



ONTWERP DETAILHANDELS- VISIE GEMEENTE ALMELO

INHOUD

1. Inleiding & visie	3
2. Samenvatting beleidsregels	8
3. Beleid op onderdelen	18
4. Beleid per gebied	41
5. Uitvoering	53
Bijlagen	62

1 | INLEIDING EN VISIE

Dit hoofdstuk bevat de belangrijkste ambities en visie van Almelo als geheel en specifiek voor de detailhandel. Dit hoofdstuk schetst in grote lijnen het toekomstbeeld.

Een stad met grote ambities en opgaven

De stad Almelo heeft de ambitie om zich de komende jaren te ontwikkelen tot een sociaal sterke, economisch veerkrachtige en toekomstbestendige stad. In de recent vastgestelde Perspectiefnota 2026–2029 ligt de nadruk op het versterken van gezonde en leefbare buurten, het stimuleren van werkgelegenheid, met name in de hightechsector, en het bouwen van nieuwe, groene en levendige woonwijken.

Ondanks financiële uitdagingen door teruglopende rijksbijdragen blijft Almelo investeren in onderwijs, cultuur, zorg en economie. De stad wil een plek zijn waar inwoners meedoen, elkaar helpen en zich kunnen ontwikkelen, met zorg die dichtbij en betaalbaar blijft.

Meer inwoners en bezoekers

We willen de demografie van de stad meer in balans brengen door veel woningen te bouwen. Jongeren en starters willen we aantrekken en behouden. Ook willen we de regiofunctie voor Noordwest-Twente behouden en versterken. Deze ambities vertalen zich in concrete gebiedsplannen en ontwikkelingen, zoals de gebiedsontwikkeling Aalanderveld en de Spoorzone met deelgebieden Westerdok, Kanaalpark, Kerkelanden, Intercity-knoop, Laan van De Hoop en Achter de Molen. Op basis van de woningbouwplannen en ambities maakt Almelo op termijn een grote schaa sprong: van momenteel bijna 75.000 inwoners naar ruim 100.000 inwoners rond 2050. Specifiek voor de binnenstad zou het wenselijk zijn om een betere balans te krijgen in de leeftijdsgroepen. Een betere balans in leeftijdsgroepen draagt bij aan een dynamischer straatbeeld, stimuleert het gebruik van voorzieningen en versterkt de gewenste reuring in de binnenstad.

Breder belang van de detailhandelssector

Een dergelijke schaa sprong vraagt veel van de stad en de fysieke ruimte. Om alle woningbouwambities te kunnen realiseren moet slim en efficiënt worden omgegaan met de beschikbare ruimte, die schaars is. De belangrijkste ruimtevragers, zoals woningen, openbare ruimte en mobiliteit, moeten in goede balans worden geprogrammeerd voor

een optimaal woon, werk en ondernemersklimaat. In deze transitie speelt de detailhandelssector een belangrijke rol. Een aantrekkelijk, toekomstbestendig en goed gespreid winkelaanbod draagt niet alleen bij aan economische groei, maar ook aan levendige buurten, een sterke binnenstad en een positief vestigingsklimaat voor zowel inwoners als bedrijven. Met de geplande groei naar ruim 100.000 inwoners en de versterking van de regiofunctie is het noodzakelijk om het voorzieningenaanbod en daarmee ook de detailhandelsvisie, tijdig af te stemmen op de toekomstige vraag. Nieuwe trends in koopgedrag, de opkomst van online verkoop en de schaarse fysieke ruimte vragen om keuzes die richting geven en zorgen voor een samenhangend geheel van winkelgebieden en voorzieningen.

Een goed afgestemde detailhandelsvisie is een onmisbare schakel in de integrale visie en beleids-cyclus van de gemeente Almelo. Naarmate de stad groeit, groeit ook de behoefte aan aantrekkelijke en toekomstbestendige voorzieningen. Winkels zijn niet alleen belangrijke dagelijkse functies; zij bepalen in hoge mate de leefkwaliteit, beleving en aantrekkingskracht van buurten en de stad als geheel. Een levendige, compacte en aantrekkelijke binnenstad versterkt het vestigingsklimaat en draagt bij aan het behouden van jongeren, het aantrekken van nieuwe bewoners en het stimuleren van economische vitaliteit. Een aantrekkelijk en toekomstbestendig buurt of wijkcentrum straalt ook positief uit naar de kwaliteit van de woonomgeving en heeft aantoonbaar positieve effecten op de welvaart en het welzijn in de directe omgeving.

Conclusies analyse

Uit de analyse blijkt dat inwoners in Almelo in grote mate de boodschappen in de eigen woonomgeving doen. Vergelijkbaar met landelijke trends neemt het winkelaanbod in de dagelijkse sector in Almelo toe. Dit zit zowel in schaalvergroting van reguliere supermarkten als in toevoeging van nieuwe gemak- en doelgroepsupermarkten. De groei van het dagelijkse winkelaanbod volgt de groei van het aantal inwoners. Vanwege de schaalessprong die Almelo gaat maken ontstaat behoefte aan nieuwe dagelijkse winkelmeters. In deze detailhandelsvisie voorzien we hierin door drie zoekgebieden voor nieuwe buurtcentra aan te wijzen en bestaande supermarkten de ruimte te geven te moderniseren en/of te verplaatsen. Niet alleen vanuit economisch perspectief, maar juist ook vanuit de leefbaarheid en reistijden.

Voor recreatief winkelen zijn inwoners in Almelo steeds meer georiënteerd op Hengelo, Enschede en het internet. De binnenstad heeft een regiofunctie voor Noordwest-Twente, maar dit staat wel onder druk. Dit heeft er voor gezorgd dat vooral het winkelaanbod in de binnenstad al jaren krimpt. Mede door het inzetten op een compact en aantrekkelijk centrumgebied, met alle investeringen die daar mee samenhangen, is de leegstand de laatste jaren gedaald. Veel leegstaande winkelpanden zijn getransformeerd naar woningen. Leegstand blijft echter nog steeds een aandachtspunt, evenals de algehele aantrekkelijkheid. Dit betekent dat het reeds ingezette visie voor de binnenstad geïntensiveerd moet worden om de uitdagingen in de toekomst aan te kunnen.

Ook voor doelgerichte aankopen zijn inwoners van Almelo in de regio Noordwest-Twente sterk op Hengelo en Enschede georiënteerd. Er vloeien relatief veel bestedingen af. Toch heeft Almelo veel winkels die doelgericht worden bezocht, zowel op de Lifestyle Boulevard maar ook veel op solitaire locaties zoals op bedrijventerreinen. Dit laatste is een punt van aandacht. Versnippering draagt immers niet bij aan combinatiebezoeken en zorgt ook voor ongewenste ruimteclaims op bedrijventerreinen (waar ook behoefte is aan bedrijven).

Al met al heeft Almelo een goede detailhandelsstructuur die in balans is en redelijk complementair aan elkaar is op basis van drie bezoeksdoelen: boodschappen doen, recreatief winkelen en doelgerichte aankopen. Het is belangrijk dat de complementariteit tussen de winkelgebieden behouden blijft. Daar voorziet deze detailhandelsvisie in.

De invloed van online winkelen

Internet blijft een belangrijk aankoopkanaal dat invloed heeft op de fysieke winkelruimte. Het heeft niet alleen geleid tot krimp van het winkelaanbod, maar vraagt ook om nieuwe vestigingseisen. Steeds meer online winkels openen immers een fysieke vestiging en vice versa. Toch zijn daar grenzen aan, aangezien de online bestedingen in diverse sectoren, zoals media en doe-het-zelf, een plafond hebben bereikt. De afhaal- en bezorgeconomie, deels bepaald door online oriëntatie, heeft de laatste jaren een vlucht genomen, wat soms leidt tot negatieve effecten op de omgeving. De vraag is hoe het nieuwe evenwicht eruitziet en hoe Almelo daar ruimtelijk functioneel op moet inspelen.

Van analyse, naar visie, naar beleid, naar actie!

Er is een uitgebreid proces doorlopen om te komen tot deze detailhandelsvisie. We zijn gestart met een analyse, opgesteld door BRO (zie bijlage), waarin op gedetailleerd niveau is beschreven hoe de detailhandel in Almelo ervoor staat en hoe nieuw beleid kan inspelen op trends en kansen. Rekening houdend met bestaande visies en beleidsdocumenten zijn in het analysedocument aanbevelingen gedaan. Het analyserapport is zowel intern (binnen de gemeente) als extern (met ondernemers, vastgoedeigenaren en bewoners) besproken, zodat de analyse breed wordt gedragen. Op basis daarvan en op basis van flankerende beleidskaders is de visie op de detailhandel geschetst.

De visie richt zich op de grotere lijnen en lange termijn: het versterken van winkelgebieden die passend zijn bij de schaalessprong van Almelo, het bieden van ruimte aan ondernemers en vastgoedeigenaren binnen afgebakende winkelgebieden om in te spelen op trends, en het versterken van de complementariteit binnen de detailhandelsstructuur. Het gaat hierbij niet om specifieke maatregelen, maar om een koersbepalend beeld dat richting geeft aan alle beslissingen en ontwikkelingen binnen het detailhandelslandschap.

De analyse en visie zijn vertaald naar beleid. Het beleid bevat concrete beleidsdoelen en beleidsregels. Het is operationeel van aard en biedt handvatten voor de dagelijkse praktijk. Het beleid bepaalt de kaders waarbinnen de visie wordt uitgevoerd, met aandacht voor de juridische, ruimtelijke en economische implicaties. Dit omvat het grootste deel van dit document. Gekozen is om per thema en per winkelgebied duidelijke doelen te formuleren met daaraan gekoppeld specifieke regels. Hierdoor kunnen initiatieven objectief getoetst worden aan

deze nieuwe detailhandelsvisie en ontstaat duidelijkheid voor marktpartijen waar kansen liggen voor investeringen.

Uitvoering en samenwerking

Visie en beleid zijn belangrijk, maar het valt of staat bij de uitvoering. Daarin heeft de gemeente een belangrijke rol, maar wordt ook een beroep gedaan op marktpartijen. Alleen in goede samenwerking kunnen ambities en doelen worden verwezenlijkt. In dit document is een uitvoeringshoofdstuk opgenomen met specifieke acties en maatregelen, voorzien van globale planning en betrokken stakeholders. De uitvoering wordt afgestemd binnen de gemeente en met ondernemers en vastgoedeigenaren.

Er gebeurt al veel in Almelo

Het blijft niet alleen bij mooie woorden. De uitvoering is al in volle gang. De stad is zichtbaar in transitie. Er verrijzen nieuwe woonwijken, de binnenstad wordt opnieuw ingericht en bedrijventerreinen worden toekomstbestendig gemaakt. Stuk voor stuk investeringen in een sterke, gezonde en leefbare stad. Ook marktpartijen investeren fors in de Almelo winkelgebieden. Denk aan de modernisering en gevelverbetering van de Lifestyle Boulevard en de revitalisatie van De Gors en de komst van een nieuwe Aldi supermarkt in dit winkelgebied. Door de investeringen die gemeente Almelo doet in de binnenstad, de subsidiemogelijkheden én door de plannen die komen, weten winkelketens Almelo

weer meer te vinden. Delen van de openbare ruimte zijn vernieuwd, vastgoedeigenaren investeren in aantrekkelijkere gevels en ondernemers vernieuwen de winkel. Ook keren meer winkelketens terug. Zo is recent Shoeby weer terug gekomen aan de Grotestraat door winkelpanden samen te voegen tot één nieuwe moderne grote winkel. Langzaam aan verbetert het verblijfs- én vestigingsklimaat van de binnenstad door de herinrichting van de openbare ruimte (meer groen, meer zitplekken, moderne uitstraling) en revitalisatie gevelbeeld. Dit is ook economisch haalbaar, vanwege het groeiende economische draagvlak (meer inwoners) en welvaart (meer bestedingen).

Status onder de omgevingswet

De detailhandelsvisie is een thematisch, sectoraal beleidskader dat geldt voor het gehele grondgebied van de gemeente Almelo. In feite is deze herijkte detailhandelsvisie een uitwerking van de omgevingsvisie. Dit document heeft niet formeel de status 'Programma', vanwege de beslissingsbevoegdheid. Het is daarmee een regulier 'beleidsdocument' onder de omgevingswet, dat geldt als primair toetsingskader voor alle initiatieven op het gebied van detailhandel en in of nabij winkelgebieden. Ook geeft het document duidelijkheid aan marktpartijen waar geïnvesteerd kan worden (en waar niet).



Voornamelijk continuering van bestaand beleid

Ondernemers en vastgoedeigenaren hechten aan een betrouwbare overheid die consistent beleid voert. Deze detailhandelsvisie is een actualisatie van de detailhandelsvisie uit 2013. Veel beleidskeuzes en uitgangspunten worden gecontinueerd, zoals het concentreren van detailhandel in winkelgebieden die behoren tot de hoofdstructuur en het terugdringen van solitaire detailhandel op bedrijventerreinen, perifere locaties en kansarme locaties ten gunste van een compactere binnenstad. In deze nieuwe detailhandelsvisie zijn vooral bestaand ingezette beleidslijnen aangescherpt en verduidelijkt, specifiek voor detailhandel. De belangrijkste wijzigingen zijn als volgt:

- **We hebben de mogelijkheden voor detailhandel in de binnenstad aangescherpt** op pand en gebiedsniveau. De termen kernwinkelgebied, dwaalmilieu, transformatiemilieu en radialen zijn duidelijk gedefinieerd.
- **Het toekomstig wenselijke winkelaanbod** in de binnenstad is op basis van de analyse en visie duidelijker benoemd: we willen inzetten op meer kwaliteit in het midden en hoge segment winkels.
- **We streven ernaar dat inwoners hun boodschappen binnen loop en fietsafstand kunnen doen.** Vanwege de schaa sprong wijzen we daardoor drie nieuwe zoekgebieden aan voor buurtcentra, met ten minste één moderne supermarkt en overig voorzieningenaanbod per buurtcentrum. Deze keuze is op basis van de analyse verantwoord vanuit een goede ruimtelijke ordening.
- **De Schelfhorst en De Maat / Aalderinkshoek** verdienen herontwikkeling en intensiveringen met toevoeging van woningen. De andere buurt en wijkcentra krijgen de ruimte om vooral in kwalitatieve zin te verbeteren.
- **Voor de radialen, Nieuwstraat, Ootmarsumsestraat, Bornsestraat en Oranjestraat** gaan we niet meer uit van volledige sanering van de winkelfunctie en transformatie naar een woonfunctie. Het nieuwe beleid gaat uit van meer maatwerk en verschillen tussen de radialen die recht doet aan het historische karakter van de straten, het economisch perspectief voor winkels én wensen vanuit ondernemers en vastgoedeigenaren.
- **Het beleid voor de Lifestyle Boulevard** wordt in grote lijnen voortgezet, met brancherings- en maatvoeringsbeperkingen ter ondersteuning van de complementariteit met de binnenstad en wijkcentra. Wel is op het gebied van detailhandel in sport en dibevo brancheringsruimte gegeven, zodat voldaan wordt aan de Dienstenrichtlijn.
- **We onderstrepen nogmaals het belang van uitvoering.** Ten opzichte van de vorige detailhandelsvisie zijn diverse nieuwe acties en maatregelen benoemd die moeten worden opgepakt na vaststelling van deze nieuwe detailhandelsvisie. Denk bijvoorbeeld aan het saneren van plancapaciteit op bedrijventerreinen, het aanscherpen van definities en het reguleren van supermarkten.

Grotestraat 72



Voor

Na

Grotestraat 64



Voor

Na



2 | SAMENVATTING BELEIDS REGELS

Deze detailhandelsvisie bevat concrete beleidsregels die gebruikt worden bij toetsing van nieuwe detailhandels initiatieven. Zo zorgen we dat het winkelaanbod past bij de schaalvergroting van Almelo én bijdraagt aan een aantrekkelijke, duurzame en toekomstgerichte stad. Dit hoofdstuk bevat een samenvatting van de beleidsregels.

Samenvatting detailhandelvisie



Lokaal

We zetten in op leefbare buurten en dorpen met winkels dichtbij, zodat inwoners vaker lokaal winkelen en de plaatselijke economie versterken.



Winkelaanbod

We zetten in op verbetering van het winkelaanbod in de binnenstad van Almelo, gericht op de toekomstige inwoners (midden en hoog segment).



Bedrijven

De vraag naar bedrijventerreinen is groot en de ruimte schaars. We gaan strenger om met winkels op bedrijventerreinen.



Buurtcentra

Gezien de forse ontwikkeling van het aantal inwoners in de gemeente Almelo gaan we op zoek naar drie nieuwe buurtcentra.



Revitalisatie

We zetten in op een herontwikkeling van de winkelcentra De Maat/Aalderinkshoek en de Schelfhorst.



Clustering

Concentratie van winkels is het uitgangspunt. Er wordt terughoudend omgegaan met nieuwe initiatieven buiten de hoofdstructuur.



Regulering

We beperken de juridisch planologische brancheringsmogelijkheden en/of saneren de detailhandelsmogelijkheid waar dit ongewenst is.

2.1 Complementaire detailhandelsstructuur

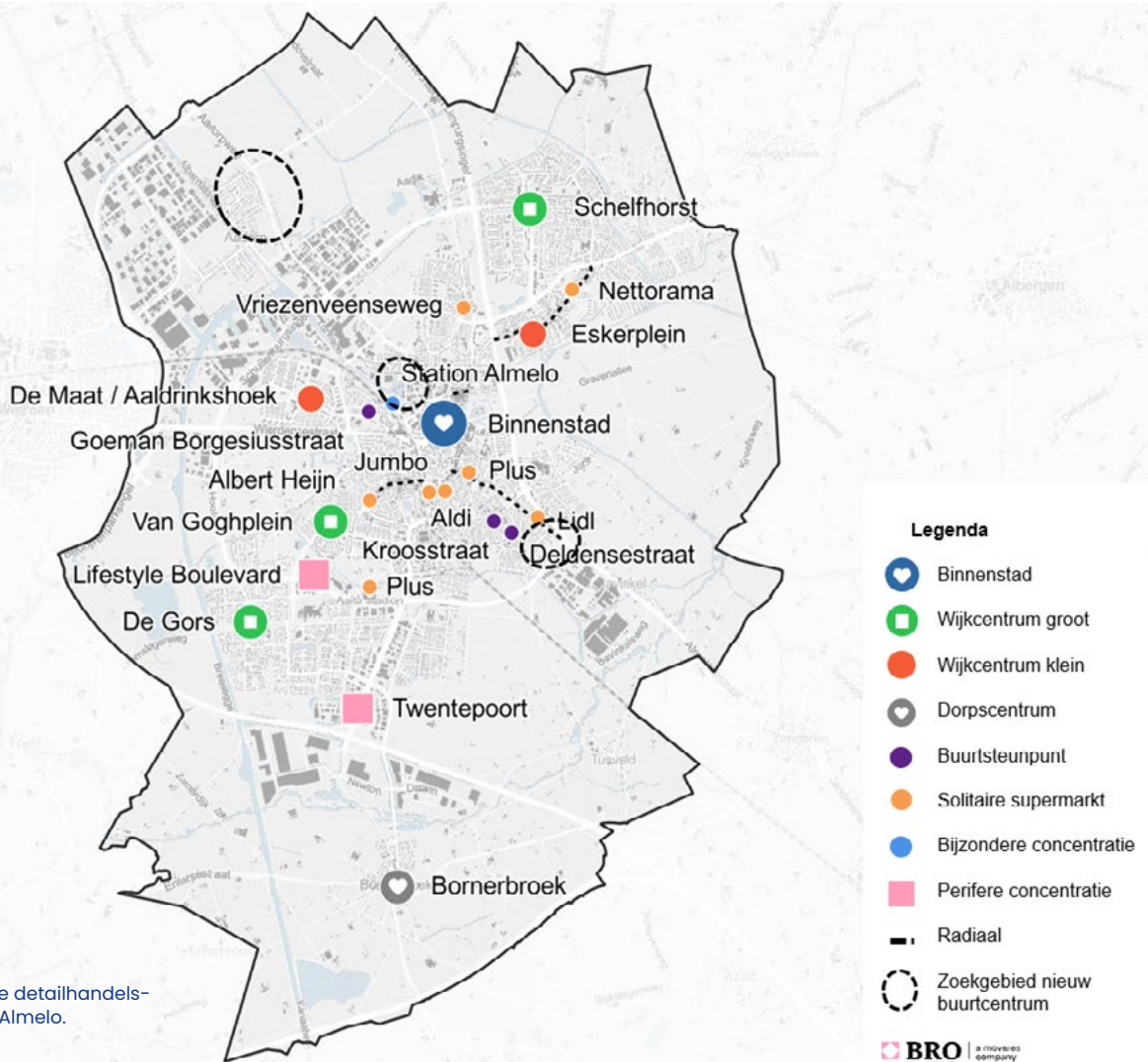
We zetten in op een economisch vitale en toekomst bestendige detailhandelsstructuur. Uitgangspunt is concentratie van winkels in of aansluitend aan de aangewezen concentratiegebieden.

Ondernemers binnen de concentraties mogen innoveren en vernieuwen. Deze gebieden willen we behouden én versterken. Daarbuiten zijn we terughoudend met nieuwe initiatieven, maar blijft maatwerk mogelijk. Inwoners en bezoekers moeten in zowel kwantitatieve als kwalitatieve zin goed bediend worden met een ruim en divers winkelaanbod, zowel voor de dagelijkse boodschappen, voor recreatief winkelen én voor doelgerichte aankopen. We borgen de complementariteit tussen de winkelgebieden door deze bezoekmotieven als leidraad te nemen en te versterken.

Detailhandelstructuur



Figuur 1: Detailhandelsstructuur toegelicht.



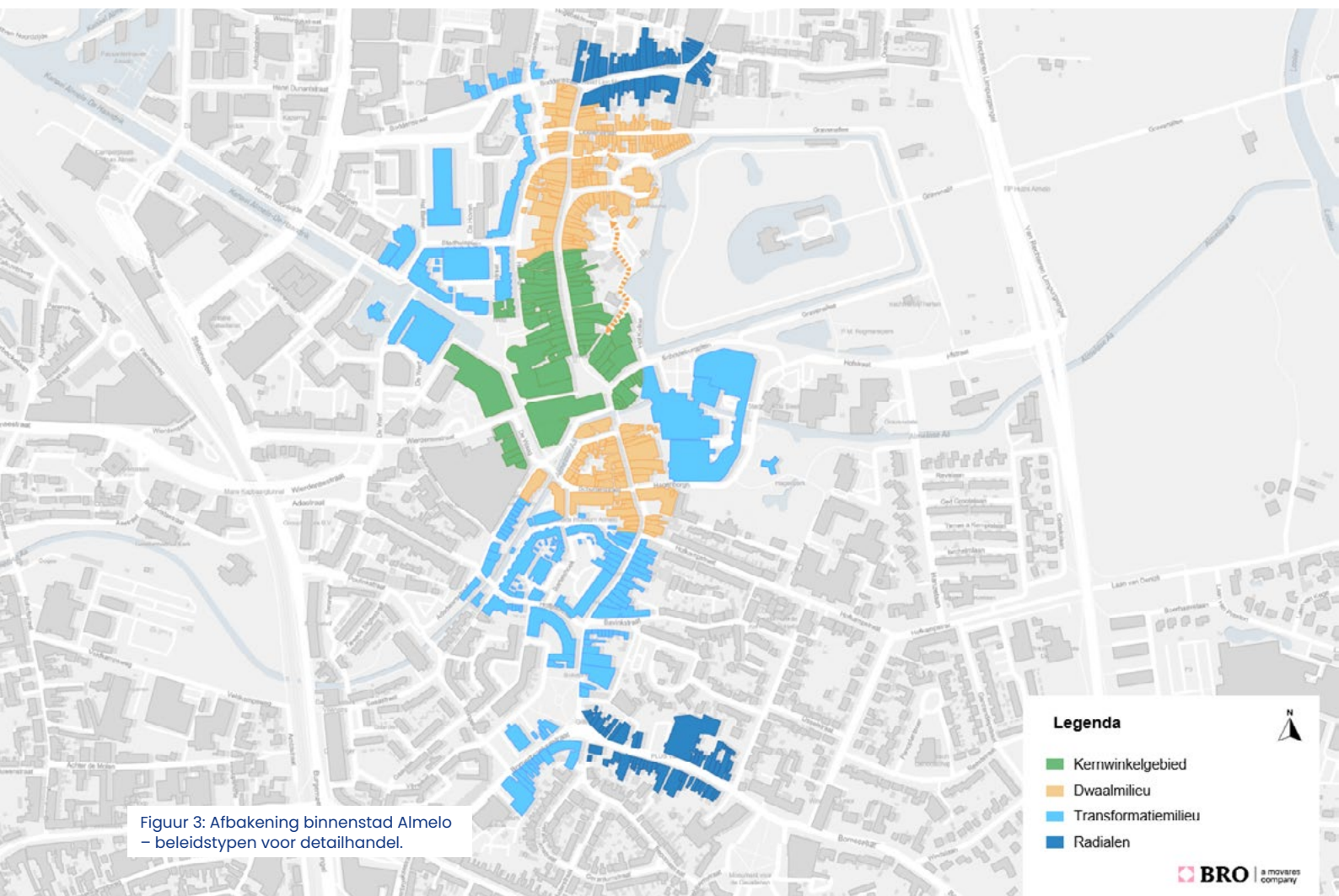
Figuur 2: Toekomstige detailhandelsstructuur gemeente Almelo.

