

VERSLAG

REGIOBIJEENKOMSTEN

DYNAMISCHE WINKELPLANNING

Regio Noord-Nederland
Regio Noord-Holland
Regio Zuid-Holland
Regio Gelderland
Regio Oost Brabant
Regio West Brabant & Limburg

Februari 2008



INHOUDSOPGAVE

	Pag.
1. Inleiding	3
2. Bouwstenen voor Dynamische winkelplanning	5
3. Dynamische winkelplanning: vijf gouden tips	9
4. Hoe nu verder	11

BIJLAGEN

Verslag:
Harald Blonk, Nirov
Willem Buunk, Nirov
Johan Haringsma, WPM Nederland
Marike van Loon, NRW

1 juli 2008

1. Inleiding

“Het is niet interessant om te weten wat de klant wil, want die wil niets. Wat de consument doet, daar gaat het om.”

Bas Haring (Congres Dynamische winkelplanning, Utrecht 16 januari)

Winkels vind je overal. Solitair, geclusterd met andere winkels en voorzieningen. Planmatig ontwikkeld of vanuit historie op locaties gevestigd. Op bedrijventerreinen, in dorpskernen, aan de randen van steden, in wijken en buurten en binnensteden. Consumenten doen er hun dagelijkse boodschappen of komen er om te ‘winkelen’. In Nederland heeft iedereen op relatief korte afstand van huis en/of werk een winkel in de buurt. Deze fijnmazige structuur is handig voor de consument zou je denken, maar leidt ook tot eenvormigheid. Winkelcentra lijken te veel op elkaar en zijn niet onderscheidend genoeg. Niet ten opzichte van elkaar maar ook niet ten opzichte van nieuwe verkoopkanalen zoals internet.

De winkelsector moet blijven vernieuwen, dynamisch zijn, wil zij hét aankoopkanaal blijven voor de consument. Sleutelwoord voor meer dynamiek in de winkelplanning is samenwerking. Op zowel landelijk, provinciaal, regionaal als lokaal niveau. En dat is lastig want de individuele belangen van betrokken partijen kunnen nogal eens uiteenlopen. En wie neemt het initiatief tot samenwerking?

“Samenwerken is meer dan samen werken”

Aldus deelnemer aan een regiobijeenkomst

Dynamische winkelplanning¹ gaat uit van het stimuleren van de retailsector. In de huidige planning gaat het vooral om het behoud van evenwicht tussen bestaande winkelgebieden en bewaken van bestaande belangen. Dynamische retailplanning echter is gestoeld op het versterken van klantwaarde en economische dynamiek. Er is meer ruimte voor concurrentie, als voorwaarde voor groei.

Het HBD, MKB-Nederland, de NRW en de VNG hebben het initiatief genomen om dynamische winkelplanning onder de aandacht te brengen en het belang van samenwerking tussen de verschillende actoren te benadrukken. Een nieuwe manier van plannen kan alleen ontstaan wanneer het merendeel van de partijen betrokken bij winkelplanning zich hierin herkent en dit uitdraagt.

In dat kader hebben de vier initiatiefnemers op 16 januari van 2008 een congres georganiseerd rond het thema Dynamische winkelplanning. Dit congres vormde de aftrap voor zes regiobijeenkomsten gehouden in februari 2008, en georganiseerd in samenwerking met de Kamers van Koophandel en het Nirov. De regiobijeenkomsten hadden tot doel inzicht te krijgen in wat er speelt in het land. Tegen welke knelpunten lopen overheid, detailhandel en vastgoed aan? Op lokaal, regionaal en provinciaal niveau. Maar nog belangrijker, welke mogelijkheden zien deze partijen om de winkelplanning in Nederland meer dynamisch te maken.

De regiobijeenkomsten

In de regio's Noord-Nederland, Noord-Holland, Zuid-Holland, Gelderland, West-Brabant en Oost-Brabant & Limburg zijn in februari 2008 bijeenkomsten georganiseerd. De deelnemers aan deze regiobijeenkomsten werden uitgedaagd om aan te geven hoe zij dachten een bijdrage te kunnen leveren aan een nieuwe vorm van winkelplanning met de veranderende wensen van de consument als vertrekpunt. Naast verschillende provinciale sprekers, werd door vertegenwoordigers van HBD, MKB-Nederland en/of Kamers van Koophandel inzicht gegeven in de regionale ontwikkelingen. Johan Haringsma of Henk Gianotten namen de deelnemers vervolgens mee naar het denken over Dynamische winkelplanning in de veranderende stad². In verschillende workshops werden de deelnemers vervolgens geprikkeld om vanuit eigen inzichten en ervaringen te spreken over frustraties en tips.

¹ *“Dynamische winkelplanning gaat uit van een heldere toekomstvisie op economie (vraag- en aanbodontwikkelingen) en maatschappij (structuurvisie). Dynamische winkelplanning schept voorwaarden voor een gezonde concurrentieomgeving. Dynamische winkelplanning richt zich niet op bescherming, maar op groei en ontwikkeling”* Henk Gianotten en Johan Haringsma, *De veranderende stad*, 2006, Utrecht: NRW

² Zie bijlage 1 voor overzicht programma regiobijeenkomsten

In totaal waren bij deze bijeenkomsten ruim 550 vakgenoten betrokken: als deelnemers of als spreker, dagvoorzitter of workshopbegeleider³.

De resultaten

In deze publicatie treft u een overzicht aan van de resultaten van de regiobijeenkomsten. Opgetekend uit inbreng van betrokken winkeliers, ontwikkelaars, ambtenaren en deskundigen uit de praktijk. Op basis van deze input wordt een handreiking gedaan voor een nieuwe praktijk van dynamische winkelplanning. Want nieuwe tijden vragen om nieuw beleid. Beleid dat het mogelijk maakt om met winkelplanning in te spelen op veranderende omstandigheden in de markt en van consumentenvoorkeuren⁴.

³ Zie bijlage 2 voor overzicht betrokken personen.

⁴ Zie bijlage 3 voor regiospecifieke kenmerken.

2. Bouwstenen voor Dynamische winkelplanning

“Dynamische winkelplanning is een samenspel van beleid, afstemming, samenwerking, verantwoordelijkheden en complementariteit.”

Op basis van de gesprekken die zijn gevoerd tijdens de workshops van de regiobijeenkomsten kunnen bouwstenen worden geformuleerd die van invloed zijn op de winkelplanning in Nederland.

Beleid

Het belangrijkste sturende principe voor de ontwikkeling van de winkelstructuur in Nederland tot op heden is de functionele hiërarchie van winkelgebieden. Bij de planning van winkelgebieden wordt vooral gedacht vanuit de ruimtelijke ordening. De ruimtelijke ordening wordt op deze manier mede gebruikt voor de economische ordening van de detailhandel.

“Het DPO is een vierkante meter monster”

Aldus deelnemer aan een regiobijeenkomst

De distributieplanologie verliest aan populariteit in de praktijk, maar de invloed is nog duidelijk merkbaar. Er wordt in sommige gevallen te veel gekeken naar oppervlaktes, zonder de kwaliteit van die winkelgebieden en het winkelaanbod mee te wegen.

Nieuwe winkelconcepten laten zich niet vangen in de vergelijkingen. Verassende combinaties van functies of andere kwaliteiten krijgen nauwelijks een kans. Dat leidt in heel Nederland, mede op verzoek van de sector zelf, tot het “kunstmatig instandhouden van onrendabele vierkante meters”. Soms geven specifieke politieke wensen de doorslag, om bestaande buurtwinkels en wijkwinkelcentra van teruglopende kwaliteit te beschermen tegen veranderingen en concurrentie. Het maakt een sanering aan de “onderkant van de markt” moeilijk.

Enkele uitspraken van deelnemers aan een regiobijeenkomst:

Er moet een combinatie komen van wijn en azijn maatregelen. Er zijn veel problemen met de bestaande voorraad, terwijl er te weinig oog is voor de sanering van de oude winkelvoorraad. Nieuwe winkelprojecten moeten gekoppeld worden aan (zo nodig de sanering van) de bestaande voorraad.

Vernieuwing betekent herschaling en opschaling.

Gemeenten leggen te veel nadruk op behoud van wijk- en buurtcentra.

In andere gevallen geven de belangen van het lokale grondbeleid de doorslag. Voor elke gemeente in Nederland geldt de grondexploitatie als enige instrument om de gemeentelijke kas aan te vullen. De positie van de overheid als belangenafweger raakt dan verstrengd met het eigen belang om inkomsten uit gebiedsontwikkeling te verkrijgen. Het meest in het oog springende zijn de voorbeelden van voetbalstadions. Kantoren, gokhallen, woonwinkels en megasupermarkten e.d. moeten de nieuwbouw financieel mogelijk maken. “Retailfunctie als opvulmiddel”.

