

Retailvisie

Het wijkcomité Tuinstad Staalwijk heeft kennis genomen van de concept-retailvisie 2025 van de gemeente Leiden. Helaas door een ongelukkig geplande inspraak periode en te kort schietende communicatie vanuit de gemeente met betrekking tot deze concept-visie, waren wij als wijkcomité niet in staat onze zienswijze voor 4 september 2015 kenbaar te maken. Toch willen wij nog bij deze onze zienswijze met betrekking tot de concept-retailvisie uitspreken.

Ten aanzien van het rapport

A De gegevens over recreatief winkelen en de klantentypering hebben we terug kunnen vinden in de leefstijl atlas van de Provincie Zuid-Holland uit 2011. Deze gegevens zijn inmiddels 5 jaar oud en gaan alleen over recreatief winkelen, vanwaar dan de conclusie dat deze wensen automatisch ook gelden voor doelgericht winkelen en boodschappen winkelen? Is er bij een retailvisie die naar eigen zeggen de klant centraal stelt niet meer klantenonderzoek nodig, zeker met betrekking tot dagelijkse boodschappen? In Tuinstad Staalwijk is daar geen enkel onderzoek van bekend.

B. De winkeliers van de Herenstraat hebben niet kunnen meepraten over de concept-retailvisie, zij hebben ook geen gegevens kunnen aanleveren voor dit rapport, zeker niet ten aanzien van consumenten aantallen e.d. Voor de visie zijn alleen (overkoepelende) grote winkeliersverenigingen benaderd. De winkeliers in de Herenstraat zijn op geen enkele wijze betrokken in het onderzoek en de concept-retailvisie.

Ten aanzien van de visie

In de visie missen wij oog voor de huidige politieke en sociaal demografische ontwikkelingen en de rol die een klein wijkwinkelcentrum zoals die van de Herenstraat daarin nu al speelt en in toenemende mate kan vervullen.

De sociaal demografische ontwikkelingen

Als eerste ontwikkeling is het huidige beleid dat ouderen en minder validen zo lang mogelijk thuis moeten blijven wonen. De gemeente heeft in dit beleid een grote rol, zij wordt geacht mensen ook zolang mogelijk in staat te stellen dit te kunnen doen middels de WMO en Sociale Wijk Teams. De overheveling van deze voormalige overheidstaken naar de gemeente gepaard met een draconische vermindering van middelen om deze uit te voeren, stelt de gemeente nu al voor enorme uitdagingen. Wanneer voorzieningen als kleine buurt- en wijkwinkelcentra moeten sluiten zal dit leiden tot een toenemend aantal beroepen op de Sociale Wijk Teams. De concept-retailvisie staat in onze ogen haaks op dit beleid.

De tweede ontwikkeling is de toenemende vergrijzing, die mensen steeds minder mobiel maakt. De concept-retailvisie stelt de klant centraal en de klant handelt grensoverschrijdend. Helaas betreft dit alleen de klant die mobiel genoeg is om zelf een grotere afstand naar een winkelcentrum te overbruggen, fit genoeg is om een heel winkelcentrum te doorkruisen naar dagelijkse boodschappen, naar iets minder dagelijkse items en voor grotere aankopen kan beschikken over een auto. De minder mobiele en valide inwoners wordt de gelegenheid tot aankoop van zelfs dagelijkse boodschappen ontzegd of in ieder geval een flink stuk moeilijker gemaakt. Voor een halfje brood, een pak melk, een paar enveloppen, een rolletje plakband en even naar de kapper wenst niemand grensoverschrijdend te handelen. "Iedereen doet dus mee", behalve de minder mobiele en valide inwoners van Leiden. Het sociaal wijkprofiel 2015 van de gemeente Leiden geeft aan dat er in 2015 in Tuinstad Staalwijk het aantal inwoners dat ouder was dan 65 met 14.4% nu al hoger ligt dan het Leids gemiddelde van 13,9%. Dit lijkt weinig, maar daar staat tegenover dat er in de wijk geen verzorgingstehuizen zijn of andere woonvoorzieningen die faciliteiten voor senioren bieden die dit cijfer kunstmatig omhoog brengen. Het percentage 65 plussers zal alleen maar toenemen en daarmee ook het aantal minder mobiele inwoners.

Tuinstad Staalwijk heeft in deze visie geen wijk- of buurtwinkelcentrum meer en op termijn geen enkele winkel meer. Minder mobiele inwoners zullen om thuis te kunnen blijven wonen dan ook voor dagelijkse en andere kleine boodschappen een beroep moeten doen op het sociaal wijkteam, vrijwilligers of van hun mantelzorgers extra inspanning moeten vragen. Welke voorzieningen denkt de gemeente te kunnen realiseren om voor deze inwoners en hun mantelzorgers een leefbare omgeving in stand te houden waarin zij in staat zullen zijn om zo lang mogelijk zelfstandig thuis te kunnen wonen? En op wiens bordje gaat dan de rekening belanden? Bij uw collega wethouder voor Jeugd, Zorg en Welzijn?

