

# Mr Th.P.A.G.M. COENEGRACHT

**kantooradres:**

Broekstraat 106  
B | 3620 Lanaken

T: 00-32-89-713242  
E: theocoenegracht@outlook.com

---

**Wethouder J. Aarts  
de heer A. Costongs**

**Dames en heren leden GEMEENTERAAD MAASTRICHT**

**per mail**

**Inzake:** Stadsronde DETAILHANDELSVISIE 28 juni 2016

**uw brief van:**

**zaaknr./dossier:**

**uw kenmerk:**

Tekstversie opmerkingen bij DETAILHANDELSVISIE STADSRONDE dinsdag 28 juni 2016

Maastricht 28 juni 2016.

Geachte heer wethouder

Tijdens de stadsronde werd ik in de gelegenheid gesteld enkele kanttekeningen te plaatsen bij het concept DETAILHANDELSVISIE..

Bij deze de schriftelijke uitgebreidere versie van mijn aantekeningen welke ik globaal mondeling mocht presenteren..

ter inleiding

Op de eerste plaats constateer ik dat de tekst van het concept nauwelijks aandacht heeft voor de detailhandel an sich en nog minder voor de positie van de ondernemer en zijn ondernemerschap, zijn kansen, zijn uitdagingen en zijn valkuilen.

Nauwelijks kom ik in het concept het historisch besef tegen dat de stad Maastricht haar faam ontleent aan een brede ontwikkeling van de detailhandel en met name aan de grote hoeveelheid specialismen, welke zo belangrijk zijn dat dit een der drie peilers is waarop de faam van Maastricht als bezoekersstad gevestigd is.

Zowel de diversiteit aan (ambachtelijke) speciaalzaken, als de rijkdom aan historische monumenten als de enorme diversiteit aan horeca vormen de voedingsbodem voor een zeer hoge waardering van MAASTRICHT als een der aantrekkelijkste steden van het land

conclusie na bestudering van de concept tekst.

U praat en presenteert een DETAILHANDELSVISIE voor de stad Maastricht, maar ik kan me niet aan de indruk onttrekken dat het in feite instrument is dat U wilt inzetten om het PROJECT BELVEDÈRE te laten landen.

Voortdurend wordt verwezen naar mogelijkheden en verwachtingen in het BELVEDÈRE GEBIED waarbij beperkingen worden opgelegd aan de groei van de binnenstad, de wijken, het doorgroeien van bestaande ondernemingen etc..

Een en ander leid ik af uit onderstaande opsomming.

Pag. 4.

De belangrijkste opgave voor de binnenstad is de verzorgingsfunctie te behouden, oftewel het huidig breed scala aan bedrijven in de binnenstad moet overeind blijven.

Ondanks deze visie kunt U niet ontkennen dat er nog steeds een toename is in de binnenstad van leegstand en faillissementen van grote en kleine bedrijven, welke merendeels jarenlang beeldbepalend waren voor de uitstraling van Maastricht.

Pag.5. Pag. 37 pag.32.

Constaateert U : de doorgroei van BRUSSELEPOORT, WINKELCENTRUM HEER en WINKELCENTRUM NOORDERBRUG moet tegengegaan worden.

.....maar..... in het BELVEDÈRE PLAN moet dat integendeel gestimuleerd worden

Beseft U wel dat uw visie voor de reeds jarenlang gevestigde bedrijven een ware kapitaalsvernietiging teweeg gaat brengen

Uiteindelijk worden zij ofwel gedwongen om zich te hervestigen in het BELVEDÈRE gebied of toe te staan dat ze beconcurrereerd gaan worden vanuit nieuwe concurrerende vestigingen in dat BELVEDÈRE gebied.

Pag. 8.

Het Provinciaal Omgevingsplan Limburg 2014 , het POL stelt letterlijk

**GEEN NIEUWE OF SOLITAIR GELEGEN WINKELGEBIEDEN ONTWIKKELEN.**

Wat zijn uw plannen voor BELVEDÈRE ?

Juist ; het ontwikkelen van een nieuw winkelgebied dat inderdaad nog steeds zeer solitair gelegen is.

Het POL profiel klopt

U lapt het aan uw laars en via drogredenen redeneert U het richting rechtmatige ontwikkeling

Het is een beetje vergelijkbaar met de Maastrichtse HOTELNOTA waarin staat dat er geen nieuwe hotels in Maastricht mogen komen tenzij ze uitermate vernieuwend van aard zijn

Sedertdien regent het nieuwe hotels.

Pag.10.

U heeft een redenering gevonden....het BELVEDÈRE PLAN past in de uitleg van de POL2014

pag.,12.

U constateert dat de toegevoegde waarde voor de consument in winkelcentra is GASTVRIJHEID.

Behalve vriendelijke en correcte ontvangst van klanten in BELVEDÈRE betekent het dat een belangrijke taak voor deze gastvrijheid is weggelegd voor de HORECA

U constateert GASTVRIJHEID IS HET NIEUWE GOUD

daaruit concludeer ik dat HORECA een extra trekker moet worden binnen BELVEDÈRE.

Realiseert U zich wat zulks weer betekent voor de gevestigde horeca in het centrum en de binnenstad ?

Een kunstmatig wegzuigen van klanten en omzet.