Retail wordt misbruikt als opvulmiddel, nu de ontwikkeling van kantoren niet meer kan en de ontwikkeling van woningen te weinig geld oplevert.

Aldus deelnemer aan een regiobijeenkomst

Het huidige beleidskader geeft een sterk vereenvoudigde en statische weergave van de werkelijkheid. In de besluitvorming is te weinig aandacht voor de lokale/regionale omstandigheden en de veranderende markt. Zoals de bevolkingsontwikkeling en -samenstelling, de veranderende wensen van de consument en de veranderingen aan de aanbodzijde. Er is behoefte aan beleid wat het mogelijk maakt sneller in te spelen op veranderende marktomstandigheden, functieveranderingen binnen de gebouwde omgeving en consumentenvoorkeuren. Dit vraagt om kennis en maatwerk. Nu het Rijk de beleidstoetsing van detailhandel in handen heeft gelegd van de decentrale overheden betekent dit voor gemeenten, stadsregio's en provincies dat ze hierin meer eigen verantwoordelijkheid moeten nemen.

Processen voor (her)ontwikkelingen lopen te lang.

Aldus deelnemer aan een regiobijeenkomst

Het sneller kunnen inspelen op veranderingen vraagt ook om snellere besluitvorming. Duidelijkheid in de besluitvorming (partijen zouden eerder ja of nee tegen een ontwikkeling moeten durven zeggen en zich hier vervolgens ook aan moeten houden) en het verkorten van de procedures zijn nodig.

Regionale afstemming

Het winkelend publiek laat zich niet leiden door gemeentegrenzen. Ontwikkelaars, beleggers en retailers evenmin. Voor beleidsmakers en bestuurders geldt dat niet. Het beleid houdt vaak op bij de gemeentegrens.

De bereidheid tot afstemming tussen wethouders van verschillende gemeenten is een uitzondering, vooral wanneer het om locaties voor concrete projecten draait. Gemeenten lijken concurrenten van elkaar. De vraag naar de bestuurlijke grenzen van die leefregio kent geen vanzelfsprekend antwoord. De provincie? De WGR+regio, zoals de Stadsregio Arnhem Nijmegen of het Stadsgewest Haaglanden?

Enkele uitspraken van deelnemers aan een regiobijeenkomst:

Gemeenten willen ieder hun eigen PDV-locatie hebben, ondanks de aanwezigheid van een PDV-locatie bij een buurgemeente.

Bestuurders zijn opportunistisch en willen allemaal hun eigen project.

In de regio ligt het brandpunt voor nieuw beleid.

Enkele voorbeelden: de provincie Zuid-Holland heeft een up-to-date beleid voor de detailhandel. Toch laat de regionale afstemming te wensen over. De bouw van grote nieuwe woonwijken, zoals Ypenburg en Nootdorp, boden mogelijkheden voor uitbreiding van het winkelaanbod in de regio Den Haag.

Uiteindelijk hebben Ypenburg en Nootdorp beide een soortgelijk nieuw winkelcentrum gekregen op steenworp afstand van elkaar. Sommige retailers zagen zich zelfs genoodzaakt in beide winkelcentra ruimte te huren, hoewel ze zich realiseren dat het een overaanbod in hun eigen markt is.

De situatie in Zuid-Nederland is van een geheel andere aard. In de provincie Limburg hebben steden en dorpen te kampen met bevolkingskrimp. Desondanks stagneert de groei van winkelgebieden niet. Er zijn nog steeds nieuwe plannen. De grensoverschrijdende koopkracht vanuit België en Duitsland is hiervoor verantwoordelijk. Dit vraagt om een specifieke regionale aanpak.

Wat in ieder geval voorkomen moet worden is dat een regionale retailvisie een statisch beeld van het winkelaanbod in een stedelijke regio schetst en als het ware in beton wordt gegoten. Belangrijker is dat in de regionale retailvisie de spelregels worden vastgelegd over de kennis van de markt die moet worden verzameld voor een goede beoordeling van nieuwe plannen en projecten. Zo moet een voortdurende wisselwerking mogelijk zijn tussen de regionale en de lokale omstandigheden, mogelijkheden en veranderingen. De regionale retailvisie zou een instrument kunnen zijn van en voor een regionaal platform van betrokken retailers, vastgoedpartijen en overheden. Cruciale voorwaarde voor het formuleren en voor een goed gebruik van een regionale retailvisie is een betere samenwerking tussen deze partijen.

Samenwerking

Samenwerking is niet vanzelfsprekend. Dit lijkt vooral te maken te hebben met de positie en het perspectief van elk van de verschillende partijen in de winkelplanning. Een meer intensieve samenwerking tussen de actoren vraagt in de eerste plaats om onderling begrip voor elkaars positie en belangen. Openheid en overleg zijn nodig tussen overheden, ontwikkelaars, beleggers en retailers.

Gemeenten, ontwikkelaars en winkeliers moeten meer samenwerken en niet te veel vasthouden aan het eigen belang. De halsstarrigheid moet verdwijnen. Partijen dienen in te leveren op hun eigen belang en te streven naar consensus en samenwerking.

Aldus deelnemer aan een regiobijeenkomst

Dit levert in eerste instantie een oogst van bekende vooroordelen op. Beeldvorming die is gebaseerd op stereotypen duikt niet zelden op bij aanvang van de gesprekken en beïnvloedt de effectiviteit van samenwerking.

Tijdens de workshops zijn ondermeer de volgende beelden naar voren gekomen.

Ontwikkelaars en beleggers zijn uit zijn op het snelle geld. Na mij de zondvloed, snelle jongens.

Van retailers wordt gezegd dat ze te veel oog hebben voor de eigen winkel en te weinig oog voor het algemeen belang, dynamiek en vernieuwing.

Ten aanzien van ambtenaren bestaat het beeld als veroorzaker van onnodige stroperigheid in procedures.

Bestuurders zouden vooral geïnteresseerd zijn in een mogelijkheid om te kunnen 'scoren' binnen hun ambtstermijn met een fraai nieuw project.

Bij de (her)ontwikkeling van winkelgebieden bestaat in de huidige praktijk het gevaar dat het een "één-tweetje" wordt tussen de winkelvastgoedpartijen en de lokale overheid. Plannen worden ontworpen zonder dat de toekomstige huurders, de retailers, aan tafel zitten. Vooral het midden- en kleinbedrijf heeft het gevoel buitenspel te staan, met het grootwinkelbedrijf is vaak eerder overleg. De beste plekken zijn dan vergeven en de huurprijzen zijn bepaald, meestal op een hoog niveau. De behoefte aan zekerheid speelt hierin een rol, vooral bij de betrokken vastgoedbeleggers. Een eenzijdig aanbod is onnodig vaak het gevolg. Er wordt niet geoptimaliseerd naar aantrekkelijkheid van het winkelgebied. Velen onderschrijven de urgentie van een meer intensieve samenwerking in de praktijk van winkelplanning. Deze nieuwe praktijk vereist het doorbreken van vooroordelen door de voordelen van de rol die de ander speelt in zicht te krijgen. De overheid wordt verweten onnodig strikte regelgeving in stand te houden, die de mogelijkheden van ondernemers beperkt. Maar in hetzelfde gesprek komen ondernemers ook vaak tot de conclusie hoe belangrijk het is dat de overheid vanuit een heldere positie de verschillende belangen afweegt. De ergernissen die in deze gesprekken naar voren worden gebracht, hebben vaak te maken met de frustratie over de eigen positie in processen van planontwikkeling en besluitvorming over winkelgebieden.

Retailers geven aan gefrustreerd te raken doordat ze zich gedwongen voelen in een nieuw winkelgebied een locatie te huren, alleen al om te voorkomen dat de concurrent zich er gaat vestigen. Zij signaleren dat ze zo zelf de vraag naar nieuwe locaties in stand houden, waardoor het aanbod zal blijven toenemen met bijbehorende kansen op leegstand.

Dit soort voorbeelden laat zien hoe belangrijk het is dat retailers, vastgoedpartijen en overheden erkennen elkaar nodig te hebben. Ook voor het bereiken van de eigen doelstellingen. Die erkenning van wederzijdse afhankelijkheid is cruciaal voor een nieuwe praktijk van dynamische winkelplanning.

