

RETAILVISIE STICHTSE VECHT



17-1-2016

Concentreren, versterken en vernieuwen

INHOUDSOPGAVE

INHOUDSOPGAVE	1
1. INLEIDING	2
2. BELEIDSKADER	3
2.1 Concentreren.....	4
2.2 Versterken	4
2.3 Vernieuwen.....	6
3. RETAILSTRUCTUUR STICHTSE VECHT	8
3.1 De vraagzijde van de detailhandel.....	8
3.2 Koopstromen	9
3.3 De aanbodzijde van de detailhandel	9
4. RETAIL IN DE VIER GROOTSTE KERNEN	11
4.1 Maarssenbroek.....	11
4.2 Maarssen-Dorp.....	13
4.3 Breukelen	15
4.4 Loenen aan de Vecht.....	17
SAMENVATTING	19
BRONVERMELDING	20

1. INLEIDING

Het behoud van (winkel-)voorzieningen in de dorpskernen staat hoog op de maatschappelijke en politieke agenda.

De economische crisis en de opkomst van e-commerce hebben een grote impact op het functioneren van de traditionele detailhandel gehad. De omzetten van de winkeliers zijn sterk gedaald, maar de huurprijzen van de winkelpanden zijn onveranderd hoog gebleven. Dit betekende het faillissement van vele kleine winkels. Centra van dorpen en steden kregen te maken met leegstaande winkelpanden, wat leidde tot verschraling en in sommige gevallen verloedering van winkelgebieden. In kleine dorpen dreigen de winkelvoorzieningen helemaal te verdwijnen.

Dit fenomeen is ook zichtbaar in onze grootste kernen, waar de meeste detailhandel gesitueerd is. In Maarssenbroek, Maarssen-dorp en Breukelen is de afgelopen jaren veel winkelleegstand geweest en is er nog steeds een groot verloop van huurders.

Tegelijkertijd ontstaat er steeds meer vraag naar megasupermarkten met pick-up points langs snelwegen, naar distributieruimte voor internetbedrijven en naar goedkope winkelruimte op bedrijventerreinen.

Ook is er sprake van branchevervaging en –vermenging ook wel blurring genoemd : winkels die een koffiecorner hebben, horecagelegenheden die cadeau-artikelen verkopen, tuinders die een landwinkel runnen enz.

Er is behoefte aan een gemeentelijke visie op retail, die rekening houdt met deze ontwikkelingen en een helder kader biedt voor ondernemers in de retailbranche.

Deze nota geeft invulling aan deze behoefte door het schetsen van een kader voor een toekomstbestendige retail infrastructuur. De nota maakt onderdeel uit van het Programma Economie 2015-2018 en is tot stand gekomen in samenwerking met de lokale winkeliersverenigingen en de overkoepelende ondernemersvereniging OSV.

We kiezen in deze retailnota voor het begrip retail omdat dit ruimer is dan het begrip detailhandel. Detailhandel zijn bedrijven die goederen direct aan consumenten verkopen, retail zijn bedrijven die goederen en diensten aan consumenten verkopen; onder retail vallen bijv. ook kappers.

In het volgende hoofdstuk wordt het beleidskader geschetst dat de gemeente Stichtse Vecht de volgende jaren zal hanteren als richtlijn voor ontwikkelingen in de retail.

In hoofdstuk 3 vindt u een samenvatting van de vraag- en aanbodzijde van de retail in onze gemeente.

Het gekozen beleidskader wordt in hoofdstuk 4 verder uitgewerkt voor de vier grootste winkelgebieden in de gemeente, te weten Bisonspoor in Maarssenbroek, het centrum van Maarssen-Dorp, het centrum van Breukelen en het centrum van Loenen aan de Vecht.

Tot slot vindt u in hoofdstuk 5 een korte samenvatting van deze retailnota.

2. BELEIDSKADER

De voorliggende nota is een verdere uitwerking van hieronder genoemde beleidskaders rondom de thema's: concentreren, versterken en vernieuwen.

In het Raadsprogramma voor de periode 2014 - 2018 is aangegeven dat voorzieningen van groot belang zijn voor de leefbaarheid in de kernen. Daarbij gaat het zowel over winkelvoorzieningen als maatschappelijke voorzieningen. Initiatieven om leegstand in kantoor- en winkellocaties tegen te gaan zullen zoveel mogelijk worden ondersteund.

In de Focus op Morgen staat dat het voortbestaan van de detailhandel in kleine kernen onder druk staat. Op economisch en cultureel gebied kunnen we niet concurreren met Amsterdam en Utrecht, en dat moeten we ook niet willen. Dat betekent voor de toekomst dat we geen grote, nieuwe en op zichzelf staande uitbreidingslocaties willen. De voorkeur gaat uit naar verdere verdichting van de kernen en creatief omgaan met mogelijkheden en kansen voor bijvoorbeeld herbestemming van panden.

Deze toekomstvisie is verder uitgewerkt in de Economische Visie. Met betrekking tot detailhandel wordt in de Economische visie het volgende vermeld: *Op strategische locaties en verspreid over de gemeente kan een aantrekkelijk winkelaanbod worden behouden of versterkt, mede door uitbreiding van woonfuncties. Binnen het niet-dagelijkse winkelsegment wordt succesvol ingestoken op beleving. Kansen biedt ook de E-commerce en stadsdistributie: logistieke activiteiten van grote webwinkels, maar ook logistieke activiteiten van reguliere retail die naast de winkel een eigen e-commerce exploiteert.*

Als economisch accent voor het zuidelijk deel van de gemeente wordt o.a. "Clustering en diversificatie van detailhandel en verblijfshoreca" genoemd. Met name winkelcentrum Bisonspoor, het centrum van Maarssen-Dorp en het centrum van Breukelen worden aangeduid als gebieden met economische groeipotentie voor versterking van de retail. Daarbij moet ingezet worden op de dagelijkse boodschappen aangevuld met het creëren van niches in de niet-dagelijkse sector. Ook het versterken van de synergie tussen ambulante handel en reguliere detailhandel wordt hier genoemd.

Professor Koelemeijer van Business University Nyenrode geeft in haar rapport "Decentrale Retail en de gemeente Stichtse Vecht" een aantal duidelijke adviezen:

- *Focus op het versterken van de retailfunctie in Maarssenbroek (m.n. Bisonspoor), Maarssen-Dorp en Breukelen, door de omvang en de samenstelling van deze winkelgebieden te verbeteren ten behoeve van multi-purpose shopping.*
- *Breukelen en Maarssen-dorp zijn bovendien toeristische bestemmingen en lenen zich voor versterking van de recreatieve functie van retail door vermenging met horeca, het stimuleren van evenementen en het creëren van beleving.*
- *Probeer de aanwezige retail in kleinere kernen te faciliteren gezien de lokale functie ervan, maar geen verdere revitalisering gezien de verwachting dat het aantal verkooppunten in deze kernen verder zal afnemen.*
- *Stimuleer verspreid gevestigde winkels zich te vestigen in leegstaande winkelpanden in het centrum en voorkom het ontstaan van nieuwe wijkcentra.*
- *Faciliteer pick-up points en blurred retail-horeca concepten in de drie grootste bestaande winkelgebieden. Faciliteer distributiecentra voor e-commerce bij voorkeur op goed bereikbare bedrijventerreinen nabij verkeersknooppunten.*

Het bureau Q&A heeft in opdracht van de provincie Utrecht eveneens een adviesrapport geschreven m.b.t. de ontwikkelingen in de detailhandel: "op weg naar een toekomstbestendige retailstructuur".

Op basis van een uitgebreide analyse van de demografische gegevens, het winkelaanbod en een koopstromen onderzoek zijn er factsheets per gemeente gemaakt (zie bijlage) en komt men tot de conclusie dat er behoefte is aan een retailvisie op provinciaal en gemeentelijk niveau, waarin:

- Concentratie- en ontwikkelgebieden worden vastgelegd.
- Beleid ten aanzien van het terugbrengen van winkelmeters geformuleerd wordt.
- Beleid t.a.v. ontwikkelingen in de periferie wordt vastgesteld.
- Online retail wordt ingebed in de bestaande ruimtelijke structuur.

