

Blurring: discussie over alcohol remt retailvernieuwing

23 maart 2018 13:36 uur



Foto: Tim Mossholder

Blurring is dé trend van dit moment. Steeds vaker zien we retailondernemers functies mixen en innovatieve concepten starten. Concepten die bijdragen aan het broodnodige nieuwe elan in de retailsector. Te vaak gaat het daarbij over het schenken van alcohol. Dit helpt ondernemers niet en moet en kan anders. Jaap Kaai en Remko Bak delen hun visie.

Een winkel is al lang niet meer een plek om alleen iets te kopen. Je kunt er ook een kopje koffie drinken, een hapje eten, je kleren wassen, spullen ophalen of laten repareren of je opent je laptop en gaat werken. Alles kan. Eigenlijk verwordt een winkel tot een soort servicepunt waar allerlei zaken samenkomen en het pure verkopen op de achtergrond geraakt. Dit is blurring. Ondernemers spelen in op consumenten die altijd online zijn en weten waar wat te halen is. Consumenten die weinig tijd hebben en bewuste keuzes maken. Voor retailers is het belangrijk dit motief en momentum te vatten en zo relevant te blijven.

Een brede ontwikkeling van sectorvervaging

Blurring gaat over het mixen van activiteiten tot één retailconcept. Grenzen vervagen, niet alleen tussen horeca en detailhandel, ook tussen detailhandel, dienstverlening, ambacht en leisure. Er is sprake van sectorvervaging. Daar waar er tot een jaar of 5 à 10 geleden nog alleen branchevervaging was (de bouwmarkt die ook fietsen verkoopt).

Een goed voorbeeld is Brandpunt in de binnenstad van Breda. Hier worden een coffeebar en winkelruimte gecombineerd met expositie- en vergaderruimte en een 'laserlab' met 3D-printers. Een optimaforma blurring van sectoren: horeca, detailhandel, cultuur en ambacht/productie.

Ander voorbeeld is Vroeg in Bunnik. Hier is een restaurant in een oude boerderij gecombineerd met verkoop van streekproducten, ambachtelijke bakkerij en vergaderruimte. Ook interessant is het concept van Brouwerij Hoop in Zaandijk. Een combinatie van ambachtelijke bierbrouwerij en verkoop van streek- en eigenproducten en restaurant. Inmiddels een hotspot in de schaduw van de Zaanse Schans.

Gespannen voet tussen alcohol en retail

De meest zichtbare trend binnen blurring is wel het vervagen van grenzen tussen horeca en detailhandel en dan vooral het schenken van alcohol. Een ontwikkeling die op gespannen voet staat met de Drank- en horecawet (DHW). In de DHW is namelijk bepaald dat detailhandel geen alcoholische drank mag verkopen of aanbieden. Dit is voorbehouden aan slijterijen en horeca, alleen voor consumptie ter plekke welteverstaan.

Een restaurant mag weer geen fles wijn verkopen om mee naar huis te nemen (ook geen fles olijfolie trouwens). De DHW stelt strikte eisen aan de inrichting van een pand, denk aan dubbele toiletten, goede ventilatie, etc. Dit zorgt voor aanzienlijke investeringskosten. Het is daarom begrijpelijk dat de horeca met lede ogen aanziet dat in winkels, onder het mom van 'blurring', alcohol wordt geschonken zonder dat aan deze eisen wordt voldaan.

Stap niet over het alcoholvraagstuk heen...

Vaak wordt de casuïstiek aangehaald: 'wat is nu het probleem met het schenken van een glaasje wijn in een winkel'. Deze versimpeling gaat helaas voorbij aan de werkelijke aard van de problematiek. Met alcohol raak je serieuze (niet-economische) zaken als volksgezondheid en openbare orde.

We weten allemaal dat alcohol niet goed is en we willen overmatig gebruik voorkomen. Regulering van de verkrijgbaarheid van alcohol vinden we met zijn allen een goede zaak. Openbare orde is net zo'n maatschappelijke kwestie. Vooral in horeca-uitgaansgebieden heeft de overheid een plicht de orde te handhaven. Overzicht van waar alcohol mag worden geschonken helpt hierbij. Een bepaalde vorm van regulering is vanuit deze optiek essentieel.

... dit belemmert de echte vernieuwing

Het 'alcoholvraagstuk' moet aan de orde gesteld worden. Wat echter niet moet is dat de discussie hierover de werkelijke vernieuwing door ondernemers in de weg staat. En dit gebeurt wel.

In de praktijk zien we een soort risicomijdend gedrag van overheden en marktpartijen die lastige 'alcoholdiscussies' willen vermijden. Nieuwe retailconcepten worden nog met een traditionele en starre invalshoek getoetst of beoordeeld.

Vernieuwende concepten passen niet in de gebruikelijke hokjes, worden niet begrepen en worden afgewezen. Het enthousiasme van ondernemers wordt zo de kop in gedrukt en ze haken af. Dat is jammer, want bij veel ondernemers is 'alcohol' helemaal geen issue. Het is niet de vernieuwing die zij zoeken. Dat maakt de alcoholdiscussie extra wrang en overschaduwde de werkelijk vernieuwende blurring. Dit moet en kan anders.

