

Toekomst bestendige retail

Horeca in het centrum van Arnhem. Foto © SCN

Vroeger noemden we het 'branchevervaging', tegenwoordig *fusion* en *blurring*. Waar staat dit voor in deze multi-channeltijd waarin we alle zeilen bij moeten zetten om de consument een onderscheidend aanbod voor te zetten?

DOOR PAUL RODENBURG B@S CONSULTANTS

Fusion, blurring en 'vervagende grenzen' zijn trefwoorden voor de nieuwe retail waarin de combinatie van winkel, horeca en vermaak, ambacht en andere publiekverzorgende dienstverlening steeds zichtbaarder wordt. De combinatie van functies biedt een steeds groter wordende groep ondernemers en consumenten alternatieve ontmoetingsplaatsen en handelsplatformen. De nieuwe vormen van retail vinden een vruchtbare voedingsbodem op locaties waar gelijkgestemden een betaalbare plek voor hun ondernemerschap en sociaal groepscontact kunnen vinden.

Aan de ene kant op het internet waar social media, platformen, internetwinkels en deeleconomieën opbloeien. Aan de andere kant in de fysieke wereld met leegstaand vastgoed en piepjonge of al verder ontwikkelde broedplaatsen en vestigingsmogelijkheden in de rafelranden van de binnenstad en op verouderde bedrijventerreinen. Concept-stores die winkel en horeca integreren als Hutspot in Amsterdam halen de landelijke media maar 'stilletjes' en 'gedoogd' worden elders ook al vergelijkbare combinaties in binnensteden ontwikkeld. En ook elders op (verouderde) bedrijventerreinen als het al (inter)nationaal bekende Strijp S, creatief en cultureel hart van Eindhoven en bijvoorbeeld op het jonge en meer lokaal-regionaal georiënteerde Havenkwartier in Deventer ontwikkelen zich vernieuwende concepten. Elke stad kent zo zijn eigen meer of minder ontwikkelde voorbeelden met elk een eigen DNA en ambitie, maar allemaal met een wens om nieuwe concepten te laten bloeien in bestaande en nieuwe woon-werk-winkel-uitgaansomgevingen.

BELEMMERENDE REGELGEVING

De maakbaarheid van dit type geïntegreerde retailconcepten en nieuwe ontmoetingsplekken/retailgebieden

VERVOLG OP PAGINA 14 →



De Hallen,
Amsterdam
FOTO: SCN

← VERVOLG VAN PAGINA 13

lopen aan tegen de grenzen die in het verleden voor en door de samenstellende functies zijn opgeworpen. In een winkel mag je geen horeca bedrijven en in horeca geen winkelverkoop. Op een bedrijventerrein mag je volgens het bestemmingsplan in het algemeen geen winkel of horeca uitoefenen, in de binnenstad mag dat alleen onder voorwaarden.

En of die grenzen nu zijn opgeworpen uit economisch (eigen)belang, uit maatschappelijk belang of uit het oogpunt van openbare orde en veiligheid, de scheidende wetten en regels worden door steeds meer partijen als knellend ervaren en als een niet gewenste hindernis in de strijd tegen de crisis. Ondernemers en ook bezoekers snappen vaak ook niet waarom in moderne tijden in bijvoorbeeld het vestigingsplaatsbeleid wordt teruggegrepen op vaak al oude principes en wetten. De roep om duidelijker en eenvoudiger regelgeving is natuurlijk niet nieuw maar wijziging blijkt in de praktijk een weerbarstige materie.

VRAAGTEKENS

Alleen al kijkend naar de scheidende werking van de wetgeving voor winkels en horeca blijkt die steeds vaker

tot steeds grotere vraagtekens te leiden. Daar waar in de afgelopen decennia het voor winkels steeds meer mogelijk is gemaakt om tot een bepaald percentage 'droge' horeca in de winkel te integreren (dus géén alcohol) is het voor de 'natte' horeca (alcohol verstrekking) in de Drink- en Horecawet verboden winkelverkoop te integreren. En daarbij speelt bijvoorbeeld ook de Winkeltijdenwet een rol. Winkels moeten vaak eerder dicht (uiterlijk om tien uur 's avonds) dan een horecazaak (afhankelijk van de gemeente en het gebied) en volgens de horeca en andere partijen die (met als uitgangspunt de 24 uren-economie) ook 's avonds en 's nachts willen verkopen is dat ook een punt van aandacht.

