



Bijlage 2.

Beantwoording vragen en opmerkingen stadsronde detailhandelsvisie 28 juni 2016

Inhoud:

- 1. Winkelcentrum Noorderbrug (Franciscus Romanusweg)**
- 2. Belvédère**
- 3. Binnenstad**
- 4. Intratuin**
- 5. Brusselse Poort**
- 6. Overig**

1. Winkelcentrum Noorderbrug (Franciscus Romanusweg)

1 A: Omschrijving en ontwikkelingsmogelijkheid winkelcentrum Noorderbrug

Dhr. Van Doorn (Media Markt), dhr. Coenegracht (KHN), mevr. Van de Beek (HB Capital):

Teleurstelling over omschrijving winkelcentrum Noorderbrug: het is geen ongewenst, maar een goed lopend winkelcentrum.

Dhr. Van Doorn (Media Markt), mevr. Van de Beek (HB Capital):

Teleurstelling over toekomstmogelijkheden winkelcentrum Noorderbrug.

Mevr. Van de Beek (HB Capital):

Bij het lezen van de concept detailhandelsvisie krijgen wij de indruk dat winkelcentrum Noorderbrug vanuit het perspectief van Gemeente Maastricht ongewenst is en (in de toekomst) geen plek meer heeft in de hoofdstructuur. Wij begrijpen deze visie niet, in het bijzonder gezien actuele discussie die nu op nationaal niveau gevoerd wordt, waar het verbeteren en versterken van bestaande detailhandel voorrang zou moeten krijgen op het ontwikkelen van nieuwe meters op nog niet bewezen locaties. Versterking en vernieuwing zijn van cruciaal belang om duurzame winkelgebieden voor de stad te creëren.

Wij zien geen enkele onderbouwing waar deze visie op gebaseerd is en willen een aantal punten nadrukkelijk gewijzigd of beantwoord zien in de definitieve versie van de visie. Een nadere motivatie



en achtergrond van onze reactie treft u in bijlage 1.

Opmerkingen/ vragen pagina 4:

1. Overzicht perspectief, samenhang en ontwikkelingsrichting Noorderbrug: Ontwikkeling wijzigen van “Stabilisatie” naar “Versterken”
2. “Noorderbrug: Uitbreiding van de detailhandelsvisie in winkelcentrum Noorderbrug wordt niet toegestaan”, wijzigen naar: “Beleidsmatig krijgt het winkelcentrum de mogelijkheid om te vernieuwen. De uitbreiding en modernisering wordt ondersteund, zolang het aantal m² per saldo niet exponentieel toeneemt.”
3. “Behoort niet tot de gewenste hoofdstructuur” Verwijderen! Het is al jaren een zeer goed functionerend en druk bezocht winkelcentrum in Maastricht, zonder leegstand en met hoge bezoekersaantallen (cijfers kunnen worden opgevraagd bij de eigenaar) met relevantie voor de directe omgeving.

ANTWOORD:

Het klopt dat de winkels van het winkelcentrum Noorderbrug goed functioneren. Dit neemt niet weg dat het winkelcentrum als geheel een ruimtelijk-functioneel diffuus karakter heeft zonder eenduidig profiel.

In deze Detailhandelsvisie worden de keuzes echter niet gemaakt op basis van afzonderlijke goedlopende winkels in winkelcentra, maar op basis van het functioneren van de detailhandelsstructuur als geheel. Op basis hiervan worden onderbouwde keuzes gemaakt met betrekking tot behoud en versterking van bestaande detailhandel. Deze keuzes liggen in het verlengde van de keuzes die gemaakt zijn in de Detailhandelsnota 2008 en de Structuurvisie Maastricht 2030. Vanuit dit perspectief is een uitbreiding van het winkelcentrum ongewenst. Het maken van keuzes op basis van de detailhandelsstructuur stond overigens ook centraal in de gesprekken met ambtenaren waarnaar HB Capital verwijst in zijn bijlage 1. Tijdens die ambtelijke gesprekken is dan ook consequent aangegeven dat de kans op een wezenlijke uitbreiding klein is en dat er een definitieve afweging van de plannen zou plaatsvinden in het kader van de detailhandelsvisie.



1 B: Nabijgelegen Aldi

Mevr. Van de Beek (HB Capital):

Pag.13: Tabel indeling hoofdstructuur detailhandel Maastricht: Waarom kwalificeert het centrum niet als een buurtcentrum of een supermarktcentrum. Wij zien de recent opgeleverde naastgelegen Aldi niet terug in de visie. Is deze meegenomen als onderdeel van de concentratie Noorderbrug? Welke visie heeft de gemeente ten opzichte van de bestemming van de locatie van de Aldi en hoe is deze te verdedigen ten opzichte van de positionering van winkelcentrum Noorderbrug?

ANTWOORD:

De locatie Aldi is fysiek en functioneel gescheiden van winkelcentrum Noorderbrug en maakt hier dan ook geen deel van uit. Bezien vanuit de hoofdstructuur is ook dit een onwenselijke locatie, die echter op grond van het bestemmingsplan niet kon worden voorkomen. Aldi wordt in de visie daardoor beschouwd als een solitaire winkel.

1 C: Goed functionerend winkelcentrum moet kunnen uitbreiden

Mevr. Van de Beek (HB Capital):

Pag.16: "Uitgangspunt van de visie is het voorkomen van een verdere versterking van deze concentratie". Deze zin graag verwijderen. Deze visie heeft heftige consequenties voor de bezoeker, ondernemers en eigenaar van het winkelcentrum en wordt onvoldoende onderbouwd en beargumenteerd in de visie.