Samenwerking tussen retailers onderling is eveneens niet vanzelfsprekend, vooral tussen het grootwinkelbedrijf en de mkb-ondernemers. Cruciaal is het inzicht dat ondernemerschap in winkelgebieden meer betekent dan durven investeren. Het is ook oog hebben voor meer dan de eigen toko. Het is de crux van het probleem van de retail, vooral in de ongeplande winkelgebieden en binnensteden. Verschillen in belangen van nieuwe en zittende ondernemers en grootwinkelbedrijf en mkb-ondernemers spelen een rol. Doordat winkeliers onderling onvoldoende in staat zijn om samen te werken, maakt dat het ook lastig voor andere partijen om met hen samen te werken.

Verantwoordelijkheden

Intensief samenwerken in de winkelplanning vraagt van alle partijen om 'over de schutting heen te kijken'. Het is voor niemand eenvoudig om zich in het heetst van de strijd in andermans rol en positie te verplaatsen. In de winkelplanning is er een manier om dit voor elkaar te krijgen, die bovendien een gezamenlijk referentiepunt geeft. Dat is door voortdurend de klant centraal te houden. De klant is als partij niet betrokken bij winkelplanning. Via consumentenonderzoek, consumentenpanels en inspraak zijn consumenten alleen indirect betrokken. Voor de betrokken partijen is het de opgave om het perspectief op de klant te houden en elkaar daar op aan te spreken. Dat gezamenlijke perspectief biedt de kans om ook onderling het gesprek over elkaar bijdrage aan de aantrekkelijkheid van winkelgebieden gaande te houden.

"Neem belang in elkaars belang".

Aldus deelnemer aan een regiobijeenkomst

Maar het is ook de opgave om de positie en aantrekkelijkheid van winkelgebieden in de markt te versterken. In ieder geval gaat het erom de schaal van het winkelgebied of winkelcentrum als uitgangspunt te nemen, niet die van de individuele winkel. Hiervoor is actief beheer van winkelgebieden nodig. Hier is vooral een taak weggelegd voor de belegger en ondernemers. Maar ook de overheid kan een bijdrage leveren, door te faciliteren. Aandacht voor de winkel moet ook aandacht

voor het winkelgebied zijn. Schoon, heel, veilig en bereikbaar zijn voor alle winkelgebieden een minimale vereiste. Ook de marketing moet zich meer richten op het winkelgebied om zich te kunnen onderscheiden. Een middel om ondernemers en beleggers te stimuleren actief betrokken te zijn bij het functioneren van het winkelgebied (en voor de individuele ondernemer zijn winkel) waar zij gevestigd zijn, is bijvoorbeeld door de winkelomzet te koppelen aan de huren; zoals (gedeeltelijke) omzethuur of ingroeiuren en branchehuren. Deze middelen kunnen bijdragen aan een aantrekkelijk en gevarieerd winkelaanbod.

Complementariteit

De identiteit van een winkelgebied in relatie tot andere winkelgebieden wordt steeds belangrijker. Die identiteit krijgen winkelgebieden door een proces van specialisatie en complementariteit. Dat hoeft niet betrekking te hebben op het volledige winkelbestand van een winkelgebied, maar wel op het geheel van factoren die de aantrekkelijkheid van een winkelgebied bepalen.

De aantrekkelijkheid van een winkelgebied laat zich beter kenmerken door Unique Buying Reasons (UBR) in plaats van door Unique Selling Points (USP). Hierin wordt aangegeven dat het gaat om het perspectief van de consument. Waarom besluit een bezoeker te kopen? De nadruk ligt op de unieke reden(en) om een product of dienst aan te schaffen. Natuurlijk is het belangrijk dat de winkel zich duidelijk profileert en onderscheidt van andere aanbieders. Schoon, heel, veilig en bereikbaar zijn hierbij geen zaken waarmee een aanbieder zich kan onderscheiden. Het zijn minima: zaken waaraan tenminste moet worden voldaan.

3. Dynamische winkelplanning: vijf tips

“Gaaf de consument naar buiten om te kopen? Of gaat de consument naar buiten, omdat hij niet de hele tijd binnen wil zitten en gaat hij kopen, omdat je dit nu eenmaal buiten doet?”.

Bas Haring (Congres Dynamische winkelplanning, Utrecht 16 januari)

Een nieuwe praktijk van winkelplanning vraagt om een manier van denken over winkelgebieden die verder gaat dan de klassieke, distributieplanologische benadering. De identiteit van een winkelgebied in relatie tot andere winkelgebieden wordt steeds belangrijker.

Het is niet mogelijk en wenselijk om voor lange tijd te bepalen en vast te leggen wat de identiteit of het karakter van een winkelgebied moet zijn. Veranderingen in de markt zijn een constante en moeten als zodanig worden geaccepteerd. Een nieuwe manier van winkelplanning moet alleen om die reden al dynamisch zijn. Het regelmatig ijken en wellicht bijstellen van het programma of beleid zullen nodig zijn. Ook vraagt dynamische winkelplanning om het schakelen tussen een regionale retailvisie en lokale keuzes. Het gaat om een meer intensieve vorm van samenwerking tussen retailers, ontwikkelaars, beleggers en overheden.

Bouwstenen die de deelnemers aan de regiobijeenkomsten van belang achten voor dynamische winkelplanning zonder uitputtend te zijn:

- **Beleid:** Gezamenlijk door retailers, vastgoed en overheid gedragen beleid dat kan inspelen op veranderende omstandigheden en inzichten;
- **Regionale afstemming:** Beleid dat verder reikt dan eigen gemeentegrens,
- **Samenwerking:** Openheid en overleg tussen retailers, vastgoed en overheid met als doel te komen tot samenwerking
- **Verantwoordelijkheid:** Partijen moeten hun maatschappelijke verantwoordelijkheden nemen. Het gaat niet alleen om het eigen gewin. Stel de klant centraal.
- **Complementariteit:** Winkelgebieden krijgen een eigen identiteit wanneer zij zich focussen op Unique Buying Reasons.

Gekoppeld aan deze vijf bouwstenen zijn door de deelnemers aan de regiobijeenkomsten tips geformuleerd.

1. Open relatienetwerken

Verschillende partijen die betrokken zijn bij de planning en ontwikkeling van winkelgebieden moeten zich actief oriënteren op samenwerking. Onderhoud daarin relatienetwerken en houd een open oog voor nieuwe spelers. Onderkennen van de onderlinge afhankelijkheid van retailers, vastgoedpartijen en overheden is voor elk van de partijen cruciaal. Belangen zijn verschillend, maar zijn uiteindelijk ook verenigbaar. Neem belang in andermans belang. In essentie vraagt dit om actieve netwerkvorming, ook op persoonlijk niveau.

- Zoek actief naar en benut lokale kennis. Waardeer zittende ondernemers om hun kennis.
- Leg verbindingen in de retailketen. Zoek als retailer de ontwikkelaars eerder op en vice versa.
- Opereer transparant en open.
- Vragen om vertrouwen betekent ook betrouwbaar zijn en verantwoordelijkheid nemen.

2. Gezamenlijke visievorming

Een effectieve regionale visie is een coproductie: gedragen door retail, vastgoed en overheid. Een regionale visie moet richting kunnen geven aan lokale keuzes en znodig aan de afstemming tussen gemeenten. Nieuw-voor-oud moet een bouwsteen zijn: ontwikkel mechanismen voor de koppeling tussen nieuwe en bestaande meters, ofwel de sanering van onrendabele meters gekoppeld aan de ontwikkeling van gezonde en vernieuwende meters. Koppeling van projecten door een vorm van verevening tussen projecten maakt een complementair en versterkend winkelaanbod beter mogelijk. Een nieuwe code voor marktonderzoek kan hier een antwoord op bieden. Organiseer committent voor de naleving van de gezamenlijke visie.

- Jaag de regie aan. Bepaal de rol van de provincie of de stadsregio.
- Neem verantwoordelijkheid.
- Steun een plan en durf risico's te nemen.
- Kijk over de schutting heen!

- Hanteer realistische groeiambities.
- Afstemming tussen overheid-retail-vastgoed.
- Actief uitdragen van visie en wensen. Werk met een investeringsprogramma.
- Dialoog tussen EZ en RO.

3. Organisatiegraad van retailers

Retailers moeten zich beter organiseren, waar mogelijk gebruik maken van hun brancheorganisaties en vooral actiever samenwerken op het niveau van het winkelgebied. Alleen op die manier kun je een geschikte partner zijn in een open relatie netwerk. Dit betekent dat retailers zich zullen moeten ontwikkelen als serieuze gesprekspartner. Een actieve opstelling bij ontwikkelingen is nodig, de retailers moeten zichtbaar zijn.

