

Reactienota inspraak Detailhandelsvisie Almelo

REACTIENOTA INSpraak DETAILHANDELSVISIE ALMELO



Terinzagelegging en inspraakreacties.

De ontwerp-detailhandelsvisie Almelo heeft van 12 september 2025 tot en met 24 oktober 2025 ter inzage gelegen. Gedurende deze periode konden inspraakreacties worden ingediend bij het college van burgemeester en wethouders van de gemeente Almelo. Tijdens de periode van terinzagelegging zijn 5 inspraakreacties ingediend. De inspraakreacties zijn tijdig ingediend.

Behandeling inspraakreacties.

De inspraakreacties zijn hieronder samengevat weergegeven. Dit betekent niet dat onderdelen van de inspraakreacties - die niet expliciet worden benoemd - niet bij de beoordeling zijn betrokken. De inspraakreacties zijn in hun totaliteit beoordeeld en afgewogen bij de besluitvorming.

Politiek beraad.

Op 25 november 2025 wordt een politiek beraad gehouden, waarbij de uitgangspunten van dit beleid en de inspraakreacties worden besproken.

Samenvatting inspraakreactie

1. Supermarktketen

De indiener wijst erop dat in het document Analyse Detailhandelsstructuur Almelo, behorend bij de nieuwe Detailhandelsvisie, een onjuiste metrage is opgenomen voor hun formule. Op pagina 69 staat 1.040 m², terwijl dit 940,4 m² moet zijn.

Reactie gemeente

Wij onderkennen dat in het document Analyse Detailhandelsstructuur Almelo een verouderd metrage staat van de supermarkt. Dit metrage was gebaseerd op Locatus-data, maar die data wijkt soms af van de actuele werkelijkheid. De vermelde metrage van 1.040 m² wordt gecorrigeerd naar 940,4 m². Deze aanpassing wordt verwerkt in de definitieve versie van het document.

2. Ondernemers binnenstad Almelo

Het CAA Almelo spreekt zijn waardering uit voor het ontwerp van de Detailhandelsvisie. Men waardeert dat er wordt ingezet op een toekomstbestendige winkelstructuur, met aandacht voor veranderend consumentengedrag en de groei van onze gemeente.

CAA Almelo benadrukt het belang van een duidelijke en complementaire positionering van de binnenstad en de Lifestyle Boulevard. De binnenstad is bij uitstek geschikt voor kleinschalige detailhandel, horeca, cultuur en evenementen, wat zorgt voor beleving en identiteit. De Lifestyle Boulevard biedt daarentegen ruimte aan grootschalige winkels zoals meubelzaken en sportwinkels, zonder directe concurrentie met het centrum.

Daarnaast ondersteunt CAA Almelo de keuze voor een compacter winkelgebied in de binnenstad, omdat dit zorgt voor samenhang en sfeer. Wel vraagt het om behoud van diversiteit, zodat nichewinkels en creatieve concepten een plek behouden. De binnenstad moet zich blijven onderscheiden als hoofdwinkelgebied met een regionale functie, wat vraagt om structurele investeringen in sfeer, bereikbaarheid en beleving. Het CAA noemt hierbij initiatieven zoals citymarketing, evenementen, gastvrij parkeren en seizoensgebonden aankleding.

Verder onderschrijft CAA Almelo het uitgangspunt om geen nieuwe winkelgebieden buiten de bestaande zones toe te staan, om versnippering en leegstand te voorkomen. Tot slot pleit het voor flexibiliteit in het centrum, met ruimte voor pop-up stores, creatieve concepten en transformatie van leegstaande panden.

Reactie gemeente

Wij waarderen de positieve zienswijze en de betrokken houding van de Ondernemersvereniging Centrum Almelo Aktief (CAA) bij de totstandkoming van de Detailhandelsvisie. De visie is ontwikkeld op basis van een intensief participatieproces, waarin zorgvuldig is gezocht naar een evenwicht tussen de verschillende belangen en opgaven in de stad.

