven water te houden. Een krimpende bevolking versnelt deze ontwikkelingen. Krimp is een katalysator voor

de reeds in gang zijnde ontwikkeling van opschaling en concentratie van winkelvoorzieningen. Problemen zullen zich vooral manifesteren in de zwakke delen van bestaande voorzieningenstructuur, veelal niet in nieuwe ontwikkelingen.

De effecten op voorzieningen (en dus ook op winkels) kunnen vooral op het platteland groot zijn. Waar steeds minder mensen wonen wordt immers steeds minder besteed, met een afname van het voorzieningendraagvlak als gevolg. Eigentijdse voorzieningen gesitueerd binnen geconcentreerde clusters hebben veelal voldoende kracht om een afname van het draagvlak op te vangen. Zwakke economische structuren en sectoren komen daarentegen verder onder druk te staan. Dit kan ertoe leiden dat de laatste school of de laatste supermarkt zijn deuren moet sluiten.

Wanneer we kijken naar de vier verschillende regio's die we hebben gedefinieerd, zien we dat vooral primaire en secundaire krimpregio's samen met de stedelijke krimpgebieden als eerste te maken krijgen met structurele veranderingen van de bestaande winkelstructuur. Voor beide categorieën geldt dat het gaat om transformatie van de fijnmazige winkelstructuur naar een duurzame winkelstructuur. In veel gevallen is echter nog weinig visie op het transformatieproces ontwikkeld door overheden en de vastgoedmarkt. Hoe gaan we om met vermindering van het draagvlak, overplanning, vershraling van het winkelaanbod etc. Hoe zorgen voor een passen voorzieningenaanbod dat toekomstbestendig is. In het volgende hoofdstuk gaan we hier verder op in.

4. Strategieën voor krimpregio's

4.1 Van groeidenken naar transformatiedenken

De tijd van bevolkingstoename en daarmee gepaarde groei van voorzieningen ligt achter ons. Uitgangspunt van de overheid en vooral de lokale overheid is de afgelopen 60 jaar erop gericht de fijnmazige winkelstructuur in stand te houden. Dit deed zij om haar inwoners een zo compleet en divers mogelijk winkelaanbod op korte afstand aan te bieden. Hoewel de kleine kernenproblematiek in de jaren zeventig en tachtig aandacht kreeg, bleef instandhouding van fijnmazigheid uit oogpunt van leefbaarheid het vertrekpunt. Ook in het stedelijk gebied is jaren lang de fijnmazigheid en kleinschaligheid in het kader van leefbaarheid en wijkconomie gestimuleerd vanuit de overheid. Echter, de afgelopen jaren zien we dat vooral kleine buurt- en wijkcentra hun positie verliezen. Demografische krimp geeft de laatste zet wat betreft de economische haalbaarheid en houdbaarheid van de unieke fijnmazigheid van het Nederlandse winkellandschap. Krimp zoals in voorgaande hoofdstukken beschreven, maakt een heroriëntatie op de fijnmazige winkelstructuur niet alleen wenselijk maar zelfs noodzakelijk.

Het lokaal behouden van wat er is, is lang niet altijd de oplossing. De consument is geëmancipeerd, goed geïnformeerd en mobiel en zal zijn keuze laten vallen op aankoopplaatsen waar hij op zijn wenken bediend wordt. Daarom is de retailwereld al sterk in verandering en op zoek naar vestigingsplaatsen met voldoende economisch draagvlak en concepten waarbij ze bediening van consument en marktaandeel willen en kunnen optimaliseren. En waar men ook rekening houdt met de veranderingen in het aankoopgedrag en behoeftes van de toekomst. De dynamiek in het winkellandschap onder andere door krimp vraagt om een vernieuwende visie op de winkelstructuur.

Door verandering van landelijk beleid en veranderingen in consumentengedrag is het steeds moeilijker voor de lokale overheid om bepaalde ontwikkelingen te sturen. De overheid en vastgoedpartijen staan momenteel voor de keuze hoe ze met haar beleid/strategie in kan spelen op de ontwikkelingen in de markt en de behoeften van consumenten (inwoners). In krimpgebieden staat men voor een opgave waarin men duidelijke en afgewogen investeringskeuzes moeten maken. De mogelijkheden die zich voordoen om met krimp om te gaan laat zich vertalen in de volgende strategieën en denkrichtingen:

1. Opschaling, sanering en concentratie
2. Innovatieve concepten voor de leefbaarheid
3. Regionale afstemming

4.1.1 Opschalen, saneren en concentreren

Met opschaling van de bestaande winkelstructuur biedt je winkeliers, vastgoedeigenaren en beleggers mogelijkheden om beter in te spelen op de consumentenvoorkeuren en -behoeften.

