

Raadsvergadering : 11 juli 2016

Voorstelnr. : R 7180

Onderwerp : **winkelcentrum Stads kanaal**

Stads kanaal, 24 juni 2016

Beslis punten

1. De Visie winkelcentrum Stads kanaal vaststellen.
 2. Instemmen met een bijdrage van de gemeente Stads kanaal van maximaal € 4.200.000,00 voor de aanpak van het centrum onder voorbehoud van:
 - toekenning van de aangevraagde provinciale subsidie à € 2.800.000,00;
 - intentieovereenkomsten van ondernemers en vastgoedeigenaren om bij te dragen aan de aanpak van het centrum.
 3. De financiële consequenties verwerken in de begroting 2017 en de meerjarenraming.
 4. Voor de voorbereiding van het project een voorbereidingskrediet beschikbaar stellen van € 100.000,00 ten laste van de Reserve wijkontwikkeling.
 5. Gelet op de zorgvuldige voorbereiding en het verkregen draagvlak voor de visie, af te zien van een inspraakprocedure.
-

Aan de raad

1. Inleiding

Als gevolg van bevolkingsafname en het nieuwe winkelen, neemt de behoefte aan winkelvloeroppervlakte af. Leegstand en een onaantrekkelijk winkelcentrum zijn het gevolg. Dit gaat ten koste van de werkgelegenheid: direct door het verlies van banen in de detailhandel en indirect doordat Stads kanaal zijn regiofunctie verliest. De vraag is welke maatregelen nodig zijn om met minder winkels een aantrekkelijk winkelcentrum te realiseren, dat levensvatbaar is, een regiofunctie vervult en ook een alternatief biedt voor het internet-winkelen.

De noodzaak om te komen tot een aanpak voor de winkelcentra beperkt zich niet tot Stads kanaal. In de regio Oost-Groningen vindt in de vier regionale centra dezelfde ontwikkeling plaats. Dit is voor betrokkenen reden geweest om de handen ineen te slaan. De gemeenten Hogeveen-Sappemeer, Veendam, Stads kanaal, Oldambt en de provincie Groningen werken samen om tot een betere onderlinge afstemming van de detailhandelsontwikkelingen in de regio te komen. Hierbij wordt gewerkt aan de volgende kernopgaven:

- het beteugelen van leegstand;
- het creëren van compacte centra;
- het benutten van de synergie van de verschillende functies van en binnen de centra;
- het transformeren van de aanloopgebieden;
- het inspelen op het "Het Nieuwe Winkelen" en "de Nieuwe Winkelstraat 2020".

Om te komen tot een gezamenlijke visie op de regionale detailhandelsstructuur, is een "regionale foto" van de detailhandel gemaakt. In de Regionale detailhandelsfoto wordt de uitgangssituatie omschreven van de vier regionale winkelcentra en de basis gelegd voor de aanpak van deze centra. In de foto wordt onder meer ingegaan op de sterke en zwakke punten van de vier regionale winkelcentra. Voor het winkelcentrum van Stads kanaal is de volgende analyse gemaakt.

Sterke punten	Zwakke punten
een groot en gevarieerd aanbod aan winkels	forse leegstand
goede parkeermogelijkheden	groot winkelgebied, waardoor de routing onduidelijk is
aanwezigheid supermarkten rond het centrum	zwakke entrees van het winkelgebied
kwaliteit openbare ruimte	zwakke relatie tussen supermarkten en overige winkels
variatie in looproutes en passages	grote ruimtes, die weinig functioneel en sfeervol zijn ingericht
combinatie van overdekt en buiten winkelen	weinig "eigenheid"
aanwezigheid weekmarkt	weinig betrokkenheid van het kanaal bij het winkelcentrum
	zwakke commerciële uitstraling

De conclusie is dat er een forse ruimtelijk-economische slag moet worden gemaakt om tot een toekomstbestendig centrum te komen. Om dit te bereiken, worden de volgende actiepunten benoemd:

- compacter maken van het kernwinkelgebied;
- routing verbeteren;
- winkels verplaatsen van buiten naar binnen het kernwinkelgebied;
- slopen en/of functiewijziging van winkelpanden buiten het kernwinkelgebied;
- supermarkten beter bij het centrum betrekken;
- het kanaal beter bij het centrum betrekken.