De complementariteit tussen de winkelgebieden vormt een belangrijk uitgangspunt voor een gezond en toekomstbestendig detailhandelsklimaat. Wij zetten daarom actief in op het behouden en versterken van de bestaande hoofdwinkelstructuur en het voorkomen van nieuwe winkelinitiatieven buiten deze structuur. Dit doen we door enerzijds duidelijke kaders te stellen voor de locaties waar recreatief winkelen, doelgericht winkelen en dagelijkse boodschappen kunnen plaatsvinden, en anderzijds door het afbouwen van verouderde detailhandelsmogelijkheden buiten deze structuur. Recreatief winkelen blijft daarbij voorbehouden aan de binnenstad van Almelo. Bestaande rechten buiten dit gebied worden gerespecteerd, maar uitbreiding met nieuwe winkels wordt niet ondersteund. Bij langdurige leegstand kijken wij actief mee naar herbestemming of functiewijziging. Wel zijn drie zoekgebieden aangewezen voor nieuwe buurtcentra. Deze buurtcentra hebben primair een functie voor de dagelijkse boodschappen en raken de binnenstad daardoor niet. Tijdens de participatie was ook vanuit het CAA begrip voor deze keuze. Deze nieuwe buurtcentra zijn noodzakelijk om inwoners ook in de toekomst te kunnen blijven voorzien van modern boodschappenaanbod op loop- en fietsafstand. Bovendien geeft het beleidsruimte voor bestaande ondernemers om te verplaatsen en te moderniseren. Deze beleidskeuzes zijn daardoor goed voor zowel de leefbaarheid van inwoners als het ondernemersklimaat.

Het compacter maken van het centrum sluit aan bij de koers die al sinds de Koers voor de Binnenstad 2018 wordt gevolgd. Deze lijn wordt de komende jaren voortgezet, met uitvoering van het actieprogramma dat onderdeel is van de nieuwe visie.

3. Ondernemers Lifestyle Boulevard

1. De realiteit van vandaag: ondernemen in zwaar weer

De winkeliers benadrukken dat de retailsector onder grote druk staat door online verkoop, stijgende kosten en veranderend consumentengedrag. Ze pleiten voor meer ruimte en flexibiliteit vanuit de gemeente om bestaande winkelgebieden te laten vernieuwen en meegroeien met de markt.

2. Diversiteit zorgt voor leven en bezoekersstromen

De kracht van de Lifestyle Boulevard ligt in de verscheidenheid aan winkels. Klanten bezoeken vaak meerdere zaken tegelijk. Beperkingen op assortiment en branches verminderen deze kruisbestuiving. Meer diversiteit leidt tot levendigheid, impulsaankopen en hogere omzet.

3. We willen overleven, geen leegstand

Leegstand is een grote zorg. Beperkingen voor nieuwe ondernemers vergroten dit risico. De winkeliers vragen de gemeente om beleid dat vernieuwing stimuleert in plaats van belemmert, zodat panden gevuld blijven en het gebied aantrekkelijk blijft.

4. De juiste plek voor de juiste winkels

De winkeliers erkennen het belang van een sterke binnenstad, maar benadrukken dat de Boulevard een andere functie heeft: ruimte voor grotere winkelconcepten die niet passen in het centrum. Een duidelijke scheiding tussen beide gebieden voorkomt concurrentie en versterkt Almelo als geheel.

5. Over Hornbach en marktbalans

De mogelijke komst van Hornbach baart zorgen vanwege de schaal en impact op bestaande woon- en kluswinkels. De winkeliers vragen de gemeente om bij besluitvorming rekening te houden met de gevolgen voor lokale ondernemers en werkgelegenheid.

6. Een oproep tot samenwerking en realisme

De winkeliers vragen geen subsidies, maar beleidsruimte en erkenning van hun rol. Ze willen samenwerken met de gemeente aan een levendige, diverse en toekomstbestendige Boulevard die bijdraagt aan Almelo en de regio.

