Bijdrage Factory Outlet Center BleiZo.

Voorzitter,

toen 12 jaar geleden de eerste Outletcentra aan de poorten van de Nederlandse winkelmarkt rammelden, hadden onderzoekers al gekeken naar dit toen nog bijzondere fenomeen.
De Verenigde Staten liepen als vanouds met dit concept voorop en de Outletcentra waren daar al jarenlang een feit en er waren dus al veel ervaringen mee.

De belangrijkste aanbevelingen van onderzoekers toen waren dan ook:
-overheid maak beleid, de rijksoverheid vooral,
-zorg voor juridische helderheid,
-leg de definitie van een Outletcentrum vast in waterdichte juridische termen en,
-ruimtelijk gezien: zorg voor een goede spreiding.

Wat dat beleid betreft: dat is er nooit echt gekomen. Ministers hebben zich wel over het onderwerp gebogen, maar een apart beleidskader vond men niet nodig. Dat is een gemiste kans, want Outlet Centra trekken uit een groot gebied mensen aan en overschrijden daarmee vaak provinciegrenzen. Een goede spreiding is dan ook niet meer te reguleren. Dat is ook voor onze provincie van belang, want wij bevinden ons binnen het verzorgingsgebied van de Outlets in Lelystad en Roosendaal. Wat zal het effect zijn in een gebied van drie elkaar overlappende FOC’s?

Voorzitter,

dat brengt mij op de begripsbepaling van het concept Factory Outlet Center.
De voordracht stelt dat: “Een Factory Outlet Center (FOC) is een concentratie van winkels waar producenten van merkartikelen hun restpartijen, gedateerde artikelen of producten met een foutje

rechtstreeks en met korting aan de consument verkopen.”

Echter, kijken we naar Outletcentra in andere landen, dan zien we dat die bepaling niet houdbaar is.
Gezien de grote toename van Outletcentra in de afgelopen 10 jaar, dan moeten die producenten van merkartikelen wel een ongelooflijk stel prutsers zijn als ze zoveel producten overhouden die niet in reguliere winkels verkoopbaar meer zouden zijn of waar iets mis mee is.
Nee voorzitter, vele merkartikelen produceren tegenwoordig compleet nieuwe voorraden of kledinglijnen die exclusief verkocht worden in Outletcentra. En dat heeft dus ook andere effecten dan alleen het aantrekken van de koopjesjagers. En dat maakt dat er vaak sprake is van reguliere detailhandel.
Gaan de gemeenten straks de winkels in het Outletcentrum controleren op het verkopen van te nieuwe producten? Of exclusieve kledinglijnen e.d.? En gaan ze die dan verbieden? En waarom zouden merken die in outlets in andere landen dit soort producten wel mogen verkopen dan trek hebben in een lokatie waar dat niet mag?

Het is dan ook niet voor niets dat de organisatie van BleiZO zelf het concept als volgt noemt: ‘Rechtstreekse verkoop van de fabrikant aan de consument’
En dat maakt een groot verschil en er is hier dus blijkbaar sprake van twee verschillende soorten outletcentra.

Voorzitter, dan de juridische kant. Zoals wij ook in de commissie al hebben aangegeven zijn wij niet gerust op een goede afloop op dit vlak. De adviezen die we via Gedeputeerde Staten hebben ontvangen, de reacties van onder andere de Kamers van Koophandel en ook anderen die ons via de media of rechtstreeks van informatie hebben voorzien en ook de recente brief van gedeputeerde Veldhuijzen, ze laten allemaal ruimte voor veel onzekerheid over de vraag hoe hard het concept bewaakt kan worden, hoe afdwingbaar en handhaafbaar het is en hoe gehandeld zal worden over een aantal jaren.

En wat gaat de gemeente eventueel doen als het Outlet centrum niet zo goed loopt? Kortom, veel onzekerheid die bij gebrek aan een helder beleid zwaar weegt in onze opvattingen over het Outlet centrum.

Want voorzitter, waarom zijn deze zaken zo van belang?

Veel mensen maken zich zorgen over de detailhandel, want die staat onder druk. Die staat sowieso onder druk, vanwege veranderingen in consumentengedrag en de opkomst van internetaankopen.
Dat is een feit, maar consumenten zullen winkels blijven bezoeken en zullen ook de binnensteden blijven bezoeken, maar dan moeten we die binnensteden wel aantrekkelijk houden. Op dit moment is er veel leegstand en gemeenten moeten daar sowieso mee aan de slag.
Maar veel gemeenten zijn nu ook bezig om de binnensteden extra aantrekkelijk te maken om in de toekomst aantrekkelijk te blijven voor bezoekers. Een gemeente als Leiden is onlangs gestart met de uitvoering van het grootschalige Aalmarktproject om een voorbeeld van een ingrijpende maatregel te noemen.

De komst van een Outletcentrum heeft gevolgen en mogelijk grote gevolgen voor de omliggende winkels in de regio en zal de winkeliers en daarmee de winkelgebieden daar verder onder druk zetten. Die gevolgen zijn niet volledig te overzien, maar ze zullen er zijn. In de diverse onderzoeken komen ook wisselende bestedingen van consumenten in het Outletcentrum naar voren, dus ook de voorspellingen van onderzoekers vooraf zijn met onzekerheid omgeven. Tel daarbij op dat er sprake zal zijn van een groeimodel met wisselingen in de samenstelling van het aanbod binnen het Outletcentrum en het feit dat ook ontwikkelingen binnen de markt van Outletcentra zelf kunnen en waarschijnlijk zullen gaan veranderen, dan kunnen we van nog grotere onzekerheid spreken.

(Aantal initiatiefnemers is in andere landen bezig met kleinere Outlets bij vliegvelden, dus die markt verandert ook)

Voorzitter, Wij kiezen ervoor om niet een extra belasting voor onze binnensteden en bestaande ondernemers toe te voegen.
We houden dus vast aan het beleid waarmee Nederland nog altijd in ook de middelgrote gemeenten vrij prettige binnensteden heeft gehouden en wat we in ons eigen detailhandelsbeleid ook hebben opgeschreven.

Zou er de afgelopen 12 jaar gewerkt zijn aan een helder beleid, met duidelijke en afdwingbare juridische regels, dan zouden wij er wellicht anders naar kunnen kijken. Maar een plan wat met zo veel onduidelijke gevolgen is omgeven en wat op basis van wat we nu weten een extra bedreiging is voor de omliggende gemeenten en winkeliers in onze provincie maakt dat we de komst van een Outletcentrum niet kunnen steunen.