



## **Opmerkingen over het (winkel)Centrumplan Zeist / 14-12-2012**

Bijgaande notitie is een reactie op het plan voor de vernieuwing van het winkelcentrum van Zeist. Na de beleidsuitspraken over het centrum door de gemeente en het Centrum Management worden de concurrentie en de omgevingsfactoren aangegeven met als voorbeeld Hoog Catharijne te Utrecht. Vervolgens zijn de belangrijkste resultaten weergegeven van de beschikbare onderzoeken die gelden als onderbouwing van het plan. Dit alles leidt tot een groot aantal vragen waarop in het huidige plan geen antwoord wordt gegeven. In wezen wordt alles op de kaart gezet van een bouwplan zonder te beschikken over een heldere probleemanalyse, een deugdelijke onderbouwing, een verdienmodel en een analyse van risico's en consequenties.

### **1 Beleidsuitspraken Zeist**

Hieronder 2 teksten met een beschrijving van het centrum zoals momenteel op de websites van de gemeente en van het Centrum Management:

#### **Gemeente: Zeist centrum, een gevarieerd aanbod aan winkels!**

"Het winkelcentrum van Zeist wordt gevormd door de Slotlaan, Voorheuvel, 1e en 2e Hogeweg, Steynlaan en Belcour. Ieder winkelgebied heeft zijn eigen karakter en winkelaanbod. In het centrum is zo een gevarieerd aanbod van kleine en grote winkels, ketens en warenhuizen en speciaalzaken ontstaan. Het centrum van Zeist moet een sterk, herkenbaar, afwisselend en sfeervol gebied worden met een regionale functie."

#### **Centrum management: Zeist is een dorp dat volop in beweging is.**

"Zeist vervult (volgens de website van Centrum Management) een centrumfunctie voor de regio op het gebied van detailhandel, onderwijs, cultuur en maatschappelijke zorg. Zeist is daarmee een plaats met een belangrijke werkgelegenheidsfunctie.

Er wordt hard gewerkt aan het verder optimaliseren van het woon-, werk-, en ondernemersklimaat:

- Versterken van Zeist als winkelkern
- Verbeteren bereikbaarheid
- Herstructurering bestaande woningvoorraad
- Vergroten van de toeristische aantrekkelijkheid. Samenwerking is er met de gemeentes van de Utrechtse Heuvelrug om zo de hele Heuvelrug aantrekkelijk te maken voor het toerisme.

Al met al heerst er een ondernemersklimaat met vele mogelijkheden voor ondernemers die op zoek zijn naar nieuwe kansen. Dat en meer maakt Zeist het bruisend hart van de Utrechtse Heuvelrug!"

**Opvatting Beter Zeist:** Zeker moet zijn dat een eventuele aanpassing van het winkelcentrum leidt tot meer tevredenheid van de bezoekers over de sfeer en het aanbod in het centrum, terwijl de winkeliers daar met voldoende kans op succes winstgevend een winkel willen en kunnen exploiteren.

## **2 Concurrentie en omgevingsfactoren**

Uit onderzoek blijkt het volgende:

- Volgens onderzoeksbureau Locatus bestaat er aanzienlijke leegstand van winkels in middelgrote steden van 30.000 – 100.000 inwoners als gevolg van de zuigkracht (recreatief winkelen) van grotere steden (Locatus/KvK en ING Economisch bureau). Een op de tien winkels staan in de middelgrote plaatsen leeg; het zijn vooral de kleinere winkels die sluiten.
- Kopen via Internet neemt toe; in 2011 in Zeist 7%, in de provincie Utrecht 9%.
- De toenemende invloed van de vergrijzing: senioren besteden minder dan werkenden.
- Marktverzadiging en lagere verkoop door een dalend consumentenvertrouwen en de economische stagnatie.

### **Voorbeeld Hoog Catharijne Utrecht**

Winkelcentrum Hoog Catharijne<sup>1</sup> is gelegen in het centrum van Utrecht. Het winkelcentrum is tevens een overdekte looproute van het NS-station naar de binnenstad. Met 160 winkels op 67.000 M2 is het één van de grootste overdekte winkelcentra van Nederland met *trekkers als* V&D, Hema, Albert Heijn, P&C, H&M en Media Markt.

Van 1 juli t/m 31 oktober 2012 kon men op zaterdag en zondag tussen 10.00 en 19.00 uur *voordelig parkeren* in de parkeergarages van Hoog Catharijne. Het maximale bedrag dat u in die tijd had moeten afrekenen is € 10,-. U kon dus 7 uren parkeren in @theheartofutrecht voor slechts € 10,-.

