

LEIDEN - LAMMENSCHANS * 2015



Kiezen voor een positieve toekomst!

Achtergrond

In juni 2015 is de Retailvisie Leidse regio 2025, opgesteld door het Retail Management Center (hierna RMC) uitgekomen. Het is een detailhandelsvisie voor de gemeenten Katwijk, Leiderdorp, Oegstgeest, Voorschoten, Zoeterwoude en Leiden. Eén van de uitkomsten van deze winkelvisie is dat grootschalig winkelconcentratie Lammenschansweg te Leiden als een *niet* kansrijk winkelgebied wordt bestempeld en geen plek meer heeft in de toekomstige winkelstructuur. Bij de totstandkoming van en de uitkomst van deze conclusie van RMC kunnen grote vraagtekens worden gezet. In opdracht van de 'Bedrijventerreinvereniging Lammenschans Driehoek' heeft Adviesburo Kardol het rapport van RMC bestudeerd en de belangrijke punten van commentaar voorzien. Onderstaand komt een 21-tal thema's aan de orde waarin kanttekeningen worden gezet bij het door RMC geschetste negatieve toekomstperspectief van de Lammenschansweg.



Horizon 2025

Als horizon voor de winkelontwikkelingen in de Retailvisie is het jaar 2025 aangehouden. Dit is een opmerkelijke keuze, immers het betreft een tijdsbestek van 10 jaar. Dit is een veel te verre horizon voor de sterk fluctuerende en in beweging zijnde markt die de detailhandel is. Na de crisis is de niet-dagelijkse sector en zeker de grootschalige branches weer wat opgekrabbeld. De effecten hiervan kunnen nog niet worden overzien voor de komende tien jaar. In deze vraaggestuurde markt staat overigens de consument centraal, echter de behoeften en de vraag van deze consument zijn continu aan forse veranderingen onderhevig. Kortom, er zijn te veel onbekendheden om voor tien jaar vooruit te zien, ook voor RMC.

De 'terugverdientijd' bij investeringen

Gezien deze sterk in beweging zijnde markt is een perspectief van vijf jaar meer op zijn plaats voor de detailhandel. Dit past ook beter bij een bijkomend aspect, de tijdsduur van investeringen in de winkels. Deze 'terugverdientijd' betreft in de detailhandel over het algemeen een periode van vijf tot maximaal zeven jaar. Van een bureau als RMC mag toch worden verwacht dat zij met de investeringstermijnen van de detailhandel rekening houden.

Geen inzicht in economische of distributief perspectief

Een belangrijk instrument bij het kwantitatief inzichtelijk maken van de behoeften van de consument is een distributieve analyse. Ook in de Retailvisie wordt een economisch perspectief geschetst in de vorm van het aangeven van de marktruimte. Opmerkelijk is dat, ook in de bijlagen, in het rapport van RMC niet daadwerkelijk de analyse zelf zichtbaar is gemaakt. Weliswaar worden de distributieve variabelen geschetst in algemene termen. De weg naar de uitkomst van deze distributieve analyse (de beschikbare marktruimte) is niet aangegeven, de daadwerkelijke cijfers en percentages wat betreft binding, toevloeiing, bestedingscijfers, vloerproductiviteitscijfers, ofwel de concrete analyse (zie pg. 16, 56 en 57) biedt nauwelijks inzicht. De door RMC geschetste marktruimte kan dan ook niet worden gecontroleerd of nagerekend.

Gedateerd basismateriaal

Opmerkelijk is overigens dat wat betreft de bestedings- en vloerproductiviteitscijfers in het rapport van RMC wordt verwezen naar cijfers van HBD¹ uit 2011. Het is ondertussen eind 2015 en de cijfers die RMC zegt te gebruiken zijn sterk gedateerd. Dit geldt overigens ook voor de gedateerde cijfers van de inwonertallen waarnaar wordt verwezen. Zeker in een sector waarbij zoveel fluctuaties te zien zijn, zou moeten worden gewerkt met actuele cijfers, die in ieder geval meer betrouwbaar zijn. Er worden grote beslissingen voor de toekomst van Lammenschans genomen op basis van verouderde en niet te controleren cijfers.