Pag 32:

1. "Winkelcentrum heeft geen toegevoegde waarde voor de detailhandelstructuur binnen de gemeente" Graag verwijderen en tevens aangeven waar dit op gebaseerd is.
2. "Het winkelcentrum heeft een diffuus karakter". Graag verwijderen. Dit is onjuist, de aanwezige winkels zijn fysiek onderdeel van één kadastraal object met een duidelijk ingang en bijbehorende parkeerplaats.
3. "In deze nota hebben ontwikkelingen in zowel de binnenstad, Belvédère als de buurt- en wijkcentra voorrang boven ontwikkelingen in winkelcentrum Noorderbrug". Graag verwijderen. Waarom krijgen alle andere winkelconcentraties voorrang? Terwijl dit een goed functionerend, druk bezocht centrum is zonder leegstand?



4. “Uitbreiding van de detailhandel in winkelcentrum Noorderbrug wordt niet toegestaan, omdat dit afbreuk doet aan het toekomstperspectief van de binnenstad, Belvédère en de buurt- en wijkcentra: clusters met perspectief”. Graag verwijderen. Op welke manier wordt dit beargumenteerd? Het is onmogelijk dat een kwaliteitsupgrade van het centrum met beperkte uitbreiding afbreuk doet aan alle andere winkelclusters in Maastricht. Tevens is het bezwaarlijk dat een nog niet gerealiseerde ontwikkeling (Belvédère) expliciet voorrang krijgt op een bestaande goed functionerende locatie.

5. “Bovendien heeft het winkelcentrum geen functie als wijkvoorziening”. Graag verwijderen, dit is onjuist. De gevestigde detailhandel, en in het bijzonder de Jumbo, heeft weldegelijk een wijkfunctie.

6. “... Niet benoemd als onderdeel van de beoogde detailhandel structuur en sluit onvoldoende aan op de visie van het POL”. Wij zijn van mening dat het weldegelijk een plek heeft en ook zou moeten behouden in de detailhandelsstructuur. Op welke punten voldoet het dan niet aan de visie van het POL? Al de punten die op pagina 36 van het document “Maastricht, analyses detailhandelsnota” worden genoemd onder de uitgangspunten POL2014 zijn van toepassing, zelfs de benutting leegstaande gebouwen is van toepassing. De eigenaar van het centrum heeft namelijk aan de gemeente voorgesteld het naastgelegen leegstaande kantoorgebouw onderdeel te maken van de voorgestelde renovatie van het winkelcentrum en weer een functie te geven (niet per definitie detailhandel).

7. “Met het oog op de hoofdstructuur is Winkelcentrum Noorderbrug dan ook een onwenselijk centrum”. Graag verwijderen. Het centrum is al jaren onderdeel van de detailhandelsstructuur en heeft nut voor haar bezoekers, ook in de toekomst. Deze uitspraak doet een aantal (belangrijke) stakeholders in de stad te kort.

8. “Op deze plek liggen andere kansen dan detailhandel, zoals eventueel transformatie naar vrije tijd/leisure”. Graag verwijderen! Deze locatie functioneert goed in de huidige bestemming, het heeft een retail bestemming. Hoe ziet u de toekomst voor de gevestigde ondernemers die investeren in deze locatie? Waar zijn die andere kansen op gebaseerd?

Opmerkingen/ vragen document “Maastricht, analyses detailhandelsnota”:

1. In tabel 4.4 is de omschrijving van het plan voor winkelcentrum Noorderbrug onjuist. De uitbreiding betreft een optimalisatie van de bestaande branchering, dit heeft slechts beperkt betrekking op doelgericht aanbod, uitbreiding van het dagelijks segment en horeca is ook onderdeel van het voorgestelde metrage.

2. Pagina 5 van de bijlage: “De eigenaar wil het winkelcentrum verbouwen en qua oppervlak aanzienlijk uitbreiding”. Graag wijzigen in: De eigenaar wil het winkelcentrum versterken door een grondige renovatie en kwaliteitsupgrade met een beperkte uitbreiding van de detailhandel.



ANTWOORD:

Over dergelijke materie zegt het POL het volgende: “De kwaliteit van de binnensteden als belangrijke ontmoetingsplaatsen behouden en waar mogelijk versterken.”

“Voor dorpskernen en wijken is de opgave vooral om het voorzieningenniveau en daarmee de leefbaarheid zoveel mogelijk op peil te houden. Dat zal echter niet overal op het niveau van nu kunnen, dat vraagt om keuzes.”

“De keuzes die gemaakt worden moeten leiden tot een goede balans tussen winkelvoorraad in respectievelijk de binnensteden, de grootschalige winkelgebieden aan de rand van de steden en dorpskernen en wijken.”

“De meeste beslissingen over de ontwikkeling van de winkelvoorzieningen worden op lokaal niveau genomen. Daar gaat het om de vraag hoe we de kwaliteit van de winkelgebieden kunnen behouden of versterken, bijvoorbeeld door verbindingen met andere functies zoals wonen, werken, cultuur, recreatie en horeca. Er zullen keuzes gemaakt worden over het compacter maken van winkelgebieden. Om te zorgen voor blijvend bloeiende winkelgebieden, is een heldere visie nodig op het toekomstige voorzieningenniveau van (...) steden (kunnen/willen we het huidige stelsel van buurt- en wijkwinkelcentra overeind houden of kiezen we voor focus?).”

In de Structuurvisie Maastricht 2030 zijn al keuzes gemaakt ten aanzien van het voorzieningenniveau en leefbaarheid van de buurten en wijken in de stad:

“De huidige voorzieningenstructuur staat echter onder druk. Niet alle bestaande voorzieningen kunnen behouden blijven. Er wordt gestreefd naar een solide structuur van ontmoetingsplekken in wijken. In deze plekken, die evenwichtig zijn verdeeld over de stad, worden voorzieningen geclusterd. Clustering in centra zorgt voor toename van de kwaliteit, een evenwichtige spreiding van de centra garandeert de bereikbaarheid. De nieuwe structuur ondersteunt de sociale contacten tussen de bewoners en sluit aan bij de veranderende leefpatronen van de individuele burger.”

