

*Speech van de heer **Bruijniks** , voorzitter van de stuurgroep Vestigingszaken van Detailhandel Nederland op de manifestatie 'Wat lokaal is, moet lokaal blijven'. 8 oktober 2009 in Perscentrum Nieuwspoord te Den Haag.*

---

## 'Denk nationaal, handel lokaal'

Geachte dames en heren,

Allereerst een bijzonder welkom voor de fractievoorzitter van het CDA, de heer Pieter van Geel, ik waardeer het dat u ook een bijdrage aan deze middag levert.

Dames en heren, het doet mij een groot plezier dat u in groten getale aanwezig bent bij deze feestelijke prijsuitreiking door de winkeliers van Nederland. Het geeft aan dat de verkiezing Beste Binnenstad 'leeft' en dat u trots bent op uw werk en UW gemeente. Dat is precies wat wij met deze verkiezing willen bereiken: dat het lokale bestuur trots en enthousiast is en dat de consument mede daardoor een mooie, schone , veilige en leefbare stad krijgt waar het goed toeven is omdat alles goed is geregeld. U bent dus een prima voorbeeld voor de andere gemeenten in Nederland!

Deze dag staat in het teken van de binnensteden. Onze voorzitter Jan Meerman heeft net al wat over de procedure verteld. Wij geven door middel van deze verkiezing duidelijk aan wat de goede voorbeelden zijn in Nederland. Vaak komen alleen slechte, negatieve kwesties en voorbeelden in het nieuws. Maar er gaat volgens ons ook heel erg veel goed! Maar het kan natuurlijk altijd beter en daar zullen wij, vanuit Detailhandel Nederland, op blijven letten en hameren, daar kunt u op rekenen.

Met een positief kritische blik neem ik u graag mee langs een paar aandachtspunten. Laten we even terug gaan in de tijd. Nog niet zo lang geleden kostte een reis van Rotterdam naar Den Haag, met de trekschuit, bijna vijf uur. Nu doet de trein er minder dan een half uur over. Wist u bijvoorbeeld dat er vroeger in Nederland verschillende tijdzones waren?

Door de komst van de radio en de trein wilde men overal dezelfde tijd invoeren. Sommige gemeenten besloten dat hun burgerlijke tijd gelijk zou zijn aan de spoortijd, maar andere hielden vast aan de lokale tijd, waardoor de torenklok niet gelijk stond met de stationsklok. Pas sinds 1909 geldt in heel Nederland de officiële zelfde tijd! Er zijn veel van dit soort voorbeelden. Nederland is enorm veranderd en Nederland zal blijven veranderen. Om bij President Obama's ambitie te blijven: "Change, yes we can!"

Om te weten hoe laat het is en om te checken of uw en onze horloges gelijk staan, vraagt Detailhandel Nederland regelmatig aan de consument wat hij of zij vindt. Vandaag presenteren wij het onderzoek 'Trends Binnenstad 2009'. Dit onderzoek onder 500 consumenten en 250 winkeliers laat zien wat consumenten en winkeliers vinden van 'hun' winkelgebied. Daar blijkt onder andere uit dat de consument over het algemeen tevreden tot zeer tevreden is over zijn of haar favoriete winkelgebied. Maar liefst 81% van de consumenten beoordeelt het meest bezochte winkelgebied als uitstekend of goed!

Die tevredenheid is een groot compliment voor de winkeliers, maar natuurlijk ook voor de gemeenten. Winkeliers en gemeenten hebben elkaar hard nodig: goede winkels in een stad, in de juiste mix van groot en klein, aangevuld met goede horeca zorgen ervoor dat consumenten op straat zijn. Gezellige Nederlandse drukte draagt bij aan de leefbaarheid van een stad. Heel veel mensen, maar liefst ruim 700.000 in getal, verdienen daar ook dagelijks een boterham.

Andersom bepalen gemeenten veel van de randvoorwaarden waar winkeliers mee te maken hebben en zijn ondernemers vaak afhankelijk van de gemeente. Ik durf te beweren dat de gemeenten die hier aanwezig zijn veel zaken goed voor elkaar hebben, ze zijn immers genomineerd om twee jaar lang de titel Beste Binnenstad te mogen voeren.