Winkelleegstand

Een belangrijke graadmeter voor het functioneren van een winkelgebied is de leegstand. Op dit moment zijn er geen leegstaande panden aan de Lammenschansweg, dit is een opmerkelijk goede prestatie.

Overigens ten tijde van het onderzoek van RMC was er van de elf units aan de Lammenschansweg slechts één winkelpand leeg. Aangezien het slechts één pand is kan er echter worden gesproken over 'frictieleegstand': het komt bijna nooit voor in een winkelgebied dat alle winkelpanden gevuld zijn, er zijn altijd ontwikkelingen gaande van het komen en gaan van winkels. Dit kan zeker niet als negatief worden omschreven zoals RMC dat doet op

¹ Hoofdbedrijfschap Detailhandel

pagina 19. Overigens is één leegstaande winkel een leegstandspercentage van 9%. Dit is weliswaar hoger dan landelijk, maar de leegstand in de regio ligt daarbij aanzienlijk hoger met 11%.

Aangezien de Lammenschansweg op dit moment geen winkelleegstand kent, is de negatieve beoordeling van RMC op dit moment niet meer van toepassing.

Toets toekomstbestendigheid

Een belangrijk instrument dat RMC gebruikt voor de beoordeling van het toekomstperspectief van de Lammenschansweg is de toekomstbestendigheidstoets. Zij gebruikt een negental factoren bij haar RMC-methode om de toekomstbestendigheid te beoordelen (pg. 17,18). Opmerkelijk is dat van de negen factoren er slechts 6 kunnen worden toegepast op de Lammenschansweg (filialisering, primaire functie, leegstand, totaal w.v.o., aantal w.v.o. per inwoner en concurrentie). De overige drie factoren zijn van toepassing op winkelcentra voor de dagelijkse artikelen. Met andere woorden: met slechts zes factoren wordt de hele toekomst van het winkelgebied de Lammenschansweg bepaald!



Er kunnen daarom grote vraagtekens worden gezet bij de compleetheit van deze toetsing. Er ontbreken nogal wat facetten voor het bepalen van de toekomstbestendigheid van een winkellocatie. Opmerkelijk is dan ook dat er geen complete ruimtelijke of functionele toetsing in het rapport van RMC plaatsvindt. Cruciaal bij het beoordelen van een winkelgebied zijn bijvoorbeeld factoren zoals goede *bereikbaarheid*, voldoende *parkeren*, goede *toegankelijkheid*, *aantrekkelijke branchering* en de *kwaliteit van het winkelvastgoed*. Overigens worden factoren zoals *parkeren* en *bereikbaarheid* door RMC wel genoemd als belangrijke zaken voor PDV-winkels (pg. 32), echter RMC past zelf die factoren niet toe bij het toetsen op toekomstbestendigheid.

Geen correcte toetsing van de Lammenschans

De kracht van het winkelgebied Lammenschans is in het rapport van RMC niet voldoende in beeld gebracht om uitspraken te kunnen doen over de toekomstbestendigheid, laat staan om op voldoende wijze te kunnen onderbouwen over het uit de detailhandelsstructuur halen van deze winkelconcentratie. Daarnaast vindt er ook geen weging plaats van verschillende factoren. Zo worden de zes door RMC toegepaste factoren allen even zwaar gewogen. Dit is opmerkelijk, voor een grootschalige concentratie weegt een factor als *leegstand* veel zwaarder dan een factor als *filialisering*.

De factor filialisering kent overigens zowel voor- als nadelen, het is positief dat er bekende namen in het winkelgebied zijn voor de consument, maar ook de aanwezigheid van zelfstandige ondernemers is een groot goed. De minstens 54% die RMC hanteert is dan ook tamelijk dubieus. Het is toch vreemd dat de factor filialisering, die voor meerderlei uitleg vatbaar is, voor 17% het toekomstperspectief van de ondernemers op de Lammenschansweg bepaald.

