

Nota van beantwoording

Retailvisie Leidse regio 2025

Ter inzage van 10 juli 2015 – 4 september 2015

19 januari 2016

Versie: 1.0

Voorstel aan burgemeester en wethouders van Katwijk, Leiden, Leiderdorp, Oegstgeest, Voorschoten en Zoeterwoude betreffende de uniforme beantwoording van de inspraakreacties inzake de Retailvisie Leidse Regio.

Inleiding

Op 30 juni 2015 hebben de colleges van de gemeenten Katwijk, Leiden, Leiderdorp, Oegstgeest, Voorschoten en Zoeterwoude de conceptnota 'Oplegnotitie retailvisie Leidse regio 2025 en Retailvisie Leidse regio 2025 van RMC' vastgesteld voor de inspraak. De inspraakperiode liep van 10 juli 2015 tot en met 4 september 2015.

De start van het project vond plaats in Oud-Poelgeest. Op 9 juli is daar "het zomeravondgesprek" georganiseerd waar met stakeholders, gemeenten en anderen de opgave besproken. De opgave is vervolgens beschreven in de startnotitie. In de startnotitie is nadrukkelijk aangegeven dat de Retailvisie Leidse regio 2025 een door overheden en bedrijfsleven gedragen toekomstvisie moet worden. Daarom zijn tijdens het proces verschillende stakeholders betrokken. De startnotitie borduurt verder op de uitkomsten van "het zomeravondgesprek" dat op 9 juli 2014 is gehouden. In september 2014 is een bijeenkomst geweest voor alle raden waar de trends en het proces zijn toegelicht. In november 2014 en in april 2015 zijn er twee werkateliers georganiseerd waarbij vastgoed-, retail-, en horecaondernemers zijn uitgenodigd om inhoudelijk mee te denken. Daarnaast zijn de raden betrokken in een bijeenkomst in december 2014 waarbij zij gevraagd zijn input te geven voor de retailvisie. Vervolgens is in april 2015 een bijeenkomst georganiseerd voor raadsleden en ondernemers samen om raadsleden te informeren over het bespreekstuk van RMC en raadsleden met ondernemers de gelegenheid te bieden met elkaar hierover in gesprek te gaan. In april en mei 2015 zijn ongeveer 20 één-op-ééngesprekken gevoerd met ondernemers en vastgoedeigenaren uit winkelcentra die naar aanleiding van het bespreekstuk graag verder wilden praten. Verder is er in mei een werkatelier georganiseerd met de ondernemers uit de verschillende PDVlocaties.

Uiteindelijk is op 6 juli de Oplegnotitie retailvisie Leidse regio 2025 van Economie071 en de Retailvisie Leidse regio 2025 van RMC voorafgaand aan de formele inspraakprocedure gepresenteerd in een gezamenlijke bijeenkomst van raadsleden en ondernemers.

Verslagen van alle bijeenkomsten zijn te vinden op www.economie071.nl/retailvisie

De stukken zijn vervolgens door de verschillende gemeenten voor inspraak vrijgegeven. De inspraakreacties zijn door de zes gemeenten betrokken bij de Retailvisie Leidse regio integraal beantwoord en reacties zijn verwerkt. De inspraakreacties worden samen met een nota van beantwoording tegelijk met de Retailvisie Leidse regio vastgesteld. Na de inspraak is besloten om de oplegnotitie en de retailvisie van RMC samen te voegen in een document. Nu ligt er dus een document namelijk de Retailvisie Leidse regio 2025 met daarin drie onderdelen:

- A. Beleidskader (voormalige oplegnotitie)
- B. Actieplan
- C. Onderbouwing RMC (voormalige retailvisie Leidse regio)

Schriftelijk zijn in totaal 34 inspraakreacties ingediend. Wij hebben een reactie ontvangen van:

1. Provincie Zuid Holland
2. Inretail (verstuurd naar alle gemeenten)
3. Aldi (elke gemeente heeft een brief ontvangen gericht aan die gemeente maar de bijlage was bij elke brief hetzelfde)
4. Hoogvliet
5. Kantoren- en Bedrijvenscentrum De Rijnpoort Katwijk
6. Ondernemers 't Heen
7. AMBOG
8. Winkelhart Zeezijde

9. Adviesraad WMO
10. Ten Brinke Broers Projectontwikkeling
11. Colijn Interieur, Troefmarkt van Leeuwen, Coop supermarkten en van Wamelen
Bouwmanagement
12. Constable Research BV
13. Bedrijventerreinvereniging Lammenschansdriehoek
14. Eigenaar perceel Lammenschansweg
15. Zirkzee Wonen en Slapen
16. Ondernemersvereniging Rooseveltstraat – Trekvliet
17. Profwijkwinkeliers
18. Spar
19. Vereniging voor Pieters- & Academiewijk en Levendaal-West
20. Winkeliersverenigingen Herenstraat / Doezastraat
21. Baanderij
22. Leiderdorpse Ondernemersvereniging
23. Inwoner Leiderdorp
24. Wereldhave
25. Vereniging promotie WOOON Leiderdorp
26. NSI
27. Winkeliersvereniging de Kempenaer
28. Stichting Winkelcentrum Lange Voort
29. Platform voor ondernemers Oegstgeest
30. Centrum Ondernemers Voorschoten
31. Slijterij Adegeest
32. Slagerij Aad van Eijk
33. Gemeente Alphen aan de Rijn
34. Ontwikkelingsmaatschappij Meerburg

Procedure

De colleges stellen hun antwoord op de inspraakreacties vast en leggen het gewijzigde beleidskader ter vaststelling aan de gemeenteraden voor.

Thematisch overzicht van de inspraakreacties

De inspraakreacties zijn ingedeeld in twee categorieën namelijk algemene reacties op de retailvisie en reacties over een specifiek winkelgebied. Deze laatste categorie is verder onderverdeeld naar gemeenten.

1. Algemene reacties:

Provincie
Inretail
PVOO
Aldi
Constable Research BV

Afzonderlijke winkelgebieden:

2. Winkelgebieden Katwijk
3. Winkelgebieden Leiden
4. Winkelgebieden Leiderdorp
5. Winkelgebieden Oegstgeest
6. Winkelgebieden Voorschoten
7. Winkelgebieden Zoeterwoude

Ingekomen reacties

	Samenvatting ingekomen reactie	Reactie van het college	Gevolgen voor het voorgestelde besluit
	Thema 1: Algemene reacties		
1A	<p>Ingebracht door: Provincie Zuid Holland</p> <p>De provincie spreekt zijn waardering uit dat de Leidse regio het voor elkaar heeft gekregen om samen met overheden, onderwijsinstellingen en ondernemers gezamenlijk een retailvisie op te stellen. De provincie ziet twee opgaven: enerzijds komen tot levendige, goed bereikbare en krachtige stedelijke dorpscentra waar kantoren, wonen, horeca, detailhandel en culturele voorzieningen elkaar versterken. Anderzijds ligt er een aanzienlijke opgave om tot reductie van het overaanbod te komen.</p> <p>De provincie gaat graag in gesprek met de gemeenten om de acties te bespreken die de komende jaren nodig zijn om te komen tot een duurzame en sterke detailhandelsstructuur. Het gaat hierbij om zaken als ruimtelijke kwaliteit en het recreatieve karakter van de bestaande centra in relatie tot de gewenste brancheverruiming in de periferie en de kwantitatieve en kwalitatieve onderbouwing van de retailvisie. De (kwantitatieve onderbouwing van de) regionale visie wordt voorgelegd aan de Adviescommissie Detailhandel.</p> <p>De provincie aanvaardt op dit moment nog geen regionale</p>	<p>De college bedankt de provincie voor de waardering en de mogelijkheid om de visie voor te leggen aan de Adviescommissie Detailhandel. De visie sluit goed aan bij de genoemde opgaven. De retailvisie zet in op een sterke detailhandelsstructuur en een sanering van het overaanbod op het gebied van detailhandel.</p> <p>Brancheverruiming is inderdaad een belangrijk onderwerp binnen onze visie. We beseffen dat de provincie hierin een andere lijn voert en dat daarmee de lijn van de provincie bepalend is. We voeren graag het gesprek met de provincie hierover.</p> <p>De gemeenten gaan graag met de provincie in gesprek over het actieplan en de acties die nodig zijn om tot de gewenste detailhandelsstructuur te komen. maar de gemeenten zetten daarnaast vooral in op het sterker maken van de sterke winkelgebieden, het transformeren van de winkelgebieden buiten de detailhandelsstructuur en de saneringsopgave van de PDV locaties.</p> <p>Inmiddels is de Retailvisie en onderbouwing daarvan voorgelegd aan de Adviescommissie Detailhandel. Wij hebben dit gesprek als goed</p>	<p>Geen, de gemeenten gaan in gesprek met de provincie over het actieplan, brancheverruiming en pick-up points. De gemeenten stellen bij de Retailvisie een bijbehorend actieplan vast.</p>

	Samenvatting ingekomen reactie	Reactie van het college	Gevolgen voor het voorgestelde besluit
	detailhandelsvisies. Maar de visie kan wel een belangrijke rol spelen bij detailhandelsontwikkelingen op bestemmingsplanniveau.	en constructief ervaren.	
1B	<p>Ingebracht door: INretail</p> <p>1. p.10: Welke cijfers zijn van toepassing voor de meters verdeeld over solitaire vestigingen?</p> <p>2. p.13: Welke conclusies kunnen aan deze informatie verbonden worden zonder benchmark? Volgens het overzicht telt de Leidse Regio 281 vkp – 52.145 m² aan warenhuizen. Welke definiering wordt hierin gehanteerd?</p> <p>3. p.15/16: Wat is de onderbouwing van tabel 2.2?</p> <p>4. In het rapport ontbreekt een overzicht van huidig aanbod dagelijks en niet dagelijks naar type winkelgebied, wat vergelijkingen naar 2025 toe onbetrouwbaar maakt om daaruit beleidskeuzes te destilleren.</p>	<p>Ad 1. De genoemde 407.118 m² heeft geen betrekking op de winkeloppervlakte die te vinden is in een winkelgebied, maar op de totale oppervlakte exclusief de leegstand zoals weergegeven in het overzicht op p.13.</p> <p>Ad 2. Dit is een infographic en is bedoeld om de lezer in één oogopslag een overzicht te geven van het winkelaanbod verdeeld naar dagelijks, recreatief en doelgericht in de Leidse regio. De 281 vkp en 52.145 m² is een optelling van de categorieën warenhuizen én de categorie kleding&mode.</p> <p>Ad 3. Voor de marktruimteberekening komt een onderzoeksverantwoording beschikbaar als bijlage in de Retailvisie.</p> <p>Ad 4. In tabel 2.2. staat het dagelijkse en niet-dagelijkse aanbod in 2025 verdeeld naar type winkelgebied. Dit betekent het huidige aanbod plus de harde plannen (zie p.15 en bijlage 3). Deze plannen liggen vast in de bestemmingsplannen. Er is voor gekozen om het aanbod 2025 weer te geven omdat de Retailvisie een uitspraak doet over de toekomstbestendigheid van de winkelgebieden in de Leidse regio in 2025.</p>	<p>Gevolgen voor het voorgestelde besluit:</p> <ul style="list-style-type: none"> - De marktruimteberekening wordt aangepast en verduidelijkt dmv onderzoeksverantwoording. - In het stroomschema en de criteria wordt opgenomen dat een effectenstudie of DPO nodig is om aan te tonen dat er geen effect is op winkelcentra behorende bij de winkelstructuur 2025 - Er wordt duidelijker opgenomen dat de binnenstad van Leiden voor de regio het belangrijkste recreatieve winkelcentrum is.

	Samenvatting ingekomen reactie	Reactie van het college	Gevolgen voor het voorgestelde besluit
	<p>5. In de tekst wordt gesproken over “percentages” voor de marktruimte. De percentages komen nergens terug (worden niet gekwantificeerd) in de tekst, tabel of bijlage.</p> <p>6. Gehanteerde cijfers leiden tot onduidelijkheid:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Op basis van de tekst is het aanbod 2025 in tabel 2.2: huidig aanbod plus harde plannen. De optelsom in de tabel komt echter niet overeen met aanbod op p.13 excl. leegstand en verspreide bewinkeling. - Als hierbij van uit wordt gegaan dat de 11 winkelcentra in de toekomstige structuur volledig gesaneerd zijn, is dat niet af te leiden. In dat geval is het discutabel dat dit buiten het toekomstige economisch functioneren wordt gehouden. Wetende dat deze meters niet volledig gesaneerd zullen zijn in 2025. <p>7. In de wijkcentra is er zowel voor dagelijks als niet-dagelijks aanbod naar de toekomst toe nog uitbreidingsruimte. Ook de uitbreidingsruimte in de niet-dagelijkse artikelensector in de hoofdwinkelcentra is met 14 tot 20% zeer fors. Welke onderbouwing zit daaronder?</p>	<p>Ad 5. De percentages waar op bedoeld wordt zijn in het definitieve rapport omgezet naar absolute waarden. De tekst wordt hierop aangepast.</p> <p>Ad 6. In de marktruimteberekening is het aanbod solitaire vestigingen achterwege gelaten. Dit wordt aangepast, de solitaire vestigingen worden hierin opgenomen. De optelsom naar het oppervlakte op p.13 kan ook niet gemaakt worden omdat het het aanbod van 2015 (zoals de infographic weergeeft) en 2025 (de marktruimteberekening) betreft. De meters van de winkelgebieden die buiten de toekomstige structuur vallen zijn niet achterwege gelaten.</p> <p>Ad 7. De marktruimteberekening geeft een indicatie voor het type winkelgebieden waar gesaneerd dient te worden en het type winkelgebieden waar dit mogelijk minder aan de orde is. Het mag duidelijk zijn dat de pijn voornamelijk zit bij de grootschalige concentraties en de buurtcentra. De visie die vanaf p.38 beschreven is, geeft voor alle type winkelgebieden (echter in de nieuwe verdeling; recreatief, boodschappen, doelgericht) aan dat er gedacht moet worden aan compactere centra of keuzes gemaakt dienen te worden in minder meters.</p>	

	Samenvatting ingekomen reactie	Reactie van het college	Gevolgen voor het voorgestelde besluit
	<p>8. Is in de marktruimteberekening rekening gehouden met leegstand en de ruimte die in de bestemmingsplannen wordt geboden.</p> <p>9. Het provinciaal beleid heeft een lijst opgenomen welke centra nog versterkt mogen worden door middel van toevoeging nieuwe winkelmeters. In de Leidse regio behoort hier alleen de binnenstad van Leiden toe. Wordt daarmee de volledige marktruimte toegeschreven aan Leiden? Zo niet, hoe verhoudt dit zich dan tot het provinciale beleid?</p> <p>10. Er wordt gesteld dat het dagelijks aanbod in de hoofdwinkelgebieden te groot is en vervangen zou kunnen worden door niet-dagelijks aanbod. Hoe verhoudt zich dat tot de positionering van de hoofdwinkelgebieden als Winkelhof Leiderdorp, De Kempenaerstraat Oegstgeest en centrum Voorschoten waar dagelijks aanbod een belangrijke drager is?</p>	<p>Ad 8. In de marktruimteberekening is de leegstand en de ruimte die bestemmingsplannen bieden meegenomen.</p> <p>Ad 9. Onze marktruimteberekening maakt onderscheid in type winkelgebieden en doet daarmee niet direct uitspraak doet over de individuele winkelgebieden. De marktruimte is dus niet direct toe te schrijven aan de Leidse binnenstad. Daarnaast beschrijft de visie voor alle type winkelgebieden, dus ook de recreatieve winkelgebieden dat er gedacht moet worden aan compactere centra en strookt daarmee met het provinciale beleid. We onderkennen, met de provincie, dat de binnenstad van Leiden voor de regio het belangrijkste winkelcentrum is. Over waar nog ontwikkelingen mogelijk en gewenst zijn, zijn wij genuanceerder dan de provincie. Onze analyse is in dat opzicht ook gedifferentieerder dan die van de provincie.</p> <p>Ad 10. Veel van de recreatieve winkelgebieden in de Leidse regio hebben een hoog aandeel winkels met een dagelijks aanbod. Dit type winkels trekt consumenten naar een winkelgebied. De huidige verhouding is alleen niet passend bij het recreatieve karakter, waardoor het de winkelervaring van de consument belemmert. Het is wenselijk om het aanbod dagelijks niet meer uit te breiden en waar mogelijk te verminderen</p>	

	Samenvatting ingekomen reactie	Reactie van het college	Gevolgen voor het voorgestelde besluit
	<p>11. Het overaanbod op de grootschalige concentraties is schokkend, dit vraagt om nadere duiding.</p> <p>12. p.20/21: De uitwisselingen beperken zich binnen de regio terwijl de Leidse regio onder sterke invloed staat van aankoopcentra buiten de regio, hier wordt in de visie weinig aandacht aan besteed. Hierdoor ontstaat in sommige gevallen onterecht het beeld dat er sprake is van een lage uitwisseling met andere gebieden (vergelijk relatie Voorschoten-centrum en Leidsenhage/Leidschendam). Hierdoor zijn niet alle conclusies helemaal goed te onderbouwen.</p> <p>13. De onderbouwing om Lammenschansweg niet op te nemen in de detailhandelsstructuur 2025 is onvoldoende. Wanneer bijvoorbeeld de Lammenschansweg op p.21 mede wordt afgeschreven omdat</p>	<p>door middel van aflopende huurcontracten of relocatie. Dit biedt ruimte om meer te focussen op het niet-dagelijkse aanbod.</p> <p>We onderkennen dat het dagelijks aanbod een belangrijke drager voor die winkelcentra zijn, maar zien een betere positionering van die winkelcentra voor ons door minder op dagelijks aanbod in te zetten.</p> <p>Ad 11. Het totaal aantal doelgerichte meters overstijgt ruim de vraag die er in de regio aanwezig is.</p> <p>In de onderzoeksverantwoording die wordt toegevoegd als bijlage in de Retailvisie wordt nadere toelichting gegeven.</p> <p>Ad 12. Door middel van een innovatieve methode is het consumentengedrag in de Leidse regio inzichtelijk gemaakt. Deze methode heeft veel informatie gegeven die vooraf niet beschikbaar was, waardoor er nieuwe inzichten zijn ontstaan. Uiteraard vindt er ook uitwisseling plaats vindt met winkelgebieden buiten de Leidse regio. We hebben de focus gelegd op analyse van de Leidse regio, maar ook uitwisseling buiten de regio is verdisconteerd. Daarbij is ook meegenomen de data uit het KSO.</p> <p>Ad 13. De afweging van alle bouwstenen leiden tot de keuze, daarmee wordt vanuit meerdere kanten naar de problematiek gekeken.</p> <p>Het overaanbod op de doelgerichte winkelgebieden in de Leidse regio is enorm groot.</p>	

	Samenvatting ingekomen reactie	Reactie van het college	Gevolgen voor het voorgestelde besluit
	<p>de functie niet aanvullend lijkt te zijn, is deze suggestieve onderbouwing onvoldoende om daarmee de toekomstpotentie als winkelgebied volledig af te schrijven.</p> <p>14. p.27 ev: Om de huidige ontwikkelingen in de Leidse Regio in een juist perspectief te kunnen plaatsen, zou het onze voorkeur hebben dit vóór hoofdstuk 3 te behandelen.</p> <p>15. p.30: Terecht wordt aandacht gevraagd voor leegstand. Daarbij wordt wel heel snel gewezen naar filialisering als (deel)oplossing onder het mom van 'herkenbaarheid'. Het belang van zelfstandige speciaalzaken, een goede mix, wordt daarmee onderbelicht. Terwijl dit van groot belang is voor het onderscheidend vermogen van winkelgebieden. Bovendien lenen dergelijke winkels zich voor beleving, blurring,</p>	<p>Om een keuze te maken in het verminderen van meters zijn alle bouwstenen afgewogen. De Lammenschansweg scoort op basis van objectieve data (het benchmarkonderzoek) het minst goed van de vijf doelgerichte winkelgebieden in de regio. Het winkelgebied heeft op basis van het aanwezige aanbod geen duidelijk profiel of brancheaanbod en daarmee geen sterk uniek karakter. Het winkelgebied is tevens het minst zelfvoorzienend in de regio voor doelgerichte aankopen. Overigens ligt er voor de overige doelgerichte locaties een forse opgave om tot transformatie te komen. Het is dus zeker niet zo dat alleen op de Lammenschansweg meters gesaneerd en getransformeerd moeten worden. voor de andere doelgerichte locaties ligt gezamenlijk een nog grotere opgave.</p> <p>Ad 14. De trends vormen een natuurlijke overgang van de retailanalyse in de Leidse regio naar het wensbeeld waar de visie wordt toegelicht.</p> <p>Ad 15. Beide trends zijn beschreven, maar filialisering is geen oplossing voor de toenemende leegstand. We onderschrijven dat zelfstandige ondernemers zeker een kracht kunnen zijn van winkelgebieden en voor consumenten een reden kunnen zijn om naar een winkelgebied te komen. Aan de andere kant willen veel zelfstandigen hun winkel niet voortzetten, hetgeen een risico is voor het winkelgebied. Het hebben van een goede mix</p>	

