

Domeinvergadering Economie & Cultuur, 11 juni 2024

Onderwerp; Inspreek-notitie/ Evaluatie horeca beleid - Verruiming horecamogelijkheden op bedrijventerreinen en kantorenparken/ Reactie BRO rapport

Geachte Raadsleden,

Mijn naam is Astrid Verberne, Centrummanager Maastricht en ik spreek vandaag in als aanvulling op de brief die op 23 februari jl. naar de Raad is gestuurd. Ik sta hier ook namens de BOC leden die vandaag niet inspreken, namelijk: Ondernemend Wyck, Ondernemersvereniging Stokstraatkwartier, Jekerkwartier, Vereniging Ondernemers Centrum (VOC), Les Tables, Maastricht Heuvelland Culinair en Maastricht Marketing.

Iedere toevoeging van vierkante meters in de periferie leidt tot extra aanbod voor inwoners uit stad en regio. Per vierkante meter in de horeca wordt minimaal 2.000,- euro verdiend. Voor de Intratuin betekent een stijging van de huidige, maximale 500 horeca vierkante meters naar de gewenste 1400 horeca vierkante meters een omzetstijging van minimaal 1,8 miljoen euro. De bestedingsruimte van inwoners neemt echter niet extra toe, dus worden de huidige, bestaande bestedingen anders verdeeld. Meer vierkante meters leiden tot verdere verdeling van de bestaande koek.

Vanwege de precedentwerking is het (juridisch) niet aannemelijk dat het wordt toegestaan om alleen de Intratuin te laten profiteren van een eventuele 10% regeling, die een koppeling maakt met een minimale winkelgrootte van 10.000 vierkante meter.

Wanneer we uitgaan van de invoering van een brede 10% regeling in de periferie, is in het BRO-rapport een inschatting gemaakt dat vijf winkels gebruik zouden maken van deze regeling. Dat is 2700 vierkante meter wat er potentieel aan horeca bijkomt. Dus potentieel, kan zomaar vijf miljoen uit onze binnenstad getrokken worden. Waarom en voor wie zouden we dit risico nemen?

Hoe fantastisch het concept van een individuele ondernemer ook is, of wordt. Het aantrekken van toeristen voor een winkel- of tuincentrum, is geen prioriteit voor de gemeente Maastricht en zou ook geen aanleiding mogen zijn voor het afwijken van bestaand beleid. Willen we echt nog meer toeristen naar de stad voor zaken die niet aanvullend, onderscheidend of bovenregionaal zijn?

Wanneer je een bezoekje brengt aan de website van de Intratuin, zie je de volgende teksten verschijnen, die niets meer te maken hebben met een ondergeschikt horeca aanbod, ter ondersteuning van een hun retail functie. Deze activiteiten lijken aan te sturen op een primair bezoekmotief:

- *Visie | Wij kunnen het leven van mensen beter en aangenamer maken door ze in nauwer contact met elkaar en met het goede van de natuur te brengen.*
- *Iets te vieren, gewoon even bijkletsen of een fijne break tijdens het winkelen bij Intratuin?*
- *Een high tea bij Eten in de Proeftuin is altijd een goed idee.*

- *Geniet van een luxe proeverij met een uitgebreid aanbod van huisgemaakte hartige en zoete lekkernijen. Verwen jezelf met een verse kop thee, zelf samen te stellen door te kiezen uit diverse losse theesoorten en verse kruidenmixen.*
- *De inhoud van de high tea kan per seizoen verschillen. Informeer bij jouw Intratuin naar de mogelijkheden.*
- *Reserveer van tevoren, dan staat er een tafeltje voor jullie klaar en hoeven jullie alleen nog maar aan te schuiven. Eet smakelijk!*
- *Vier je partijtje in de Klautertuin! Samen met jouw vriendjes en vriendinnetjes geniet je van: Lekker klimmen en klauteren in de Klautertuin
Je eigen versierde tafel. Onbeperkt limonade. Eigen pizza maken, of een lekkere tosti.
Mini knutselworkshop: Bloempotje schilderen. Cadeautje voor de jarige.*

Een belangrijke conclusie die je uit het BRO-rapport kan trekken is de richtlijn dat ondergeschikte horeca boven de 500 vierkante meter niet meer ondersteunend is, maar zelfstandig functioneert. Ook wordt in het BRO-rapport gesteld dat meer dan 500 vierkante meter horeca leidt tot onaanvaardbare, merkbare effecten op de horeca in het centrum en de wijkhoreca van de hele stad.