De winkelier bestaat uitsluitend bij de gratie van de consument, zonder consument geen winkel. Winkeliers en gemeenten moeten het de consument naar de zin maken. Stedelijke bereikbaarheid en parkeren zijn en blijven de grootste zorg! Daarom hameren wij zo vaak op het parkeerbeleid. Dat doen wij niet omdat de detailhandel vindt dat iedereen met de auto naar de winkel moet, of omdat wij tegen openbaar vervoer zouden zijn. Natuurlijk niet!

Wij doen dat omdat uit onderzoek blijkt dat heel veel consumenten met de auto naar de winkel toe willen. En de consument bepaalt.

Ik geef u een voorbeeld; de consument is zeer tevreden over de bereikbaarheid van de favoriete winkels met het openbaar vervoer. De bus blijft echter toch leeg! Maar liefst 52% van de bezoekers gaat met de auto naar het favoriete winkelgebied, ten opzichte van de 13% die met het openbaar vervoer gaat. Blijkbaar wordt het openbaar vervoer gewaardeerd, maar zijn er toch veel praktische bezwaren. En laten wij eerlijk zijn, het is ook lastig om met alle aankopen, tassen vol boodschappen of bijvoorbeeld een nieuwe lcd-televisie, met de bus te reizen. Dat gaat gewoon niet en dus gaat de consument met de auto.

Om even terug te grijpen naar vroeger en nu: sinds 1980 is het aantal auto's in Nederland met 76% toegenomen tot 7,5 miljoen auto's. Dit betekent natuurlijk ook meer inkomsten voor gemeenten. Volgens het CBS zijn de 441 gemeenten van € 53 miljoen parkeerbelasting in 1989, gegroeid naar maar liefst € 533 miljoen in 2009. Niet alleen meer gemeenten heffen parkeerbelasting, maar ook de tarieven zijn fors omhoog gegaan. Amsterdam int € 131 miljoen aan parkeergeld en het parkeren kost € 5 per uur tegenover € 1 in 1989; niet altijd uitnodigend voor het winkelend publiek. De parkeertarieven blijven een heikel punt. De laatste twintig jaar zijn de parkeertarieven maar liefst tien keer zo hoog geworden! Detailhandel Nederland maakt zich er sterk voor dat alle consumenten op een goede manier bij de winkel kunnen komen. Het parkeerbeleid is het visitekaartje van een winkelgebied. Daarom moet het parkeren betaalbaar zijn, maar ook veilig en goed verzorgd. Dit zijn ook belangrijke criteria waarmee Detailhandel Nederland ieder jaar de beste parkeergarage van Nederland aanwijst.

Maar er zijn meer zaken die tegen het licht gehouden moeten worden, zoals de ongebreidelde groei van het winkelvloeroppervlak, vooral in de periferie van de steden, die de gevarieerde bewinkeling van de binnensteden zeer kan aantasten. Een jaar of dertien geleden, in 1996 was er in Nederland 16 miljoen vierkante meter winkelvloeroppervlak. In 2007 is dit geëxplodeerd naar 26,3 miljoen vierkante meter.

Het aantal huishoudens en de bestedingen per huishouden zijn helaas nauwelijks meegegroeid. Dat merk je bijvoorbeeld goed aan de meubelboulevards. In 1980 waren er vier in Nederland, nu zijn het er ruim 80! Daardoor komen nogal wat – met name non-food – winkeliers in een spagaat. Ze worden gedwongen om voor een hoge huurprijs op een veelal niet rendabele plek te gaan zitten.

Normaal gesproken leidt een overschot in de markt tot dalende prijzen, zo niet in deze kwestie. Het resultaat van deze systematiek is er ook naar: veel meubelboulevards hebben met toenemende leegstand te kampen. Dat komt vooral doordat projectontwikkelaars gemeenten 'lekker' maken met grote ambitieuze plannen waar zowel de gemeente als de projectontwikkelaar goed aan verdienen. Gemeenten, maar vooral ook provincies, hebben te weinig oog voor het grotere plaatje. Provincies hebben in de nota Ruimte de taak gekregen om te coördineren. Deze rol kan en moet beter. Daarom zeggen wij namens de winkeliers van Nederland: vernieuwing, verbetering en uitbreiding van winkelmeters, prima! Maar wel verantwoord, met beleid en met oog voor wat er al is.