Samenvatting ingekomen reactie	Reactie van het college	Gevolgen voor het voorgestelde besluit
<p>experimenten met bijvoorbeeld horeca. Dat speelt ook in op de bepleite flexibilisering op p.32.</p> <p>16. p.40: Een rol, laat staan een 'actieve' rol kan niet contractueel vast worden gelegd.</p> <p>17. p.43: INretail ondersteunt het provinciale beleid en is derhalve tegen dit onderdeel in de Retailvisie om reguliere detailhandel toe te staan op PDV locaties.</p> <p>18. De Retailvisie stelt dat het wenselijk is om pickup points toe te laten op PDVlocaties. Welke definiering wordt hierin gehanteerd? Past dit binnen het provinciale beleid? INretail pleit voor consumentgerichte afhaalpunten zo veel mogelijk aansluiten bij bestaande winkelgebieden.</p>	<p>draagt bij aan de toekomstbestendigheid.</p> <p>Ad 16. Waar het hier om gaat is dat een actieve rol in de ondernemersvereniging en samenwerking tussen ondernemers bekrachtigd wordt. De vorm waarin dit gerealiseerd wordt is daarbij minder van belang.</p> <p>Ad 17. De visie komt op dit punt niet overeen met het provinciale beleid. Als het gaat om winkelen met een duidelijk andere doel (recreatief winkelen in de binnenstad versus doelgericht winkelen in de buitenstad), dan is de periferie niet of in beperkte mate concurrerend met recreatieve winkelgebieden. Dit heeft er toe geleid dat wij verruiming met reguliere detailhandel met mate toestaan. De voor recreatieve winkelcentra kenmerkende functies als mode, textiel en levensmiddelen sluiten wij uit, alsmede winkels kleiner dan 1000 m². In de praktijk zien we al veel brancheverruiming op PDV locaties. Niet alleen in de Leids regio, maar ook landelijk is dat een waarneembare, door consumenten gewenste, trend.</p> <p>Ad 18. Pick-up points kunnen een versterking zijn voor de binding van consumenten met winkelgebieden in het eigen verzorgingsgebied omdat het aantal bezoeken hierdoor verhoogt. We vinden het dus wenselijk om pick-up points te vestigen in winkelgebieden. Het toestaan van pick-up points op doelgerichte winkelgebieden sluit goed aan bij de functie die</p>	

	Samenvatting ingekomen reactie	Reactie van het college	Gevolgen voor het voorgestelde besluit
	<p>De overige punten verwijzen naar de oplegnotitie.</p> <p>19. p.10: Ook zelfstandige, alleen afhalen, pick-up point hebben vaak een showroom en trekken consumenten aan, er wordt rechtstreeks aan de consument verkocht. Deze functie hoort niet thuis op een bedrijventerrein en kan juist van toegevoegde waarde zijn voor de gewenste detailhandelsstructuur. Als beleidsuitgangspunt wordt er voor gekozen dit toe te staan op bedrijventerreinen, terwijl geen onderzoek is gedaan naar de effecten.</p> <p>20. p.12 ev: Zachte plannen voor tuincentra, bouwmarkten en niches zoals bijvoorbeeld watersport gerelateerde detailhandel zijn mogelijk. Onder welke voorwaarden is dat mogelijk? Vindt er een effectenstudie plaats? Opvallend is dat dit expliciet is opgenomen terwijl dit in de Retailvisie niet onderzocht is.</p>	<p>pick-up points hebben voor consumenten: het doelgericht afhalen van een product waarbij gemak en snelheid een belangrijke rol spelen.</p> <p>Ad 19: Als beleidsuitgangspunt stellen we vast dat pick-up points, ook voor dagelijkse goederen, ook prima op een bedrijventerrein terecht kunnen. Hierbij is het wel van belang dat er een toets wordt gedaan op de verkeersaspecten bereikbaarheid en parkeren. Een pick-up point mag niet ten koste gaan van de bereikbaarheid van de overige bedrijven op het terrein. De provincie staat echter pick-up points voor dagelijkse goederen niet toe op andere locaties dan winkelcentra. Hiermee is dit standpunt in strijd met provinciaal beleid. In de praktijk zal dit dus nog moeilijk uitvoerbaar zijn. Economie071 gaat hierover in overleg met de provincie.</p> <p>Ad 20. Zoals het stroomschema en de criteria aangeven dient aangetoond te worden dat de nieuwe ontwikkeling niet ten koste gaat van de winkelcentra behorende tot de winkelstructuur 2025. Dat kan dmv en effectenstudie of DPO (distributie planologisch onderzoek) of soortgelijk.</p>	
1C	<p>Ingebracht door: PVOO</p> <p>1. Bij de visie is er vooral gekeken naar wat er al is en onvoldoende hoe de toekomst van de consument er uit ziet. Dit is een gemiste kans en zou bij</p>	<p>Ad 1. Het internet heeft een grote impact op de fysieke winkel. De exacte effecten voor de komende tien jaar inschatten blijft kijken in een glazen bol. We</p>	<p>Geen wijziging voor het voorgestelde besluit.</p>

	Samenvatting ingekomen reactie	Reactie van het college	Gevolgen voor het voorgestelde besluit
	<p>de uitwerking van het actieplan ingehaald dienen te worden. De technologische veranderingen zijn onvoldoende meegenomen in het beantwoorden van de vraag waar de consument winkelt in 2025.</p> <p>2. PVOO benoemt een aantal punten onder de noemer “traditioneel onderzoek”: splitsing tussen dagelijks en niet-dagelijks is achterhaald als je kijkt naar de opkomst van tussenvormen; typologie winkelgebied is te sterk BSR-model afhankelijk want consumenten gedragen zich als kameleon; twijfels over accuraatheid verzorgingsgebieden omdat het cirkels zijn die soms in zee liggen; marktruimteberekening lijkt optimistisch omdat er nog groei mogelijk lijkt voor sommige type winkelgebieden.</p>	<p>weten echter wel dat het aandeel online sterk verschilt per sector. De effecten op dit moment en de effecten in de toekomst zullen dan ook verschillend zijn de verschillende branches. We verwachten dat de impact het hardst aankomt op de doelgerichte winkelgebieden. Wij zijn echter van mening op basis van diverse voorspellingen dat de groei van het online aandeel terugloopt en de fysieke winkel nog steeds het belangrijkste aankoopkanaal blijft. Het recreatieve winkelen is hier een belangrijk onderdeel van. In de marktruimteberekening is gewerkt met een binding per verzorgingsgebied. Dit betekent een afvloeiing naar o.a. het internet van het niet “gebonden” deel van het verzorgingsgebied.</p> <p>Ad 2. De retailvisie is opgesteld op basis van een gedegen onderzoek waarbij gebruik is gemaakt van verschillende bronnen en data. Ten eerste zijn de loopstromen van bezoekers op innovatieve wijze in kaart gebracht middels wifi sensors. Het BSR-model deelt consumenten in op basis van belevingswerelden en niet meer op het traditionele leeftijd en inkomen. Deze belevingswerelden zijn niet direct gekoppeld aan inkomen en dus aan winkels in het hogere segment of in het discount segment. Vaak werden verzorgingsgebieden ingedeeld op basis van postcodes en dus ook gemeentegrenzen. Door in de Retailvisie te werken met primaire verzorgingsgebieden met een cirkel om het winkelgebied heen zijn er geen</p>	

	Samenvatting ingekomen reactie	Reactie van het college	Gevolgen voor het voorgestelde besluit
	<p>3. PVOO doet uitspraken over de groei van online boodschappencategorie en een afname van het aantal supermarkten. In de visie is het boodschappenwinkelgebied te sterk afhankelijk van de supermarkt. In plaats van deze winkelgebieden te bestemmen voor “dagelijkse” boodschappen zou gezocht kunnen worden naar “dicht-bij-huis” consumentenvoorzieningen en verbreding van de niet-dagelijkse behoefte.</p>	<p>grenzen die consumenten ook niet kennen. Natuurlijke barrières zoals wateren en snelwegen zijn echter wel grenzen die consumenten kunnen tegenhouden om naar een winkelgebied te gaan. In de marktruimteberekening is per type winkelgebied bekeken welke marktruimte er is. Voor eht type winkelgebied is het winkelmotief leidend en is er een indeling op doelgerichte, boodschappen (wijkcentra en buurt- en supermarktcentra) en recreatieve winkelgebieden (hoofdwinkelgebieden). Over het algemeen is er een teveel aan winkeloppervlak maar als er ingezoomd wordt op winkelmotief dan blijkt uit het onderzoek datbij sommige winkelgebieden er een teveel aan aanbod is (doelgericht en buurt- en supermarktcentra maar voor andere winkelgebieden is er juist nog wel ruimte.</p> <p>Ad 3. Ondanks de online aankopen verwachten we dat supermarkten een belangrijke basis blijven vormen voor de boodschappen winkelgebieden. Om deze gebieden goed te positioneren is het van belang dat deze een heldere identiteit hebben en dat consumenten weten voor welke boodschappen ze terecht kunnen. Voor een sterke basis is het van belang dat het aanbod voornamelijk gericht is op de dagelijkse boodschappen en dat er een breed aanbod wordt aangeboden. Het versterken van de boodschappen winkelgebieden met maatschappelijke of zorgfuncties is mogelijk maar gaat voorbij aan de scope van</p>	

	Samenvatting ingekomen reactie	Reactie van het college	Gevolgen voor het voorgestelde besluit
	<p>4. Er zullen grote offers moeten worden gevraagd. In het op te stellen actieplan zal een helder beeld moeten worden gegeven over de organisatie en de te volgen route. Dit traject is ons nu nog niet duidelijk. Indien dit achterwege blijft zal van een regionale uitvoering en een gezamenlijke visie weinig terechtkomen.</p>	<p>deze retailvisie die over detailhandel gaat. Een sterk boodschappen winkelgebied is verder niet afhankelijk van aanvulling van andere functies, het is vooral van belang dat zoals omschreven er voldoende aanbod van dagelijks aanbod is.</p> <p>Ad 4. We ondersteunen de opmerking over het belang van het actieplan. Het opstellen van de visie is een hele belangrijke eerste stap maar om tot het gewenste resultaat te komen moeten de partijen aan de slag. In de vast te stellen oplegnotitie wordt het actieplan verder uitgewerkt en komt aan de orde op welke manier de betrokken partijen aan de slag gaan. Hierbij is het van belang om dit gezamenlijk te doen waarbij draagvlak van groot belang is.</p>	
1D	<p>Ingebracht door: Aldi</p> <p>De Aldi ziet graag een aanscherping van het beleid ten aanzien van supermarkten:</p> <p>1. De vestiging in boodschappencentra bleek de afgelopen jaren moeilijk vanwege het niet of nauwelijks beschikbaar zijn van geschikte locaties. Daarnaast loopt de Aldi tegen beperkingen aan, zoals parkeren of ruimtelijke ordening. Het nieuwe beleid staat of valt met de uitvoering. Hiervoor vraagt de Aldi extra aandacht.</p> <p>2. Waarom worden er</p>	<p>Ad 1. De uitvoering van de visie is inderdaad van groot belang. Daarom wordt in de retailvisie een actieplan opgenomen waarop onder andere wordt ingezet op de actielijn 'Sterker maken wat sterk is'. Gemeenten, winkeliers en ondernemers gaan met elkaar aan de slag om de winkelgebieden binnen de detailhandelsstructuur te versterken. Per winkelgebied kan dat op een ander terrein zijn maar daar waar overeenkomsten zijn kunnen winkelgebieden samen optrekken. In deze versterkingsslag worden aspecten als parkeren ook meegenomen.</p> <p>Ad 2. In de retailvisie is</p>	<p>Geen wijziging voor het voorgestelde besluit.</p>

	Samenvatting ingekomen reactie	Reactie van het college	Gevolgen voor het voorgestelde besluit
	<p>kwantitatieve regels opgesteld voor vernieuwing van locaties binnen de detailhandelsstructuur terwijl daar juist vernieuwing is gewenst en per saldo sprake is van versterking. Voorbeelden zijn:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Waarom kan er alleen een supermarkt aan een winkelgebied toegevoegd worden middels vervanging van bestaande meters als het vestigen van een nieuwe vestiging al moeilijk genoeg is? - Er zijn nieuwe winkelgebieden opgenomen waar een toegestane ruimte kleiner is dan 2400m² waardoor de vestiging van 2 supermarkten helemaal niet mogelijk is. 	<p>vastgelegd wat de gewenste detailhandelsstructuur is in de Leidse regio. De gebieden binnen deze structuur zijn allemaal beoordeeld als toekomstbestendig. Dit betekent niet dat die gebieden al 'klaar' zijn en achterover kunnen leunen. Er zal aan gewerkt moeten worden om alle gebieden op orde te krijgen en houden voor de toekomst. Daarbij is het van belang te beseffen dat niet alle ontwikkelingen binnen die gebieden per saldo goede ontwikkelingen zijn. Op basis van de trends denken wij bijvoorbeeld dat het een gebied versterkt als daar supermarkten zitten met voldoende oppervlak. Daarom zijn er voor de versterking en ontwikkeling van gebieden diverse kaders gesteld die bij de criteria bij het stroomschema zijn terug te vinden.</p>	
1E	<p>Ingebracht door: Constable Research BV</p> <p>Volgens Constable Research BV is de visie vooral gebaseerd op de "ouderwetse" retail die zich nog steeds concentreert op het gebruik van vastgoed. Het bedrijf geeft aan dat men heel goed beseft dat er naast de fysieke locaties ook vele virtuele locaties zijn maar beschouwt die locaties als concurrent en ziet niet in dat men ook zelf virtuele locaties kan ontwikkelen. Hiertoe zal een virtuele stads-infrastructuur moeten worden ontwikkeld. Om te voorkomen dat er net als bij de stadslogistiek vele concurrerende infrastructuren gaan ontstaan is regionale coördinatie gewenst.</p>	<p>De retailvisie heeft als doel om aan te geven waar de consument in 2025 winkelt. Hierin zijn trends als online aankopen meegenomen. We verwachten dat er minder meters detailhandel nodig zijn maar dat in 2025 fysieke winkels nog steeds het belangrijkste aankoopkanaal zijn. De mogelijkheid om internet in te zetten om je fysieke winkel te versterken is iets wat aandacht krijgt in het actieplan. Bij de actielijn sterker maken wat sterk is zal onderzocht worden in welke mate winkels en winkelgebieden gebruik maken van internet en hoe dit versterkt</p>	<p>Bij de uitvoering van het actieplan bij de actielijn 'sterker maken wat sterk is' wordt onderzocht hoe winkels en winkelgebieden op internet vertegenwoordigd zijn en wordt vervolgens bekeken of dat versterkt kan worden.</p>

	Samenvatting ingekomen reactie	Reactie van het college	Gevolgen voor het voorgestelde besluit
	Daarnaast worden in de huidige retailvisie argumenten uit het “fysieke tijdperk” gebruikt om de lokale middenstand te verwijderen ten gunste van de grootwinkelbedrijven.	<p>kan worden.</p> <p>Wij zien in dat een bepaalde mix van lokale middenstand en grootwinkelbedrijven voor een bepaald type winkelcentrum ideaal is en gewenst wordt door consumenten. Wij hebben dus zeker niet ten doel om de lokale middenstand te laten verwijderen, wij zien dit als een groot goed.</p> <p>Voor de retailvisie is onderzocht welke winkelcentra toekomstbestendig zijn en welke onvoldoende. Dit is beoordeeld op basis van de volgende criteria: filialisering, primaire functie, leegstand, supermarktaanbod, WVO supermarkt, totaal WVO, concurrentie, WVO dagelijks aanbod per inwoner, WVO niet-dagelijks aanbod per inwoner. Hieruit volgde dat een aantal winkelgebieden niet toekomstbestendig zijn. Een van de indicatoren betreft de mix van lokale middenstand en filiaalbedrijven. Deze beoordeling is dus niet op basis van lokale middenstand of grootwinkelbedrijven.</p>	
Thema 2: Winkelgebieden Katwijk			
2A	<p>Ingebracht door: Aldi</p> <p>1. Aldi stelt de vraag in hoeverre het college vindt dat het behoud van de Aldi formule in Katwijk wenselijk wordt geacht.</p> <p>2. Aldi gaat graag in gesprek met de gemeente om verplaatsing van de Aldi realiseren en beleidsmatig te verankeren.</p>	<p>Ad1. De retailvisie is vanuit het belang van de consument opgesteld. Zoals ook in de retailvisie is meer diversiteit in aanbod in belang van het consument. In de retailvisie wordt gesteld dat de combinatie van een service supermarkt en een discount supermarkt de voorkeur verdient. Met het</p>	<p>Geen wijziging voor het voorgestelde besluit.</p>

	Samenvatting ingekomen reactie	Reactie van het college	Gevolgen voor het voorgestelde besluit
		<p>verdwijnen van de Aldi formule verdwijnt een hard discount formule in Katwijk. In die zin wil het college samen met Aldi nieuwe locaties bekijken die passen binnen de uitgangspunten van de retailvisie.</p> <p>Ad 2. Het college wil in gesprek gaan met de Aldi over een nieuwe locatie die past binnen de kaders van de retailvisie.</p>	
2B	<p>Ingebracht door: Hoogvliet (Koopcentrum Oegstgeesterweg)</p> <p>1. Hoogvliet is het op hoofdlijnen eens met de visie en complimenteert hiervoor de regio.</p> <p>2. Hoogvliet is het oneens met de conclusie dat Koopcentrum Oegstgeesterweg niet toekomstbestendig en niet moet behoren tot de hoofdstructuur omdat Oegstgeesterweg in het verzorgingsgebied van de Hoftuin ligt. Hoogvliet beargumenteert waarom Oegstgeesterweg wel onderdeel zou moeten zijn van de hoofdstructuur. Genoemd worden: deze Hoogvliet qua vloerproductiviteit al 30 jaar een van de toppers van het concern in, goede score toekomstbestendigheidstoets (78%, feitelijk 89% en hoger dan omliggende winkelgebieden), goede bereikbaarheid en parkeren, omliggende woningbouwplannen en klanten wijken uit naar Hoogvliet Valkenburg vanwege drukte.</p> <p>Hoogvliet geeft aan dat deze supermarkt niet zal sluiten en verplaatsing is ook niet aan de</p>	<p>Ad 1. Dank voor uw woorden.</p> <p>Ad 2. In de Retailvisie is de Oegstgeesterweg in eerste instantie niet opgenomen in de detailhandelsstructuur. De concurrentie binnen hetzelfde verzorgingsgebied met de Hoftuin is niet wenselijk omdat beide boodschappen winkelgebieden zijn en dichtbij elkaar liggen. Het winkelgebied Oegstgeesterweg valt in de categorie 'hoge RMC toekomstbestendigheidsscore (>50%), maar geen verdere aanleiding tot kansrijk perspectief'. Het is RMC duidelijk geworden dat de score van de toekomstbestendigheidstoets zwaarder had moeten wegen in haar oordeel om dit gebied buiten de detailhandelsstructuur te laten voor 2025. In de definitieve versie van de Retailvisie zal RMC de Oegstgeesterweg wel tot de toekomstbestendige winkelgebieden behoren. De categorie 'hoge RMC</p>	<p>Ad 2. Koopcentrum Oegstgeesterweg wordt opgenomen in de detailhandelsstructuur 2025.</p>

	Samenvatting ingekomen reactie	Reactie van het college	Gevolgen voor het voorgestelde besluit
	<p>orde. Bereikbaarheid, parkeren en zichtbaarheid op deze locatie veel beter dan in de Hoftuin. Ook is Hoogvliet eigenaar van het pand. Hoogvliet heeft wens tot 300 m2 uitbreidingsruimte met investering in parkeerlaag onder maaveld. Uitbreiding is in belang van consument, omwonenden en omliggende winkeliers.</p> <p>Slotsom: Koopcentrum Oegstgeesterweg moet onderdeel worden van de hoofdstructuur 2025.</p>	<p>toekomstbestendigheidsscore (>50%), maar geen verdere aanleiding tot kansrijk perspectief' komt daarmee te vervallen.</p> <p>Een bijkomend argument is dat de Oegstgeesterweg (78%) in de RMC benchmark methode beter scoort dan de Hoftuin (67%) RMC vindt dat er verder onderzoek moet worden gedaan hoe deze twee winkelgebieden naast elkaar optimaal kunnen functioneren tot aan 2025.</p> <p>Met betrekking tot de uw uitbreiding zullen wij deze als u deze indient beoordelen aan hand van de uitgangspunten van de retailvisie.</p>	
2C	<p>Ingebracht door: Zeezijde (Katwijk centrum / 't Heen)</p> <p>1. Zeezijde mist in de retailvisie het benadrukken van een adequaat parkeerbeleid: kwalitatief goede parkeerplekken, voldoende parkeerplaatsen en redelijke parkeertarieven (in ieder geval voor kleine kernen gratis).</p> <p>2. Zeezijde benadrukt het onderscheidende belang en positieve imago voor het winkelgebied van zelfstandigen voor het winkelgebied Zeezijde. Dit ondanks het advies tot meer</p>	<p>Ad 1. In de analyse van de winkelgebieden van de Leidse regio is dit punt inderdaad niet meegenomen. Er zijn geen objectieve en vergelijkbare data beschikbaar op het gebied van parkeren en parkeerbeleid. Bij de beleidsuitgangspunten van recreatieve centra, specifiek het compacter maken van het centrum, wordt dit punt wel genoemd. Voor de uitvoering van de retailvisie zal een actieplan worden opgesteld. Bij het opstellen van het actieplan per winkelgebied kan dit aan de orde worden gesteld.</p> <p>Ad 2. De zelfstandigen zijn inderdaad een onderscheidende kwaliteit van het winkelbestand van Zeezijde. Tegelijkertijd speelt onder deze groep wel het probleem van opvolging. Sterke</p>	<p>Geen wijziging voor het voorgestelde besluit.</p>