Naar onze mening is er in de concept-retailvisie geen enkel opzicht oog voor de sociale betekenis van de winkeliers in de wijk, de activiteiten voor de inwoners die zij ontwikkelen en ondersteunen en de extra dienstverlening die zij bieden wanneer een inwoner een beroep op hen doet. Zonder de winkeliers zal er geen 5 mei braderie vanaf de Doezastraat naar het 5 Meiplein meer zijn en of twee kleinere braderietjes in de Doezastraat en de Luifelbaan dan nog te realiseren zijn is nog maar de vraag. Er zal geen Sinterklaas en Kerstman voor de kinderen in de wijk op bezoek komen. De nationale straatspeeldag zal niet meer gesponsord worden, en dan waarschijnlijk ook verdwijnen. De wijkkrant "Onze wijk" zal zonder advertentie inkomsten van de winkeliers als gedrukte versie niet gerealiseerd kunnen worden en een deel van de inwoners niet meer bereiken.

Er zal daarnaast geen ontmoetingsplek meer zijn waar mensen elkaar kunnen tegenkomen en een praatje kunnen maken. De buurt zonder de winkels zal een doodse buurt zijn zonder de benodigde sociale prikkels die minder valide inwoners zo hard nodig hebben om zolang mogelijk thuis te kunnen blijven wonen. Sociale prikkels moedigen aan tot het naar buitengaan en daarmee ook tot lichaamsbeweging, een gezondere leefstijl en geestelijk welbevinden. Wie wil er nu elke dag gaan wandelen zonder mensen tegen te komen op straat? En wie zal er in een doodse wijk opmerken dat iemand al lange tijd niet meer gezien is?

De economische factoren

De rooskleurige visie ten aanzien van de economische trends delen wij niet zonder vraagtekens. Er is ons inziens veel gebaseerd op aannames, die verre van zeker zijn. Aansturen op krimp bevordert krimp en moet dan ook niet per definitie als zaligmakend of in dit geval voor winstgevend worden aangenomen.

Als eerste moet opgemerkt worden dat internet winkelen inderdaad toeneemt, maar dat tot op heden nog volstrekt onduidelijk is in welke branches de hardste klappen zullen vallen.

Het is niet ondenkbaar dat men verkiest om het uniforme assortiment van een Hema, Blokker of een andere filiaal- of ketenvestiging per internet te gaan bestellen, in dat geval zullen de klappen eerder vallen in de nu in de visie als toekomstvast bestempelde winkelgebieden dan bij de vrije detaillisten.

Voor dagelijkse boodschappen lijkt er toekomst te zijn om bij supermarkten online te winkelen, maar vooralsnog alleen voor financieel draagkrachtigen. Voor de alleenstaande financieel beperkten en vaak oudere minder mobiele inwoners zullen bezorgkosten voor de dagelijkse boodschappen een flink gat slaan in hun budget, nog los van benodigde internet toegang e.d.

Ten tweede de in de visie genoemde "local heroes" met een eigen identiteit verkassen naar een groter winkelgebied kan wel eens minder lucratief zijn dan de visie voorstelt. Zij zullen in de uithoeken van een winkelcentrum niet per definitie hun identiteit kunnen laten gelden. Hoge prijzen per vierkante meter en een ondergeschikte plek in een winkelcentrum waar grote ketens en filialen de dienst uitmaken zullen hen eerder de kop kosten en daarmee het winkel aanbod verarmen. Voor beginnende creatieve en innovatieve ondernemers zijn de mogelijkheden al helemaal beperkt geworden door de hoge prijzen. Een verarming van product aanbod en een verhoging van uniform product aanbod door ketens en filialen kan een factor zijn die online winkelen versnelt en de loop naar het "toekomstvast" winkelcentrum doet afnemen en daarmee de leegstand in de hand werkt. De consument die grensoverschrijdend aankopen financieel kan doen, kan zich dan ook aangemoedigd zien om landelijk of regionaal grensoverschrijdend gaan aankopen, leuk linnengoed uit Enschede of schoenen uit Oostenrijk.

Conclusie

Voor de inwoners van Tuinstad Staalwijk betekent bovenstaande dat de boodschappenwinkels en ondersteunende detailhandel met dienstverlening door detaillisten verdwijnen. Niet meer een behanger kunnen vragen bij Frank Scheffer bij aangekocht behang als je zelf niet meer kunt behangen, je huisdier moeten wegdoen omdat kwalitatief goed honden- of kattenvoer niet in het standaard assortiment van de supermarkt zit en alleen via online winkelen en additieve bezorgkosten geleverd kan worden, niet meer even bij de kapper je haren laten wassen als je door een staaroperatie dit tijdelijk zelf niet kan doen, geen vers visje van de visman of wasgoed naar de wasserette brengen.

Juist op dit vlak kunnen winkeliers en detaillisten in Tuinstad Staalwijk veel bieden en betekenen, omdat zij bovenop en in hun verzorgingsgebied zitten. En daarmee kunnen zij een belangrijke bijdrage leveren aan het ontlasten van mantelzorgers, ondersteuning van het Sociaal wijk Team efficiënter maken en de sociale cohesie in de wijk in stand houden.

Het wijkcomité Tuinstad Staalwijk beziet de ontwikkeling van deze sturing van consumentengedrag aan de hand van opheffing van locale winkelgebieden dan ook met de nodige scepsis. Als wijkcomité willen wij de gemeente vragen om meer aandacht voor de sociale aspecten die zullen voortvloeien uit de opheffing van de Herenstraat als winkelgebied en zich rekenschap geeft van gevolgen voor de kwetsbare inwoners van Tuinstad Staalwijk en het sociale leefklimaat van de wijk als geheel. Een definitieve versie moet in onze opinie de Herenstraat samen met de Doezastraat definiëren als kansrijk gebied waar “local heroes” met hun extra diensten in belangrijke mate bijdragen aan een leefbare Tuinstad Staalwijk voor jong, oud, valide en minder valide inwoners.