Niet alleen het bedrijfsleven in de binnenstad zal een groot stuk omzet verliezen door de ontwikkeling van het BELVEDÈRE gebied, maar ook de HORECA zal dat ervaren.

De afstand tussen binnenstad en BELVEDÈRE is nauwelijks overbrugbaar om complementair voor elkaar te zijn.

Pag. 20.

U constateert dat de ondernemers in BELVEDÈRE zullen bestaan uit NIEUWE VESTIGERS en VERPLAATSERS

deze laatste categorie zal verdere toename van leegstand veroorzaken binnen het gebied waar ze oorspronkelijk gevestigd waren

Hun vertrek zal meebepaald worden door hun verwachtingspatroon van de mogelijke nieuwe locatie.

Pag. 22. e.v.

Een lofzang op BELVEDÈRE.

Bouwmarkten Tuincentra en Woonwinkels gaan het niet redden zelfs niet met winkel -ondersteunende horeca dus gezellig uitbreiden met koken bakken keukeninrichting interieur elektronica beeld geluid sport fietsen en dierbenodigdheden

U kunt zich nauwelijks voorstellen welke consequenties dat vestigingsbeleid gaat hebben op de het bestaande detailhandels - en bedrijfsaanbod in Maastricht.....VERWOESTEND !!

pag. 24.

nieuwe initiatieven worden beoordeeld **op de eerste plaats of ze mogelijk zijn te realiseren op BELVEDÈRE**

Met deze stellingname geeft U in feite aan, erkent U , dat deze nota geen DETAILHANDELSVISIE is voor de stad in haar totaliteit, maar een ONTWIKKELINGSVISIE BELVEDÈRE is.

Pag.25.

BRANCHE VERVAGING zal in de toekomst niet tegen gehouden worden

U signaleert dus dat iedereen bv rustig een cafeetje of barretje of restaurantje aan zijn of haar formule mag toevoegen

GASTVRIJHEID IS IMMERS GOUD WAARD zoals U elders stelt.

BRANCHEVREEMDE producten worden toegelaten

let wel op het BELVEDÈRE terrein. !

NIET in de rest van de stad.

In uw conceptnota geeft U met naam en toenaam aan dat INTRATUIN o.a. geen toestemming krijgt in Heugem in haar vestiging branchevreemde producten te verkopen.

U voert in deze visie een dubbel beleid.

Pag.26.

BRANCHEVERVAGING zal getoetst moeten worden.

Uitdrukkelijk wil ik waarschuwen dat deze toetsing niet voorbehouden moet zijn aan een ambtelijke dienst.

o.a. De HORECA heeft de voorbije jaren veel negatieve ervaring opgedaan via een ambtelijke toetsing van het HOTELBELEID.

Laten we het simpel zeggen **een ambtenarenvisie is absoluut geen ondernemersvisie**

Begrip ,visie , ondernemersrisico en commerciële inhoud behoren niet of nauwelijks tot hun takenpakket.

Pag.26 en 27.

INTERNET , het faciliteren van webwinkels, afhaalpunten op bereikbare locaties, etc....

voor een groot aantal gevestigde bedrijven vormt internet en de handel via internet hun meest geduchte concurrent.

Waar de ondernemer moet investeren in zijn pand, zijn bedrijfs- uitstraling,zijn medewerkers, zijn wisselende bedrijfsvoorraad etc.....hetgeen een aanmerkelijk bedrag aan kosten meebrengt , maakt de nieuwe generatie consumenten heel vaak de keuze om rechtstreeks via internet te bestellen, in de regel zonder afleveringskosten, levering aan huis, mogelijkheid om aankoop terug te sturen.....

daardoor verdwijnt de consument /klant die wij kennen uit beeld.

Persoonlijk ben ik van mening dat uw visie best wat bijgesteld kan worden.

Pag.28 en 29

BLURRING

in feite al jaren op kleine schaal in heel wat bedrijven illegaal , zonder toestemming of vergunning, toegepast o.a. In grotere en luxere modewinkels, woonwinkels, etc.... bedrijven in het wat chiquere klantensegment ter bevordering van hun verkoop / omzet.

Fijn dat het nu ook op kleine schaal kan binnen de horeca.

Het grote gevaar is dat BLURRING gaat leiden tot branchevervaging zodat de nevenactiviteiten via blurring gaan leiden tot tweeslachtigheid in de bedrijfsvoering, twee ondernemingspoten.

Pag.32

Uw constatering dat het stadsdeelcentrum Noorderbrug, aan de Franciscus Romanusweg een ongewenst winkelcentrum is, geeft blijk dat U inderdaad als overheid nauwelijks besef heeft van de krachten die er van ondernemers nodig zijn, hun inzet, hun investeringen om een commercieel meer dan goed lopend winkelcentrum, met een zeer hoge klantenwaardering te realiseren en neer te zetten.

o.a. De MEDIA MARKT heeft een zeer sterke stedelijke en regionale positie veroverd, dat mag niet opgeofferd worden aan een BELVEDÈRE droom...die nog voor geen snars gerealiseerd is.

Ook dat is afwachten hoever U raakt met uw protectie en bescherming van BELVEDÈRE ten koste van de gevestigde waarden

Wijsheid toegewenst

mr. Theo Coenegracht

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Theo Coenegracht', written over a horizontal line. The signature is stylized and includes a circled 'C' and a '60' at the end.