Samenvatting ingekomen reactie	Reactie van het college	Gevolgen voor het voorgestelde besluit
<p>filialisering. Zij erkennen dat opvolging van zelfstandigen wel onder druk staan en pleiten voor oprichting van een ondersteunend en innoverend fonds waarmee het lokale winkelbestand op peil wordt gehouden.</p> <p>3. Zeezijde stelt de vraag of er conflicterende punten zijn tussen de nieuwe Retailvisie Leidse Regio 2025 en de in 2012 vastgestelde detailhandelsvisie van de gemeente Katwijk.</p> <p>4. Zeezijde stelt dat de</p>	<p>centra worden gekenmerkt door een goede balans van ketenbedrijven en zelfstandigen. Het voorstel voor een ondersteunend en innoverend fonds vinden wij een goed idee. Dit kan bij het opstellen van actieplan per winkelgebied worden aangedragen. Uitgangspunt hierbij is dat de gemeente bij het eventueel opzetten van zo'n fonds een faciliterende rol speelt en geen financierende.</p> <p>Ad3. De Retailvisie is de opvolger van de detailhandelsvisie Katwijk. Als de retailvisie door de raad is vastgesteld vervalt het beleidskader vanuit de detailhandelsvisie. Wat betreft de uitgangspunten komen de retailvisie en de detailhandelsvisie voor een zeer groot gedeelte overeen zoals: grote sterke winkelgebieden hebben meer toekomst dan kleine winkelgebieden en solitaire winkels, cluster van dagelijks aanbod is gewenst, belang van supermarkten voor de boodschappencentra, clustering van niet dagelijks aanbod in Katwijk aan zee is gewenst, meer horeca en leisure gewenst in recreatieve centra, realisatie van compacte in recreatieve en boodschappen centra. De belangrijkste verschillen zijn: Bosplein (onderdeel van haalbaarheidsonderzoek Katwijk Midden), Melkweg en Hoofstraat Valkenburg waren niet opgenomen in de hoofdstructuur van de detailhandelsvisie, in de retailvisie wel.</p> <p>Ad 4. Het centrumgebied van</p>	

	Samenvatting ingekomen reactie	Reactie van het college	Gevolgen voor het voorgestelde besluit
	<p>grofmazige indeling tussen recreatief shoppen en doelgericht shoppen niet duidelijk genoeg is. Het onderscheid in type branches dat op doelgerichte centra zich mag vestigen moet nauwer omschreven worden anders wordt het toch een concurrent van het centrumgebied in plaats dat het complementair is. Zeezijde pleit voor om dit op te nemen in bestemmingsplannen.</p> <p>5. Zeezijde mist in de retailvisie het tegenhouden van outletcenters in verband met de gevolgen voor de binnenstad.</p> <p>6. Zeezijde stelt dat in 't Heen veel behoefte is aan clustering van vestigingspunten en vraagt zich af welke rol de gemeente hierin kan spelen.</p>	<p>Katwijk aan Zee en bedrijventerrein 't Heen vertegenwoordigen een groot economisch belang in de gemeente. In de retailvisie is getracht een goed evenwicht te vinden tussen deze belangen. Door onderscheid te maken tussen type centra met hun eigen bezoekmotieven en de daarbij behorende branchering en toegestane omvang denken wij hierin een goed evenwicht te hebben gevonden. In de retailvisie is overigens opgenomen dat indien de aanvrager een keuzemogelijkheid heeft het de voorkeur verdient dat deze in de recreatieve centra gevestigd worden.</p> <p>Ad 5. Het is correct dat outletcenters niet specifiek zijn uitgesloten in de retailvisie. Er zijn op dit moment geen plannen in die richting bij ons bekend. Gezien de saneringsopgave is het ook niet aannemelijk dat een dergelijk initiatief ontwikkeld wordt. Het opstellen van beleidsregels is dan ook niet van toepassing.</p> <p>Ad 6. De vestigingspunten van detailhandel zijn inderdaad te veel verspreid in 't Heen. In het Revitaliseringsplan van 't Heen (2012) is opgenomen dat het wenselijk is de vestigingspunten te clusteren aan de Zuidkant van de Ambachtsweg zodat bezoekersstromen gecombineerd worden. Dit uitgangspunt is vertaald in het bestemmingsplan waar een perifere zone is aangewezen aan de zuidkant van de Ambachtsweg. Nieuwe of te verplaatsen p.d.v. bedrijven</p>	

	Samenvatting ingekomen reactie	Reactie van het college	Gevolgen voor het voorgestelde besluit
		kunnen zich hier vestigen.	
2D	<p>Ingebracht door: AMBOG ('t Heen)</p> <p>1. Het is onduidelijk op welk cijfermateriaal het overschot aan dagelijks en niet dagelijks aanbod is gebaseerd.</p> <p>2. Er worden geen specifieke uitspraken gedaan over winkelmeters in 't Heen.</p> <p>3. AMBOG deelt de conclusies dat 't Heen solitair opereert ten opzichte van andere grootschalige concentraties en de vestigingspunten verouderd en te veel verspreid over het gebied.</p> <p>4. Enkele algemene opmerkingen</p> <ul style="list-style-type: none"> - verplaatsing bouwmarkt genoemd onder harde planvoorraad. Huidige pand voldoet niet aan de huidige eisen van de consument. Verplaatsing is nodig voor continueren bedrijfsactiviteiten. - leegstand is beperkt op 't Heen. Er is maar 1 grootschalig pand aanwezig. Dit pand is echter incurant. 	<p>Ad 1. In de retailvisie is een onderzoeksverantwoording opgenomen. Deze is herzien en zal worden opgenomen worden in de definitieve retailvisie.</p> <p>Ad 2. Dat klopt. Er is een marktruimteberekening uitgevoerd voor de Leidse regio. Hieruit kwam een forse saneringsopgave naar voren voor de doelgerichte locaties. In de uitvoering van de retailvisie zal de nadruk op dit aspect leggen in overleg met de stakeholders op de doelgerichte locaties.</p> <p>Ad 3. Wij delen uw opvatting. In de uitvoering van de retailvisie gaan wij met de belanghebbende aan de slag om het gebied compacter te maken voor duurzaam doelgericht winkelgebied 't Heen.</p> <p>Ad 4. Dit zijn algemene constatering en hebben niet specifiek betrekking op uitgangspunten van de retailvisie.</p>	Geen wijziging voor het voorgestelde besluit.
2E	<p>Ingebracht door: Ondernemers 't Heen ('t Heen)</p> <p>1.Ondernemers stellen de vraag</p>	Ad 1. In het bestemmingsplan	Geen wijziging voor het

	Samenvatting ingekomen reactie	Reactie van het college	Gevolgen voor het voorgestelde besluit
	<p>waarom de bestemming niet voor alle panden op de Ambachtsweg gelijk is.</p> <p>2. Ondernemers stellen de vraag waarom bromfietsenwinkel geen fietsen verkopen op 't Heen en een bouwwinkel wel.</p> <p>3. Er is te weinig resultaat met</p>	<p>van 't Heen is een zone voor perifere detailhandel aangewezen aan de zuidkant van de Ambachtsweg. De panden op de Ambachtsweg hebben op dit moment inderdaad een maatbestemming. Er is op dit moment een gedeeltelijke herziening van het bestemmingsplan in de maak waarbij de mogelijkheden verbreed worden. Kern hiervan is dat uitbreiding van meubel bedrijven niet zijn toegestaan (tenzij sprake is van verplaatsing, waarvoor een aparte bestemmingsplan procedure per geval noodzakelijk is), uitbreiding van een bouwmarkt en toevoeging van tuincentra kunnen beperkt toegestaan, mits ze onderbouwd worden met een positief DPO. De ruimte voor uitbreiding in deze laatste categorieën is op dit moment klein. De Categorie ABC kan in de aangewezen perifere zone worden toegevoegd met een afwijking van het bestemmingsplan. Doel is om dit in deze zone voor ieder pand mogelijk te maken.</p> <p>Ad 2. Het verkopen van fietsen op een perifere detailhandelslocatie past niet binnen het huidige detailhandelsbeleid van de gemeente en provincie. Bij bouwmarkten op 't Heen is maximaal 20% nevenassortiment toegestaan. Indien er een handhavingsverzoek wordt ingediend zal de gemeente bekijken of dit is toegestaan en of hier tegen opgetreden kan en moet worden.</p> <p>Ad 3. Er wordt gewerkt aan een</p>	<p>voorgestelde besluit.</p>

	Samenvatting ingekomen reactie	Reactie van het college	Gevolgen voor het voorgestelde besluit
	<p>betrekking tot de herinrichting van de Ambachsweg en Lageweg.</p> <p>4. Ondernemers stellen dat gemeente op basis van jurisprudentie niet aan concurrentiebescherming (van winkelhart Zeezijde) mag doen.</p> <p>1. Ondernemers onderschrijven de beleidsuitgangspunten</p>	<p>definitief ontwerp van de herinrichting, waaronder een inventarisatie van de kosten en de mogelijkheid tot een convenant. Binnenkort zullen wij de ondernemers hierover informeren.</p> <p>Ad 4. Gemeente mag zich inderdaad niet mengen in concurrentieverhoudingen, maar heeft wel een maatschappelijk belang, namelijk het voorkomen van veel leegstand wat een groeiend probleem is. Het voorkomen van leegstand is tevens een ruimtelijk argument. Zoals uit alle landelijke cijfers en ook de retailvisie blijkt is er overaanbod van winkelmeters. Door het opstellen en uitvoeren van de retailvisie willen we vraag en aanbod weer in evenwicht brengen. Dit betekent dus ook dat we niet detailhandel overal kunnen toestaan. Het is immers een krimpmarkt. Door onderscheid te maken tussen recreatieve centra en doelgerichte centra met ieder hun eigen branchering denken wij de verschillende winkelgebieden in Katwijk en regio onderscheidend ten opzichte van elkaar te maken en daarmee complementair. De gemeente stuurt dus op ruimtelijke kwaliteit. Toenemende leegstand vermindert de ruimtelijke kwaliteit. Het sturen op onaanvaardbare leegstand is daarmee een ruimtelijk argument en geen economisch argument om richting te geven aan detailhandelsontwikkelingen.</p> <p>Ad 5. De gemeente ziet de uitdagingen waar 't Heen voor staat maar ook de kans. De</p>	

	Samenvatting ingekomen reactie	Reactie van het college	Gevolgen voor het voorgestelde besluit
	<p>(vooral ten aanzien van brancheverruiming) van de retailvisie en geven aan samen met gemeente te willen werken aan het ontwikkelen van 't Heen vanuit een vraaggericht perspectief.</p> <p>6. Ondernemers geven aan dat 't Heen niet concurrerend is met andere doelgerichte centra in de regio en daarom niet van belang is een onderscheidende identiteit te ontwikkelen en dit regionaal af te stemmen.</p>	<p>verruimde mogelijkheden voor banchering komt tegemoet aan de genoemde bezwaren van ondernemers in 't Heen. De gemeente wil met de ondernemers werken aan het versterken van 't Heen binnen de kaders van de retailvisie en als onderdeel van het actieplan retailvisie.</p> <p>Ad 6. Wij denken dat ook voor 't Heen belangrijk is om een duidelijke identiteit te ontwikkelen die aanvullend is op het regionale aanbod. Wij gaan hierover graag met de stakeholders op 't Heen in gesprek.</p>	
2F	<p>Ingebracht door: Rijnpoort</p> <p>1. Het niet meenemen van de gemeenten in de Bollenstreek maakt de resultaten onbetrouwbaar. In en uitstroom van bestedingen naar Bollenstreekgemeenten (vooral Lisse) is aanzienlijk. Bij doelgerichte centra maakt dit de resultaten onjuist.</p>	<p>Ad 1. Voor de verzorgingsgebieden van de doelgerichte winkelgebieden is gerekend met een straal van 5 of 10 km. Naast de inwoners die in deze cirkel wonen, is voor ieder gebied een toevloeiing en een afvloeiing bepaald. De toevloeiing is niet gedefinieerd naar gemeente afkomst en de afvloeiing is ook in het algemeen bepaald. Maar toevloeiing en afvloeiing van en naar buiten de Leidse regio zal hier zeker onderdeel van zijn. Deze specifieke informatie is voor de indicatie van het economisch functioneren van de regio die in het rapport is opgenomen niet van toepassing.</p> <p>De enige bouwsteen die beperkt is tot de Leidse regio zijn de bezoekersstromen. Door middel van een innovatieve methode is het consumentengedrag in de Leidse regio inzichtelijk gemaakt. Deze methode heeft</p>	<p>Geen wijziging voor het voorgestelde besluit.</p>

	Samenvatting ingekomen reactie	Reactie van het college	Gevolgen voor het voorgestelde besluit
	<p>2. De gemiddelde koopkracht van Katwijk wordt lager ingeschat dan Nederland. Dit is onjuist omdat uit diverse onderzoeken blijkt dat kustgemeenten een hogere koopkracht hebben. Nader onderzoek is hiervoor nodig.</p> <p>3. Rijnport noemt het belang voor Katwijk om in te spelen op diverse consumentenbehoeften en ontwikkelingen wat kansen biedt om diversiteit van winkelgebieden te vergroten en de bestaande winkelvoorraad te transformeren. Inzet zou gericht moeten zijn op het versterken van de bestaande winkelgebieden.</p> <p>4. Rijnport stelt dat doordat de inspraakperiode gedurende de zomervakantie was de tijd</p>	<p>ons veel informatie gegeven die vooraf niet beschikbaar was, waardoor er nieuwe inzichten zijn ontstaan. Wij zijn van mening dat de data die is opgehaald vanuit de 14 winkelgebieden uitgerust met sensoren een goede basis is voor de conclusies die zijn getrokken. Uiteraard zijn we er ons van bewust geweest dat er ook uitwisseling plaats vindt met winkelgebieden buiten de Leidse regio. Tijdens het analyseren van deze resultaten hebben we echter rekeningen gehouden dat we geen informatie over de uitwisseling met nabij gelegen winkelgebieden van buiten de Leidse regio hebben. Los daarvan heeft deze methode ons veel inzicht gegeven, zeker ook voor de winkelgebieden in Katwijk.</p> <p>Ad 2. Wij baseren ons voor de inkomenscorrecties van alle zes gemeentes op het CBS (2014).</p> <p>Ad 3. De Retailvisie is opgesteld vanuit het belang van de consument waarin de trends en ontwikkelingen zijn opgenomen. Ook bij het opstellen van het actieplan zal hier aandacht voor zijn. In het actieplan zal zowel aandacht zijn voor de te versterken winkelgebieden als die gebieden die getransformeerd moeten worden.</p> <p>Ad 4. Wij erkennen dat over het algemeen de zomerperiode een ongelukkige periode is voor een</p>	

	Samenvatting ingekomen reactie	Reactie van het college	Gevolgen voor het voorgestelde besluit
	ontbrak om uitgebreider op het rapport in te gaan.	inspraakperiode. Hier hebben wij op ingespeeld door de periode voor inspraak met twee extra weken te verlengen.	
2G			
	Thema 3: Winkelgebieden Leiden		
3A	<p>Ingebracht door: Adviesraad WMO</p> <p>De Adviesraad adviseert:</p> <p>1. toets de aangewezen winkelgebieden aan toegankelijkheid en bereikbaarheidsrichtlijnen.</p> <p>2. Betrek mensen met beperkingen bij (her)ontwikkeling van winkelcentra.</p> <p>3. In deze Retailvisie rekening te houden met demografische en maatschappelijke ontwikkelingen: Leiden vergrijst en meer oudere mensen met toenemende beperkingen zullen thuis blijven wonen.</p> <p>4. Voldoende passende mogelijkheden voor kwetsbare mensen om de dagelijkse boodschappen op loopafstand te doen in stand te houden/te</p>	<p>Ad 1. Het toetsen van de toegankelijkheid en bereikbaarheid was geen onderdeel van het opstellen de retailvisie. In de retailvisie staat wel aangegeven dat de partijen gaan inzetten op het sterker maken wat sterk is. Een toegankelijk en bereikbaar winkelcentrum is daarbij van belang. Deze aandachtspunten worden meegenomen in het actieplan.</p> <p>Ad 2. De gemeenten gaan met de andere stakeholders (ondernemers, vastgoedeigenaren) werken aan het versterken van de winkelcentra die onderdeel zijn van de detailhandelsstructuur. Hierbij wordt rekening gehouden met de wensen van de consument, ook met consumenten met beperkingen.</p> <p>Ad 3 en 4. Wij onderkennen dat (Buurt)winkelcentra, naast een economische, ook een sociale functie hebben. Het is een ontmoetingsplaats en voor minder mobiele mensen zijn winkels in de buurt van groot belang voor het kunnen doen van dagelijkse boodschappen. In de retailvisie is rekening gehouden met de trends en demografische en maatschappelijke</p>	<p>Bij de uitvoering van het actieplan wordt bereikbaarheid en toegankelijkheid als aandachtspunten meegenomen bij het versterken van de winkelcentra binnen de detailhandelsstructuur.</p>

	Samenvatting ingekomen reactie	Reactie van het college	Gevolgen voor het voorgestelde besluit
	ontwikkelen. 5. Bij het opstellen van actieplannen voor winkelcentra buiten de detailhandelsstructuur ook de mensen in de buurt te betrekken en hun wensen en behoeften te inventariseren.	ontwikkelingen. Het is echter duidelijk dat, ondanks dat de vergrijzing al zo'n 10 jaar aan de gang is, de afgelopen jaren de buurtcentra het steeds slechter doen. De ouderen of mensen met beperkingen komen er niet in voldoende mate om deze buurtcentra overeind te houden. We zien dat door afname van consumenten de omzetten dalen, en in gevallen dermate laag worden dat een winkel niet levensvatbaar is. Wij herkennen dit dilemma tussen de sociale functie en de economische realiteit van (buurt)winkels in de nabijheid. Ad 5. De actieplannen voor winkelcentra buiten de detailhandelsstructuur zullen vooral gericht zijn op transformatie. Bij het vaststellen van een mogelijke nieuwe functie is ten eerste van belang wat de mogelijkheden op de betreffende locatie zijn. Verder is het natuurlijk van belang aan welke functie behoefte is. Bij ontwikkelingen worden belanghebbenden betrokken zoals beschreven staat in de participatienota.	
3B	Ingebracht door: Aldi De Aldi vraagt de gemeente Leiden of zij de realisatie van nieuwe moderne vestigingen (als vervanging van de locaties die gaan sluiten) wenselijk acht en de toezegging dat de meters van de huidige locatie ingezet kunnen worden op nieuwe locaties.	De retailvisie zal na vaststelling door de raden van de verschillende gemeenten het kader vormen voor het beoordelen van nieuwe initiatieven binnen de Leidse regio. Uit de visie blijkt waar de regio op in wil zetten, namelijk het versterken van de gebieden binnen de detailhandelsstructuur en de transformatie van de gebieden buiten de structuur. Alle nieuwe initiatieven worden	Geen wijziging voor het voorgestelde besluit.