In dit kader zijn in de Structuurvisie een aantal ontmoetingsplekken aangewezen. Het winkelcentrum Noorderbrug hoort hier niet bij. Ook van de beoogde detailhandelsstructuur die in de Structuurvisie is opgenomen, maakt het winkelcentrum Noorderbrug geen deel uit. Dit in tegenstelling tot de binnenstad, Belvédère en de diverse buurt- en wijkwinkelcentra. Daar waar de Structuurvisie gericht is op het behoud en versterking van deze ontmoetingsplekken c.q. winkelgebieden, zou een uitbreiding van het Winkelcentrum Noorderbrug deze alleen nog maar verder onder druk zetten.



Uitbreiding van dit winkelcentrum past niet in de keuzes die gemaakt zijn met het oog op het voorzieningenniveau en leefbaarheid van wijken en daarmee past het ook niet bij de uitgangspunten van het POL.

Tijdens de stadsronde op 28 juni jl. heeft de eigenaar aangegeven dat de beoogde uitbreiding zo'n 2.800-3.000 m² bedraagt. Dit is geen beperkte uitbreiding te noemen. Gekeken naar oppervlakte is bv. het winkelcentrum Amby 2.272 m², voorziet het beoogde winkelcentrum Limmel-Nazareth in max. 2.500 m² en zijn winkelcentra als De Heeg, De Beente, Daalhof, Caberg, Belfort rond de 2.000 m². Zoals aangegeven in het analyserapport van BRO is de huidige omvang van het winkelcentrum Noorderbrug 5.449 m².

Door de uitbreiding zou het Winkelcentrum Noorderbrug een andere en grotere verzorgingsfunctie krijgen. Dit zou niet alleen de hoofdstructuur in Maastricht-Oost onder druk zetten, maar zeker ook de buurtwinkelcentra in Amby en Wittevrouwenveld en de plannen voor het winkelcentrum in Limmel-Nazareth.

Uiteraard is modernisering ten behoeve van de bestaande winkels mogelijk, ook op grond van deze Detailhandelsvisie, mits dit binnen de bestaande omvang blijft.

Overigens zijn voor deze locatie ook andere kansen dan detailhandel denkbaar, zoals vrije tijd/leisure. Dit is o.a. gebaseerd op de Visie op de Binnenstad.

2. Belvédère

2 A: Liever woningen op Belvédère

Dhr. Scheen (ondernemer binnenstad); dhr. Hekkens (bewoner)

Maastricht heeft 27.000 m² leegstand, waarom dan niet op de locatie Belvédère woningen bouwen, en de m² die leegstaan in de binnenstad vullen. Bij Belvédère komt horeca bij, of een tuincentrum dat food verkoopt.

Dhr. Brüll (CDA)

Verruiming PDV is goed vanwege meer ontwikkelingskansen, maar heeft BRO gekeken naar de verdringingseffecten van de binnenstad? Waarom verhoging m² op Belvedere?



ANTWOORD:

Voor meer woningen op Belvédère is geen ruimte gelet op de recente Woonprogramming. De onderzoeksresultaten van BRO tonen aan dat dit voor de verdere ontwikkeling van de PDV/GDV-concentratie wel het geval is.

Bij het oppakken van PDV fase 2 heeft Bureau Ruimtelijke Ordening (BRO), vanuit een oogpunt van zorgvuldigheid, opdracht gekregen om te onderzoeken wat in de huidige tijd de kansen en ontwikkelingsmogelijkheden zijn voor de PDV-concentratie in Belvédère, afgezet tegen de marktsituatie. BRO geeft aan dat er nog steeds behoefte is aan deze PDV-concentratie en dat voldoende volume van belang is om te komen tot een toekomstbestendige PDV-locatie. Eén van de adviezen van BRO in dit kader is om de in het bestemmingsplan vastgelegde branchering voor fase 2 (en het restperceel van fase 1) te verbreden met branches die een versterkend effect hebben op het aanbod van woonwinkels, bouwmarkten en tuinaanbod. Die verbreding betreft onder andere GDV-winkels. Weliswaar worden hiermee de brancheringsmogelijkheden voor fase 2 (bestemmingsplan Noorderbrug e.o.) verruimd, maar deze blijven binnen de mogelijkheden zoals toegestaan in de bestemmingsplannen Noorderbrug e.o. en Sphinx. Het betreft hier als het ware een verschuiving van mogelijkheden voor de exacte vestigingslocatie binnen het gebied van het kralensnoer (zijnde het gebied binnenstad-Sphinx- Belvédère fase 2- Belvédère fase 1) ter versterking van deze concentratie. Noch de fysieke grenzen van het gebied noch het aantal toegestane m² worden uitgebreid.

Bovendien is de beoogde invulling van deze concentratie van dien aard dat hiervoor in de binnenstad geen ruimte is en kan deze juist positief zijn voor de binnenstad. De beoogde branches zijn grotendeels niet meer te vinden in stads- en wijkcentra.

2 B: Aandachtspunten ontwikkeling Belvédère

Dhr. Ten Haaf, namens VOC, Ondernemers in Wyck, Ondernemersvereniging

Stokstraatkwartier, Ondernemersvereniging Jekerkwartier en VEBM en CMM.

In algemeen volgt nota goed trends en ontwikkelingen. Groot voorstander voor ontwikkelingen op Belvédère, maar voorwaarden: doorlopen van de ladder duurzame verstedelijking en de ondergrens van 500 m² optrekken naar 1000 m², zodat binnenstad niet gekannibaliseerd wordt. In het centrum zijn panden tussen 400 en 800 m², daar dreigt leegstand. Geen formules vestigen die thans in het



winkelcentrum zijn gevestigd. Kralensnoer: ook ontwikkeling Boschstraat noodzakelijk, niet alleen Sphinx-omgeving.