2.1 Concentreren

Zoals in recente vakliteratuur en onderzoeksrapporten wordt aangegeven is de beste strategie voor het behoud van fysieke winkelvoorzieningen in kleine en middelgrote woonkernen: concentratie en clustering van de nog aanwezige retail in een centraal winkelgebied/het centrum van een dorp.

Om dit te stimuleren heeft de gemeente met name het bestemmingsplan als instrument ter beschikking. Het is belangrijk om in bestemmingsplannen een goede afbakening weer te geven van het centrumgebied van een dorpskern.

Buiten het centrumgebied wordt het ontwikkelen van nieuwe winkelcentra en het vestigen van nieuwe solitaire winkels niet toegestaan.

Wel toegestaan is ondergeschikte detailhandel bij toeristische, recreatieve en culturele voorzieningen die gelegen zijn buiten deze dorpscentra. Deze voorzieningen vervullen immers een belangrijke rol bij het aantrekken van bezoekers naar onze gemeente.

Voor de reeds bestaande retailbestemmingen in niet-centrumgebieden wordt de bestemming bij een actualisatie van het bestemmingsplan verruimd naar bijv. wonen of gezondheidsvoorzieningen in woonwijken en naar de bestemming bedrijven op bedrijventerreinen. Uitzondering hierop is de detailhandel in volumineuze goederen die gezien de aard van de producten bij voorkeur wel op bedrijventerreinen gevestigd wordt.

Bij leegstand van winkels in niet- centrumgebieden wordt in overleg met de eigenaar van het pand gestuurd op een definitieve wijziging van de retailbestemming naar een andere gebruiksfunctie zoals bijv. wonen.

In de centrumgebieden wordt gekozen voor het begrip “centrumfunctie” voor de plint/de begane grond van de aanwezige panden. Onder centrumfunctie wordt onder andere verstaan retail, daghoreca, kantoor en maatschappelijke functie, maar ook een mix van deze gebruiksvormen in één pand is toegestaan (blurring). Het doel van een dergelijke flexibele bestemming is het verkleinen van de kans op structurele leegstand omdat de doelgroep van eventuele nieuwe huurders zo breed mogelijk wordt gemaakt. Door een publieksfunctie op de begane grond en een woonfunctie op de verdieping te handhaven wordt de aantrekkelijkheid, leefbaarheid en veiligheid van het centrum zoveel mogelijk gegarandeerd.

De belangrijkste trekkers in de dorpscentra zijn de winkels voor dagelijkse behoeften (supermarkten en overige food winkels). Zij creëren de loop van bezoekers die de winkels in niet-dagelijkse behoeften nodig hebben voor hun voortbestaan.

Ook de pick-up points van goederen die per internet besteld zijn trekken bezoekers. Het is dus van belang dat zowel supermarkten als pick-up points gevestigd worden in centrumgebieden.

Het terugbrengen van winkel vierkante meters in de planvoorraad is voor Stichtse Vecht niet aan de orde. Wij hebben geen nieuwe ontwikkelplannen op het gebied van retail in onze gemeente.

2.2 Versterken

Andere factoren die belangrijk zijn bij het versterken van het winkelgebied en waar de gemeente invloed op heeft, zijn een goede bereikbaarheid en de aanwezigheid van voldoende gratis parkeervoorzieningen. Ook het standplaatsenbeleid van de gemeente heeft invloed op de reguliere detailhandel.

Bereikbaarheid

De bereikbaarheid per fiets is over het algemeen prima geregeld in Stichtse Vecht.

De bereikbaarheid per Openbaar Vervoer is in de vier belangrijkste winkelcentra eveneens geregeld d.m.v. busverbindingen en in Bisonspoor, Maarssebroek tevens door treinverbindingen.

De bereikbaarheid per auto en met vrachtauto's voor het laden en lossen van goederen is een moeilijke opgave in de historische dorpskernen met smalle straatjes, die ontstaan zijn in tijden dat er niet of nauwelijks sprake was van gemotoriseerd verkeer.

Dit betekent dat er in dorpscentra vaak sprake is van smalle straten met één richting verkeer en dat de laad- en losplekken niet altijd even makkelijk met grote vrachtauto's te bereiken zijn. Hier is gezien de fysieke omgeving niet zoveel aan te veranderen.

Extra belangrijk is dan een goede bewegwijzering naar het centrum en naar de aanwezige parkeervoorzieningen

Parkeren

Stichtse Vecht heeft gekozen voor gratis parkeren en dit is een belangrijk pluspunt in vergelijking met steden als Amsterdam en Utrecht. Uitdaging is het blijvend garanderen van voldoende parkeervoorzieningen voor winkelend publiek, nu het aantal auto's van bewoners in centrumgebieden toeneemt door enerzijds de toename van het aantal auto's per gezin en anderzijds de toename van het aantal woningen op inbreidingslocaties en door omvorming van woningen en kantoren naar appartementen.

Uitgangspunt voor nieuwe woningbouwprojecten is dan ook: parkeren realiseren op eigen terrein.

Huurprijzen commercieel vastgoed

Een factor die zeer belangrijk is voor de versterking van de retail is de beschikbaarheid van winkelpanden tegen realistische huurprijzen en met de mogelijkheid voor kortlopende huurcontracten. Hier heeft de gemeente geen directe invloed op, maar zij kan hier wel op aandringen in haar contacten met de lokale vastgoedeigenaren. Indien de structurele leegstand de komende jaren verder toeneemt in plaats van afneemt, kan de gemeente het instellen van een leegstandsverordening overwegen om de invloed op vastgoedpartijen te vergroten.

Winkeltijdenverordening

Ander gemeentelijk beleid dat van invloed is op de versterking van de winkelfunctie is de winkeltijdenverordening, het marktbeleid en het standplaatsenbeleid.

De van toepassing zijnde winkeltijdenverordening is in 2014 geactualiseerd en biedt voldoende mogelijkheden voor een moderne retail bedrijfsvoering. De winkels mogen van maandag t/m zaterdag open zijn van 06.00 – 22.00 uur. In de vier grootste kernen (Maarssebroek, Maarsse-Dorp, Breukelen en Loenen aan de Vecht) mogen de winkels ook elke zondag open zijn tussen 12.00 -17.00 uur.

Marktbeleid en standplaatsenbeleid

Het marktbeleid voorziet in een weekmarkt in de vier grootste kernen en gaat uit van kostendekkendheid en marktconforme huurprijzen.

Het standplaatsenbeleid Stichtse Vecht is gericht op een zogenaamd maximumstelsel. Dat wil zeggen dat er in een beleidsregel is vastgelegd hoeveel standplaatsen er maximaal mogen zijn en op welke locaties. Voor het gebruik van de gemeentegrond wordt precario geheven of een private huurovereenkomst afgesloten.

Het rechtstreeks ingrijpen op concurrentieverhoudingen door de gemeente is verboden, maar de gemeente kan wel een ontmoedigings- c.q. stimuleringsbeleid voeren door per woonkern te differentiëren met maximaal toegestaan aantal standplaatsen en de te heffen precario.

In de grote kernen met voldoende retail-voorzieningen kan men het aantal standplaatsen beperken en marktconforme huurprijzen/precario voor de standplaatsen vragen. In kleine kernen met nauwelijks detailhandel zou men het huren van een standplaats aantrekkelijker kunnen maken door er meer tegelijkertijd toe te staan en de precario laag te houden.

Het huidige standplaatsenbeleid van de gemeente maakt dit onderscheid per woonkern nog niet en moet hier nog op aangepast worden.



2.3 Vernieuwen

Zoals eerder genoemd is er sprake van diverse nieuwe ontwikkelingen en concepten in retailland. De ontwikkeling die de afgelopen jaren de grootste impact heeft gehad op de retail, is de toename van online aankopen via internet.