Over de factor *leegstand* is eerder aangegeven dat dit zeker geen negatief punt is aan de Lammenschansweg zoals door RMC wordt beweerd, er is namelijk geen winkelleegstand. Over de factor concurrentie kan worden aangegeven dat er weliswaar concurrerende concentraties zijn, echter Lammenschans is de enige grootschalige detailhandelsconcentratie binnen de Leidse stadsgrenzen die grotendeels functioneert op basis van 'nabijheid & gemak'.

Kortom, de beoordeling van de toekomstbestendigheid van RMC kent vele haken en ogen. Ten eerste is het aantal toetsingsfactoren verre van compleet. En ten tweede zijn de factoren waarop wel wordt getoetst niet correct beoordeeld.

De achtergrond van de benchmark

De toetsing van de toekomstbestendigheid in het rapport van RMC (pg. 19) vindt plaats aan de hand van een benchmark. Een cruciaal onderdeel, immers aan de hand hiervan wordt een locatie goed of slecht beoordeeld. RMC heeft bij de toetsing van de slechts zes genoemde factoren, die van toepassing zijn op Lammenschans, een percentage of getal gehangen. Opmerkelijk is dat nergens wordt verklaard hoe RMC aan deze getallen (pg. 60) is gekomen. Wat zijn de bronnen van deze getallen of heeft RMC deze zelf vastgesteld? Door deze cijfers in een tabel te presenteren wordt er een bepaalde waarde aan gegeven alsof dit 'harde' gegevens zijn. Echter, deze cijfers worden nergens door RMC onderbouwd dan wel nader uitgewerkt. Dit is een grote manco van de Retailvisie.

De benchmark nader bekeken

Alle cijfers in de benchmarktabel (pg. 60) zijn in feite onderwerp van discussie. Wie bepaalt dat de 85% ondergrens voor de aanwezigheid van de primaire functie doelgericht correct of zelfs noodzakelijk is voor een toekomstbestendig winkelgebied. Op dit moment is er op Lammenschansweg een percentage van 74% (74% van alle meters in het winkelgebied zijn van winkels in de doelgerichte sector en de overige voor recreatieve winkels). Dit maakt het winkelgebied niet minder krachtig. Het is voor de consument van belang dat er een interessante branchering is, ook naar sommige recreatieve winkelfuncties gaat de consument heel doelgericht. De consument weet op een gegeven moment welke winkels er in een winkelgebied zitten en gaat dan niet slenteren op een grootschalige winkelconcentratie zoals Lammenschans maar veelal heel bewust bepaalde winkels bezoeken. Ditzelfde geldt voor de eerdergenoemde filialisering, waar is de 54% op gebaseerd?

Opmerkelijk is de factor aantal vierkante meters per consument. Hierbij is per type winkelgebied een maximum aan niet-dagelijkse vierkante meters per inwoner vastgesteld. Dit is een opmerkelijke benadering die geen recht doet aan de werkelijke kwaliteit van een winkelgebied. Deze door RMC toegepaste benadering kan het beste worden omschreven als een soort 'distributie-planologie van de koude grond'. Deze factor kan niet als algemeen cijfer worden opgenomen, hierbij wordt voorbijgegaan aan specifieke kenmerken van een marktgebied. Hoe zit het met de ruimtelijke condities, afstand en kracht van de concurrentie of de kracht van het winkelgebied zelf. RMC gaat uit van één factor voor alle grootschalige concentraties. Hierbij wordt voorbijgegaan aan de specifieke kwaliteiten die de onderscheidenlijke winkelvoorzieningen, zoals de Lammenschansweg, hebben.