Om opschaling van de bestaande winkelstructuur te bereiken kan de overheid twee beleidsstrategieën inzetten:

1. Faciliteren. Marktpartijen nemen het initiatief en investeren in herontwikkeling en vernieuwing. De overheid staat nieuwe ontwikkelingen en uitbreidingen niet meer in de weg en accepteert dat de markt zelf bepaalt in welk winkelgebied zij investeert. De verwachting is dat vastgoedeigenaren en -ontwikkelaars investeren in kansrijke winkelgebieden en retailers zich alleen nog maar daar willen vestigen. Verouderde winkelgebieden en winkelgebieden met een beperkt lokale economische basis komen nog meer onder druk te staan en verdwijnen langzaam uit het winkellandschap. Het tempo en mate waarin dit plaatsvindt is sterk afhankelijk van de concurrentiekracht van winkelgebieden, huren en eigendomsposities. Het is mogelijk dat verouderde winkelgebieden blijven bestaan door gunstige vestigingsuitgangspunten. Hierdoor ontstaat overaanbod en zullen winkelgebieden vooral in landelijke gebieden in totaliteit economisch niet optimaal presteren. De winkelstructuur blijft dan kwetsbaar met name omdat bediening van de consumentenbehoefte - inclusief innovatie - niet optimaal is. Faciliteren is eerder geschikt voor stedelijke gebieden. Hier verkleuren buurtcentra steeds meer van functie door marktwerking. De overheid faciliteert door bestemmingsplan aan te passen.

- 2. Stimuleren.** De overheid stimuleert actief vernieuwing van de winkelstructuur door samen met marktpartijen te investeren in concentratie, sanering en opschaling. Hierbij gaat men uit van het voortbestaan van kansrijke winkelgebieden. De overheid stelt samen met marktpartijen een visie op en vertaald deze naar bestemmingsplannen. In tegenstelling tot marktwerking stimuleert de overheid herontwikkeling van kansrijke winkelgebieden door gelijktijdig in te zetten op het saneren winkelgebieden die niet toekomstbestendig zijn. Er is sprake van revitalisering van de winkelstructuur waarbij herprofilering en transformering van winkelgebieden centraal staan. Om dit te realiseren is samenwerking tussen overheid, vastgoedeigenaren en -ontwikkelaars en retailers gewenst dan wel noodzakelijk. Belangrijk aspect van deze samenwerking is bereidheid van de marktpartijen en overheden om te investeren in een gezondere winkelstructuur. Dit betekent dat men keuzes maakt door actief te investeren in sanering van verouderde winkelgebieden. Om extra stimulans te geven, kunnen de volgende instrumenten een bijdrage leveren aan opschaling, sanering en concentratie:
- **Verevening:** Door ruimte te creëren via verevening kunnen winstgevend gebiedsexploitaties die voor de komende periode gepland staan bijdragen aan het opschalen van de winkelstructuur. Hierbij dient men strategische allianties met vastgoedeigenaren en -ontwikkelaars aan te gaan.
 - **Fondsvorming:** In regio's waar krimp speelt kunnen groeigebieden bijdragen aan het realiseren van een passend en aantrekkelijk voorzieningenaanbod. Dit kan door een directe financiële bijdrage, bijvoorbeeld via een gemeentefonds.
 - **Stimuleringsubsidies:** Ondersteuning van krimpgebieden kan men ook realiseren door beschikbare middelen in te zetten als stimuleringsubsidie.

4.1.2 Innovatieve concepten voor de leefbaarheid

De overheid heeft jarenlang de fijnmazige winkelstructuur die we in Nederland kennen in stand gehouden om de leefbaarheid, vooral in kleine kernen en stedelijk gebied (o.a. wijk economie) te waarborgen. Echter in de tijdsgeschiedenis van de huidige en toekomstige dynamiek van het Nederlandse winkellandschap ontwikkelt de markt als overheid steeds meer nieuwe concepten en arrangementen om de leefbaarheid te waarborgen. In krimpgebieden ligt de focus op afname van draagvlak voor bepaalde voorzieningen zoals winkels. Terwijl het juist de moeite loont om te kijken naar groeimarkten, -niches en creatieve nieuwe concepten. Zo zijn veel groepen ouderen tegenwoordig zeer draagkrachtig. Daardoor zal in de komende jaren een sterke groei zich voordoen in de leisure en in de zorg. De uitdaging ligt daarom erin te inventariseren hoe deze groeisectoren een bijdrage kunnen leveren aan de maatschappelijke kwaliteit en leefbaarheid. Een goed voorbeeld zijn de samenwerkingsovereenkomsten met zorginstellingen zoals in Tholen, Herwen en Keijenburg, die met faillissement bedreigde supermarkts in kleine kernen opkoopt om deze als sociale werkvoorziening voor fysiek en verstandelijk gehandicapten te gaan exploiteren. De sleutel ligt veelal in het samenbrengen van groepen en initiatieven die elkaar van oudsher nog niet kennen, maar in combinatie juist een grote meerwaarde vinden.

