

Kerngegevens Winschoten en Veendam

De regio Oost-Groningen sloot in 2016 een regio retaildeal met het ministerie van Economische Zaken en stimuleert regionale afstemming en structurele samenwerking bij de aanpak van winkelgebieden. De landelijke Retailagenda waar de retaildeals onderdeel van zijn, biedt ondersteuning aan gemeenten bij het oppakken van de problematiek in de dorpen en steden. Gemeenten Veendam, Hoogezand-Sappemeer, Oldambt en Stadskanaal tekenden gezamenlijk deze Retaildeal. Daarmee laten zij zien dat dit onderwerp lokaal prioriteit heeft en dat zij dit samen, op regionale schaal, willen oppakken. Er is oog (en zorg) voor de toekomst van de retail in plaatsen in deze regio. De Nieuwe Winkelstraat heeft in Veendam een traject begeleid om meer perspectief voor de retail en meer aantrekkingskracht voor het centrum te realiseren.

Veendam

- 1 Veendam heeft ongeveer 28.000 inwoners;
- 2 De grootste groep inwoners is tussen de 45 en 65 jaar oud;
- 3 Het gemiddeld jaarinkomen bedraagt bruto € 21.200;
- 4 Veendam heeft ruim 58.000 vierkante meters aan winkelloppervlak en 146 verkooppunten;
- 5 In Veendam staat per januari 2020 17% van de verkooppunten leeg, dat is 15,3% van de vierkante meters;
- 6 29% van de bedrijfsvestigingen is actief in de sector handel en horeca.

Bron: [Allecijfers.nl](https://allecijfers.nl), Broekhuis Rijs Advisering (3 februari, 2020)

Winschoten

- 1 Winschoten heeft ongeveer 8.000 inwoners;
- 2 De grootste groep inwoners is tussen de 45 en 65 jaar oud;
- 3 Het gemiddeld jaarinkomen bedraagt bruto € 20.900;
- 4 Winschoten heeft ongeveer 79.000 m² aan winkelloppervlak en 259 verkooppunten;
- 5 In Winschoten staat per december 2019 16% van de verkooppunten leeg, dat is 18% van de vierkante meters;
- 6 Van alle bedrijven is 45% actief in de sector handel en horeca.

Bronnen: [Allecijfers.nl](https://allecijfers.nl), "Winkelleegstand gaat echt niet meer weg." 19-11-2019 Dagblad van het Noorden

- De detailhandel is met 800.000 medewerkers één van de grootste werkgevers van Nederland
- Vier van de tien banen vind je in de non-food retail
- In de non-food retail is 1/3 van de medewerkers jonger dan 24 jaar
- Het gemiddelde bruto inkomen van medewerkers in de detailhandel non-food was in 2018 € 22.495,-
- Het doorsnee* bruto inkomen van een winkelier in de INretail-achterban is € 30.000,-

Bron: CBS

*Het doorsnee inkomen is het middelste bedrag als alle inkomens van laag naar hoog worden gerangschikt en is dus iets anders dan het gemiddelde inkomen.

Keuzes durven maken

"Iedereen is zich aan het onderscheiden of aan het herbezinnen. Onderscheiden betekent dat je keuzes durft maken. Dat je bijvoorbeeld afschaalt en niet meer alles in huis wilt hebben, maar wel investeert in een winkelcentrum dat een goede lokale functie heeft," vindt Marcel Evers van INretail. "Ondernemers en gemeenten moeten fundamentele vragen bij de kop pakken: waar staan we, wat willen we en wat is reëel? Je onderscheiden kan ook betekenen dat je je meer gaat inzetten op efficiëntie, dat je je ogen niet sluit voor nieuwe ontwikkelingen vooral op online-gebied. Dat je je realiseert dat je niet alle winkels in huis hoeft te hebben", zegt Evers.

"Samen met de gemeente Veendam, de Rabobank en het Platform De Nieuwe Winkelstraat (DNWS) is hard gewerkt aan een plan voor een toekomstbestendig Veendam. Panklare oplossingen zijn er niet. Je moet per winkelstraat nadenken wat je wilt. Wat is de functie van een gebied, de uitstraling, hoe zit het met leefbaarheid en de bereikbaarheid. Het platform De Nieuwe Winkelstraat brengt alle partijen met elkaar in gesprek en kent de taal die iedereen."