2.2 Binnenstad Almelo

De detailhandelsvisie voor de binnenstad wordt grotendeels gecontinueerd. Op een aantal punten zullen we echter moeten versnellen om de opgaven aan te kunnen en de kansen te verzilveren.

De binnenstad heeft een hoge prioriteit en verdient zowel kwantitatieve als kwalitatieve versterking, óók van de samenstelling en totale massa van de winkels. De binnenstad is zichtbaar in transitie. De openbare ruimte in de binnenstad is deels heringericht, wat resulteert in een aantrekkelijker verblijfsgebied. Ook vastgoedeigenaren en ondernemers investeren in de algehele kwaliteit. Meerdere panden hebben een aantrekkelijker gevelbeeld gekregen en bestaande en nieuwe ondernemers weten de binnenstad meer te vinden. De ambitie is om deze positieve kwaliteitstransitie de komende jaren verder door te zetten en te versnellen, zodat inwoners en bezoekers meer op de binnenstad georiënteerd zijn en het vestigingsklimaat voor ondernemers verbetert. Het leidende bezoekmotief voor de binnenstad is 'recreatief winkelen'.

- **Concentratie in het kernwinkelgebied en dwaalmilieu:** Recreatieve winkels worden primair geconcentreerd in het kernwinkelgebied. Een compact winkelgebied is belangrijk om leegstand te verminderen en de aantrekkingskracht te vergroten. Naast het kernwinkelgebied is het dwaalmilieu aangewezen met als uitgangspunt functiemix. De detailhandelsfunctie is hier minder dominant, maar blijft aanwezig gericht op lokale ondernemers en unieke concepten. Een te krap winkelgebied is immers niet wenselijk, om ook differentiatie in huurprijs en ondernemerschap te kunnen blijven bieden.
- **Saneren (recreatief) winkelaanbod elders:** om het recreatieve winkelaanbod in het kernwinkelgebied en dwaalmilieu toekomst te geven,



Figuur 3: Afbakening binnenstad Almelo – beleidstypen voor detailhandel.

Legenda

- Kernwinkelgebied
- Dwaalmilieu
- Transformatiemilieu
- Radialen

gaan we kritischer om met nieuwvestiging van recreatief winkelaanbod elders. In de radialen gaan we strenger om met nieuwvestiging van dit type detailhandel. Wel behouden de radialen Oranjestraat en Bornsestraat een functie in de detailhandelsstructuur op het gebied van boodschappen doen en doelgericht winkelen. De recreatieve winkelfunctie wordt juridisch gesaneerd. In het transformatiemilieu wordt de winkelfunctie volledig gesaneerd en zien we meer perspectief voor nietwinkelfuncties, zoals wonen of werken. Op bedrijventerreinen en andere solitaire locaties gaan we ook strenger om met het toestaan van nieuwe detailhandel. Ook gaan we aan de slag met het actief saneren van ongewenste plancapaciteit.

- **Versterking kwalitatief recreatief winkelaanbod:** Focus op het toevoegen van recreatieve winkels in het midden en hogere segment, met behoud van discountaanbod. Meer functiemix en vermenging van functies (blending) stimuleren we binnen het kernwinkelgebied en dwaalmilieu. Verbreding in het winkelaanbod en meer kwaliteit voorziet in een behoefte, aangezien de woningbouw in en rond de binnenstad inzet op meer midden en hogere inkomensgroepen.

- **Verbetering randvoorwaarden:** Aandacht voor aantrekkelijke openbare ruimte die uitnodigt tot verblijven in de binnenstad. Deze randvoorwaarden vragen extra aandacht in de binnenstad omdat ze nu niet op orde zijn. Ze moeten op orde zijn om winkelaanbod economisch goed te kunnen laten functioneren. Het zorgt er voor dat inwoners meer gebonden zijn aan de eigen binnenstad en voorkomt verdere afvloeiing naar andere winkelgebieden in de regio en kan online aankopen dempen.

- **Meer diversiteit in doelgroepen in de binnenstad:** Voor het creëren van een levendige en bruisende binnenstad is een meer diverse samenstelling van bewoners wenselijk. Het is belangrijk om in het woningaanbod nadrukkelijk rekening te houden met verschillende doelgroepen, zoals jongvolwassenen, gezinnen, expats en andere groepen. In onze woningbouwprogrammering en bij de transformatie van winkelpanden naar woningen zetten we daarom in op het realiseren van woonruimte die aansluit bij deze diverse doelgroepen.



2.3 Buurt en wijkcentra en buurtsteunpunten

De buurt en wijkcentra zijn de lokale ontmoetingsplekken voor inwoners. De winkels voorzien primair in het bezoekmotief 'boodschappen doen' en andere frequent benodigde aankopen of diensten.

De buurt en wijkcentra vervullen een belangrijke sociaalmaatschappelijke rol. Het zijn de motors van de lokale leefbaarheid. Vanwege de diverse opgaven willen we investeren in toekomstbestendige en moderne buurt en wijkcentra. We kiezen voor de volgende doelen en acties.

- **Toevoeging nieuwe buurtcentra:** Vanwege de woningbouw en bevolkingsgroei ontstaat behoefte aan nieuwe buurtcentra ter hoogte van Aalanderveld, Indië Almelo/Spoorzone en Het Weggeler. Nieuwe inwoners in deze gebieden zorgen niet alleen voor extra economisch draagvlak, maar moeten ook boodschappen kunnen doen binnen korte reistijd van de eigen woning. De definitie van een buurtcentrum hangt samen met de omvang en samenstelling van het aanbod en daarmee de verzorgingsfunctie. Dit is gedefinieerd in figuur 5. Voor een goed functionerend buurtcentrum is een bepaald draagvlak aan inwoners essentieel. Uitgangspunt daarbij is dat een buurtcentrum pas rendabel en leefbaar kan opereren bij een minimale bewonersomvang van circa 3.500 extra inwoners. Idealiter groeit dit draagvlak door naar ongeveer 7.500 inwoners, waarmee een robuuste basis ontstaat voor een breed aanbod aan dagelijkse voorzieningen.
- **Modernisering supermarkten:** Uitbreiding en modernisering van bestaande supermarkten in de buurt en wijkcentra is gewenst, om beter aan de behoeften van inwoners te voldoen
- **Versterken functiemix en randvoorwaarden:** Een verbreding van de functiemix is gewenst, zodat de ontmoetings en verblijfsfunctie versterkt wordt. Dit hangt samen met versterking van de randvoorwaarden, zoals bereikbaarheid, parkeren, uitstraling, vergroening, schoon, heel, veilig én samenwerking. Maar ook met combinaties met nietwinkelfuncties, zoals diensten, onderwijs, zorg en andere sociaalmaatschappelijke activiteiten en evenementen.
- **Intensivering ruimtegebruik:** De kwaliteit en uitstraling van veel buurt en wijkcentra moet verbeteren. Deze opgave willen we combineren met het toevoegen van woningen in buurt en wijkcentra om de leefbaarheid en economisch functioneren te verbeteren. Door de verschillende opgaven en kansen aan elkaar te koppelen, kunnen we in samenwerking met ondernemers en vastgoedeigenaren buurt en wijkcentra integraal aanpakken.
- **Behouden buurtsteunpunten:** De buurtsteunpunten zijn niet langer perspectiefrijk voor detailhandel. Nieuwe detailhandel is hier niet gewenst. Wel blijven de concentraties belangrijk voor de leefbaarheid en lokale economie. Andere publieksfuncties, zoals horeca, diensten en maatschappelijke voorzieningen zijn hier wel gewenst.



2.4 Radialen

De radialen vertegenwoordigen ieder een eigen uniek karakter en stukje DNA van Almelo. Deze historische, sociaalmaatschappelijke én economische waarde willen we koesteren en waar mogelijk versterken. Tegelijkertijd is het toekomstperspectief van detailhandel op sommige plekken matig of beperkt en willen we de complementariteit met de binnenstad versterken. De radialen zijn vooral bedoeld voor boodschappen doen en doelgerichte aankopen.

Maatwerk

We kiezen enerzijds voor een ondernemersgerichte aanpak voor maatwerk. Er zijn zowel mogelijkheden voor versterking van dagelijkse en doelgerichte winkels als voor transformatie naar wonen. Veel ondernemers zijn immers ook vastgoedeigenaar.

Beperken recreatieve winkelfunctie

Anderzijds gaan we nieuwvestiging of uitbreiding van 'recreatief winkelaanbod' voorkomen om de complementariteit met de binnenstad te versterken. Hiervoor passen we het omgevingsplan aan. Op basis van vrijwilligheid verleiden we ondernemers te verplaatsen naar het compacte winkelhart van de binnenstad.



2.5 Lifestyle Boulevard en perifere detailhandel

De Lifestyle Boulevard is onderdeel van de detailhandelsstructuur en het belangrijkste concentratiegebied voor aanbod in de categorie doelgericht winkelen. Met perifere detailhandel bedoelen we alle winkels en detailhandelsactiviteiten buiten de hiervoor genoemde winkelgebieden die behoren tot de hoofdstructuur.

- **Concentratie Lifestyle Boulevard:** We willen het doelgerichte winkelaanbod zoveel mogelijk concentreren op de Lifestyle Boulevard. De huidige branchering en minimale maat blijven gehandhaafd om de complementariteit met andere centra te kunnen blijven borgen. Slechts een beperkte brancheverruiming is gewenst.
- **Saneren plancapaciteit buiten detailhandelsstructuur:** Een focus op concentratie in centrumgebieden, betekent dat terughoudend wordt omgegaan met nieuwe initiatieven buiten de hoofdstructuur. Op dit moment zijn er echter nog diverse juridischplanologische mogelijkheden voor verschillende soorten detailhandel toegestaan op bedrijventerreinen en elders op verspreide locaties. Niet al deze detailhandel is ongewenst (zie maatwerkkader, paragraaf 3.5).

We willen voorkomen dat vrijkomende ruimte op ongewenste locaties wordt ingevuld met winkels die we eigenlijk in de concentratiegebieden willen hebben. Om dit te voorkomen gaan we de juridischplanologische brancheringsmogelijkheden beperken en/of de detailhandelsmogelijkheid volledig saneren. In het uitvoeringshoofdstuk is de aanpak en fasering verder uitgewerkt. Dit onderwerp is één van de speerpunten van de uitvoering.

- **Concentreren automotive:** winkels op het gebied van auto's willen we concentreren op bedrijventerrein Twentepoort. Ook deze sector heeft profijt via synergiewerking als ze bij elkaar zitten in één compact gebied. Dit betekent dat we op andere plekken winkels in auto's (auto's, boten en caravans, ABC) beperken.

2.6 Detailhandel als ondergeschikte nevenactiviteit

Detailhandel als ondergeschikte nevenactiviteit bij bedrijven buiten de hoofdwinkelstructuur willen we zoveel mogelijk beperken.

Onder voorwaarden is via maatwerk ondergeschikte detailhandel mogelijk. Voorwaarden zijn dat de detailhandelsactiviteit moet aansluiten bij de hoofdactiviteit, de detailhandelsactiviteit maximaal 25 m² vvo betreft en het pand geen winkeluitstraling heeft. Wel sluiten we ondergeschikte detailhandel bij groothandelsbedrijven volledig uit. Regels omtrent nevenassortiment bij winkels in de periferie worden geüniformeerd én aangescherpt om de

complementariteit met de reguliere winkelgebieden te versterken en coherent en systematisch te handelen in het kader van de Dienstenrichtlijn. We gaan uit van maximaal 10% van het winkelverkoopvloeroppervlak, tot maximaal 100 m² vvo per vestiging.

2.7 Kringloopwinkels

Kringloop en tweedehandswinkels voorzien in de behoefte van onze inwoners en dragen bij aan werkgelegenheid, ook voor inwoners met een arbeidsachterstand. Wel gelden bepaalde vestigingsvoorwaarden. We gaan terughoudend om met vestiging buiten de detailhandelsstructuur, zoals op bedrijventerreinen.

2.8 Detailhandel op traffic locaties en tankstations

Ondergeschikte detailhandel op trafficlocaties en tankstations blijft mogelijk, maar wel binnen bepaalde kaders. Vergelijkbaar met ondergeschikte detailhandel bij bedrijven geldt een maximum van 25 m² wvo per tankstation of andere trafficlocatie.

2.9 Blurring en blending

In de binnenstad én de buurt en wijkcentra willen we blending optimaal stimuleren. Blurring is toegestaan conform de wettelijke eisen die zijn gesteld in de Alcoholwet. Verruiming van de mogelijkheden is goed voor het ondernemerschap, de uniciteit en

de leefbaarheid. Op perifere locaties blijven brancherings en maatvoeringsbeperkingen gelden ten gunste van de complementariteit. Dit betekent dat blurring en blending hier uitsluitend binnen de toegestane brancheringsruimte mogelijk is.

2.10 Afhaal en bezorgeconomie

Het beleid maakt onderscheid tussen afhaal en bezorgactiviteiten. Beiden hebben ook verschillende ruimtelijke effecten.

→ **Beleid voor afhalen:** Afhaalpunten (met en zonder showroom) willen we zoveel mogelijk concentreren in centra, vanwege combinatiebezoek. Alleen afhaalpunten (zonder showroom) zijn bij uitzondering mogelijk op trafficlocaties.

→ **Beleid voor bezorgen:** We willen de negatieve effecten van de bezorgeconomie voorkomen. Winkels met een substantiële bezorgactiviteit zouden gesitueerd moeten zijn aan bijpassende infrastructuur. De randen van centrumgebieden zijn daarvoor vaak het meest geschikt.

2.11 Winkelopeningstijden

Aangezien de Winkeltijdenverordening recentelijk is verruimd, is op dit moment geen aanleiding om het nóg verder te verruimen. We handhaven de huidige regeling.

2.12 Warenmarkten en ambulante handel

We willen de warenmarkt in de binnenstad van Almelo bij elkaar houden en waar mogelijk versterken als een terugkerende activiteit in de binnenstad. De ambulante handel dient een positieve aanvulling te zijn op de bestaande winkelgebieden en kwaliteit toe te voegen. Er wordt nader onderzocht of een andere inrichting resulteert in betere synergie tussen de handelaren, winkeliers en horeca onder-

nemers. Het aantal standplaatsen in de gemeente wordt gemaximeerd, met vooraf duidelijk bepaalde locaties. Op basis van objectieve en ruimtelijk relevante criteria worden standplaatsvergunningen op gezette tijden en voor een gelimiteerde periode verleend via een puntensysteem. Het standplaatsenbeleid moet op basis van nieuwe jurisprudentie geactualiseerd worden.

2.13 Inclusie en duurzaamheid

Onze winkelgebieden moet voor iedereen toegankelijk zijn, ook mensen die minder mobiel zijn of beperkingen hebben. We willen samen met vastgoedeigenaren het winkelvastgoed verduurzamen. Dit verlaagt ook de energierekening van ondernemers. Naast goedkoop discountaanbod, willen

we ook meer aanbod dat inzet op hoogwaardige kwaliteit en duurzaamheid. Door te investeren in de ontmoetingsfunctie van de winkelgebieden kan ook de sociale cohesie en leefbaarheid in de wijken vergroot worden.

2.14 Toelichting bronnen en methoden

Deze detailhandelsvisie heeft een uitgebreide analyserapportage als bijlage. De analyse bevat meerdere bronnen en processen.

- **Locatus:** de aanbod en leegstandsdata is gebaseerd op Locatus. Dit is de landelijk geaccepteerde bron voor winkeldata. De leegstandscijfers hebben niet alleen betrekking op winkel-leegstand, maar ook op leegstand van andere publieksfuncties. De peildatum betreft het eerste kwartaal van 2025.
- **Gemeente Almelo / CBS:** de bevolkingsprognoses zijn gebaseerd op de woningbouwplannen en ambities en zijn intern afgestemd met de gemeente Almelo.
- **Koopstromenonderzoek 2023:** eind 2023 is grootschalig onderzoek gedaan naar het koop en bezoekgedrag in OostNederland. Deze gegevens, specifiek voor Almelo, zijn toegepast voor de duiding én de kwantitatieve berekeningen.
- **Gesprekken winkelgebieden:** in maart 2025 zijn als onderdeel van de participatie gesprekken gevoerd met vertegenwoordigers van alle winkelgebieden in Almelo en de grotere landelijke

supermarktorganisaties. Doel van deze gesprekken was het ophalen van wat er speelt: wat gaat er goed, waar liggen opgaven, wat zijn de wensen. In juni is de conceptvisie met dezelfde mensen besproken en getoetst op draagvlak. Zie ook de participatiebijlage.

- **Schouw:** in februari 2025 heeft het projectteam van BRO een schouw gedaan. Alle winkelgebieden zijn bezocht en getoetst op diverse kwalitatieve aspecten. Dit is meegenomen in het algehele oordeel over het perspectief per winkelgebied. Op dit moment zijn ook de foto's gemaakt.

3 | BELEID OP ONDERDELEN

In dit hoofdstuk zijn de belangrijkste nieuwe beleidsdoelen voor de detailhandel in de gemeente Almelo beschreven. Veel doelen betreffen continuering van bestaand beleid, maar op basis van nieuwe trends en ontwikkelingen is ook beleid gemaakt voor nieuwe thema's, zoals de afhaal en bezorgeconomie en blending. Daar waar beleidsdoelen afwijken van eerdere c.q. bestaande beleidskaders, is dat expliciet vermeld en toegelicht.

3.1 De Almelse detailhandelsstructuur

Beleidsdoel

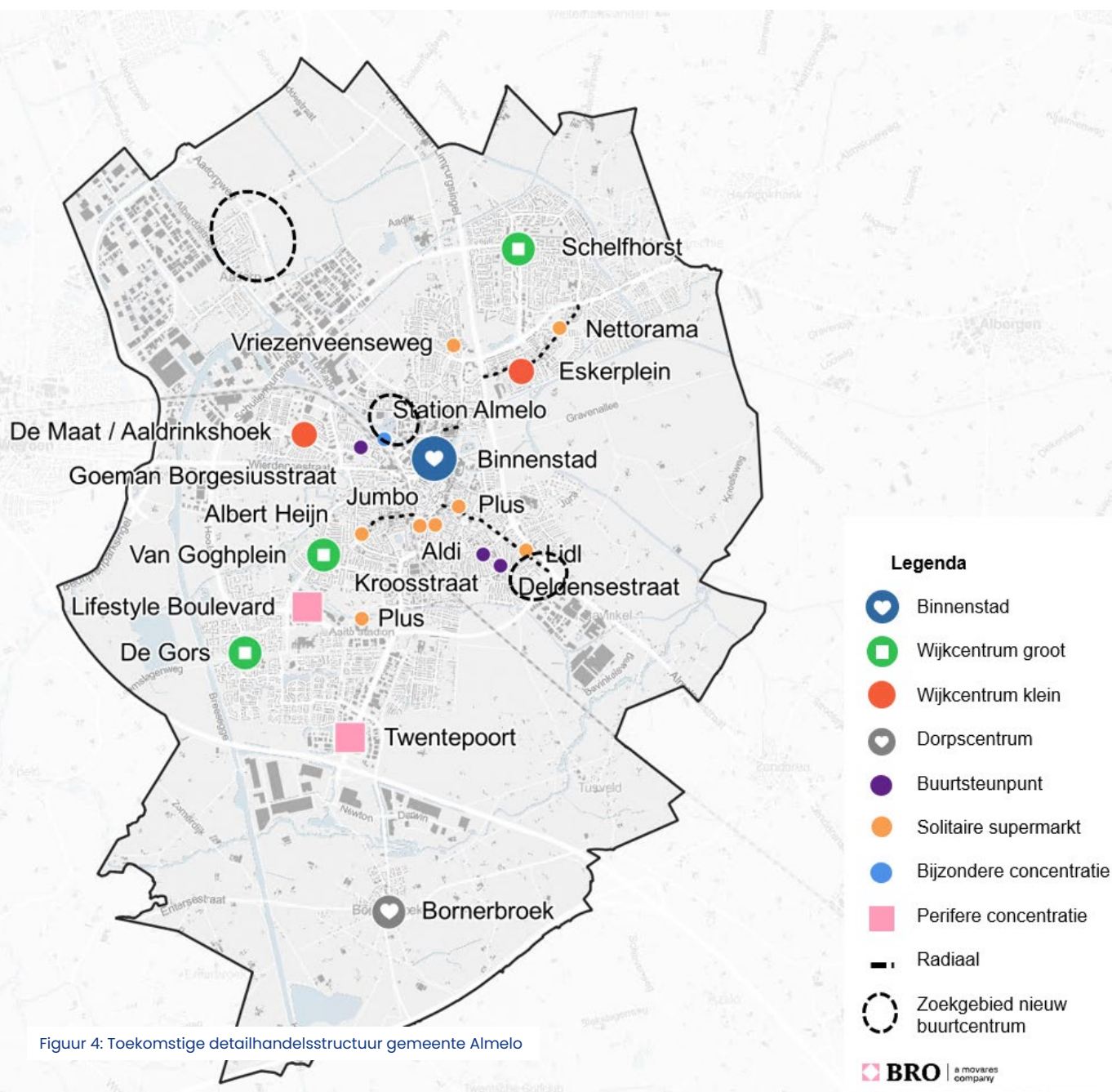
We zetten in op een economisch vitale en toekomstbestendige detailhandelsstructuur. Uitgangspunt is concentratie van winkels in of aansluitend aan de aangewezen concentratiegebieden. Ondernemers binnen de concentraties mogen innoveren en vernieuwen. Deze gebieden willen we behouden én versterken. Daarbuiten zijn we terughoudend met nieuwe initiatieven, maar blijft maatwerk mogelijk. Inwoners en bezoekers moeten in zowel kwantitatieve als kwalitatieve zin goed bediend worden met een ruim en divers winkelaanbod, zowel voor de dagelijkse boodschappen, voor recreatief winkelen én voor doelgerichte aankopen. We borgen de complementariteit tussen de winkelgebieden door deze bezoeksroutes als leidraad te nemen en te versterken.

Boodschappen doen vindt plaats in de buurt en wijkcentra én radialen op loop en fietsafstand. De bestaande centra voorzien hierin, maar er zijn wel opgaven. Diverse supermarkten binnen de bestaande structuur komen in aanmerking voor uitbreiding en modernisering. Tegelijkertijd is er in zowel kwantitatieve als kwalitatieve zin behoefte aan drie nieuwe buurtcentra, om ook toekomstige inwoners te kunnen voorzien in boodschappen-aanbod dicht bij huis. In de toekomstige detailhandelsstructuur zijn enkele zoekgebieden aanwezig, namelijk ter hoogte van Aalanderveld, Indië Almelo/Spoorzone en Het Weggeler.

Recreatief winkelen vindt plaats in de binnenstad van Almelo. Een dagje kijken en vergelijken in combinatie met gezellige horeca en praktische diensten. Winkels op het gebied van mode, sport, speelgoed, media en hobby voeren de boventoon. Ook warenhuizen, discountwinkels, winkels in huishoudelijke artikelen en tweedehands(kleding)winkels zijn belangrijk voor de binnenstad. Conform de koers van de binnenstad blijven we inzetten op een compact winkelhart met daarbinnen weinig leegstand.

Doelgericht winkelen vindt primair plaats op de Lifestyle Boulevard. Het accent ligt hier op aankopen 'in/om het huis' in combinatie met lifestyle gerichte aankopen in grootschalige vrijetijdswinkels die niet

inpasbaar zijn in de binnenstad. Daarnaast zijn ook de radialen een belangrijke opvanglocatie voor meer doelgerichte aankopen in diverse soorten winkels en andere voorzieningen. De goede bereikbaarheid en het makkelijk (kort) parkeren voor de deur zijn daarvoor belangrijke randvoorwaarden. Op solitaire locaties en op bedrijventerreinen zijn onder bepaalde voorwaarden doelgerichte winkels mogelijk. We gaan hier terughoudend om met nieuwe initiatieven. Twentepoort is het concentratiegebied voor automotive.



Figuur 4: Toekomstige detailhandelsstructuur gemeente Almelo

3.2 Buurt en wijkcentra en buurtsteunpunten

Beleidsdoel

Versterken van de boodschappenfunctie door modernisering van supermarkten en eventueel toevoeging van (winkel)aanbod dat het boodschappenprofiel versterkt. Een verbreding van de functiemix is gewenst, zodat de ontmoetings en verblijfsfunctie versterkt wordt. Dit hangt samen met versterking van de randvoorwaarden, zoals bereikbaarheid, parkeren, uitstraling, vergroening, schoon, heel, veilig én samenwerking. Maar ook met combinaties met nietwinkelfuncties, zoals diensten, onderwijs, zorg en andere sociaalmaatschappelijke activiteiten en evenementen. We willen de woonfunctie aanzienlijk versterken door de hoogte in te gaan, zodat de winkelgebieden intensiever worden gebruikt. We wijzen drie zoekgebieden aan voor nieuwe buurtcentra, namelijk ter hoogte van Aalanderveld, Indië Almelo/Spoorzone en Het Weggeler.

Primaire functie voor boodschappen doen én frequente aankopen

De buurt en wijkcentra van Almelo zijn de primaire concentraties voor de dagelijkse boodschappen én aanverwante frequente aankopen en activiteiten. Supermarkten zijn de belangrijkste trekkers en worden aangevuld met versspeciaalzaken, drogisterijen, winkels in huishoudelijke artikelen en (discount) mode. Daarnaast vind je er lokale horeca en diensten, zoals de kapper, stomerij, cafetaria en de lunchroom.