Vastgoedeigenaren en -ontwikkelaars en vooral woningcorporaties zien steeds meer het belang van behoud van leefbaarheid in kleine kernen. Zij zijn steeds actiever in het creëren van creatieve oplossingen. Castria in Zeeland is daar een goed voorbeeld van. Om bewoners te stimuleren om in hun eigen dorpswinkel boodschappen te doen heeft Castria een waarderingsconcept annex spaarsysteem opgezet, 'Buurtsparen'. Dit is een systeem waarin goede huurders van Castria waardecheques ontvangen evenals goede klanten van buurtwinkels (70 aangesloten ondernemers). Met deze waardecheques kunnen zij betalen, maar in hun eigen kern zijn de cheques 25% meer waard. Dit zorgt ervoor dat het winkelen in de eigen kern gestimuleerd wordt. Door het hele systeem loopt een voortdurende communicatielijn, die wijst op het belang van winkels in de buurt.

Daarnaast biedt de ontwikkeling van multifunctionele accommodaties vaak perspectief voor zowel commerciële als niet-commerciële functies. Steeds meer maatschappelijke voorzieningen (ziekenhuizen, verzorgingshuizen, scholen, buurt/dorpshuizen) worden vaker gecombineerd met commerciële voorzieningen, waaronder winkels.

4.1.3 Regionale afstemming

In de detailhandelswereld, waar de mobiele consument zich niets aantrekt van gemeentegrenzen, is voor ontwikkelingen die een regionale impact hebben, een afweging in regionaal verband gewenst. Dit geldt ook voor krimp. De opdeling van regio's naar de aard van de (krimp)problematiek maakt het mogelijk om beleidsstrategieën beter af te stemmen op de regionale situatie. Vooral voor de primaire en secundaire krimpregio's is een integrale visie op de toekomst van ruimtelijke en economische vitaliteit van groot belang. Er moet hard worden geknukt om groepen vast te houden en de leefbaarheid op peil te houden, wat vooral ook regionale afstemming en sturing vergt. Regionale samenwerking van gemeenten in krimpregio's zou het uitgangspunt moeten zijn voor beleid en organisatie van winkel- en voorzieningenstructuur. Afstemming en overleg in regionaal verband kan leiden tot kennisuitwisseling tussen gemeenten en een nieuwe actuele basis voor creatieve oplossingen, conceptueel, organisatorisch en in financieel. De juridische basis voor dergelijke vrijwillige samenwerkingsverbanden van gemeenten ontbreekt echter. Hierdoor kan een gemeente in voorkomende situaties afwijken van het regionale en overeengekomen beleid.

4.2 Conclusie: regionale transformatievisie als vertrekpunt gewenst

Opgave naar de toekomst is te zorgen voor een goede schaal en basis van winkelvoorzieningen als vertrekpunt voor krimpregio's. Daarbij zal de filosofie van lokale voorzieningenaanbod plaats moeten maken voor een regionale. Een goede ruimtelijke transformatievisie op regionale schaal zou daarom voorafgaand aan mogelijke (her)ontwikkeling eerst moeten kijken of transformatie van bestaande voorzieningen de benodigde en haalbare (economisch, ruimtelijk, organisatorisch, financieel) kwaliteitsverbetering kan leveren. Als dat geen soelaas biedt, zal in de planvorming voor de nieuwbouw tevens een sluitende oplossing voor de verouderde voorziening moeten komen. Zo wordt immers verloedering voorkomen en worden plannenmakers gestimuleerd - ook in financiële termen - vanuit een meer integraal perspectief tot oplossingen te komen.