De Regionale detailhandelsfoto is het vertrekpunt geweest voor het opstellen van de Visie winkelcentrum Stadskanaal. Aanbevelingen uit de foto worden hierin vertaald naar een concrete aanpak. De visie winkelcentrum Stadskanaal is tot stand gekomen in overleg met de directbetrokken ondernemers, pandeigenaren, financiers en ondernemersorganisaties. Uit dit overleg is gebleken dat de bereidheid van ondernemers, ontwikkelaars, eigenaren/beleggers, retail- en ondernemersorganisaties om mee te werken aan de aanpak van het centrum van Stadskanaal groot is.

Wij stellen u voor de Visie winkelcentrum Stadskanaal vast te stellen en voor de aanpak van het winkelcentrum in te stemmen met een gemeentelijke bijdrage van maximaal € 4,2 miljoen onder voorbehoud van cofinanciering van de provincie Groningen en van private partijen. Bij de provincie Groningen hebben wij een subsidieaanvraag ingediend voor een bijdrage van € 2,8 miljoen. Wij willen nadrukkelijk dat private partijen ook hun financiële betrokkenheid tonen bij het project. In totaal wordt van deze partijen een bijdrage verwacht van € 8 miljoen. Omdat de bijdragen van private partijen pas gedurende het project zullen loskomen, worden intentieovereenkomsten afgesloten met betrokken vastgoedpartijen voordat er kosten worden gemaakt. De financiële consequenties van het project zullen - in het verlengde van het voorstel over de Perspectiefnota - worden verwerkt in de begroting 2017 en de meerjarenraming. Om vertraging van het project te voorkomen, vragen wij u een voorbereidingskrediet beschikbaar te stellen. Het voorbereidingskrediet maakt onderdeel uit van het totale budget.

1.1. *Beoogd effect*

Behoud van een aantrekkelijk winkelcentrum met bijbehorende werkgelegenheid.

2. **Argumenten**

2.1. *Zonder maatregelen neemt de leegstand in het winkelcentrum sterk toe*

In de onlangs verschenen Retailagenda Noord Nederland van de SER wordt het volgende genoemd:
 "In middelgrote plaatsen loopt de leegstand juist op.

Dit is te verklaren door het veranderd winkelgedrag: mensen zien winkelen steeds meer als een dagje uit en kiezen daarbij voor een stad met een uitgebreid winkelaanbod en leuke horeca. De retail in middelgrote en kleinere plaatsen heeft het dan ook moeilijk. Veel retailers hebben niet kunnen investeren om zich aan te passen aan het veranderend winkelgedrag, omdat het door de economische crisis al lastig genoeg was om hun winkel open te houden".

Dit beeld is zeker van toepassing op het winkelcentrum van Stadskanaal. In het centrum staat nu al 17% van de winkels leeg. Ook in het kernwinkelgebied worden de looplijnen steeds meer onderbroken door leegstaande panden. Wij naderen geleidelijk het omslagpunt, waarbij het publiek niet meer naar het centrum komt om recreatief te winkelen. Recreatief winkelen is immers afhankelijk van beleving. Met teveel leegstand is die beleving er niet meer en verliest het winkelcentrum in Stadskanaal zijn regionale aantrekkingskracht. De keuze om dan elders (andere plaats of internet) wordt dan snel gemaakt. Een centrum met grote leegstand nodigt nieuwe retailbedrijven niet uit om zich te gaan vestigen. Ook heeft leegstand een negatief neveneffect op de naastgelegen winkels. Het modische segment zal als eerste verdwijnen, gevolgd door andere winkels. Alleen de winkels voor de dagelijkse boodschappen blijven uiteindelijk over. Stadskanaal verliest daarmee zijn regiofunctie. Dit gaat niet alleen ten koste van het MKB in de detailhandel, maar ook van alle bedrijvigheid die afhankelijk is van de regiofunctie van Stadskanaal.

