

Raadsmarkt bijeenkomst 25 maart 2015 plus inspraakresultaten in november, december 2014, maart 2015 en april t/m september 2016:

Nr.	Thema	Reactie gemeente	Aanpassing
1	Wat is de meerwaarde van het aanwijzen van een hoofdwinkelstructuur en is er nog plek voor winkelclusters die hierbuiten vallen. Hoe wordt omgegaan met aanvragen voor nieuwe solitaire winkelvestigingen ?	Met de aanwijzing van een hoofdwinkelstructuur geeft de gemeente richting aan ondernemers waar, door clustering, de grootste kansen liggen. Dit leidt tot grotere investeringsbereidheid en het ontstaan van nieuwe winkelconcepten. Dit versterkt de kracht van Haarlem winkelstad. Bestaande winkelclusters die buiten de hoofdwinkelstructuur vallen, hebben een aanvullende functie. Verzoeken voor solitaire nieuwe winkelvestigingen, die niet passen in een bestemmingsplan, worden niet gefaciliteerd	Nee
2	Het winkelgebied Zijlstraat voldoet aan de criteria van een hoofdwinkelgebied	In het stadsdeelcentrum Haarlem-Zuid West is- naast het winkelcentrum aan de Westergracht waar de grote winkelketens zijn gevestigd- het winkelgebied Zijlstraat van belang en van voldoende omvang voor het faciliteren van de wensen van de inwoners voor speciaalzaken. Dit is reden om het winkelgebied Zijlstraat alsnog toe te voegen als hoofdwinkelgebied in de detailhandelsvisie	Ja
3	Wat is de meerwaarde van het clusteren van grootschalige woonwinkels rondom IKEA ?	De consument en de ondernemers in de Spaarneboog- die dit in de marktconsultatie Oostpoort bevestigd hebben- worden beter gefaciliteerd door de clustering van grootschalige woonwinkels rondom IKEA, een bereikbare en herkenbare locatie. In de Spaarneboog ontstaan dan mogelijkheden voor woningbouw en neemt de parkeerdruk af. Een goede stedenbouwkundige inpassing van de winkels rondom IKEA binnen het volume van de Oostradiaalplannen is een randvoorwaarde.	Nee
4	Is een grootschalige sportwinkel, die in het stadionplan in de Zuiderpolder was toegestaan, nu ook toegestaan in de cluster van grootschalige woonwinkels rondom IKEA ?	In de inspraak bleek dat de eigenaar van de grootschalige sportwinkel Decathlon voor de bereikbaarheid van haar klantenpotentieel alleen wenst te investeren met haar nieuwe winkelconcept van try en buy nabij de IKEA eventueel in combinatie met een bouwmarkt of een eigen hoofdkantoor. Dit past echter niet binnen het aangescherpte provinciale detailhandelsbeleid en de eind 2015 vastgestelde provinciale verordening waarbij alleen winkels met volumineuze artikelen	Nee

Notitie van zienswijzen – Ontwerp Detailhandelsvisie Haarlem Winkelstad

		(zoals woonwinkels en een bouwmarkt) zijn toegestaan op bedrijfsterreinen. Een grootschalige sportwinkel bij IKEA is dus niet toegestaan ook niet in combinatie met een eigen hoofdkantoor. In de detailhandelsvisie Haarlem Winkelstad is gekozen voor een concentratie van grootschalige reguliere winkels (zoals een sportwinkel) in het stadsdeelwinkelcentrum Schalkwijk.	
5	Schaalvergroting en schaalverkleining	Beide trends zijn in de winkelmarkt aanwezig en worden door de gemeente gefaciliteerd. Kleinschalige en grootschalige winkels versterken elkaar en houden Winkelstad Haarlem aantrekkelijk voor de consument	Nee
6	Transparantie en flexibiliteit bij het samenvoegen van winkelpanden (verheling) om zowel kleinschalige als grootschalige winkelformules te faciliteren.	De binnenstad van Haarlem onderscheidt zich als winkelstad door de historische setting en is aangewezen als beschermd stadsgezicht. Dit betekent dat er bij ontwikkelingen in de stad altijd wordt gekeken naar de gevolgen voor de cultuur-historische waarden. Hierbij wordt onder meer gekeken naar de kwaliteit en uitstraling van winkelpuien en de reclamevoering. Maar omdat ook de historische structuur van de stad een belangrijke waarde vertegenwoordigt, wordt er zorgvuldig gekeken naar de gevolgen van het samenvoegen van panden. Het volledig weghalen van tussenmuren is in de historische stad niet gewenst, maar meestal is een opening ter grootte van een dubbele deur, ook bij monumenten mogelijk. Afhankelijk van de bouwhistorische waarde van de tussenmuur is maatwerk mogelijk.	Ja
7	Vragen over regelgeving voor winkel ondersteunende horeca.	In het centrum is winkel ondersteunende horeca in het bestemmingsplan toegestaan met een maximum van 30% van het winkelvloeroppervlakte. Met de CMG is afgesproken om de regelgeving bij winkel ondersteunende horeca in een afzonderlijke horeca notitie voor het centrum uit te werken.	Ja
8	Standplaatsen dienen aanvullend zijn op de bestaande winkelvoorzieningen	In een nieuw standplaatsbeleid zal dit worden meegenomen.	Ja
9	Andere winkelopeningstijden (Winkels zouden op zaterdag om 17.00 uur open moeten blijven. De koopavond op donderdag kan worden afgeschaft omdat het dan rustig is in de stad)	Volgens de Winkeltijdenwet mogen winkels door de weeks tot 22 uur open zijn. Er is dus geen wettelijke belemmering om zaterdagavond tot 22 uur de winkels open te houden en de koopavond op donderdag af te schaffen. Winkeliers kunnen dat met elkaar afspreken.	Nee