E-commerce en pick-up points.

In het volgende hoofdstuk worden cijfers gepresenteerd over de omvang van de omzetafvloeiing naar internet en de verwachte toename daarvan. Dit betekent dat elke moderne ondernemer om zijn marktpositie te versterken, naast de verkoop in zijn fysieke winkel ook zou moeten voorzien in verkoop via een online kanaal zoals een eigen website.

Hoe de toekomst er door de toename van e-commerce exact uit gaat zien blijft echter moeilijk te voorspellen. In de Focus op Overmorgen staat hierover: *“Het is moeilijk te voorspellen wat de gevolgen zijn van technologische ontwikkeling op de economische ordening”.*

Ook in het rapport van professor Koelemeijer over Decentrale Retail in Stichtse Vecht staat: *“Retail als instituut is aan verandering onderhevig. E-commerce heeft gevolgen voor het retaillandschap die op dit moment nog niet te overzien zijn. Op lange termijn zal het retaillandschap volledig veranderen.”*

Om voor de komende jaren toch een antwoord te geven op nieuwe ontwikkelingen, maakt Stichtse Vecht de keuze om nieuwe winkelconcepten te faciliteren in de bestaande winkel- en dorpscentra.

Wat betreft het beleid t.a.v. internetwinkels maakt Stichtse Vecht de volgende knip:

- het magazijn, de administratie en pakketdistributie is toegestaan vanuit panden op bedrijventerreinen.
- een showroom en het ophalen van goederen door klanten zelf, is alleen toegestaan in winkelgebieden en niet op bedrijventerreinen.
- benrkte internethandel vanuit huis is toegestaan, mits het geen verkeersaantrekkende werking heeft

Uitzondering hierop vormt grootschalige volumineuze detailhandel als bijv. tuincentra, bouwmarkten, autodealers, keuken- en badkamerzaken, die gezien de omvang van hun producten wel op bedrijventerreinen gevestigd mogen zijn.

Door dit beleid te voeren stimuleert de gemeente het ontstaan van pick-up points in de winkelgebieden. Dit biedt ook mogelijkheden voor lokale winkeliers met een overschot aan winkelruimte, om hun winkel beschikbaar te stellen als pick-up point voor goederen die elders gekocht zijn. Een voorbeeld hiervan zijn bijv. de AH-supermarkten die een pick-up point van bol.com huisvesten.

Blurring

Een ander relatief nieuw concept in de retail is blurring, het vermengen van winkelconcepten met horeca. Voorbeelden zijn winkels met een coffeecorner, een hotel met een versmarkt, een smoothiebar waar ook koffiebonen, thee en chocolade verkocht worden, een brouwerij met proeflokaal waar ook bier verkocht wordt om mee naar huis te nemen enz. Deze nieuwe concepten zijn het directe gevolg van de behoefte van de huidige consument om shoppen meer als beleving te zien; het simpelweg kopen van dingen kan immers ook thuis achter de computer, op elk gewenst moment en de spullen kunnen thuisbezorgd worden. Buitenshuis winkelen doe je dus vooral voor de gezelligheid.

Stichtse Vecht wil ruimte bieden voor deze ontwikkelingen door in centrumgebieden meerdere functies toe te staan in één pand. Door te werken met een bestemming als "centrumfunctie" wordt dit mogelijk gemaakt. Voor situaties waarin een bestemmingsplan onvoldoende ruimte biedt om adequaat op een ontwikkeling te kunnen inspelen, worden er regelingen in het afwijkingenbeleid opgenomen.

Het nieuwe werken

Door de opkomst van het nieuwe werken en het groeiend aantal ZZP-ers, zullen inwoners steeds vaker vanuit huis werken. Voor afspraken met klanten of collega's wordt vaak gekozen voor een locatie in het centrum. Naast de huur van traditionele vergaderruimten, kiest men voor een klein gezelschap ook regelmatig voor een restaurant, lunchroom of café voorzien van gratis wifi. Door middel van blurring kan de retail hier direct een graantje van meepikken, maar ook indirect levert dit de retail bezoekers aan het centrumgebied op tijdens kantooruren en daarmee mogelijke klanten voor de winkels.

Samenwerkingsverbanden

Een laatste factor die in het kader van vernieuwing genoemd moet worden is het onderling samenwerkingsverbanden aangaan van ondernemers. Zeker vanuit de toeristische aantrekkingskracht van de Vechtdorpen liggen er voldoende mogelijkheden voor verdere samenwerking tussen hotels, Bed & Breakfast's, restaurants, winkels, culturele organisaties, fietsenverhuurders en rederijen. De gemeente kan door het organiseren van ondernemersbijeenkomsten partijen bij elkaar brengen, maar de daadwerkelijke invulling van mogelijke samenwerkingsvormen is uiteraard aan de ondernemers zelf.

Ook het door de gemeente en ondernemersverenigingen gezamenlijk oprichten van een online platform voor kennisdeling en informatie-uitwisseling, kan de samenwerking tussen ondernemers verder bevorderen.

3. RETAILSTRUCTUUR STICHTSE VECHT

3.1 De vraagzijde van de detailhandel

Door veranderingen in de populatie, economische ontwikkelingen en technologische mogelijkheden zijn het koopgedrag van consumenten en de eisen die zij stellen aan winkels en winkelgebieden voorgoed veranderd.

De bevolkingssamenstelling en ontwikkelingen daarin zijn een belangrijke verklarende factor voor bestedingen binnen retail in zijn algemeenheid en het economisch functioneren van winkelcentra in het bijzonder.

Vergrijzing zorgt voor daling van bestedingen in de niet-dagelijkse sector; deze groep besteedt een groter deel van het inkomen aan diensten en heeft in de regel alles al en doet enkel nog noodzakelijke vervangingsaankopen.

Een jonge bevolking resulteert in meer afvloeiing van omzet naar het online-kanaal, aangezien jongeren meer internetaankopen doen.

Voor de detailhandel is de groep 15-60 jarigen de belangrijkste groep i.v.m. hun bestedingen aan de dagelijkse en niet dagelijkse sector.

Een toename van het aantal huishoudens zorgt voor meer bestedingen in de non-food retail, omdat elk nieuw huishouden leidt tot aankopen die noodzakelijk zijn voor het runnen van een huishouden.

Groei of krimp van de bevolking zorgt uiteraard ook voor respectievelijk meer of minder bestedingen.

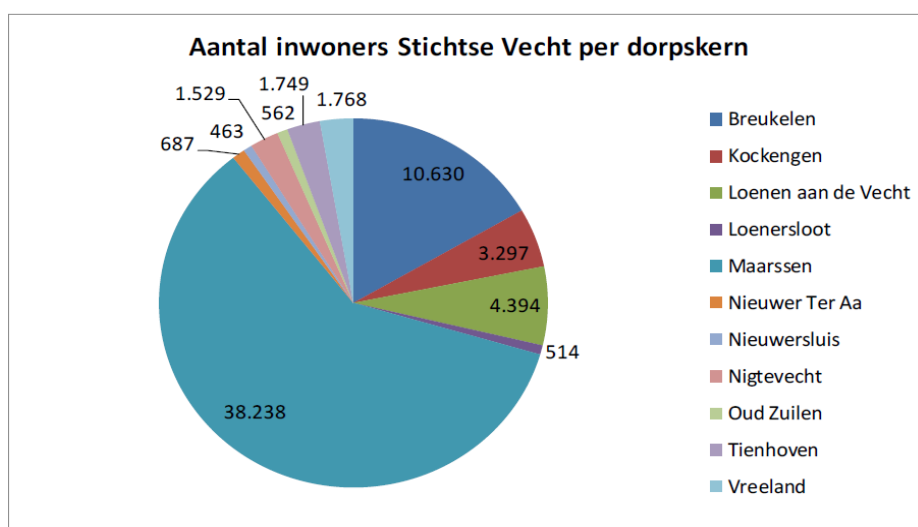
Een andere factor die van invloed is op de vraagzijde van detailhandel is het gemiddelde besteedbare inkomen per huishouden.