2.2. Het winkelcentrum vervult een essentiële rol in de lokale werkgelegenheid

De economie in onze gemeente draait op het MKB. De detailhandelssector is hierin één van de voornaamste pijlers. Voor de directe en indirecte werkgelegenheid is het winkelcentrum een belangrijke factor. Het gemiddeld opleidingsniveau van winkelpersoneel is mbo niveau 2. Juist deze groep werknemers is oververtegenwoordigd in de gemeente Stadskanaal. Het centrum is daarmee één van de grootste werkgevers voor deze grote groep werknemers. Investerings in het centrum zijn noodzakelijk om deze werkgelegenheid te behouden.

2.3. Een goed functionerend regionaal winkelcentrum is één van de voorwaarden voor de vestiging van bedrijven (niet-retail) en maatschappelijke voorzieningen in Stadskanaal

Voor een aantrekkelijk woonmilieu en ondernemersklimaat is een goed voorzieningenniveau vereist. Een compleet regionaal winkelcentrum is daarin essentieel. Ook voor niet-retail bedrijven is de regiofunctie van het winkelcentrum in Stadskanaal een belangrijke factor. De keuze om zich in de gemeente Stadskanaal te gaan vestigen of te blijven, wordt mede gemaakt op basis van de aanwezigheid van een compleet en gezellig centrum. Ook voorzieningen als een bibliotheek, theater, medische voorzieningen en onderwijs zijn voor hun functioneren voor een groot deel afhankelijk van een goed functionerend regionaal winkelcentrum.

2.4. De aanpak van het centrum heeft een multiplier-effect waardoor de totale investering kan oplopen tot € 15 miljoen

De kosten voor de overheid voor de aanpak van het winkelcentrum worden begroot op € 7 miljoen. Uitgaande van 40% provinciale subsidie wordt van de gemeente Stadskanaal een bijdrage gevraagd van € 4,2 miljoen. Door het voorgestelde pakket van maatregelen verwachten wij evenwel een investering van € 8 miljoen van private partijen uit te lokken. Ervaringen uit andere plaatsen leert dat het multiplier-effect kan oplopen. In paragraaf 6 zijn de kosten nader uitgesplitst en staat aangegeven op welke onderdelen bijdragen van private partijen worden verwacht.

Inmiddels hebben wij meerdere gesprekken gevoerd met zowel landelijke als regionale vastgoedpartijen. De urgentie om in het centrum in te grijpen voelen zij ook. De vastgoedpartijen zijn bereid om samen met de gemeente te investeren in het centrum. Deze partijen wordt gevraagd hiervoor intentieverklaringen af te geven. Voor de gemeente is dat ook een voorwaarde voor cofinanciering.

2.5. *Op alle fronten is inzet van alle betrokken partijen vereist*

Om het winkelcentrum van Stadskanaal aantrekkelijk te houden, moeten ondernemers en gemeente op alle gebieden inzet plegen. Modern ondernemerschap is daarbij van even groot belang als een compact kernwinkelgebied. Het aantrekkelijk maken van de openbare ruimte is van even groot belang als het verbeteren van de uitstraling van de winkels. Ondernemers en overheid moeten hierin samen optrekken. De aanpak van het centrum bestaat uit drie pijlers:

A. Ondernemerschap

Het functioneren van een winkelcentrum begint met ondernemerschap. Daarom moet er aandacht zijn voor de verdere professionalisering van dit ondernemerschap. Onderscheid wordt gemaakt in het aanjagen en stimuleren van individueel ondernemerschap, de verbetering van onderlinge samenwerking en de organisatiegraad op collectieve schaal. In Stadskanaal zijn de ondernemers reeds, met behulp van de Gebiedsscan van De Nieuwe Winkelstraat, aan de slag met een aantal belangrijke zaken en taken dat op het bordje van de ondernemers en Handelsvereniging ligt. Belangrijke aandachtsgebieden zijn en blijven: klantgericht ondernemen, inspelen op veranderende markt, samenwerking op straatniveau, online zichtbaarheid van gebied. Instrumenten die verder een belangrijke ondersteunende rol vervullen zijn onder andere: het voorhouden van een spiegel aan ondernemers met behulp van een Profileringscan en het verrichten van een financiële bedrijfsscan.