Het grote verschil tussen een buurtcentrum en wijkcentrum is de aantrekkingskracht. Bij twee (vaak) complementaire supermarkten (fullservice en discount) is per definitie sprake van een wijkcentrum. Opgemerkt moet worden dat discounters vanwege de aard per definitie eerder een wijkfunctie dan een buurtfunctie vervullen. Moderne supermarkten kunnen op buurtniveau niet altijd goed functioneren. Hoewel in de regel circa 5.000 inwoners voldoende is, hangt het perspectief af van de ruimtelijke randvoorwaarden, zoals de ligging, bereikbaarheid, parkeermogelijkheden en concurrentie. Uitgangspunt van deze visie is dat bestaande supermarkten in de basis modern en toekomstbestendig moeten zijn om de inwoners van Almelo optimaal te kunnen bedienen. Dit betekent soms modernisering c.q. schaalvergroting en/of het optimaliseren van de hiervoor genoemde ruimtelijke randvoorwaarden.

Versterking lokale ontmoetingsfunctie gewenst

Buurt en wijkcentra zijn naast winkelgebieden ook steeds meer lokale hubs waar meerdere activiteiten en functies samenkomen. De sociale ontmoetingsfunctie is van essentieel belang voor de leefbaarheid. Hoewel de winkelfunctie in veel gevallen dominant zal blijven, neemt het belang van diensten, services en maatschappelijke voorzieningen in buurt en wijkcentra toe. De uitstraling en openbare ruimte van buurt en wijkcentra is in veel gevallen matig en verouderd. Door te investeren in de kwaliteit van buurt en wijkcentra levert dat niet alleen een beter economisch perspectief voor de detailhandel op, maar straalt dat ook positief uit naar de algehele kwaliteit en uitstraling van de buurt of wijk. Een fijne en leefbare buurt of wijk begint bij het herstellen van het kloppend hart: het buurt of wijkcentrum.

Inzet op boodschappenvoorzieningen dichtbij inwoners

De inzet van deze visie is een goede spreiding van buurt en wijkcentra, dichtbij inwoners, zodat men binnen aanvaardbare loop en fietsafstand boodschappen kan doen. Dit is goed voor de leefbaarheid en extra belangrijk voor mensen die minder mobiel zijn. Tegelijkertijd blijft een goede bereikbaarheid en kwalitatief hoogwaardige parkeer-

voorzieningen van cruciaal belang voor het economisch functioneren van de buurt en wijkcentra. Zeker voor de grotere wijkcentra met een groter verzorgingsgebied geldt dat parkeren en bereikbaarheid belangrijke voorwaarden zijn voor goed functionerend winkelaanbod. Dit mag niet onderschat worden.

Intensiveren ruimtegebruik door toevoeging woningen

Veel buurt en wijkcentra in Almelo zijn aan modernisering toe. Deze modernisering willen we combineren met het toevoegen van een aanzienlijke hoeveelheid woningen. Veel vastgoed is momenteel slechts één laag. In samenwerking met ondernemers en vastgoedeigenaren werken we plannen uit om het ruimtegebruik te intensiveren. Er zijn kansen om veel appartementen toe te voegen en de hoogte in te gaan. Dit draagt niet alleen bij aan onze woningbouwambities, maar is ook goed voor de leefbaarheid én het economisch functioneren van de voorzieningen. Deze ambitie wijkt af van het huidige woonbeleid. Daarin is deze binnenstedelijke verdichting in buurt en wijkcentra niet voorzien. In het traject van deze detailhandelsvisie zijn we tot de conclusie gekomen dat we met deze ambitie juist meerdere beleidsambities tegelijkertijd kunnen verwezenlijken. Dit is wenselijk vanuit integrale gebiedsontwikkeling.

Investeren in uitstraling en openbare ruimte

Zoals hiervoor aangegeven zijn supermarktwikkelingen en woningbouw vaak aanleiding om een buurt of wijkcentrum compleet te vernieuwen/herontwikkelen. Dit willen we stimuleren. We erkennen de matige uitstraling en verouderde staat van de buurt en wijkcentra. Samen met ondernemers en vastgoedeigenaren willen we investeren in de kwaliteit van de openbare ruimte en de uitstraling van het vastgoed. Voorwaarde is wel dat dit moet gaan op basis van een goede samenwerking én met aandacht voor functieverbreiding én toevoeging woningbouw.

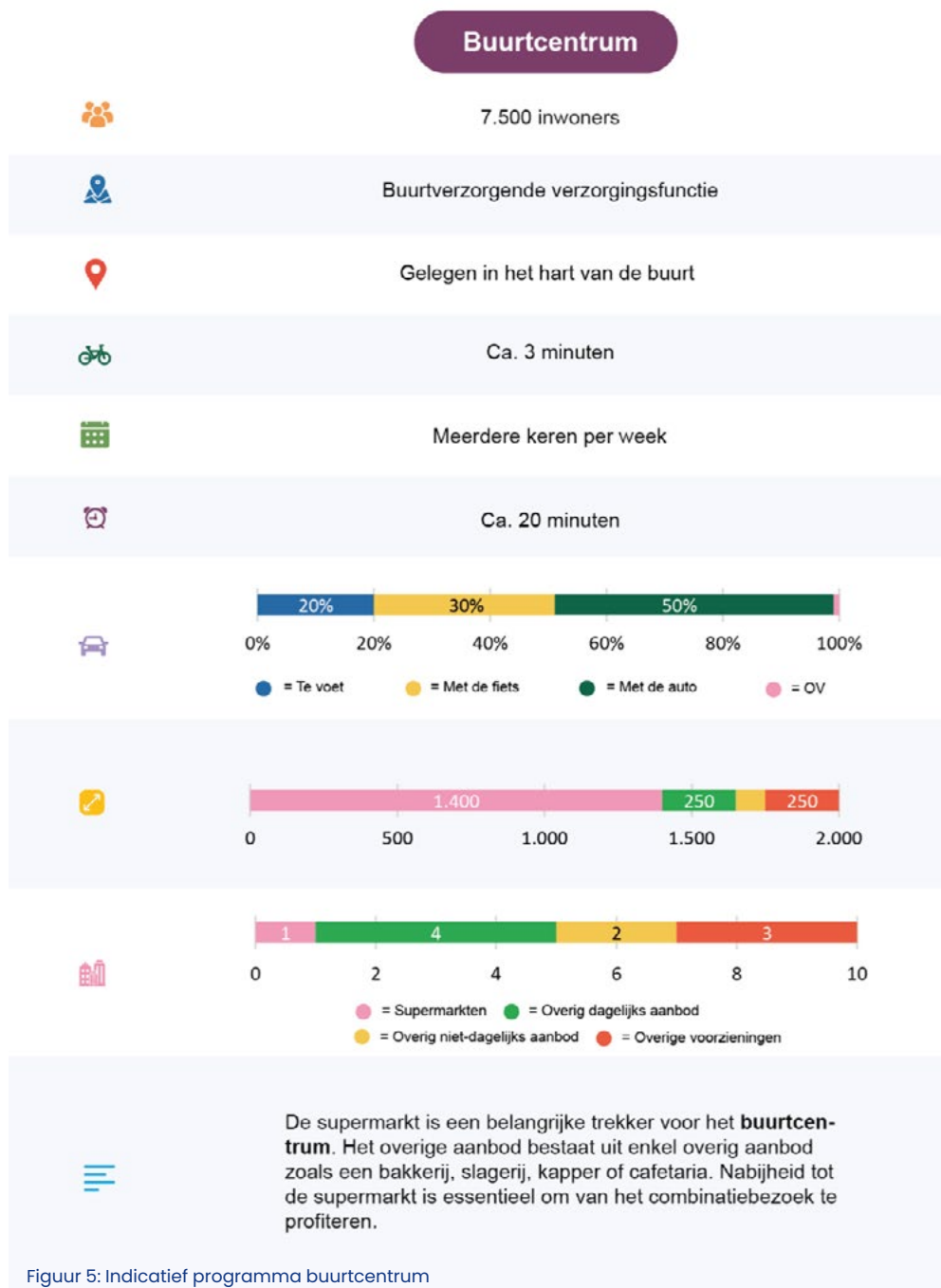
Toevoegen drie nieuwe buurtcentra

Vanwege de forse woningbouw en bevolkingsgroei in Almelo ontstaat zowel kwantitatieve als kwalitatieve behoefte aan drie nieuwe buurtcentra. Uit de analyse komen drie nieuwe zoekgebieden naar boven die beleidsmatig in beeld komen voor vestiging van één moderne supermarkt met enkele aanvullende voorzieningen, mits de woningbouw daadwerkelijk gerealiseerd wordt (zie uitvoering en fasering). De uitgangspunten die zijn genoemd in figuur 5 zijn richtinggevend voor het programma.

- **Aalanderveld e.o.:** Één buurtcentrum in Almelo noord ter hoogte van Aalanderveld en Aadorp. In dit gebied komen veel nieuwe woningen. Voorkomen moet worden dat inwoners te ver moeten reizen voor de dagelijkse boodschappen. Dit is niet goed voor de leefbaarheid. Gedacht wordt aan één moderne supermarkt met overige voorzieningen die passen in het profiel van een buurtcentrum. Dit kan ook een verplaatser zijn van een bestaande supermarkt in het gebied, zoals bijvoorbeeld de supermarkt aan de Vriezenveenseweg. Nieuwvestiging behoort ook tot de mogelijkheden.
- **Indië Almelo/Spoorzone e.o.:** Met het vertrek van de laatste supermarkt in de binnenstad en vanwege de woningbouwplanning in het Westerdok is er behoefte aan een moderne boodschappenvoorziening die goed bereikbaar is voor inwoners in en nabij Indië Almelo/Spoorzone én het noordelijk deel van de binnenstad. We kiezen voor de toevoeging van één buurtcentrum met enkele overige voorzieningen die passen binnen het profiel van een buurtcentrum. Nieuwvestiging ligt daarbij voor de hand.
- **Het Weggeler e.o.:** Een moderne boodschappenvoorzieningen in het zuidoostelijke deel van Almelo is belangrijk voor de spreiding en korte reistijden. Op dit moment is er één discountsupermarkt aanwezig die aan modernisering toe is. Modernisering en relocatie van deze supermarkt ligt voor de hand.

In de oude detailhandelsvisie was de toevoeging van nieuwe boodschappenclusters niet aan de orde. Doordat de situatie inmiddels aanzienlijk is gewijzigd door woningbouwplannen en bevolkingsgroei, is uitbreiding economisch haalbaar, verantwoord en vanwege de reistijden noodzakelijk. De exacte locaties zijn op dit moment nog niet in beeld. In de uitvoering van deze visie moeten locatiescans worden gedaan, waar ook rekening wordt gehouden met stedenbouwkundige inpassing, bereikbaarheid, parkeermogelijkheden, algehele uitstraling en samenstelling. Het exacte programma is ook onderdeel van de uitvoering. Deze visie zet in op ten minste één volwaardige supermarkt. Het overig programma kan wat variëren, afhankelijk van de beschikbare ruimte en stedenbouwkundige inpassing. Het blijft in de uitvoering maatwerk. Voor een goed functionerend buurtcentrum is een bepaald draagvlak aan inwoners essentieel. Uitgangspunt daarbij is dat een buurtcentrum pas rendabel en leefbaar kan opereren bij een minimale bewonersomvang van circa 3.500 extra inwoners. Idealiter groeit dit draagvlak door naar

ongeveer 7.500 inwoners, waarmee een robuuste basis ontstaat voor een breed aanbod aan dagelijkse voorzieningen.



Figuur 5: Indicatief programma buurtcentrum



Auto
75 parkeerplaatsen
Norm 3,0 per 100 m² bvo

Fiets
60 fietsparkeerplaatsen
Norm 2,5 per 100 m² bvo

Buurtsteunpunten behouden, maar winkelfunctie beperken

In Almelo zijn nog diverse buurtsteunpunten aanwezig. Dit zijn van oudsher kleine winkelstrips in woongebieden. De detailhandelsfunctie is daar momenteel beperkt en ook niet toekomstbestendig. Verdere uitbreiding met detailhandel is hier niet gewenst. Wel zien we de waarde van deze steunpunten voor de lokale economie en leefbaarheid. Andere publieksfuncties, zoals horeca, diensten en maatschappelijke voorzieningen zijn hier gewenst en geschikt. Dit willen we graag behouden.

3.3 Supermarkten

Beleidsdoel

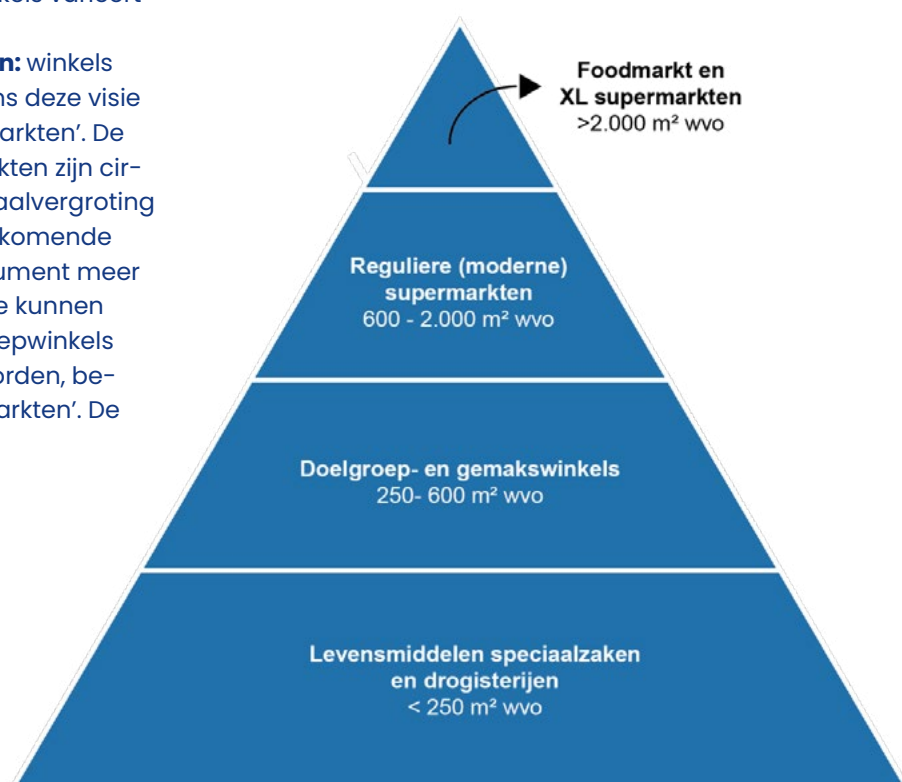
We willen meer grip op supermarktontwikkelingen om potentieel structuurverstorende effecten en daarmee leegstand te voorkomen. We gaan sturen op supermarkten gelijk aan of groter dan 600 m² wvo. Deze supermarkten halen we uit de algemene definitie van detailhandel en gaan we op locatieniveau specifiek bestemmen via aanpassing van het omgevingsplan. Supermarkten binnen de aangewezen concentraties krijgen de ruimte om te moderniseren en in specifieke gevallen te verplaatsen.

Omdat er in de praktijk veel onduidelijkheid bestaat over de exacte definitie van een supermarkt is deze hier vastgelegd.

- **Levensmiddelen speciaalzaken en drogisterijen:** dit zijn de dagelijkse speciaalzaken, zoals de bakker, slager, groenteboer en drogist. Deze winkels zijn vaak kleinschalig tot 250 m² wvo.
- **Doelgroep en gemakswinkels:** deze categorie is sterk vertegenwoordigd in Almelo. Het betreft vooral de multiculturele supermarkten, zoals Poolse, Marokkaanse, Turkse, en Aziatische zaken. De omvang van dit soort winkels varieert tussen de 250 en 600 m² wvo.
- **Reguliere (moderne) supermarkten:** winkels van 600 tot 2.000 m² wvo zijn volgens deze visie 'supermarkten' of 'reguliere supermarkten'. De meeste nieuwe moderne supermarkten zijn circa 1.400 tot 1.600 m² wvo groot. Schaalvergroting zal voor deze supermarkten ook de komende jaren belangrijk blijven om de consument meer beleving en toegevoegde waarde te kunnen bieden. Ook van oorsprong doelgroepwinkels die groter dan 600 m² wvo zijn of worden, beschouwen we als 'reguliere supermarkten'. De maat is bepalend.

- **Foodmarkt en XL supermarkt:** supermarkten die groter zijn dan 2.000 m² wvo bieden vaak (nog) meer foodbeleving in winkels met live koken, demonstraties en ter plekke nuttigen. Almelo heeft geen supermarkt in deze categorie en dat willen we ook zo houden om ongewenste effecten op de buurt en wijkstructuur te voorkomen.

Piramide van boodschappen aanbod



Figuur 6: Piramide van boodschappen aanbod

Versterking noodzakelijk en gewenst binnen centra

Uit de analyse blijkt dat er in zowel kwantitatieve als kwalitatieve zin sprake is van een behoefte aan versterking van het supermarkt en aanpalende boodschappenaanbod. Dit heeft enerzijds te maken met trends; de schaalvergroting zet door en de randvoorwaarden met betrekking tot bereikbaarheid en parkeren worden steeds belangrijker. Bestaande supermarkten moet hier op kunnen inspelen. Anderzijds komen er veel woningen en inwoners bij die óók dicht bij huis boodschappen moeten kunnen doen. Dit vraagt om toevoeging van drie nieuwe buurtcentra, namelijk ter hoogte van Aalanderveld, Indië Almelo/Spoorzone en Het Weggeler. Deze visie gaat dus uit van zowel kwantitatieve als kwalitatieve versterking van het boodschappenaanbod, supermarkten in het bijzonder.

Op dit punt wijkt deze nieuwe detailhandelsvisie af van de oude detailhandelsvisie. In de oude visie werd aangegeven dat de markt voor supermarkten en dagelijkse voorzieningen verzadigd en overbewinkeld was. Op gemeenteniveau is dit nog steeds zo, echter de recente analyse als bijlage bij deze visie laat zien dat de verschillen per wijk zeer groot zijn. De uitgangspunten zijn ook significant gewijzigd. De woningbouwambities en plannen zijn veel groter, wat meer economisch draagvlak en behoefte oplevert. Ook werd in 2013 voorspeld dat internetaankopen in de dagelijkse sector een grote vlucht zouden nemen. De online boodschappenbestedingen zijn sinds 2013 wel iets gestegen, maar niet zo sterk als toen gedacht werd. Nog steeds komt 95% van alle boodschappenbestedingen van de inwoners in Almelo terecht in fysieke winkels. De groei in online boodschappen doen lijkt er uit te zijn. Fysiek en online lijken inmiddels in evenwicht te zijn. Verder is het belang van nabijheid beleidsmatig groter geworden. Te voet en te fiets boodschappen kunnen doen is voor alle doelgroepen belangrijk.

In Noordoost Almelo ontstaat relatief veel economische uitbreidingsruimte door de forse woningbouw en daarmee samenhangende bevolkingsgroei. Hier is ook de kwalitatieve behoefte voor modernisering van bestaand aanbod én toevoeging van nieuw dagelijks aanbod het grootst. Ook in de binnenstad en Zuidoost Almelo is sprake van enige economische uitbreidingsruimte. Het overaanbod in economische zin concentreert zich vooral en nog steeds in Zuid en West Almelo. Hier zijn relatief veel supermarkten én overige dagelijkse voorzieningen, waardoor de omzet onder druk staat. Tegelijkertijd zijn hier kwalitatieve opgaven om het aanbod en het functioneren te verbeteren. Dit moet, ondanks

het economische overaanbod, mogelijk blijven in het belang van ondernemerschap én leefbaarheid. Marktruimte zou immers nooit leidend mogen zijn in beleidskeuzes. Ondernemerschap ten gunste van de leefbaarheid is leidend.

Meer regulering en terughoudendheid buiten centra

Hoewel er meer economische marktruimte berekend is, betekent dit niet dat supermarktontwikkelingen ongelimiteerd en overal toegestaan kunnen worden. Integendeel, we willen juist meer sturen op supermarktlocaties. Daar waar we supermarkten gewenst vinden, ontstaat de ruimte om te vestigen, uit te breiden en te moderniseren. Daarbuiten zijn we streng. Nieuwe supermarktinitiatieven buiten de aangewezen detailhandelsstructuur staan we niet toe. Bovendien passen we het omgevingsplan aan om meer grip te krijgen op supermarkten vanaf 600 m² vvo. De reden hiervoor is dat we willen voorkomen dat er ook binnen de concentraties te veel supermarktmeters ontstaan, waardoor ongewenste ruimtelijke effecten ontstaan. Denk aan het opschalen van buurt naar wijkfuncties of het vastlopen van verkeerssituaties en parkeerterreinen.

Uitgangspunt van deze visie is het faciliteren van een fijnmazige, moderne en complete boodschappenstructuur voor onze inwoners. Supermarkten vervullen hierin een belangrijke trekkersrol. Als het goed gaat met de supermarkten, kunnen andere ondernemers in de centra hiervan profiteren. Om supermarkten op gewenste locaties in de detailhandelsstructuur de mogelijkheid te geven te innoveren en te moderniseren, moet op andere (minder gewenste) plekken krimp ontstaan. Dit bereiken we door bestaande (onbenutte) plancapaciteit voor detailhandel, en supermarkten in het bijzonder, juridischplanologisch te saneren.

We gaan terughoudend om met toevoeging van detailhandel in nieuwe gebiedsontwikkelingen buiten de aangewezen detailhandelsstructuur. Te vaak wordt er vanuit stedenbouwkundig oogpunt nagedacht over 'levendige plinten' die dan beleidsmatig snel worden ingevuld met 'commerciële voorzieningen', waaronder detailhandel. De ervaring leert dat te veel versnippering van detailhandel niet goed is voor het economisch functioneren en ook niet bijdraagt aan gemak voor de consument. Concentratie in de daarvoor aangewezen centrumgebieden is uitgangspunt. Dit laat onverlet dat andere commerciële voorzieningen, zoals horeca en diensten wél gewenst kunnen zijn om levendige plinten te creëren in nieuwe gebiedsontwikkelingen. Deze functies kunnen doorgaans ook beter solitair functioneren.

3.4 Radialen

Beleidsdoel

De radialen vertegenwoordigen ieder een eigen uniek karakter en stukje DNA van Almelo. Deze historische, sociaalmaatschappelijke én economische waarde willen we koesteren en waar mogelijk versterken. Tegelijkertijd is het toekomstperspectief van detailhandel op sommige plekken matig of beperkt en willen we de complementariteit met de binnenstad versterken. We kiezen enerzijds voor een ondernemersgerichte aanpak voor maatwerk. Er zijn zowel mogelijkheden voor versterking als voor transformatie. Anderzijds gaan we nieuwvestiging of uitbreiding van 'recreatief winkelaanbod' voorkomen om de complementariteit met de binnenstad te versterken. Hiervoor passen we het omgevingsplan aan.

Met radialen bedoelen we de van oudsher verbindingsstraten die de wijken met de binnenstad verbinden. Dit zijn de Nieuwstraat, Bornsestraat, Ootmarumsestraat en Oranjestraat. Hoewel het aanbodprofiel per straat wisselt hebben ze gemeen dat voorzieningen vaak doelgericht worden bezocht door het mobiliteitsprofiel van de straat. Er is veel aanloop en je kan je auto makkelijk aan de straat parkeren (kort). Dit zijn duidelijke kwaliteiten waar specifiek (doelgerichte) winkels, horeca en diensten van profiteren. Dit betekent dat clustering van winkels en combinatiebezoek niet altijd nodig is om economisch te kunnen functioneren. Een ander kenmerk van de radialen is het hoge aandeel zelfstandige ondernemers, die vaak een eigen trouwe klantenkring hebben én lokaal betrokken zijn. De huurprijzen liggen hier lager, waardoor nieuwe concepten en zelfstandige ondernemers een plek kunnen vinden. De broedplaatsen voor creatief en ondernemend Almelo. Deze unieke kwaliteiten, de 'charme' en publieksfunctie van de radialen willen we graag behouden en waar mogelijk versterken. Daarnaast voorzien radialen vaak in de dagelijkse boodschappen.

De radialen hebben echter ook aandachtspunten. Door de mix van functies wordt door bewoners soms overlast ervaren. Ook speelt ondermijning en criminaliteit een rol. Schoon, heel en veilig zijn bij uitstrek thema's die in de radialen extra aandacht vragen. Ondernemers zijn vaak zelf eigenaar van

het pand, waardoor bij pensionering en gebrek aan bedrijfsopvolging nagedacht moet worden over de toekomst. De verhuurbaarheid is niet altijd vanzelfsprekend, waardoor transformatie naar wonen voor sommige ondernemers/eigenaren een passend toekomstperspectief is om de vastgoedwaarde ten behoeve van het pensioen te verzilveren. Ook vestigen zich er nieuwe 'recreatieve' winkels vanwege de lagere huurprijzen, die vanuit het beleid eigenlijk meer wenselijk zijn in de binnenstad. Dit ondermijnt de complementariteit.

