

# Herstelplan: Investeren in vitale retail en leefbare binnensteden en kernen

## Inleiding

De corona crisis laat diepe sporen na in onze samenleving. Dat geldt zeker voor delen van het bedrijfsleven. Eén van de getroffen sectoren is de retail. Een ecosysteem<sup>1</sup> dat al ruim voor de start van de Covid 1- crisis in transitie was. Krachten als demografische veranderingen, digitalisering en verduurzaming zorgen in versneld tempo voor veranderend koopgedrag en drijven de sector naar nieuwe businessmodellen en vormen van distributie. De wens voor een spoedig herstel en naar een vitale toekomst voor de retail versterken de noodzaak van deze transitie nog eens extra.

De retail heeft een grote meerwaarde voor de maatschappij. Het ecosysteem van de retail draagt bij aan ruim 800.000 directe banen en nog veel meer indirecte werkgelegenheid. De retail staat dichtbij de 18 miljoen Nederlanders en draagt bij aan veiligheid, aantrekkelijkheid en leefbaarheid van binnensteden en kernen. De publieke en private partijen die sinds 2015 in het kader van de Retailagenda samenwerken aan de transitie in de retailsector<sup>2</sup> constateren dat de markt de ontstane problematiek niet snel genoeg kan oplossen. Daarom trekken zij samen dit plan om de problematiek aan te pakken.

## De probleemstelling

Als gevolg van de corona pandemie dreigt in Nederland versneld en op zeer korte termijn tot 30% van de non-food winkels te verdwijnen. Nu winkels, horeca, evenementen en cultuur als gevolg van de coronapandemie in versneld tempo wegvallen, heeft dit grote gevolgen voor kernen: ze dreigen te verschromelen met verpaupering als gevolg. Veel kernen zullen hun betekenis verliezen doordat ze door een minimum aanbodniveau zakken, daardoor zal de leegstand verder oplopen en de aantrekkingskracht verder afnemen. Dit leidt tot een negatieve spiraal die de leefbaarheid en vitaliteit op de korte termijn verder onder druk zet. Daarnaast zal dit onvermijdbaar leiden tot een direct verlies van een groot aantal directe banen en een veelvoud aan indirecte banen in het retail-ecosysteem.

Consumenten<sup>3</sup> geven aan meer lokaal te willen blijven winkelen in de toekomst, maar dan moet dat wel mogelijk zijn. Dit vraagt om een lokale aanpak van de problemen waar binnensteden en kernen mee te maken hebben. Een integrale samenhangende aanpak zet niet alleen in op de transitie van de retailsector, maar focust juist op het gehele ecosysteem van leefbare kernen en steden. De stuurgroep van de Retailagenda heeft een strategische visie opgesteld om binnensteden en kernen perspectief te bieden aan het herstelproces na de pandemie. Het zal overigens niet zo zijn dat herstel betekent “terug naar hoe het was”. De coronapandemie heeft de retailsector blijvend veranderd.

---

<sup>1</sup> Onder een ecosysteem verstaan we een complex netwerk van interacties tussen groepen/ actoren die direct of indirect met elkaar samenwerken en in verbinding staan via uitwisseling van kennis, producten, energie, grondstoffen of diensten.

<sup>2</sup> Zie [www.retailland.nl](http://www.retailland.nl), de aangesloten partijen zijn CBL, FNV Handel, G40 Stedennetwerk, Gemeente Den Haag, INretail, IPO, Kern, Ministerie van EZK, Platform31, Platform de Nieuwe Winkelstraat, Retail Innovatieplatform (netwerk van HBO), Retail Insiders, Raad Nederlandse Detailhandel, Thuiswinkel.org, VNG, Vakcentrum, Vastgoedbelang.

<sup>3</sup> Zie [https://retailland.nl/app/uploads/2021/03/Retailagenda\\_Retail-postcorona-impactanalyse\\_maart2021\\_SP.pdf](https://retailland.nl/app/uploads/2021/03/Retailagenda_Retail-postcorona-impactanalyse_maart2021_SP.pdf)

## Strategische visie Retailagenda<sup>4</sup>

De door de stuurgroep van de Retailagenda opgestelde strategische visie is ontwikkeld rond een aantal centrale vraagstukken die gaan over consumentengedrag, duurzaamheid, stedelijke ontwikkeling, human capital en innovatie en digitalisering.

De visie laat zien dat de oplossingen voor de problematiek in de retail, en de gevolgen hiervan voor de samenleving, vragen om een benadering die gericht is op maatschappelijke waarde in de toekomst. Er ontstaan veranderingen in het stedelijk weefsel, waarin retail en andere stedelijke functies een nieuwe plek krijgen. Het gaat zowel over gebouwen en ruimtelijke vraagstukken, de digitale infrastructuur, de retail in economisch perspectief, als over de verduurzaming en de leefbaarheid en sociale functie van binnensteden en kernen. Regionale samenhang en prioriteitstelling vanuit publieke waarde is noodzakelijk en maakt publieke kaderstelling onmisbaar.

De stuurgroep van de Retailagenda heeft geconstateerd dat het noodzakelijk is voor de partners om gezamenlijk op te trekken bij het werken aan het herstel van de effecten van de pandemie. Het hebben van een visie heeft geen betekenis als er geen gezamenlijke actie aan verbonden is.