7. Samenvatting van de belangrijkste punten:

- De winkeliers op de Lifestyle Boulevard staan onder grote druk door online concurrentie en stijgende kosten.
- Meer diversiteit op de Boulevard zorgt voor verschillende bezoekersstromen en versterkt het geheel.
- Beperkingen op branchering vergroten het risico op leegstand.
- De binnenstad en de Boulevard hebben elk hun eigen rol: kleine, modegerichte winkels in het centrum; grotere woon- en conceptwinkels op de Boulevard.
- Nieuwe ontwikkelingen zoals Hornbach moeten zorgvuldig worden afgewogen op hun regionale impact.

- Ondernemers hebben beleidsruimte en vertrouwen nodig om te kunnen overleven.

Reactie gemeente

Op 16 oktober 2025 heeft een gesprek plaatsgevonden tussen een afvaardiging van de Lifestyle Boulevard en de gemeente Almelo. In dit gesprek zijn dezelfde zorgen besproken als in de inspraakreactie die op 17 oktober is ingediend. Eerder in 2025 zijn ook twee gesprekken gevoerd met ondernemers en vastgoedeigenaren van de Lifestyle Boulevard, in het kader van het participatieproces van de detailhandelsvisie. Wij waarderen de betrokkenheid van de ondernemers en erkennen de uitdagingen waarmee de retailsector momenteel te maken heeft. Naar aanleiding van het laatste gesprek is de visie op twee punten aangepast. Juist omdat wij ruimte wil blijven bieden aan ondernemers, sluit de Detailhandelsvisie Almelo aan bij de aard en functie van elk winkelgebied.

De detailhandelsvisie maakt onderscheid tussen drie winkelmotieven: boodschappen doen in wijkwinkelcentra, recreatief winkelen in de binnenstad, en doelgericht winkelen op de radialen en de Lifestyle Boulevard (GDV). Deze indeling biedt duidelijkheid aan ondernemers en consumenten en draagt bij aan een complementaire winkelstructuur. De Lifestyle Boulevard blijft de belangrijkste concentratie voor volumineuze detailhandel.

Om beter aan te sluiten bij de trend van schaalverkleining en de verhuurbaarheid van panden te vergroten, stellen wij voor de minimale omvang voor grootschalige detailhandelsvestigingen (GDV) op de Lifestyle Boulevard te verlagen van 1.000 m² naar 750 m² winkelverkoopoppervlak (wvo). Dit komt neer op een verlaging van 25% van het minimale vloeroppervlak. De aanpassing is proportioneel en heeft slechts beperkte invloed op de binnenstad. Daarmee draagt de maatregel bij aan het toekomstperspectief van de Lifestyle Boulevard en blijft de complementariteit in branchering tussen de winkelgebieden behouden. De verhuurbaarheid van de Lifestyle Boulevard wordt versterkt en het geeft ondernemers meer beleidsruimte om een concept neer te zetten dat aansluit op de behoefte.

Daarnaast zijn momenteel veel grootschalige kringloopwinkels gevestigd op bedrijventerreinen. Om voldoende ruimte voor de industrie te behouden, wil de gemeente hier geen nieuwe kringloopwinkels meer toestaan. Op de Lifestyle Boulevard wordt vestiging van grootschalige kringloopwinkels vanaf 750 m² wvo mogelijk gemaakt. Voorwaarde is dat deze winkels hoofdzakelijk artikelen verkopen die overeenkomen met de branchering zoals opgenomen in tabel 1 van de visie. Daarnaast dienen ze te beschikken over een kwaliteit en uitstraling die passen bij de moderne aard van de Lifestyle Boulevard. Een innamepunt voor goederen, waarbij inwoners actief hun spullen komen brengen, is hierbij niet wenselijk.