De gemeente Stichtse Vecht heeft op dit moment 63.856 inwoners. De verwachting is dat dit aantal de komende 15 jaar met ongeveer 3% (ruim 1900 personen) licht zal stijgen. Het aantal huishoudens zal in dezelfde periode met ongeveer 10% stijgen.

Er zal echter ook een verschuiving in de leeftijdsopbouw plaatsvinden, waarbij het aantal jongeren (0-30jaar) licht afneemt van 34% naar 31% en het aantal ouderen (60 plus) flink toeneemt naar 36%. Door deze vergrijzing is er een afname van de bestedingen te verwachten.

Het aantal eenpersoonshuishoudens zal in de komende 15 jaar eveneens stijgen van 31% naar 37% van het totale aantal huishoudens, maar gezien de verwachte vergrijzing zullen dat naast jonge mensen die op zichzelf gaan wonen en gevolgen van echtscheidingen, ook veelal ouderen zijn waarvan de partner overleden is.

Het gemiddeld inkomen in de gemeente Stichtse Vecht ligt met €40.000,- per huishouden boven het gemiddelde van de provincie Utrecht, waar het € 35.700,- per huishouden is.



Figuur 5. Aantal inwoners in de gemeente Stichtse Vecht per dorpskern, april 2015. Bron: Locatus.

3.2 Koopstromen

Naast de bevolkingssamenstelling zijn er meer factoren die invloed hebben op detailhandelsbestedingen. Zo is de aantrekkelijkheid van een winkelgebied ook bepalend voor het aantal bezoekers. De consument waardeert een goede bereikbaarheid, goedkoop parkeren en een compleet winkelaanbod.

De uiteindelijke koopstromen worden bepaald door:

- koopkrachtbinding: de mate waarin inwoners hun boodschappen doen in hun eigen gemeente
- koopkrachttoevloeiing: de mate waarin bewoners uit andere gemeenten aankopen doen in de gemeente
- koopkrachtafvlouing: bestedingen die via internet of buiten de gemeente worden gedaan

De belangrijkste ontwikkeling op het gebied van koopstromen is de sterke stijging van afvloeiing naar het online kanaal in met name de niet-dagelijkse sector. In de afgelopen drie jaren is het omzetaandeel van online aankopen in Stichtse Vecht gestegen van 9,5% naar 17,9%. De verwachting is dat deze trend zich de komende tien jaar verder zal doorzetten en dat de afvloeiing naar internet zal stijgen naar een aandeel van 25% voor de niet-dagelijkse sector.

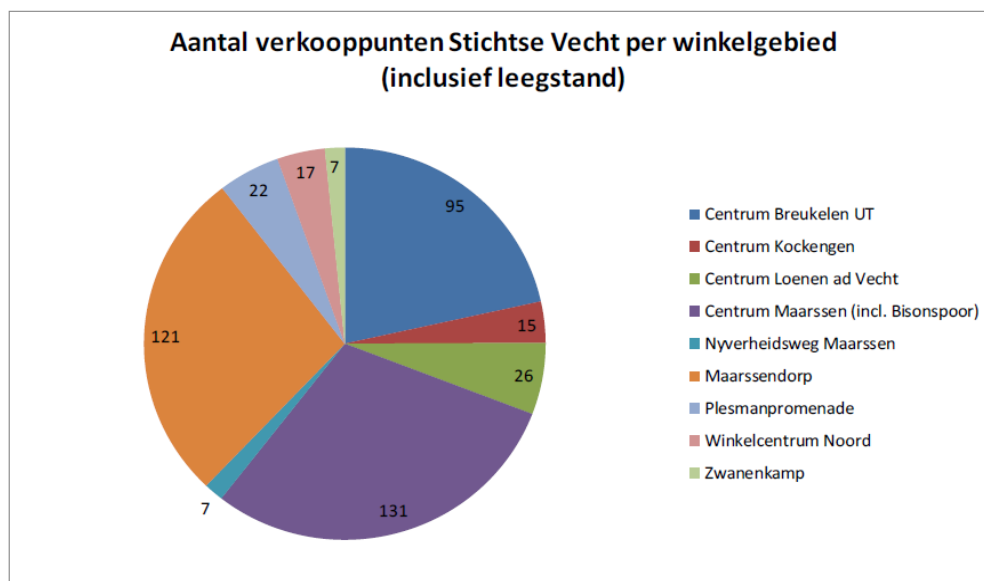
Naast deze afvloeiing naar internet, heeft de gemeente Stichtse Vecht ook te maken met de sterke aantrekkingskracht van Utrecht en Amsterdam als winkelgebieden met een groot totaalaanbod aan winkels. 43% van de niet-dagelijkse aankopen wordt gedaan in andere gemeenten (waarvan 25% in Utrecht).

De koopkrachtbinding voor niet dagelijkse boodschappen in de gemeente Stichtse Vecht ligt op het gemiddelde van de rest van de provincie Utrecht, 40% van deze aankopen geschiedt in eigen gemeente. Voor dagelijkse boodschappen ligt dit aandeel op 85%.

De koopkrachttoevloeiing in de gemeente Stichtse Vecht voor dagelijkse boodschappen is gering en bedraagt ongeveer 10% van de aankopen. Voor de niet-dagelijkse aankopen is daarin de laatste drie jaar een lichte stijging te zien geweest van 16,6 naar 18,5%. Dit kan te maken hebben met de oplevering van nieuwe woonwijken in bijv. Leidsche Rijn en het feit dat er in de gehele gemeente nog gratis parkeren mogelijk is.

3.3 De aanbodzijde van de detailhandel

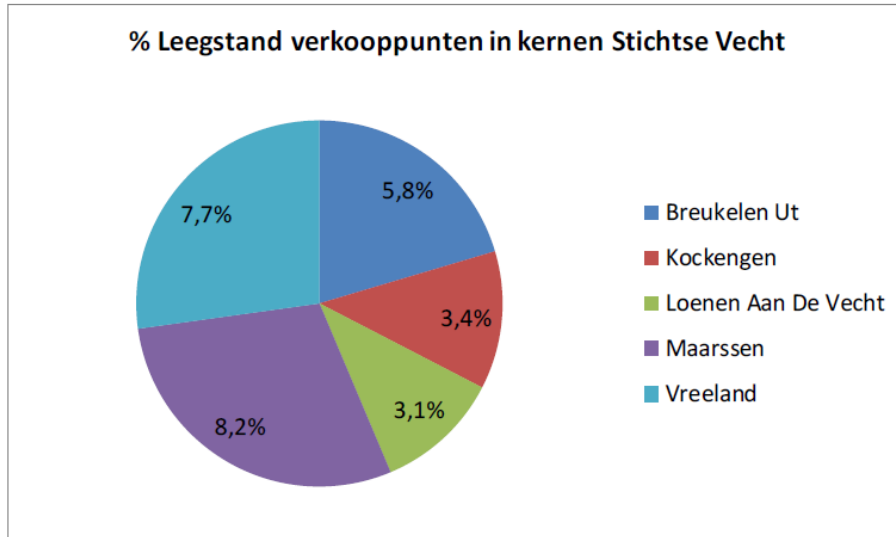
De veranderingen aan de vraagzijde hebben sneller plaatsgevonden dan de retailsector zich hierop heeft kunnen aanpassen. De gevolgen zijn groot. Er zijn teveel winkelmeters en door ontwikkelingen als het online winkelen zal de behoefte aan fysieke meters verder afnemen. Dit is te zien in de toename van de leegstand.



Figuur 7. Aantal verkooppunten in de verschillende winkelgebieden van gemeente Stichtse Vecht, inclusief leegstand, april 2015. Bron: Locatus.

In 2014 waren er 325 winkels (exclusief leegstand) in de gemeente Stichtse Vecht met een totale winkelvloeroppervlakte van 75.416 m². De leegstand oftewel het overschot aan verkooppunten (VKP) is 8,8% en de verwachting is dat dit zal stijgen naar 15,8%.