- Actiever opstellen bij ontwikkelingen.
- Zowel kleine als grote ondernemers moeten samenwerken, in de winkeliers- of ondernemersvereniging met de inzet om gezamenlijk een aantrekkelijk winkelgebied te creëren.
- Investeer in personeel, onder andere door hen scholingsmogelijkheden aan te bieden.
- Actieve opstelling van regionale en landelijke ketens in de lokale winkeliers- of ondernemersvereniging.

4. Nieuw instrumentarium voor organisatie en beheer van winkelgebieden

Actief beheer van winkelgebieden is nodig. Hier ligt een taak voor de belegger en winkelier. Ook de overheid kan hieraan een bijdrage leveren door te faciliteren. Marketing moet zich meer richten op het totale winkelgebied om zich te kunnen onderscheiden van andere winkelgebieden. Maak winkelgebiedmanagement beter mogelijk.

- Deel verantwoordelijkheden.
- Een vorm van verevening voor herstructurering is nodig, met andere woorden verbindt het zoet met het zuur.
- Treedt uit je eigen schaduw: meer inzicht in kosten en opbrengsten.
- Houd rekening met de eindgebruiker.
- Niet brancheren maar positioneren.

5. Klantgericht redeneren en handelen

Het winkelend publiek, ofwel de klant, centraal zetten betekent meer dan marktgericht denken. Gezamenlijk moeten we niet marktgericht denken, maar klantgericht. Dit betekent dat de er vanuit de klant moet worden geredeneerd. Thematisering of andere herkenbare identiteiten kan het overzicht bieden voor de klant in de veelheid aan winkelgebieden. Gezamenlijk moeten we werken aan 'fact finding'. De klant heeft geld te spenderen, maar we moeten realistisch zijn in de bestedingsruimte. Geld kan maar een keer worden uitgegeven!

- Thematiseren.
- Ontwikkel een code voor marktonderzoek.
- Minder aanbodgericht, meer vraaggericht ontwikkelen.
- Oog voor kwaliteit van winkelgebieden goede bereikbaarheid; goede en betaalbare parkeergelegenheid; fraaie en functionele inrichting van de openbare ruimte (schoon, heel, veilig en bereikbaar).

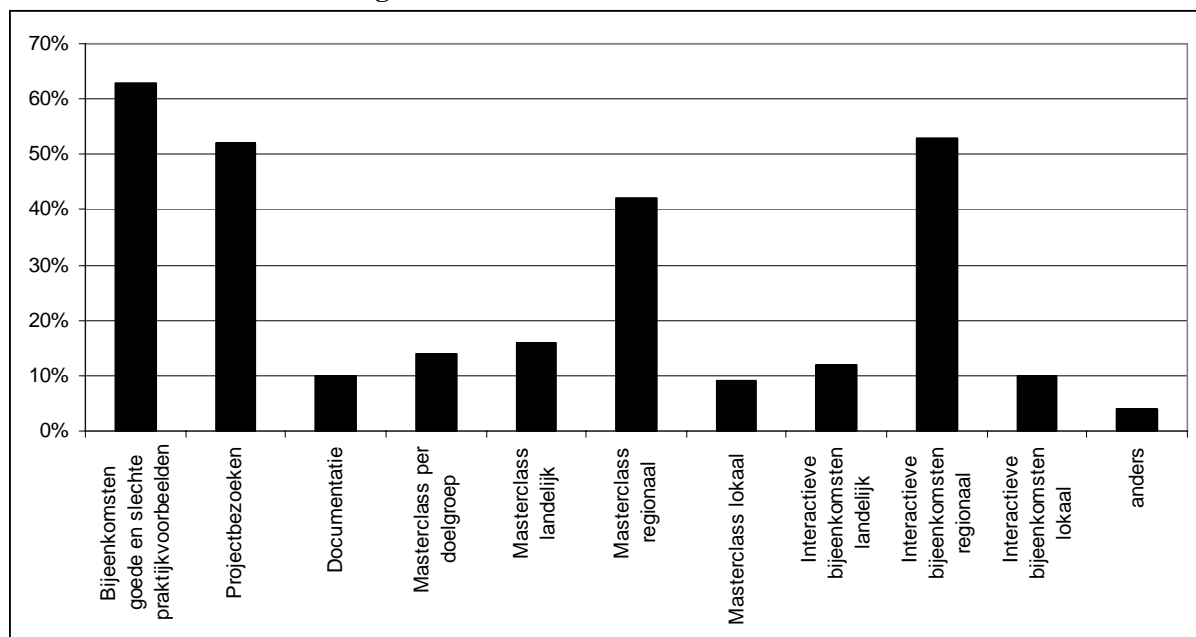
4. Hoe nu verder

Het was goed om marktpartijen en overheden eens een keer samen aan tafel te hebben. Het zou goed zijn om dat vaker te laten gebeuren. Zo krijg je meer begrip voor elkaar en worden projecten meer gezamenlijke projecten. Dit aspect zou dan ook in een eventueel vervolg centraal moeten staan.

Aldus deelnemers aan een regiobijeenkomst

Uit de evaluatie van de regiobijeenkomsten is gebleken dat bijna 90% van deelnemers aangeeft dat er een vervolg zou moeten komen op de regiobijeenkomsten Dynamische Winkelplanning. Dit vervolg zou vooral moeten worden gezocht in het bespreken van goede en slechte praktijkvoorbeelden, projectbezoeken en bijeenkomsten en informatieoverdracht op regionaal niveau zie onderstaande tabel.

Tabel 1.: Aan wat voor vervolg heeft u behoefte?



Het HBD, MKB Nederland de NRW en de VNG hebben naar elkaar uitgesproken het onderwerp Dynamische Winkelplanning verder te zullen uitdiepen. Vanaf augustus gaan partijen wederom met elkaar rond de tafel om een vervolgprogramma te formuleren. Hierbij zal een koppeling worden gelegd met de in dit verslag genoemde bouwstenen Dynamische Winkelplanning, de gouden tips en de door de deelnemers aan de regiobijeenkomsten genoemde suggesties wat betreft de activiteiten. Doel is te komen tot één gezamenlijke visie.

BIJLAGE 1

Overzicht programma regiobijeenkomsten

13.00 uur	Ontvangst
13.30 uur	Welkomstwoord
13.40 uur	Plenair gedeelte <ul style="list-style-type: none">• Presentatie 'Retaildynamiek vanuit bestuurlijk perspectief'• Presentatie 'De veranderende stad'• Presentatie 'Regionale dynamiek in de detailhandel'• Korte plenaire discussie
	Pauze
15.10 uur	Workshops: Dilemma's en uitdagingen in uw regio <ul style="list-style-type: none">• Toelichting op het programma• Dilemma's en uitdagingen• Naar een nieuwe praktijk van winkelplanning
17.00 uur	Plenaire terugkoppeling workshops o.l.v. dagvoorzitter
17.30 uur	Afsluiting en borrel

BIJLAGE 2

Betrokken personen en deelnemers regiobijeenkomst Noord Nederland

Maandag 4 februari

Regio Noord Nederland, te gast in Groningen

- Dagvoorzitter: Piet Pellenbarg, hoogleraar Economische Geografie RU Groningen
- Presentatie 'Retaildynamiek vanuit bestuurlijk perspectief': Willem Buunk Nirov
- Presentatie 'De veranderende stad': Henk Gianotten, Panteia
- Presentatie 'Regionale dynamiek in de detailhandel':
 - Mike Snijder HBD;
- Workshopbegeleiders:
 - Willem Buunk, Nirov
 - Jos Sentel, Third Place
 - Marcel Reinartz, RMA
 - Pieter van Ree, Nirov

Indeling deelnemers naar workshop*

Workshop 1 Begeleider: Jos Sentel

BAM Vastgoed B.V.	D. Willemse
Centrum Projecten B.V.	P. Broeke
ING Real Estate Investment Management	drs. T. Forrer MRE
Algemene Handelsvereniging Stadskanaal	Bestuurslid
GCC	B.J. Hakvoort
Plus Vastgoed B.V.	W. de Boer
WC Martenshoek	E. Sietsema
Gemeente Aa en Hunze	E. van Dam
Gemeente Franekeradeel	H. Groenewoud
Gemeente Heerenveen	R. Hofstede
Gemeente Smallingerland	F. Veenstra
Gemeente Sneek	T. Metz
Gemeente Veendam	M. Heidekamp-Prins
Gemeente Winsum	H. Zeevalking
Handelsvereniging Ommen	
Bentum Dragtstra Makelaars	S. Dragtstra
DTZ Zadelhoff v.o.f.	D. Stelpstra
Kamer van Koophandel Noord-Nederland	E. Wind
Rabobank Vaart en Vechtstreek	R. van Ludolphij
Technische Universiteit Eindhoven	I. Janssen