B. Ruimtelijke visie

In de ruimtelijke visie staat vooral de vraag centraal hoe wij met minder winkels kunnen komen tot een aantrekkelijk en compact winkelcentrum. Voor het recreatieve winkelen is een aaneengesloten winkelfront nodig. In het winkelcircuit mogen zo min mogelijk leegstaande panden of niet-winkelfuncties voorkomen (uitgezonderd dag-horeca). Hoe compacter het winkelcentrum, hoe groter het druktebeeld. Meer drukte is niet alleen gunstig voor de omzet van de winkels. Bezoekers waarderen het centrum positiever. In de visie wordt het kernwinkelgebied verkleind tot het winkelcircuit Europalaan, Kiepkörf, Menistenlaan en Hoofdstraat, aangevuld met de Kanaalpassage.

Aanloopstraten kunnen een specifieke functie behouden, bijvoorbeeld voor dienstverlening en/of doelgerichte boodschappen (Beneluxlaan). Door het verplaatsen van winkels van buiten naar binnen het kernwinkelgebied, zal het evenwel ook nodig zijn voor panden buiten het kernwinkelgebied andere functies te zoeken, waarbij ook sloop op voorhand niet is uitgesloten (Hoofdstraat, vanaf Esperantolaan).

De meest effectieve manier om winkelleegstand te bestrijden is het uit de markt nemen van winkels. De sloop van enkele panden rond de Oude Markt, gekoppeld aan de herinrichting van de Oude Markt, betekent ook een aanzienlijke facelift voor deze belangrijke entree van het centrum.

C. Regionale samenwerking

Naast het oplossen van diverse lokale actiepunten is er een opgave om op regionaal niveau te komen tot een zo sterk mogelijke samenwerking tussen gemeenten, ondernemers en alle overige betrokken partijen. De gezamenlijke doelstelling omvat het beter op de kaart zetten van de regio als geheel. Op dit moment is er sprake van een soort grauwsliuier, die over de hele regio ligt. De hoofdwinkelgebieden van de vier kernen profileren zich onvoldoende en er wordt amper samengewerkt om de regioconsument de kwaliteiten van de winkelgebieden goed te tonen. Er dient dus naast een sterkere samenwerking tussen stakeholders op lokaal niveau gewerkt te worden aan een samenwerking op regionaal niveau. De afstemming tussen de diverse ondernemersverenigingen onderling en de afstemming tussen ondernemersverenigingen en overheden op regionaal niveau, moet worden versterkt.

3. **Draagvlak**

In de voorbereiding van de visie is overleg gevoerd met een breed scala aan partijen. Ook is een enquête uitgevoerd onder de bezoekers van het centrum. Een overzicht hiervan is opgenomen in de bijlage van de visie.

4. **Aanpak/uitvoering/voortgang**

In geval van positieve besluitvorming, zal het project verder worden voorbereid. Nadat is voldaan aan de voorwaarden voor de gemeentelijke bijdrage, stelt ons college voor het project een uitvoeringsprogramma vast.

4.1. *Aanpassingen aan de inrichting van pleinen en aanloopstraten*

In enkele straten en rond pleinen hebben ondernemers ideeën ontwikkeld over de verbetering van hun omgeving. Samen met de ondernemers kunnen deze ideeën worden uitgewerkt. Bewoners van het centrum krijgen de gelegenheid ook hun ideeën ten aanzien van de openbare ruimte in te brengen. Om al op korte termijn enkele aanpassingen te kunnen realiseren, is een bedrag van € 40.000,00 gereserveerd in het voorbereidingskrediet.

4.2. *Leegstandsverordening*

Samen met de ondernemers worden de voor- en nadelen van de invoering van een leegstandsverordening onderzocht. Het belangrijkste aspect van de leegstandsverordening is om in gesprek te komen met de vastgoedeigenaren. De leegstandsverordening kan hierbij dienen als "stok achter de deur". Zolang wij in de praktijk geen problemen ondervinden om met eigenaren in gesprek te komen, is het de vraag of de inzet van dit instrument noodzakelijk is.