Dhr. Brüll (CDA)

Aansluiting Boschstraat is belangrijk. Hebben ondernemers zelf plannen om Boschstraat en Sphinx-gebied goed in de markt te zetten?

ANTWOORD:

Het klopt dat de Boschstraat onderdeel uitmaakt van het kralensnoer. Het is in eerste instantie aan de markt om hierop in te springen. De afgelopen tijd hebben diverse initiatiefnemers interesse getoond om zich in deze straat te vestigen. In het huidige bestemmingsplan zijn in ieder geval ruime bestemmingsmogelijkheden opgenomen, zodat deze straat tot een verdere ontwikkeling kan komen. In de conceptvisie is een ondergrens van 500 m² winkelvloeroppervlak voor woonwinkels opgenomen, zodat bv. ook kleinere keukenspeciaalzaken zich kunnen vestigen en daarmee het aanbod op de PDV-concentratie kunnen verrijken. Hierbij moet men zich bedenken dat het gaat om branches die niet of nauwelijks meer te vinden zijn in stads- en wijkcentra. Daarnaast zijn er op dit moment circa 28 panden van tussen de 500 en 1.000 m² in de binnenstad, die vrijwel louter ingevuld zijn met modewinkels en winkels voor huishoudelijke artikelen. Dergelijke winkels mogen zich niet vestigen op Belvédère.

Het is dan ook niet de bedoeling en het ligt niet in de rede dat er massaal winkels vanuit de binnenstad zich gaan vestigen op Belvédère. Met dit in het achterhoofd en mede gelet op het belang van variëteit op Belvédère handhaven wij de genoemde ondergrens van 500 m² voor woonwinkels. (Voor GDV-winkels is de ondergrens overigens 1.500 m²). Hierbij zal uiteraard ook de duurzaamheidsladder gevolgd worden.

2 C: Belvédère belangrijk maar kijk ook naar andere mogelijkheden

Dhr. Peeters (PVM)

Belvédère heeft belangrijke positie in deze nota. Verzoek om ook te kijken naar andere mogelijkheden.

Opmerkingen Intratuin en Noorderbrug beantwoorden.



ANTWOORD:

Zie de beantwoording in dit document

2 D: Branches

Mevr. Van de Beek (HB Capital):

Pag. 22 en 23:

1. Welke branches worden bedoeld met “overige branches” in de tabel met marktmogelijkheden Belvédère.
2. Wat wordt exact bedoeld met de term “Retailpark” in de zin: Het cluster krijgt meer het karakter van een “GDV-locatie” of “Retailpark”. Aan welk bezoekmotief moet worden gedacht. Zijn de definities helder opgesteld?

ANTWOORD:

Qua detailhandel betreft het de branches bruin- en witgoed, rijwielen, dibevo en sport en kamperen. Bedoeld is dat het geen monofunctionele woonboulevard wordt vanwege de combinatie met de juist genoemde branches en niet-detailhandelsfuncties. Het is uitdrukkelijk niet de bedoeling dat een volwaardig Retailpark ontstaat, vandaar het aanwijzen van de genoemde branches.

2 E: Nauwelijks aandacht voor detailhandels an sich en sterke punten Maastricht

Dhr. Coenegracht (KHN)

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 in het bijzonder 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 vormt de voedingsbodem voor een zeer hoge waardering van MAASTRICHT als een der aantrekkelijkste steden van het land.



ANTWOORD:

Aan de genoemde zaken is wel degelijk aandacht besteed. Zo worden in het analyserapport de bijzondere kwaliteit van het detailhandelsaanbod in Maastricht genoemd en wordt aangegeven dat een goede combinatie van horeca, detailhandel, wonen, cultuur en andere functies zorgen voor een aantrekkelijke binnenstad, waarbij de monumentaliteit en identiteit behouden blijven. Ook in de visie zelf wordt ingegaan op de historische/culturele achtergrond in combinatie met de kleinschaligheid van de winkels en de aanwezigheid van horeca en terrasjes.

2 F: Visie is ontwikkelingsvisie Belvédère

Dhr. Coenegracht (KHN)

Deze detailhandelsvisie is in feite een instrument om het project Belvédère te laten landen. Voortdurend wordt verwezen naar mogelijkheden en verwachtingen in het Belvédère-gebied waarbij beperkingen worden opgelegd aan de groei van de binnenstad, de wijken, het doorgroeien van bestaande ondernemingen etc... Hierbij verwijst dhr. Coenegracht naar diverse passages op pag. 4, 5, 37, 32, 8, 10, 12, 20, 22 e.v. en 24 van de concept-detailhandelsvisie.

ANTWOORD:

Het klopt dat de ontwikkeling op Belvédère een belangrijke plek inneemt. Dit is ook niet verwonderlijk, want het is een belangrijke ontwikkeling die juist vanwege zijn impact zorgvuldig door BRO onderzocht is. Enerzijds is gekeken naar de voorwaarden waarbij de concentratie op Belvédère vitaal kan zijn en anderzijds naar de voorwaarden waarbij deze geen negatieve werking op bestaande winkelgebieden in de hoofdstructuur hebben.

Overigens komen ook de andere winkelgebieden in de stad uitvoerig aan bod.

2 G: Brancheervaging

Dhr. Coenegracht (KHN)

Pag.25:

Brancheervaging 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.



Brachevreemde producten worden alleen toegelaten op het Belvédère-terrein en niet in de rest van de stad, zoals bij Intratuin dat met naam genoemd wordt. U voert in deze visie een dubbel beleid.

Pag.26:

Brancheervaging zal getoetst moeten worden. Vanuit ervaringen bij de horeca wil dhr. Coenegracht uitdrukkelijk waarschuwen dat deze toetsing niet voorbehouden moet zijn aan een ambtelijke dienst. Een ambtenarenvisie is immers geen ondernemersvisie.