Voor de radialen kiezen we een genuanceerdere koers. In het oude beleid werd aangegeven dat het toekomstperspectief van detailhandel in de radialen beperkt was, dat transformatie naar bijvoorbeeld wonen gewenst was en dat ondernemers beter konden verplaatsen naar het winkelhart van de binnenstad. Er werd terughoudend omgegaan met nieuwe detailhandelsinitiatieven. Op basis van de analyse en vele gesprekken met ondernemers, behoeft deze visie meer nuance. Nog steeds zien we een natuurlijke krimp van winkelaanbod in veel radialen. Tegelijkertijd vestigen zich ook nieuwe ondernemers die niet in het winkelhart willen of kunnen functioneren. Niet alleen winkeliers, maar ook ondernemers in horeca en diensten. Ook zijn er vele bestaande ondernemers die een bepaalde naam hebben opgebouwd en eigen vraag creëren. Deze 'local heroes' zijn voor Almelo van groot belang en met deze visie willen we deze ondernemers helpen

om het bestaansrecht en toekomstperspectief te vergroten. Omdat de verschillen in perspectief per ondernemer/eigenaar wisselt, is meer maatwerk nodig. Voor alle radialen blijft maatwerk mogelijk voor winkels in de dagelijkse en doelgerichte sector. Nieuwe winkels of uitbreiding van bestaande winkels in de sector 'recreatief winkelen' zijn niet wenselijk in de radialen om de complementariteit met de binnenstad te borgen. Het compacte winkelhart van de binnenstad is immers de aangewezen plek voor recreatief winkelaanbod. Bestaande ondernemers in de sector 'recreatief winkelen' mogen blijven zitten, maar worden verleid te verplaatsen naar de binnenstad (op basis van vrijwilligheid). We zetten subsidies in om dit te versnellen.

In de Oranjestraat en Bornsestraat heeft detailhandel het meeste toekomstperspectief. Hier is min of meer sprake van een aangesloten lint met publieksfuncties. Dit betreft niet alleen winkels, maar ook horeca, diensten en andere publieksgerichte voorzieningen. Het zorgt voor reuring en draagt bij aan de leefbaarheid. Het bereikbaarheidsprofiel met parkeren voor de deur is een belangrijke randvoorwaarden voor het economisch functione-

ren dat behouden moet blijven. Bestaande ondernemers moeten de ruimte krijgen om te kunnen ondernemen. De compacte structuur en publieksfunctie willen we graag behouden. Dit betekent dat we terughoudend zijn met het transformeren van de plint naar woonfuncties (op de begane grond). Juridischplanologische mogelijkheden voor detailhandel in de recreatieve sector worden gesaneerd (zie uitvoering).

De Ootmarsumsestraat en Nieuwstraat hebben een langgerekttere structuur. Het voorzieningenaanbod is meer versnipperd, waardoor het perspectief wisselt per ondernemer. Sommigen functioneren goed en hebben toekomstplannen. Anderen lopen tegen hun pensioen aan en wensen het pand te verkopen en/of te transformeren. Deze visie kiest voor een ondernemersgerichte aanpak op basis van maatwerk per onderneming. Actieve sanering en/of relocatie van ondernemers laten we deels los, met uitzondering van winkels in de recreatieve sector. Juridischplanologische mogelijkheden voor detailhandel in de recreatieve sector worden gesaneerd (zie uitvoering).



3.5 Perifere detailhandel

Beleidsdoel

Perifere detailhandel willen we zoveel mogelijk concentreren op de Lifestyle Boulevard. Dit betekent dat nieuwe initiatieven in de categorie 'in en omhuis' zich primair hier moeten vestigen. Daarnaast stimuleren we bestaande ondernemers op bedrijventerreinen die qua aard en omvang passen bij het profiel van de Lifestyle Boulevard te verplaatsen. We gaan actief aan de slag met het saneren van plancapaciteit voor detailhandel op bedrijventerreinen. Tegelijkertijd blijft voor specifieke vormen van detailhandel maatwerk mogelijk op bedrijventerreinen en andere verspreide locaties in de gemeente. Autoshowrooms concentreren we in daarvoor aangewezen gebieden. We voeren strenger beleid op het gebied van nevenassortimenten en ondersteunende detailhandel bij bedrijven.

Branche afbakening perifere detailhandel

De oorsprong van perifere detailhandel (PDV) is gelegen in de aard en omvang van de artikelen. Winkels die vanwege de aard en omvang van de artikelen een groot oppervlak nodig hebben, krijgen de ruimte in de daarvoor benoemde perifere concentraties. In de reguliere winkelgebieden zijn deze type winkels niet of nauwelijks inpasbaar. Deze type winkels worden ook wel 'volumineuze detailhandel' genoemd. We sluiten aan bij de basisdefinitie conform de provinciale omgevingsverordening:

“winkelformules die vanwege de omvang en aard van het assortiment een groot oppervlak nodig hebben, zoals showrooms voor auto's, boten en caravans, bouwmarkten, tuincentra, wooninrichtingszaken”.

Lifestyle Boulevard Almelo is het belangrijkste concentratiegebied

De Lifestyle Boulevard is en blijft de belangrijkste concentratie voor winkels in volumineuze artikelen. Daarnaast zijn grootschalige winkels met een minimale maat van 1.000 m² wvo toegestaan in de categorie vrijetijdsartikelen. De huidige vigerende regels met betrekking tot branchering en minimale maatvoering zijn opnieuw tegen het licht gehouden. We komen tot de volgende keuzes en overwegingen.

→ De Lifestyle Boulevard Almelo moet qua aard, profiel en branchering complementair blijven

aan de binnenstad, de buurt en wijkcentra én de clusters van autoshowrooms en –bedrijven.

- Een significante verruiming van de branchering is vanwege het bovenstaande uitgangspunt niet gewenst. Op dit moment zijn er bijvoorbeeld nog diverse speelgoedwinkels in de binnenstad aanwezig. Hetzelfde geldt voor huishoudelijke artikelen, warenhuizen, dagelijkse winkels en kleding en mode. De dagelijkse winkels en huishoudelijke artikelen zijn primair dominant in de buurt en wijkcentra.
- Wel is voor specifieke vormen brancheverbreiding mogelijk die de binnenstad en buurt en wijkcentra niet raken (zie tabel 1).
- Een verruiming van auto's, boten en caravans zien we niet als meerwaarde voor het lifestyleprofiel. Bovendien willen we autoshowrooms concentreren in de daarvoor aangewezen concentratiegebieden op bedrijventerreinen. Ook deze winkels profiteren in de vorm van synergiewerking van clustering. Er is vaak een combinatie met bedrijfsactiviteiten (garagebedrijf).
- Voor volumineuze detailhandel geldt geen minimale maat. Voor grootschalige winkels in vrijetijdsartikelen geldt een minimale maat van 1.000 m² wvo. Dit willen we behouden. Het verlagen van de minimale maat kan de binnenstad in potentie te veel raken. Ook de binnenstad heeft immers nog diverse panden groter dan 500 m² wvo (circa 7%), waarvan een deel leegstaat. De minimale maat blijft noodzakelijk om het inpasingscriterium te borgen.

→ De huidige regeling omtrent nevenassortiment tot maximaal 20% van de verkoopvloeroppervlakte handhaven we. Het nevenassortiment dient in het verlengde te liggen van het hoofdassortiment en mag niet branchevreemd zijn. Dit betekent dat alle genoemde branches en

artikelgroepen in het vigerende omgevingsplan onder strijdig gebruik worden gehandhaafd. Dit komt neer op nietvolumineus aanbod, zoals food, lichaamsverzorgende producten, kleding, schoenen, sieraden, speelgoed en boeken.

Hoofdgroep	Branche	Mogelijk?	Toestaan?	Toelichting
PDV / volumineus	Wonen	Ja	Ja	Minimale maat is niet noodzakelijk. Aard assortiment is leidend, niet omvang winkel.
	Doehetzelf	Ja	Ja	Minimale maat is niet noodzakelijk. Aard assortiment is leidend, niet omvang winkel.
	Tuin	Nee	Ja	Niet toegestaan, maar is landelijk standaard onderdeel > mogelijkheden verruimen
	Auto's, boten, caravans	Nee	Nee	Autoshowrooms zijn in concentratiegebieden op bedrijventerreinen toegestaan.
GDV / groot-schalig	Bruin en witgoed	Ja	Ja	Reeds toegestaan > mogelijkheden continueren.
	Rijwielen	Ja	Ja	Reeds toegestaan > mogelijkheden continueren.
	Buitenspel materiaal	Ja	Ja	Reeds toegestaan > mogelijkheden continueren.
	Sport en kamperen	Deels	Ja	Gemengde sportzaken nu uitgesloten, maar advies is loslaten ikv Dienstenrichtlijn. Dit moet per initiatief worden afgewogen, vergund via BOPA.
	Dibevo	Deels	Ja	Nu alleen aquariums. Verbreden naar dierenbenodigdheden en voeders (dibevo). Dit moet per initiatief worden afgewogen, vergund via BOPA.
	Muziekinstrumenten	Ja	Ja	Reeds toegestaan > mogelijkheden continueren.
	Kringloopwinkels	Nee	Nee	Dit wordt niet beschouwd als kwalitatieve toevoeging voor de Lifestyle Boulevard.
	Speelgoed	Nee	Nee	Binnenstad heeft nog enkele speelgoedzaken, zoals Intertoys en Top 1 Toys.
	Huishoudelijke artikelen en warenhuizen	Nee	Nee	Binnenstad én buurt en wijkcentra hebben winkels, zoals Hema en Action. Valt ook binnen de sector 'mode en luxe' wat conform Omgevingsverordening verboden is.
	Dagelijks	Nee	Nee	Supermarkten horen thuis in de buurt en wijkcentra. Ook conform de Omgevingsverordening is dit verboden.
	Kleding en mode	Nee	Nee	Modisch winkelaanbod is de basis van de recreatieve winkelfunctie van de binnenstad. Ook conform de Omgevingsverordening is dit verboden.
Diensten, horeca en Leisure	Sportschool	Nee	Ja	Past in het profiel van 'lifestyle' en komt op vergelijkbare concentraties in Nederland steeds vaker voor. Zorgt ook voor reuring in de avonduren. Dit moet per initiatief worden afgewogen, vergund via BOPA.
	Overige leisure	Nee	Ja	Denk aan klimhal, Arcade hal, VRgaming, Escape room, etc. Dit moet per initiatief worden afgewogen, vergund via BOPA.
	Horeca	Nee	NB	Deze vraag dient in een horecavisie beantwoord te worden.

Tabel 1: Aanbeveling branching Lifestyle Boulevard.

Maatwerk blijft mogelijk, maar in principe niet op bedrijventerreinen

Voor sommige winkels (met detailhandel als hoofdactiviteit) geldt dat ze dusdanig doelgericht worden bezocht of een dusdanige ruimtevraag hebben dat clustering geen meerwaarde biedt of simpelweg qua ruimte niet mogelijk is. In uitzonderlijke gevallen kunnen dergelijke zaken, mits passend binnen gestelde randvoorwaarden, zich daarom vestigen op bepaalde locaties buiten de hoofdstructuur. Voorbeelden zijn zadelmakerijen, bedrijven in kachels/haarden, bedrijven in tuinhuisjes, bedrijven in sauna's/zwembaden, tegelhandel,

etc. Onder dit maatwerk is destijds bijvoorbeeld ook het bestemmingsplan Rhijnbeek vastgesteld waar de mogelijkheid is geboden voor een grootschalige bouw en tuinmarkt met drive-in. Ook zijn onder dit maatwerk diverse andere winkels toegestaan buiten de hoofdstructuur, zoals Intratuin en Kees Smit Tuinmeubelen. Maatwerk is echter geen reden om alles zomaar toe te staan. Terughoudendheid is belangrijk, ook om te voorkomen dat bedrijventerreinen te veel verkleuren met detailhandel. Dit is onwenselijk, omdat juist ook behoefte is aan ruimte voor bedrijven. Maatwerkgevallen worden getoetst aan onderstaand afwegingskader.

Afwegingskader maatwerk – specifieke initiatieven

Indien een initiatief voldoet aan meerdere van de onderstaande criteria zou maatwerk verleend kunnen worden. Uitgangspunt is dat aangetoond moet worden dat het initiatief voorziet in een behoefte en dat de ruimtelijk-functionele effecten op de hoofddetailhandelsstructuur, de consumentenverzorging en de leegstand aanvaardbaar zijn. Dit conform de eisen van de Ladder voor duurzame verstedelijking.

→ De detailhandelscomponent betreft verkoop in laagfrequente, volumineuze en doelgerichte artikelen.

- Een deel van het concept betreft naast detailhandel ook productieactiviteiten, zoals bijvoorbeeld reparatie, renovatie, op maat maken, klantgericht maatwerk.
- Levering is voor een groot deel business-to-business.
- Een deel van het bedrijf betreft opslag voor productieactiviteiten.
- Het betreft een zeer grootschalige winkel die niet inpasbaar is in bestaande concentratiegebieden.
- Het totale bedrijfsconcept (mix) is niet geschikt en/of inpasbaar voor/in de winkelgebieden op basis van de aard, omvang en samenstelling.

Dit afwegingskader is bedoeld als handvat voor maatwerk. Afwegingskaders zijn geen (juridisch) basis voor initiatiefnemers om een ontwikkeling af te dwingen/mogelijk te maken. Bijvoorbeeld door te beroepen op het feit dat voldaan wordt aan één of meerdere voorwaarden.



Concentratie voor detailhandel in automotive

Een groot deel van de perifere winkelruimte wordt gevuld met winkels en bedrijven in de automotive sector. Denk aan autoshowrooms, banden en ruitenspecialzaken en garagebedrijven. Steeds vaker betreft het ook een combinatie van bedrijfsactiviteiten met een winkelfunctie. Ook is de automotive sector in transitie. We gaan van fossiel naar elektrisch rijden. We vinden het belangrijk dat er ruimte blijft voor dit soort activiteiten. Deze visie staat positief tegenover het concentreren van dit type activiteiten op bedrijventerrein Twentepoort. Vrijkomende autoshowrooms en/of garagebedrijven elders kunnen heringevuld worden met andere bedrijven. Herinvulling met nieuwe detailhandel is niet gewenst, met uitzondering specifieke vormen die vallen onder maatwerk. Daar waar naast detailhandel in auto's meer mogelijkheden zijn voor detailhandel, dient het omgevingsplan aangepast te worden. Dit is onderdeel van de algemene opgave om onbenutte plancapaciteit voor detailhandel op bedrijventerreinen juridisch te saneren.

Saneren onbenutte plancapaciteit detailhandel

Een focus op concentratie in centrumgebieden, betekent dat terughoudend wordt omgegaan met nieuwe initiatieven buiten de hoofdstructuur. Op dit moment zijn er echter nog diverse juridischplanologische mogelijkheden voor verschillende soorten detailhandel toegestaan op bedrijventerreinen en elders op verspreide locaties. Niet al deze detailhandel is ongewenst (zie maatwerk). We willen voorkomen dat vrijkomende ruimte op ongewenste locaties wordt ingevuld met winkels die we eigenlijk in de concentratiegebieden willen hebben. Om dit te voorkomen gaan we de juridischplanologische brancheringsmogelijkheden beperken en/of de detailhandelsmogelijkheid volledig saneren. In het uitvoeringshoofdstuk is de aanpak en fasering verder uitgewerkt. Dit onderwerp is één van de speerpunten van de uitvoering.



3.6 Detailhandel als ondergeschikte nevenactiviteit

Beleidsdoel

Detailhandel als ondergeschikte nevenactiviteit bij bedrijven en aan huis buiten de hoofdwinkelstructuur willen we zoveel mogelijk beperken. Onder voorwaarden is via maatwerk ondergeschikte detailhandel mogelijk tot maximaal 25 m² wvo. Wel sluiten we ondergeschikte detailhandel bij groothandelsbedrijven uit.

Van oudsher vindt detailhandel (de bedrijfsmatige verkoop van producten aan consumenten) soms plaats als ondergeschikte nevenactiviteit bij andere bedrijfsactiviteiten. Denk aan een groothandel met een consumentenbalie en kassa of een hoveniersbedrijf die ook klanten ontvangt en tegels verkoopt. De vraag die zich daarbij vaak voordoet is in hoeverre de detailhandelsactiviteit ondergeschikt is en/of deze noodzakelijk en/of gebruikelijk is voor de hoofdactiviteit. Evenals bij internetverkoop zijn voor de detailhandelsvisie en de planologische vertaling in het omgevingsplan vooral de ruimtelijke effecten (beoogde detailhandelsstructuur, verkeer) en verschijningsvorm (ruimtegebruik, uitstraling) relevant. Hiervan is vooral sprake indien verkoop plaatsvindt vanuit of in combinatie met een fysieke uitstalruimte die gericht is op en/of toegankelijk is voor consumenten (een winkelruimte). In dit licht wordt detailhandel als ondergeschikte nevenactiviteit buiten een pand met een winkelbestemming slechts zeer beperkt toegestaan en alleen als de volgende voorwaarden van toepassing zijn:

- Er worden ter plaatse vervaardigde artikelen verkocht, bijvoorbeeld asperges bij de boer, meubels bij een meubelmakerij, etc.
- De detailhandelsactiviteit blijft beperkt tot direct aan de hoofdactiviteit gerelateerde artikelen, bijvoorbeeld verse groente bij een boer, maar geen verpakte kruidenierswaren.
- Ondergeschikte detailhandel bij groothandel is niet toegestaan, omdat dit in de praktijk grote winkels zijn. Indien dit het geval is dient getoetst te worden aan de maatwerkeisen voor een winkel die zich buiten de hoofdstructuur wenst te vestigen.
- De fysieke uitstalruimte die gericht is op en/of toegankelijk is voor consumenten beperkt zich tot maximaal 25 m² wvo.
- Het pand mag geen winkeluitstraling hebben.

Voor aan huis gebonden beroeps en bedrijfsactiviteiten, waaronder dus detailhandel, geldt een vergelijkbaar beleid. We voeren hier strenger beleid op, omdat bijvoorbeeld ook diensten zoals kappers en schoonheidssalons idealiter in centrumgebieden geconcentreerd moeten zijn. Ze generen bezoekers waar andere ondernemers van kunnen profiteren. Bovendien zijn significante verkeerseffecten in woongebieden ongewenst. De volgende voorwaarden zijn van toepassing:

- De woonfunctie blijft behouden.
- De activiteit mag niet meer bedragen dan 25 m² wvo bedragen van de totale woning.
- Detailhandel is niet toegestaan, behalve in beperkte mate binnen diensten zoals een kapper of schoonheidssalon.
- De activiteit wordt uitgevoerd door degene die in de desbetreffende woning zijn hoofdverblijf heeft (geen extra personeel).
- De opslag van goederen vindt inpandig plaats.

Ten opzichte van de oude detailhandelsvisie is het beleid aangescherpt ten aanzien van groothandelsbedrijven. Omdat het onderscheid tussen groothandel en (ondergeschikte) detailhandel in de praktijk niet te handhaven is, sluiten we detailhandelsactiviteiten hier volledig uit. Indien een bedrijf meer detailhandelsactiviteiten wil voeren dan 25 m² wvo, dan is het conform deze visie niet langer ondergeschikt. In dat geval is een functieverbreding van uitsluitend bedrijf naar bedrijf én detailhandel via een BOPA of wijziging omgevingsplan noodzakelijk. Of dit kans van slagen biedt zal afhangen van de aard, omvang en samenstelling van het initiatief. Beleidsmatig wordt dan getoetst aan onder meer paragraaf 3.5, specifiek het afwegingskader voor maatwerk.

3.7 Ondergeschikte neven assortimenten bij winkels

Beleidsdoel

Regels omtrent nevenassortiment bij winkels in de periferie worden geüniformeerd én aangescherpt om de complementariteit met de reguliere winkelgebieden te versterken en coherent en systematisch te handelen in het kader van de Dienstenrichtlijn. We gaan uit van maximaal 10% van het winkelverkoopvloeroppervlak, tot maximaal 100 m² vvo per vestiging.

Veel winkels in de periferie zijn juridischplanologisch beperkt in branchering om de complementariteit met de reguliere winkelgebieden te borgen. Veelal zijn er specifieke regels opgenomen in het omgevingsplan die een bepaalde mate van nevenassortiment toestaat. Voor nieuwe initiatieven moeten regels worden aangescherpt en worden geüniformeerd in het kader van complementariteit en coherent en systematisch handelen (in het kader van de Dienstenrichtlijn). We hanteren deze regels.

- Het nevenassortiment ligt in het verlengde van het hoofdassortiment en het bezoekmotief.
- Het nevenassortiment wordt beperkt tot maximaal 10% van het winkelverkoopvloeroppervlak van de winkel, tot maximaal 100 m² vvo.
- Artikelen die dominant voorkomen in de sectoren dagelijks en recreatief winkelen worden volledig uitgesloten. Denk aan levensmiddelen, artikelen op het gebied van persoonlijke verzorging, (modische) kleding en schoenen, sieraden, speelgoed en media.

Deze regels gelden voor alle nieuwe planologische winkellocaties. Er zijn nog diverse bestaande winkellocaties waar andere regels gelden. Dit wordt voorlopig niet aangepast, omdat deze regels berusten op eerdere afspraken en maatwerkoverwegingen. Het is echter niet uitgesloten dat bij een wijziging van het omgevingsplan bestaande regels opnieuw tegen het licht gehouden worden.

Winkels in de reguliere winkelgebieden hebben meer juridische brancheringsruimte dan winkels in de periferie. De strenge eisen voor nevenassortimenten gelden dus vooral op locaties buiten de binnenstad en buurt en wijkcentra, ten gunste van de complementariteit. Brancheervaging binnen de juridische brancheringsruimte is toegestaan. Dit noemen we ook wel blurring of blending (zie paragraaf 3.10).



3.8 Kringloop en tweedehandswinkels

Beleidsdoel

Kringloop en tweedehandswinkels maken onderdeel uit van het winkelaanbod dat voorziet in de behoefte van onze inwoners en werkgelegenheid biedt aan inwoners met een arbeidsachterstand. Voor vestiging gelden bepaalde voorwaarden.

Kringloop en tweedehandswinkels zijn populair en sluiten aan bij de circulaire economie. Ze voorzien in de behoefte van inwoners met een kleinere portemonnee en spelen daarnaast in op ontwikkelingen rondom duurzaamheid en verantwoord consumeren. Ook leveren ze vaak werkgelegenheid op voor mensen met een kwetsbare positie op de arbeidsmarkt. We vinden het belangrijk dit

soort winkels in Almelo te faciliteren. Kleine tweedehandswinkels, bijvoorbeeld op het gebied van kleding, zijn goed inpasbaar in de binnenstad of in buurt en wijkcentra. Grootschalige kringloopwinkels passen minder goed in de reguliere centra; voor deze winkels kan maatwerk worden toegepast buiten de hoofdstructuur (zie paragraaf 3.5).

3.9 Trafficlocaties en tankstations

Beleidsdoel

Detailhandel op trafficlocaties en tankstation blijft mogelijk, maar wel binnen bepaalde kaders. Vergelijkbaar met ondergeschikte detailhandel bij bedrijven geldt een maximum van 25 m² wvo per tankstation of andere trafficlocatie. Uitgangspunt is dat het een ondersteunende functie heeft en dus kleinschalig blijft.

Trafficlocaties zijn locaties waar veel vervoersstromen en dus mensen samenkomen. Denk aan stations, ziekenhuizen, campussen, tankstations en mobiliteitshubs. Detailhandel op dergelijke locaties is denkbaar onder voorwaarden. De aard en omvang van deze detailhandel moeten passen bij de functie van de locatie en het gebied en is ondergeschikt aan de hoofdactiviteit. De detailhandel dient dus hoofdzakelijk gericht te zijn op de reizigers / forensen of werkers / studenten op de locatie. Een kleinschalige gemakswinkel is op dit soort plekken toegestaan tot maximaal 25 m² wvo. Het vestigen van bezorg en afhaalpunten op deze locaties is ook denkbaar. Voor trafficlocaties geldt dat vanwege de diversiteit in verschijningsvorm elk initiatief afzonderlijk beoordeeld wordt.

Vanwege de eerdergenoemde transformatie van fossiel naar elektrisch rijden, zullen ook tankstations opzoek gaan naar nieuwe verdienmodellen. In het verlengde van het beleid voor afhaalpunten en gemakswinkels, is ondergeschikte detailhandel bij tankstations toegestaan. Ook afhaalpunten zijn hier toegestaan. Ook vanuit duurzaamheidsdoelen staan wij positief tegenover de herontwikkeling van tankstationlocaties naar passende alternatieven. Toevoeging van nieuwe detailhandel is echter niet wenselijk, tenzij sprake is van bijzondere vormen die in aanmerking komen voor maatwerk. Uitgangspunt is detailhandel tot maximaal 25 m² wvo per tankstation of andere trafficlocatie.

3.10 Blurring en blending

Beleidsdoel

In de binnenstad en buurt en wijkcentra willen we blending optimaal stimuleren, maar wel binnen de centra. Blurring is toegestaan conform de wettelijke eisen die zijn gesteld in de Alcoholverwet. Verruiming van de mogelijkheden is goed voor het ondernemerschap, de uniciteit en de leefbaarheid. Op perifere locaties blijven brancherings- en maatvoeringsbeperkingen gelden ten gunste van de complementariteit. Dit betekent dat blurring en blending hier uitsluitend binnen de toegestane brancheringsruimte mogelijk is.