In de visie wordt ook een duidelijke definitie gehanteerd: kringloopwinkels zijn detailhandelsbedrijven die zich richten op de inname, sortering, eventuele bewerking, opslag en verkoop van gebruikte goederen. Er wordt onderscheid gemaakt tussen kleinschalige tweedehandswinkels, met een focus op kleding en mode, die vooral gewenst zijn in de binnenstad, en grootschalige kringloopwinkels (vanaf 750 m² wvo), die moeilijk inpasbaar zijn in het centrum en daarom beter op andere plekken binnen de winkelstructuur passen. In deze grootschalige kringloopwinkels is kleding en mode ondergeschikt; het hoofdassortiment bestaat uit volumineuze goederen. Recreatief winkelaanbod is in deze winkels slechts in ondergeschikte mate toegestaan, tot maximaal 10% van het winkelverkoopvloeroppervlak, met een maximum van 100 m² wvo.

Wij begrijpen dat ondernemers soms beperkingen ervaren door bestaande regelgeving. Tegelijkertijd biedt de Lifestyle Boulevard nu al veel mogelijkheden in vergelijking met andere perifere concentraties in Nederland. In deze visie worden de brancheringsmogelijkheden verder

verruimd, onder meer met de toevoeging van de categorieën tuin, sport en kampeer en dibevo (dierenbenodigdheden en voerders). Daarnaast kunnen sportscholen, grootschalige kringloopwinkels en overige leisurefuncties onder voorwaarden worden toegestaan via een BOPA. Zoals hiervoor aangegeven verlagen we ook de minimale maat voor GDV. Op deze manier willen wij ondernemers meer ruimte bieden om te vernieuwen en bij te dragen aan het voorkomen van leegstand. Een nóg verdere verruiming van de branchering en/of maatvoering van GDV is niet verstandig. Dit zou de complementariteit met de binnenstad te veel raken. Voorkomen moet worden dat nieuw beleid leidt tot ongewenste verplaatsingen van de binnenstad naar de Lifestyle Boulevard en/of het voorkomen van nieuwvestiging in de binnenstad. Het nieuwe beleidsvoorstel is een gebalanceerd en genuanceerd pakket aan beleidsverruiming dat onaanvaardbare leegstand in zowel de binnenstad als de Lifestyle Boulevard voorkomt.

Ten aanzien van de komst van Hornbach merken wij op dat het bestemmingsplan voor deze vestiging is vastgesteld. Deze besluitvorming wordt niet heroverwogen. De juridische procedure bij de Raad van State loopt, en wij wachten de uitkomst daarvan af. Het actualiseren van de behoefte- en effectenanalyse voor specifiek de doe-het-zelfsector die ten grondslag ligt aan het bestemmingsplan dat Hornbach faciliteert heeft daardoor geen meerwaarde. Dit geldt eveneens voor andere bestaande zeer grootschalige winkels in Almelo, zoals Intratuin (11.550 m² wvo) en Kees Smit (8.000 m² wvo), waarvoor eerder maatwerk is verleend omdat zij niet inpasbaar zijn binnen de winkelconcentratiegebieden, maar wel een kwalitatieve bijdrage leveren aan de consumentenverzorging. Deze situatie is sinds de besluitvorming niet veranderd, waardoor het nieuwe beleid het oude beleid en eerdere besluiten op dit punt continueert. Hornbach, Intratuin en Kees Smit blijven ook in de nieuwe detailhandelsvisie gewenst en worden juridisch niet gesaneerd; de visie zal op dit punt tekstueel worden aangescherpt om dit te verduidelijken. Tegelijkertijd wegen wij de zorgen vanuit de Lifestyle Boulevard mee in het detailhandelsbeleid, waarbij wij structurele leegstand onwenselijk achten in het kader van een toekomstbestendige detailhandelsstructuur. Mede daarom hebben wij diverse beleidsverruiming doorgevoerd om structurele leegstand zoveel mogelijk te voorkomen (zie hiervoor).