Benchmark en maatwerk

Om een gedegen regionale detailhandelsvisie te ontwikkelen is lokaal maatwerk een eerste vereiste. Daarmee wordt recht gedaan aan de in de loop van vele jaren zorgvuldig opgebouwde winkelstructuur.

Echter, de door RMC opgezette benchmark laat überhaupt geen enkele ruimte voor maatwerk. Elke lokale marktsituatie is anders en elk winkelgebied is anders. In de gebruikte methode van RMC worden alle gebieden gelijk geschaard. Zeker op het moment dat het gaat om de toekomst van een winkelgebied en het toekomstperspectief van een ondernemer is het cruciaal om in te zoomen op de kracht van een winkelgebied binnen haar omgeving, de ruimtelijke condities en het functioneren van een winkelgebied zoals Lammenschansweg op dit moment.

RMC doet, door haar methode in een 'Benchmark tabelletje' te gieten, overkomen dat er gedegen uitspraken over de kansrijkheid van een bepaald winkelgebied worden gedaan, echter dat is volstrekt onjuist. Het beoordelen van een winkelgebied dient vanaf bottom-up te gaan, hoe is het winkelgebied Lammenschansweg opgebouwd (branchering), wat zijn de ruimtelijke en functionele kwaliteiten van dit winkelgebied en wat is de toekomstbestendigheid van dit winkelgebied. Om hierover correcte uitspraken te kunnen doen zijn er ten eerste meer gegevens nodig en ten tweede als een benchmark wordt gebruikt zal deze goed onderbouwd moeten worden. Slechts op deze wijze wordt recht gedaan aan de aan de Lammenschansweg gevestigde winkelbedrijven.

Uitwisseling tussen winkelgebieden

Naast de toekomstbestendigheid van een winkelgebied hecht RMC ook veel waarde aan de uitwisseling tussen winkelgebieden. Op pg. 20 staat dat de Lammenschansweg in Leiden meer op zichzelf staat en deze laat een veel lagere uitwisseling zien met de overige grootschalige winkelgebieden in de regio. Opmerkelijk genoeg concludeert RMC hieruit dat de Lammenschansweg door de lage uitwisseling, geen aanvullende functie heeft en daardoor minder belangrijk voor de detailhandelsstructuur van de Leidse regio is. De vraag is echter of een lage uitwisseling wel voor de consument een negatief punt is. Immers, er zijn ook consumenten die maar naar één grootschalige concentratie gaan en dit dus de belangrijkste concentratie vinden. Daar gaat RMC niet op in.

Het City Traffic onderzoek is uitgevoerd in een beperkt deel van het jaar. De consumenten bezoeken niet elke maand bijvoorbeeld een woonwinkel. Met deze methode kan in een bepaalde periode een consument net maar één PDV/GDV-locatie hebben bezocht.

Tegenstrijdigheden bij de 'bezoekuitwisseling'

Overigens op dit thema spreekt RMC zich ook op enkele plekken nogal tegen. Bijvoorbeeld bij Voorschoten (pg. 21) wordt aangegeven dat de lage uitwisseling van dit gebied met andere winkelgebieden laat zien dat dit



winkelgebied een lokale verzorgingsfunctie heeft en daardoor belangrijk is voor de detailhandelsstructuur van de Leidse regio. Een tegengestelde verklaring ten opzichte van de Lammenschansweg.

Er is nog een opvallende tegenstelling in het rapport. RMC geeft aan op pg. 82 dat Lammenschans het minst zelfvoorzienend is in de regio voor doelgerichte aankopen, met andere woorden de shoppers bij Lammenschansweg hebben de andere winkelgebieden nodig om aan hun doelgerichte winkelbehoeftes te kunnen voldoen. Dit duidt toch echter juist dan op een grote uitwisseling? Dit staat haaks op de toelichting op pg. 20 van de Retailvisie.