Met blurring bedoelen we de vermenging van detailhandels en horeca activiteiten in één pand. Blending is nog breder gedefinieerd en bevat ook vermenging met diensten, workshops, evenementen en andere publieksactiviteiten. Om winkelgebieden aantrekkelijker en toekomstbestendiger te maken is blurring én blending een kans. Denk aan een koffiecorner in een boekenwinkel, een lunchroom in een woonwinkel of workshops en bedrijfsuitjes bij een bakkerij. Vermengen van activiteiten kan bijdragen aan beter economisch functioneren en innovatie, maar zorgt ook voor meer reuring op verschillende momenten. Het

is een vorm van efficiënter en multifunctioneler ruimtegebruik. We moeten regels voor ondersteunende horeca in winkels verder uitwerken. Een ongelimiteerde groei van horeca is immers ook niet wenselijk. Beleidsregels voor horeca zijn echter geen onderdeel van deze detailhandelsvisie. Het schenken van alcohol blijft automatisch uitgesloten en is vergunningplichtig. De alcoholwet is hierin leidend. Op perifere locaties blijven brancherings- en maatvoeringsbeperkingen gelden ten gunste van de complementariteit. Dit betekent dat blurring en blending hier uitsluitend binnen de toegestane brancheringsruimte mogelijk is.

3.11 Afhaal en bezorgeconomie

Beleidsdoel

Afhaalpunten (met en zonder showroom) willen we zoveel mogelijk concentreren in centra, vanwege combinatiebezoek. Alleen afhaalpunten (zonder showroom) zijn bij uitzondering mogelijk op trafficlocaties.

Er zijn drie aspecten die de consument aantrekken – de werking bepalen:

- **Bedrijf** dat (online) goederen verkoopt vanuit huis of vanuit een andere functie, zoals een kantoor of opslag – geen consument aantrekkende werking.
- **Afhaalpunt** waar goederen enkel kunnen worden afgehaald – consument aantrekkende werking zonder showroom.
- **Winkel met afhaalpunt** en dus met showroom-functie – consument aantrekkende werking met showroom.

Met deze visie zetten we in op meer afhaalpunten in centrumgebieden. Verschillende bezorgdiensten, zoals PostNL, DHL, Homer, etc. hebben nu nog vaak eigen afhaalpunten op verschillende locaties. We willen dit meer concentreren op één plek, zodat meer duidelijkheid en gemak bij de consument ontstaat. Pakketmuren waar meerdere aanbieders op kunnen aansluiten zijn hierop het antwoord. Initiatieven die hier aan bijdragen juichen we toe en faciliteren we.

Het afwegingskader in het schema geeft aan hoe concepten gecategoriseerd moeten worden. In feite bepaalt de mate van consument aantrekken-

de werking de locatievoorkeur. In de basis geldt het volgende:

- **Bedrijf** zonder afhaalpunt of consument aantrekkende werking is geen detailhandel. Dergelijke (distributie)bedrijven horen thuis op daarvoor aangewezen werklocaties, zoals bedrijventerreinen.
- **Afhaalpunt** (zonder showroom) met enige consument aantrekkende werking hoort in principe thuis in een winkel(gebied). Het is immers detailhandel. Wel zijn voor deze pure afhaalpunten uitzonderingen mogelijk op trafficlocaties, zoals op campussen, bij tankstations, mobiliteitshubs of andere trafficlocaties.
- **Winkels met afhaalpunt** zijn in feite multichannel bedrijven met een fysieke winkel. Dit is detailhandel en hoort thuis in de daarvoor beleidsmatig aangewezen winkelgebieden.

Beleid voor bezorgen

Beleidsdoel

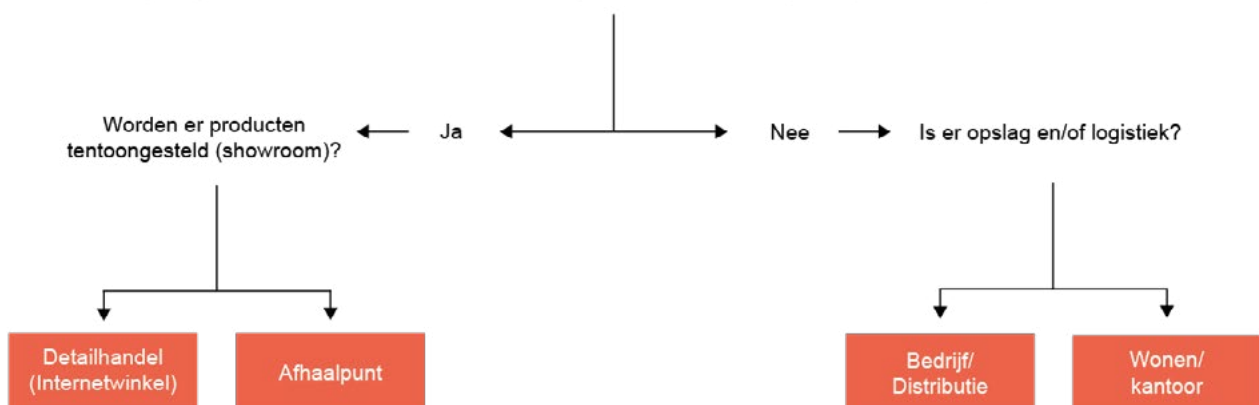
We willen de negatieve effecten van de bezorgeconomie voorkomen. Winkels met een substantiële bezorgactiviteit zouden gesitueerd moeten zijn aan bijpassende infrastructuur. De randen van centrumgebieden zijn daarvoor vaak het meest geschikt.

Mede door de groei van online, steeds meer omnichannel en de behoefte aan gemak en efficiëntie is de bezorgcomponent binnen detailhandel (en horeca) steeds belangrijker geworden (last mile delivery). Veel bedrijven spelen hier op in, zoals de flitsbezorgers (bijvoorbeeld Flink), diverse boodschappendiensten en -apps (bijvoorbeeld Picnic, Crisp), de horeca (bijvoorbeeld Thuisbezorgd, Uber Eats), maar ook reguliere (online) winkelketens

(bijvoorbeeld Bol en Amazon). De bezorgeconomie wordt momenteel vooral gekenmerkt door negatieve omgevingseffecten, zoals overlast van fietsers/brommers/busjes, onveilige verkeerssituaties en verlies van kwaliteit en uitstraling publieksgerichte panden (dark stores/kitchens). Hoewel de bezorgeconomie ook in de toekomst een blijvende factor van betekenis zal zijn, is de ontwikkeling van deze sector onzeker. Bedrijfsmatig wordt nauwelijks winst gemaakt en ook vanuit het perspectief van duurzame mobiliteit en klimaat is het huidige model niet langer toekomstbestendig. De bezorgeconomie kan in de toekomst alleen duurzaam opereren via (centrale) afhaalpunten. Dit biedt kansen voor bijvoorbeeld pakketdiensten in buurt en wijkcentra (zie beleid afhalen). Voor de bezorgbedrijven die in de toekomst overblijven zien wij een vergelijkbare driedeling.

- **Pure distributie/bezorging.** Hier is geen sprake van een consument aantrekkende werking. Het is een distributiebeprijf en hoort daarmee thuis op een werklocatie, zoals een bedrijventerrein. Voorbeeld is flitsbezorger Flink of een dark kitchen.
- **Zowel distributie/bezorging als showroom.** Hier is sprake van een gemengd concept. Het zijn winkels, maar de aanzienlijke distributiecomponent kan negatieve ruimtelijke effecten hebben voor een centrumgebied. Deze concepten worden idealiter gefaciliteerd aan de randen van centra waar de infrastructuur de verkeersbewegingen aan kan. Ze horen, vanwege de negatieve ruimtelijke effecten, niet thuis in de kernverblijfsgebieden van binnensteden en grotere winkelgebieden. Aanloopgebieden en radialen zijn wel geschikte opties.
- **Geen/nauwelijks distributie/bezorging.** Hier is sprake van een winkel, die (vanuit de winkel) af en toe iets laat bezorgen. Deze concepten horen thuis in (het hart van) centrumgebieden.

Is er gelegenheid voor consumenten om producten te bekijken (showroom) en/of af te halen?



Figuur 7: Afwegingskader voor afhalen.

3.12 Winkelopeningstijden

Beleidsdoel

Aangezien de Winkeltijdenverordening recentelijk is verruimd, is op dit moment geen aanleiding om het nóg verder te verruimen. We handhaven de huidige regeling.

Begin 2025 is door de gemeenteraad van Almelo de nieuwe Winkeltijdenverordening vastgesteld. Hierin zijn de winkelopeningstijden verruimd. Alle winkels in de gemeente Almelo mogen op zon- en feestdagen open zijn tussen 09.00 uur en 22.00 uur. Specifiek voor winkels in levensmiddelen kan op aanvraag ontheffing worden verleend door het College van Burgemeester en Wethouders. Met deze specifieke ontheffing mogen winkels open tussen 22.00 uur en 06.00 uur op werkdagen. Op zon- en feestdagen kan de ontheffing enkel worden verleend tussen 0:00 en 6:00 uur en tussen 18:00 en 24:00 uur. Voor de ontheffing gelden de volgende voorwaarden:

- a. Het winkelpand ligt in een gebied met gemengde functies;
- b. Er is voldoende parkeergelegenheid bij het winkelpand;

- c. Het winkelpand ligt in of tegen de rand van de binnenstad.
- d. Het College van Burgemeester en Wethouders kunnen voorschriften en/of beperkingen aan de ontheffing verbinden.

In de Winkeltijdenverordening is een nadere toelichting gegeven bij de regels. Vanwege de recente actualisatie van de Winkeltijdenverordening bestaat momenteel geen aanleiding om deze regeling te herzien. Specifiek voor avond/nachtwinkels (zie definitie bijlage) geldt beleidsmatig dat we die willen beperken. Onder grote uitzondering is het toegestaan mits passend binnen de eisen uit de winkeltijdenverordening én als aanvulling dat het winkelpand niet kort ligt bij woonpanden.



3.13 Warenmarkten en ambulante handel

Beleidsdoel

We willen de warenmarkt in de binnenstad van Almelo behouden en waar mogelijk versterken als een terugkerende activiteit, naast andere culturele en sportieve evenementen die eveneens van grote betekenis zijn voor de binnenstad. De ambulante handel dient een positieve aanvulling te zijn op de bestaande winkelgebieden en kwaliteit toe te voegen.

Het aantal standplaatsen in de gemeente wordt gemaximeerd, met vooraf duidelijk bepaalde locaties. Op basis van objectieve en ruimtelijk relevante criteria worden standplaatsvergunningen op gezette tijden en voor een gelimiteerde periode verleend via een puntensysteem. Het standplaatsenbeleid moet op basis van nieuwe jurisprudentie geactualiseerd worden.

3.13.1 Warenmarkt binnenstad Almelo

De warenmarkt in de binnenstad van Almelo is van groot belang voor het functioneren van het centrum, net als andere evenementen en activiteiten die bezoekers trekken en bijdragen aan de levendigheid. Door de huidige structuur en kwaliteit van de ondernemers en kraampjes is de warenmarkt een trekker waar ook winkels en horeca van profiteren. Het is een beleving die zorgt voor gewenste reuring en laat de binnenstad bruisen. Net als andere terugkerende activiteiten draagt de warenmarkt bij aan een divers en aantrekkelijk aanbod voor inwoners en bezoekers. De warenmarkt in Almelo staat echter wel onder druk: zowel het aantal ondernemers als de kwaliteit nemen af, conform landelijke trends. Het aantal kramen is de laatste jaren verminderd. In het analyserapport is de status en toekomst van de weekmarkt uitgebreider beschreven. Voor de warenmarkt hanteren we de volgende uitgangspunten.

- Een goede synergie tussen de warenmarkt, vaste ondernemers en evenementen is van belang.
- Verspreiding van de warenmarkt over meerdere locaties in de binnenstad is onwenselijk, omdat dit de samenhang en trekkracht ondermijnt. Behoud van de kraampjes bij elkaar is uitgangspunt.

- Er dient gekeken te worden naar een betere ruimtelijke opzet van de warenmarkt die enerzijds de compactheid bewaakt, maar tegelijkertijd de looproutes en de relatie met vaste winkels en horeca verbetert. Uitgangspunt is dat de warenmarkt, vaste winkels en horeca via de ruimtelijke opzet meer van elkaars aantrekkingskracht kunnen profiteren. Blokkeren van elkaars looproutes en zichtbaarheid dient zoveel mogelijk voorkomen te worden. Daarbij wordt ook rekening gehouden met de inpassing van andere evenementen in de binnenstad, zodat deze elkaar niet belemmeren maar juist versterken.
- De warenmarkt is een frequent terugkerende trekker voor het centrum van Almelo, met grote meerwaarde voor combinatiebezoek en leefbaarheid. Deze waarde willen we behouden en waar mogelijk versterken. Andere evenementen in de binnenstad zijn even belangrijk voor de reuring en levendigheid. We willen onderzoeken hoe de binnenstad optimaal kan profiteren van de meerwaarde van beide.
- Bovenstaande punten moeten verder worden uitgewerkt in een strategie/actieplan voor de warenmarkt.

3.13.2 Ambulante handel / standplaatsen

Het Standplaatsenbeleid is een apart beleidsdocument waarin regels zijn opgenomen voor de ambulante handel. De ambulante handel dient een positieve aanvulling te zijn op de bestaande winkelgebieden en kwaliteit toe te voegen. Dit betekent dat branchering aan de orde kan zijn en dat kritisch

getoetst wordt op uitstraling en aspecten zoals schoon, heel en veilig. We erkennen de meerwaarde van ambulante handel voor de consumentenverzorging en leefbaarheid. Conform het juridisch kader (zie hierna) liggen er opgaven om het Standplaatsenbeleid te actualiseren.

Juridisch kader ambulante handel

Het Standplaatsenbeleid dient te voldoen aan juridische kaders vanuit onder andere de Dienstenwet en de Europese Dienstenrichtlijn. Dit is nu niet het geval. Daarom is actualisatie noodzakelijk. Samenvattend zijn dit in essentie de volgende kaders:

- De **geldigheidsduur** van (standplaats) vergunningen dient te worden beperkt. Een vergunning voor onbepaalde tijd is juridisch niet toegestaan, omdat anders de markt voor (nieuwe) ondernemers onnodig lang wordt afgesloten. Een standplaatsvergunning wordt dan ook wel een schaarse vergunning genoemd. wel een schaarse vergunning genoemd.
- Bij de geldigheidsduur van de vergunning dient rekening te worden gehouden met een 'passende' beperkte duur. Dit betekent dat bij de looptijd van de vergunning rekening moet worden gehouden met een redelijke **terugverdientijd** van noodzakelijke investeringen voor ondernemers.
- Aangezien er sprake is van schaarse vergunning in aantallen én locaties, dient een objectief, duidelijk en **transparant selectiesysteem** te worden ingericht. Dit dient via één loket raadpleegbaar en behandeld te worden. Hierdoor worden initiatieven coherent en systematisch beoordeeld.
- Deze selectiecriteria dienen primair een **ruimtelijk relevant** (algemeen) belang te dienen. Bovendien moeten ze **objectief en meetbaar** zijn. Subjectiviteit moet voorkomen worden.
- Het opnemen van specifieke **assortimentslijsten** en/of **brancheringseisen** is moeilijk te motiveren vanuit de Dienstenrichtlijn. Harde eisen aan het assortiment of branche zijn juridisch daardoor minder goed houdbaar. Wel zijn er mogelijkheden om initiatieven te beoordelen op kwalitatieve ruimtelijke aspecten, zoals de complementariteit met het bestaande aanbod in een winkelgebied. Brancheren is dus niet onmogelijk, mits je het goed kunt motiveren vanuit dwingende redenen van algemeen belang (noodzakelijkheid) en effectiviteit (evenredigheid).
- Door de beleidswijzigingen is een **overgangsregeling** vereist. Zittende vergunninghouders dienen vroegtijdig geïnformeerd te worden over de wijzigingen, zodat zij niet overrompeld worden.

3.14 Inclusie en duurzaamheid

Beleidsdoel

Onze winkelgebieden moet voor iedereen toegankelijk zijn, ook mensen die minder mobiel zijn of beperkingen hebben. We willen samen met vastgoedeigenaren het winkelvastgoed verduurzamen. Dit verlaagt ook de energierekening van ondernemers. Naast goedkoop discountaanbod, willen we ook meer aanbod dat inzet op hoogwaardige kwaliteit en duurzaamheid. Door te investeren in de ontmoetingsfunctie van de winkelgebieden kan ook de sociale cohesie en leefbaarheid in de wijken vergroot worden.

Inclusie en duurzaamheid zijn belangrijke thema's voor Almelo die ook de detailhandel raken. Veel inwoners hebben te maken met sociaalmaatschappelijke opgaven. Veel inwoners kunnen geen passend werk vinden, de sociale cohesie en het veiligheidsgevoel in de wijken is niet overal op orde en de koopkracht staat onder druk. We staan voor een economie die bloeit, die sociaal rechtvaardig én milieubewust is. Trends in de detailhandel vragen ook om meer aandacht voor deze thema's. Consumenten vinden dit belangrijk. We stimuleren ondernemers die energieefficiënte maatregelen nemen die bijdragen aan het verlagen van de energielasten én bijdragen aan duurzaamheidsdoelen. We vinden het belangrijk dat verantwoord wordt omgegaan met inkoop van producten, met aandacht voor duurzaamheid en kwaliteit. Ook de bevoorrading van winkels kan in veel gevallen slimmer, efficiënter én duurzamer. Minder verkeersbewegingen leveren ook een beter leefklimaat op voor onze inwoners.

Van vastgoedeigenaren wordt verwacht dat ze investeren in betere energielabels voor hun panden. Momenteel hebben 95 van de 187 winkelpanden een energielabel van B of slechter. Van heel veel winkelpanden is het energielabel niet bekend. De ambitie is om meer winkelpanden te verduurzamen naar label A. Dit kan door te investeren in zonnepanelen en isolatie. Cijfers tonen aan dat dit ook positief is voor de verhuurbaarheid en huurwaarde van winkelvastgoed. Het brengt de energielasten omlaag, wat het economisch functioneren ten goede komt.

We willen dat inwoners met een sociaalmaatschappelijke achterstand volwaardig kunnen meedoen in de samenleving. Ook neemt door de vergrijzing de vereenzaming toe. Onze binnenstad, de radialen en de buurt en wijkcentra zijn bij uitstek de locaties waar mensen elkaar ontmoeten. Initiatieven die bijdragen aan de sociale ontmoetingsfunctie en inclusie worden aangemoedigd en gestimuleerd. Denk aan de klets-kassa bij de supermarkt en de combinatie van meerdere activiteiten (naast winkel ook horeca, workshops, activiteiten, etc.).

De winkelconcentraties moeten toegankelijk zijn voor alle doelgroepen, ook mensen met een beperking. Dit betekent dat bij de inrichting van winkelgebieden aandacht moet zijn voor blinden, mensen in een rolstoel en mensen met een rollator of scootmobiel. Drempelloze en duidelijk herkenbare bestrating zijn hiervoor belangrijk.

4 | BELEID PER GEBIED

In dit hoofdstuk zijn de algemene beleidsdoelen uitgewerkt per centrumgebied. Per winkelgebied is een visie gegeven en zijn de (on)mogelijkheden voor detailhandelsinitiatieven genoemd. Het beleidsperspectief bepaalt de ontwikkelingsrichting: versterken, behouden of anders.

4.1 Binnenstad Almelo

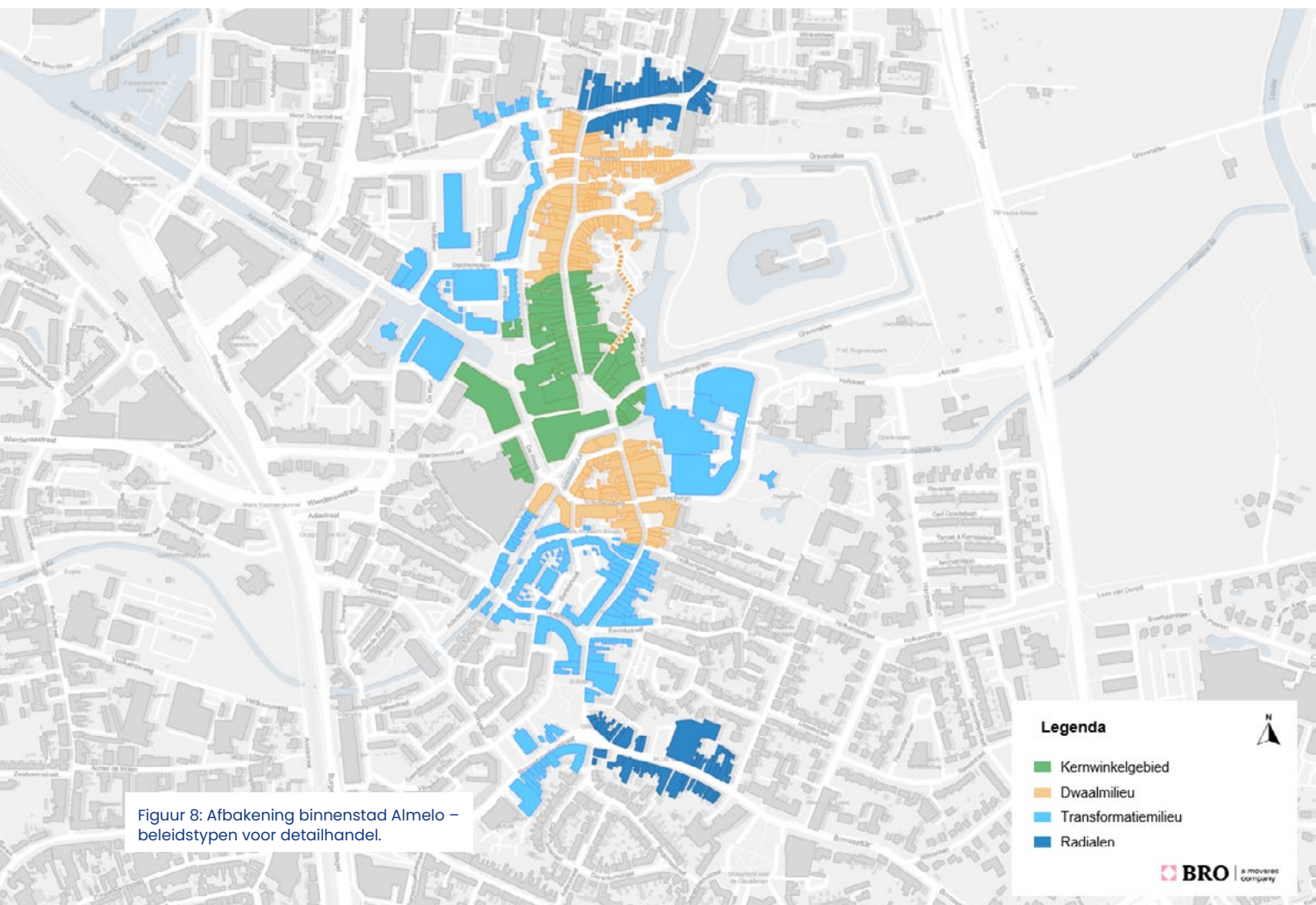
Binnenstad – versterken

De binnenstad heeft al jaren te maken met grote uitdagingen. Toch gaat er ook veel goed en zijn er kwaliteiten. De ambitie is om het tij te keren en de binnenstad verder te versterken. We kiezen voor het verbreden van de functiemix, het versterken van de kwaliteit van (vooral) het recreatief winkelaanbod en dat in een compact winkelgebied.

- **Kernwinkelgebied (groen):** In dit gebied ligt de focus op concentratie van recreatief winkelaanbod. Dit betreft de Compacte Kern en een deel van de Kop van Zuid. Ook voor horeca is in dit gebied ruimte, vooral rond de pleinen. Landelijke winkelketens in combinatie met zelfstandige ondernemers zijn gewenst, met een goede mix tussen laag, midden en hoog segment.
- **Dwaalmilieu (geel):** In dit gebied is het winkelaanbod veel minder dominant. Dit betreft een deel van de Kop van Zuid en het Groot Gravenkwartier. De straten die behoren tot het dwaalmilieu hebben een unieke historische kwaliteit en een eigen DNA. De winkelfunctie mag in deze

gebieden niet groter zijn dan 1/3 van het totale voorzieningenprogramma. Functiemix is leidend.

- **Transformatiemilieu (licht blauw):** In dit gebied is nieuwe detailhandel niet toegestaan. Bestaande winkeliers worden verleid te verplaatsen. In het geval nu nog detailhandel mogelijk is, wordt dit op termijn juridisch gesaneerd. Dit is nodig voor een compact centrum.
- **Radialen (donker blauw):** De Oranjestraat en Bornsestraat hebben een aparte status in de detailhandelsstructuur gekregen. In feite functioneren ze los van de binnenstad voor detailhandel op het gebied van dagelijkse en doelgerichte aankopen. De recreatieve winkelfunctie is niet langer voorzien. Nieuwe initiatieven in de recreatieve sector zijn ongewenst. In het geval nu recreatieve detailhandel mogelijk is, wordt dit op termijn juridisch gesaneerd.



Figuur 8: Afbakening binnenstad Almelo – beleidstypen voor detailhandel.