Via de leegstandsverordening is het niet mogelijk de winkelbestemming van een pand af te halen. Dit kan alleen via het bestemmingsplan. Dit zullen wij toepassen bij leegstaande panden waar een winkelbestemming niet langer gewenst is. Om planschade te voorkomen, krijgt de eigenaar nog wel een redelijke termijn om een invulling met een winkel te realiseren. Als dit niet lukt, wordt de winkelbestemming via een planologische procedure verwijderd.

De mogelijkheden voor tijdelijke invullingen van leegstaande panden maakt onderdeel uit van de gesprekken met de eigenaren.

5. **Juridische consequenties**

De visie is een beleidsdocument zonder directe rechtsgevolgen. Hiervan is pas sprake nadat het beleid is vertaald in bijvoorbeeld een bestemmingsplan.

In de Inspraakverordening Stadskanaal 2010 is bepaald dat elk bestuursorgaan ten aanzien van zijn eigen bevoegdheden besluit of inspraak wordt verleend bij de voorbereiding van een gemeentelijk beleidsvoornemen. De inspraakprocedure houdt in dat het beleidsvoornemen zes weken ter inzage ligt. Binnen deze termijn kunnen ingezetenen en belanghebbenden zienswijzen indienen. Gelet op de uitgebreide en zorgvuldige voorbereiding van de visie, waarbij een breed scala aan partijen is geraadpleegd en draagvlak is verkregen, wordt voorgesteld om in dit geval af te zien van een inspraakprocedure. Bij de uitwerking van de visie worden betrokkenen per deelproject benaderd. Zo worden bewoners, winkeliers en eigenaren in een bepaald gebied betrokken bij de inrichting van de openbare ruimte.

Indien de visie wordt vastgesteld, wordt dit besluit via publicatie bekendgemaakt.

6. **Kosten, baten, dekking en subsidies**

De investeringen en kosten voor de aanpak van het winkelcentrum worden vooralsnog begroot op € 15 miljoen. Daarvan wordt € 7 miljoen door de overheden bijgedragen. Uitgaande van 40% provinciale subsidie (€ 2,8 miljoen), wordt van de gemeente Stadskanaal een bijdrage gevraagd van € 4,2 miljoen. Het multiplier-effect en de intentieverklaringen moeten ertoe leiden dat private partijen investeren in het winkelcentrum. Het gaat om de volgende vijf trajecten.

A. Verbeteren ondernemerschap

Het functioneren van een winkelcentrum begint met ondernemerschap. Om deze reden is er aandacht voor verdere professionalisering van het ondernemerschap, onder meer via het project de Nieuwe Winkelstraat. Ook wordt ingezet op het verbeteren van de uitstraling van winkels via een presentatie en profileringsmodule en de Retailacademie van MKB-Noord. Voor het verbeteren van het aanzien van winkelstraten wordt gedacht aan een stimuleringsregeling voor het verbeteren van gevels en herontwikkeling van panden.

B. Aanpak Oude Markt en omgeving

De aanpak van de Oude Markt start met de verwerving en sloop van het lange pand aan de Navolaan. Dit is één van de meest directe manieren om een fors aantal vierkante meters winkelloppervlak uit de markt te nemen. Tegelijk maakt deze ingreep de weg vrij om de inrichting en zichtbaarheid van de Oude Markt te verbeteren. Andere ingrepen in het vastgoed kunnen zijn:

- het verbeteren van de onderdoorgang tussen de Europalaan en de Oude Markt;
- verwerving en sloop van voormalige "Revisie Vos".

Na de sanering van het gebouw aan de Navolaan vindt herinrichting plaats van de Oude Markt.

In het verlengde van de aanpak van de Oude Markt wordt ingezet op het versterken van de "bronpunten" rond het kernwinkelgebied. Denk daarbij bijvoorbeeld aan de verplaatsing van een supermarkt naar de rand van het centrum.