Om tegemoet te komen aan de eisen van de moderne consument dienen winkelcentra meer te zijn dan alleen een verzameling winkels. Daarom wordt het winkelcentrum aangepast. Hoog Catharijne krijgt een frisse look, het zal beter passen in de omgeving en een gastvrije indruk maken. *Bovendien wordt het winkelcentrum uitgebreid met 35.000 m2*. Twee boulevards lopen parallel door het gebouw van het centraal station naar het stadscentrum. Iedere boulevard heeft een geheel eigen winkelaanbod: fashion, food en lifestyle zullen de belangrijkste ingrediënten zijn. Door deze ingrijpende en aantrekkelijke 'restyling' zal Nieuw Hoog Catharijne een trekpleister blijven voor toekomstige generaties.

## **3 Onderzoek**

De gemeente heeft *in 2011 een koopstroomonderzoek* laten uitvoeren over het koopgedrag in Zeist in vergelijking met andere gemeenten in de provincie Utrecht. De inventarisatie levert wel cijfers op, maar weinig aanbevelingen die te gebruiken zijn voor het beleid. Consumenten in Zeist noemen wel als verbeterpunten:

- een meer, gevarieerd winkelaanbod (onduidelijk blijft wat dit inhoudt),
- aandacht voor de toenemende leegstand,
- lagere parkeerkosten en aandacht voor fietsers,
- vaker zondagsopenstelling van winkels en specifiek supermarkten.

Verder is de internetverkoop in Zeist duidelijk lager dan in gemeenten met dezelfde omvang.

Uit een eerder gehouden *globale vergelijking met andere plaatsen* bleek dat in Zeist enkele grotere winkelketens ontbreken. Wat de vestiging daarvan betekent voor de bestaande winkels is echter niet nagegaan.

Onlangs heeft de Kamer van Koophandel een publicatie uitgebracht: "*Winkelleegstand praktisch oplossen*". In deze brochure staan voorbeelden van uitvoeringspraktijken op

---

<sup>1</sup> Overigens behoren juist de historische winkelstraten, zoals de Langestraat in Amersfoort en het Oudkerkhof in Utrecht, tot de 5 gezelligste winkelstraten van Nederland.

het gebied van leegstand voorkomen, inzet van tijdelijke oplossingen en confrontatie met leegstand aangaan. Een dergelijke aanpak biedt mogelijk een tussenoplossing voor Zeist-centrum zonder dat nu al tot een kostbare grootschalige ontwikkeling wordt besloten.

#### **4 Vragen**

- 1 Waarom moet Zeist Centrum nog meer een *regionale winkelfunctie* gaan vervullen:
  - Wat hebben *inwoners van Zeist* daaraan?
  - Is daar *behoefte* aan bij inwoners van de regio?
  
- 2 Wat is de *onderbouwing* dat Zeist een regiofunctie kan gaan vervullen?
  - welk beeld moet bij regio inwoners gaan leven als zij denken aan Zeist?
  - Bijvoorbeeld; Zeist Centrum is gezelliger dan Utrecht/Amersfoort/Veenendaal en/of completer en/of gevarieerder en/of heeft meer luxe winkels en/of is makkelijker bereikbaar en/of parkeren is makkelijker en/of enz.
  
- 3 Is er een '*SWOT-analyse*' gemaakt?
  - wat zijn de *Unique Selling Points van Zeist* ten opzichte van andere winkelcentra?<sup>2</sup>
  - *behoeftepeilingen* onder burgers, bezoekers en aanbieders (winkeliers en ketens)
  - *financiële onderbouwing* inclusief verdien/verliesmodel?
  - *risicoanalyse* inclusief 'worst case scenario en benchmarking t.o.v. reeds elders gerealiseerde plannen?
  - *Afbreukrisico* voor bestaande winkels in het centrum en de wijken zowel tijdens de bouw als daarna?
  
- 4 Is het (huidige) *plan voldoende SMART*?:
  - Specifieke, eenduidige doelstelling?
  - Meetbaar en toetsbaar resultaat van het doel?
  - Acceptabel en relevant genoeg voor de doelgroep en de gemeente?
  - Realistische en haalbare doelstelling?
  - Tijdgebonden in de uitvoering?

*Samenvattend.* Er zou een goed *bedrijfsplan* moeten worden gemaakt waarin ook de volgende punten aan de orde komen:

- 1) Begrijpen we het?
- 2) Willen we het?
- 3) Kunnen we het betalen?
- 4) Past het bij het karakter van Zeist?

---

<sup>2</sup> Is er wel eens gedacht aan een *bovenregionale c.q. landelijke functie op specifieke gebieden*, zoals duurzaamheid, natuurlijkheid, zorg in verband met de massale aanwezigheid van landelijke instellingen op deze terreinen?