	Samenvatting ingekomen reactie	Reactie van het college	Gevolgen voor het voorgestelde besluit
		<p>beoordeeld aan de kaders van de visie zoals onder andere het versterken van bijvoorbeeld de booschappencentra. Het stroomschema vormt hierbij een hulpmiddel en leidraad bij het beoordelen van initiatieven op een eenduidige en transparante manier gelijk in de gehele Leidse regio. Indien de Aldi met concrete initiatieven komt zullen deze zoals hierboven beschreven worden beoordeeld.</p>	
3C	<p>Ingebracht door: Colijn Interieur, Troefmarkt van Leeuwen, Coop supermarkten en van Wamelen Bouwmanagement (Verdamstraat 6 – Hoge Rijndijk)</p> <p>De partijen geven aan dat het onderzoek onvolledig is omdat:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kleine winkelgebieden en solitaire vestigingen niet zijn buiten beschouwing gelaten; • Planinitiatieven zijn niet meegenomen; • Er wordt voorbij gegaan aan het consumentenbelang om op korte afstand van hun woning boodschappen te kunnen doen. <p>Specifiek is het planinitiatief voor het verbouwen van een interieurwinkel naar een supermarkt niet meegenomen. Deze supermarkt zou het winkelaanbod in de Professorenwijk en Burgemeestersbuurt versterken en daardoor de leefbaarheid in de wijk. Het pand is verder met parkeergelegenheid en expeditie op eigen terrein geschikt voor</p>	<p>Er is aangegeven dat de visie niet volledig is omdat er een aantal zaken missen. Deze zaken zijn echter wel meegenomen: In de visie zijn alle winkelgebieden met minimaal 5 winkels en ook de solitaire vestigingen meegenomen, deze zijn niet buiten beschouwing gelaten. Plannen zijn meegenomen indien deze vastliggen in visies of andere documenten met de gemeente. Het plan voor Verdamstraat 6 was bekend en is wel degelijk meegenomen. Het plan is benoemd in de bijlage 3 Planvoorraad onder de naam Colijnlocatie. In de visie is de gewenste detailhandelsstructuur vastgelegd voor 2025. RMC heeft daarbij onderzocht of alle bewoners binnen een acceptabele afstand boodschappen kunnen doen. Voor een tweetal gebieden (zie stroomschema) is aangegeven</p>	<p>Geen wijziging voor het voorgestelde besluit.</p>

	Samenvatting ingekomen reactie	Reactie van het college	Gevolgen voor het voorgestelde besluit
	<p>het vestigen van een supermarkt.</p> <p>Op basis van het punt in de retailvisie dat zachte plannen in een witte vlek mogelijk zijn moet het initiatief mogelijk worden gemaakt.</p>	<p>dat daar een witte vlek kan ontstaan waar een andere oplossing gewenst is. Dit geldt niet voor de Professorenbuurt en Burgemeesterswijk. Er is voldoende winkelaanbod in de omgeving aanwezig of wordt gerealiseerd.</p> <p>Een solitaire vestiging aan de Verdamstraat is dan ook, zoals aangegeven in de visie, niet wenselijk. We willen juist alle winkels combineren in de sterke winkelgebieden binnen de detailhandelsstructuur. De gemeente gaat graag met de partijen in gesprek om te ontdekken welke andere functies op deze locatie mogelijk een optie kunnen zijn.</p>	
3D	<p>Ingebracht door: Ten Brinke Broers Projectontwikkeling B.V. (Hoge Rijndijk)</p> <p>Op de locatie Hoge Rijndijk 5 is een tankstation met bedrijfsloods gevestigd. In de zienswijze wordt gevraagd om voor deze locatie een uitzondering te maken en een buurtsuper (circa 2300m²) toe te staan met daarboven appartementen en een parkeergarage voor de klanten. Dit is een gewenste ontwikkeling omdat een tankstation in een binnenstedelijke woonwijk een onwenselijke situatie is.</p>	<p>Solitaire vestigingen zijn ongewenst omdat deze, vanuit de consument beschouwd, geen mogelijkheden geven voor combinatiebezoeken en daarom minder aantrekkelijk zijn dan sterke winkelgebieden. Relocatie van solitaire vestigingen naar een toekomstbestendig winkelgebied binnen de detailhandelsstructuur zal voor de consument aantrekkelijker zijn. Het creëren van nieuwe solitaire vestigingen past niet binnen de retailvisie Leidse regio en is daarom niet wenselijk. Indien de locatie herontwikkeld wordt is het niet wenselijk om hier detailhandel te vestigen. Er zal geen uitzondering op de visie gemaakt worden voor deze locatie. De gemeente gaat graag met de partijen in gesprek om te ontdekken welke andere functies</p>	<p>Geen wijziging voor het voorgestelde besluit.</p>

	Samenvatting ingekomen reactie	Reactie van het college	Gevolgen voor het voorgestelde besluit
		op deze locatie mogelijk een optie kunnen zijn.	
3E	<p>Ingebracht door: Bedrijvenvereniging Lammenschansdriehoek (Lammenschansweg)</p> <p>De ondernemers van Bedrijventerreinvereniging Lammenschansdriehoek zijn het oneens met de conclusie dat er in de retailvisie geconcludeerd wordt dat de Lammenschansweg niet levensvatbaar is. Dit op basis van de volgende argumenten:</p> <p>1. De retailvisie is in tegenspraak met eerdere toezeggingen van de gemeente Leiden en met de ontwikkelstrategie Lammenschansdriehoek;</p>	<p>Ad 1. Het klopt dat deze retailvisie een ander standpunt inneemt dan dat de gemeente Leiden eerder met u heeft gecommuniceerd met onder andere de door de raad vastgestelde Ontwikkelstrategie Lammenschansdriehoek. Sinds de Ontwikkelingsstrategie Lammenschansdriehoek is helaas de wereld op het gebied van retail snel (in negatieve zin) veranderd.</p> <p>In de retailvisie is onderzocht hoe de detailhandelsstructuur in de regio functioneert en wat we moeten doen om op basis van de behoefte van consumenten een gezonde detailhandelsstructuur te creëren waarbij vraag en aanbod in evenwicht zijn. Het overaanbod op de doelgerichte winkelgebieden in de Leidse regio is enorm groot. Om een keuze te maken in het verminderen van meters zijn alle bouwstenen afgewogen. De Lammenschansweg scoort op basis van objectieve data (het benchmarkonderzoek) het minst goed van de vijf doelgerichte winkelgebieden in de regio. Het winkelgebied heeft op basis van het aanwezige aanbod geen duidelijk profiel of brancheaanbod en daarmee geen sterk uniek karakter en het winkelgebied is tevens het minst zelfvoorzienend in de regio voor doelgerichte aankopen. Op basis</p>	<p>Geen wijziging voor het voorgestelde besluit.</p> <p>De verplaatsing van de Praxis naar Lammenschansweg wordt wel opgenomen in de visie.</p>

	Samenvatting ingekomen reactie	Reactie van het college	Gevolgen voor het voorgestelde besluit
	<p>2. Leiden heft de enige PDV locatie binnen haar gemeentegrenzen op en daarmee de mogelijkheid voor Leidse detailhandelaren;</p> <p>3. Er wordt niet aangegeven waar de locaties naar toe moeten transformeren;</p>	<p>van deze analyse heeft Economie071 de keus gemaakt om Lammenschansweg als locatie niet op te nemen in de detailhandelstructuur 2025. Met het niet opnemen van de Lammenschansweg wordt een begin gemaakt met de saneringsopgave voor alle doelgerichte winkelgebieden. De andere doelgerichte winkelgebieden dienen de rest van deze saneringsopgave in te vullen. De Lammenschansweg blijft uit de detailhandelsstructuur 2025 op voorwaarde dat er actief aan de slag wordt gegaan met de sanering van de overige m2 PDV.</p> <p>Op basis van een goede structuur voor de gehele regio heeft de gemeente Leiden nu een ander standpunt ingenomen dan ten tijde van de Ontwikkelstrategie Lammenschansdriehoek met u is gecommuniceerd.</p> <p>Ad 2. Zoals ook bij antwoord 1 beschreven gaat het om een regionale visie waarin is onderzocht hoe de verschillende winkelgebieden regionaal functioneren. Het gaat er om dat de detailhandelsstructuur in de regio optimaal inspeelt op de behoeften van de consument in de regio. Wel blijft de verplaatsing van de Praxis van de Zoeterwoudse weg naar de Lammenschansweg mogelijk.</p> <p>Ad 3. In deze retailvisie is beschreven wat de wenselijke detailhandelsstructuur in 2025 is. De volgende vraag is hoe deze visie wordt uitgevoerd. Dit wordt beschreven in het actieplan dat kort is aangestipt in de oplegnotitie maar wat uitgewerkt</p>	

	Samenvatting ingekomen reactie	Reactie van het college	Gevolgen voor het voorgestelde besluit
	<p>4. De Lammenschansweg is niet voldoende betrokken bij het opstellen van de retailvisie;</p>	<p>is en integraal wordt vastgesteld met de retailvisie. In dit actieplan is opgenomen hoe gewerkt gaat worden aan het transformeren van gebieden die buiten de detailhandelsstructuur vallen. Het is nu nog niet duidelijk naar welke functies de locaties moeten transformeren. Onderdeel van het actieplan is dat de betrokken partijen gezamenlijk per gebied de mogelijkheden gaan onderzoeken. Hierbij is het van belang dat er geen algemene oplossing is maar dat dit altijd maatwerk per locatie zal zijn. In de ontwikkelstrategie Lammenschansdriehoek zijn al een aantal functies opgenomen waarvan de gemeente voor de Lammenschansweg aangeeft deze gewenst te vinden, zoals wonen, bedrijven, zorg, dienstverlening, sport of leisure. Er zijn dus nog diverse mogelijkheden.</p> <p>Ad 4. Er zijn diverse inspraakmomenten geweest zoals tijdens de werkateliers. Ook hebben we in onze communicatie naar ondernemers toe getracht ze zo goed en breed mogelijk aan te laten haken en mee te laten doen. We vinden het vervelend om te horen dat u de urgentie van de twee werkateliers niet heeft gevoeld/ingezien. Neemt niet weg dat deze inspraakmomenten wel hebben plaats gevonden en vrij toegankelijk waren. Daarnaast heeft iedere individu/winkelgebied de mogelijkheid gehad om na het tweede werkatelier een aanvraag te doen voor een 1-op-1 gesprek waarin specifiek de</p>	

	Samenvatting ingekomen reactie	Reactie van het college	Gevolgen voor het voorgestelde besluit
	<p>5. De gebiedsstructuurvisie ontbreekt in bijlage 3 van de retailvisie;</p> <p>6. De waarden en coderingen die aan het gebied zijn gegeven zijn op verkeerde data gebaseerd;</p> <p>7. De Lammenschansweg is in uitnodigingen en andere communicatie rondom de retailvisie op het verkeerde been gezet over status en inhoud van de retailvisie.</p>	<p>situatie van het eigen winkelgebied besproken kon worden. Dit heeft voor de Lammenschansweg plaats gevonden met een aantal ondernemers.</p> <p>Ad 5. In bijlage drie zijn alle plannen opgenomen waarin concrete ontwikkelingen voor detailhandel zijn opgenomen. De ontwikkelstrategie is geen concreet bouwplan; het is ook geen masterplan in de traditionele betekenis van het woord. Met de ontwikkelstrategie is voor een vorm gekozen waarin maximaal ruimte wordt geboden aan initiatieven uit de markt. In de ontwikkelstrategie worden de ruimtelijke en programmatische kaders op hoofdlijnen aangegeven waarbinnen het gebied zich kan ontwikkelen.</p> <p>Ad 6. Alle winkelgebieden zijn op dezelfde manier beoordeeld op basis van objectieve data, het benchmarkonderzoek. Hiervoor zijn gegevens uit onder andere Locatus gebruikt waarbij een bepaalde peildatum voor alle winkelgebieden is aangehouden. Naar aanleiding van uw opmerkingen heeft RMC geen aanleiding gezien om de benchmark aan te passen. Alle gegevens en data zijn juist toegepast. We onderkennen dat de huidige situatie inmiddels anders is: de leegstand is sterk afgenomen.</p> <p>Ad 7. Voor de communicatie en het betrekken van alle partijen rondom de retailvisie is een zorgvuldig communicatietraject doorlopen. Het is jammer dat ondanks alle inspanningen die</p>	

	Samenvatting ingekomen reactie	Reactie van het college	Gevolgen voor het voorgestelde besluit
		we hebben geleverd om iedereen op de juiste momenten van de juiste informatie te voorzien en te betrekken de informatie bij u niet op de juiste manier is aangekomen.	
3F	<p>Ingebracht door: Eigenaar perceel Lammenschansweg</p> <p>Appelant tekent bezwaar aan met betrekking tot wijziging van de bestemming en de bevroering van het huidig gebruik. Als motivatie wordt verwezen naar de argumentatie van de ondernemers van Bedrijventerreinvereniging Lammenschansdriehoek.</p>	<p>Voor de beantwoording verwijzen we naar de reactie op de zienswijze van de ondernemers van Bedrijventerreinvereniging Lammenschansdriehoek. Wij merken hierbij op dat het besluit tot vaststelling van deze visie niet inhoud dat daarmee de bestemming in het vigerend bestemmingsplan gewijzigd is of wordt c.q. bevroren wordt, zoals wordt aangegeven. Dat staat los van de vaststelling van de Retailvisie Leidse regio.</p>	Geen wijziging voor het voorgestelde besluit.
3G	<p>Ingebracht door: Zirkzee Wonen en Slapen (Lammenschansweg)</p> <p>Zirkzee sluit aan bij de zienswijze van INretail en bij de zienswijze van de ondernemers van het Bedrijventerreinvereniging Lammenschansdriehoek.</p>	<p>Voor de beantwoording verwijzen we naar de reactie op de zienswijze van INretail (1B) en naar de beantwoording van de zienswijze van de ondernemers van het Bedrijventerrein Lammenschansdriehoek (3E).</p>	Geen wijziging voor het voorgestelde besluit.
3H	<p>Ingebracht door: Ondernemersvereniging Roosevelt en Trekvliet (Lammenschansweg – bedrijventerrein Rooseveltstraat en Trekvliet)</p> <p>De ondernemersvereniging ondersteunt de zienswijze die is ingediend door BTV Lammenschansdriehoek en is</p>	<p>In de vorige reacties is ingegaan op het standpunt t.a.v de Lammenschansweg. In deze reactie gaan we vooral in op de</p>	Geen wijziging voor het voorgestelde besluit.

	Samenvatting ingekomen reactie	Reactie van het college	Gevolgen voor het voorgestelde besluit
	<p>geschreven door de heer Zirkzee.</p> <p>De vereniging onderschrijft de kern van de visie dat er teveel m2 detailhandel zijn in Nederland en dat een aanpak daarvoor noodzakelijk is.</p> <p>De ondernemers werken hard aan revitalisering maar door de beperkende bestemmingsplannen is er weinig mogelijk. De vereniging pleit voor concrete verruimingen in het bestemmingsplan die het mogelijk maakt om met korte procedures een revitalisering/transformatie van locaties en gebouwen door te voeren.</p> <p>De ondernemersvereniging verwerpt de stelling om de Lammenschansweg te definiëren als een gebied waar geen uitbreidingen kunnen worden toegepast, zoals grootschalige detailhandel, en deze bij voorkeur buiten Leiden te vestigen. Zowel Lammenschansweg als het bedrijventerrein zijn niet als achterland of randgebied te beschouwen dus zijn geen PDV gebied maar zijn onderdeel van het centrum.</p> <p>Aangezien het bedrijventerrein nu ook op het gebied van parkeren behoort tot het nieuwe stadscentrum ook de daarbij behorende functies als detailhandel toe te staan.</p> <p>De ondernemersvereniging verzoekt de gemeente Leiden binnen haar visie duidelijkheid te verschaffen over verruimingen op bedrijventerreinen waar behoefte is aan showroomfunctie.</p>	<p>punten specifiek voor de bedrijventerreinen Rooseveltstraat en Trekvlief. Een van de belangrijkste opgaven van de visie is het terugbrengen van het aantal vierkante meters detailhandel in de Leidse regio. Goed dat de ondernemersvereniging zich kan vinden in deze opgave.</p> <p>In het kader van het terugbrengen van de oppervlakte detailhandel is aangegeven welke gebieden toekomstbestendig zijn en welke niet. De gebieden die niet toekomstbestendig zijn vallen buiten de detailhandelsstructuur en de gemeenten gaan actief aan de slag om deze gebieden een ander perspectief (in het kader van transformatie) te bieden. Binnen dit kader is het niet wenselijk om de mogelijkheden op bedrijventerreinen Rooseveltstraat en Trekvlief voor detailhandel te verruimen. Dit bedrijventerrein is bedoeld om bedrijven te huisvesten en niet voor detailhandel. Het parkeerbeleid heeft verder geen invloed op de functie van het gebied. Ondanks dat het gebied behoort tot het nieuwe stadscentrum wil niet zeggen dat overal dezelfde functies zijn toegestaan.</p>	

	Samenvatting ingekomen reactie	Reactie van het college	Gevolgen voor het voorgestelde besluit
3I	<p>Ingebracht door: Winkeliersvereniging Profwijkwinkels (Van 't Hoffstraat)</p> <p>De vereniging geeft aan dat de winkels een belangrijke functie hebben voor alle ouderen en gezinnen met jonge kinderen in de buurt die volgens de vereniging gebaat zijn bij winkels in de buurt. Verder geeft de vereniging aan dat de winkels en de winkeliersvereniging een belangrijke sociale functie hebben in de wijk doordat de winkels een belangrijke ontmoetingsplek zijn in de wijk.</p>	<p>Wij onderkennen dat (Buurt)winkelcentra, naast een economische, ook een sociale functie hebben. Het is een ontmoetingsplaats en voor minder mobiele mensen zijn winkels in de buurt van groot belang voor het kunnen doen van dagelijkse boodschappen. In de retailvisie is rekening gehouden met de trends en demografische en maatschappelijke ontwikkelingen. Alhoewel het sociale aspect zeker van belang is, is het echter duidelijk dat, ondanks dat de vergrijzing al zo'n 10 jaar aan de gang is, de afgelopen jaren de buurtcentra het steeds slechter doen. De ouderen of mensen met beperkingen komen er niet in voldoende mate om deze buurtcentra overeind te houden. We zien dat door afname van consumenten de omzetten dalen, en in gevallen dermate laag worden dat een winkel niet levensvatbaar is. Wij herkennen dit dilemma tussen de sociale functie en de economische realiteit van (buurt)winkels in de nabijheid.</p> <p>Voor de retailvisie is onderzocht welke winkelcentra toekomstbestendig zijn en welke niet. Dit is beoordeeld op basis van de volgende criteria: filialisering, primaire functie, leegstand, supermarktaanbod, WVO supermarkt, totaal WVO, concurrentie, WVO dagelijks</p>	<p>Geen wijziging voor het voorgestelde besluit.</p>

	Samenvatting ingekomen reactie	Reactie van het college	Gevolgen voor het voorgestelde besluit
		aanbod per inwoner, WVO niet-dagelijks aanbod per inwoner. Daarnaast is gekeken naar de marktruimte en andere bouwstenen. Op basis van deze criteria en bouwstenen volgt dat de Van 't Hoffstraat niet toekomstbestendig is en dat dit winkelgebied niet opgewassen is tegen de andere winkelgebieden.	
3J	<p>Ingebracht door: Spar (Herenstraat / Meerburgerpolder)</p> <p>Spar brengt in haar reactie drie punten naar voren ten aanzien van de retailvisie die naar haar overtuiging onvoldoende recht doen aan de gevestigde Spar-ondernemingen namelijk:</p> <p>1. Het winkelgebied 'Herenstraat' valt ten onrechte buiten de detailhandelsstructuur 2025;</p>	<p>Ad 1. Voor de retailvisie is onderzocht welke winkelcentra toekomstbestendig zijn en welke niet. Dit is beoordeeld op basis van de volgende criteria: filialisering, primaire functie, leegstand, supermarktaanbod, WVO supermarkt, totaal WVO, concurrentie, WVO dagelijks aanbod per inwoner, WVO niet-dagelijks aanbod per inwoner. De indicatoren in de benchmarkmethode zijn onder andere gebaseerd op trends. Wat betreft de indicator filialisering is een goede mix van filiaalbedrijven en zelfstandigen van belang, voor een wijkcentrum geldt dat ca. een derde van het aanbod een filiaalbedrijf moet zijn om een basis te hebben voor een gezonde toekomst. Met twee redenen: filiaalbedrijven hebben trekkracht op de consument en het is bekend dat de consument steeds vaker voor bekende namen kiest en veel zelfstandige ondernemers willen hun winkel niet voortzetten, hetgeen een risico met zich meebrengt. Wat betreft de waarde van de benchmark voor leegstand is er zeker rekening gehouden met</p>	<p>Geen wijziging voor het voorgestelde besluit.</p>

	Samenvatting ingekomen reactie	Reactie van het college	Gevolgen voor het voorgestelde besluit
	<p>2. De Meerburgerpolder moet uit de detailhandelsstructuur gehaald worden omdat deze ontwikkeling ten koste gaat van winkelgebied Roomburg;</p>	<p>frictieleegstand.</p> <p>De detailhandelsstructuur is tot stand gekomen door meerdere kwantitatieve en kwalitatieve bouwstenen te analyseren. Op basis van deze criteria en bouwstenen volgt dat winkelgebied 'Herenstraat' niet toekomstbestendig is en dat dit winkelgebied niet opgewassen is tegen de andere winkelgebieden. Individuele winkels in een niet toekomstbestendig winkelgebieden kunnen inderdaad goed functioneren. De Retailvisie en oplegnotitie doen echter geen uitspraken over individuele winkels, maar over winkelgebieden. De uitkomst van de Retailvisie betekent eveneens niet dat 'winkelgebieden buiten de structuur geen toekomst hebben'. Gemeenten sluiten geen winkels.</p> <p>In de visie is een minimale afmeting van een supermarkt van belang. Een duidelijke, breed waarneembare, trend bij supermarkten is de schaalvergroting. Deze trend is meegenomen in de criteria en de beoordeling van de winkelgebieden op toekomstbestendigheid.</p> <p>Ad 2. RMC heeft op basis van de toekomstbestendige winkelgebieden en uitkomsten van de bouwstenen de detailhandelsstructuur bepaald. Bij het bepalen van de toekomstbestendigheid is concurrentie meegenomen en is dus gekeken naar andere bestaande of te ontwikkelen gebieden in de omgeving van die winkelgebieden. De</p>	