Het overschot aan verkoopvloeroppervlakte (VVO) in de gemeente Stichtse Vecht is 7,5% en de verwachting is dat dit in de toekomst gaat stijgen naar 13,8%.



Figuur 10. Percentage leegstaande verkooppunten in de verschillende kernen van gemeente Stichtse Vecht, april 2015. In niet vermelde dorpskernen is 0% leegstand. Bron: Locatus.

Voor het inschatten waar de potentiële overbewinkeling zich in de toekomst zal bevinden, is vooral het online koopgedrag naar sector belangrijk. Bureau Q&A heeft een indeling naar vijf clusters gemaakt. In cluster 1 zitten de branches waar de meeste internetaankopen plaatsvinden; in de branches in cluster 5 vinden de minste internetaankopen plaats.

Cluster 1: > 25% online aankopen. Branches: multimedia, computers, boeken, elektronica en telecom

Cluster 2: 15-25% online aankopen. Branches: (dames, heren en kinder-)mode, schoenen, sport, speelgoed

Cluster 3: 10-15% online aankopen. Branches: sieraden, vrije tijd, tuin & dier, slapen, drogisterij, lingerie

Cluster 4: 5-10% online inkopen. Branches: delicatessen, wonen, keukens, badkamers, bouwmarkten

Cluster 5: < 5% online aankopen. Branches: supermarkten, tijdschriften & tabak, optiek

De potentiële overbewinkeling zal dus met name in winkels zitten die behoren tot cluster 1 en 2, op de voet gevolgd door cluster 3.

Van de 325 winkels die er in 2014 in de gemeente Stichtse Vecht waren, behoorde 3,8% tot cluster 1 en 29,9% tot cluster 2.

In de gemeente Stichtse Vecht is geen sprake van plancapaciteit op het gebied van retail. Er is in bestemmingsplannen geen ruimte opgenomen voor nieuwbouw of uitbreidingsprojecten op het gebied van retail.

63% van de bestaande winkels bevindt zich in dorpscentra, 18% zit in wijk- en buurtcentra en 18% in overige gebieden waaronder bedrijventerreinen.

De winkeldichtheid is 41 winkels per 10.000 inwoners. Dit is onder het gemiddelde van de provincie Utrecht, waar de winkeldichtheid 49 is. Stichtse Vecht bezit een bovengemiddeld aantal supermarkten.

4. RETAIL IN DE VIER GROOTSTE KERNEN

In dit hoofdstuk wordt het beleidskader van concentreren, versterken en vernieuwen verder uitgewerkt voor de vier grootste winkelgebieden in de gemeente, te weten Bisonspoor in Maarssebroek, het centrum van Maarsse-Dorp, het centrum van Breukelen en het centrum van Loenen aan de Vecht.

Ook in Kockengen zijn er nog winkelvoorzieningen, in de overige dorpen zijn die er niet of nauwelijks. Dat we ons in deze notitie beperken tot de vier grootste kernen heeft ermee te maken dat de kans op het voortbestaan van winkelvoorzieningen in deze kernen gezien de toekomstverwachtingen het grootst is. Dit wil niet zeggen dat de gemeente de huidige winkelvoorzieningen in Kockengen en kleinere kernen niet waardeert; integendeel wij zijn ons terdege bewust van de belangrijke sociale en maatschappelijke rol die winkeliers vervullen in de dorpskernen. Dit betekent dat wij bestaande en eventuele nieuwe initiatieven voor detailhandel in de centra van kleinere dorpen waar mogelijk zullen faciliteren; er zal echter geen actief stimuleringsbeleid ingezet worden.

4.1 Maarssebroek

Maarssebroek is veruit de grootste woonkern in onze gemeente met haar ca. 22.700 inwoners. Het grootste centrale winkelgebied is winkelcentrum Bisonspoor, direct gelegen naast het NS-station Maarsse. Het is een groot overdekt winkelcentrum verdeeld over twee etages met goede gratis parkeervoorzieningen. Er bevinden zich zowel food als non-food winkels en er zijn diverse horecagelegenheden. Boven het winkelcentrum bevinden zich kantoortorens.



Tussen het winkelcentrum Bisonspoor en het NS-station is het MAR'CS gebouw verzezen, waarin op de begane grond en eerste etage eveneens ruimte is voor stedelijke functies als retail, horeca en sportvoorzieningen

Verder is er aan de noordzijde van winkelcentrum Bisonspoor een multifunctionele accommodatie (Safari) gebouwd waarin onderdak wordt geboden aan o.a. een zwembad, een bibliotheek, sportzaken en een jeugdhonk. Ten zuiden van Bisonspoor ligt het politiebureau en ten westen het kantoorgebouw Bisonstaete.

Dit gehele gebied beschouwen we als het centrum van Maarssenbroek, waarin retail zoveel mogelijk gestimuleerd zal worden door zowel planologische maatregelen als door intensieve samenwerking met de aanwezige retailondernemers.

Naast dit centrale winkelgebied, kent Maarssenbroek ook nog een aantal kleine wijkwinkelcentra zoals winkelcentrum Zwanenkamp, Reigerskamp en Boomstede. Daarnaast zijn er tweetal panden op bedrijventerrein Maarssenbroek, die vanuit de historie de bestemming detailhandel hebben gekregen.

Voor deze retail locaties buiten het centrum geldt dat de gemeente bij actualisatie van bestemmingsplannen de bestemming zal verruimen met niet-retailfuncties als wonen of maatschappelijke voorzieningen in woonwijken, en met de bestemming Bedrijf op het bedrijventerrein. Bij langdurige leegstand van panden zal het gesprek met de eigenaar worden aangegaan om een definitieve bestemmingswijziging te bevorderen.

Een uitzondering hierop vormt de grootschalige volumineuze perifere (GVP) detailhandel die gevestigd is op bedrijventerrein Maarssenbroek. Autodealers, keuken- of sanitaire verkopers, meubelzaken en bouwmarkten zijn welkom in dit gebied. Hetzelfde geldt voor de magazijn- en distributiekant van e-commerce.

Door dit beleid strak te hanteren proberen wij de frictieleegstand in winkelcentrum Bisonspoor en langdurige leegstand in de plint van het MAR'CS gebouw zoveel mogelijk tegen te gaan.

Tevens is de gemeente in gesprek met de eigenaar van de kantoortorens boven Bisonspoor om transformatiemogelijkheden te bespreken naar woningbouw of bijv. hotelfaciliteiten. Door op deze wijze de structurele kantoorleegstand te bestrijden, komt er weer een nieuwe doelgroep potentiële winkelbezoekers bij.

In de plint van de panden in dit centrale winkelgebied is al een diversiteit van stedelijke functies als winkels, daghoreca, kantoren en maatschappelijke voorzieningen toegestaan. Indien nodig zal in het bestemmingsplan verduidelijkt worden dat ook een vermenging van deze functies binnen één pand toegestaan is.

Aandachtspunt voor de gemeente en de NS is het tekort aan P&R parkeerplaatsen bij het station. Door dit tekort parkeren bewoners die met de trein naar hun werk reizen, hun auto vaak in de parkeergarages van winkelcentrum Bisonspoor. Dit zet de beschikbaarheid van voldoende parkeerplaatsen voor winkelbezoekers onder druk. De eigenaar van de parkeergarages van het winkelcentrum heeft het recht om de forenzen te weren uit haar garages; mogelijke middelen hiervoor zijn het neerlaten van slagbomen in de vroege ochtend of het invoeren van betaald parkeren.

Om te voorkomen dat de parkeerdruk in de omliggende woonwijken hierdoor gaat toenemen, zal de gemeente samen met de NS op zoek moeten naar alternatieven voor uitbreiding van de P&R-plaatsen.

Met de auto is Bisonspoor goed te bereiken, zowel vanaf de A2, de Zuilense Ring als de Amsterdamse Straatweg. Een goede bewegwijzering blijft uiteraard noodzakelijk.