Workshop 2 Begeleider: Pieter van Ree

BAM Vastgoed B.V.	drs. J. Spriensma
Centrum Projecten B.V.	J.M.M. van der Schoor
Multi Vastgoed B.V.	A. Koeneman
Stable International Development bv	D. Uhlenbroich
Hoofdbedrijfschap Detailhandel	M. Snijder
Bestuur Hoofdstraat	H. de Jonge
Handelsvereniging Centrum Delfzijl	Bestuurslid
Hooge Meeren Hoogezand	H. Klopstra
Ondernemersvereniging Schutstraat-Alteveen	E. Veneboer
Post Slagerij en Partyservice	A. Post
	R. Vos
Gemeente Aa en Hunze	S. Spijkerman

Gemeente Franekeradeel	L. Miedema
Gemeente Leeuwarden	T. Ettema
Gemeente Smallingerland	P. Mulder
Gemeente Sneek	M. van Duuren
Gemeente Veendam	A.B.M. Wijninga
Gemeente Winsum	J. Samplonius
Kamer van Koophandel Noord-Nederland	J. Lolkema
Rabobank Vaart en Vechtstreek	A. Plat

Workshop 3 Begeleider: Marcel Reinartz

BRO	A. Mein
DC Vastgoedontwikkeling	I.R. Bosgoed
Nieuwe Appingedam Handelsvereniging	A. Nieveen
Bestuur Tamboerpassage	A. Veldman
Hoofdbedrijfschap Detailhandel	P. Manning
Koninklijke Nederlandse Slagersorganisatie	J.F.P.M. Hulshof
Ondernemersvereniging Zuidwolde	J. Melisse
VZ Handel en Nijverheid Winschoten	H. Haan
Gemeente Assen	J. Lagendijk
Gemeente Harlingen	P.H.M. Scheffer
Gemeente Menterwolde	E. van Zuijlen
Gemeente Smallingerland	E. Visser
Gemeente Veendam	M.K. Slagter
Gemeente Weststellingwerf	R. Meijer
Provincie Groningen	Bestuurder
DHV B.V.	G. Mulder
Kamer van koophandel Noord-Nederland	J. Bosma
MKB Nederland	A. Oosterhoff
Mulder Consultancy	J. Mulder
Rabobank Vaart en Vechtstreek	D. van Harten

Workshop 4 Begeleider: Willem Buunk

Alfa Accountants	H. Bouwmeester
FAME Bouwmanagement B.V.	ing. T.J. Meijer
CHV Coevorden	A. Eissing
Hoofdbedrijfschap Detailhandel	O. Busch
Lidl Nederland GMBH	P. Pipers
OV Hartje Drente	Wandeleer
Warenhuis Van der Veen	N. van der Veen
Gemeente Assen	M. Attema
Gemeente Heerenveen	R. Hofstede
Gemeente Menterwolde	M. Ploeger
Gemeente Sneek	H. Buwalda
Gemeente Veendam	K.A. Feunekes
Gemeente Weststellingwerf	J. Oostenbrink
DHV B.V.	S. Jainandunsing
Kamer van koophandel Noord-Nederland	F. Broersma
Locatus B.V.	M.P. Kloos
SAB Strategie & Ontwerp	M. Dubbeling

*) Wijzigingen ter plaatse, aan- en afmelding opgegeven vlak voor bijeenkomst en afwezigheid deelnemers zijn in deze overzichten niet meegenomen.

Betrokken personen en deelnemers regiobijeenkomst Noord-Holland

Woensdag 6 februari

Regio Noord Holland, te gast in Amsterdam

- Dagvoorzitter: Pieter Affourtit Algemeen directeur WPM Nederland
- Presentatie 'Retaildynamiek vanuit bestuurlijk perspectief': Jaap Bont gedeputeerde provincie Noord Holland
- Presentatie 'De veranderende stad': Johan Haringsma WPM Nederland
- Presentatie 'Regionale dynamiek in de detailhandel':
 - Kees Verhoeven, MKB-Nederland, regiokantoor Amsterdam
 - Casper van Gijn, HBD;
- Workshopbegeleiders:
 - Willem Buunk, Nirov
 - Jos Sentel, Third Place
 - Marcel Reinartz, RMA
 - Pieter van Ree, Nirov

Indeling deelnemers naar workshop*

Workshop KPN zaal, begeleider: Jos Sentel

DTZ Zadelhoff v.o.f.	M. Kokke
Hoofdbedrijfschap Detailhandel	E. van de Lustgraaf
Kamer van Koophandel Amsterdam	O. Schwirtz
Koach Management	M. Braam
SCM, Shopping Center Management B.V.	E. Nijenhof
Woonspot Vakblad Wonen	K. Kommer
Dienst Ruimtelijke Ordening Amsterdam	J. van der Zwan
Gemeente Bussum	A. Soede
Gemeente Hilversum	M. Drost
Gemeente Medenblik	J. Entius
Provincie Noord Holland	J. Bond
Stadsdeel Zeeburg	N. van der Baan
CBW	S. van der Linden
Kalverstraatmanagement	H. Alitou
McDonald's Nederland B.V.	E. Abbenhuës
Schuitema Vastgoed B.V.	E. Bolhuis
Zaken Expert B.V.	F. Darkaoui
BAM Vastgoed B.V.	P. Welles
Corio Nederland Retail B.V.	K. van Dam
Johan Matser Projectontwikkeling bv	M. Majolée
Redevco Nederland B.V.	R. Bakker
Rotteveel M4	P. van Bommel

Workshop Philips zaal I, begeleider: Pieter van Ree

DTZ Zadelhoff v.o.f.	H. Franck
Hoofdbedrijfschap Detailhandel	P. Manning
Kamer van Koophandel Amsterdam	G. Kooiman
Meeüs Bedrijfshuisvesting B.V.	J.P. Jansen
Strabo B.V.	J. Verwaaijen
Dienst Ruimtelijke Ordening Amsterdam	M. van den Oever
Gemeente Haarlem	S. de Looze
Gemeente Hoorn	J. van Es
Gemeente Schagen	J. Bouwes
Provincie Noord-Holland	S. van der Meij
Stadsdeel Zeeburg	J. Hoek

CBW	J. Koster
Koninklijke Nederlandse Slagersorganisatie	M. van Dootingh
MKB-Nederland	K. Verhoeven
Segesta Exploitatie B.V.	W. van den Eshof
	L. de Pee
BAM Vastgoed B.V.	G. Weerelts
Fortis Vastgoed Ontwikkeling N.V.	T. Hannessen
Lingotto Vastgoed	J. Zimmer
Redevco Nederland B.V.	M. Out
Stable International Development bv	D. Uhlenbroich

Workshop Philips zaal II, begeleider: Marcel Reinartz

Grontmij / Kats & Waalwijk Vastgoedmanagement	C. van Riet
Hoofdbedrijfschap Detailhandel	C. van Gijn
Kamer van Koophandel Amsterdam	M. Jonker
Retail Property Management B.V.	A. Meijer
Strabo B.V.	H. van Tellingen
Gemeente Almere	H. Vermeulen
Gemeente Haarlemmermeer	P. Wakkee
Gemeente Hoorn	J. de Boer
Gemeente Waterland	A. Mobron
Stadsdeel Oost-Watergraafsmeer	H. Bunck
Stadsregio Amsterdam	L. Stevens
CBW	K. Kommer
Lidl Nederland GmbH	A. Wielenga
NS Poort	M. Nievergeld
Slagerij Jos Leegwater	J. Leegwater
	J.W.P. Croockewit
BAM Vastgoed bv	D. Thomasse
Centrum Projecten B.V.	P. Broeke
Fortis Vastgoed Ontwikkeling N.V.	A. Wouters
Multi Vastgoed B.V.	G. Bos
Rotteveel M4	M. Doornbos

Workshop ABN AMRO Business Lounge, begeleider: Willem Buunk

Grontmij / Kats & Waalwijk Vastgoedmanagement	S. Griffioen
J.A. Mooij Bemiddelingsbureau	J. Mooij
Kamer van Koophandel Amsterdam	G. ten Berge
SCM, Shopping Center Management B.V.	W. Christiaanse
Technische Universiteit Eindhoven	I. Janssen
Gemeente Amstelveen	S. Zorge
Gemeente Haarlemmermeer	J. Appelman
Gemeente Hoorn	E. Voorbij
Gemeente Waterland	L. Demmers
Stadsdeel Osdorp-Amsterdam	J. Gerretsen
Stadsregio Amsterdam	M. Bekker
CBW	M. Evers
Maison De Bonneterie	W. Koster
Schuitema Vastgoed B.V.	J. Kramps
Van Keulen Retail B.V.	R. van Keulen
Centrum Projecten B.V.	J. van der Schoor
Corio Nederland Retail B.V.	E. Vrijenhoek

ING Real Estate	C. van Staaij
Multi Vastgoed B.V.	M. van Weert
Rotteveel M4	W. de Waal

*) Wijzigingen ter plaatse, aan- en afmelding opgegeven vlak voor bijeenkomst en afwezigheid deelnemers zijn in deze overzichten niet meegenomen.