	Samenvatting ingekomen reactie	Reactie van het college	Gevolgen voor het voorgestelde besluit
	<p>3. De oppervlakte van tenminste 1000m² voor nieuwe / uit te breiden supermarkten is te rigide.</p>	<p>winkelgebieden binnen de structuur kunnen dus allemaal naast elkaar bestaan en vormen zo een toekomstbestendige structuur binnen de Leidse regio.</p> <p>Ad 3. Al enige decennia is er sprake van schaalvergroting, zeker in de supermarktbranche. De gemiddelde winkelomvang wordt steeds groter. Grotere winkels bieden retailers schaalvoordelen en de consument het gemak van een breed assortiment en dus de gewenste keuze. Kleinere winkels worden niet, gemeenten sluiten immers geen winkels. Maar als we ergens meer vierkante meters toe willen staan dan moet dat bijdragen aan het sterker maken wat sterk is. O basis van de visie en de trends van schaalvergroting is uitbreiding van supermarkten vooral wenselijk daar waar de winkel daardoor groter wordt dan 1000m².</p>	
3K	<p>Ingebracht door: Wijkvereniging Pieters- & Academiewijk en Levendaal-West (Binnenstad Leiden)</p> <p>De wijkvereniging brengt in haar reactie drie punten naar voren ten aanzien van de retailvisie die naar haar overtuiging nog verder uitgewerkt dienen te worden in de retailvisie namelijk:</p> <p>1. Er is in de retailvisie geen aandacht voor de betekenis van de omvang en vooral de samenstelling van de bevolking en daarmee voor aard en omvang van detailhandel. Het terugbrengen van dagelijks aanbod in de binnenstad van Leiden staat op gespannen voet met de woonfunctie in de</p>	<p>Ad 1. De binnenstad van Leiden valt samen met een viertal andere winkelgebieden onder de recreatieve centra in de Leidse regio. Voor deze recreatieve centra is het van belang dat zij zich vooral richten op de recreatieve functie om op die manier meer bezoekers te trekken. Voor elk recreatief centrum geldt dat de samenstelling van de bevolking en daarmee het verzorgingsgebied anders is. Op bladzijde 9 van het rapport van RMC staan de verschillende belevingswerelden aangegeven.</p>	<p>Geen wijziging voor het voorgestelde besluit.</p>

	Samenvatting ingekomen reactie	Reactie van het college	Gevolgen voor het voorgestelde besluit
	<p>binnenstad en de nadruk op verblijven en trekken van meer bezoekers kan teveel hinder opleveren voor de woonfunctie;</p>	<p>Voor de hoofdwinkelgebieden is in de bijlage kort uitgewerkt hoe de identiteit van de verschillende winkelgebieden versterkt kan worden op basis van de belevingswereld van het verzorgingsgebied. In het actieplan is aandacht voor het sterker maken van de sterke winkelgebieden. Hierbij zal het versterken van de identiteit van de winkelgebieden mede op basis van het verzorgingsgebied zeker aandacht krijgen.</p> <p>De binnenstad van Leiden heeft een bijzondere functie in de regio. De binnenstad heeft een bovenlokale functie. Om goed te kunnen functioneren is het van belang om voldoende bezoekers te trekken die vervolgens langer blijven. Daarom moet de binnenstad de recreatieve functie versterken. Hierbij is een passend winkelaanbod van belang en de verschillende deelgebieden met hun eigen identiteiten bieden aan een breed publiek een passend aanbod. Daarnaast is het van belang om het winkelaanbod te ondersteunen met bijvoorbeeld horeca.</p> <p>In een binnenstad zoals die van Leiden komen dus verschillende functies op een klein gebied bij elkaar. Hierbij zal de gemeente er altijd naar streven om de belangen van de verschillende functies zo goed mogelijk op elkaar af te stemmen. Ook de woonfunctie wordt hierin meegenomen. Bij het opstellen van beleid, denk aan de recent opgestelde concept horecavisie wordt dan ook gedegen en precies aangegeven op welke manier horeca in (onder andere) de binnenstad zich kan</p>	

	Samenvatting ingekomen reactie	Reactie van het college	Gevolgen voor het voorgestelde besluit
	<p>2. Wat gaat er beleidsmatig gebeuren met eventueel vrijkomende winkelruimte;</p> <p>3. Hinder, overlast en schade door vrachtverkeer moet een factor zijn in het bepalen welke winkelgebieden wel en niet gestimuleerd zouden moeten worden. Daarnaast moet er een actief beleid gevoerd worden om het vrachtverkeer in de binnenstad van Leiden in goede banen te leiden</p>	<p>ontwikkelen en worden duidelijke kaders aangegeven.</p> <p>Ad 2. Het doel van de retailvisie is het beantwoorden van de vraag waar de consument in 2025 winkelt. Op basis van deze vraag is onderzocht welke gebieden toekomstbestendig zijn en welke niet. Daaruit volgt dat 11 winkelgebieden niet toekomstbestendig zijn en geen onderdeel zijn van de detailhandelsstructuur 2025. Daarmee is de vraag van de visie beantwoord maar om de visie uit te voeren is het van belang om aan de slag te gaan met deze winkelgebieden om te onderzoeken welke mogelijkheden er zijn om te transformeren. Dit is een actie die opgenomen wordt in het actieplan. Er zal een transformatiemanager actief aan de slag gaan met deze winkelgebieden. Hoe deze gebieden getransformeerd worden dat zal blijken uit die onderzoeken. Per gebied zullende transformatiemogelijkheden anders zijn. Een mogelijke nieuwe functie is inderdaad wonen. Maar ook voor nieuwe functies geldt dat er altijd bekeken zal zijn naar welke functie vraag is binnen de de gehele regio.</p> <p>Ad 3. Overlast van vrachtverkeer is geen criteria geweest bij het beoordelen van de toekomstbestendigheid van winkelgebieden. De toekomstbestendigheid wordt vooral bepaald door andere zaken zoals aanwezigheid van een supermarkt, leegstand, filialisering etc. Bij het goed laten</p>	

	Samenvatting ingekomen reactie	Reactie van het college	Gevolgen voor het voorgestelde besluit
		<p>funcioneren van de binnenstad van Leiden is het vrachtverkeer en zaken als laden en lossen van groot belang. Daarom heeft Leiden het beleid dat zware vrachtwagens de binnenstad niet in mogen en is er een milieuzone. Daarnaast zijn er voor laden en lossen venstertijden afgesproken om het laden en lossen te beperken tot bepaalde tijden.</p> <p>In de duurzaamheidsagenda van de gemeente Leiden is opgenomen dat we gaan onderzoeken of we een centraal distributiecentrum kunnen realiseren t.b.v. de bevoorrading van de binnenstad.</p>	
3L	<p>Ingebracht door: Winkeliers Herenstraat en Doezastraat (Herenstraat en Doezastraat)</p> <p>1.proces: De winkeliersverenigingen Herenstraat / Doezastraat geeft aan dat er geen communicatie geweest is die gericht is op de winkeliersvereniging Herenstraat. Tevens vond de inspraakperiode plaats in de zomervakantie, een periode die ongunstig is voor winkeliers.</p> <p>2.Onderzoek en benchmarkmethode</p> <p>De winkeliersverenigingen Herenstraat / Doezastraat geeft aan dat de benchmarkmethode niet klopt en de input daarvoor niet strookt met de werkelijkheid.</p>	<p>Ad1. Proces: De winkeliersvereniging Herenstraat is in diverse fasen van het proces wel degelijk betrokken bij de communicatie over de Retailvisie. Vanuit de gemeente is in april/mei 2015 getracht om een maatwerkgesprek te plannen, dat helaas niet van de grond kwam. Dat vinden wij vervelend. Uiteindelijk heeft op 14 oktober een eerste gesprek plaatsgevonden en hebben we het voorstel gedaan de winkeliersvereniging Herenstraat alsnog een inspraakreactie in te laten dienen.</p> <p>Ad 2.Onderzoek en benchmarkmethode</p> <p>Over op winkeloppervlakte gerichte opzet : De Herenstraat is een relatief klein winkelgebied. De grootte van het winkelgebied is belangrijk om de klant een</p>	<p>Geen wijziging voor het voorgestelde besluit.</p>

	Samenvatting ingekomen reactie	Reactie van het college	Gevolgen voor het voorgestelde besluit
	<p>Over de methode geven zij de volgende punten aan:</p> <ul style="list-style-type: none"> - het conceptdocument pakt, door zijn puur op winkeloppervlakte gerichte opzet, vrijwel automatisch negatief uit voor een winkelgebied als de Doeza- en Herenstraat. - Indicator filialisering is geen juiste indicator. Juist speciaalzaken, gezelligheid, unike aanbod zijn punten waar opgescoord moet worden. Eigenaschappen waarmee De Herenstraat zich onderscheidt. - In de methode van RMC is naar ons idee een tekortkoming dat de Herenstraat niet is toegestaan te scoren op recreatief en doelgericht aanbod. Juist de verscheidenheid aan aanbod is het unique sellingpoint van de Herenstraat. - De verdeling van de diverse rubrieken / typologieën winkelcentra is arbitrair. Herenstraat zou als 'winkelstraat' een afzonderlijke categorie verdienen. 	<p>compleet aanbod te kunnen bieden, dit zal op een klein winkelgebied zoals de Herenstraat lastig zijn. De score van de twee economische factoren in de benchmark (WVO/aanbod per inwoner) zijn de enige andere criteria die afhankelijk zijn van de grootte van het winkelgebied. Hierbij is het echter positief om niet te veel aanbod per inwoner te hebben. Op de overige criteria is de grootte van het winkelgebied niet van invloed en kleinere winkelgebieden hebben dus ook kans om positief te scoren.</p> <p>Over Indicator filialisering: Het aantal filiaalbedrijven in een winkelgebied is een maatstaf voor de gezondheid van winkels en haar eigenaren. Bekende namen trekken bezoekers naar een winkelgebied omdat consumenten weten wat er te koop is. Ze vormen de basis van een winkelgebied. Daarentegen is een sterke zelfstandige specialist is ook een goede reden om naar een winkelgebied te komen. Een goede balans voor een klein boodschappen winkelgebied is ongeveer een derde filiaalbedrijven en twee derde zelfstandig ondernemers. Dat veel zelfstandigen hun winkel niet willen voortzetten (bron: Shopping2020), betekent wel een risico voor een winkelgebied met veel zelfstandigen. De Herenstraat heeft één filiaalbedrijf en er zijn twaalf zelfstandige ondernemers gevestigd, wat in onze ogen geen goede balans is en een risico is voor de toekomstbestendigheid van het winkelgebied.</p>	

	Samenvatting ingekomen reactie	Reactie van het college	Gevolgen voor het voorgestelde besluit
		<p>Over scoren op alleen boodschappenaanbod: Winkelgebieden nu, maar zeker in de toekomst, hebben volgens RMC verschillende bezoekenmotieven voor de consument: recreatief, dagelijks of doelgericht winkelen. Het centrum van Leiden is een echt recreatief centrum waar winkelen gecombineerd kan worden met onder horeca, leisure en cultuur. Het winkelaanbod moet hierop dan ook worden afgestemd. De Herenstraat is een winkelgebied voor dagelijkse boodschappen en we noemen dat een boodschappen winkelgebied. Ongeveer de helft van het aanbod op de Herenstraat is voor dagelijks gebruik hetgeen naar onze mening te laag is om een goede positionering te hebben voor de consument. Betekent niet dat het winkelen in zo'n gebied onprettig is. Ook hier geldt dat de consument op zoek is naar snelheid, gemak en kwaliteit.</p> <p>Over aparte categorie 'winkelstraat': De indeling van winkelgebieden naar hoofdwinkelcentra, wijkwinkelcentra, buurtcentra, supermarktcentra en grootschalige concentraties is een gebruikelijke indeling voor detailhandel (bron: Locatus) en wordt gebruikt door alle gemeentes en adviesbureaus. De indeling is niet subjectief, maar gebaseerd op het aantal verkooppunten in een winkelgebied. Op basis van deze indeling is het benchmarkonderzoek uitgevoerd. Alle wijkcentra klein (typering Herenstraat) zijn</p>	

	Samenvatting ingekomen reactie	Reactie van het college	Gevolgen voor het voorgestelde besluit
	<p>3. Over de inventarisatie van gebruikte input geven zij de volgende punten aan:</p> <ul style="list-style-type: none"> - De inventarisatie van gebruikte gegevens klopt niet met de werkelijkheid: - achterhaalde gegevens - gloednieuwe maar onvolledige gegevens - ontbrekende gegevens - Het totaal aan m2 retail in de retailvisie is lager dan in werkelijkheid het geval is. Winkeliersvereniging Herenstraat komt naar eigen meting uit op 3017 m2 WVO Zie bijlage. Herenstraat eist een correctie op de te gebruiken m2 en een doorwerking daarvan in de eindconclusies. - De Helianth en Anadolu moeten meegerekend worden als supermarkt. Daarmee komt de Herenstraat op 3 supermarkten, van eer dan 1000 m2 - RMC geeft, bewust of onbewust, een extra gewicht aan de factor WVO. Die 	<p>getoetst aan dezelfde benchmark (dus met vergelijkbare kleine wijkcentra) en de overige typologieën hebben andere vergelijkingsstandaarden. Dit heeft geresulteerd dat alle winkelgebieden op een objectieve manier vergeleken konden worden, hetgeen voor een regionale afstemming essentieel is.</p> <p>Wij zijn het met u eens dat de beleving van een winkelstraat anders kan zijn dan van een winkelcentrum. Maar geredeneerd vanuit het aanbod maakt dit dus geen verschil.</p> <p>Ad 3. Over de gebruikte data: De Retailvisie is van start gegaan in oktober 2014. De gemeenten hebben toen hun meest recente data aangeleverd op basis van de Locatus bestanden. Locatus is een landelijk veel gebruikt en geaccepteerd databestand met diverse informatie over retail: over alle winkelpanden in Nederland is hier informatie in opgenomen.</p> <p>Deze data is statisch en is veranderlijk in de loop van de tijd (nieuwe waarnemingen) waardoor eventuele afwijkingen te verklaren zijn. Er is uitgegaan van detailhandelsmeters en niet van horeca, leisure of dienstverlening.</p> <p>De bedrijven VitaminenZee en Slats Antiek zijn wel opgenomen in de lijst met winkels die is gebruikt voor de RMC-toekomstbestendigheidstoets. Ze missen echter in het WOZ overzicht omdat ze onder woning met winkels vallen.</p> <p>Over verschil in berekende meters en gemeten meters:</p>	

	Samenvatting ingekomen reactie	Reactie van het college	Gevolgen voor het voorgestelde besluit
	<p>komt namelijk niet twee keer maar vier keer als criterium terug. Methodologisch niet correct.</p> <p>De winkeliersverenigingen Herenstraat / Doezastraat is van mening dat :</p> <ul style="list-style-type: none"> - minder filialisering een betere score zou moeten hebben - recreatief en doelgericht aanbod essentiële pluspunten zijn voor een winkelstraat, en dus positief moeten scoren. 	<p>Wij hebben de verschillende bronnen met meters, waar de WVO meting door de winkeliersvereniging Herenstraat aangeleverde meters, doorgerekend in de benchmarkmethode. Er zitten één verandering in van 'rood' naar 'groen', maar de overall score blijft lager dan 50 %.</p> <p>Conclusie van deze nieuwe analyse is dat de Herenstraat nog steeds onder de helft scoort (44%), en daarmee in vergelijking met andere (in de omgeving liggende) winkelcentra slechter scoort en dus meer concurrentie heeft. Dat zit met name op de verhouding filialisering – zelfstandigen, aantal en omvang supermarkten en concurrentie met omliggende winkelcentra. Deze nieuwe conclusie op basis van de door de winkeliersvereniging Herenstraat aangeleverde eigen data van is helaas niet anders dan de conclusie die in de concept Retailvisie beschreven was.</p> <p>Deze score wil niet zeggen dat dit winkelgebied geen toekomst heeft. Gemeenten sluiten geen winkels, dus als ondernemers zullen blijven ondernemen hoeft hier niet veel te veranderen. Op basis van de analyses en visie schatten wij in dat dit winkelcentrum het in de toekomst moeilijk zal krijgen. Om tot een sterkere winkelstructuur te komen moeten we moeilijke keuzes maken. Het niet opnemen van de Herenstraat in de winkelstructuur 2025 is helaas z'n moeilijke keuze.</p>	

	Samenvatting ingekomen reactie	Reactie van het college	Gevolgen voor het voorgestelde besluit
		<p>We hebben ook gekeken en geanalyseerd hoe de analyse zou uitvallen als de Herenstraat en Doezastraat als een winkelgebied gedefinieerd zou zijn. Ook daarvan is de uitkomst dat ze ongeveer de 50% scoren. Onder andere omdat er te weinig dagelijks aanbod is en te weinig focus op boodschappen.</p> <p>Over meerekenen supermarkten: De Helianth en Anadolu zijn niet betiteld als supermarkten in de data van Locatus. Dit bestand is het uitgangspunt voor alle winkelgebieden in de regio. In de ogen van RMC zijn dit ook geen supermarkten zoals bedoeld in de RMC-toekomstbestendigheidstoets en daarom niet opgenomen in het criterium supermarktaanbod. Zoals beschreven in de visie op trends kunt u lezen dat consumenten op zoek zijn naar supermarkten van boven de 1.000 m² omdat ze daar een compleet aanbod kunnen vinden. Dit soort supermarkten hebben trekkracht en zijn de basis van boodschappen winkelgebieden. Daarnaast is het criterium WVO supermarkt gebaseerd op een gemiddelde van 1.000 m² per supermarkt en niet door de optelsom van alle supermarkten in een winkelgebied.</p> <p>Over extra gewicht factor WVO: De Herenstraat is een relatief klein winkelgebied met een totale oppervlakte aan vierkante meters van 1.704 m². De grootte van het winkelgebied is belangrijk om de klant een compleet aanbod te kunnen bieden, dit zal op een klein winkelgebied zoals de</p>	

	Samenvatting ingekomen reactie	Reactie van het college	Gevolgen voor het voorgestelde besluit
		<p>Herenstraat lastig zijn. De score van de twee economische factoren in de benchmark (WVO/aanbod per inwoner) zijn de enige andere criteria die afhankelijk zijn van de grootte van het winkelgebied. Hierbij is het echter positief om niet te veel aanbod per inwoner te hebben. Op de overige criteria is de grootte van het winkelgebied niet van invloed en kleinere winkelgebieden hebben dus ook kans om positief te scoren.</p> <p>Over minder filialisering en recreatief en doelgericht aanbod: Vanuit de gedachte dat meer zelfstandigen een meer eigen, unieke en lokale kleur en beleving geven aan en winkelcentrum kunnen wij ons dat voorstellen. Beleving is een belangrijk punt in de waardering van consumenten van een winkelcentrum. Wij hebben de verhouding filialisering – zelfstandigen gebruikt omdat een winkelcentrum een optimale mix kan hebben in het aanbod van filiaalbedrijven en zelfstandigen, en omdat volgens onderzoek zelfstandigen meer risico hebben ene bedrijfsopvolger te vinden. Winkelgebieden nu, maar zeker in de toekomst, hebben volgens RMC verschillende bezoekmotieven voor de consument: recreatief, dagelijks of doelgericht winkelen. Het centrum van Leiden is een echt recreatief centrum waar winkelen gecombineerd kan worden met onder horeca, leisure en cultuur. Het winkelaanbod moet hierop dan ook worden afgestemd. De Herenstraat is een winkelgebied voor dagelijkse boodschappen</p>	

	Samenvatting ingekomen reactie	Reactie van het college	Gevolgen voor het voorgestelde besluit
	<p>4. Ontwikkeling station Lammenschans bedreiging voor Herenstraat De winkeliersverenigingen Herenstraat / Doezastraat is wantrouwig over de ontwikkeling van het winkelcentrum bij station Lammenschans. Uitbreiding van winkelruimte daar kan een bedreiging zijn voor winkels in de Herenstraat. De lokaal gewortelde onderneming zou door de gemeente meer beschermd moeten worden tegen de macht van grote partijen in de retail en het vastgoed.</p> <p>5.Sociale functie De winkeliersverenigingen Herenstraat / Doezastraat mist het specifieke belang van de sociaal zwakkere consument: ouderen, gehandicapten en zieken. De Herenstraat heeft daarin een belangrijke functie.</p>	<p>en we noemen dat een boodschappen winkelgebied. Ongeveer de helft van het aanbod op de Herenstraat is voor dagelijks gebruik hetgeen naar onze mening te laag is om een goede positionering te hebben voor de consument. Betekent niet dat het winkelen in zo'n gebied onprettig is. Ook hier geldt dat de consument op zoek is naar snelheid, gemak en kwaliteit.</p> <p>Ad 4.Over bedreiging van ontwikkeling station Lammenschans voor Herenstraat De insteek van Economie071 en de gemeente voor de Retailvisie is om tot een sterk aanbod van sterke winkelcentra in de Leidse regio te komen, vanuit het besef dat de prognose is dat de leegstand de komende 10 jaar zal toenemen. We staan dus voor scherpe keuzes. De analyses en de visie zijn vanuit het vertrekpunt geschreven. Een goede en sterke winkelstructuur draagt bij aan een sterkere regionale economie en goede en aantrekkelijk leefomgeving. We hebben daarbij niet gekeken naar de mogelijke belangen van (grote) vastgoedeigenaren.</p> <p>Ad5.Over sociale functie Het centraal stellen van de consument is het uitgangspunt van de Retailvisie. Het typeren van de consument is niet traditioneel gedaan aan de hand van sociaal-demografische kenmerken, maar op basis van leefstijlen die de drijfveren en behoeften in relatie tot winkelen in kaart brengen. Dit zegt meer over de kwaliteit van de bezoekers en de drijfveren</p>	