HUTSPOT

Als voorbeeld wordt gewezen naar Amsterdam waar de afgelopen maanden stevig is gediscussieerd over Hutspot een concept-store met een veelheid van functies, waaronder horeca. Horeca in een mengformule mag momenteel maximaal twintig procent van de oppervlakte innemen. Dat was voor Hutspot te weinig om de horeca-afdeling winstgevend te maken, waardoor de conceptstore afscheid nam van de horecagelegenheid in zijn winkel op de Rozengracht. Inmiddels heeft de gemeente Amsterdam bekend gemaakt dat het de exploitatievergunning die voor horeca in mengformules als Hutspot moet worden aangevraagd gaat afschaffen. Amsterdam zoekt daarmee naar mogelijkheden om mengformules beter mogelijk te maken. En Amsterdam is niet uniek, ook de andere gemeenten (groot en klein) zullen hun antwoord moeten formuleren.



ONDERNEMERS FORMULEREN ZELF NIEUW BELEID

Dat nieuwe ondernemers creatief met de ontwikkeling van winkels, horeca en andere publiekgerichte functies willen omgaan, en daarbij ook kijken naar gebieden die daarvoor in het beleid niet zijn aangewezen, blijkt uit bijvoorbeeld het 'manifest voor de horecaondernemer van morgen' dat is opgesteld door een aantal Arnhemse organisaties en is omarmd door de Arnhemse politiek. In het manifest wordt gepleit voor tijdelijke ontheffingen om duurzame horeca-initiatieven voor leegstaande en verwaarloosde locaties mogelijk te maken. Daarnaast sturen de opstellers aan op een beleid waarbij tijdelijke horeca bij succes permanent kan worden.

De verantwoordelijk wethouder zegt de voorstellen te willen uitwerken tot concreet beleid, waarmee er in Arnhem veel meer ruimte voor vernieuwende experimenten zou ontstaan. De partijen en de opstellers van het manifest verwachten dat het voor vernieuwende initiatieven daardoor makkelijker wordt om voet aan de grond te krijgen in Arnhem. Minder gehinderd door bestemmingsplannen en de hoge leges voor bijvoorbeeld permanente horecavergunningen. Met (uiteraard) heldere regels waar de initiatieven getoetst moeten worden om te voorkomen dat alleen initiatiefnemers die goed de weg kennen binnen de gemeente geholpen worden en niet afhankelijk te zijn van de welwillendheid van ambtenaren of wethouders om te gedogen of een ontheffing te verlenen.

Volgens de samenstellers van het manifest moet het in de toekomst voor iedereen die met een mooi plan komt helder zijn of dit wel of niet op steun van de gemeente Arnhem kan rekenen.

WAT WIL DE HORECA?

Op de Horecava begin dit jaar maakte de directeur van Koninklijke Horeca Nederland Lodewijk van der Grinten (zie ook het gesprek met hem op pagina 10) duidelijk dat

Toekomstbestendige retail vraagt meer dan ooit om integratie van winkels, horeca en andere publiekverzorgende dienstverlening en aanpak wet- en regelgeving

de horecabranche wil dat wetten en regels worden aangepast zodat het voor horeca-uitbaters mogelijk wordt om ook als winkelier te functioneren. De grenzen tussen winkels en horeca vervagen steeds meer; waar je in winkels bijvoorbeeld een kopje koffie met broodje kunt nuttigen, moet dat ook andersom kunnen, vindt khn. En dat kan een restauranteigenaar zijn die zijn eigen producten verkoopt, of als de uitbater het wil ook geheel andere spullen zoals stoelen, lampen of spiegels. Dat vereist wel een verbreding van het begrip horeca en volgens khn zijn de consumenten daar inmiddels ook wel aan toe. Er zijn al voorbeelden,



Winkelcentrum Chodov, Praag

FOTO:SCN

zoals bij Hajé restaurants of de Flinder Cafés, waar je vrijwel alles wat je er ziet ook kunt kopen. In andere gevallen blijkt ook –fysiek gescheiden – combinatie van winkel en café betekenis te hebben voor het totale concept, zoals het Zoomers Fashion Café, dat de bezoekers van de belevingswinkel van Zoomers en ook de bezoeker van de binnenstad van Den Bosch een stuk extra beleving biedt. In steeds meer nieuwe horecaconcepten zie je ook al ruimten met winkelverkoop met een eigen toegang, zodat bezoekers conform de wet- en regelgeving niet door het horecadeel hoeven te lopen. Mensen vinden die combinaties leuk en dat moet volgens khn dan ook niet alleen in de detailhandel maar ook in de horeca mogelijk gemaakt worden.