Betrokken personen en deelnemers regiobijeenkomst Zuid-Holland

Maandag 11 februari

Regio Zuid Holland, te gast in Den Haag

- Dagvoorzitter: Fred Schoorl, directeur NIROV
- Presentatie 'Retaildynamiek vanuit bestuurlijk perspectief': Peter Nijssen Economische Zaken provincie Zuid Holland
- Presentatie 'De veranderende stad' Henk Gianotten, Panteia
- Presentatie 'Regionale dynamiek in de detailhandel'
 - Ruud Mannaart Kamer van Koophandel Den Haag
 - Frans Visser, HBD
- Workshopbegeleiders:
 - Willem Buunk, Nirov
 - Jos Sentel, Third Place
 - Marcel Reinartz, RMA
 - Marike van Loon, NRW

Indeling deelnemers naar workshop*

Workshop Europazaal, begeleider: Jos Sentel

Bak Van Dijk Plan- en Projectconsult	Anneke van Dijk
ECORYS Nederland BV	Aart Jan van Duren
Hoofdbedrijfschap Detailhandel	Hans Verweij
Kamer van Koophandel Den Haag	Cees Broeksma
Kats & Waalwijk Vastgoedmanagement B.V.	Coen van Riet
Mn Services	Rob Roggeveen
Retail Property Management B.V.	Joop van der Steuijt
Gemeente Bodegraven	Gerrit-Wim van Veelen
Gemeente Gouda	Toon Verschuren
Provincie Zuid-Holland	Peter Nijssen
DC Ondersteuning / CapelleXL	Dita Cramer
Koninklijke Nederlandse Slagersorganisatie	Mirjam van Dootingh
MKB-Nederland	Ton Ravesloot
Super de Boer Leimuiden v.o.f.	Heeren
Winkelstad Alphen a/d Rijn	Ina Kloosterhuis
Ballast Nedam Ontwikkelingsmaatschappij B.V.	Willem de Wijs
Centrum Projecten B.V.	Peter Broeke
ING Real Estate	Martine Reijnders
ING Real Estate Investment Management B.V.	Mireille Pallandt
Multi Vastgoed B.V.	Aerjen Koeneman
Redevco Nederland B.V.	Robert Bakker
WPM Groep	Tom van Grootel

Workshop Randstadzaal, begeleider: Willem Buunk

BRO	Jan Traats
Hoofdbedrijfschap Detailhandel	Michel Revet
Hoofdbedrijfschap Detailhandel	Marc Schapers
Kamer van Koophandel Den Haag	Ruud Mannaart
Kats @ Waalwijk Vastgoedmanagement B.V.	Niels de Bis
Rabobank Sliedrecht-Graafstroom	Tino Ridders
Strabo B.V.	Jeroen van der Weerd
Gemeente Capelle aan den IJssel	Ineke Sluiter
Gemeente Lansingerland	Monique Huitema
Stadsregio Rotterdam	Maria van Grinneken
Bakkerij Reedijk	Willem Reedijk

De Zuiderster B.V. / CapelleXL	Rene de Blok
Levenmiddelen bedrijf N.Rol B.V.	Nico Rol
MKB-Nederland	Peters
VAKCENTRUM	Rauws
BAM Vastgoed B.V.	Michiel Smits
Corio Nederland Retail B.V.	Jan Willem Speetjens
Ing Real Estate	Yvonne Bronneberg
ING Vastgoed Ontwikkeling B.V.	Jenneke Jongman
Multi Vastgoed B.V.	Martijn van Weert
RotteveelM4	Rene Kabboord
WPM Groep	Jan Peter Stuurstraat

Workshop Haaglandenzaal, begeleider: Marcel Reinartz

Catching Concepts	Monique Plantinga
Hoofdbedrijfschap Detailhandel	Patrick Manning
Hoofdbedrijfschap Detailhandel	Piet Smits
Kamer van Koophandel Den Haag	Petra Alkema
Locatus B.V.	Annemarie Bon Labee
Rabobank Sliedrecht-Graafstroom	Paul van Bakel
Urban Interest	Remco Klomp
Gemeente Den Haag	Martijn van Dam
Gemeente Schoonhoven	Mario Deerenberg
Zaken Expert B.V.	Farid Darkaoui
CapelleXL	Frans Wietzes
Keurslagerij Piet van den Berg	Piet van den Berg
Libertas	ten Brink
NBOV	Volkeri
Van Keulen Retail B.V.	van Keulen
BAM Vastgoed B.V.	Christa Duiveman
Dura Vermeer Vastgoed BV	Hans van Niekerk
Ing Real Estate	Fanny Ritt
IVBN	van der Gaast
Neddex Vastgoed N.V.	Raymond Hoogwegt
Stable International Development bv	David Uhlenbroich

Workshop Restaurant, begeleider: Marike van Loon

DTZ Zadelhoff v.o.f.	Arnoud Bakker
Hoofdbedrijfschap Detailhandel	Marloes Onderwater
Hoofdbedrijfschap Detailhandel	Frans Visser
Kamer van Koophandel Den Haag	Caroline Oster
Locatus B.V.	Björn Jansen
Retail Property Management B.V.	Lia van Heyningen
Van der Pluijm Roodenrijs	Arjan Roodenrijs
Gemeente Den Haag	Rick Zijderveld
Gemeente Zoetermeer	Bart Dronkert
Bakkerij Hazenberg	Frans Hazenberg
CBW	Jaap Koster
Koninklijke Nederlandse Slagersorganisatie	Petra Westerhout
Lidl Nederland GmbH	Jurgen van den Berg
Schuitema Vastgoed B.V.	Jan Kramps
Winkelraad Haaglanden	Jos Zuidwijk
Centrum Projecten B.V.	Marco van der Schoor
ING Real Estate	Jamal Msalmi

ING Real Estate Development	Charles Hartman
Media-Saturn Real Estate & Development GmbH	Jean-Louis Reinalda
NEPROM	Wendy Hoven
Wereldhave Management Nederland B.V.	Edwin van de Woestijne

*) Wijzigingen ter plaatse, aan- en afmelding opgegeven vlak voor bijeenkomst en afwezigheid deelnemers zijn in deze overzichten niet meegenomen.

Betrokken personen en deelnemers regiobijeenkomst Gelderland

Dinsdag 12 februari

Regio Gelderland, te gast in Arnhem

- Dagvoorzitter Egbert Wever bijzonder hoogleraar aan de Faculteit Managementwetenschappen van de Radboud Universiteit Nijmegen
- Presentatie 'Retaildynamiek' Jaap Modder, voorzitter Bestuur stadsregio Arnhem Nijmegen
- Presentatie 'De veranderende stad' Johan Haringsma WPM groep Nederland
- Presentatie 'Regionale dynamiek in de detailhandel'
 - Peter Hendriks Kamer van Koophandel Amsterdam
 - Johan Bouwman HBD
- Workshopbegeleiders:
 - Willem Buunk, Nirov
 - Pieter van Ree, Nirov
 - Marcel Reinartz, RMA

Indeling deelnemers naar workshop*

Workshop Huet, begeleider: Willem Buunk

DTZ Zadelhoff v.o.f.	Christel Hollink
Hoofdbedrijfschap Detailhandel	Patrick Manning
Kamer van Koophandel Centraal Gelderland	Peter Hendriks
Kamer van Koophandel Centraal Gld.	Marion Hendriks
Kats & Waalwijk Vastgoedmanagement B.V.	Coen van Riet
MKB REVA B.V.	Roeland Sluiskes
NRW	Erik Ooms
WPM Groep	Margaritha van Overbeeke
Gemeente Harderwijk	Hanneke Annink
Gemeente Nijmegen	Liz Eijkhout
Gemeente Zutphen	Lies Hoogerwerf
Bundeling Bornse Ondernemers/Gemeente Borne	Gerard Veldhof
CBW	Jaap Koster
Lochemse Ond. Verg	J.F. Coers
MKB Adviseurs BV	Bertine Schieven
VAKCENTRUM	Thierry Neufeglise
	Korver
Centrum Projecten B.V.	Marco van der Schoor
ING Real Estate	Martijn Vlasveld
Media-Saturn Real Estate & Development GmbH	Jean-Louis Reinalda
NEPROM	Wendy Hoven
Van Wijnen Projectontwikkeling Oost B.V.	Roger Jakobs