Legenda

- Kernwinkelgebied
- Dwaalmilieu
- Transformatiemilieu
- Radialen

Toelichting gebiedsindeling

De hiervoor genoemde vier gebiedstypen zijn een concretisering van bestaand beleid, namelijk de gebiedsindeling uit de Koers van de Binnenstad én visie op de openbare ruimte. Op basis van de detailhandelsanalyse volgt dat in de toekomst circa 21.000 – 26.000 m² wvo recreatief winkelaanbod in de gemeente Almelo economisch haalbaar is. Beleidsmatig willen we dit type aanbod zo veel mogelijk concentreren in de binnenstad, namelijk primair in het kernwinkelgebied en (in beperktere mate) het dwaalmilieu. De gekozen afbakeningen zijn qua oppervlak afgestemd op de toekomstige behoefte. Kortom, de gekozen afbakeningen zijn niet alleen logisch vanuit het principe van looproutes, openbare ruimte en het principe van een compact centrum, maar ook vanuit de economische haalbaarheid. De afbakeningen zijn niet té compact, maar ook niet té ruim. Het dwaalmilieu is noodzakelijk om differentiatie in huurprijs te behouden en daarmee ook kleinere zelfstandige (recreatieve winkel) ondernemers een plek te kunnen bieden in de binnenstad. Dit is belangrijk voor de diversiteit en kwaliteit.

Huidige feitelijke situatie versus toekomstig wenselijke situatie

De huidige feitelijke situatie wijkt af van het toekomstige wensbeeld. Er zit nog relatief veel recreatief winkelaanbod in het transformatiemilieu en de radialen. Dit houdt de versnippering van het winkelaanbod in stand. Daar moeten we op termijn vanaf. In het uitvoeringshoofdstuk zijn acties benoemd hoe het wensbeeld kan worden bereikt en hoe wordt omgegaan met bestaande ondernemers en bestaande juridische rechten van vastgoedeigenaren.

Verbreden functiemix en versterken kwaliteit winkelaanbod

- **Versterken van de regionale verzorgingsfunctie**, gericht op Noordwest-Twente. Het aantal inwoners in deze regio groeit aanzienlijk en biedt daardoor economisch veel kansen. Verdere afvloeiing willen voorkomen door inwoners in de regio meer te binden aan de binnenstad voor recreatief winkelen.
- **De transformatieaanpak** buiten kernwinkelgebied en dwaalmilieu continueren we, rekening houdend met de nuances genoemd bij de radialen (zie paragraaf 2.4). Zie het uitvoeringshoofdstuk voor verdere toelichting op de aanpak saneren plancapaciteit.

- **Binnen het kernwinkelgebied en dwaalmilieu** liggen kansen om vastgoed optimaler en multifunctioneler te benutten. De trend blending past hier bij. Dit betekent dat meerdere activiteiten en functies moeten kunnen samenkomen binnen één pand. Dit doen we door vastgoedkundige en juridischplanologische belemmeringen waar mogelijk weg te nemen.
- **Inzet op verbreding van het recreatief winkelaanbod** door te focussen op toevoeging winkelaanbod in het midden en hogere segment. Dit bereiken we door actief formules en ondernemers te werven (actieve acquisitie), door ondernemers in de categorie 'recreatief winkelen' uit de radialen te verleiden te verplaatsen naar het kernwinkelgebied, door juridische mogelijkheden voor recreatief winkelaanbod in de radialen terug te dringen (en nieuwvestiging daar te voorkomen) en de randvoorwaarden en kwaliteit van de binnenstad als geheel op orde te brengen. Het discountaanbod is al ruim vertegenwoordigd en willen we behouden.

Randvoorwaarden brengen we op orde

- **Investeren in betere en professionele samenwerking** tussen gemeente, ondernemers, vastgoedeigenaren en andere stakeholders van de binnenstad. Dit vraagt inzet en betrokkenheid van al deze partijen. We willen namens het collectief één duidelijke kartrekker die kan verbinden en nieuwe energie in de binnenstad kan brengen. Deze kartrekker is het boegbeeld voor een professionele en integrale binnenstadsorganisatie met verschillende projectgroepen, projectleiders en een meerjaren actieplan. De binnenstadsorganisatie moet een representatieve afspiegeling zijn van alle belangen en dient de achterbannen actief te betrekken. Een goede en professionele samenwerking is een voorwaarde voor effectieve uitvoering.
- **Verbeteren van de (auto) bereikbaarheid** Een goede bereikbaarheid en kwantitatief én kwalitatief goede parkeervoorzieningen is essentieel om de regiofunctie te behouden en te versterken. De grootste parkeergarages zijn de belangrijkste bronpunten/entrees voor bezoekers met de auto, die gemiddeld ook het meeste besteden. Deze moeten logisch te vinden zijn, moeten via aantrekkelijke looproutes gekoppeld zijn aan het compacte winkelgebied en moeten kwalitatief in goede/moderne staat zijn. Deze keuze dient meegenomen te worden in het nieuwe mobiliteitsbeleid. Het STOMP principe blijft uitgangspunt.

- **Op orde brengen schoon, heel en veilig.** Men verwacht dat aspecten rond schoon, heel en veilig op orde zijn. Dit betekent aanpak van zwerfvuil, zorgen voor een onderhouden openbare ruimte en aangeharkt groen én een veilige sfeer. Dit laatste kan worden aangepakt in samenwerking met de politie, handhaving en ondernemers. In diverse binnensteden in Nederland zijn succesvolle aanpakken om het veiligheidsgevoel op een positieve manier te verbeteren, bijvoorbeeld door inzet van stadsgidsen.
- **Verbeteren kwaliteit en uitstraling winkelvastgoed.** De Passage en Galerij hebben daarin de grootste opgave. In samenwerking met vastgoedeigenaren werken we een gevelaanpak uit. Vanuit de gemeente stellen we een gevelverbeteringssubsidie in. Vastgoedeigenaren moeten verleid worden te investeren in de kwaliteit en uitstraling van het vastgoed, zodat het vestigingsklimaat versterkt wordt, de verhuurbaarheid verbetert en de gewenste versterking van het recreatieve winkelaanbod kan plaatsvinden.
- **Meer diversiteit in doelgroepen in de binnenstad.** Uit de analyse blijkt dat de binnenstad van Almelo momenteel een relatief hoog aandeel oudere bewoners kent. Voor het creëren van een levendige en bruisende binnenstad is een meer diverse samenstelling van bewoners wenselijk. Deze visie doet voornamelijk aanbevelingen op het gebied van detailhandel, maar benadrukt ook dat de inrichting van de openbare ruimte, evenementen, bereikbaarheid en beleving essentieel zijn om de aantrekkingskracht van het centrum te vergroten. Naast deze randvoorwaarden is het belangrijk dat het woningaanbod gericht is op een brede diversiteit van doelgroepen. In onze woningbouwprogrammering en bij de transformatie van winkelpanden naar wonen zetten we daarom in op het realiseren van meer woonruimte voor deze verschillende doelgroepen. Een betere balans in leeftijdsgroepen draagt bij aan een dynamischer straatbeeld, stimuleert het gebruik van voorzieningen en versterkt de gewenste reuring in de binnenstad.



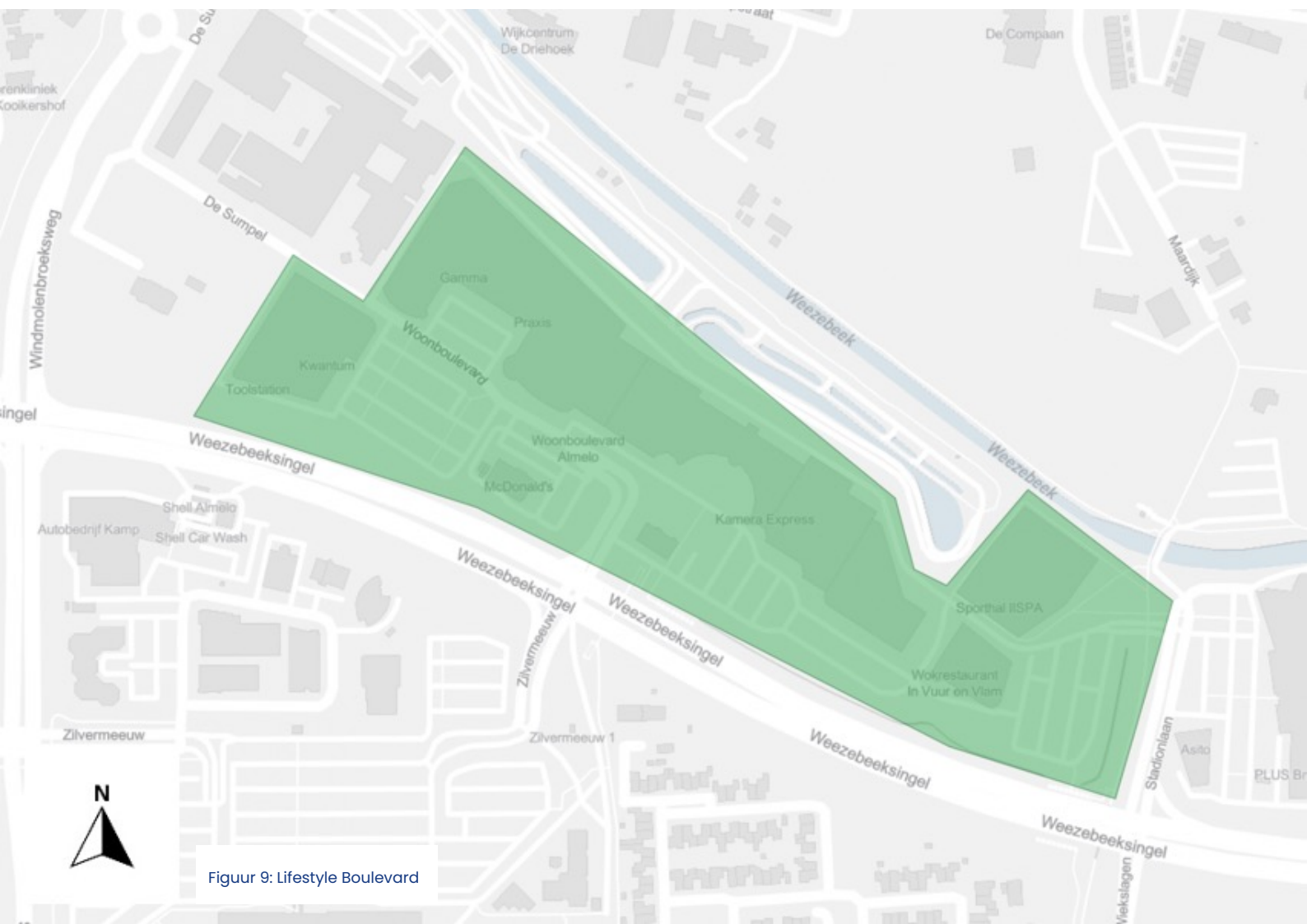
4.2 Lifestyle Boulevard

Perifere concentratie – versterken

De Lifestyle Boulevard is na de binnenstad het grootste winkelgebied van Almelo. De Lifestyle Boulevard geeft invulling aan doelgericht winkelen, met de context van grootschalige winkelunits, een goede bereikbaarheid en ruim en gratis parkeren. Hoewel de Lifestyle Boulevard in de basis een goed toekomstperspectief heeft, mede door de modernisering van het vastgoed, is sprake van veel concurrentiedruk. In Almelo zijn diverse doelgerichte winkels verspreid aanwezig, zoals Intratuin, Kees Smit Tuinmeubelen en diverse woon en keukenzaken. Ook is er plancapaciteit voor een grootschalige bouw en tuinmarkt, die zal worden ingevuld door Hornbach. Daarnaast gaan veel inwoners uit Almelo en omgeving voor het doelgerichte winkelaanbod naar Hengelo en Enschede. Dit zorgt voor veel afvloeiing, wat het economisch functioneren van de Lifestyle Boulevard onder druk zet. De ambitie van deze visie is het perspectief te versterken

door doelgericht winkelaanbod zo veel mogelijk te concentreren op de Lifestyle Boulevard als hét concentratiegebied voor doelgericht winkelen in Noordwest-Twente. De keuzes en acties samenvat (zie ook hoofdstuk 5 voor nadere toelichting).

- Verruiming branchering naar gemeente sportzaken en dibevo. Daarnaast mogelijkheid voor beperkte extra leisure en een sportschool.
- Behouden minimale maat 1.000 m² voor GDV.
- Kritischer beleid ten aanzien van nieuwe solitaire doelgerichte detailhandel, zeker op bedrijven-terreinen.
- Inzet op actieve verplaatsing solitaire doelgerichte detailhandel buiten de detailhandelsstructuur naar Lifestyle Boulevard.
- Saneren ongewenste plancapaciteit buiten de detailhandelsstructuur.



Figuur 9: Lifestyle Boulevard

4.3 De Schelfhorst

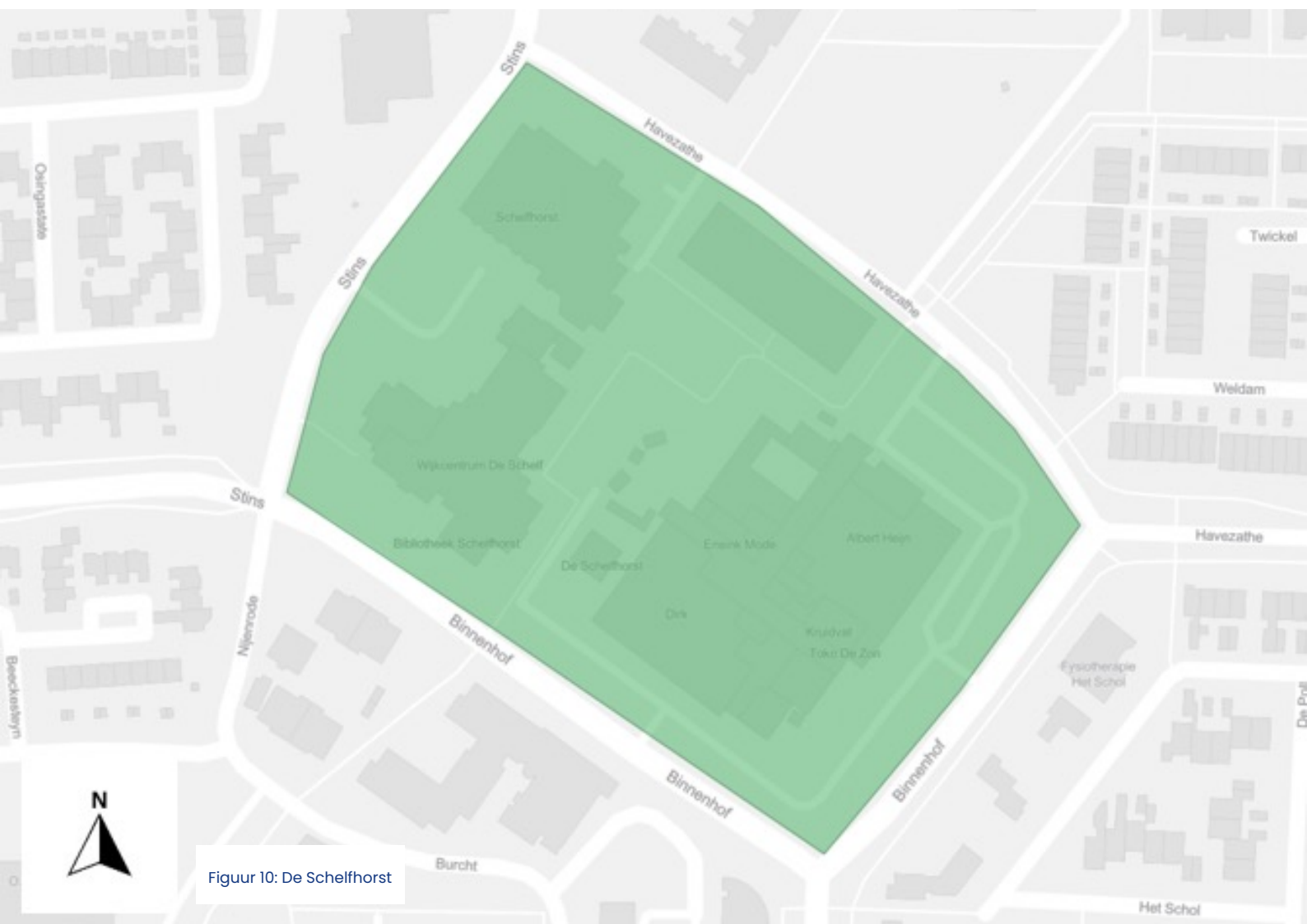
Wijkcentrum groot - versterken

Winkelcentrum de Schelfhorst is een compleet wijk-winkelcentrum met op dit moment twee moderne en complementaire supermarkten: Dirk van den Broek en Albert Heijn. Het overige winkelaanbod focust zich met name op boodschappen doen. Zo is er een bakker, slager en groente/fruitwinkel gevestigd. Daarnaast zijn er verschillende modewinkels gevestigd zoals Zeeman en Ensink Mode. Het winkelgebied ligt centraal in de wijk en rondom zijn ook diverse maatschappelijke voorzieningen geconcentreerd, zoals wijkcentrum De Schelf, een tandarts, een fysiotherapeut en een sporthal. Het winkelgebied trekt ook bezoekers uit omliggende kernen en heeft daardoor een bovenwijkse aantrekkingskracht.

Deze visie voorziet een aanzienlijke versterking van de Schelfhorst. Het winkelcentrum verdient een significante moderniseringsslag. Idealiter gaat dit gepaard met herontwikkeling en een intensivering

van het ruimtegebruik. Er liggen kansen voor toevoeging van woningen. Ook het winkel en voorzieningenaanbod zou versterkt kunnen worden, zodat een nog completer (groot) wijkcentrum ontstaat. Versterking met een derde supermarkt door verplaatsing van een discountsupermarkt elders in Almelo behoort tot de mogelijkheden. Behoud van de brede functiemix en sociale functie is essentieel. Bij herontwikkeling dient ook aandacht te zijn voor een beter verblijfsklimaat, aantrekkelijkere openbare ruimte en vergroening. De goede parkeervoorzieningen, de compacte structuur en synergiewerking dient behouden te blijven.

In de uitvoering moet de visie op de Schelfhorst verder worden uitgewerkt in een masterplan. Dit in samenwerking tussen gemeente, ondernemers en vastgoedeigenaren. Ook de sociaalmaatschappelijke voorzieningen moeten hierin meegenomen worden.



Figuur 10: De Schelfhorst

4.7 Eskerplein



Figuur 14: Eskerplein

Radiaal / Wijkcentrum klein - Behouden

Winkelcentrum Eskerplein e.o. functioneert uitstekend. Met twee complementaire supermarkten, Plus en Lidl, én diverse overige winkels, diensten en horeca ligt een sterke basis. Een substantiële uitbreiding wordt niet voorzien. Initiatieven die bijdragen aan het verbeteren van de kwaliteit zijn mogelijk. Denk bijvoorbeeld aan het moderniseren van de winkelruimte van de supermarkten. Grootste aandachtspunt is de bereikbaarheid. De ontsluiting van het centrale parkeerterrein loopt op piekmomenten vast. In samenspraak met de ondernemers en vastgoedeigenaar wordt opnieuw onderzoek gedaan naar verkeerskundige oplossingsrichtingen om de bereikbaarheid en het parkeren te verbeteren.

4.8 Bornsestraat



Figuur 15: Bornsestraat

Radiaal - Behouden

Het winkelaanbod aan de Bornsestraat concentreert zich vooral rond de supermarkt. Er is sprake van een sterke boodschappenfunctie. Er zijn voorzieningen die doelgericht worden bezocht, vanwege de aanloopfunctie van de Bornsestraat. We willen de boodschappenfunctie van de Bornsestraat behouden. Initiatieven die bijdragen aan deze functie zijn gewenst. Daarnaast willen publieksgerichte functies die doelgericht worden bezocht eveneens behouden. De functie als publieksstraat en historische radiaal moet in tact blijven. Dit is één van de unieke karakters van Almelo die we willen koesteren. De compacte structuur willen we behouden. We zijn terughoudend met transformatie naar wonen in de plint. Juridischplanologische mogelijkheden voor detailhandel in de recreatieve sector worden gesaneerd (zie uitvoering).

4.9 Oranjestraat



Figuur 16: Oranjestraat

Radiaal - Behouden

Mede door de herinrichting en functieverschuiving van de Grotestraat, functioneert de Oranjestraat steeds meer op zichzelf. Ondanks eerder gedacht functioneren de publieksfuncties goed. De leegstand is beperkt. Het succes wordt bepaald door sterke lokale ondernemers, de compacte structuur, aangesloten plint met publieksgerichte voorzieningen, de goede bereikbaarheid en de parkeermogelijkheden (voor de deur). Deze kwaliteiten willen we behouden en versterken. Modernisering van bestaande concepten is mogelijk. Behoud van de functiemix is wenselijk, met uitzondering van winkels in de recreatieve sector. Die willen we in de binnenstad. Transformatie naar wonen in de plint vinden we minder wenselijk, om de uitstraling als voorzieningstraat te behouden. Juridischplanologische mogelijkheden voor detailhandel in de recreatieve sector worden gesaneerd (zie uitvoering).

4.10 Nieuwstraat

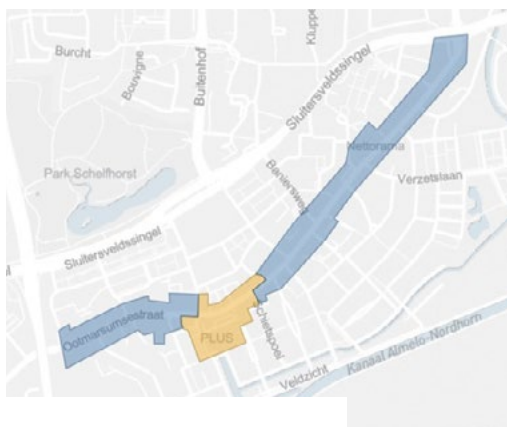


Figuur 17: Nieuwstraat

Radiaal - Anders

Het winkelaanbod aan de Nieuwstraat is versnipperd. Albert Heijn is de grootste supermarkt, met daarnaast diverse doelgroepwinkels, met Kral als grootste trekker. Er zijn diverse doelgerichte winkels, horecazaken en dienstverleners met een multiculturele profiel. Dit willen we behouden en waar mogelijk versterken. Het toekomstperspectief wisselt. We kiezen voor maatwerk per ondernemer/eigenaar. Initiatieven die bijdragen aan het versterken van de publieksfunctie en leefbaarheid zijn gewenst. Beperkte schaalvergroting die resulteert in hogere kwaliteit is denkbaar. Wel dient extra aandacht te zijn voor de ruimtelijkfunctionele effecten op leegstand, aangezien er in kwantitatieve zin sprake is overaanbod (zie analyse). Transformatie naar wonen behoort tot de mogelijkheden. Juridischplanologische mogelijkheden voor detailhandel in de recreatieve sector worden gesaneerd (zie uitvoering).

4.11 Ootmarsumsestraat

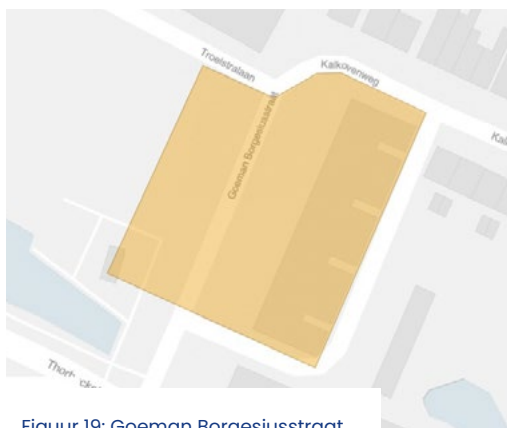


Figuur 18: Ootmarsumsestraat

Radiaal - Anders

Het winkelaanbod aan de Ootmarsumsestraat is versnipperd. Voor de dagelijkse boodschappen zijn (los van het Eskerplein) Nettorama, Aldi en enkele speciaalzaken aanwezig. Daarnaast zijn er winkels, horeca en diensten die doelgericht bezocht worden. Nettorama wordt bezocht door inwoners uit de hele gemeente en daarbuiten. We willen de supermarkt behouden en modernisering behoort tot de mogelijkheden. Aldi functioneert niet optimaal. Idealiter zien we Aldi verplaatsen naar een ander centrumgebied, zoals de Schelfhorst. Transformatie van de achter te laten locatie naar wonen ligt voor de hand. Voor andere ondernemers is het perspectief wisselend. Uitgangspunt van deze visie is maatwerk per ondernemer/eigenaar. Zowel vernieuwing als transformatie is bespreekbaar. Juridischplanologische mogelijkheden voor detailhandel in de recreatieve sector worden gesaneerd (zie uitvoering).