VERVOLG OP PAGINA 17 →

Naarmate de grens tussen winkel en horeca vervaagt, wordt de roep om het slechten van wettelijke barrières steeds luider



Paul Rodenburg



Horeca in Delft
FOTO:SCN

← VERVOLG VAN PAGINA 15

Verandering in de branche is voor veel horecazaken ook nodig om het hoofd boven water te kunnen houden. Daarbij biedt de toenemende leegstand in winkelgebieden ook kansen voor nieuwe concepten. Een struikelblok vormt zoals gezegd de wet en de lokale regelgeving.

WEG MET DIE BARRIÈRES!

De roep om het slechten van de barrières wordt dan ook steeds luider en komt uit alle hoeken en gaten. Bestaande wet- en regelgeving die lokaal, provinciaal, landelijk en Europees van invloed is op winkels, horeca en andere



De Tuinen, Naaldwijk

FOTO:SCN

publiekverzorgende functies zal kritisch bekeken moeten worden om te bepalen waar de regels slimmer kunnen worden toegepast, verbeterd of geschrapt. Daarbij gaat het om een (zeer) breed spectrum, van planologische regels (bijvoorbeeld bestemmingsplannen en de *Ladder voor duurzame verstedelijking*) en Algemene Plaatselijke Verordeningen, tot aan het huurrecht voor winkelpanden, de Winkeltijdenwet en de Drank- en horecawet.

De problematiek van winkels en horeca en de discussie over gecombineerde retailconcepten is ook op rijksniveau doorgedrongen. Vanuit de verschillende ministeries worden reddingslijnen uitgeworpen, bijvoorbeeld door Lodewijk Asscher van Sociale Zaken die met name de werkgelegenheid wil stimuleren. In de Retailagenda van Henk Kamp van Economische Zaken staan drie thema's

centraal: de fysieke omgeving van de winkels, de online verkoop en ruimte voor ondernemerschap. De 'ruimte' in wet en regelgeving wordt de komende anderhalf jaar onder auspiciën van Platform31 verkend in de *Pilot regelloze winkelgebieden*. In deze pilot wordt in een aantal winkelgebieden in Nederland geëxperimenteerd met het anders toepassen, wijzigen of schrappen van knellende regels.

De hoofdvraag daarbij gaat uit van een fictieve nulsituatie: als we in dit winkelgebied (nog) helemaal geen regels zouden hebben, welke regels vinden we dan minimaal nodig? Het doel van de pilot is om het ondernemerschap en de innovativiteit van retailers en winkelgebieden te versterken en onnodige regels die dit tegengaan op te sporen en aan te pakken. De definitieve resultaten van regeloos laten nog minstens anderhalf jaar op zich wachten.

TE LANG, TE THEORETISCH

'Dat duurt me te lang en het is me veel te theoretisch' moet Ronald Plasterk van Binnenlandse Zaken gedacht hebben toen hij begin februari 2015 een concreet voorstel indiende om in de vier grote steden bij wijze van proef af te wijken van de huidige Drank- en horecawet. Amsterdam, Den Haag, Rotterdam en Utrecht hebben aangegeven vooral af te willen van de bepaling die het in één ruimte verkopen en ter plekke laten nuttigen van alcohol verbiedt. In het plan van Plasterk zouden winkels overdag ook een glaasje bier of wijn moeten kunnen schenken aan klanten en wordt het mogelijk voor cafés om 's avonds wanneer de winkels gesloten zijn kratten bier te verkopen aan gasten.

De minister werd snel teruggefloten nadat diverse partijen direct stelling namen tegen het plan: het Nederlands Instituut voor Alcoholbeleid (STAP) en de Slijtersunie vond het plan 'de wereld op z'n kop'. Kamerlid Joël Voordewind (CU) vroeg om opheldering bij staatssecretaris Martin van Rijn. En er lagen direct bezwaren tegen het plan van tenminste twee van de voorgestelde pilotgemeenten.

EIGEN ANTWOORDEN

Uiteindelijk zullen zowel het rijk en gemeenten hun beleid moeten aanpassen omdat veel van de gemeentelijke regels en vergunningen zijn afgestemd op niet-eigentijdse wetten. Aan de andere kant bieden nieuwe inzichten de gemeenten ook kansen om op lokaal niveau eindelijk eens allerlei hinderlijke en onduidelijke regels te schrappen, zeker als die uit het oogpunt van kostenbeheersing etc., toch niet meer gehandhaafd kunnen worden. Alle ondernemers, nieuw en oud, en alle gemeenten, groot en klein, zullen hun eigen antwoorden moeten formuleren om zo voor de bewoners en bezoekers een 'beleving met betekenis' te creëren. ←

TWITTER @PAUL_RODENBURG
PAUL@BASCONSULTANTS.NL 06-24264814
WWW.BROODENSPELEN.NL