De overheid dient eerst een strategisch beeld te schetsen van de toekomstige regionale voorzieningenstructuur. Dit heeft als voordeel dat niet alleen kwetsbare krimp en desolate situaties geschetst worden maar ook opgaven en kansen waar draagvlak voor kan ontstaan en waar je het als overheden en met marktpartijen over kunt hebben. Een belangrijk aandachtspunt in dit verband is dat voor realisatie en exploitatie van commerciële consumentenvoorzieningen in de toekomst een ondergrens gesteld moet worden. Wat twee decennia geleden (bij kleine kernen) 3.000 inwoners als drempel voor economisch functioneren gold, ligt nu bij ca. 5.000. Gelet op ontwikkelingen en trends schuift dit naar boven op (indicatie 10.000 inwoners) voor een kwalitatief compleet primair aanbod van dagelijks/frequent benodigde producten en diensten. Nieuwe opgaven dus waar met name lokale bestuurders aan moeten wennen of huiverig voor zijn.

Bijlage 1

Regionaam	Type regio	2010	2025	2010-2025 (absoluut)	2010-2025 (relatief)
Noordoost Groningen	Primaire krimpregio	62.030	58.317	-3.713	-6,0%
Slochteren eo	Primaire krimpregio	157.779	154.536	-3.243	-2,1%
Groote gast eo	Primaire krimpregio	133.484	133.456	-28	0,0%
Stad Groningen eo	Groeiregio	206.149	228.269	22.120	10,7%
Zuidoost Groningen	Primaire krimpregio	101.454	98.460	-2.994	-3,0%
Assen eo	Groeiregio	98.611	106.404	7.793	7,9%
Opsterland	Secundaire krimpregio	111.685	114.874	3.189	2,9%
Oost Friesland	Secundaire krimpregio	117.256	117.444	188	0,2%
Noordwest Friesland	Secundaire krimpregio	214.164	220.527	6.363	3,0%
Zuidwest Friesland	Problematische woningmarktregio	92.728	93.278	550	0,6%
Zuid Friesland	Problematische woningmarktregio	110.005	113.583	3.578	3,3%
Zuidwest Drenthe	Problematische woningmarktregio	130.963	129.730	-1.233	-0,9%
Emmen eo	Secundaire krimpregio	144.513	145.831	1.318	0,9%
Hardenberg eo	Secundaire krimpregio	103.075	105.189	2.114	2,1%
Kop van Overijssel	Groeiregio	155.961	168.846	12.885	8,3%
Zwolle eo	Groeiregio	242.469	261.105	18.636	7,7%
Deventer eo	Secundaire krimpregio	175.809	178.665	2.856	1,6%
Almelo eo	Secundaire krimpregio	301.038	302.425	1.387	0,5%
Hengelo Enschede	Groeiregio	320.212	327.377	7.165	2,2%
Ruurlo Eibergen	Primaire krimpregio	164.466	159.855	-4.611	-2,8%
Doetinchem eo	Secundaire krimpregio	130.114	125.614	-4.500	-3,5%
Zutphen eo	Problematische woningmarktregio	106.172	107.353	1.181	1,1%
Apeldoorn eo	Groeiregio	187.833	192.840	5.007	2,7%
Nunspeet eo	Groeiregio	141.624	145.884	4.260	3,0%
Lelystad eo	Groeiregio	134.629	153.725	19.096	14,2%
Texel	Secundaire krimpregio	13.526	13.795	269	2,0%
Kop van Noord Holland	Secundaire krimpregio	151.465	157.643	6.178	4,1%
Noord Kennemerland	Groeiregio	229.398	241.115	11.717	5,1%
West Friesland	Secundaire krimpregio	204.138	212.970	8.832	4,3%
Midden Kennemerland	Secundaire krimpregio	124.587	125.071	484	0,4%
Waterland	Secundaire krimpregio	155.363	158.914	3.551	2,3%
Zaanstreek	Groeiregio	170.407	179.625	9.218	5,4%
Zuid Kennemerland	Problematische woningmarktregio	286.867	290.118	3.251	1,1%
Amsterdam eo	Groeiregio	882.427	959.376	76.949	8,7%
De Bollenstreek	Groeiregio	180.255	191.442	11.187	6,2%
Haarlemmermeer	Groeiregio	199.667	217.891	18.224	9,1%
Almere	Groeiregio	185.664	241.201	55.537	29,9%
Het Gooi	Groeiregio	276.027	282.142	6.115	2,2%
Amersfoort eo	Groeiregio	239.636	258.181	18.545	7,7%