Het gaat niet om de regels het gaat om complexiteit ervan

In 2016 is de pilot 'Verlichte regels winkelgebieden' uitgevoerd. In deze pilot is geëxperimenteerd met het loslaten van regelgeving, ten einde ondernemerschap en innovatie in winkelgebieden te stimuleren. Hieruit kwam duidelijk naar voren dat regels op zich een groot goed zijn, ook voor ondernemers.

Regelgeving is er om ongewenste ontwikkelingen tegen te gaan en ze creëren een gelijk speelveld. Vanuit ondernemers is er ook een luide roep om regels. Ze willen weten waar ze aan toe zijn en hebben belang bij een duidelijk kader waarbinnen ze kunnen ondernemen.

Voorkom te gedetailleerde regels

Het is vooral de opgave om te zoeken naar een juiste balans in het stellen van regels en het ruimte geven aan (innovatief) ondernemerschap. Dit kan door het voorkomen van al te gedetailleerde regelgeving. Inzake blurring, daar waar het om alcohol gaat, kan je je richten op de pijlers van openbare orde, veiligheid en gezondheid (en ruimtelijke kwaliteit). Omwille hiervan is het evident dat we met elkaar als maatschappij niet alles (overal) willen en dus enige regels stellen.

Denk bijvoorbeeld aan kennis van sociale hygiëne en bepaalde inrichtingseisen. Vanuit de ervaringen in de pilot wordt aangegeven dat het daarvoor logisch is aan te sluiten bij de vereisten zoals die voor horeca gelden. Dat hoeft geen één op één overname te zijn, eerder het creëren van een 'extra' horecacategorie. Bepaalde inrichtingseisen, denk aan gescheiden toiletten met tussendeuren en andere bouwkundige aanpassingen, gaan velen te ver.

Neem een proactieve houding aan

Een andere stap is een proactieve houding van overheden richting ondernemers. Communicatie over de regelgeving helpt ondernemers bij het realiseren van hun droom. Dit levert veel meer op dan alleen controleren en handhaven. Accountmanagers, centrummanagers of procesmanagers kunnen hier een belangrijk rol spelen, als spin in het web tussen overheid en ondernemer. Deze personen kunnen een praktische en goede invulling geven aan het zogenaamde '1-loket', waar vragen kunnen worden gesteld en oplossingen terug worden gegeven zonder dat de ondernemer van het kastje naar de muur wordt gestuurd.

Zorg voor meer flexibiliteit

Wat echter als meest knellende regel wordt ervaren zijn het bestemmingsplan en de APV, zo bleek uit de pilot. Daarbij gaat het niet altijd over de regel zelf maar vooral de complexiteit er om heen.

Bij bestemmingsplannen heb je te maken met zeer grote en uitgebreide beleidsdocumenten. Strikte afbakeningen zorgen voor inflexibiliteit en lange procedures om af te wijken, waardoor ondernemers onvoldoende snel kunnen inspelen op de veranderingen in de markt. Een ondernemer wil het liefst zijn idee vandaag al uitwerken. Het instellen van ruimere bestemmingen kan helpen de complexiteit te verminderen en de flexibiliteit te vergroten.

Ook voor vastgoedeigenaren ligt er een schone taak weggelegd in het meedenken met ondernemers, slimmere huurcondities voor te stellen en wellicht mee te investeren. Eigenaren hebben nog te vaak een passieve houding. Dit is niet bevorderlijk voor innovaties en helpt (startende) ondernemers niet.

Resumé

Er zijn vele mooie vernieuwende concepten die een duidelijke meerwaarde leveren aan centrumgebieden en inspelen op het veranderende consumentengedrag. Daarom is het zo jammer dat blurring wordt ingekapseld in de complexe discussie over alcohol. Blurring is zo veel meer dan alleen het schenken van een glaasje wijn in de winkel. Laten we het daarom ten aanzien van blurring voortaan hebben over:

- Hoe kunnen we als overheid en vastgoedeigenaar het ondernemerschap stimuleren?
- Hoe kunnen we ondernemers helpen bij de complexiteit van regelgeving, procedures en oplossingen geven op hun vragen?
- Hoe kunnen we vooraf al bestemmingsplannen eenvoudiger en flexibeler maken?

Over de auteurs:

Dit artikel is opgesteld door Jaap Kaai en Remko Bak. Beide adviseur retail en ruimtelijke ordening bij het Expertteam Winkelgebieden. In 2016 hebben zij in samenwerking met Platform31 de landelijke pilot 'verlichte regels winkelgebieden' uitgevoerd. Op 21 juni organiseert het Expertteam Winkelgebieden, in samenwerking met de gemeente Apeldoorn een expertmeeting over Blurring. Voor meer informatie [klik hier](#).