Verder wijzen wij erop dat de detailhandelsvisie meerdere nieuwe en strengere beleidskeuzes maakt voor detailhandelsmogelijkheden buiten de detailhandelsstructuur, zoals op bedrijventerreinen. Denk aan het aanscherpen van ondergeschikte detailhandel bij bedrijven (beperken nevenactiviteiten), het restrictiever omgaan met nieuwe detailhandelsvestigingen op bedrijventerreinen én de keuze om onbenutte en ongewenste plancapaciteit buiten de detailhandelsstructuur voor detailhandel actief te saneren. Dit pakket is mede bedoeld om de vestiging van meer doelgerichte winkels op de Lifestyle Boulevard te stimuleren.

Tot slot benadrukken wij het belang van samenwerking met ondernemers. In de afgelopen jaren is er intensief contact geweest met de eigenaren van de Lifestyle Boulevard, wat heeft geleid tot het mogelijk maken van diverse nieuwe bedrijfsconcepten, waaronder een indoorspeeltuin, sportfaciliteiten, horecavoorzieningen, een toolstation en een fietsenzaak. Wij blijven graag in gesprek met ondernemers om samen te werken aan een toekomstbestendige en levendige Lifestyle Boulevard die aantrekkelijk is voor inwoners, bezoekers en ondernemers. Daarbij geven wij ondernemers nadrukkelijk de ruimte om met initiatieven te komen, die vervolgens afzonderlijk en zorgvuldig worden beoordeeld.

4. Eigenaren Lifestyle Boulevard

1. Visie is onvoldoende toekomstgericht

De ontwerpvisie mist aansluiting bij de snelle veranderingen in de retailmarkt. Wat gisteren werkte, is vandaag al achterhaald. Gemeenten zoals Enschede spelen hierop in met dynamische concepten zoals een woonplein met trekkers als Action en een speelgoedzaak. Almelo zou zich ook moeten blijven onderscheiden en meebewegen met de markt. De ontwerpvisie biedt voor de Lifestyle Boulevard nauwelijks extra ontwikkelmogelijkheden ten opzichte van het bestemmingsplan uit 2012 en de visie uit 2013. Dit is zorgwekkend, zeker gezien de druk op de retailsector. Faillissementen en bedrijfsbeëindigingen op de Boulevard zijn al zichtbaar. Zonder verruiming dreigt verdere leegstand.

2. Ruimte voor ondernemerschap is te beperkt

De branchering is te strikt en sluit nieuwe concepten uit. In plaats van een lijst met wat wél mag, zou de visie moeten aangeven wat níet wenselijk is. Dit biedt ruimte voor innovatie. Er wordt gepleit voor een algemene wijzigings- of vrijstellingsmogelijkheid. Ook wordt voorgesteld om de minimale winkelloppervlakte voor grootschalige winkels te verlagen van 1.000 m² naar 600–700 m², zodat ook middelgrote formules zich kunnen vestigen. De huidige situatie sluit veel (lokale) ondernemers uit. Een voorbeeld is de kringloopformule “Red een Kind”, die zich graag wil vestigen op de Boulevard. Dit past goed bij de gemeentelijke doelen op het gebied van inclusie en duurzaamheid. Daarnaast zijn er zorgen over het mogelijk inperken van nevenbranches en het beperken van blurring en blending, wat ondernemers belemmert om mee te bewegen met consumentengedrag.

3. Bescherming van de binnenstad werkt averechts

Het beperken van mogelijkheden op de Lifestyle Boulevard om de binnenstad te beschermen is in de praktijk naïef. Als de binnenstad te duur is en de Boulevard geen alternatief biedt, wijken ondernemers uit naar andere gemeenten. Dit leidt tot verlies van koopkracht en werkgelegenheid. Grote winkelconcepten die niet meer passen in de binnenstad zouden op de Boulevard een logische plek moeten krijgen. Voor de binnenstad wordt voorgesteld om grote panden te splitsen, zodat kleine en startende ondernemers betaalbare kansen krijgen. Zo ontstaat er meer diversiteit en beleving.