ANTWOORD:

Het voorgestane beleid ten aanzien van brancheervaging (betreft de branchering in de zin van het assortiment van individuele winkels) geldt voor de hele stad, dus niet alleen voor de winkels op Belvédère. Dit staat los van het voorstel om meer branches toe te staan op de PDV-concentratie op Belvédère (dit betreft de branchering in de zin van het type winkels dat in het gebied wordt toegestaan). Bij het opstellen van dit beleid heeft het belang van individuele ondernemer/winkelcentra een belangrijke rol gespeeld, maar uiteindelijk is het functioneren van de detailhandelsstructuur als geheel bepalend geweest. Dit vergt ook bij de toetsing een andere visie dan louter een (individuele) ondernemersvisie.

Met betrekking tot het noemen van individuele bedrijven: de concept-visie zal nog eens tegen het licht worden gehouden, want concrete gevallen horen inderdaad niet in deze detailhandelsvisie thuis. Een detailhandelsvisie heeft een generiek karakter en bevat geen beslissingen op individueel niveau. We zullen dan ook o.a. de passage over Intratuin schrappen.

3. Binnenstad

3 A: Rekening houden met ondernemer

Dhr. Winckers, ondernemer binnenstad

De wens van de consument wordt genoemd. Houd ook rekening met het kunnen van de ondernemer. Bijv elke zondag winkel openstelling. Vooral de kleine ondernemer.



Wenselijkheid wat op welke locatie wel en niet mag. Als Media Markt t-shirts wil verkopen, dan kan de raad dit niet tegenhouden. Waarom nog bouwen voor Belvédère? Andere ondernemers willen graag vernieuwen en uitbreiden en mogen dit niet.

Dhr. Hoen (MV)

Tegengaan van concurrentievervalsing, kwaliteit van de binnenstad en de mogelijkheden voor bestaande ondernemers zijn belangrijk.

ANTWOORD:

In de conceptvisie hebben we een samenhangend en evenwichtig beleid geformuleerd, waarmee aan de ene kant de mogelijkheden voor ondernemers zo ruim mogelijk zijn en aan de andere kant de negatieve effecten op andere ondernemers c.q. de detailhandelsstructuur (de economie van de stad als geheel) zo beperkt mogelijk blijven. Mooi voorbeeld is de regeling over branchevervaging. Hierbij is ook de kwaliteit van de binnenstad een belangrijk uitgangspunt geweest.

3 B: Aandacht voor Tapijn, Jekerkwartier, Stokstraatkwartier

Dhr. Ten Haaf, namens VOC, Ondernemers in Wyck, Ondersvereniging Stokstraatkwartier, Ondernemersvereniging Jekerkwartier en VEBM en CMM.

Er is onvoldoende aandacht voor ontwikkelingen op Tapijn en in Jekerkwartier. Beide gebieden hebben zich goed ontwikkeld. Specifieke positie en aanbod van Stokstraatkwartier meenemen. Kwaliteit bestendigen. Inzet richten om leegstand te verdienen.

ANTWOORD:

In de visie zullen we dit kort benoemen. Er wordt niet tot in detail op de verschillende kwaliteiten en buurtkarakters ingegaan, omdat dit al gebeurt in de Visie op de Binnenstad.

3 C: Mosae Forum

Dhr. Sanders (Mosae Forum)

MF staat benoemd als leegstand, maar een actieve visie op gebied wordt gemist. Graag ook ontwikkelingen voor Mosae Forum faciliteren bij BruPo, eventueel via een transformatie.



ANTWOORD:

Zoals reeds in de concept-visie aangegeven is, is de rol van de overheid beperkt en is vooral de markt aan zet bij het realiseren van ontwikkelingen, zeker als dit leegstand in concrete panden betreft. Dit neemt natuurlijk niet weg dat de leegstand in Mosae Forum ook ons als college verontrust. Wij zijn zeker bereid om mee te denken over een herinvulling die Mosae Forum en de binnenstad versterkt, ook als dit een ruimtelijke of functionele transformatie of uitbreiding van (een deel van) Mosae Forum zou betekenen.

3 D: Leegstandcijfers

Dhr. Schreurs, namens 3 ondernemersverenigingen (Stokstraatkwartier, VEBM, VOC)

Peildatum analyse is medio 2015. Er is veel gebeurd. Leegstandcijfers zouden update nodig hebben. Storend dat woorden centrum en binnenstad door elkaar gehaald worden. Geen definitie.

ANTWOORD:

Het klopt dat de analyse een bepaalde peildatum heeft. Een update is natuurlijk altijd welkom, maar juist in deze tijd zijn leegstandcijfers erg aan verandering onderhevig, waardoor morgen de cijfers van vandaag alweer achterhaald kunnen zijn. Bovendien zijn cijfers per definitie slechts van bepaalde peildata beschikbaar. Uiteindelijk gaat het om de lange termijn. Tot slot is het opstellen van de visie een langlopend traject.

In de bijlage staan de straten genoemd die beschouwd zijn als centrum/binnenstad. Wij zullen de visie nog eens nalopen op een consequent gebruik van de termen centrum en binnenstad.

3 E: Internetwinkels in binnenstad

Mevr. Nuyts (LPM)

Visie op de Binnenstad. Welke visie is er om binnenstad te vullen met internetwinkels?

ANTWOORD:



De binnenstad is niet alleen voor toeristen bedoeld, maar heeft nadrukkelijk ook een verzorgingsfunctie voor de eigen inwoners van Maastricht. Als internetwinkels een fysiek afhaal-/verkooppunt hebben, dan is het de bedoeling dat deze in de binnenstad of een ander winkelcentrum gevestigd worden, zodat geprofiteerd kan worden van de aantrekkende werking.

4. Intratuin

4 A: Contact met Intratuin

Dhr. Smeets (Intratuin); Kitty Nuyts (LPM); Matt Brüll (CDA)

Waarom is er geen contact geweest met Intratuin in het kader van het opstellen van deze concept-detailhandelsvisie?