4.12 Goeman Borgesiusstraat

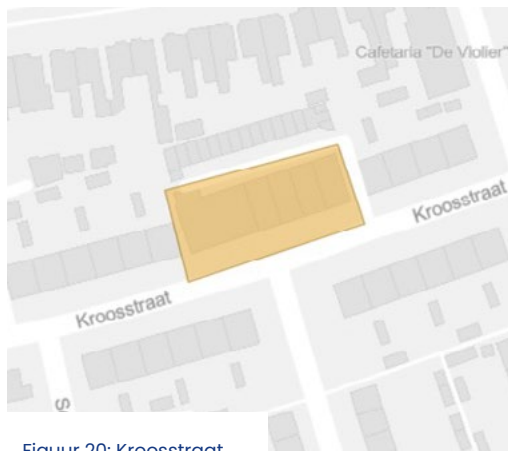


Figuur 19: Goeman Borgesiusstraat

Buurtsteunpunt - Behouden

Buurtsteunpunt Goeman Borgesiusstraat is van oudsher een winkelgebied. Inmiddels is het gebied verkleurd naar een buurtsteunpunt met kleinschalige lokale multiculturele winkels, diensten en horeca. Deze functies voorzien in een lokale behoefte en daarmee de leefbaarheid. Kernkwaliteiten zijn de centrale ligging, goede bereikbaarheid en parkeren. Met de herontwikkeling van de omliggende wijk zal een nieuwe plint aan de overzijde worden gerealiseerd. De publieksfunctie wordt daarmee uitgebreid. Dit is wenselijk voor nietwinkelfuncties ter versterking van de leefbaarheid. Uitbreiding met detailhandel en specifiek een supermarkt is hier niet gewenst. De Maat is hét primaire winkelgebied voor inwoners in de wijk (zie eerder). Na realisatie van de woningbouwplannen bestaat in de toekomst onvoldoende economisch draagvlak voor een extra supermarkt.

4.13 Kroosstraat



Figuur 20: Kroosstraat

Buurtsteunpunt – Behouden

Het uitgangspunt van buurtsteunpunt Kroosstraat is in tegenstelling tot de Goeman Borgesiusstraat minder sterk. Er is geen sprake van een duidelijk profiel en de kwaliteit en uitstraling van het gebied is matig. Ook voor deze voorzieningensstrip geldt dat de functies voorzien in een lokale behoefte en daarmee bijdragen aan de leefbaarheid. Eigenaren worden aangemoedigd de kwaliteit van het vastgoed te verbeteren. We zijn terughoudend met het transformeren naar wonen.

4.14 Deldensestraat

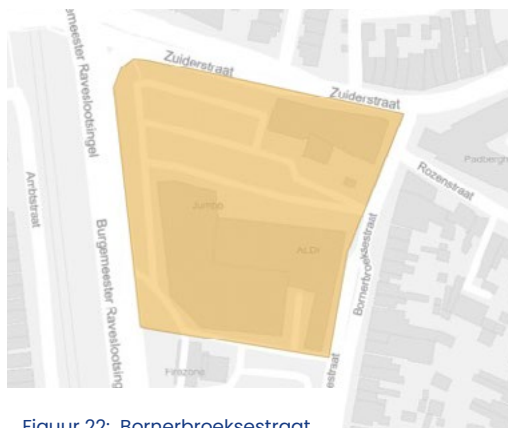


Figuur 21: Deldensestraat

Buurtsteunpunt – Behouden

Buurtsteunpunt Deldensestraat is van oudsher een winkelgebied. Inmiddels is het gebied verkleurd naar een buurtsteunpunt met lokale diensten en horeca. Deze functies voorzien in een lokale behoefte, dragen bij aan de fijnmazigheid van voorzieningen dicht bij huis en daarmee de leefbaarheid. Kernkwaliteiten zijn de centrale ligging, goede bereikbaarheid en de mogelijkheid om voor de deur te parkeren. Behoud van de publieksfunctie is gewenst. Een substantiële uitbreiding met detailhandelsmeters, zoals een supermarkt, is echter niet gewenst. In de wijk wordt ingezet op toevoeging van een modern nieuw buurtcentrum (zie eerder).

4.15 Bornerbroeksestraat

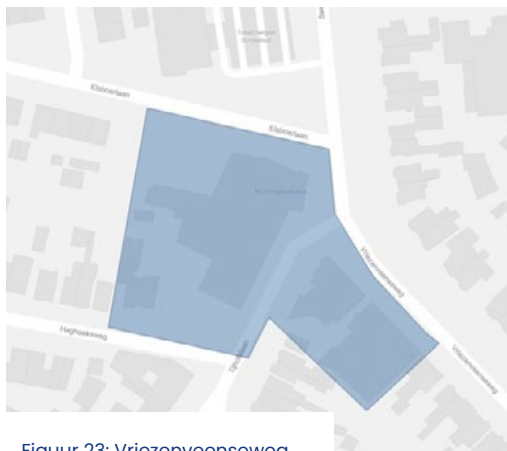


Figuur 22: Bornerbroeksestraat

Solitaire supermarkten – Behouden

De winkelconcentratie aan de Bornerbroeksestraat heeft met Jumbo en Aldi en enkele overige winkels een sterke aantrekkingskracht. De centrale ligging en goede parkeervoorzieningen maakt dat bestedingen uit meerdere wijken worden aangetrokken. Het verzorgingsgebied is daardoor enigszins diffuus. Desalniettemin vervult de concentratie inmiddels een functie voor de consumentenverzorging en keuzemogelijkheden. Behoud van de huidige situatie is uitgangspunt. Substantiële uitbreiding is niet voorzien. Eventuele beperkte uitbreiding van de supermarkten is denkbaar in het kader van het verbeteren van de kwaliteit.

4.16 Vriezenveenseweg

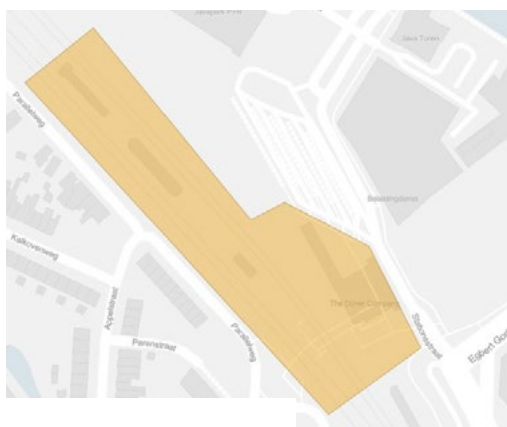


Figuur 23: Vriezenveenseweg

Solitaire supermarkt – Anders

De Plus aan de Vriezenveense weg heeft een verzorgingsfunctie voor inwoners in de directe omgeving. Het heeft van oudsher een buurtverzorgende functie, maar vanwege trends is ook voor Plus optimalisatie van de winkel op termijn wenselijk. Specifiek ligt hier een opgave met betrekking tot parkeren. Er zijn te weinig parkeerplaatsen voor de Plus en de MB supermarkt. Dit leidt tot overlast bij bewoners en ongewenste situaties. Deze visie zet in op relocatie van zowel de Plus als MB supermarkt. Idealiter verdwijnt de detailhandelsfunctie op deze locatie. De aangewezen zoekgebieden Aalanderveld en Indië Almelo/Spoorzone voor een buurtcentrum bieden kansen voor relocatie. Transformatie van de achter te laten panden is kansrijk. Supermarktmeters moeten bij verplaatsing gesaneerd worden.

4.17 Station Almelo

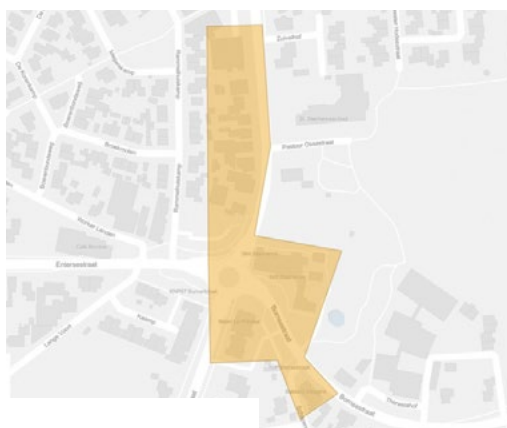


Figuur 24: Station Almelo

Bijzonder winkelgebied – Behouden

Op het station zijn ook enkele publieksfuncties aanwezig die uitsluitend reizigers bedienen. Dit betreft klassieke stationsretail, zoals een Kiosk en horeca. Conform deze visie blijven ondersteunende winkels die voorzien in de behoefte van reizigers mogelijk. Dit past bij de beleidsregels omtrent traflocaties. Een substantiële uitbreiding van het winkelaanbod is niet voorzien.

4.18 Bornerbroek



Figuur 25: Bornerbroek

Dorpscentrum – Behouden

In Bornerbroek zijn enkele publieksvoorzieningen aanwezig in het hart van het dorp. Deze voorzieningen dragen positief bij aan de leefbaarheid, de ontmoetingsfunctie en het lokale DNA. Behoud van deze publieksfuncties is wenselijk. Initiatieven die bijdragen aan de lokale ontmoetingsfunctie in het centrum van Bornerbroek zijn gewenst. Tegelijkertijd is het draagvlak voor uitbreiding met nieuwe winkels beperkt. De kans dat er een supermarkt zich vestigt is klein. Indien een dergelijk initiatief zich voordoet is dat wel bespreekbaar. De komst van een supermarkt in Bornerbroek is immers wel positief voor de leefbaarheid. Andere acties die bijdragen aan een betere centrumbeleving en meer ontmoeten worden aangemoedigd. Denk aan plaatsing van bloembakken, meer samenwerking tussen ondernemers en kleinschalige evenementen.

4.19 Zoekgebied Aalanderveld e.o.

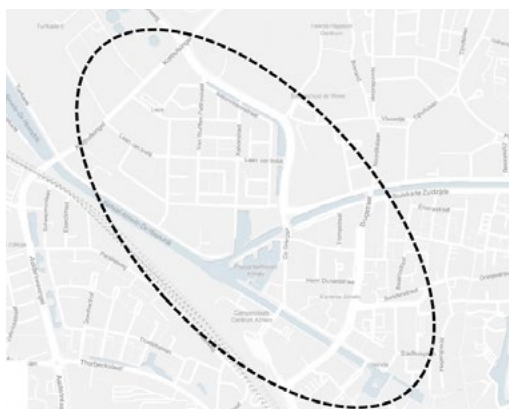


Figuur 26: Zoekgebied Aalanderveld e.o.

Buurcentrum – Anders

Ter hoogte van Aalanderveld komen veel nieuwe woningen. We vinden het belangrijk dat ook deze inwoners binnen loop en fietsafstand toegang hebben tot modern en compleet boodschappenaanbod. Uit de analyse blijkt dat dat er niet alleen in kwalitatieve zin behoefte bestaat aan toevoeging, maar dat er ook voldoende economisch draagvlak is voor verantwoorde toevoeging van boodschappenaanbod. Bijkomend voordeel is dat ook inwoners in Aadorp dicht bij huis toegang krijgen tot een buurtcentrum. Dit kan de afvloeiing naar Vriezenveen mogelijk wat beperken. Uitgangspunt van de nieuwe ontwikkeling is een buurtcentrum, conform de voorwaarden zoals genoemd in figuur 5 en bij voldoende inwoners (minimaal 3.500 inwoners). Zoals aangegeven behoort zowel verplaatsing als nieuwvestiging tot de opties. De exacte locatie is nog niet in beeld en dient nader verkend te worden.

4.20 Zoekgebied Indië Almelo/Spoorzone e.o.

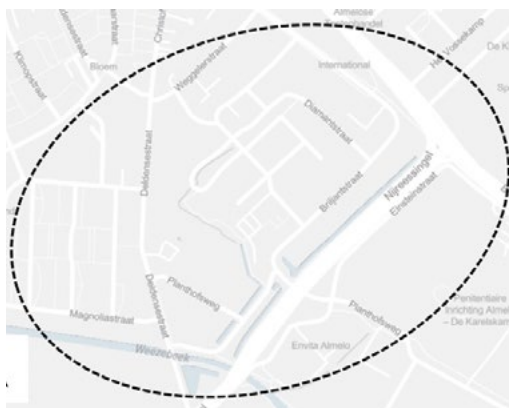


Figuur 27: Zoekgebied Indië Almelo/Spoorzone e.o.

Buurtcentrum – Anders

Ter hoogte van Indië Almelo/Spoorzone komen veel nieuwe woningen, zoals in het Westerdok. Ook met het vertrek van de Coop in het centrum hebben inwoners in het noordelijke deel van de binnenstad geen toegang meer tot een volwaardige supermarkt binnen aanvaardbare reistijd. De combinatie van deze ontwikkelingen resulteert in een duidelijke kwantitatieve en kwalitatieve behoefte voor toevoeging van een buurtcentrum. Uitgangspunt van de nieuwe ontwikkeling is een buurtcentrum, conform de voorwaarden zoals genoemd in figuur 5. Zoals aangegeven behoort zowel verplaatsing als nieuwvestiging tot de opties. De exacte locatie is nog niet in beeld en dient nader verkend te worden. Bereikbaarheid vanuit het gehele verzorgingsgebied verdient in dit gebied extra aandacht bij nadere locatiekeuze.

4.21 Zoekgebied Het Weggeler e.o.



Figuur 28: Het Weggeler e.o.

Buurtcentrum – Anders

Het zuidoostelijke deel van Almelo is het enige deel van de stad waar geen buurt of wijkcentrum aanwezig is. De keuzemogelijkheden dicht bij huis op het gebied van de dagelijkse boodschappen zijn voor deze inwoners relatief beperkt. Lidl vervult momenteel een belangrijke functie voor dit deel van Almelo. Er is hier zowel kwantitatief als kwalitatief behoefte aan een nieuw buurtcentrum. Uitgangspunt van de nieuwe ontwikkeling is een buurtcentrum, conform de voorwaarden zoals genoemd in figuur 5. Zoals aangegeven behoort zowel verplaatsing als nieuwvestiging tot de opties. De exacte locatie is nog niet in beeld en dient nader verkend te worden. Het voorkeursscenario gaat uit van verplaatsing en modernisering van de bestaande discountsupermarkt. Bij verplaatsing dient de achter te laten locatie getransformeerd te worden.

5 | UITVOERING

In dit hoofdstuk zijn de belangrijkste uitvoeringsacties benoemd en uitgewerkt. De vorige hoofdstukken gaan over het 'wat'. Dit hoofdstuk gaat over het 'hoe'.

5.1 Aanpassen omgevingsplan / BOPA

Deze detailhandelsvisie niet juridisch bindend. Het is een toetsingskader waar nieuwe initiatieven aan getoetst worden. Om beleid juridisch bindend te maken, is één van de belangrijkste stappen het aanpassen van het omgevingsplan.

Dit gebeurt enerzijds proactief door de gemeente zelf en anderzijds op basis van initiatieven die uit de markt komen (reactief). Voor dit laatste wordt veelal ook de buitenplanse omgevingsplanactiviteit (BOPA) toegepast. Het is een term die gebruikt wordt in het kader van de Omgevingswet en verwijst naar een activiteit die in strijd is met het geldende omgevingsplan, maar waarvoor een omgevingsvergunning kan worden verleend. Hierna gaan we in op de wijzigingen die de gemeente Almelo proactief gaat oppakken na vaststelling van deze detailhandelsvisie.

5.1.1 Voorzienbaarheid

Deze detailhandelsvisie creëert juridische voorzienbaarheid. Voorzienbaarheid, in juridische context, verwijst naar de mate waarin de gevolgen van het aanpassen van het omgevingsplan redelijkerwijs te voorspellen zijn. Het is een belangrijke factor in het voorkomen van nadeel compensatie (voorheen planschade). Er gelden juridisch drie criteria die we middels deze detailhandelsvisie geborgd hebben.

- Uitspraken ten aanzien van waar wel/geen detailhandel is toegestaan (in de toekomst) moeten voldoende concreet zijn beschreven.
- Uitspraken ten aanzien van waar wel/geen detailhandel is toegestaan moet kenbaar zijn gemaakt (openbaar én gepubliceerd).
- Uitspraken moeten duidelijk en begrijpelijk zijn beschreven.

Voorzienbaarheid geldt zowel voor vastgoedeigenaren die een pand wensen aan te kopen (actieve risicoaanvaarding) als bestaande vastgoedeigenaren (passieve risicoaanvaarding). Circa 1,5 jaar na kenbaar maken van deze detailhandelsvisie kan detailhandel worden gesaneerd zonder planschade. Eerder is ook mogelijk, maar dan bestaat het risico op nadeelcompensatie. De periode van 1,5

jaar na kenbaar maken van deze detailhandelsvisie kan worden benut om juridische regels vorm te geven en de aanpassing van het omgevingsplan (op onderdelen) voor te bereiden alvorens dit wordt vastgesteld.

5.1.2 Saneren juridische mogelijkheden supermarkten

Op dit moment wordt op veel plekken detailhandel in de breedte toegestaan onder de volgende definitie: "het bedrijfsmatig te koop aanbieden, waaronder begrepen de uitstalling ten verkoop, het verkopen en/of leveren van goederen aan personen die goederen kopen voor gebruik, verbruik of aanwending anders dan in de uitoefening van een beroeps of bedrijfsactiviteit".

Conform deze visie willen we als gemeente meer grip op de locaties waar wel/geen supermarkten zich mogen vestigen, zowel binnen als buiten bestaande winkelgebieden met een algemene detailhandelsmogelijkheid. Om dit te bereiken wordt het omgevingsplan op termijn aangepast door enerzijds de functiemogelijkheden in de regels aan te scherpen conform de volgende strekking: "detailhandel, met uitzondering van supermarkten".

Het begrip 'supermarkt' moet dan nader worden gedefinieerd, conform de definitie zoals opgenomen in de bijlage van deze visie. Dit komt neer op het volgende: "Een winkel met een breed en volwaardig boodschappenassortiment, van 600 m² winkelverkoopvloeroppervlakte (wvo) of meer". Het wvo kan worden gedefinieerd conform de definitie van Locatus: "Het oppervlak van een (winkel) unit dat voor het publiek vrij toegankelijk is, dan wel zichtbaar is, inclusief de ruimten die direct met de verkoop of het uitvoeren van diensten samenhangen".

Anderzijds moeten de locaties waar supermarkten momenteel aanwezig zijn (van 600 m² vwo of meer) specifiek worden aangeduid. In feite wordt dan de bestaande feitelijke situatie gecontinueerd, maar bij nieuwe initiatieven is er altijd een BOPA of wijziging omgevingsplan nodig. Dit betekent dat de gemeente altijd een afwegingsmoment heeft en dus meer grip (en zicht) heeft op supermarktontwikkelingen.

5.1.3 Verplaatsing en fasering supermarkten

In deze visie zijn drie nieuwe zoekgebieden aangegeven voor nieuwe buurtcentra, met per buurtcentrum één moderne volwaardige supermarkt. Om de uitbreiding van supermarktmeters te beperken is het wenselijk dat deze locaties worden ingevuld door verplaatsing van bestaande supermarkten uit Almelo. Voorwaarde voor verplaatsing is dan wel dat de achter te laten detailhandelsters worden gesaneerd. Nieuwvestiging blijft echter ook bespreekbaar, omdat de vestiging van een supermarkt dicht bij huis uiteindelijk in het belang is voor de inwoners.

Een zoekgebied betekent dat de exacte locatie nog niet in beeld is. Dit dient nader uitgezocht te worden. Daarbij dient ook rekening gehouden te worden met andere ruimtelijke aspecten, zoals stedenbouwkundige inpassing, bereikbaarheid en parkeren. Het is belangrijk dat actief nagedacht wordt over een goede plek vanuit het algemeen belang. Voordat een supermarkt en andere voorzieningen, in het functieprofiel van een buurtcentrum, zich feitelijk kan vestigen, moeten er wel nieuwe woningen zijn. Fasering is daarbij van belang. Als je een nieuw buurtcentrum bouwt voordat er nieuwe woningen zijn, zal het niet functioneren en/of zijn de effecten op bestaande winkelgebieden negatief. Dit moet voorkomen worden. Voor een goed functionerend buurtcentrum is een bepaald draagvlak aan inwoners essentieel. Uitgangspunt daarbij is dat een buurtcentrum pas rendabel en leefbaar kan opereren bij een minimale bewonersomvang van circa 3.500 extra inwoners. Idealiter groeit dit draagvlak door naar ongeveer 7.500 inwoners, waarmee een robuuste basis ontstaat voor een breed aanbod aan dagelijkse voorzieningen.

5.1.4 Saneren juridische mogelijkheden detailhandel radialen

Deze visie zet in op een compact recreatief winkelhart in de binnenstad. Dit betekent dat nieuwe initiatieven die passen binnen het brancheprofiel van 'recreatief winkelen' moeten landen in het compacte winkelhart. Één van de instrumenten die gemeente Almelo gaat inzetten is het juridisch beperken/terugdringen van 'recreatief winkelaanbod' in de radialen. De volgende branches en assortimentsgroepen behoren tot het recreatief winkelaanbod en worden uitgesloten: huishoudelijke artikelen, kleding, schoenen, luxe, sport, speelgoed, media en hobby.

Op dit moment zijn er in de radialen nog diverse winkelpanden in gebruik door ondernemers in de hiervoor genoemde branches die we willen uitsluiten. We benadrukken dat bestaande ondernemers in de radialen niet weg moeten. Deze visie en deze aanscherping van de regels heeft vooral als doel verdere uitbreiding en nieuwvestiging van recreatief winkelaanbod in de radialen te voorkomen. We gaan uit van een natuurlijk uitsterf beleid en geleidelijke krimp van het recreatieve winkelaanbod in de radialen, ten gunste van het kernwinkelgebied in de binnenstad. Hierdoor maken we onderscheid tussen:

- Panden die momenteel niet in gebruik zijn met recreatief winkelaanbod: op deze locaties kunnen na de voorzienbaarheidstermijn van 1,5 jaar de juridische mogelijkheden voor recreatief winkelaanbod gesaneerd worden.
- Panden die momenteel wel in gebruik zijn met recreatief winkelaanbod: op deze locaties zullen via specifieke aanduidingen de mogelijkheden voor recreatief winkelaanbod behouden blijven. Wél wordt een uitsterfregeling opgenomen, waarin wordt aangegeven dat de juridische mogelijkheid voor recreatief winkelaanbod per rechtswege automatisch vervalt indien het pand gedurende één jaar niet wordt gebruikt door een ondernemer in de recreatieve sector.

5.1.5 Aanscherpen regels nevenassortiment

Zoals in deze visie is aangegeven wordt streng omgegaan met regels omtrent nevenassortimenten. Bestaande mogelijkheden omtrent maximale percentages en maatvoering blijven gehandhaafd. Voor nieuwe initiatieven wordt aangesloten bij de uitgangspunten van deze visie. Wél wordt het 'strijdig gebruik' actief en overal proactief aanscherpt voor alle locaties in de periferie waar dit relevant is. Onder strijdig gebruik verstaand we branches en artikelgroepen die nietvolumineus zijn en in de regel primair in de reguliere winkelgebieden te vinden zijn, namelijk winkels/artikelen in de sectoren dagelijks en recreatief winkelen. Denk aan levensmiddelen, artikelen op het gebied van persoonlijke verzorging, (modische) kleding en schoenen, sieraden, speelgoed en media.



5.2 Ladder voor duurzame verstedelijking

Indien sprake is van een nieuwe stedelijke ontwikkeling is het doorlopen van de Ladder voor duurzame verstedelijking verplicht. De Ladder is een middel om ervoor te zorgen dat nieuwe stedelijke ontwikkelingen doordacht en duurzaam zijn, en dat er geen onnodige ruimte wordt verspild.

In geval van detailhandel gaat het vooral om het voorkomen van onaanvaardbare leegstand en het stimuleren van positieve effecten op de detailhandelsstructuur en consumentenverzorging. Figuur 28 is een afwegingskader hoe de aanvaardbaarheid van eventuele leegstand bepaald kan worden. Verder dient in de Laddertoets rekening gehouden te worden met deze detailhandelsvisie en eventueel ander relevant beleid.

Het aantonen van de behoefte en aanvaardbaarheid van de effecten is een taak van de initiatiefnemer. De Laddertoets is meestal ook het middel om

een principe uitspraak te krijgen van de gemeente of wel/geen medewerking wordt verleend met het initiatief. In het geval gekozen wordt het initiatief te honoreren en dus medewerking te verlenen aan het wijzigingen van het omgevingsplan of het verlenen van een BOPA zal de taakverdeling van relevante onderzoeken (ETFAL) in samenspraak gaan tussen gemeente en initiatiefnemer. Benadrukt moet worden dat uiteindelijk het bevoegd gezag (de gemeente) eindverantwoordelijk.

5.3 Investeren in samenwerking

Eén van de belangrijkste voorwaarden voor vitale centrumgebieden is een goede samenwerking tussen gemeente, ondernemers, vastgoedeigenaren en alle andere stakeholders van een centrumgebied.

Tijdens de participatie van deze detailhandelsvisie is gebleken dat de samenwerking in veel winkelgebieden ondermaats is, zowel in de binnenstad als de buurt en wijkcentra. Er ligt een gezamenlijke opgave om de samenwerking te verbeteren. Gemeente Almelo kan en wil daarin graag een actieve rol in spelen. Hierna een paar praktische uitgangspunten en overwegingen die in de uitvoering verder worden opgepakt om de samenwerking te verbeteren.