	Samenvatting ingekomen reactie	Reactie van het college	Gevolgen voor het voorgestelde besluit
		<p>waarom zij kiezen voor bepaalde winkelgebieden dan kenmerken als leeftijd, inkomen, achtergrond of sociale klasse. De vergrijzing treedt in Nederland al jaren op. Bij ons onderzoek komt juist naar voren dat de kleine winkelgebieden in het laatste decennium de prijs hebben betaald voor het feit dat consumenten makkelijker verder zijn gaan reizen voor een beter retailaanbod. Dat heeft er toe geleid dat winkelgebieden dichterbij zwakker zijn geworden. Winkelgebieden in stand houden om bewoners die dichtbij wonen te dienen, heeft in het afgelopen decennium helaas geen gezonde buurtcentra opgeleverd. We zijn dan ook van mening dat dat in het komende decennium ook niet moet worden gedaan. Juist de voordelen van thuis bezorgen maken het zo dat ouderen en minder validen beter bediend kunnen worden. Dat winkels ook een sociale ontmoetingsfunctie hebben realiseren we ons, maar is in het onderzoek geen vergelijkingscriterium geweest. Het belang van de nabijheid van winkels geldt vaak voor dagelijkse aankopen. Voor de Herenstraat geldt dat het aandeel dagelijks relatief klein is, waaronder een relatief kleine supermarkt. RMC vermoedt dat dit aanbod niet voldoende is voor een compleet dagelijks aanbod, wat betekent dat bewoners uit de buurt op dit moment waarschijnlijk al gebruik maken van aanvullende winkelgebieden in de regio en dus verder reizen. Er bevinden zich eveneens twee supermarkten op korte afstand van de Herenstraat.</p>	

	Samenvatting ingekomen reactie	Reactie van het college	Gevolgen voor het voorgestelde besluit
	<p>6. De winkeliersverenigingen Herenstraat / Doezastraat geeft aan dat de Doeza- en Herenstraat een aantoonbaar levensvatbare en vitale winkelomgeving is, kijkend naar:</p> <ul style="list-style-type: none"> - bestendigheid van bestaand bedrijven - Investerings van bestaande bedrijven in uitbreiding ter plekke, als indicatie van hun eigen toekomstverwachting én financieringscapaciteit. - het type nieuw geopende bedrijven: alledaagse winkels of speciaalzaken met een uniek karakter - koopkracht uit breed (zelfs internationaal) verzorgingsgebied - de verwevenheid van winkels met hun sociale omgeving: bijvoorbeeld de Spar 	<p>Ad6.over Herenstaat levensvatbaar en vitaal: Wij zeggen niet dat de Herenstraat geen toekomst heeft. Gemeenten sluiten geen winkels, dus als ondernemers zullen blijven ondernemen hoeft hier niet veel te veranderen. Op basis van de analyses en visie schatten wij in dat dit winkelcentrum het in de toekomst moeilijk zal krijgen. Om tot een sterkere winkelstructuur te komen moeten we moeilijke keuzes maken. Het niet opnemen van de Herenstraat in de winkelstructuur 2025 is helaas z'n moeilijke keuze.</p>	
Thema 4: Winkelgebieden Leiderdorp			
4A	<p>Ingebracht door: Inwoner Leiderdorp</p> <p>Met het wegvallen van de Oranjegalerij is er geen mogelijkheid voor dagelijkse boodschappen meer voor inwoners van het Oude Dorp (ten zuiden van de A4). Nu uitwijken naar Hazerswoude. Om een tweedeling ten noorden en ten zuiden van de A4 te voorkomen, zal er een goede supermarkt moeten komen. Dit is niet in de plannen terug te vinden en hiervoor wordt aandacht gevraagd.</p>	<p>Er is wel degelijk een ontwikkeling aan de gang om een voorziening voor dagelijkse boodschappen voor de bewoners van het Oude Dorp (ten zuiden van de A4) te behouden. Supermarkt Lidl heeft interesse voor de vestiging aan het Amaliaplein, naast zwembad De Does.</p> <p>Regionaal draagvlak is noodzakelijk voor de vestiging van nieuwe supermarkten als solitaire vestiging. De mogelijkheid om een supermarkt te realiseren aan het Amaliaplein staat in de Retailvisie op pagina 45.</p>	<p>Geen wijziging voor het voorgestelde besluit.</p>
4B	Ingebracht door:		

	Samenvatting ingekomen reactie	Reactie van het college	Gevolgen voor het voorgestelde besluit
	<p>Aldi Vastgoed BV</p> <p>De gemeente Leiderdorp kenmerkt zich door een eenzijdig supermarktaanbod. In de Retailvisie wordt de toegevoegde waarde van harddiscounters voor boodschappenwinkelgebieden onderschreven: “de aanwezigheid van een full-service en een discount supermarkt is gewenst, beide met een minimale omvang van 1.000 m²”. Zowel Winkelhof als Santhorst kennen nog geen complementair supermarktaanbod.</p>	<p>De retailvisie zal na vaststelling door de raden van de verschillende gemeenten het kader vormen voor het beoordelen van nieuwe initiatieven binnen de Leidse regio. Uit de visie blijkt waar de regio op in wil zetten namelijk het versterken van de gebieden binnen de detailhandelsstructuur en de transformatie van de gebieden buiten de structuur. Alle nieuwe initiatieven worden beoordeeld aan de kaders van de visie. Het stroomschema vormt hierbij een hulpmiddel en leidraad bij het beoordelen van initiatieven op een eenduidige en transparante manier gelijk in de gehele Leidse regio.</p> <p>De gemeente Leiderdorp heeft geen mogelijkheden beschikbaar voor vestiging van een nieuwe supermarkt. Verder mogen overheden ook geen economische argumenten gebruiken om een (bepaald type) supermarkt wel of niet toe te staan. Wij mengen ons dan ook niet in de discussie over de concrete invulling van het supermarktaanbod in Leiderdorp.</p>	<p>Geen wijziging voor het voorgestelde besluit.</p>
4C	<p>Ingebracht door: WOOON Leiderdorp</p> <p>1. Binnen het plan wordt verondersteld dat binnen de categorie “grootschalige concentraties/niet-dagelijks aanbod” tussen de 47.000 en 60.000 wvo ingeleverd moet worden. Het is ondenkbaar dat binnen het gebied WOOON de winkelvloeroppervlakte teruggebracht wordt. Gezien de in ontwikkeling zijnde plannen voor het gebied “zone A4” is</p>	<p>Ad 1./2. Het doel van de visie is om de locaties die in de Detailhandelsstructuur 2025 zitten verder te versterken. Het onderzoek van RMC wijst uit dat 't Heen als doelgericht centrum in deze Detailhandelsstructuur zit. Evenals WOOON, de Rijnkeboulevard en De Baanderij. Wij volgen de visie en onderbouwing van RMC voor deze locatie. Gelet op het</p>	<p>Ad 1 tm 4. Geen wijziging voor het voorgestelde besluit.</p>

	Samenvatting ingekomen reactie	Reactie van het college	Gevolgen voor het voorgestelde besluit
	<p>zelfs een verruiming van winkelvloeroppervlakte een absolute must, wil WOON als kansrijke locatie ook werkelijk tot haar recht komen.</p> <p>2.Om toch tot beperking te komen, stellen wij voor om het gebied 't Heen in Katwijk te waarderen als kansarme locatie, waardoor we in ieder geval in ons gebied laten zien dat er een wil is in te perken.</p> <p>3.Binnen het plan is een minimale vloeroppervlakte per unit van 1.000 m2 wvo op een pdv-locatie een uitgangspunt. Daarmee zijn we het oneens. De argumenten:</p> <p>a. De tendens is dat verschillende deelmarkten, o.a. vloeren, sanitair, keukens en woningtextiel, formules op de markt brengen met een locatiebehoefte van minder dan 1.000 wvo. Dit zijn formules die 100% passen binnen een pdv-locatie.</p> <p>b. De veronderstelling dat deze kleinere winkels te concurrerend zullen zijn voor de centra gaat hier niet op. Dit soort winkels zijn, op uitzonderingen na, niet levensvatbaar in centra.</p> <p>c. Deze kleinere winkels passen niet in de consumentbeleving van recreatief winkelen doch wél binnen die van doelgericht winkelen.</p> <p>4. Onze visie, zoals hierboven geuit, sluit naadloos aan bij onze gezamenlijke insteek: luisteren naar de consument, maak kansrijke winkelgebieden sterker en neem afstand van kansarme</p>	<p>overschot aan winkelvloeroppervlakte wordt voor de doelgerichte centra in de Leidse regio voorgesteld om het aantal m2 terug te brengen. Hoe we dit willen realiseren, wordt in samenspraak met de ondernemers/eigenaren van de doelgerichte centra verder uitgewerkt. Het vertrekpunt hierbij is sterke en compacte centra, met minder winkelvloeroppervlakte. De opgestelde "gebiedsvisie A4-zone Leiderdorp" zal daarbij worden meegenomen.</p> <p>Ad 3. De minimale vloeroppervlakte per unit van 1.000 m2 is alleen een criteria in het kader van brancheverruiming. Deze oppervlakte is niet van invloed op de huidige gevestigde winkels die conform bestemmingsplan zijn vergund en ook niet voor winkels die zich willen vestigen en die sowieso binnen de branches passen van een PDV locatie.</p> <p>Ad 4.Dank voor deze ondersteuning van de visie.</p>	

	Samenvatting ingekomen reactie	Reactie van het college	Gevolgen voor het voorgestelde besluit
	gebieden.		
4D	<p>Ingebracht door: NSI (WOON)</p> <p>1. Economisch perspectief a. In paragraaf 2.3 wordt verondersteld dat voor “grootschalige concentraties” binnen het plangebied in 2025 een overschot aan aanbod wordt verwacht tussen de 47.000 m2 en 60.000 m2. Een krimp voor WOON is niet realistisch. De bronvermelding in bijlage 2 is te beperkt om e.e.a. te verklaren (ontbreken van jaartallen en peildata), maar graag verwijzen wij naar de Gebiedsvisie A4-zone welke wij recentelijk (juni 2015) in gezamenlijkheid met u en de overige eigenaren en ondernemers in het gebied laten opstellen. De uitgangspunten in dit stuk zijn tevens opgenomen in de Ruimtelijke Structuurvisie van de gemeente Leiderdorp. b. Om tegenstrijdigheid met andere stukken te voorkomen, is het in ieder geval wenselijk om de situatie voor WOON nader te beschrijven. WOON is onderdeel van het totale gebied, welke zich uitstrekt vanaf het ziekenhuis tot en met de toekomstige locatie van Ikea. Om WOON economisch sterk te maken, is uitbreiding van het gebied juist wenselijk.</p> <p>2. Visie op doelgerichte winkelgebieden a. Uw adviezen ten aanzien van brancheverruiming en het toevoegen van leisure onderschrijven wij. Wij verwijzen daarvoor nogmaals naar de bovengenoemde Gebiedsvisie. b. Wij kunnen ons echter niet vinden in de genoemde minimale vloeroppervlakte van</p>	<p>Ad 1a. RMC heeft op ons verzoek recent (augustus 2015) een uitgebreide (herziene) onderzoeksverantwoording van de berekeningen in de Retailvisie opgenomen. Deze verantwoording wordt als bijlage bij de Retailvisie opgenomen. Bij de uitvoering van de Retailvisie zullen we ten aanzien van de doelgerichte locaties de Gebiedsvisie A4-zone Leiderdorp betrekken. Ad 1b. In bijlage 7, de analyse en het perspectief van de 15 winkelgebieden wordt op pagina 79 het perspectief van WOON geschetst. Hier staat ons inziens voldoende verwoord dat de locatie WOON onderdeel is van een groter gebied, omdat (1) een goede verbinding tussen Ikea en de overige voorzieningen (WOON) wordt voorgesteld en (2) de juiste segmentering in het aanbod afgestemd moet worden door aanvullende functies toe te staan.</p> <p>Ad 2a. Dank voor uw ondersteuning op dit punt. Ad 2b. De minimale vloeroppervlakte per unit van 1.000 m2 is alleen een criteria in het kader van brancheverruiming. Deze oppervlakte is niet van invloed op de huidige gevestigde winkels die conform bestemmingsplan zijn vergund</p>	<p>Ad 1a. De uitgebreide (herziene) onderzoeksverantwoording wordt toegevoegd aan rapport.</p> <p>Ad 1b. t/m 3 Geen wijziging voor het voorgestelde besluit.</p>

	Samenvatting ingekomen reactie	Reactie van het college	Gevolgen voor het voorgestelde besluit
	<p>1.000 m2. Verschillende retailformules op het gebied van wonen hebben een locatiebehoefte per verkooppunt van aanzienlijk minder dan 1.000 m2. Enkele voorbeelden hiervan zijn: slaapspecialzaken (864 m2), woningtextielzaken (654 m2), kurk- en parketzaken (418 m2) en keukenzaken (828 m2), (bron: Locatus, 2014). Naast het feit dat de vraag afwijkt, sluit ook het aanbod niet aan. Wij adviseren daarom hier de minimale vloeroppervlakte van 1.000 m2 bvo aan te passen naar een minimum van 400 m2 bvo.</p> <p>3. Bestemde planvoorraad In bijlage 3 wordt bij de bestemde planvoorraad ook WOOON genoemd. Wij gaan er vanuit dat hiermee de Ikea-vestiging wordt bedoeld welke is beoogd voor Bospoort. Daarmee onderschrijft u al dat het gebied zich niet beperkt tot alleen WOOON.</p> <p>4. WOOON Leiderdorp Ten aanzien van de analyse en het perspectief voor WOOON genoemd in bijlage 7, willen wij wederom onze Gebiedsvisie benoemen en aangeven dat WOOON een onderdeel is en dat het gebied groter getrokken moet worden.</p>	<p>en ook niet voor winkels die zich willen vestigen en die sowieso binnen de branches passen van een PDV locatie.</p> <p>Ad 3. Klopt, de genoemde 14.500 m2 betreft Ikea.</p> <p>Ad 4. Zie de beantwoording van 1 en 3.</p>	<p>Ad 4. nvt.</p>

	Samenvatting ingekomen reactie	Reactie van het college	Gevolgen voor het voorgestelde besluit
4E	<p>Ingebracht door: Wereldhave (Winkelhof)</p> <p>Oplegnotitie</p> <p>1. Valt de uitbreiding van Dirk in Winkelhof onder de opmerking “het verkleinen van het dagelijkse aanbod heeft geen betrekking op uitbreiding van bestaande winkels” en is deze uitbreiding in lijn met de oplegnotitie en het regionale beleid?</p> <p>2. In de oplegnotitie staat dat in een recreatief centrum het niet-dagelijks aanbod moet worden vergroot en het dagelijks aanbod moet worden verkleind. Consumentenonderzoek van Strabo toont aan dat boodschappen doen het belangrijkste motief is om Winkelhof te bezoeken. Winkelhof is vergelijkbaar met Luifelbaan in Leiden. Verzoek is om een uitzondering voor Winkelhof op te nemen als het gaat om uitbreiding van dagelijkse meters en dat de marktruimte en –behoefte hiervan wordt onderkend.</p> <p>3. Verruiming van de mogelijkheden op pdv-locaties lijkt ons niet wenselijk. Door regulering min of meer los te laten en ook reguliere detailhandel toe te staan, ontstaat het risico dat de perifere gebieden qua aanbod niet meer complementair zijn aan recreatieve gebieden. Door reguliere detailhandel toe te staan op pdv-gebieden ontstaat juist vertroebeling van de</p>	<p>Ad 1. Ja.</p> <p>Ad 2. De uitbreiding van dagelijkse meters heeft betrekking op bestaande winkels. Hier ligt voor u een mogelijkheid om uit te breiden. Uw opvatting om voor Winkelhof een uitzonderingspositie te creëren delen wij niet, omdat we voor sterke winkelgebieden juist de unieke identiteit willen behouden en het gebied versterkt wordt door functiemenging. Een te enge focus op dagelijks aanbod past ons inziens hier niet in.</p> <p>Ad 3. Als het gaat om winkelen met een duidelijk andere doel (recreatief winkelen in de binnenstad versus doelgericht winkelen in de buitenstad), is de periferie niet concurrerend met recreatieve winkelgebieden. Dit heeft geleid tot de insteek om onder bepaalde voorwaarden reguliere detailhandel toe te staan. Een van de voorwaarden is dat een vestiging groter is dan 1.000</p>	<p>Ad 1 t/m 4. Geen wijziging voor het voorgestelde besluit.</p>

	Samenvatting ingekomen reactie	Reactie van het college	Gevolgen voor het voorgestelde besluit
	<p>detailhandelsstructuur vanuit de ogen van de consument.</p> <p>De uitgezonderde branches (levensmiddelen, mode en textiel) sluiten niet aan bij de indeling in hoofdbranches van bijlage 2 rapport RMC.</p> <p>Genoemde uitzonderingen zijn beperkter dan de uitzonderingen die RMC in haar rapport stelt, te weten hoofdbranches levensmiddelen, persoonlijke verzorging en mode en kleding. We stellen voor om, in lijn met provinciaal beleid, brancheverruiming tegen te gaan, maar in elk geval de branchegroepen “dagelijks” en “mode & luxe” uit te zonderen.</p> <p>4. Op pagina 10 wordt gesteld dat nieuwe supermarkten enkel mogelijk zijn, indien er ergens anders meters verdwijnen. Tevens wordt een aantal uitzonderingen genoemd, waaronder de meters die reeds in het bestemmingsplan zijn toegestaan. Graag zien wij het uitbreidingsplan van supermarkt Dirk in Winkelhof specifiek opgenomen in deze lijst van uitzonderingen.</p> <p>5. Het bestemmingsplan voor Winkelhof staat een uitbreiding toe van het winkelvloeroppervlak met 6.000 m2. Wij gaan er vanuit dat de totale plancapaciteit, zoals deze is opgenomen in het bestemmingsplan als “hard plan” wordt aangemerkt.</p>	<p>m2 en dat bepaalde branches zijn uitgesloten.</p> <p>We kunnen ons vinden in de visie van Economie071 als het gaat om de branchering en we zien geen aanleiding om uw suggestie over te nemen.</p> <p>Wij nemen uw suggestie over het aansluiten van de hoofdbranches eveneens niet over, omdat dit voor ons te beperkend werkt. In Economie071-verband is consensus over genoemde uitgesloten branches.</p> <p>Ad 4. Supermarkt Dirk mag op basis van de tekst uit de oplegnotitie uitbreiden. Wij zien geen reden om deze casus in de lijst met uitzonderingen op te nemen.</p> <p>Ad 5. Het bestemmingsplan geeft inderdaad geen bandbreedte aan. De onderverdeling was ontstaan uit het feit dat u op korte termijn plannen heeft om het winkelcentrum met ca. 2.200 m2 w.v.o. uit te breiden. Over de realisatie van de overige meters is in tijd nog geen duidelijkheid. Op basis van de gegeven definitie en het bestemmingsplan zijn de genoemde 6.000 m2 inderdaad als volledig hard aan te merken. Dit zal dan ook in de visie worden aangepast.</p>	<p>Ad 5. In de retailvisie wordt 6000m² meegenomen als hard plan in de marktruimteberekening.</p>

	Samenvatting ingekomen reactie	Reactie van het college	Gevolgen voor het voorgestelde besluit
	<p>Retailvisie</p> <p>6. In het bestemmingsplan Winkelhof is geen sprake van bandbreedte (minimum 2.200 en maximum 6.000). We zien graag overeenkomstig de door RMC gehanteerde definitie van “harde plannen” de volledige ruimte die het vigerende bestemmingsplan biedt, opgenomen als “hard plan”.</p> <p>7. De tabel op pagina 19 strookt niet met de omzet en bezoekersaantallen van onze supermarkten en versaanbieders. Graag zien we dit aangepast in de rapportage van RMC, danwel de rekenkundige onderbouwing waaruit blijkt dat er in de Winkelhof te veel dagelijkse meters zijn.</p> <p>8. Op pagina 32 geeft RMC aan dat het al dan niet doelgericht of recreatief winkelen ervoor zorgt dat er geen concurrentie is tussen perifere gebieden en centrumgebieden. Tevens pleit RMC voor het toestaan van reguliere detailhandel op perifere</p>	<p>Ad 6. Zie beantwoording 5.</p> <p>Ad 7. Voor de benchmarkmethode is geen marktruimteberekening gedaan voor de Winkelhof of voor de andere individuele winkelgebieden. Op basis van 9 criteria zijn de winkelgebieden beoordeeld. Hiermee is de benchmark een referentiekader, het ijkingskader waarmee de huidige winkelgebieden vergeleken kan worden. Voor criteria 8 (WVO dagelijks aanbod per inwoner) is voor geen enkel winkelgebied gebruik gemaakt van omzet of bezoekersaantallen. Hiervoor is gekeken naar het aantal inwoners binnen de straal van het winkelgebied. Dit is voor alle winkelgebieden op dezelfde manier berekend. Het kan zijn dat op basis van deze gegevens er andere uitkomsten zijn dan indien u zelf een specifieke berekening maakt voor de Winkelhof op basis van omzet en bezoekersaantallen.</p> <p>Ad 8. zie beantwoording 3</p>	<p>Ad 6. Zie 5</p> <p>Ad 7. Geen wijziging voor het voorgestelde besluit.</p> <p>Ad 8 t/m 10. Geen wijziging voor het voorgestelde besluit.</p>