ANTWOORD:

In een eerder stadium is er contact geweest met Intratuin, dat voldoende input opgeleverd heeft ten behoeve van de concept-detailhandelsvisie en dat zelfs aanleiding is geweest om in de concept-visie expliciet aandacht aan Intratuin te besteden. We beseffen overigens dat het eleganter was geweest als er vlak voor de publicatie van de concept-visie nogmaals kort contact was geweest, hetgeen we inmiddels ook al met Intratuin gedeeld hebben. In dit gesprek heeft Intratuin tevens de toegezonden informatie nog eens toegelicht.

4 B: Uitbreiding assortiment

Dhr. Smeets (Intratuin)

Wij hebben gevraagd om een actuele bestemming en hebben daarbij voorbeelden gegeven van bestemmingen die recentelijk nog gemaakt zijn door BRO (zoals o.a. Deventer en Heerhugowaard). Als lokale vestiging van een landelijke retail-formule heeft Intratuin Maastricht ruim 70 werknemers in dienst. Dit personeelsbestand is opgebouwd uit fulltimers, parttimers, 'zaterdagkrachten' en is daarbinnen heel divers. Het bestand varieert van laaggeschoolden, langdurig werklozen, scholieren



tot medewerkers met een middelbare of hogere beroepsopleiding. Daarnaast is Intratuin een zogenaamd leerbedrijf en biedt dus een leerplek voor scholieren.

Intratuin manifesteert zich, als tuincentrum, binnen de tuinbranche waarbij het inmiddels een vooraanstaande plaats heeft ingenomen. Om deze plaats te kunnen behouden zal Intratuin zich moeten aanpassen aan trends, marktontwikkelingen om zodoende de consument blijvend te kunnen bedienen (*bijlage: artikel AD 14 januari 2016*). Om dit formeel mogelijk te kunnen maken zal de vigerende bestemming gewijzigd dienen te worden.

Intratuin in haar omgeving

Het is dagelijks nieuws dat het in de retail slecht gaat waarbij gemakshalve verwezen kan worden naar Vroom en Dreesmann, DA, Scapino, Dolcis, Manfield, Xenos, Blokker en bijvoorbeeld de Hema. Ook binnen de tuincentrumbranche zijn in de afgelopen 5 jaar ruim 45 bedrijven failliet gegaan. Internet, een veranderende consument en de huidige tijdsgeest vragen om veranderingen en aanpassingen: stilstaan is achteruitgaan en dat willen en kunnen wij ons niet veroorloven. De markt om ons heen verandert, zowel landelijk alsook lokaal (*bijlage: Rabobank Cijfers & Trends 2016*). Ook de situatie in Maastricht verandert. Zo zijn recentelijk op enkele kilometers afstand van Intratuin een Action en een Aldi geopend, iets wat in 2014 nog ondenkbaar leek, maar wat nu wel een gegeven is en dus leidt tot nieuwe en andere concurrentieverhoudingen. De Sligro verkoopt inmiddels meer aan particulieren dan aan bedrijven en ook op de Beatrix haven wordt nu aan particulieren verkocht. Maar ook op het industrieterrein Randwijck-Zuid is de situatie inmiddels veranderd. Daar gevestigde bedrijven als autogarages, Heuts, fietsenwinkel de Beente, Thiessen bouwmaterialen, de Keukenzaak, of de Kringloopwinkel verkopen ruimschoots aan particulieren en dus vindt ook daar reguliere detailhandel plaats. Dit zijn allemaal recentelijke en wellicht ook normale hedendaagse ontwikkelingen. Wij zijn niet tegen deze, bijna onhoudbare, (landelijke) ontwikkelingen maar willen wel in de gelegenheid worden gesteld om deze of soortgelijke ontwikkelingen óók door te kunnen maken. Intratuin zal dan ook, om haar regionale functie te kunnen behouden, naar de toekomst toe moeten veranderen en zal dus de branche en de landelijke ontwikkelingen moeten kunnen volgen.

De voornoemde regionale functie van Intratuin Maastricht is, na de nieuwbouw, steeds verder toegenomen en zal naar verwachting nog verder toenemen. Op basis van de in 2015 gerealiseerde omzet heeft Intratuin in het afgelopen jaar 437.733 bezoekers gegenereerd. Een toenemend aantal van deze bezoekers komt uit België te weten 20% zijnde 87.546 bezoekers. Uit de regio komt 55%



zijnde 240.753 bezoekers (*bijlage: kaart klantenherkomst obv postcode onderzoeken*). Kennelijk zijn mensen in de regio en ook België dus bereid om een flinke reisafstand te overbruggen.

Het kan niet anders zijn dan dat een vestiging als Intratuin met haar productaanbod in Maastricht, met bijna een half miljoen bezoekers, een positieve spin off heeft voor centrum Maastricht en vice versa. Wij versterken elkaar!

Dhr. ten Haaf namens CMM

Ik sluit mij aan bij Intratuin: geen centrumligging, maar wel veel (internationale) bezoekers die ook het centrum bezoeken. Namens CMM pleiten om maatwerk te leveren voor Intratuin. Het enkele product dat gekocht kost het centrum niet de kop. Optelsom is positief.

Mevr. Godwin (PvdA)

Kan het college het assortiment van Intratuin opnieuw bekijken?

ANTWOORD:

Wij zien Intratuin zonder meer als een belangrijke speler op het gebied van detailhandel en hebben waardering voor het feit dat het bedrijf, ook op sociaal gebied, voor een bepaalde dynamiek zorgt en klanten uit de regio incl. België trekt. Intratuin en de Centrummanager geven aan dat de klanten uit de regio in groten getale ook de binnenstad zullen bezoeken. Wij zijn er echter niet van overtuigd dat deze klanten massaal een bezoek aan de binnenstad brengen dat ze niet zouden brengen zonder Intratuin (danwel zonder een verruimd branchevreemd assortiment van Intratuin). In ieder geval staat dit op gespannen voet met de trend die uit de door Intratuin aangeleverde stukken blijkt, namelijk dat een bezoek aan een tuincentrum steeds meer een op zichzelf staand dagje uit moet worden. Daar komt nog bij dat hoe groter het assortiment van Intratuin wordt, hoe kleiner de reden wordt om daarna nog de binnenstad te bezoeken.