Er is overigens wel een verschil tussen uitwisseling met dagelijkse of recreatieve winkelclusters, het is logisch dat de consument ergens anders haar dagelijkse boodschappen doet of gaat winkelen. Dit zegt niets over het functioneren van de Lammenschansweg. Er is daarnaast wel een uitwisseling met Baanderij, ongeveer 10% en ook met de andere grootschalige concentraties. Deze uitwisseling is nagenoeg gelijk aan bijvoorbeeld de uitwisseling tussen Rijnkeke Boulevard met de Baanderij, deze is zo'n 9% uitwisseling en andersom van Baanderij naar Rijnkeke ligt deze eveneens rond de 9%. Kortom, deze cijfers zijn nagenoeg gelijk aan de cijfers van de Lammenschansweg, waarom zou dit voor de Lammenschansweg iets negatiefs betekenen en voor andere winkelgebieden niet?



Overigens dient nog te worden opgemerkt dat de door RMC toegepaste methode geen rekening houdt met bovenregionale bezoeken, consumenten die winkelgebieden vanuit buiten de regio bezoeken. Dit geeft in de uitkomsten van RMC, voor wat betreft Lammenschans, een vertekend beeld, waardoor onrecht wordt gedaan aan dit winkelgebied.

RMC spreekt zich zelf tegen

RMC spreekt zichzelf in haar teksten over de bezoeksuitwisseling op diverse punten tegen. Daarbij komt dat de factor bezoekersuitwisseling voor Lammenschans helemaal niet uitgesproken negatief of positief hoeft te zijn. Met andere woorden: deze uitwisselingen tussen winkelgebieden kennen zowel positieve als negatieve kanten. In feite is het een slecht gekozen factor om het functioneren van een winkelgebied te toetsen. Uit deze factor bezoekersuitwisseling valt niets af te leiden over de belangrijkheid van een winkelcluster in de winkelstructuur. Met de zogenaamd 'innovatieve methode' van RMC kan geen enkel uitsluitend gegeven worden over de mate van belangrijkheid en 'kansrijkheid' van de Lammenschansweg. En er kan zeker niet worden gezegd dat de Lammenschansweg een slecht perspectief heeft als winkelgebied of dat het winkelgebied onvoldoende toegevoegde waarde levert aan de detailhandelsstructuur op basis van deze cijfers.

Gevolgen van de visie voor Lammenschans

RMC zegt uitspraken te doen over 2025. Op basis van slechts zes ingrediënten én een onduidelijke uitspraak over de uitwisseling tussen winkelgebieden wordt aangegeven dat er op deze lange termijn geen kansrijk perspectief is voor de Lammenschansweg. Dit is een opmerkelijke en zoals aangegeven niet goed onderbouwde uitspraak.

Deze uitspraak van RMC heeft verstrekkende gevolgen. Op dit moment is de Lammenschans een goed gevulde winkelconcentratie met een aantrekkelijke branchering, een keurige uitstraling en beslist géén investeringsachterstand. In feite is er niets op dit winkelgebied aan te merken, de ruimtelijke condities kunnen daarbij ook als goed tot zelfs zeer goed worden aangemerkt.

De gevolgen van de niet goed onderbouwde uitspraken in de Retailvisie van RMC voor de winkels van de Lammenschansweg én van de vele winkelbezoekers zijn groot. RMC geeft weliswaar aan dat winkels of winkelgebieden op basis van deze RMC-visie niet worden gevraagd om deze winkels te sluiten. RMC spreekt echter wel over relocatie, functie verandering, dan wel transformatie. Dergelijke berichten kunnen echter funest zijn voor het voortbestaan van het winkelgebied Lammenschans. De niet goed onderbouwde uitspraken van RMC over de Lammenschans kunnen het functioneren van dit PDV-gebied ernstig gaan belemmeren, met alle schadelijke gevolgen van dien.