Bron: "Kleine winkelcentra krijgen het moeilijk" 9-1-2020 Dagblad van het Noorden

Kansen voor de retail, overal in Nederland



Al meer dan 100 jaar maakt Koninklijke INretail zich sterk voor ondernemers met (web) winkels. De retail verbindt onze samenleving en zorgt voor levendige en aantrekkelijke stads- en dorpskernen. Het predicaat koninklijk dat INretail mag voeren is een prachtige erkenning van de maatschappelijke waarde van de retail en de rol die INretail als vereniging inneemt voor haar leden en de sector. Ondernemen makkelijker maken, is wat ons drijft. Dit doen wij altijd samen met ondernemers, want zij bepalen de koers. INretail is er voor iedereen met een (web) winkel in non-food. Bijna 5.300 ondernemingen met gezamenlijk meer dan 13.000 winkels zijn bij INretail aangesloten. Veruit het grootste deel daarvan behoort tot het mkb.



Uitdagende toekomst: kansen grijpen

Er is een retailtransitie gaande en dat dwingt iedereen om in beweging te komen. Mensen consumeren bewuster en zijn sturender door de impact van technologie. Ook door meer aanbod online moeten retailers transformeren door beter te verbinden, meer betekenis te geven, en oplossingen aan te reiken om het voor de consument makkelijk maken. Het vermogen om het businessmodel zowel fundamenteel als doorlopend te verbeteren en te excelleren in wat onderscheidt, is hierbij cruciaal. De uitdagingen die horen bij de retailtransitie raken iedereen. Winkeliers willen de kansen grijpen die de transitie hen biedt, maar een optelsom aan lasten en regels werkt als een molensteen om hun nek. Daarom riep INretail in november 2019 via een brandbrief op tot meer waardering voor winkeliers, begrip voor de praktijk en eerlijk en werkbaar beleid. Ondernemers hebben de verantwoordelijkheid in te spelen op de markt en van overheden vragen wij te letten op een eerlijke verdeling van lasten, plichten en afdrachten.

Kansen ontsluiten door een gelijk e-commerce speelveld

INretail roept op tot meer aandacht voor de potentiële marktmacht van grote techbedrijven. Zij hebben een grote invloed op de retail, terwijl zij op basis van andere uitgangspunten ondernemen. De grote techbedrijven en hun manier van ondernemen hebben negatieve invloeden op mens, milieu en de economie. Daarom willen wij meer onderzoek naar misstanden binnen de platformeconomie die negatieve effecten hebben op retailers en consumenten.

De komst van webgiganten op de Nederlandse markt vertaalt zich door naar een enorme groei van logistieke bewegingen, CO²-uitstoot en verkeersbewegingen tussen distributiecentra en woonwijken. Het legitimeert de discussie hoe lang dat nog wenselijk en toelaatbaar is en met welke maatregelen de logistieke druk op onze infrastructuur omlaag kan worden gebracht en uitwassen van de bezorgeconomie kunnen worden aangepakt. Daarnaast vragen wij om aandacht voor wet- en regelgeving die past bij de nieuwe retail. Zo kent het bestaande mededingingsrecht geen handvatten om marktmacht aan te pakken: het stelt misbruik pas vast als het plaatsvindt of plaatsvond. Om tot een systeem te komen waar retailers worden beschermd en uitwassen en vorming van monopolies worden tegengegaan, is heldere regelgeving die vooraf toetst nodig. Nederland kent een goede (digitale) infrastructuur, een goed opgeleide bevolking en een hoog internetgebruik. Grote techbedrijven maken hier gebruik van om snel een groot aandeel van de omzet te pakken, maar leveren nagenoeg geen financiële of sociale bijdrage.

Voer daarom als nationale overheid een digitax in voor techbedrijven. Dit zorgt voor een gelijk speelveld, immers betaalt een lokale winkelier reclamebelasting, terwijl zijn klant op zijn mobiel naar reclames op Facebook kijkt waarvoor géén belasting wordt afgedragen.