Bedrijven in Maastricht, en zeker bedrijven zoals Intratuin, willen wij zoveel mogelijk faciliteren. Daarom hebben wij bij de verkassing en vergroting van het bedrijf de mogelijkheden ten aanzien van de branchering c.q. brancheveraging sterk verruimd. Hierdoor zijn ook zaken als tuin- en interieurgerelateerde cadeau- sfeer- en interieurartikelen, kerst- en paasartikelen, dierbenodigdheden en –voeders, huis- en hobbydieren, tuinkleding en –schoeisel (m.u.v. modische, sport- of vrijetijdskleding) en grootschalige tuinartikelen (zoals zwembaden en speeltoestellen)



zonder meer mogelijk. Ook mogen er op een oppervlakte van 440 m² kleinschalige kook- en bakartikelen (zoals pannen, potten, keukengereedschappen, keukentextiel) en kleinschalige artikelen i.v.m. het nuttigen van maaltijden (tafels, stoelen, serviezen, bestekken, tafelaankleding) verkocht worden en mogen er kookdemonstraties verzorgd worden. Ook is 500 m² horeca, een kinderparadijs/kindercrèche en een standplaats ambulante handel (10 m²) voor de verkoop van goederen voor directe consumptie toegestaan. Bovendien mag 100 m² gebruikt worden voor de verkoop van overige (branchevreemde) artikelen. Dit laatste is m.u.v. detailhandel in voedings- en genotsmiddelen, modische, sport- en vrijetijdskleding en overige modische artikelen, gelet op de belangen van andere winkelcentra in de stad, zoals binnenstad en buurt- en wijkwinkelcentra. Deze mogelijkheden gelden overigens ook voor andere tuincentra in de stad. De omschreven mogelijkheid voor de verkoop van overige artikelen geldt ook voor bouwmarkten en woonwinkels. Op basis van deze mogelijkheden is het voor Intratuin mogelijk gebleken een grootschalige (ca. 11.000 m²) en goedlopende winkel te realiseren die veel bezoekers trekt.

Thans gaat de wens van Intratuin verder en wil men het oppervlak voor de verkoop van overige artikelen verruimd zien van 100 naar 500 m² en wil men de bepaling dat er geen voedings- en genotsmiddelen, modische, sport- en vrijetijdskleding en overige modische artikelen verkocht mogen worden, schrappen.

Deze maatregel zou echter relatief weinig toevoegen aan de wensen van Intratuin, zeker als men dit afzet tegen de consequenties voor de detailhandelsstructuur c.q. winkelgebieden in de stad. Wat voor Intratuin geldt, zou namelijk ook voor andere PDV-winkels moeten gelden. Een vervijfvoudiging van de verkoop van overige (branchevreemde) artikelen, waaronder ook de nu uitgezonderde artikelen (levensmiddelen, modisch etc.), zou alleen al voor Intratuin en Belvédère samen een toegevoegde oppervlakte van ca. 3.000 m² betekenen van assortiment dat eigenlijk in de binnenstad of andere winkelcentra verkocht hoort te worden.

De bestaande, zeer ruime assortimentsmogelijkheden zijn in het kader van de vaststelling van het bestemmingsplan voor de locatie Intratuin na een zorgvuldige discussie en afweging vastgesteld, waarbij uit oogpunt van de detailhandelsstructuur een grens getrokken is. Als de gemeente zou blijven toegeven aan de voortdurende wens van Intratuin om deze grens steeds verder op te rekken, dan zou steeds meer de mogelijkheid ontstaan voor een algemeen warenhuis dat in toenemende mate concurreert met de buurt-, wijk- en stadsdeelcentra en de binnenstad.



Dit zou ook niet aansluiten op de thans door BRO voorgestelde 10%-regeling met max. 100 m² branchevreemde artikelen, m.u.v. levensmiddelen, drogisterij- en modische artikelen. Deze lijn is gebaseerd op moderne inzichten over detailhandel en is een gangbare regeling. Door BRO zijn recentelijk diverse detailhandelsstructuurvisies opgesteld (en door de betreffende gemeenteraden vastgesteld) waar sprake is van een vergelijkbare regeling. Voorbeelden zijn Venlo, Eindhoven en Arnhem. Anders dan de door Intratuin aangehaalde voorbeelden zijn dit met Maastricht vergelijkbare steden, die ook het belang van hun binnenstad en buurt-, wijk- en stadsdeelcentra centraal stellen. Wij stellen u voor om deze regeling als generieke lijn te hanteren voor toekomstige situaties. Huidige rechten voor bedrijven worden uiteraard niet teruggedraaid. Echter een verzoek voor een bestemmingsplanwijziging zal worden gewogen in het licht van het nieuwe detailhandelsbeleid. Omdat het hier een concreet geval van een individueel bedrijf betreft, hoort dit evenwel niet in de deze detailhandelsvisie thuis. Een detailhandelsvisie heeft namelijk een generiek karakter en bevat geen beslissingen op individueel niveau. We zullen de passage over Intratuin dan ook schrappen.