Workshop Gelderse Poort, begeleider: Marcel Reinartz

BRO	Aiko Mein
Hoofdbedrijfschap Detailhandel	Johan Bouwman
Hoofdbedrijfschap Detailhandel	Eric Reubsat
Kamer van Koophandel Centraal Gelderland	van Dinter
Kats & Waalwijk Vastgoedmanagement B.V.	Boudewijn Vermeer
Meeus Bedrijfsmakelaars	Jasper van Breda
Gemeente Enschede	Karin Ligthart
Gemeente Nijmegen	Ilse Nieskens
Gemeente Wierden	Henk van Triest
Stadsregio Arnhem Nijmegen	Eva Verhoeven
Albert Heijn	Jos Slutter
CBW	Sietske van de Linden

Koninklijke Nederlandse Slagersorganisatie	Wim van den Brink
MKB	Meijerink
Slagerij van Egmond	Jan van Egmond
	Carlier
Centrum Projecten B.V.	Peter Broeke
Fortis Vastgoed Ontwikkeling	Tom Draisma
Johan Matser Projectontwikkeling bv	Marc Majolée
Multi Vastgoed B.V.	Vincent Beijersbergen
Stable International Development bv	David Uhlenbroich

Workshop Hogevoort, begeleider: Pieter van Ree

Extenzio / Platemarketing	Eduard Plate
Hoofdbedrijfschap Detailhandel	Breuers
Kamer van Koophandel Centraal Gelderland	Michel Hennus
Kamer van Koophandel Gooi- Eem- en Flevoland	Ester Hilhorst
Locatus B.V.	Peter Nieland
WPM Groep Nederland B.V.	Johan Haringsma
Gemeente Harlingen	Paul Scheffer
Gemeente Wierden	Theo de Putter
Stadsregio Arnhem en Nijmegen	Jaap Modder
CBW	Marcel Evers
Koninklijke Nederlandse Slagersorganisatie	Hans Hulshof
Lochemse Ond. Verg	R. ter Mull
Polyground	Audrey Doornspeek
Vereniging Binnenstad Ondernemers	Chirs de Klein
FAME Groep	Henk Vonk
ING Vastgoed Ontwikkeling B.V.	Onno Wittebrood
Multi Vastgoed B.V.	Martijn van Weert
Redevco Nederland B.V.	Rowan Verwoerd
NS Poort	Joop Buisman

*) Wijzigingen ter plaatse, aan- en afmelding opgegeven vlak voor bijeenkomst en afwezigheid deelnemers zijn in deze overzichten niet meegenomen.

Betrokken personen en deelnemers regiobijeenkomst West Brabant

Donderdag 14 februari

Regio West Brabant, te gast in Breda

- Dagvoorzitter Jan de Jong, plv directeur HBD
- Presentatie 'Retaildynamiek' Annemarie Moons, Gedeputeerde Noord Brabant
- Presentatie 'De veranderende stad' Henk Gianotten, Panteia
- Presentatie 'Regionale dynamiek in de detailhandel'
 - Gerrit Sluiskes MKB-Nederland
 - Peter Breuers HBD
- Workshopbegeleiders:
 - Willem Buunk, Nirov
 - Marcel Reinartz, RMA
 - Paul ter Sluis, WPM groep Nederland

Indeling deelnemers naar workshop*

Workshop Prinsenzaal, begeleider: Willem Buunk

Arca Retail Vastgoed Adviseurs	Henk van den Biggelaar
BVR Groep	Nicole Mesman
Grontmij	Coen van Riet
Hoofdbedrijfschap Detailhandel	Patrick Manning
Kamer van Koophandel	Erlin van Vuuren
Kamer van Koophandel	Jac Trum
MKB Reva B.V.	Albert van Poppel
RSP Makelaars 's-Hertogenbosch C.V.	Philibert Bluysen
SCM, Shopping Center Management B.V.	Jeroen Bender
WPM Nederland	Ronald Jansen
Gemeente Breda	Saskia Nieuwesteeg
Gemeente Loon op Zand	Wim Aussems
Gemeente Terneuzen	Frank van Hulle
Ahold Vastgoed B.V.	Rob Laurensse
CBW	Jaap Koster
de boerenschuur BV	J.R.C.M. van den Corput
HOEK SUPERMARKT B.V.	A. van der Hoek
Lidl Nederland GmbH	Rene Cuijpers
MKB-Nederland	Ton Ravesloot
VAKCENTRUM	Wim Kipperman
Blauwhoed B.V.	Cobie Vermeulen
Centrum Projecten B.V.	Peter Broeke
Ing Vastgoed Ontwikkeling B.V.	Piet-Hein Erdman
Rodamco Europe N.V.	Hein de Bruin

Workshop Valkenbergzaal, begeleider: Marcel Reinartz

Arca Retail Vastgoed Adviseurs	Nico Fierloos
DTZ Zadelhoff v.o.f.	Roy Hamilton
Grontmij Nederland B.V.	Susan Groot Jebbink
Hoofdbedrijfschap Detailhandel	Peter Breuers
Kamer van Koophandel	Gerard Sand
Kamer van Koophandel Oost-Brabant	Paul van Moorsel
Panteia	Henk Gianotten
RSP Makelaars 's-Hertogenbosch C.V.	Ronald Borrenbergs
Urban Interest	Hans Suijkerbuijk
WPM Nederland	Etienne van Unen
Gemeente Breda, Economische Zaken	Mayke van Haaren

Gemeente Moerdijk	Ada Grootenboer-Dubbelman
OntwikkelingsBedrijf Rotterdam	Huub van de Zande
Aldi Vastgoed B.V.	Friso Hennings Backer
CBW	Marcel Evers
DE GASTRONOOM V.O.F.	Coen Bastiaansen
Koninklijke Nederlandse Slagersorganisatie	Anneke van Dun - van Roessel
MKB-Nederland	Gerrit Sluiskes
Schuitema Zuid	Bert van Boxmeer
VCOB	Ron Uyldert
Bouwfonds Property Development	David Hendriks
Fortis Vastgoed Ontwikkeling	Tom Draisma
Multi Vastgoed B.V.	Bert Driesse
Wereldhave Management Nederland B.V.	Edwin van de Woestijne

Workshop Molenzaal, begeleider: Paul ter Sluis

BRO	Felix Wigman
DTZ Zadelhoff v.o.f.	Stefan van Hamond
Hesselberth Makelaars bv	Peter Hesselberth
Kamer van Koophandel	Bart Pouwer
Kamer van Koophandel	Hans Kocx
Kamer van Koophandel Zuidwest-Nederland	Chris Rutten
Retail Property Management B.V.	Edwin Mast
RVM Vastgoedmanagement b.v.	Eric Raaphorst
WPM Nederland	Dick Hoogendijk
Gemeente Loon op Zand	Trudi Fabus
Gemeente Terneuzen	AdheWmar van Waes
Provincie Noord-Brabant	Wobine Buijs-Glaudemans
CBW	J. Koster
CBW	Sietske van der Linden
Echte Bakker Kottier	Kottier
Koninklijke Nederlandse Slagersorganisatie	Hans Hulshof
MKB-Nederland	Eus Peters
Stichting Detailhandel Goirle	G. Wetzels
Zaken Expert	Hans van Agt
Centrum Projecten B.V.	Marco van der Schoor
Hurks bouw en vastgoed	Koen Waijers
Multi Vastgoed B.V.	Martijn van Weert

*) Wijzigingen ter plaatse, aan- en afmelding opgegeven vlak voor bijeenkomst en afwezigheid deelnemers zijn in deze overzichten niet meegenomen.