Slagkracht van de Lammenschans wordt ingeperkt

Echter, in de praktijk zullen de uitspraken in de Retailvisie over Lammenschans er toe leiden dat er niet veel meer mogelijk is voor dit winkelgebied. Geplande ontwikkelingen, winkelverbeterplannen en winkeluitbreidingen worden vanaf nu niet meer uitgevoerd. Voor Lammenschans betekent dit dat de lopende plannen per direct worden gestopt en dat ontwikkelaars, eigenaren en banken niet meer kunnen of willen investeren in dit winkelgebied. Immers, nieuwe investeringen leveren straks niets meer op bij een winkelgebied dat te boek staat als niet

kansrijk. De afgelopen jaren hebben ondernemers en eigenaren geïnvesteerd vooruitlopend op de plannen rondom dit winkelgebied. Deze gedane investeringen worden per direct tenietgedaan. Dit is een grote en onterechte kapitaalsvernietiging, gebaseerd op onjuiste informatie. Hiermee wordt de slagkracht van het aantrekkelijke winkelgebied Lammenschans (en daarmee de toekomstbestendigheid van deze belangrijke PDV-winkelcluster) door de Retailvisie van RMC per direct gereduceerd tot vrijwel nihil.

Uiteindelijk 'koude sanering'

De vraag is ook waar de gevestigde ondernemers straks naar toe moeten? RMC laat zich in haar Retailvisie daarover niet uit, er is geen concreet re-allocatieprogramma! Er worden geen alternatieve locaties aangedragen. Dit is een cruciaal manco van het RMC-rapport. Het toekomstperspectief wordt de ondernemers en het winkelgebied Lammenschans ontnomen, maar er is daarbij geen oplossing door RMC geboden. De ondernemers worden met het uit de detailhandelsstructuur halen van hun winkelgebied Lammenschans aan hun lot overgelaten, een 'koude sanering' dreigt straks.

Zijn er vestigingsalternatieven voor de winkeliers van Lammenschans?

Neen, er is geen andere lokale PDV/GDV-locatie in Leiden voor de ondernemers van Lammenschans beschikbaar. Dan moeten deze ondernemers uitkijken naar andere locaties buiten het eigen primaire marktgebied in de regio van Leiden. Het is een zeer ongelukkig perspectief voor een ondernemer om gedwongen te worden een nieuw verzorgingsgebied op te zoeken.

Afbraak marktpositie Lammenschans

Er ontstaat straks voor Lammenschans een bijzonder dreigende neerwaartse en vicieuze cirkel. Er gaan op een bepaald moment één of meerdere ondernemers met de exploitatie stoppen of gaan noodgedwongen verhuizen. Dan vallen er gaten in de huidige volledig gevulde winkelconcentratiegebied. Potentiële nieuwe ondernemers gaan niet investeren in een winkelgebied dat door de overheid niet meer als onderdeel van de detailhandelsstructuur wordt gezien. Er zal al snel een winkelsanering plaats gaan vinden, met alle negatieve gevolgen van dien voor de ondernemers en winkelvastgoedeigenaren. Maar uiteindelijk ook voor de consument, die zal in haar eigen woonplaats Leiden geen grootschalig winkelcluster meer hebben.

Lammenschans: een vitaal en kansrijk winkelgebied

Met de Retailvisie streeft RMC naar vitale winkelgebieden, het is zeer opmerkelijk en uiterst onterecht dat zij het winkelgebied Lammenschans in de Retailvisie niet tot kansrijk en vitaal winkelgebied benoemd. In de visie van RMC lijkt dit winkelgebied over te komen als rommelig en niet aantrekkelijk voor de consument, en daarbij zonder duidelijk profiel. Dit strookt echter niet met de werkelijkheid, Lammenschans is namelijk wel vitaal gebleken, het is een krachtig en energiek winkelgebied met een goed investeringsniveau en waar diverse ontwikkelingen op stapel staan. De winkelconcentratie aan de Lammenschansweg is een compact winkelgebied op een strategisch gelegen locatie in de bebouwde kom van Leiden. Er is sprake van een positieve toekomstbestendigheid met een aantrekkelijke branchering, een uitstekende bereikbaarheid voor alle verkeerssoorten, een goede parkeersituatie en geen winkleleegstand. Juist door de bereikbaarheid en de parkeersituatie onderscheidt de Lammenschans zich positief van andere grootschalige winkelgebieden in de regio. Er is een groot onderscheidend vermogen van deze locatie, er is in feite sprake van een unieke situatie. Het is ook een winkelgebied wat vitaal is, gezien het huidige investeringsniveau en de toekomstige investeringswensen in dit winkelgebied. De winkeliers van de Lammenschans hebben, door hun positieve bedrijfsvoering én hun investeringen, al lang gekozen voor de toekomst.