→ **Creëer een gevoel van betrokkenheid, trots en eigenaarschap:** Elke binnenstad heeft mensen die zich willen inzetten voor het gemeenschappelijk doen of alleen bezig zijn met het eigen belang. Opgave ligt in het identificeren van lokale betrokken mensen die zich (nog) meer willen inzetten voor het algemeen belang van

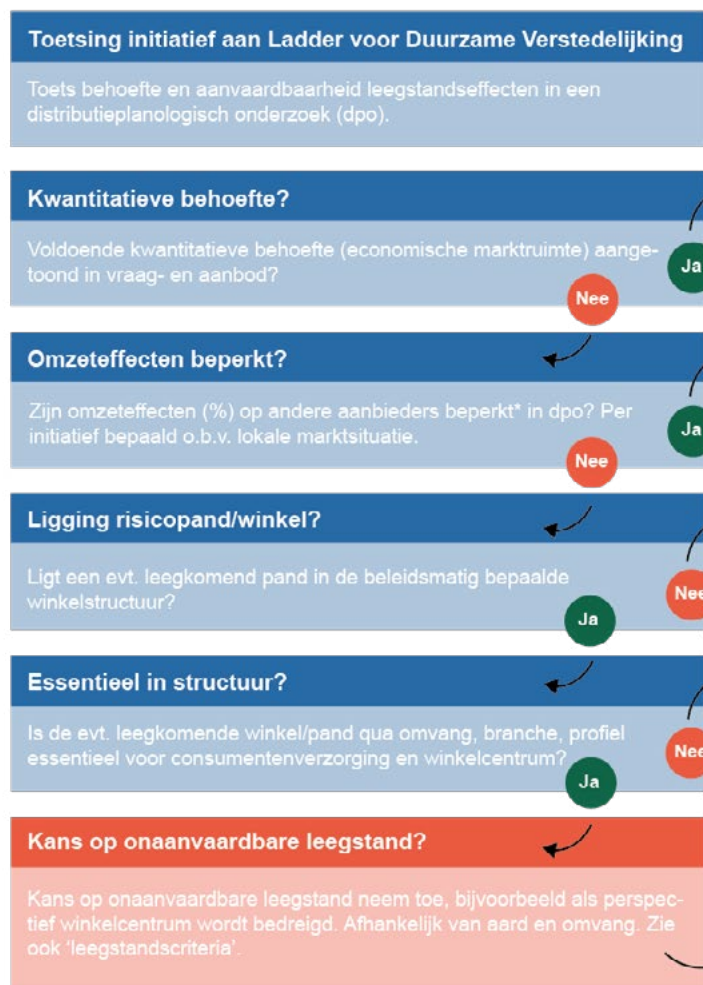
het centrum. Dit zijn de mensen die, samen met het boegbeeld, onderdeel zijn van een goed lopende en professionele centrumorganisatie.

→ **Actieprogramma Koers van de Binnenstad:** De Koers van de binnenstad biedt een mooie basis als stip op de horizon. Het doorpakken op deze koers samen met alle partijen van de binnenstad is een kans om het gevoel van 'samen' te versterken. Een goed actieprogramma is dan noodzakelijk om te voorkomen dat men het er vaart als het zoveelste beleidstraject. Belangrijk is daarom dat er een concreet actieplan moet worden opgesteld met daarin afspraken over duidelijke acties, meerjarige investeringen en wie doet wat. De uitvoeringstabel hierna is een eerste stap.

→ **Organisatiestructuur:** Alleen als het voorgaande op orde is, kan nagedacht worden over een nieuwe optimale organisatiestructuur voor de B.V. Binnenstad. Te vaak wordt eerst vanuit de organisatiestructuur nagedacht, terwijl dit zonder intrinsieke urgentie en passie voor samenwerking van onderop niet kan functioneren. Idealiter draagt elke partij uiteindelijk zijn steentje bij en is er sprake van een evenwichtige vertegenwoordiging in het bestuur én in financiële middelen. Dit komt meestal vooral vanuit de gemeente, ondernemers en vastgoedeigenaren. De BIZ is een middel om structureel geld op te halen bij ondernemers en vastgoedeigenaren om acties te financieren. BIZ staat voor Bedrijveninvesteringszone. In Almelo is er een ondernemers BIZ genaamd: Centrum Almelo Aktief. Ondernemers in de BIZ betalen een bijdrage om gezamenlijke activiteiten en voorzieningen te financieren. Idealiter is er in de toekomst ook een BIZ vastgoed, zodat ook de vastgoedeigenaren meebetalen.

→ **Korte en lang termijn doelen en acties:** De opgaven in de binnenstad zijn groot. Om samenwerking succesvol te laten zijn is het noodzakelijk dat successen bereikt én gevierd worden. Het is daardoor belangrijk om zowel korte en lange termijn doelen en acties te schetsen, van groot tot klein. Men moet het gevoel krijgen dat er écht iets gebeurt. Dat geeft ook weer nieuwe energie om aan te haken op nieuwe acties. Zo ontstaat een positief sneeuwbal effect.

De bovenstaande punten gelden in principe voor alle winkelgebieden. Uiteraard vraagt de binnenstad gezien de opgaven en omvang meer aandacht dan de andere winkelgebieden. Desalniettemin is een goede samenwerking in de buurt en wijkcentra waar kansen liggen voor herontwikkeling wel een voorwaarde om aan de slag te kunnen gaan.



Toets leegstand

op aanvaardbaarheid bij winkelinitiatief

BRO Ruimte. Mensen. Toekomst.

Geen leegstand verwacht

In theorie voldoende omzet te behalen voor alle aanbieders. Leegstand wordt niet verwacht. Mogelijkheid bestaat dat verouderde winkel verdwijnt, deels autonoom proces.

Geen leegstand verwacht

Beperkt omzetteffect is ondernemersrisico. Leegstand wordt niet verwacht.

Vermoedelijk aanvaardbare leegstand

Leegstand als gevolg van concurrentie is geen juridisch relevante leegstand. Incidentele leegstand op bedrijventerreinen of solitaire locaties is in jurisprudentie doorgaans aanvaardbaar. Zie ook 'leegstandscriteria'.

Vermoedelijk aanvaardbare leegstand

Incidentele leegstand is doorgaans aanvaardbaar. Zie ook 'leegstandscriteria'.

Leegstandscriteria

Geen uitsluitende jurisprudentie over aanvaardbaarheid leegstand. Hangt o.a. af van structurele aard en omvang en of sprake is van incidentele of structuurverstorende relevante leegstand. Afwegingscriteria zijn:

- Aantal, hoeveelheid en ligging risicopanden.
- Bestaande leegstand in omgeving risicopanden.
- Pand- en locatie-eigenschappen voor soortgelijke of andere functie (t.b.v. herinvulling).
- Planologische mogelijkheden panden (t.b.v. herinvulling).

*Er is geen 'vaste cijfermatige grens' wanneer omzetteffekten tot leegstand kunnen leiden en verschilt per geval en lokale situatie.

Figuur 29: Afbakening compact kernwinkelgebied binnenstad Almelo.

5.4 Tussentijdse herijking en monitoring

Detailhandelsvisie maak je voor de lange termijn, circa 10 jaar. Trends en ontwikkelingen vragen echter meestal voor partiële herziening of bijsturing van beleidskeuzes. Het is daardoor aan te bevelen de belangrijkste beleidsdoelen jaarlijks te monitoren op voortgang in combinatie met de tabel met uitvoeringsacties. Wordt daadwerkelijk uitgevoerd? Is de uitvoering effectief in relatie tot de doelen? Een (partiële) herijking van de detailhandelsvisie na 5 jaar is voorzien.

5.5 Handhaving

Het sluitstuk in de uitvoering van deze visie is handhaving. Handhaving ziet er op toe dat juridische regels, zoals bijvoorbeeld vastgelegd in het omgevingsplan of in de BOPA, daadwerkelijk worden nageleefd door ondernemers en vastgoedeigenaren. Gemeente Almelo heeft echter geen ongelimiteerde capaciteit binnen handhaving. Wel is de gemeente verplicht te handhaven indien zij van een overtreding op de hoogte raakt. Ondernemers, vastgoedeigenaren en andere burgers altijd een handhavingsverzoek indienen als (vermeende) illegale activiteiten plaatsvinden.



Doel	Project/actie/maatregel	Trekker(s)	Kostenind.	Planning
Binnenstad Almelo				
Versterken samenwerking	Professionaliseren samenwerking binnenstad	Gemeente, Centrummanagement (CM), eigenaren	Personele inzet	2026-2030
	Verlengen BIZ ondernemers (loopt eind 2026 af)	Gemeente en CM	Personele inzet	2026
	Vastgoedeigenaren samenbrengen (verkennen) én uiteindelijk oprichten BIZ vastgoed	Gemeente, CM, eigenaren	Personele inzet	2026
	Continuering één aanspreekpunt/trekker gemeente	Gemeente	Personele inzet	2026
Meer kwaliteit en compacte kern	Actualiseren BIDbook / uitwerken deelgebieden / wervende brochure binnenstad en deelgebieden	CM, gemeente, eigenaren	Personele inzet	2026
	Opstellen horecabeleid	Gemeente, CM, ondernemers, eigenaren		
	Actieve acquisitie aantrekken nieuwe ondernemers (conform BIDbook)	CM, eigenaren	Personele inzet	2026
	Continueren en versterken citymarketing	CM, gemeente	NB	2026-2030
	Gesprekken ondernemers buiten kernwinkelgebied > verplaatsingskansen inventariseren	CM, gemeente	Personele inzet	2026
	Aanpassen omgevingsplan > saneren plancapaciteit detailhandel buiten compacte kern	Gemeente, CM	Personele inzet	2026-2027
	Subsidieregeling stimuleringsfonds binnenstad continueren en budget vergroten	Gemeente, provincie	NB	2026-2030
Verbeteren ruimtelijke kwaliteit	Vernieuwing vastgoed kernwinkelgebied	Eigenaren	NB	2026-2030
	Doortrekken vernieuwing openbare ruimte kernwinkelgebied (conform visie openbare ruimte binnenstad)	Gemeente	NB	2026-2030
	Verkennen optimale synergie warenmarkt, winkel, horeca en andere evenementen	Gemeente, weekmarkt	Personele inzet	2026
	Investeren bereikbaarheid en parkeren (conform mobiliteitsbeleid gemeente, STOMPprincipe)	Gemeente	NB	2026-2030
Betere balans in de leeftijds-groepen	Beter in balans brengen van de leeftijdsroepen die woonachtig zijn in de binnenstad	Gemeente	NB	2026-2030
Buurt en wijkcentra en buurtsteunpunten				
Toevoegen buurtcentra (3x)	Locatiestudie buurtcentra > bepalen geschikte/gewenste locaties (3x)	Gemeente	Personele inzet	2026
Herontwikkeling Schelfhorst	Planvorming herontwikkeling > aanpassen woonbeleid	Eigenaren, ondernemers, gemeente	Personele inzet	2026
Herontwikkeling Aalderinkshoek / De Maat	Planvorming herontwikkeling > aanpassen woonbeleid	Gemeente, eigenaren, ondernemers	Personele inzet	2026

Tabel 2: Projecten, acties en maatregelen

Schaalvergroting supermarkten	Modernisering, schaalvergroting en/of relocatie supermarkten t.b.v. leefbaarheid	Ondernemers	Personele inzet	2026-2030
Juridischplanologisch reguleren supermarkten	Aanpassen omgevingsplan > saneren plancapaciteit supermarkten > specifiek aanduiden	Gemeente	Personele inzet	2026-2028
Versterken Kerkelanden	Als onderdeel van wijkvernieuwing Kerkelanden, moderniseren buurtstrip	Gemeente	Personele inzet	2026-2028
Afbouwen winkelfunctie Vriezenveenseweg	Gesprekken voeren ondernemers > relocatie > aanpassen omgevingsplan > saneren detailhandel	Gemeente		
Bereikbaarheid Eskerplein	Met ondernemers en eigenaren in gesprek over uitrit	Gemeente		
Radialen				
Beperken recreatieve winkelfunctie	Aanpassen omgevingsplan > saneren plancapaciteit recreatief winkelaanbod	Gemeente	Personele inzet	2026-2028
Maatwerk	Afhankelijk van wat een ondernemer/eigenaar wenst, meedenken in mogelijkheden	Ondernemers, eigenaren, gemeente	Personele inzet	2026-2030
Perifere detailhandel				
Concentratie Lifestyle Boulevard	Aanpassen omgevingsplan > saneren onbenutte plancapaciteit detailhandel solitaire locaties	Gemeente	Personele inzet	2026-2028
	BOPA > indien sport, kamperen, dibevo, leisure zich wil vestigen	Ondernemers, eigenaren, gemeente	Personele inzet	2026-2030
	Verplaatsingen stimuleren > verplaatsingssubsidie ondernemers perifere detailhandel	Gemeente	€ 50.000, max € 10.000 per ondernemer	2026-2030
Beperken detailhandel op bedrijventerreinen	Aanpassen omgevingsplan > saneren onbenutte plancapaciteit detailhandel solitaire locaties	Gemeente	Personele inzet	2026-2028
	Aanpassen omgevingsplan > ondergeschikte detailhandel bij groothandel uitsluiten	Gemeente	Personele inzet	2026-2028
	Verplaatsingen stimuleren > verplaatsingssubsidie ondernemers perifere detailhandel	Gemeente	€ 50.000, max € 10.000 per ondernemer	2026-2030
Complementariteit binnenstad versterken	Handhaven van illegale detailhandelsactiviteiten in de periferie	Gemeente	Personele inzet	2026-2030
Overige thema's				
Ambulante handel	Actualiseren standplaatsenbeleid	Gemeente, CVAH	Personele inzet	2026
Horeca	Opstellen horecabeleid		Pm	2026-2027
	Actualiseren evenementenbeleid		Pm	
Monitoring	Monitoring belangrijkste beleidsdoelen en acties op voorgang en effectiviteit (jaarlijks)	Gemeente	Personele inzet	2026-2027
	Herijking detailhandelsvisie (na circa 5 jaar)	Gemeente	€ 50.000	2030

Tabel 2 (vervolg): Projecten, acties en maatregelen

An aerial photograph of the town of Almelo, Netherlands, with a blue color overlay. The image shows a dense residential area with many houses, a large church with a tall spire in the upper left, and a road running through the center. The text 'BIJLAGEN' is overlaid in large white letters at the bottom.

BIJLAGEN

Bijlage 1 Definities

Avond/nachtwinkel

Winkel die in de avonduren of in de nacht open is en daarmee een ontheffing heeft conform de voorwaarden van de Winkeltijdenverordening op de reguliere winkelopeningstijden, met als belangrijkste:

- Het winkelpand ligt in een gebied met gemengde functies;
- Er is voldoende parkeergelegenheid bij het winkelpand;
- Het winkelpand ligt in of tegen de rand van de binnenstad.

Beroep aan huis (beroeps of bedrijfsactiviteit)

Een beroeps of bedrijfsactiviteit, waarvan de activiteit in hoofdzaak niet publieksaantrekkelijk is en die op kleine schaal in een woning en/of de vrijstaande bijbehorende bouwwerken wordt uitgeoefend, waarbij de woning in overwegende mate haar woonfunctie behoudt en de desbetreffende activiteit een ruimtelijk uitstraling heeft die in overeenstemming is met de woonfunctie.

Bestedingspotentieel

Totaal aan toonbankbestedingen in winkels die door de inwoners van een bepaald gebied gedaan kunnen worden. Gebaseerd op inwoneraantal en gemiddelde (landelijke) netto omzet per hoofd van de bevolking.

Blurring/blending

Blurring gaat puur over het vermengen van detailhandel of diensten met alcohol schenken. Hier zijn vanuit de Alcoholverwet voorwaarden aan verbonden. Blending gaat over het vermengen van functies in de breedte, zoals detailhandel met diensten, evenementen, koffieschenken, etc.

Boerderijwinkel

Een kleinschalige winkel bij een agrarisch bedrijf bestaande uit ondergeschikte detailhandel van op het eigen bedrijf of in de directe omgeving geproduceerde agrarische producten alsmede van op het eigen bedrijf of in de directe omgeving op andere agrarische bedrijven bewerkte agrarische producten.

Centrum/winkelgebied

Op basis van de definitie van Locatus is sprake van een centrum/winkelgebied vanaf 5 publieksfuncties die min of meer aaneengesloten liggen. De centrum/winkelgebieden die behoren tot de gewenste toekomstige hoofdhandelsstructuur zijn opgenomen in figuur 1 en conform de afbakening van hoofdstuk 6. Dit kan afwijken van Locatus.

Buurt en wijkcentra

Winkelgebieden waar detailhandelsvestigingen geconcentreerd zijn, niet zijnde kernwinkelgebieden, die vooral gericht zijn op het voorzien in de dagelijkse behoeften. Een buurtcentrum is kleiner qua omvang en heeft in de regel één supermarkt. Een wijkcentrum is iets groter qua omvang en samenstelling van het aanbod en heeft in de regel twee supermarkten of meer.

Buurtsteunpunt:

Dit zijn geen echte winkelgebieden meer, maar van oudsher strips in de buurt waar nog lokale publieksfuncties aanwezig zijn. De omvang is qua aanbod nog kleiner dan een buurtcentrum. Een supermarkt ontbreekt.

Branchering

Het indelen van winkels, diensten, horeca en standplaatsen op basis van hun type, aanbod en doelgroep. Zie figuur hiernaast. Een winkel wordt ingedeeld in een bepaalde branche op basis van de hoofdactiviteit of hoofdassortiment. Voor detailhandel wordt aangesloten bij Locatus, Koopstromenonderzoek en jurisprudentie.

BVO/WVO

- **Bruto vloeroppervlak:** Het bruto vloeroppervlak is de oppervlakte van een ruimte of groep van ruimten, gemeten op vloerniveau langs de buitenomtrek van de opgaande scheidingsconstructies, die de desbetreffende ruimte of groep van ruimten omhullen. Meten vindt plaats op basis van NEN 2580.
- **Winkelverkoop vloeroppervlak:** alleen de voor het publiek toegankelijke ruimten (dus exclusief magazijn, kantoor, etalage, etc.).

Detailhandel / winkels

het bedrijfsmatig te koop aanbieden, waaronder begrepen de uitstalling ten verkoop, het verkopen en/of leveren van goederen aan personen die goederen kopen voor gebruik, verbruik of aanwending anders dan in de uitoefening van een beroeps of bedrijfsactiviteit.

	BRANCHES KSO	ARTIKELGROEPEN
Sector niet-dagelijks	Sector dagelijks Dagelijks	levensmiddelen persoonlijke verzorging
	Sector recreatief Mode & Luxe	mode huishoudelijk sport en spel media en hobby
	Sector doelgericht In & Om het huis	elektronica doe-het-zelf woninginrichting tuinartikelen en planten detailhandel overig
	Detailhandel Overig	
	Sector horeca Horeca	dranken eten fastfood koffie en desserts horeca overig

Detailhandel: Dagelijkse sector

Voedings en genotmiddelen (vgm) en artikelen op het gebied van persoonlijke verzorging. In de praktijk gaat het hierbij om supermarktaanbod, aanbod in vgmspecialzaken (bakker, slager, groente, vis, kaas, etc.), drogisterij en parfumeriezaken.

Detailhandel: Nietdagelijkse sector

Winkels die artikelen verkopen met een doorgaans lagere koopfrequentie dan dagelijkse artikelen. In de praktijk gaat hierbij om winkels in huishoudelijke artikelen, kleding, mode, schoenen, sport, bruin en witgoed, rijwielen, doe-het-zelf, wonen, tuinartikelen en dierenartikelen. Binnen deze sector maken we vaak onderscheid in sub sectoren.

- **Recreatief winkelen:** geredeneerd vanuit het bezoekmotief met winkels op het gebied van huishoudelijke artikelen, kleding, schoenen, luxe, sport, speelgoed, media en hobby. Ook warenhuizen, zoals Action en Hema vallen onder deze categorie, omdat het hoofdassortiment van warenhuizen het meeste overlap heeft met de artikelgroepen onder recreatief winkelen.
- **Doelgericht winkelen:** geredeneerd vanuit het bezoekmotief met winkels op het gebied van

elektronica, doe-het-zelf, woninginrichting, tuinartikelen en overige (specifieke) vormen van detailhandel. Denk aan haarden/kachels, auto's, zwembaden, etc.

Groothandel

Een bedrijf in verkoop van goederen in grote hoeveelheden van fabrikanten of distributeurs aan detailhandelaren tegen een gereduceerde prijs per eenheid. Groothandelsbedrijven verkopen aan detailhandelaren of andere bedrijven (B2B), en niet aan individuele consumenten (B2C).

Grootschalige detailhandel (GDV)

Detailhandel niet zijnde detailhandel in de branchegroepen dagelijkse goederen of mode en luxe artikelen met een zeer groot winkelvloeroppervlak en met een assortiment van goederen die qua aard en omvang op zichzelf passend zijn binnen een kernwinkelgebied, maar die aantoonbaar vanwege de omvang van het assortiment van de winkelformule een zeer groot winkelloppervlak nodig hebben.

Hoofd)detailhandelsstructuur

De concentratiegebieden c.q. (winkel)centra waar beleidsmatig op wordt ingezet. Zie figuur 1 en hoofdstuk 6.

Horeca

De horeca is de bedrijfstak en branche die alle eet en drinkgelegenheden en bedrijven die logies verstrekken omvat. Het woord horeca is ontstaan en gevormd uit de woorden hotel, restaurant en café.

Kernwinkelgebied

Het gedeelte van binnensteden en dorpscentra waar detailhandelsvestigingen geconcentreerd zijn.

Koopkrachtbinding

Mate waarin inwoners van een bepaald gebied hun bestedingen verrichten bij winkels die in dat gebied gevestigd zijn. In DPOonderzoek rekenen we altijd met toonbankbestedingen, dus daarom is dit koopkrachtbinding exclusief online.

Koopkrachtafvoeiing

Mate waarin inwoners van een bepaald gebied hun (detailhandels)bestedingen plaatsen bij gevestigde winkels buiten dat gebied. In DPOonderzoek rekenen we altijd met toonbankbestedingen, dus daarom is dit afvoeiing exclusief online.

Koopkrachttoevloeiing

Mate waarin inwoners van buiten een bepaald gebied detailhandelsbestedingen plaatsen bij winkels die in dat gebied gevestigd zijn (aandeel omzet van buiten).

Koopstroomgegevens

Onderzoeksresultaten uit koopstromenonderzoek (KSO). In de basis wordt hiermee de koopkrachtbinding, afvloeiing en -toevloeiing bedoeld. Ook kunnen kwalitatieve aspecten worden bedoeld, zoals koopmotieven, beoordelingen en persoonskenmerken.

Kringloopwinkel

Winkel die met het oog op de beperking van de afvalstroom en het hergebruik van producten afgedankte waren gratis inzamelt, sorteert, eventueel repareert en opnieuw verkoopt. Beleidsmatig wordt onderscheidt gemaakt tussen grootschalige kringloopwinkels met een focus op volumineuze artikelen en kleinschalige kringloopwinkels met een focus op kleding en schoenen of andere nietvolumineuze artikelen.

Leegstand (op basis van Locatus)

Locatus registreert een pand als leegstand indien het redelijkerwijs de verwachting is dat in het (leegstaande) pand een verkooppunt in de detailhandel, horeca of consumentgerichte dienstverlening zal terugkomen. Het betreft dus leegstand van verkooppunten en niet leegstand van uitsluitend winkels.

Perifere locaties

Locaties buiten het kernwinkelgebied en buurt en wijkcentra. Dus bijvoorbeeld een woonboulevard, maar ook solitaire locaties buiten winkelgebieden.

Plancapaciteit (hard)

In principe wordt met plancapaciteit de harde plancapaciteit bedoeld, tenzij expliciet anders vermeld. Harde plancapaciteit zijn de directe vestigingsmogelijkheden voor detailhandel die zijn vastgelegd in een juridisch bindend planologisch kader, zoals het omgevingsplan.

Radialen

Dit zijn concentratiegebieden met publieksfuncties die van oudsher zijn ontstaan vanwege de ligging en het bereikbaarheidsprofiel. In Almelo zijn dit de Oranjestraat, Ootmarsumsestraat, Nieuwstraat en Bornsestraat. Hiervoor is specifiek beleid gemaakt (zie hoofdstuk 6).

Supermarkt

Een zelfbedieningswinkel, waar een breed assortiment algemene en verse levensmiddelen en voedingsmiddelen worden verkocht, met een additioneel assortiment nonfood. Hierbinnen worden meerdere typen onderscheiden, afhankelijk van de omvang van de winkelruimte.

- Foodmarkt en XL supermarkten: groter dan 2.000 m² wvo. In de regel met een ruimer en dieper assortiment evenals meer focus op horeca en versproducten uit verschillende keukens.
- Reguliere (moderne) supermarkten: tussen 600 en 2.000 m² wvo. Een winkel met een breed en volwaardig boodschappenassortiment.
- Doelgroep en gemakswinkels: 250 tot 600 m² wvo. In de regel met een specifiek assortiment vaak gericht op een specifieke doelgroep, zoals mensen met een bepaalde migratieachtergrond of biologische producten.
- Levensmiddelen speciaalzaken en drogisterijen: (meestal) kleiner dan 250 m² wvo en gericht op één of enkele artikelen, zoals een slager, bakker, slijter, groente/fruit, kaas, vis, etc.

Vloerproductiviteit

Gemiddelde omzet in gevestigde winkels per m² winkelvloeroppervlak (wvo).

Verspreide Bewinkeling

Alle verkooppunten die buiten (beleidsmatig wenselijke) winkelgebieden vallen, worden tot de verspreide winkels gerekend.

Volumineuze detailhandel

Winkelformules die vanwege de omvang en aard van het assortiment een groot oppervlak nodig hebben, zoals showrooms voor auto's, boten en caravans, bouwmarkten, tuincentra, wooninrichtingszaken.



**DIT IS EEN UITGAVE VAN
DE GEMEENTE ALMELO**

www.almelo.nl of bel 0546 54 11 11