Ook met de fiets is Bisonspoor van alle zijden bereikbaar. Belangrijk is de aanwezigheid van voldoende fietsenstallingruimte voor het winkelend publiek.

Winkelcentrum Bisonspoor heeft een actieve winkeliersvereniging en het is vooral aan hen om samen leuke activiteiten in en om het winkelcentrum te bedenken. De gemeente zal het verlenen van de eventueel

benodigde evenementenvergunningen efficiënt en klantvriendelijk laten verlopen.

In het kader van deregulering wordt bekeken welke vergunningen eventueel geschrapt kunnen worden. Verder zal zoveel mogelijk gewerkt worden met meerjaren vergunningen om voor alle partijen tijd te besparen.

Tevens zal de gemeente alle mogelijke middelen inzetten om de kraambezetting van de zaterdagmarkt bij Bisonspoor zo optimaal mogelijk te krijgen. Een levendige markt trekt immers bezoekers en versterkt het winkelklimaat. De gemeente kan invloed uitoefenen op de verhuurprijzen, het aantal kramen en de locatie; op het assortiment kan de gemeente nauwelijks invloed uitoefenen.

4.2 Maarssen-Dorp

Maarssen-Dorp wordt van Maarssenbroek gescheiden door het Amsterdam Rijnkanaal. Aan de oostzijde van het kanaal bevindt zich het oude dorp uitgebreid met diverse nieuwe woonwijken.

De Vecht stroomt dwars door het oude centrum met haar beschermd dorpsgezicht en levert een prachtig plaatje op. In de zomer wordt het dorp druk bezocht door wandelaars, fietsers en bootjesmensen.

Met haar bijna 15.000 inwoners is Maarssen-Dorp de tweede grootste kern in de gemeente Stichtse Vecht. Het centrum is een gevarieerd gebied met winkeltjes, horeca, kantoren en maatschappelijke voorzieningen, dat zich voornamelijk uitstrekt tussen het Harmonieplein enerzijds en het Pieter de Hoogplein anderzijds, en alle straten die zich daartussen bevinden zoals de Kaatsbaan, de Nassaustraat, de Diependaalsedijk, de Schippersgracht, de Lange Gracht, de Bolensteinsestraat en de Breedstraat.



Buiten dit centrumgebied bevindt zich ook nog een florerend buurtwinkelcentrum aan de Plesmanlaan, en zijn er nog wat verspreid liggende winkels aan de Tuinbouwweg, de Buitenweg en de Raadhuisstraat. Met name het winkelcentrum aan de Plesman levert veel concurrentie voor de winkels in het centrum. Alle dagelijkse levensbehoeften zijn er te krijgen, er is parkeergelegenheid voor de deur en het winkelcentrum ligt aan een drukke doorgaande weg in het dorp.

De volumineuze detailhandel (bijv. tuincentra) bevindt zich in Maarssen-Dorp vooral aan de Tuinbouwweg, de Gageldijk en de Herenweg. De weekmarkt is op donderdag op het Pieter de Hooghplein.

Ondanks de toename van het aantal inwoners in de laatste decennia, hebben de winkeliers in het centrum van Maarssen-Dorp de laatste jaren zwaar te lijden gehad onder de crisis en de opkomst van e-commerce. Er zijn veel winkels verdwenen en het duurde vaak lang voordat een leegstaand pand weer opgevuld werd. Een veel gehoorde klacht van (startende) ondernemers was de hoogte van de huurprijzen en het niet bereid zijn van eigenaren om kortlopende huurcontracten af te sluiten. Wij doen dan ook een beroep op de vastgoedeigenaren om mee te gaan met de economische ontwikkelingen en realistische huurprijzen te vragen. Door ook huurcontracten voor korte periodes beschikbaar te stellen, wordt het risico en daarmee de drempel voor startende ondernemers aanzienlijk verlaagd.

In geval van langdurige leegstand kunnen vastgoedeigenaren ook zogenaamde pop-up stores toestaan, ondernemers die gedurende maximaal 3 maanden een nieuw winkelconcept mogen uitproberen tegen betaling van een zeer geringe huur / onkosten vergoeding.

Ook het beschikbaar stellen van etalages van langdurig leegstaande winkelpanden aan lokale kunstenaars, kan bijdragen aan de aantrekkelijkheid van het winkelgebied.

De gemeente zal door de eerder genoemde bestemmingsplan maatregelen de concentratie van retail in het centrum van Maarssen-Dorp stimuleren. De panden in het centrum krijgen voor de begane grond allen een verruiming naar stedelijke/centrum functie, naast de eventuele aanwezige woonfunctie. Voor de solitaire niet-volumineuze winkels buiten het centrum zal waar mogelijk de retailfunctie vervangen worden door een woonfunctie.

Dit geldt overigens niet voor het winkelcentrum op de Plesmanlaan. Dit is een goedlopend winkelcentrum, met nauwelijks leegstand, dat voorziet in een behoefte. Verplaatsing van deze winkels naar een locatie in het centrum is niet realistisch.

Parkeren

Uitbreiding van het aantal parkeervoorzieningen in het centrum van Maarssen-Dorp is gezien de fysieke ruimte nauwelijks te verwezenlijken. Dit betekent dat er bij een toename van het aantal woningen in het centrum of direct grenzend aan het centrum, scherp moet worden gestuurd op het creëren van voldoende parkeergelegenheid op eigen terrein. De aanwezige parkeerplaatsen op het Pieter de Hooghplein, het Nassaplein, Achter Raadhoven, het Harmonieplein en aan de Harmonieweg hebben geen overcapaciteit.

Bereikbaarheid

De bereikbaarheid van het centrum van Maarssen-Dorp per auto is regelmatig punt van discussie. Deze discussie spitst zich toe op de vraag of de Kaatsbaan wel of niet afgesloten moet zijn voor gemotoriseerd verkeer. Voorstanders vinden dat de straat als voetgangersgebied gezelliger ingericht kan worden met terrasjes, bankjes en plantenbakken, waardoor het winkelgebied aantrekkelijker wordt. Tegenstanders vinden dat verkeer vanuit Maarssenbroek en de woonwijken in Maarssen-Dorp grenzend aan de Straatweg dan te ver moeten omrijden om een parkeerplaats te vinden, waardoor deze bewoners eerder kiezen voor winkelen in Maarssenbroek. De uitkomst van de pilot die van eind 2015 tot begin 2016 loopt, waarbij de Kaatsbaan weer tijdelijk opengesteld is voor gemotoriseerd verkeer, zal de uiteindelijke keuze bepalen.

Verder pleiten retailers uit het centrum voor een betere bewegwijzering naar het oude centrum vanaf de doorgaande wegen, zodat ook toeristen en recreanten het centrum beter weten te vinden.

Per bus (lijn 36 en lijn 120) is het centrum aan beide zijden van de Vecht goed te bereiken met haltes aan de Nassaustraat, de Kerkweg en de Straatweg.

Ook per fiets is het dorp uitstekend bereikbaar. Er loopt zelfs een ANWB-fietsroute dwars door het centrum.

Samenwerkingsverbanden

Een grote uitdaging voor de retail in Maarssen-Dorp is een betere samenwerking met elkaar, met de horeca en met Recreatie&Toerisme aan te gaan. De winkeliersvereniging Hart van Maarssen zou daar samen met de horecavereniging een aanjaagrol in kunnen pakken.

Het beschermde dorpsgezicht met de mooie grachten langs de Vecht bieden hiervoor een uitstekend decor. Er zijn de nodige voorzieningen op gebied van retail, B&B's, restaurants, café's, een theater annex zalencentrum, een museum, kerkgebouwen, fietswinkels, twee rederijen en een sloepenverhuurbedrijf, toneelverenigingen, zangkoren, muziekensembles, enz, die samen leuke evenementen en arrangementen zouden kunnen organiseren. Geslaagde voorbeelden daarvan zijn bijvoorbeeld de bluesroute, de vaarparade en de lichtjesavond.