### Herstelplan: aanpak langs drie programmalijnen

De voorgestane gezamenlijke aanpak, die aansluit op de eerder genoemde strategische visie, bestaat uit een samenhangend geheel van deelprogramma's. Deze duiden we als volgt aan: de **Transformatieagenda**, de **Human Capital Agenda** en de **Digitaliseringsagenda**. Deze programma's zullen een belangrijke bijdrage leveren aan de economische ontwikkeling van Nederland.

#### 1. *De Transformatieagenda:*

*Winkelgebieden* transformeren in vitale kernen met een rijke mix aan functies; het gaat om een *integrale gebiedsgerichte* benadering met *verduurzaming* als opdracht. Landelijke investeringen zijn reeds voorzien voor woningbouw, versterking van infrastructuur en economische ontwikkeling. Via een fonds voor ondersteuning van gebiedsontwikkeling zal het ministerie van EZK in de komende 4 jaar totaal 100 miljoen bijdragen in het haalbaar maken van gebiedstransformaties. Hoe gaan we hierop aanhaken en vergroten we het beschikbare budget? De gebiedsgewijze transformatie van kernen geeft vastgoed nieuwe gebruikswaarde en moet hand in hand gaan met verduurzaming, versterking van de woonfunctie en de leefbaarheid en verbetering van de stadsharten en kernen tot aantrekkelijke verblijfsgebieden. De transformatie van vastgoed naar nieuwe gebruikswaarde levert naar verwachting op nog grote schaal behoefte aan publieke cofinanciering op.

#### 2. *De Human Capital Agenda:*

*Inzet op Human Capital* via verbetering van instrumentarium en opleidingsmogelijkheden voor (toekomstige) medewerkers en ondernemers; dit gaat om skills en employability. Met inzet van projectfinanciering zijn verschillende investeringen gedaan in projecten die kennis en instrumenten hebben opgeleverd en die in de sector op grotere schaal inzetbaar gemaakt kan worden. Bovendien is een structurele vertaling in het onderwijs noodzakelijk; een meer modulaire opzet maakt het onderwijs passender en flexibel voor veranderende eisen van studenten en werkgevers. Met deze benadering gaat het om het vitaal houden van retail, met ook om het effect op de evenementensector, toerisme, horeca en de culturele sector.

---

<sup>4</sup> Zie [www.retailland.nl](http://www.retailland.nl), vanaf begin juni zal deze visie digitaal beschikbaar zijn.

De verbetering en het versnellen van de inzet van instrumenten gericht op doorstroming op de arbeidsmarkt is uitgangspunt.

3. *De Digitaliseringsagenda:*

Ontwikkelen van een onderliggende *digitale infrastructuur* en daarmee versterken innovatief vermogen van het mkb. De Retailagenda heeft met innovatielabs, kennisplatforms voor winkelgebieden en de retail en het netwerk van de Hogescholen ervaring met het stimuleren van innovatie, maar het wiel wordt op vele plekken opnieuw uitgevonden. Het wordt tijd om de schaalgrootte van de aanpak naar een hoger niveau te brengen en tools te ontwikkelen die op regionaal en lokaal niveau bruikbaar zijn om zo digitalisering, innovatie en kennis van nieuwe *businessmodellen* te ondersteunen. Ten aanzien van de digitalisering gaat het niet alleen om de mkb-ondernemer te helpen digitaler en weerbaarder te worden, maar ook om te waken voor het level playing field als het gaat om platformen, apps, cloudservices en digitale payment-methoden. Ook het gebruik van en toegang tot relevante data speelt een belangrijke rol. Hierbij is het stimuleren en gebruik maken van standaarden van groot belang.

Elk programma sluit aan op de projecten die de partners van de Retailagenda afgelopen jaren hebben uitgevoerd. En elk programma kan gebruik maken van de kennis en ervaring die in deze is opgedaan. Met die partners is op korte termijn, voor de zomer van 2021, de uitwerking van het herstelplan voorzien via een sprint en creatief ontwerp.

Op nationaal niveau zijn kennis en instrumenten nodig en via een nationaal herstelplan kan lokale kennis worden gedeeld en kunnen oplossingen opnieuw worden gebruikt. Dit ter bevordering van de robuustheid van deze oplossingen en ter voorkoming van desinvesteringen doordat er onvoldoende schaalgrootte en samenhang is.

### **Inzet financiële middelen van het Rijk en Europa**

Namens de partners van de Retailagenda vragen wij om steun van het ministerie van EZK bij verdere uitwerking van deze programmalijnen als onderdeel van het nationaal herstelplan en inzet van het nationaal groeifonds.

Het Kabinet zou met spoed een beroep moeten doen op de nationale toezegging, het voor Nederland gereserveerde budget, uit het Europese herstellfonds. Er zijn gezamenlijke inspanningen vereist om een beroep te kunnen doen op de relevante EU-fondsen. Gecombineerd met nationale ondersteuning en vanzelfsprekend waar mogelijk ook lokale en regionale en eigen inbreng zal er geen sprake zijn van verspilling omdat de weg naar herstel naadloos aansluit op de weg naar een toekomstbestendige transformatie van het retail ecosysteem en daarmee ook het vitaliseren van binnensteden en kernen.

31 mei 2021

Uitwerking in opdracht van de Stuurgroep Retailagenda