	Samenvatting ingekomen reactie	Reactie van het college	Gevolgen voor het voorgestelde besluit
	<p>locaties. Verwijzing naar zienswijze onder 1c.</p> <p>Algemeen</p> <p>9. Wat is de verhouding tussen de oplegnotitie en het rapport van RMC? Is er een rangorde tussen de documenten?</p> <p>10. Op pagina 16 staat dat het actieplan gelijktijdig met de visie wordt vastgesteld. Dit actieplan ligt niet ter inzage. Graag vragen wij een inspraakmogelijkheid voor dit actieplan.</p>	<p>Ad 9. Het rapport van RMC wordt als onderzoeksrapport bij de Retailvisie (oplegnotitie) bijgevoegd.</p> <p>Ad 10. Het actieplan vormt een procesmatig stuk. Om de doelen te bereiken is de medewerking van de diverse winkelgebieden essentieel. In het kader van het actieplan zal met ieder winkelgebied nog nader contact worden opgenomen, om samen invulling te geven aan het vervolgtraject.</p>	
4F	<p>Ingebracht door: Ondernemersvereniging De Baanderij (Baanderij)</p> <p>1. De Baanderij kan zich voor het grootste gedeelte in de voorliggende retailvisie voor de Leidse regio vinden. Wij pleiten nogmaals en wellicht ten overvloede voor vergaande verruiming van mogelijkheden in bestemming en vestiging om adequaat en ondernemend op de in de visie geschetste ontwikkelingen in te spelen. Het feit dat zowel ondernemers als gemeenten uit de gehele Leidse regio en Katwijk zich gezamenlijk hebben ingezet om een eenduidige visie te formuleren kan als louter positief worden omschreven.</p> <p>2. Bestaande winkelgebieden De visie baseert zich op bestaande gebieden. Tegelijkertijd schetst het stuk een aantal ontwikkelingen die en stevige flexibiliteit van de ondernemers vraagt om ook toekomstige klantvragen</p>	<p>Ad 1. Dank voor deze positieve woorden.</p> <p>Ad 2. Wij delen geheel uw visie, maar we verbinden er een andere conclusie aan. Het doel van de Retailvisie is het creëren van een sterke detailhandelsstructuur. We willen hierop inspelen en hebben een driedeling in locaties</p>	<p>Ad 1. Geen wijziging voor het voorgestelde besluit.</p> <p>Ad 2. Geen wijziging voor het voorgestelde besluit.</p>

	Samenvatting ingekomen reactie	Reactie van het college	Gevolgen voor het voorgestelde besluit
	<p>daadwerkelijk te faciliteren. De stelling dat nieuwe initiatieven slechts onder voorwaarden doorgang kunnen vinden en niet ten koste van de winkelcentra mogen gaan, staat hier haaks op. Tenslotte zijn nieuwe initiatieven goed voor de markt als geheel en daarmee ook voor de individuele klant. Het zorgt voor concurrentie, innovatie en een dynamisch landschap. Ondernemerschap floreert daarin. Alles dat aan dit principe afbreuk doet, wijzen wij per direct af.</p> <p>3. Eensgezindheid betrokken gemeenten We constateren een politieke component die de eensgezindheid van het stuk schade toebrengt. Zo gaan gemeenten, zonder uitdrukkelijke toestemming van betrokken ondernemers, per gemeente een oplegnotitie toevoegen waarin individueel kanttekeningen en/of wensen worden geuit. Dat lijkt ons geen sterk signaal.</p> <p>4. Provincie Zuid-Holland Het is prijzenswaardig dat de Leidse regio het initiatief tot het formuleren van een regionale visie heeft genomen. De werkbaarheid en praktische uitvoering van deze is in sterke mate afhankelijk van de mening en houding terzake van de provincie. In hoeverre deze visie de goedkeuring van de provincie kan wegdragen is ons inziens dan ook twijfelachtig. Gelet op de relevante bevoegdheden van de provincie zetten wij dan ook vraagtekens bij de uitvoerbaarheid van het stuk. Eensgezindheid van alle</p>	<p>aangebracht (recreatief, boodschappen, doelgericht). Het is logisch om in dat kader nieuwe initiatieven tegen het licht te houden.</p> <p>Ad 3. Uw stelling dat iedere gemeente een eigen oplegnotitie toevoegt, is niet juist. De oplegnotitie is een gezamenlijk document van Economie071 en betreft op onderdelen een afwijkend standpunt ten opzichte van het adviesrapport van RMC. Overigens worden de standpunten in de oplegnotitie verwerkt in de Retailvisie, zodat er één document overblijft.</p> <p>Ad 4. Wij delen uw opvatting. Wij hebben vanaf het begin de provincie Zuid-Holland betrokken bij de Retailvisie en er vindt met enige regelmaat overleg plaats.</p>	<p>Ad 3. Geen wijziging voor het voorgestelde besluit.</p> <p>Ad 4. Geen wijziging voor het voorgestelde besluit.</p>

	Samenvatting ingekomen reactie	Reactie van het college	Gevolgen voor het voorgestelde besluit
	<p>stakeholders is ons inziens dan ook een absolute vereiste.</p> <p>5. Uitvoering Wij kunnen slechts de hoop uitspreken dat iedere stakeholder zich committeert en slagvaardig conform de opgestelde visie handelt. Alleen dan komen wij in gezamenlijkheid tot het gewenste resultaat. Iedere verdeeldheid kan door met name de provincie worden benut om het de zo nodige vernieuwing uit- of zelfs af te stellen.</p>	Ad 5. Wij delen uw opvatting.	Ad 5. Geen wijziging voor het voorgestelde besluit.
4G	<p>Ingebracht door: Leiderdorpe Ondernemersvereniging</p> <p>1. De LOV is overwegend positief over de retailvisie. De visie geeft duidelijk richting aan de toekomstige ontwikkeling van de retailsector in de Leidse regio. De LOV juicht het toe dat keuzes niet zijn geschuwd.</p> <p>2. Voor Leiderdorp zijn de geschetste uitkomsten herkenbaar en de toekomstverwachtingen overwegend positief. Leiderdorp staat goed op de kaart.</p> <p>3. Een kritische kanttekening is of het visiedocument voldoende inspeelt op het veranderend klantgedrag in de toekomst en ruimte biedt om de toekomstige klantvraag werkelijk te realiseren. Bijvoorbeeld de ontwikkeling van internet (gefaciliteerde) verkoop met levering aan huis, waarbij de noodzaak tot fysieke winkellocaties drastisch verandert. Hier is in het rapport nauwelijks rekening mee gehouden.</p>	<p>Ad 1 / 2. Dank voor de positieve woorden.</p> <p>Ad 3. We zullen uw suggestie meenemen en aanvullen in het rapport. De onderzoekers van RMC hebben wel degelijk met deze ontwikkeling rekening gehouden, omdat er bewust voor wordt gekozen om in te zetten op sterke en compacte centra. Het terugbrengen van het overschot aan m2 detailhandel draagt hieraan bij, evenals het opstellen van unieke en onderscheidende profielen van de centra behorende tot de detailhandelsstructuur.</p>	<p>Ad ½. geen</p> <p>Ad3. veranderend consumentengedrag irt internetverkopen en verkoop van levering aan huis en de gevolgen hiervan voor het fysieke winkelaanbod nader toelichten in de Retailvisie; in het hoofdstuk over de analyse.</p>

	Samenvatting ingekomen reactie	Reactie van het college	Gevolgen voor het voorgestelde besluit
	<p>4. Zoals in het stroomschema weergegeven, kunnen nieuwe initiatieven enkel doorgaan als deze niet ten koste gaan van winkelcentra behorende tot de detailhandelsstructuur 2025. Als door een dergelijk uitgangspunt geen nieuwe initiatieven meer kunnen worden ontplooid, is dat een stap achteruit voor het ondernemerschap.</p> <p>5. Opmerkelijk is de opstelling van de provincie met betrekking tot brancheverruiming.</p> <p>6. De LOV hoopt (en verwacht) dat de 6 gemeenteraden zich eensgezind achter het huidige document scharen. Dit is een eerste noodzakelijke stap richting een duidelijk en eenduidig uitvoeringsprogramma.</p> <p>7. De LOV ziet voldoende aanknopingspunten voor een positief vervolg en maakt zij zich sterk om de belangen van de diverse locaties en het belang van Leiderdorp binnen de regio zo goed mogelijk te dienen.</p>	<p>Daarnaast wordt het standpunt van de provincie overgenomen ten aanzien van de pick up points.</p> <p>Ad4. Het doel van de Retailvisie is het creëren van een sterke detailhandelsstructuur. We willen hierop inspelen en hebben een driedeling in locaties aangebracht (recreatief, boodschappen, doelgericht). Het is logisch om in dat kader nieuwe initiatieven tegen het licht te houden. Dit hoeft geen belemmering te zijn.</p> <p>Ad 5. Wij hebben vanaf het begin de provincie Zuid-Holland betrokken bij de Retailvisie en er vindt met enige regelmaat overleg plaats.</p> <p>Ad 6. Wij hebben deze hoop en verwachting ook.</p> <p>7. Dank voor deze positieve woorden.</p>	Ad 4 t/m 7. Geen
	Thema 5: Winkelgebieden Oegstgeest		
5A	<p>Ingebracht door: St. Winkelcentrum Lange Voort (Lange Voort)</p> <p>1. Reclamant vraagt op wiens verzoek en op welke datum zijn de locaties voor uitbreiding van detailhandel in Oegstgeest in de planvoorraad zijn opgenomen.</p>	<p>Ad 1. Het huidige bestemmingsplan van MEOB (vastgesteld 18 september 2006) staat de genoemde detailhandel toe. Dit bestemmingsplan wordt</p>	Geen wijziging voor het voorgestelde besluit.

	Samenvatting ingekomen reactie	Reactie van het college	Gevolgen voor het voorgestelde besluit
	<p>2. Reclamant vraagt of het college op de hoogte is dat in de notitie Detailhandel Zuid Holland gesproken wordt over het in omvang terugbrengen van het winkeloppervlak en de zachte planvoorraad (40.000m²) en dat dit vooral een verantwoordelijkheid is van de gemeente.</p> <p>3. Reclamant vraagt in hoeverre er in de Retailvisie rekening is gehouden met het detailhandelsbeleid van de Provincie.</p>	<p>binnenkort geactualiseerd (vaststelling eind 2016). Daarom is de huidige bestemming overgenomen in de planvoorraad. Voor de actualisering van het bestemmingsplan Rijnfront, locatie Deelgebied 10, heeft het college een gebiedsvisie vastgesteld waarin het ontwikkelen van onder andere volumineuze detailhandel opgenomen is. De ondersteunende detailhandel in het Bio Science Park is opgenomen in het vastgestelde bestemmingsplan voor Nieuw Rhijngeest Zuid. Het bestemmingsplan staat maximaal 2 x 200m² detailhandel toe.</p> <p>Ad 2. Het college is op de hoogte van deze notitie en in de retailvisie wordt het terugdringen van het winkeloppervlakte als een gezamenlijke opgave gezien om in bovengemeentelijke samenwerking het detailhandelsbeleid af te stemmen. De retailvisie laat zien waar er een overschot is aan winkelmeters en in het uitvoeringsprogramma komen maatregelen hoe de meters terug te dringen.</p> <p>Ad 3. De retailvisie geeft net als de Provincie aan dat er dat er teveel winkelmeters zijn. Er vindt overleg plaats met de Provincie over de retailvisie en de opgave voor de Leidse regio. Op pagina 11 van de oplegnotitie is aangegeven waar de overlap en verschillen zitten tussen de retailvisie en het provinciaal beleid. Belangrijk verschil is dat de Provincie het aanbod aan winkels als uitgangspunt neemt.</p>	

	Samenvatting ingekomen reactie	Reactie van het college	Gevolgen voor het voorgestelde besluit
	<p>4. Reclamant vraagt of het college voorstander is van uitbreiding van de detailhandel in Oegstgeest ondanks de (verwachte) leegstand in de beide winkelcentra.</p> <p>5. Reclamant vraagt waarom grootschalige detailhandel is opgenomen in het (toekomstige) bestemmingsplan MEOB terrein als overbewinkeling en leegstand dreigt en daarnaast blijkt dat in de praktijk te makkelijk de hand gelicht wordt met de uitgangspunten van de provincie waar het gaat over het verbod tot vestiging van detailhandel onder de 1000m². Voorbeeld: Baanderij en Woon in Leiderdorp.</p> <p>6. Reclamant vraagt in hoeverre het college gezien de huidige en toekomstige ontwikkelingen in de detailhandel, een voorstander is van het opnemen van grootschalige detailhandel in het bestemmingsplan deelgebied 10 NRG met als reden bovenstaande toelichting over onjuiste vestiging (zie 5).</p> <p>7. Reclamant vraagt wat het beleid is van het college over de vestiging van pick-up points buiten de winkelcentra.</p>	<p>In de retailvisie is de vraag van de consument leidend.</p> <p>Ad 4. Het college gaat uit van de planvoorraad zoals die is opgenomen in de bestemmingsplannen en die in de retailvisie verwerkt is. Het college onderschrijft de retailvisie en dit betekent dat de kansrijke winkelgebieden Lange Voort, De Kempenaerstraat en Nieuw-Rhijngest gefaciliteerd en versterkt worden.</p> <p>Ad 5. Volumineuze detailhandel past niet in de bestaande winkelcentra van Oegstgeest, er is onvoldoende ruimte. Een bedrijventerrein biedt deze ruimte wel. In het bestemmingsplan MEOB wordt alleen gesproken over volumineuze detailhandel, dit betekent dat reguliere detailhandel zoals een supermarkt niet mogelijk is.</p> <p>Ad 6. Omdat er onvoldoende ruimte is in winkelcentra voor volumineuze detailhandel en deze vorm van detailhandel nu ontbreekt in Oegstgeest, wordt hiervoor ruimte geboden in deelgebied 10 en het MEOB. Volgens het ruimtelijk beleid van de Provincie is vestiging van tuin- of bouwcentrum op een bedrijventerrein toegestaan, omdat deze vestigingen een lokaal verzorgingsgebied kennen.</p> <p>Ad 7. Het college deelt de visie van RMC dat pick-up points bij voorkeur in de winkelcentra zijn gevestigd als onderdeel van de winkel. Vestiging van een pick-</p>	

	Samenvatting ingekomen reactie	Reactie van het college	Gevolgen voor het voorgestelde besluit
	<p>8. Reclamant vraagt wat de oppervlakte van de supermarkt is in Nieuw-Rhijngest en vraagt of het een supermarkt is, met gezondheidscentrum en 2 kleine commerciële voorzieningen.</p>	<p>up point op een bedrijventerrein is mogelijk als het alleen voor afhalen goederen is. Dat betekent geen verkoop en feitelijk geen detailhandel. Hierbij is het wel van belang dat er een toets wordt gedaan op de verkeersaspecten bereikbaarheid en parkeren. Een pick-up point mag niet ten koste gaan van de bereikbaarheid van de overige bedrijven op het terrein.</p> <p>Ad 8. Het bestemmingsplan staat 2.500m² BVO toe voor commerciële voorzieningen. In de retailvisie is 2.000 m² winkelvloeroppervlakte (WVO) opgenomen, daarbij is het BVO met 0,8 omgerekend naar het WVO. De ruimte voor commerciële voorzieningen is daarom gelijk in de retailvisie en het bestemmingsplan. Over de invulling van de commerciële voorzieningen worden momenteel gesprekken gevoerd. Er komt in ieder geval een supermarkt.</p>	
5B	<p>Ingebracht door: Winkelgebied De Kempnaer (De Kempnaerstraat)</p> <p>1.Reclamant geeft aan dat er bij de planvoorraad wordt gesproken over de te ontwikkelen bedrijven terreinen in Oegstgeest. Reclamant vraagt in hoeverre de lokale ondernemers nog inspraak hebben bij de invulling daarvan.</p>	<p>Ad 1. Het huidige bestemmingsplan van MEOB (vastgesteld 18 september 2006) staat de genoemde detailhandel toe. Dit bestemmingsplan wordt binnenkort geactualiseerd (vaststelling eind 2016). Daarom is de huidige bestemming overgenomen in de planvoorraad. Voor de andere gebieden in de planvoorraad zie reactie A. Bij het actualiseren van bestemmingsplannen is er de mogelijkheid om een zienswijze in te dienen tijdens de terinzagelegging van het</p>	<p>Geen wijziging voor het voorgestelde besluit.</p>

	Samenvatting ingekomen reactie	Reactie van het college	Gevolgen voor het voorgestelde besluit
	<p>2. Reclamant geeft aan dat op de voorlichtingsavond bleek dat grootschalige detailhandel (Bouwmarkt etc) juist terug wil naar het centrum en dan in een kleinere setting. De reclamant stelt vraagtekens bij de retailvisie waar voor Oegstgeest nu twee gebieden staan aangemerkt als grootschalige detailhandel.</p>	<p>ontwerpbestemmingsplan, die zes weken duurt.</p> <p>Ad 2. Grootschalige* detailhandel past niet in de bestaande winkelcentra van Oegstgeest: vestigingen van autodealers, bouw- of tuincentrum nemen te veel ruimte in om in de winkelcentra geplaatst te worden. Een bedrijventerrein biedt deze ruimte wel. In het bestemmingsplan MEOB wordt alleen gesproken over grootschalige* detailhandel, dit betekent dat reguliere detailhandel zoals een supermarkt niet mogelijk is. Mocht een bouwmarkt een mini-variant willen vestigen, dan biedt een regulier winkelcentrum wel ruimte hiertoe.</p> <p>Omdat er onvoldoende ruimte is in de bestaande winkelcentra voor grootschalige* detailhandel en deze vorm van detailhandel nu ontbreekt in Oegstgeest, wordt hiervoor ruimte geboden in deelgebied 10 en het MEOB. Volgens het ruimtelijk beleid van de Provincie is vestiging van tuin- of bouwcentrum op een bedrijventerrein toegestaan, omdat deze vestigingen een lokaal verzorgingsgebied kennen.</p> <p>*Grootschalige detailhandel is detailhandel in volgende categorieën:</p> <ul style="list-style-type: none"> - detailhandel in auto's, boten, caravans, motoren, scooters, zwembaden, buitenspeelapparatuur, fitnessapparatuur, piano's, surfplanken en tenten, grove bouwmaterialen, landbouwwerktuigen en brand- en explosiegevaarlijke 	

	Samenvatting ingekomen reactie	Reactie van het college	Gevolgen voor het voorgestelde besluit
	<p>3. Reclamant geeft aan dat het Boehaaveplein volgens de visie niet als winkelcentrum te handhaven is. Reclamant geeft aan dat het al geen winkelcentrum meer is en de Lidl goed draait. Reclamant hoopt dat de Lidl niet verplaatst zal worden en vraagt hoe groot de kans is dat er herplaatsing van supermarkten plaats gaat vinden.</p>	<p>goederen;</p> <ul style="list-style-type: none"> - tuincentra met een bruto vloeroppervlak van minimaal 1.000 m²; - bouwmarkten met een bruto vloeroppervlak van minimaal 1.000 m². <p>Ad 3. In de retailvisie is de vraag van de consument leidend. De retailvisie (pag. 10 oplegnotitie) geeft aan dat het wenselijk is dat supermarkten een minimale afmeting hebben van 1000m² (toekomstbestendigheid) . De Lidl op het Boerhaaveplein is minder groot en kan zelf de conclusie trekken om een andere locatie te zoeken. In Oegstgeest is echter binnen de bestaande winkelcentra Lange Voort en De Kempenaerstraat geen ruimte voor de vestiging van een nieuwe supermarkt. Herplaatsing van supermarkten kan alleen als de supermarktmeters hetzelfde blijven, dat betekent dat herplaatsing binnen de Lange Voort of De Kempenaerstraat vervanging zou betekenen.</p>	
5C	<p>Ingebracht door: Platform Voor Ondernemers Oegstgeest (PVOO)</p> <p>1. Reclamant geeft aan dat versterking van de verbinding tussen de gebieden De Kempenaer en Lange Voort kansen biedt. Reclamant biedt aan graag bijdrage te leveren aan deze verbinding.</p> <p>2. Reclamant geeft aan dat Dorpsmarketing ingezet kan worden voor afstemming en effectievere profilering.</p>	<p>Ad 1. Wij waarderen dit aanbod en onderschrijven het belang zowel de winkelgebieden als de verbinding er tussen te versterken. Waar nodig zullen wij graag de inzet en expertise van de PVOO hierbij betrekken.</p> <p>Ad 2. Wij delen deze mening. Dorpsmarketing kan inderdaad een bijdrage leveren aan afstemming en profilering van de winkelgebieden. In het plan van aanpak van dorpsmarketing wordt dit verder uitgewerkt.</p>	Geen wijziging voor het voorgestelde besluit.