De gemeente onderneemt ook diverse stappen om recreatie & toerisme te versterken. Zo is er elektriciteit bij de ligplaatsen voor boten aangelegd, worden er VVV- informatiepunten ingericht, is er een vaarkaart en folders met wandel- en fietsroutes ontwikkeld, is er een TOP (Toeristisch Opstap Punt) ingericht bij Slot Zuilen en komt er ligplaatsenbeleid waarin de op- en afstapplaatsen voor partyboten worden gereguleerd en een "boodschappensteiger" voor de pleziervaart wordt gerealiseerd.

4.3 Breukelen

Met haar 10.630 inwoners staat Breukelen op de derde plaats als grootste woonkern in Stichtse Vecht. Evenals Maarssen-Dorp is Breukelen één van de zeven Vechtdorpen die de gemeente rijk is.

Het centrum van Breukelen bevindt zich aan de westoever van de Vecht en strekt zich uit tussen de Hazenslinger en de Markt enerzijds en de Straatweg en de Vecht anderzijds.



Het centrum heeft daarmee een compacte vorm met één centraal middelpunt: de Kerkbrink. De meeste terrasjes bevinden zich op dit plein en op vrijdag staat er een drukbezochte weekmarkt. Ook dit dorpscentrum biedt diverse retail-, horeca- en maatschappelijke voorzieningen.

Naast de retailvoorzieningen in het centrum, kent Breukelen een wijkwinkelcentrum in Noord: de Passage. Terwijl de winkelleegstand in het centrum van Breukelen vooral frictieleegstand betreft, kan men in winkelcentrum Noord reeds van structurele leegstand spreken. Onlangs is er een Jumbovestiging geopend die de nodige bezoekers trekt, maar met name aan de buitenzijde staan er veel winkels leeg. De gemeente heeft bij de eigenaar van het winkelcentrum reeds aangegeven open te staan voor een wijziging van de bestemming van retail naar bijv. seniorenwoningen voor die zijde van het winkelcentrum.

Naast een fietswinkel en een service bouwmarkt, zijn er elders in het dorp geen retailvoorzieningen. Het bedrijventerrein langs de A2, De Breukelerwaard, heeft echter de aandacht van bouwmarkten en van grote supermarktketens om er XL vestigingen of pick-up points te mogen vestigen.

Tot op heden heeft de gemeente daar geen medewerking aan verleend. Wellicht dat de mogelijkheden voor volumineuze detailhandel worden vergroot op met name de oudere onderdelen van het bedrijventerrein (de Merwedeweg en de Keulsche Vaart), maar voor supermarkten geldt het in deze nota verwoorde beleid:

Supermarkten concentreren in de dorpscentra. Hetzelfde geldt voor pick-up points van diverse internetwinkels. Vooralsnog houden we vast aan de knip tussen magazijn en distributie enerzijds (welkom op bedrijventerrein) en showroom en pick-up point anderzijds (alleen in winkelcentra).

Bestemmingplan technisch betekent dit dat er geen ingrijpende bestemmingswijzigingen in Breukelen centrum nodig zijn, de meeste panden hebben er al een centrumbestemming in de plint. Alleen de begrenzing van het centrum moet enigszins aangepast worden conform bovenstaande afbeelding.

Bereikbaarheid en parkeren

De bereikbaarheid per auto is goed. Het centrum grenst aan de doorgaande weg (de Straatweg) en kent twee ruime parkeerterreinen: de Markt en de Hazenslinger. Voor beiden geldt gratis parkeren met blauwe zone en parkeerschijf. Vooralsnog voorziet dit voldoende in de behoefte van het winkelend publiek, zoals gebleken is uit de recente evaluatie van het parkeerbeleid.

Voor de bewoners van Keyseryck en de Herenstraat is het echter regelmatig zoeken naar een plekje. Dit betekent dat bij eventuele woningbouwprojecten in het centrum, conform het GVVP (Gemeentelijk Verkeers- en VervoersPlan) gestuurd moet worden op parkeren op eigen terrein door middel van ondergrondse parkeergarages bijvoorbeeld.

De bereikbaarheid per bus is ook goed, bus 120 stopt op de Markt en vormt een directe verbinding met Loenen, het station en Utrecht. Per fiets is het dorp eveneens goed te bereiken.

Huurprijzen commercieel vastgoed

Voor lokale commercieel vastgoedeigenaren in Breukelen geldt hetzelfde als elders: vraag realistische huurprijzen gezien de afnemende vraag naar winkelmeters, sluit ook kortlopende huurcontracten af en sta open voor tijdelijke oplossingen bij leegstand zoals ZZP-flexwerkplekken of pop-up stores of.

Met dit laatste concept is de afgelopen jaren in Breukelen overigens al meerdere keren geëxperimenteerd. Ook blurring wordt her en der al toegepast: een bakker waar je belegde broodjes kunt eten, een schoonheidssalon waar je smoothies kunt drinken, een supermarkt die pick-up point voor bol.com is, een ander supermarkt die tevens postkantoor is en een boekhandel die ook VVV-punt is.

Samenwerkingsverbanden

De winkeliersvereniging Breukelen heeft een eigen website en een drietal grote evenementen per jaar: de jaarmarkt, Ome Chris rommelmarkt en de Sinterklaas intocht. Verder worden er door diverse stichtingen, verenigingen en individuele ondernemers nog allerlei activiteiten georganiseerd zoals Parkpodium op

zomerzondagen, Breukelen Bruist, het Proeffestijn, Hotspotdagen en de Nautica Braderie.

Ook de jaarlijkse kermis en poffertjeskraam in het centrum trekken veel bezoekers. Breukelen is kortom een dorp waar regelmatig activiteiten georganiseerd worden.

Om wat meer bezoekers van buiten de gemeente naar Breukelen te krijgen is ook hier samenwerking met de Recreatie & Toerisme sector belangrijk. De gemeente faciliteert o.a. door versoepeling van de regels voor mini-campings, B&B's, de aanleg van een Toeristisch Opstap Punt naast station Breukelen, het creëren van een (kortstondige) aanlegplaats voor partyboten en een halte voor de fietsboot bij de Loswal.

Voor de retailers in Breukelen ligt net als in Maarsse-Dorp de uitdaging in het meegaan met de nieuwe ontwikkelingen op het gebied van e-commerce en in het creëren van belevingswaarde in het shoppen door samen te werken met horeca, culturele verenigingen en ondernemers op gebied van recreatie & toerisme.

4.4 Loenen aan de Vecht

Loenen aan de Vecht heeft op dit moment 4.394 inwoners. Gezien de verwachte bevolkingsontwikkeling (vergrijzing) en de verdere afvloeiing van detailhandelsomzet naar internetverkopen, zal het in stand houden van retail in Loenen aan de Vecht een grote uitdaging worden.

Toch kiest de gemeente Stichtse Vecht ervoor om in deze nota ook aandacht te schenken aan Loenen aan de Vecht, omdat zij er belang aan hecht dat er ook in het noordelijk deel van de gemeente een woonkern is waar nog retailvoorzieningen aanwezig zijn.

Ook biedt Loenen aan de Vecht met haar ligging aan de Vecht, haar molen, mooie landgoederen en met goede horecavoorzieningen (waaronder twee sterrenrestaurants), veel toeristische mogelijkheden.



Tijdens de aanleg van de provinciale randweg om Loenen aan de Vecht, hebben bewoners en gemeente samen een plan ontworpen voor de herinrichting van de Rijksweg. Bij deze herinrichting is ervoor

gekozen om een deel van de Rijksstraatweg een centrumuitstraling te geven. Dit is o.a. terug te zien in het gebruik van rode straatstenen, de aanleg van brede trottoirs, geen hoogteverschillen tussen rijweg, fietspad en trottoir, aandacht voor groenvoorzieningen en de keuze voor nostalgische lantaarnpalen.

Door deze inrichting is het gebied geschikt gemaakt voor de organisatie van evenementen en kunnen fietsers en voetgangers veilig hun weg naar de aanwezige voorzieningen vinden.