C. Compacter en sterker maken van het kernwinkelgebied

Voor de sanering en verplaatsing van commercieel vastgoed van buiten het kernwinkelgebied naar het kernwinkelgebied wordt een transformatie- en stimuleringsregeling ingevoerd. Het merendeel van de investering komt hierbij van private partijen.

D. Aanpassing pleinen en aanloopstraten in het centrum

De inrichting van de openbare ruimte is over het algemeen van redelijke kwaliteit. Toch wordt een aantal pleinen en straten als ongezellig ervaren. Verbeteringen zijn mogelijk door de aankleding van de openbare ruimte aan te passen, maar ook door ondernemers meer mogelijkheden te bieden voor de aanleg van terrassen. Een specifiek aandachtspunt is het verbeteren van de koppeling van het winkelcentrum met het kanaal.

E. Versterken regionale samenwerking en marketing

Dit betreft actieve participatie in een regionale netwerkorganisatie en het opzetten van een marketingstrategie voor zowel de regio als voor het kernwinkelgebied Stadskanaal.

Voor dit onderdeel is een budget van € 100.000,00 geraamd.

Een indicatie van het geraamde, benodigde budget ziet als volgt uit:

<u>Traject</u>	<u>Kosten</u>	<u>provincie</u>	<u>gemeente</u>	<u>private partijen</u>
A. Verbeteren ondernemerschap	700.000,00	280.000,00	420.000,00	1.000.000,00
B. Aanpak Oude Markt en omgeving	5.000.000,00	2.000.000,00	3.000.000,00	5.000.000,00
C. Compact kernwinkelgebied	800.000,00	320.000,00	480.000,00	2.000.000,00
D. Aanpassen pleinen, aanloopstraten	400.000,00	160.000,00	240.000,00	p.m.
E. Versterken regionale samenwerking en marketing	100.000,00	40.000,00	60.000,00	
Totaal	7.000.000,00	2.800.000,00	4.200.000,00	8.000.000,00

De financiële consequenties worden verwerkt in de begroting 2017 en de meerjarenraming.

Vorbereidingskrediet

Voor de voortgang van het project stellen wij u voor een voorbereidingskrediet beschikbaar te stellen van € 100.000,00 ten laste van de Reserve wijkontwikkeling. Het voorbereidingskrediet maakt onderdeel uit van het totale budget. Het bedrag is als volgt samengesteld:

Externe advisering	€ 25.000,00
Kwartiermaker	" 25.000,00
Aanpassing pleinen	" 40.000,00
De Nieuwe Winkelstraat	<u>" 10.000,00</u>
Totaal	€ 100.000,00

7. Standpunt Participatieraad

Bij de ontwikkeling van de visie is de Participatieraad geraadpleegd. Het verslag van het gesprek met de werkgroep is opgenomen in de visie.

Burgemeester en wethouders

de heer G.J. van der Zanden
secretaris

mevrouw B.A.H. Galama
burgemeester

De raad van de gemeente Stads kanaal;

gelezen het voorstel van burgemeester en wethouders van 24 juni 2016, nr. R 7180;

b e s l u i t :

1. De Visie winkelcentrum Stads kanaal vast te stellen.
2. In te stemmen met een bijdrage van de gemeente Stads kanaal van maximaal € 4.200.000,00 voor de aanpak van het centrum onder voorbehoud van:
 - toekenning van de aangevraagde provinciale subsidie à € 2.800.000,00;
 - intentieovereenkomsten van ondernemers en vastgoedeigenaren om bij te dragen aan de aanpak van het centrum.
3. De financiële consequenties te verwerken in de begroting 2017 en de meerjarenraming.
4. Voor de voorbereiding van het project een voorbereidingskrediet beschikbaar te stellen van € 100.000,00 ten laste van de Reserve wijkontwikkeling.
5. Gelet op de zorgvuldige voorbereiding en het verkregen draagvlak voor de visie, af te zien van een inspraakprocedure.

Aldus vastgesteld in de openbare vergadering van 11 juli 2016.

De raad

de heer K. Willems
raadsgriffier

mevrouw B.A.H. Galama
voorzitter