Regionaam	Type regio	2010	2025	2010-2025 (absoluut)	2010-2025 (relatief)
Barneveld eo	Groeiregio	90.115	95.168	5.053	5,6%
Bunnik Zeist	Groeiregio	188.882	193.955	5.073	2,7%
Utrecht eo	Groeiregio	514.123	582.498	68.375	13,3%
Woerden Lopik	Secundaire krimpregio	86.529	86.178	-351	-0,4%
Alphen aan den Rijn eo	Secundaire krimpregio	127.820	130.463	2.643	2,1%
Leiden eo	Groeiregio	212.482	217.811	5.329	2,5%
Haaglanden	Groeiregio	898.067	956.912	58.845	6,6%
Gouda eo	Groeiregio	217.418	235.524	18.106	8,3%
Rotterdam eo	Groeiregio	1.024.324	1.087.597	63.273	6,2%
Westland	Groeiregio	148.664	169.538	20.874	14,0%
Zuidhollandse eilanden	Secundaire krimpregio	287.579	290.239	2.660	0,9%
Dordrecht eo	Secundaire krimpregio	275.006	283.944	8.938	3,3%
Gorinchem eo	Secundaire krimpregio	183.672	185.655	1.983	1,1%
Culemborg Dodewaard	Problematische woningmarktregio	191.574	189.840	-1.734	-0,9%
Ede eo	Problematische woningmarktregio	252.259	261.805	9.546	3,8%
Arnhem eo	Groeiregio	309.474	317.341	7.867	2,5%
Elst eo	Groeiregio	101.478	108.942	7.464	7,4%
Nijmegen eo	Groeiregio	288.305	308.431	20.126	7,0%
Noordoost Brabant	Secundaire krimpregio	118.796	121.178	2.382	2,0%
Uden Veghel	Groeiregio	155.436	162.913	7.477	4,8%
Oss eo	Secundaire krimpregio	139.135	142.774	3.639	2,6%
Den Bosch eo	Groeiregio	351.002	358.065	7.063	2,0%
Zeeuwse eilanden	Secundaire krimpregio	249.297	250.785	1.488	0,6%
Zeeuws-Vlaanderen	Primaire krimpregio	106.787	101.441	-5.346	-5,0%
Bergen op Zoom Roosendaal	Secundaire krimpregio	211.625	214.128	2.503	1,2%
West Brabant	Secundaire krimpregio	149.636	150.814	1.178	0,8%
Breda eo	Groeiregio	342.327	359.372	17.045	5,0%
Tilburg Waalwijk	Groeiregio	322.818	345.105	22.287	6,9%
Eindhoven Helmond	Groeiregio	467.373	493.389	26.016	5,6%
Zuidoost Brabant	Problematische woningmarktregio	100.942	100.700	-242	-0,2%
Noord Limburg	Secundaire krimpregio	240.503	239.256	-1.247	-0,5%
Weert eo	Primaire krimpregio	101.716	97.323	-4.393	-4,3%
Roermond eo	Primaire krimpregio	130.867	122.187	-8.680	-6,6%
Zuid Limburg	Primaire krimpregio	608.261	585.440	-22.821	-3,8%
Kempen	Problematische woningmarktregio	132.814	136.243	3.429	2,6%
Vechtstreek	Problematische woningmarktregio	65.494	65.045	-449	-0,7%

Colofon

Het onderzoek dat ten grondslag ligt aan deze publicatie is in opdracht van het Hoofdbedrijfshchap Detailhandel (HBD) uitgevoerd door DHV B.V.

Bij vragen kunt u contact opnemen met Patrick Manning, hoofd afdeling ruimtelijke ordening, p.manning@hbd.nl, telefoonnummer (070) 338 56 69.

Copyright © 2011 Hoofdbedrijfshchap Detailhandel, Den Haag

Het HBD hecht veel belang aan de verspreiding van kennis over de detailhandel. U mag dan ook gedeelten uit deze publicatie overnemen, mits met bronvermelding. Het integraal reproduceren van deze publicatie is echter alleen toegestaan met schriftelijke toestemming van het HBD.



HBD

Hoofdbedrijfschap
Detailhandel

Het HBD maakt zicht sterk voor een gezonde detailhandel waarin het goed ondernemen en werken is.

Het HBD houdt zich onder andere bezig met de bestrijding van winkelcriminaliteit, werkt aan de bereikbaarheid en de aantrekkelijkheid van winkelgebieden en warenmarkten, zorgt voor voldoende en goed opgeleid personeel en stimuleert innovatie en duurzaamheid. Het HBD is bovendien het kenniscentrum voor de detailhandel.

Hoofdbedrijfschap Detailhandel
Postbus 90703
2509 LS Den Haag

T (070) 338 56 66
F (070) 338 57 11
E info@hbd.nl
I www.hbd.nl