Dit centrumdeel van de Rijksstraatweg begint aan de zuidkant ter hoogte van de Bredestraat en eindigt aan de noordkant bij het kruispunt met de Keizer Ottolaan. In de bocht van de Rijksstraatweg wordt aan de oostzijde ook de omgeving rondom de kerk (Kerstraat, Dorpstraat, Grutterstraat) meegenomen in de afbakening van het centrumgebied.

Vanuit de concentratiegedachte krijgen ook in Loenen aan de Vecht de panden die in dit centrumgebied vallen, naast de eventuele huidige woonfunctie, een centrumfunctie voor de plint van deze panden.

Dit betekent dat de vestiging van winkels, kantoorruimte, daghoreca, maatschappelijke en culturele voorzieningen in dit centrumgebied gestimuleerd en gefaciliteerd wordt.

Voor verspreid liggende winkels buiten dit centrumgebied is in het bestemmingsplan geregeld, dat zij naast hun huidige detailhandelsbestemming ook een woonbestemming hebben. Dit maakt het voor de eigenaren van deze winkels gemakkelijker om hun pand te verkopen en desgewenst hun winkel naar een ander pand in het genoemde centrum te verplaatsen.

Bereikbaarheid en parkeren

Het centrum van Loenen is goed te bereiken per fiets en per bus met lijn 120. De bushalte zit midden in het centrum. Ook per auto is het dorp goed te bereiken via de Rijksstraatweg, de Bloklaan en de N201.

Het parkeren kan even zoeken zijn, aangezien de aanwezige parkeerterreinen niet zo groot zijn. Zo ligt er een parkeerterrein aan de Rijksstraatweg net ten zuiden van het centrum, is er parkeermogelijkheid achter en voor de Jumbo en zijn er parkeerplaatsen nabij cultureel centrum het Web, zowel langs het Hoefijzer als langs de Molendijk. Daarnaast is er een blauwe zone ingesteld om bezoekers van de retail te faciliteren.

Commercieel vastgoed

Als het benzinestation een verplaatsing naar een locatie langs de N402 buiten het centrum overweegt, zou het goed voor de versterking van de retail zijn als er een nieuwe ontwikkeling komt op de huidige locatie die invulling geeft aan de gewenste centrumbestemming. In deze ontwikkeling kan ook het aangrenzende pand van de kerk meegenomen worden, waarbij een herschikking en vernieuwing van functies gerealiseerd kan worden.

Samenwerkingsverbanden

Loenen aan de Vecht heeft geen eigen winkeliersvereniging. Naast de Jumbo zijn er nog enkele andere winkels. Zo is er een bloemenwinkel, een kledingzaak, een tabakswinkel, een slager, een bakker, een kapper en sinds kort een fietswinkel.

Wel heeft Loenen aan de Vecht een sterke horecasector, met de nadruk op restaurants. Wat betreft overnachtingsmogelijkheden is er wellicht ruimte voor een kleinschalig hotel of voor B&B-faciliteiten.

Ook heeft Loenen aan de Vecht een golfbaan die bezoekers van buiten het dorp aantrekt.

Verder zijn er ligplaatsen voor pleziervaartuigen, zijn er wandel- en fietsroutes in de omgeving en biedt Molen De Hoop toeristische aanknopingspunten. Zo wordt er bijvoorbeeld onderzocht of in de molen een VVV-informatiepunt ingericht kan worden.

Meer nog dan in de drie grootste kernen zal het aan de creativiteit en het samenwerkend vermogen van de aanwezige ondernemers, maatschappelijke en culturele organisaties liggen of zij er in slagen om een aantrekkelijk retailaanbod in Loenen aan de Vecht in stand te houden. Vooral de non-foodsector zal met een uniek en vernieuwend concept moeten komen om voldoende, ook bovenlokale, klanten aan te kunnen trekken.

Last but not least zijn de bestedingen van de bewoners essentieel voor het voortbestaan van de aanwezige retail en voor het bestaansrecht van eventueel nieuw te vestigen voorzieningen.

SAMENVATTING

De economische crisis, de snelle ontwikkelingen op het gebied van e-commerce en de aantrekkingskracht van Utrecht en Amsterdam als snel bereikbare winkelgebieden, trekken een zware wissel op de omzet van onze retailers in met name de non-food branche.

Gezien de voorspellingen voor de komende tien jaar op gebied van bevolkingsontwikkeling (slechts een geringe bevolkingsgroei in combinatie met een sterke vergrijzing) en een verdere afvloeiing naar online verkopen (van bijna 18% naar 25%), is te verwachten dat het overschot aan winkel vierkante meters verder zal toenemen en meer winkelleegstand zal ontstaan.

De ontwikkelingen van nieuwe concepten op retailgebied - denk aan de opkomst van pick-up points en blurring concepten- gaan zo snel dat het moeilijk is om beleid voor de komende tien jaar vast te leggen. Toch hebben wij er middels deze retailnota voor gekozen om richtlijnen voor de nabije toekomst vast te leggen, waarmee wij het voortbestaan van retailvoorzieningen in onze dorpscentra zoveel mogelijk faciliteren ten behoeve van de werkgelegenheid en leefbaarheid in de kernen.

Indien de toekomstige veranderingen in het retaillandschap leiden tot andere inzichten en standpunten, dan zal de retailnota hierop aangepast worden.

Het gekozen beleid op basis van recente onderzoeksrapporten is gebaseerd op concentreren, versterken en vernieuwen. Dit betekent:

Concentratie

- Concentratie van winkelvoorzieningen in de centrumgebieden van de 4 grootste kernen: Maarssenbroek, Maarssen-dorp, Breukelen en Loenen aan de Vecht.
- Het ontstaan van nieuwe winkelcentra voorkomen en het stimuleren van verspreid liggende winkels om te verhuizen naar deze centrumgebieden.
- Faciliteren van aanwezige retail in kleinere dorpskernen, maar geen actief beleid ter versterking daarvan.
- In de periferie op bedrijventerreinen slechts volumineuze detailhandel toestaan

Versterken

- Zorgen voor een goede bereikbaarheid en voldoende gratis parkeervoorzieningen
- Een ruime winkeltijdenverordening en een aantrekkelijk marktbeleid
- Een standplaatsenbeleid dat aanvullend is op de reguliere detailhandel, d.w.z. differentieert per woonkern.

Vernieuwen

- Het stimuleren van nieuwe winkelconcepten als (instore) pick-up points en blurring in de centrumgebieden
- Het faciliteren van distributiepunten voor e-commerce op bedrijventerreinen
- het creëren van een communicatieplatform voor stakeholders op gebied van kennisdeling en informatie-uitwisseling.

Voor retailers in onze grootste kernen is het devies:

- Zorg voor online verkoopmogelijkheden
- Hou rekening met lokale bevolkingssamenstelling en stem assortiment daarop af.
- Zoek niches in retail die nog niet vertegenwoordigd zijn en creëer daarmee een breed winkelaanbod
- Werk samen met elkaar, met horeca-ondernemers, culturele organisaties en recreatie-ondernemers, om nieuwe winkelconcepten, leuke arrangementen en evenementen te organiseren.
- Zorg voor een hoge belevingswaarde in het shoppen!

BRONVERMELDING

Samen Verder
Raadsprogramma 2014 -2018
15 juli 2014, gemeente Stichtse Vecht

Focus op Morgen
Toekomstvisie Stichtse Vecht 2013-2040
29 januari 2013, gemeente Stichtse Vecht

Kansen pakken is mensenwerk
Economische Toekomstvisie Stichtse Vecht 2025
22 september 2014, Ecorys

Decentrale Retail en de gemeente Stichtse Vecht
Nyenrode Business Universiteit
29 juni 2015, Prof.dr.ir. K. Koelemeijer

Op weg naar een toekomstbestendige retailstructuur
Provincie Utrecht
13 juli 2015, Q&A research & consultancy