Ook de komende jaren zal gewerkt worden aan de toekomst van dit winkelgebied en er zal veel geïnvesteerd worden met o.a. de herontwikkeling op de voormalige Avery Dennisson locatie. RMC verwijst wel in haar harde plannen naar de extra meters in Lammenschans (pg. 55) maar gaat hier verder helaas niet op in.

Van 'slecht naar goed'

In de RMC-visie wordt gestreefd naar het inwisselen van 'slechte' meters voor 'goede' meters, maar nergens wordt goed onderbouwd waarom de Lammenschansweg uit 'slechte' meters zou bestaan. Sterker nog, er zijn al jaren lang meer dan genoeg aanwijzingen dat er sprake is van 'goede' en gewilde meters in het winkelgebied Lammenschans. Lammenschans heeft al jaren geleden gekozen voor een positieve toekomst, hetgeen RMC blijkbaar is ontgaan.

'In goed vertrouwen'

In 2013 is een ontwikkelingsstrategie neergelegd voor het gebied Lammenschans en omgeving (de Driehoek). Gemeente en ondernemers steven al jaren naar een versterking van het gehele gebied en de detailhandel. De Retailvisie van juni 2015 staat haaks op het tot nu toe gevoerde beleid. Plotsklaps is het toekomstperspectief voor de Lammenschansweg omgezet van kansrijk naar niet-kansrijk. Daarbij wordt geadviseerd om het gebied geheel

uit de toekomstige detailhandelsstructuur te halen. Dit heeft grote gevolgen voor de gevestigde winkels en de betrokken ondernemers in dit winkelgebied. Er is de afgelopen jaren geïnvesteerd in goed vertrouwen in de consistentie van gemeentelijk beleid. Het toekomstperspectief voor de detailhandelsvestigingen op Lammenschans is zondermeer positief. De winkeliers van Lammenschans geloven in een positieve toekomst, getuige de recente én aanstaande investeringen! Zonder aankondiging is de visie van de gemeente echter 180% gedraaid. Met alle gevolgen, niet alleen voor de gevestigde ondernemers, maar ook voor ontwikkelaars, eigenaars en uiteindelijk ook voor de consument. De consument ziet de enige grootschalige detailhandelscluster binnen Leiden plotsklaps verdwijnen en moet verder reizen voor haar doelgerichte aankopen.

Hengelo (Gld.), 7 december 2015
ADVIESBURO KARDOL

COLOFON

Titel rapport	Leiden - Lammenschans * 2015 Kiezen voor een positieve toekomst!
Opdrachtgever	Bedrijventerreinvereniging Lammenschans Driehoek
Uitgevoerd door	Adviesburo Kardol, adviseurs winkelplanologie
Projectteam	Drs. A.J. Kardol & S.H. Kardol
Datum	7 december 2015
Status	Definitieve rapportage
Trefwoorden	Leiden/Lammenschans/reactie op Retailvisie
Aantal blz.	7
Nummer document	Bol.030.docx.
Informatie	Adviesburo Kardol De Heurne 9 7255 CK Hengelo Gld. tel. 0575 46 33 98 fax. 0575 46 37 24 e-mail adviesburo-kardol@bit.nl

Het overnemen uit deze publicatie is toegestaan, mits de bron wordt vermeld