Notitie van zienswijzen – Ontwerp Detailhandelsvisie Haarlem Winkelstad

10	Omdat circa 45% van de omzet in niet-dagelijkse artikelen in de binnenstad afkomstig is van buiten de gemeente is de hoogte van de parkeertarieven van groot belang.	In de detailhandelsvisie is opgenomen dat het parkeertarief van Haarlem concurrerend moet blijven.	Nee
11	Haarlem als fietsstad 2016 kan de positie als winkelstad versterken	Het stimuleren van het gebruik van fietsenstallingen is het uitgangspunt. Ondernemers worden betrokken bij oplossingen voor het fiets parkeren.	Nee
12	Ruimte voor nieuwe concepten als foodtrucks bij evenementen en markten	De ruimte die geboden wordt voor vier weekendmarkten in het zomerseizoen op het Nieuwe Energie terrein in de Waarderpolder is een voorbeeld van het faciliteren van deze nieuwe concepten als foodtrucks. In het nieuwe evenementenbeleid zal dit worden meegenomen.	Ja
13	Nieuwe vormen van samenwerking tussen (kleinschalige) winkeliers	Winkeliers kunnen met elkaar afspraken maken over nieuwe vormen van samenwerking om elkaar te versterken. Voorbeeld is HipShops, een samenwerking van dertig Haarlemse kleinschalige winkels. Er zijn een website en folders ontwikkeld. De voorwaarden om hipshop te worden zijn: zelfstandig ondernemer, geen keten, onderscheidend productaanbod en een duidelijke visie. Het initiatief genereert meer omzet omdat blijkt dat klanten gericht deze winkels opzoeken. De gemeente en de ondernemersverenigingen en de Centrummanagement Groep Binnenstad moedigen dit soort samenwerkingen aan en faciliteren waar nodig.	Ja
14	Marketing van Haarlem als winkelstad	Haarlem Marketing werkt samen met Amsterdam en profileert Haarlem als het authentieke en eigenzinnige zusje van Amsterdam. Specifiek gericht op de detailhandel van Haarlem wordt Haarlem neergezet als gastvrije stad. De winkelstraten waarin veel Hipshops zich bevinden zijn de 'gouden straatjes' genoemd. De marketing is gericht op de inwoners, nationale en internationale bezoekers en stelt zich tot doel meer bezoekers te krijgen die langer in de stad verblijven en meer uitgeven.	Ja
15	Rollen en de rolverdeling	De rollen van de stakeholders (winkelier, eigenaar, gemeente) zijn in de detailhandelsvisie expliciet opgenomen en globaal als volgt verdeeld: <ul style="list-style-type: none"> Ondernemers: Bedrijfsvoering in de winkel, vernieuwing, inspelen op wens van de consumenten, internet 	Ja

		<p>en leegstand als kans gebruiken, marketing, evenementen, samen optrekken via ondernemersverenigingen.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vastgoedeigenaren: Onderhoud pand, gevelverbetering, flexibel huurprijsbeleid, werving nieuwe huurders (concept-stores), tijdelijke invullingen (pop-up stores). • Gemeente: Ruimte reguleren via bestemmingplan. Nieuwe winkelconcepten faciliteren door flexibele regelgeving met maatwerkoplossingen. Openbare buitenruimte, bereikbaarheid en parkeren. Stimuleren samenwerking tussen ondernemers. Kennisoverdracht door monitoring. Ondernemersfondsen faciliteren door op verzoek van ondernemers het heffen van belasting. Marketing van Haarlem als Winkelstad via Haarlem Marketing. 	
16	Actuele cijfers en externe (markt)toetsing van de detailhandelsvisie	De detailhandelsvisie is gebaseerd op de meest actuele cijfers uit de economische en binnenstad monitor en die van Locatus. Een externe (markt)toetsing van de detailhandelsvisie heeft plaatsgevonden. De visie op de toekomst van de afzonderlijke hoofdwinkelgebieden is in de detailhandelsvisie opgenomen.	Ja