Betrokken personen en deelnemers regiobijeenkomst Oost Brabant en Limburg

Woensdag 20 februari

Regio Oost Brabant en Limburg, te gast in Venlo

- Dagvoorzitter Will Houben, directeur MKB Limburg
- Presentatie 'Retaildynamiek' Ger Driessen, Gedeputeerde Limburg
- Presentatie 'De veranderende stad' Johan Haringsma WPM groep Nederland
- Presentatie 'Regionale dynamiek in de detailhandel'
 - Tom Poelen MKB Limburg
 - Eric Reubsaet HBD.
- Workshopbegeleiders:
 - Willem Buunk, Nirov
 - Jos Sentel
 - Marike van Loon, NRW

Indeling deelnemers naar workshop*

Workshop Picasso, begeleider: Willem Buunk

Beljon & Westerterp	Mirjam Deckers
Heerschap Groep B.V.	Heerschap
Hoofdbedrijfschap Detailhandel	Eric Reubsaet
Kamer van Koophandel Limburg	Harry Looze
Kamer van Koophandel Limburg	Han van de Port
Retail Property Management B.V.	Edwin Mast
RVM Vastgoedmanagement b.v.	Peter Pfenning
Stegabo Beheer B.V.	Stevens
Gemeente Echt-Susteren	Jo Verheesen
Gemeente Nederweert	Ruud van den Heuvel
Gemeente Oss	Ien Lucas
Gemeente Venray	Daan Vervoort
Gemeente Weert	Janneke Gramberg
Ahold Vastgoed B.V.	Francois Nicoll
Jansen-Noy B.V.	Jansen
Koninklijke Nederlandse Slagersorganisatie	Hans Hulshof
Midasmarkt van der Loo B.V.	van der Loo
MKB Limburg	Tom Poelen
Plus Verbeeten Vierlingsbeek B.V.	Verbeeten
Stemkens Com. B.V.	Stemkens
Van Melik Food Productie	Charles Sampers
BAM Vastgoed B.V.	Jan Ruitenbergh
Centrum Projecten B.V.	Marco van der Schoor
ING Real Estate Investment Management B.V.	Rik Eertink

Workshop Rembrandt, begeleider: Jos Sentel

BRO	André Boekesteijn
Hoofdbedrijfschap Detailhandel	Patrick Manning
IMK	Croux
Kamer van Koophandel Limburg	Rene Verhoeven
Kamer van Koophandel Oost-Brabant	Paul van Moorsel
RSP Makelaars 's-Hertogenbosch C.V.	Matthijs Joha
RVM Vastgoedmanagement B.V.	Willy van Esch
WPM Groep Nederland	Johan Haringsma
Gemeente Horst aan de Maas	Moes
Gemeente Oss	Pam van der Zwet
Gemeente Sittard-Geleen	Pieter Meekels

Gemeente Weert	Stef Strous
Gemeente Weert	Leon de Loo
Castelijn Mode	Castelijn
Jumbo Phicoop Sevenum	Philipsen
Lidl Nederland GmbH	Rene Hoeben
Mitex	Dirk Quadvlieg
MKB Venlo	Geert Thissen
Polyground	Sven Bongartz
Vakcentrum	Urselmann
Woonboulevard Heerlen	Leo Zeegers
BPF Bouwinvest BV	Arnoud van Kessel
Corio Nederland Retail B.V.	Bas Buvelot
Multi Vastgoed B.V.	Vincent Beijersbergen

Workshop Bar, begeleider: Marike van Loon

DTZ Zadelhoff v.o.f.	C. Kolsteren
Hoofdbedrijfschap Detailhandel	Peter Breuers
Kamer van Koophandel Brabant	Marielle van Munnecom
Kamer van Koophandel Limburg	Chertie Dirks
Pasch Beheer B.V.	Pasch
RSP Makelaars 's-Hertogenbosch C.V.	Dirk van Beurden
RVM Vastgoedmanagement B.V.	Dennis Kuiten
Gemeente Nederweert	R. Wernink
Gemeente Oss	Ruth Derks
Gemeente Sittard-Geleen	Leo Burdorf
Gemeente Weert	Hennie Ensink
Provincie Limburg	Ger Driessen
Interchalet	Jan Clabbers
Koninklijke Nederlandse Slagersorganisatie	Anneke van Dun-van Roessel
Meubelcentrum Venlo	Geraedts
MKB Limburg	Will Houben
Plus Vastgoed B.V.	René Choufoer
Slagerij Beerens	Theo Beerens
Van de Ligt Allicht B.V.	van de Ligt
3W Vastgoed B.V.	Wilfred Huijjerjans
Centrum Projecten B.V.	Peter Broeke
Hurks bouw en vastgoed	Koen Waijers
Multi Vastgoed B.V.	Rogier Hendriks

*) Wijzigingen ter plaatse, aan- en afmelding opgegeven vlak voor bijeenkomst en afwezigheid deelnemers zijn in deze overzichten niet meegenomen.

BIJLAGE 3

Specifieke regionale opgaven

Groningen

Noord-Nederland kenmerkt zich door een stedelijk netwerk dat Groningen verbindt met Assen, en Leek met Hoogeveen en Veendam. Een T-structuur van steden die onderling steeds nauwer verweven raakt. Nieuwe ontwikkelingen van woningbouw, bedrijventerreinen en voorzieningen worden in deze T-structuur geconcentreerd. Dit geldt dus ook voor de belangrijkste winkelontwikkelingen, vooral de grootschalige. De effecten zijn merkbaar tot in de kleine kernen op het platteland van Groningen, Drenthe en Friesland. De inwonersaantallen dalen en de meer mobiele klanten benutten vooral het nieuwe winkelaanbod bij de grote plaatsen. Vooral in de stad Groningen trekt de binnenstad en de grote winkelgebieden aan de stadsranden veel winkelend publiek. Voor de dorpen blijkt nog moeilijker dan het al was om de bestaande middenstad te behouden. Groeilocaties worden alleen bij de grote kernen vrijgegeven. En kleinere projecten voor revitalisering van dorpskernen met een herontwikkeling van enkele winkels met enkele woningen erboven komen moeilijk van de grond.

Noord-Holland

De regio Amsterdam kenmerkt zich door een groot aantal, inmiddels zijn er 8 benoemd, GDV-locaties. De Amsterdam Arena is bijvoorbeeld gedeeltelijk GDV-, maar ook gedeeltelijk een PDV-locatie. Dit vraagt om onduidelijkheid. Daarnaast wordt aangegeven dat er te weinig differentiatie en dynamiek bestaat tussen de verschillende locaties. De interesse naar dergelijke locaties is daarom laag. Dit resulteert vervolgens ook in een gebrek aan vernieuwende concepten en ideeën. Terwijl dynamiek en vernieuwing juist de basis zijn voor innovatie.

Zuid-Holland

De provincie Zuid-Holland staat bekend om de up-to-date visievorming voor de detailhandel. Ondanks deze visie laat de regionale afstemming te wensen over. Met de komst van de VINEX-locatie Ypenburg zijn er nieuwe mogelijkheden ontstaan voor winkelgebieden. Deze afstemming is echter ogenschijnlijk uitgebleven aangezien zowel Ypenburg als Nootdorp een eigen, maar bovenal vergelijkbaar winkelcentrum kennen. Deze winkelgebieden liggen bovendien op steenworp afstand van elkaar.

Breda

In de regio Breda is volgens velen duidelijk sprake van een gebrek aan onderlinge afstemming tussen gemeenten of zelfs onderlinge concurrentie. Belangen zijn te verschillend en lijken onvereenigbaar. Dit heeft echter enorme consequenties. Zo kent in ieder geval elke gemeente een eigen of soms meer woonboulevards. Daarnaast kent Rosendaal ook Rosada, een Factory Outlet Centre (FOC), maar ook de gemeente Etten-Leur heeft plannen voor een Factory Outlet Centre. Een andere ontwikkeling is de megamall in Tilburg. Gevreesd wordt dat de binnensteden zullen leeglopen en zullen verpauperen.

Arnhem-Nijmegen

Winkelen in centra en subcentra van stedelijke gebieden. Dat is de opgave volgens Jaap Modder voor winkelen in de 21^e eeuw. Termen als PDV- en GDV-locaties moeten geschrapt worden uit het 'oud testamentisch planologisch handboek'. Arnhem en Nijmegen zijn in de loop van de tijd naar elkaar toegroeid. Het is echter wenselijk dit gebied rondom de gemeente Elst 'groen' te laten. Eventuele ontwikkelingen voor de detailhandel kunnen dus alleen langs deze gemeente plaatsvinden. De Stadsregio Arnhem Nijmegen speelt een prominente rol in de regio.

Venlo

De opgave in het Limburgse is tweeledig. Enerzijds heeft de provincie te kampen met een leegloop van de bevolking. Dit impliceert een afnemende koopkracht. Ondanks dit verschijnsel lijkt de groei van het aantal winkelgebieden niet te stagneren. Nog steeds neemt het aantal toe. Een tweede kenmerkende opgave voor de regio is de grensoverschrijdende koopkracht vanuit België en Duitsland. Dit vraagt om een specifieke aanpak. Inspelen op de behoeften van deze consumenten is allereerst van belang. Anderzijds maakt deze extra koopkracht nieuwe ontwikkelingen mogelijk. Regionale afstemming bij dynamische winkelplanning moet daarom ook op dit niveau plaatsvinden.

**De regiobijeenkomsten
werden mede mogelijk gemaakt
door**

WPM  **Groep**



centrum projecten



bouwfonds
property development

onderdeel van Rabo Bouwfonds