Ook de heffingen en belastingen die winkeliers worden opgelegd rijzen naar de mening van Detailhandel Nederland de pan uit. Het is voor ons een bittere teleurstelling dat terwijl de overheid gemeenten heeft opgeroepen om de OZB niet of minimaal te laten stijgen, gemeenten volgend jaar de OZB volgens de macro-norm desalniettemin met 4,3% mogen laten stijgen. Dames en heren bestuurders: Wij zitten in een recessie!!

Wat ons ook opvalt zijn de grote verschillen in de tarieven. Een supermarkt betaalt in Zoetermeer bijvoorbeeld maar liefst bijna € 8000 aan OZB per jaar, terwijl Voorburg, 10 kilometer verderop, ongeveer € 3500 rekent. Een differentiatie in prijs die echt niet uit te leggen is.

Vreemd genoeg zet de nationale overheid niet, of te weinig, de toon wat betreft lokale lasten en locatiebeleid. Maar daar waar niemand er op zit te wachten, zit Den Haag er opeens bovenop! Anno 2009 zijn er duizenden webwinkels waar de consument 24 uur per dag, 7 dagen per week kan winkelen. Bij steeds meer NS-stations en op Schiphol worden hele winkelcentra gebouwd, omdat winkels daar op zondagen open mogen.

De regering probeert echter koste wat kost het aantal koopzondagen terug te dringen. Het initiatief is totaal niet meer van deze tijd. De koopzondag is voor winkeliers een groot succes; 60% van de ondervraagde consumenten bezoekt ons tijdens een koopzondag. Veel winkeliers, burgers, medewerkers en gemeenten willen een koopzondag. De winkeliers willen de winkel kunnen openen wanneer de consument voor de deur staat.

Maar liefst 83% van de consumenten vindt dat de nationale overheid NIET moet bepalen hoeveel koopzondagen er zijn. De gemeente kan in samenspraak met de burgers en de winkeliers het beste ieders belangen op lokaal niveau afwegen. Dit kan overigens heel goed betekenen dat dan blijkt dat de burgers om wat voor reden dan ook, religieus of een andere, geen koopzondagen willen. Als de burger en de consumenten dat willen, dan is dat een lokale keuze waar iedere winkelier natuurlijk achter gaat staan.

Anderzijds vindt Detailhandel Nederland samen met onder andere de drie grote steden, de Kamers van Koophandel, Koninklijk Horeca Nederland, de Vereniging Nederlandse Gemeenten, en de Consumentenbond dat in de gemeenten, waar iedereen graag een koopzondag wil, niet van bovenaf allerlei beperkingen moeten worden opgelegd. De toerismebepaling moet uit de Winkeltijdenwet, het is belachelijk dat een winkelier wel zijn deuren mag openen voor toeristen

en niet voor de eigen klanten! Dit moet een onderwerp worden voor de aanstaande gemeenteraadsverkiezingen. Bij dezen zegt Detailhandel Nederland iedere politieke partij die gemeenten wil laten beslissen over de koopzondag zonder die overbodige toerismebepaling, onze steun toe. De nationale overheid moet zich niet zo nadrukkelijk willen mengen in een onderwerp dat lokaal speelt.

In mijn toespraak heb ik u gewezen op de snel veranderende wereld. Bij dezen voorspel ik u alvast dat over 10 jaar niemand meer de huidige discussie over de koopzondag zal begrijpen. Dan is het een heel gewone zaak en ziet de koopzondag eruit zoals ik u deze geschetst heb, dat weet ik heel zeker!!



Dames en heren, ik ga afronden. U wilt natuurlijk graag weten of uw gemeente de felbegeerde titel 'Beste Binnenstad' mag voeren. En terecht, want het is een bevestiging van goed beleid en waardering van de consument. Maar ook een fantastische profilering van uw gemeente tegenover de andere gemeenten. Steden als Arnhem, Bergen op Zoom, Den Bosch en Zutphen hebben dat op uitstekende wijze al bewezen. Het enthousiasme waarmee gemeenten aan deze verkiezing meewerken en het feit dat u allemaal hier bent laat zien dat u alleen het beste wilt voor uw gemeente en de ondernemers en hun medewerkers.

Het is wellicht een cliché, maar clichés zijn vaak waar; vandaag zijn alle gemeenten winnaar, u bent allemaal genomineerd. Ik wens u veel plezier en ik wens u succes bij het nog beter maken van uw gemeente!