De kleine ondernemers, die de ruggengraat vormen van de aantrekkingskracht van het centrum van Maastricht, kunnen niet concurreren met de prijzen en het aanbod van grotere, meer diverse bedrijven buiten het centrum, waar het gratis parkeren is en die profiteren van schaalgrootte, lagere huurprijzen en het ontbreken van de restrictieve maatregelen zoals die in de binnenstad gelden. Dit kan leiden tot sluitingen, leegstand, verlies van banen en uiteindelijk tot economische achteruitgang in het centrum.

Terwijl in andere steden de noodzaak van concentratie (vanwege toenemende leegstand) aan de orde van de dag is, bloeit Maastricht en zijn we een magneet voor inwoners, (regionale) bezoekers én ook voor nieuwe ondernemers. Het huidige beleid is er al jaren op gericht om de binnenstad en winkel-, buurt- en wijkcentra goed te beschermen. Ons huidige winkel – en horeca aanbod is daarom gevarieerd en goed in balans; een mix van groot, klein, ketens en lokale ondernemers. Dat ontstaat niet vanzelf, en vraagt juist nu aandacht in een tijd waarin landelijk het aantal zelfstandige ondernemers daalt (we hebben meer stoppers dan starters) en lokaal, in Maastricht, met name de kleinere panden langer leegstaan, omdat hiervoor moeilijker een nieuwe ondernemer gevonden wordt. Deze krimp moet zorgvuldig worden begeleid, in plaats van dat we met elkaar spreken over groei elders in de periferie.

Hoge inkoopkosten, energierekeningen die door het dak gaan, het invoeren van Zero Emissie Stadslogistiek, de energie transitie, circulaire inkoop, en het aanhoudende slechte weer; het ligt allemaal al op het bordje van onze ondernemers. Vraag niet van hen om de kleine koek die over is met nog meer vierkante meters in de periferie te moeten gaan delen. Eén winkelcentrum zal hierin misschien niet direct het verschil maken, maar de Europese Dienstenrichtlijn schrijft voor dat je ruimtelijke beslissingen moet kunnen motiveren en je mag daarbij niet discrimineren. Eenmaal eerder iets toegestaan, dan is er geen weg meer terug.

In Zuid-Limburg zijn vele tuincentra actief, die allemaal een eigen wijk of stadsdeel bedienen. Wij zien geen noodzaak om deze marktwerking te doorbreken en van een winkel- of tuincentrum in Maastricht een stuwende kracht, met aantrekkingskracht tot ver over de regio heen, te maken. Laat (nieuwe) ondernemers zien dat u een betrouwbare overheid bent en

houdt vast aan het succes van uw eigen distributieplan, dat zorgde voor wat u nu hier op de waagschaal stelt: een economisch duurzaam en vitale binnenstad. Centrummanagement Maastricht, evenals alle genoemde ondernemersverenigingen in de stad, staan volledig achter het, op uw initiatief ontwikkelde, goed onderbouwde en genuanceerde advies van de BRO-experts: geen nieuwe ondergeschikte horeca bij publieksgerichte detailhandel op bedrijvenlocaties.

De verantwoordelijkheid die uw werk nu van u vraagt, is om te besluiten over wat goed is voor het centrum op lange termijn, en niet verleid te worden door het belang van een individuele ondernemer, die het integrale concept van een landelijke keten ook graag in Maastricht uitgerold wil zien, ongeacht de sociale en economische impact voor de binnenstad en haar wijken.

Met vriendelijke groet,

Astrid Verberne
Directeur-Bestuurder Centrummanagement Maastricht