5. Brusselse Poort

5 A: Nieuwe eigenaar

Mevr. Van de Beek (HB Capital)

Pag. 15 en 34:

1. “De plannen voorzien hier reeds in 4.500 m² uitbreiding voor nieuwe branches en daarnaast een kwaliteitsimpuls aan de bestaande bebouwing.” De plannen van de laatste eigenaar (tot 21 juni jl) betreffen 10.000 m² uitbreiding. Zie ook de anterieure overeenkomst tussen de gemeente en voormalig eigenaren met betrekking tot de uitbreiding. HB Capital is sinds 21 juni jl eigenaar. Derhalve graag de geciteerde zinsnede verwijderen dan wel 4.500 m² aanpassen in max. 10.000m². Dit ligt vast in het nieuwe bestemmingsplan. In het document “Maastricht, analyses detailhandelnota”, in tabel 4.4 is er tevens wel verwezen naar de 10.000 m² uitbreiding.

ANTWOORD:

We zullen de desbetreffende passages aanpassen.



5 B: Derde supermarkt

Mevr. Van de Beek (HB Capital)

Er ontbreekt een verwijzing naar de mogelijkheid om een derde supermarkt te realiseren in het centrum. Deze mogelijkheid is besproken in het gesprek met dhr. H. Theuwissen van de gemeente Maastricht op 1 juni 2016, waarbij door de heer Theuwissen is aangegeven dat men ambtelijk positief staat tegenover een 3e supermarkt en medewerking verleend zal worden aan een bestemmingsplanwijziging.

Analyserapport: Omschrijving van de Brusselse Poort op pagina 9 van de bijlage: "De revitalisering betreft een uitbreiding van maximaal 10.000 m² wvo, maar vooralsnog ca. 4.500 m² wvo. Er zal verder een nieuw parkeerterrein aan de Artsenijstraat worden gerealiseerd, de routing van het winkelgebied zal worden verbeterd en de uitstraling van het winkelcentrum zal worden gemoderniseerd. Naar verwachting zal het plan in 2018 gereed zijn." Graag verwijderen. Het centrum is per 21 juni 2016 verkocht aan de nieuwe eigenaar HB Capital. De details en de tijdslijn van de plannen van de vorige eigenaar zijn daardoor niet meer actueel, de nieuwe eigenaar HB Capital werkt momenteel aan de uitbreidingsplannen.

Mevr. Nuyts (LPM)

Derde supermarkt in winkelcentrum Brusselse Poort: concurreren zij zich niet kapot?

ANTWOORD:

Het klopt dat men ambtelijk tegenover de voormalige eigenaar aangegeven heeft welwillend tegenover een budgetsupermarkt in winkelcentrum Brusselse Poort te staan. Dit is gebeurd in de context van de plannen van de voormalige eigenaar en onder nadrukkelijk voorbehoud van bestuurlijke accordering. HB Capital, dat sinds kort de nieuwe eigenaar van het winkelcentrum is, geeft aan dat de plannen van de voormalige eigenaar niet meer actueel zijn en dat men werkt aan nieuwe plannen.

Bij het opstellen van de concept-detailhandelsvisie is uitgegaan van de uitbreidingsplannen van 4.500 m² (tot circa. 18.000 m²) en dat een significant grotere uitbreiding in het huidige tijdsgewricht onaanvaardbare effecten op de binnenstad zal hebben. Het bestemmingsplan staat evenwel een



uitbreiding tot 22.000 m2 toe. Dit betekent dat er opnieuw nauwkeurig gekeken zal moeten worden naar de concrete invulling van de plannen en de rol van een eventuele derde (budget)supermarkt hierbij. De tekst in de detailhandelsvisie biedt de ruimte om hierover aan de hand van concrete plannen een afweging te maken.

6. Overig

6A: Locatie Pans

Mevr. Nuyts (LPM)

Blijft het huidige pand Pans solitair?

ANTWOORD:

Het pand Pans zelf heeft een zeer ruime gemengde bestemming met o.a.dienstverlening, kantoor- en maatschappelijke doeleinden, waarbij tevens detailhandel in meubels toegestaan is. . Andere detailhandel is niet toegestaan in het pand. Dit wordt ook niet voorzien, noch voor het pand, noch voor de direct nabije percelen. Dat zou immers op gespannen voet staan met het concentratieprincipe uit de concept-visie.

Overigens is de directe omgeving volop in beweging: de Noorderbrug wordt verlegd, waardoor het pand aan deze belangrijke nieuwe verkeersas komt te liggen, het Frontenpark wordt verder ontwikkeld en er worden plannen gemaakt voor een herinvulling van de locatie Vredestein.

6 B: Brancheervaging

Dhr. Jongen (D66)

Er is een contradictie in de concept-visie t.a.v. brancheervaging. Als het product niet in de winkels te verkrijgen is, gaat de consument naar internet.

ANTWOORD:



De essentie van de concept-visie is dat ondernemers maximale ruimte krijgen, mits dit binnen de structuur past. Het functioneren van de structuur als geheel is leidend. Dit betekent dat de consument op de juiste plek binnen de structuur zijn gewenste producten moet kunnen krijgen.

6 C: Internetwinkels

Dhr. Coenegracht (KHN)

Pag.26 en 27.

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. Derhalve het beleid t.a.v. faciliteren internethandel bijstellen.

ANTWOORD:

Het faciliteren van internethandel zonder afhaal-/verkooppunt levert werkgelegenheid en ondernemersdynamiek in Maastricht op. Dergelijke winkels hebben doorgaans een landelijk verzorgingsgebied, hetgeen betekent dat bedrijven die zich niet in Maastricht, maar elders vestigen, een zelfde effect op de fysieke detailhandel in Maastricht zullen hebben.

Internethandel met afhaal-/verkooppunt moeten zich vestigen in een van de winkelcentra in de stad, zodat die profiteren van de dynamiek die dergelijke bedrijven met zich meebrengen.

6 D: Blurring

Dhr. Coenegracht (KHN)

Pag.28 en 29

Blurring wordt 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.

ANTWOORD:

Blurring is inderdaad een fenomeen dat in belang toeneemt. De concept-visie wil initiatieven op dit gebied stimuleren, mits deze aansluiten bij zowel de kaders van deze visie als de drank- en horecawetgeving.