	Samenvatting ingekomen reactie	Reactie van het college	Gevolgen voor het voorgestelde besluit
	<p>3. Reclamant geeft aan de Lange Voort en Nieuw-Rhijngeest zijn aangewezen als gewenste boodschappenwinkelgebieden naar de toekomst en dat voor deze winkelgebieden wordt ingezet op de aanwezigheid van een full-service en een discount supermarkt, beide met een minimale omvang van 1.000m2. Reclamant geeft aan dat Aldi de enige harddiscounter van Nederland is en hiermee de meest logische aanvulling is op bestaande full-servicesupermarkten en (vers) speciaalzaken. Reclamant geeft aan graag een vestiging in een van deze winkelgebieden te openen. Reclamant wil weten of de vestiging van Aldi vanuit consumentenoogpunt wenselijk is voor deze locaties.</p>	<p>Ad 3. Wij onderschrijven de retailvisie en behoefte aan supermarkten met een minimale omvang van 1000m2. Voor Nieuw-Rhijngeest worden momenteel gesprekken gevoerd voor de invulling van de commerciële voorziening. Op de Lange Voort biedt de retailvisie en het bestemmingsplan geen ruimte voor uitbreiding van het winkelcentrum met een nieuwe supermarkt van 1000m2. Voor Aldi betekent dit dat er in bestaande winkelgebieden plek is als er ruimte vrij komt door vertrek van bestaande winkels.</p>	
	Thema 6: Winkelgebieden Voorschoten		
6A	<p>Ingebracht door: Slijterij Adegeest (winkelstrip van Beethovenlaan)</p> <p>Reclamant stelt het bijzonder te vinden dat op eens de Veurseweg op de kaart is komen te staan. De visie van de gemeente was toch 2 sterke winkelkernen met het centrum en Noord-Hofland. Reclamant is zeer benieuwd wat de Veurseweg meer heeft als de Beethovenlaan. En wat hiervan de reden is.</p>	<p>Om een goed beeld van de hele regio te krijgen zijn alle door Locatus als winkelgebied aangemerkte locaties in de Leidse Regio gescand en geanalyseerd door Retail Management Center via verschillende methoden. Voor Voorschoten zijn dit het centrum, Hofland, van Beethovenlaan en de Veurseweg. Uit deze analyse blijkt dat verschillende winkelgebieden in de Leidse Regio kansrijker zijn dan hun concurrenten in de regio. De gemeente Voorschoten heeft daarbij de ambitie in haar (nieuwe) economisch beleid opgenomen om de twee</p>	<p>Geen wijziging voor het voorgestelde besluit.</p>

	Samenvatting ingekomen reactie	Reactie van het college	Gevolgen voor het voorgestelde besluit
		kansrijke gebieden: recreatief winkelgebied het Centrum van Voorschoten en boodschappencentrum Hofland te versterken. Vestiging van nieuwe detailhandel buiten deze gebieden wordt in principe uitgesloten.	
6B	<p>Ingebracht door: Slagerij van Eijk (beethovenlaan)</p> <p>1. Voor reclamant is het onduidelijk hoe de conclusie tot stand is gekomen? Op basis van huidige leegstand? Lijkt reclamant onjuist!</p> <p>2. Reclamant vraagt hoe de prestaties van de ondernemers tot uiting komen in de 'geen kansrijke gebieden'?</p> <p>3. Voor reclamant is het onduidelijk of dit rapport stamt van voor de crisis. Reclamant vraagt of er verouderde</p>	<p>Ad 1. Alle winkelgebieden in de Leidse regio zijn gescand en geanalyseerd via verschillende methoden. Deze methoden worden beschreven in de retailvisie en zijn uitgebreid toegelicht tijdens verschillende bijeenkomsten. Op basis van deze kwantitatieve analyse van de huidige winkelgebieden in de Leidse regio zien we hoe de winkelgebieden scoren met betrekking tot toekomstbestendigheid ten opzichte van vergelijkbare winkelgebieden in de regio. De winkelgebieden met meer rode dan groene criteria (score \leq 50%) geven tekenen van zwaar weer in hun huidige vorm als het gaat om toekomstbestendigheid. Er is dus op meer criteria gemeten dan alleen op basis van de huidige leegstand.</p> <p>Ad 2. De prestaties van afzonderlijke ondernemers zijn niet meegenomen in dit onderzoek. Het object van onderzoek zijn winkelgebieden in hun totaliteit en de verhouding tot andere gebieden in de Leidse Regio.</p> <p>Ad 3. Voor dit rapport is de meest actuele data gebruikt.</p>	Ad 1 t/m 5. Geen wijziging voor het voorgestelde besluit.

	Samenvatting ingekomen reactie	Reactie van het college	Gevolgen voor het voorgestelde besluit
	<p>gegevens zijn gebruikt.</p> <p>4. Reclamant vraagt wat er gaat veranderen ten opzichte van de periode voor het deponeren van het bespreekstuk?</p> <p>5. Reclamant geeft aan dat de parkeergelegenheid een USP is van de winkelstrip. Hoe wordt daar in de toekomst tegen aan gekeken?</p> <p>6. Reclamant geeft aan dat zij gezien de vergrijzing, veel positieve reacties horen op het assortiment winkel aanbod. Reclamant geeft aan dat de oudere consumenten niet richting Noord Hofland/ Centrum gaan. Reclamant vraagt hoe dit in het bespreek stuk is meegenomen/gemeten?</p>	<p>Ad 4. De gemeenten in de Leidse regio werken aan een gezamenlijk actieprogramma om de hoofdlijnen van de retailvisie om te zetten naar concrete acties. Hierbij worden de verschillende winkelgebieden betrokken.</p> <p>Ad 5. De retailvisie doet geen uitspraken over parkeerplaatsen bij individuele winkelcentra. Vanuit de gemeente zijn er op dit moment geen plannen om wijzigingen aan te brengen in de parkeergelegenheid aan de van Beethovenlaan.</p> <p>Ad 6. Het vraagstuk van reclamant wordt herkend en heeft ook de serieuze aandacht van de opstellers van het rapport.</p>	<p>Ad 6. In het actieprogramma wordt opgenomen of er met retailers onderzocht kan worden of er hiervoor innovatieve oplossingen te bedenken zijn.</p>
6C	<p>Ingebracht door: Aldi Vastgoed BV (schoolstraat)</p> <p>Reclamant verzoekt om een reactie of een modernisering van betreffende detailhandelszaak wenselijk wordt geacht en op welke manier hier binnen de kaders van de nieuwe Retailvisie uitvoering aan gegeven kan worden.</p> <p>Wij treden graag op korte termijn met u in overleg om deze uitbreiding ook daadwerkelijk te</p>	<p>Dit is in feite een opmerking / verzoek m.b.t. het bestemmingsplan centrum van gemeente Voorschoten en niet m.b.t. de regionale visie. Het college wil in gesprek gaan met de Aldi over toekomstige mogelijkheden die passen binnen de kaders van de Retailvisie.</p>	<p>Geen wijziging voor het voorgestelde besluit.</p>

	Samenvatting ingekomen reactie	Reactie van het college	Gevolgen voor het voorgestelde besluit
	realiseren. Tevens verzoeken wij u om deze relocatie alvast beleidsmatig te verankeren.		
6D	<p>Ingebracht door: Dhr. Van Oel (Vicevoorzitter Centrum Ondernemers Voorschoten)</p> <p>Toen de vraag tijdens een Economisch Overleg Voorschoten bijeenkomst gesteld werd wie van ons deel wilde nemen aan een regionale Retailvisie heb ik aarzelend ingestemd.</p> <p>Maar de start op 9-7-2014 heeft mij zo enthousiast gemaakt dat ik meteen Ron Kuhn (voorzitter Centrum Ondernemersvereniging (COV) en Frank ten Have (voorzitter Ondernemersvereniging Voorschoten (OVV)) heb benaderd om aan te sluiten. Dit hebben zij ook meteen gedaan en onderschrijven het belang wat wij aan deze Retailvisie hechten.</p> <p>Een document naar de toekomst gericht waarin de behoefte van de consument centraal staat. Verhelderd zijn de placemats die door RMC zijn gemaakt door middel van het BSR model (brand-strategy-research).</p> <p>Hier is het consumentensegmentatiemodel uit ontstaan. Als een rode draad loopt door deze retailvisie 071 de kansen die er liggen door samenwerking en ons voorbereiden op de toekomst.</p> <p>In combinatie met de economische visie Voorschoten 2015-2018 denk ik dat de conclusie kan zijn dat we ons als Voorschoten in moeten zetten daar waar onze groeikansen liggen, gebruik makend van</p>	<p>Economie071 dankt de reclamant voor zijn reactie en aanzienlijke bijdrage in het proces om te komen tot een regionale retailvisie.</p>	<p>Geen wijziging voor het voorgestelde besluit.</p>

	Samenvatting ingekomen reactie	Reactie van het college	Gevolgen voor het voorgestelde besluit
	<p>onze sterke kanten.</p> <p>Als groene oase in de randstad, met een dorpskarakter, met veel historie en veel te bieden. Op het gebied van toerisme, buitenplaatsen en de potentie van vele waterrecreanten in het centrum na aanleg van een haven in het centrumgebied kunnen we onze positie in het regio gebied versterken.</p> <p>Verbinden en samenwerking zijn een groot regionaal belang, en dus ook voor Voorschoten.</p> <p>Deze Retailvisie wordt dan ook volledig ondersteund door de Centrum Ondernemers Voorschoten.</p>		
Thema 7: Winkelgebieden Zoeterwoude			
7A	<p>Ingebracht door: Burgemeester en wethouders van Gemeente Alphen aan den Rijn (P.W. Jeroense en J.W.E. Spies) (Rijneke Boulevard)</p> <p>1. Gemeente Alphen spreekt waardering uit over de Retailvisie en kan zich in algemene zin vinden in opzet en inhoud.</p> <p>2. Gemeente Alphen is het eens met uw typering (van de Rijneke Boulevard) Doelgericht winkelgebied voor niet-dagelijkse aankopen en vindt het daarbij van groot belang dat voor zowel het Zoeterwoudse gedeelte van de Rijneke Boulevard als voor het Alphense gedeelte één eenduidige , gezamenlijke visie en aanpak zal gaan gelden.</p> <p>3. In paragraaf 2.4 van de Oplegnotitie wordt gesteld dat</p>	<p>Ad 1. Dank voor deze waarderende woorden.</p> <p>Ad 2. Ook het college van Zoeterwoude vindt het van groot belang om voor de gehele Rijneke Boulevard tot één gezamenlijke visie en aanpak te komen. Dat past geheel bij de manier waarop gemeente Zoeterwoude en (voorheen) gemeente Rijnwoude in het verleden gezamenlijk optrokken. Overeenstemming over de typering van het winkelgebied is daarvoor al een goede basis. (zie verder 3)</p> <p>Ad 3. Belangrijke uitgangspunten in de Retailvisie zijn: 'de consument centraal' en</p>	<p>Geen wijziging voor het voorgestelde besluit.</p>

	Samenvatting ingekomen reactie	Reactie van het college	Gevolgen voor het voorgestelde besluit
	<p>vermindering van het aantal vierkante meters en een brancheverruiming voor diverse Leisure-activiteiten opties zijn voor doelgerichte winkelgebieden. Voor gemeente Alphen zijn een vermindering en een uitgebreide brancheverruiming (voor de Rijnke Boulevard) op dit moment niet aan de orde. Een stabilisering van het huidige aantal vierkante meters ligt meer voor de hand.</p> <p>4. Gemeente Alphen stelt dat bij een eventuele brancheverruiming alleen maatwerk een toegevoegde waarde zal hebben. Gemeente Alphen wil graag in overleg treden (met college van Zoeterwoude) om deze</p>	<p>‘maak sterker wat sterk is’. Het doel van de Retailvisie is om de locaties die deel uitmaken van de Detailhandelsstructuur in 2025 verder te versterken. Gelet op het overschot aan winkelvloeroppervlakte wordt voor de doelgerichte centra in de Leidse regio voorgesteld om het aantal m2 terug te brengen. Op welke wijze dit wordt gerealiseerd, wordt in samenspraak met de ondernemers/eigenaren van de doelgerichte centra verder uitgewerkt in het nog op te stellen actieplan. De Rijnke Boulevard is deels gelegen binnen de gemeente Alphen aan den Rijn en bovendien is een belangrijk aandeel van de bezoekers van dit winkelgebied woonachtig in Alphen aan den Rijn. Het college erkent dat daarmee ook de gemeente Alphen aan den Rijn belang heeft bij de wijze waarop het actieplan m.b.t. de Rijnke Boulevard wordt opgesteld (zie verder 5). De brancheverruiming waar de Retailvisie voor pleit is welbewust gebonden aan beperkingen, die in de oplegnotitie zijn benoemd. In het actieplan zal verder worden uitgewerkt hoe de gewenste mogelijkheden van brancheverruiming per winkelgebied worden ingevuld. (Zie ook 4).</p> <p>Ad 4. De brancheverruiming waar de visie voor pleit is door de Leidse regio welbewust gebonden aan beperkingen, die in de oplegnotitie zijn benoemd. Wij zien op dat punt geen strijdigheid tussen de Retailvisie en het standpunt dat nu door de</p>	

	Samenvatting ingekomen reactie	Reactie van het college	Gevolgen voor het voorgestelde besluit
	<p>verschillen om te kunnen zetten in één eenduidige, gezamenlijke visie en aanpak voor de Rijnkeke Boulevard.</p> <p>5. Gemeente Alphen wil graag in overleg treden (met college van Zoeterwoude) om te komen tot één eenduidige, gezamenlijke visie en aanpak voor de Rijnkeke Boulevard.</p>	<p>gemeente Alphen naar voren wordt gebracht. In het actieplan zal verder worden uitgewerkt hoe de gewenste mogelijkheden van brancheverruiming per winkelgebied worden ingevuld. De Leidse regio respectievelijk het college van Zoeterwoude zijn gaarne bereid de gemeente Alphen te betrekken bij dit onderdeel van het actieplan, zodat ook de belangen van de Alphense consumenten bij de nadere uitwerking voor de Rijnkeke Boulevard worden meegewogen.</p> <p>Ad 5. De Leidse regio respectievelijk het college van Zoeterwoude zijn gaarne bereid de gemeente Alphen te betrekken bij dit onderdeel van het actieplan, zodat ook de belangen van de Alphense consumenten bij de nadere uitwerking voor de Rijnkeke Boulevard worden meegewogen.</p>	
7B	<p>Ingebracht door: Ontwikkelingsmaatschappij Meerburg (Verde Vista Meerburg)</p> <p>1. Als uitgangspunt is geformuleerd dat de aanwezigheid van een full-service en een discount supermarkt wenselijk is en dat supermarkten idealiter niet kleiner zijn dan 1.000m². Zowel in RMC-rapport als in oplegnotitie. Niet duidelijk is of het hier gaat om winkelvloeroppervlak (WVO) of bruto vloeroppervlak (BVO). De OMM beveelt aan dit aan te scherpen.</p> <p>2. Er zijn in de Retailvisie uitbreidingslocaties aangegeven met de toevoeging dat reeds</p>	<p>Ad 1. Het gaat hier om wvo.</p> <p>Ad 2. De Retailvisie zal na vaststelling door de raden van de verschillende gemeenten het kader vormen voor het</p>	<p>Ad 1. In de visie wordt dit verduidelijkt.</p> <p>Ad 2 t/m 5. Geen wijziging voor het voorgestelde besluit.</p>

	Samenvatting ingekomen reactie	Reactie van het college	Gevolgen voor het voorgestelde besluit
	<p>vastgestelde bestemmingsplannen nieuwe supermarkten mogelijk maken. In verband hiermee is de vraag van de OMM welke positie wijzigingsbevoegdheden hebben in bestemmingsplannen. Bij doorlopen van het stroomschema geldt volgens de OMM, dat een initiatief dat met gebruikmaking van de wijzigingsbevoegdheid in het bestemmingsplan past, moeten worden toegelaten.</p> <p>Indien de regio deze conclusie deelt, verzoekt de OMM dat een bevestiging wordt toegezonden dat bij volgen stroomschema Verde Vista Meerburg een locatie is waar de combinatie van full service supermarkt, discountsupermarkt en dagwinkels mogelijk is.</p> <p>3.OMM wil als belanghebbende partij graag worden betrokken bij ontwikkelen actieplan.</p>	<p>beoordelen van nieuwe initiatieven binnen de Leidse regio. Uit de visie blijkt waar de regio op in wil zetten namelijk het versterken van de gebieden binnen de detailhandelsstructuur en de transformatie van de gebieden buiten de structuur. Alle nieuwe initiatieven worden beoordeeld aan de kaders van de visie zoals onder andere het versterken van bijvoorbeeld de boodschappencentra. Het stroomschema vormt hierbij een hulpmiddel en leidraad bij het beoordelen van initiatieven op een eenduidige en transparante manier, gelijk in de gehele Leidse regio.</p> <p>Indien de OMM met concrete initiatieven komt zullen deze zoals hierboven beschreven worden beoordeeld.</p> <p>In de Retailvisie wordt gesteld dat de combinatie van een service supermarkt en een discount supermarkt de voorkeur verdient. In die zin wil het college bekijken op welke wijze dit streven in Verde Vista Meerburg kan worden gerealiseerd, binnen de uitgangspunten van de retailvisie.</p> <p>De regionale visie doet geen uitspraken over (nog te nemen) planologische besluiten van de gemeenten met betrekking tot individuele winkelgebieden.</p> <p>Ad 3. Zoals in de Oplegnotitie is geformuleerd, zullen alle belanghebbende partijen bij de het ontwikkelen van het actieplan worden betrokken: ondernemers, vastgoedeigenaren en gemeenten. De OMM hoort daar uiteraard bij.</p>	

	Samenvatting ingekomen reactie	Reactie van het college	Gevolgen voor het voorgestelde besluit
	<p>4. Kan de provincie keuzes uit de vastgestelde Retailvisie tegenhouden op basis van provinciaal ruimtelijk beleid en wat is de rol van de 'Adviescommissie detailhandel' van de provincie.</p> <p>5. Wat is de status van de visie in perspectief WRO en bevoegdheden gemeenteraad om bestemmingen te wijzigen. Het is onwenselijk dat gemeenten hun bevoegdheden opgeven door zich te committeren aan de Retailvisie.</p>	<p>Ad 4. Bij bestemmingsplanwijzigingen dient altijd te worden voldaan aan Provinciale Verordening Ruimte. Wel wordt regionaal belang gewogen, daarvoor is de Retailvisie relevant. De Adviescommissie Detailhandel adviseert over individuele aanvragen, maar de beslissingsbevoegdheid ligt bij de provincie.</p> <p>Ad 5. Er is geen sprake van opgeven van gemeentelijke bevoegdheden, maar wel van het gebruiken van de bevoegdheden vanuit een bepaalde visie. Daarbij is breedgedragen: enerzijds de notie dat niet alles wat kan ook wenselijk is en anderzijds dat in een moderne visie op retail de consument centraal staat.</p>	
7C	<p>Ingebracht door: Aldi (Verde Vista Meerburg)</p> <p>In de Retailvisie is als uitgangspunt geformuleerd dat de aanwezigheid van een full-service en een discount supermarkt wenselijk is, beide met een omvang van 1.000 m² WVO. Aangevuld met (vers)speciaalzaken bedraagt de omvang van een modern boodschappencentrum 2.500 – 3.000 m². Het huidige bestemmingsplan maakt dat (in Verde Vista Meerburg) nog niet mogelijk. Aldi verneemt graag of vestiging van Aldi vanuit consumentenoogpunt wenselijk is voor Verde Vista en zo ja, verzoekt Aldi de kwantitatieve beleidskaders te verruimen.</p>	<p>De Retailvisie zal na vaststelling door de raden van de verschillende gemeenten het kader vormen voor het beoordelen van nieuwe initiatieven binnen de Leidse regio. Uit de visie blijkt waar de regio op in wil zetten namelijk het versterken van de gebieden binnen de detailhandelsstructuur en de transformatie van de gebieden buiten de structuur. Alle nieuwe initiatieven worden beoordeeld aan de kaders van de visie zoals onder andere het versterken van bijvoorbeeld de boodschappencentra. Het stroomschema vormt hierbij een hulpmiddel en leidraad bij het beoordelen van initiatieven op een eenduidige en transparante manier, gelijk in de gehele</p>	<p>Geen wijziging voor het voorgestelde besluit.</p>

	Samenvatting ingekomen reactie	Reactie van het college	Gevolgen voor het voorgestelde besluit
		<p>Leidse regio.</p> <p>Indien de Aldi met concrete initiatieven komt zullen deze zoals hierboven beschreven worden beoordeeld.</p> <p>In de Retailvisie wordt gesteld dat de combinatie van een service supermarkt en een discount supermarkt de voorkeur verdient. In die zin wil het college bekijken op welke wijze dit streven in Verde Vista Meerburg kan worden gerealiseerd, binnen de uitgangspunten van de retailvisie.</p> <p>De regionale visie doet geen uitspraken over (nog te nemen) planologische besluiten van de gemeenten met betrekking tot individuele winkelgebieden.</p> <p>Noch de regio noch de gemeente Zoeterwoude doet uitspraken over de wenselijkheid van vestiging van specifieke winkelketens (merken).</p>	

Conclusie

De ontvangen inspraakreacties geven op onderdelen aanleiding tot wijzigingen of aanvullingen van de Retailvisie Leidse regio 2025. Deze zijn in de derde kolom van het overzicht aangegeven.

Vervolg procedure

Deze uniforme en integrale beantwoording van de inspraakreacties wordt tegelijk met het beleidskader vastgesteld door de colleges van B&W van Katwijk, Leiden, Leiderdorp, Oegstgeest, Voorschoten en Zoeterwoude en vervolgens ter vaststelling aan de gemeenteraden van deze gemeenten aangeboden. De insprekers worden van het antwoord van de colleges van B&W en hun besluit op de hoogte gesteld.

De Stuurgroep Retailvisie Leidse regio, bestaande uit de wethouders Economische Zaken, heeft het concept Retailvisie Leidse regio 2025 (na inspraak) vastgesteld.

De colleges van de gemeenten in de Leidse regio kunnen nu gezamenlijk met dit beleidskader instemmen, om het vervolgens door de afzonderlijke raden te laten vaststellen. Het moment van instemmen en vaststellen zal iedere gemeente volgens haar eigen planning kiezen.