Maatschappelijke rol retail onderbelicht

Winkeliers leveren een belangrijke bijdrage aan de leefbaarheid van dorpen en steden. Deze rol is nog te vaak onderbelicht, terwijl hij zo onmisbaar is. Retailers zijn van groot belang als het gaat om vitaliteit, leefbaarheid en saamhorigheid. Bij het maken van nieuw beleid - zowel lokaal als ook nationaal - is veel meer toetsing en afweging nodig van de impact van beleidskeuzes op ondernemers in dorpskernen, winkelgebieden en binnensteden. Op landelijk niveau mist regie als het gaat over beleid voor winkels door decentralisatie van het beleid in 2003. De snelheid waarmee gemeenten winkelgebieden aanpakken en transformeren naar vitale, aantrekkelijke kernen met minder winkelmeters moet omhoog.

Retail en overheid hebben elkaar nodig

De retail heeft een overheid nodig die ondernemers en werknemers stimuleert en faciliteert om de uitdagingen van de toekomst aan te gaan. Dat lukt met een eerlijk en rechtvaardig speelveld met gelijke regels. Overleg helpt om inzicht te bieden in wat nodig en wat mogelijk is. Onder meer via werkbezoeken, overleg in Den Haag en met provincies en gemeenten toont INretail de dagelijkse praktijk plus de retail uitdagingen voor de toekomst. Zo vergroten we de kennis over de retail en zorgen we voor een aantrekkelijk en gezond winkellandschap voor iedereen.

INretail is initiatiefnemer van de Retailagenda. Deze agenda is het enige landelijke overheidsproject voor de retail die is uitgewerkt in provinciale en lokale retaildeals die retail-ondernemerschap versterken met passend beleid. Daarnaast richtte Koninklijke INretail ook Stichting De Nieuwe Winkelstraat (DNWS) op. Het functioneert enerzijds als een kennisplatform voor retail betrokkenen en anderzijds helpt DNWS gemeente, retailers en retailvastgoed om draagvlak te kweken voor lokale plannen door deze samen uit te denken en uit te voeren. Het lokale DNA erkennen en herkennen is hierbij een belangrijke samenwerkingsleutel. In Veendam is hiervoor een zogenaamd Kom-in-actie traject doorlopen. [Scan de QR-code voor de website van DNWS:](#)



Concrete adviezen voor de overheid:

- Geef ondernemers in de binnensteden en dorpskernen een korting op lokale lasten én zet een landelijke cap op de stijging van de lokale (parkeer)lasten ter hoogte van de inflatie;
- Draai de bewijslast bij de nadeelcompensatie om. Bij een wegopenbreking moet de gemeente aantonen dat ondernemers geen schade ondervinden en niet de ondernemer. Nu werkt deze regeling niet;
- Maak het bedrijfsmodel wendbaar met functiemenging (mengen en ombouwen modules en combinaties goederen en diensten (ook wel 'blurring' genoemd, maar gaat om meer dan alcohol schenken);
- Ontsluit innovatiesubsidies ook voor ondernemers die op eigen risico innovaties toepassen in hun (web)winkel waarvan zij niet weten of die succesvol zullen zijn en niet alleen voor mensen in 'witte jassen met zwarte brillen' (steun ook innovatievolgend mkb);
- Investeer in de duurzame ontwikkeling van medewerkers door mensen een eigen opleidingsbudget te geven om zich te kunnen blijven bijscholen;
- Verklein het verschil tussen het brutoloon en het nettoloon van medewerkers (de 'WIG') zodat werken meer loont. Lagere werkgeverslasten zorgen voor een stimulans in het aantal banen;
- Flexibiliteit is onmisbaar voor zowel werkgevers (inspelen op klantvraag met pieken en dalen) als werknemers (werk-privébalans; mantelzorg) en moet mogelijk blijven, ondanks de tendens om alle flex als 'fout' te bestempelen;
- Maak de klimaatopgave voor het mkb haalbaar, betaalbaar en uitvoerbaar door het mkb financieel en met kennis te ondersteunen in het verduurzamen van hun winkelpanden en logistiek;
- Zorg voor meer aanbod van financiering voor het mkb, door bijvoorbeeld de 'Tante Agaath'-regeling nieuw leven in te blazen;
- Neem de aanpak van winkelcriminaliteit serieuzer door meer capaciteit bij de politie te ontsluiten, door haast te maken met digitaliseren van het doen van aangifte en door daders ook echt te straffen. De maatschappelijke impact van winkeldiefstal is groot en neemt niet af;
- Bij het maken van nieuw beleid moet altijd worden getoetst wat dit betekent voor ondernemers in de dorpskernen, winkelgebieden en binnensteden die immers zorgen voor vitaliteit leefbaarheid en saamhorigheid.