4. Grote zorgen over komst Hornbach

De mogelijke komst van Hornbach (15.000–20.000 m²) kan grote schade toebrengen aan bestaande winkels in Almelo, vooral in de woon-, klus- en decoratiebranche. De marktomstandigheden zijn sinds de oorspronkelijke plannen sterk veranderd. De impact van Hornbach is nu veel groter dan destijds voorzien. De gemeente moet deze impact expliciet meenemen in haar beleidskeuzes. Eenzijdige groei van één megaformule kan het evenwicht in de detailhandelsstructuur verstoren. Bouwmarkten op de Boulevard overwegen zelfs hun exploitatie te staken als Hornbach zich elders in Twente vestigt.

5. Uitvoering: maatwerk en subsidies

De voorgestelde verplaatsingssubsidies (twee keer € 50.000, met een maximum van € 10.000 per ondernemer) zijn onvoldoende om echte beweging te stimuleren. Ondernemers met hoge vaste lasten en investeringen hebben hier weinig aan. Er wordt gepleit voor maatwerk per casus, zodat er toekomstbestendige oplossingen komen voor zowel de ondernemers als de stad.

6. Samenvattend en oproep aan de gemeente

De Lifestyle Boulevard is van groot belang voor Almelo en de regio. Het gebied trekt doelgerichte bezoekers, ontlast de binnenstad en biedt ruimte voor innovatieve concepten. De ontwerpvisie erkent dit onvoldoende en mist de flexibiliteit die nodig is om economisch vitaal te blijven. De indieners vragen de gemeente:

1. Verruim de branchering, herzie minimale oppervlakten, beperk nevenassortimenten niet en sta blurring/blending toe op de Boulevard.
2. Betrek de effecten van Hornbach volwaardig in de economische afweging.
3. Creëer beleidsruimte op de Boulevard die ondernemerschap stimuleert.
4. Houd rekening met actuele marktdynamiek en faillissementen bij beleidskeuzes.
5. Ontwikkel de binnenstad met kleinere, betaalbare winkelruimtes en geef op de Boulevard ruimte aan middelgrote winkels buiten de dhz- en woonbranche.

Reactie gemeente

De zienswijze van de eigenaren overlapt grotendeels de zienswijze van ondernemers van de Lifestyle Boulevard. We verwijzen daarom naar de reactie op ondernemers. De eigenaren hebben echter nog enkele specifieke punten benoemd. Hieronder de reactie.

Wij kiezen bewust voor het instrument van een BOPA en niet voor bijvoorbeeld het wijzigen van het omgevingsplan om de beleidsverruiming van de branchering en maatvoering te faciliteren. Een BOPA staat voor Buitenplanse Omgevingsplanactiviteit en is een vergunning onder de Omgevingswet waarmee afgeweken kan worden van het (tijdelijk) omgevingsplan. Het is een instrument om activiteiten mogelijk te maken die anders niet toegestaan zijn volgens de regels in het vigerende omgevingsplan, maar beleidsmatig (inmiddels) wel gewenst zijn. De BOPA is op korte termijn een snelle en efficiënte manier om nieuwe initiatieven op de Lifestyle Boulevard mogelijk te maken. Wij werken immers nog aan een definitief omgevingsplan. Snelheid en flexibiliteit is ook in het belang van de eigenaren. Daarnaast kunnen wij per initiatief afwegen of het wel of niet past binnen de kaders van het detailhandelsbeleid. Hierdoor houden wij grip op de complementariteit met de binnenstad. Verder verplicht de provinciale Omgevingsverordening ons ertoe dat voor detailhandelslocaties zoals de Lifestyle Boulevard nieuwe initiatieven mogelijk worden gemaakt via een BOPA (zie artikel 4.21, lid 2). De provinciale Omgevingsverordening is juridisch bindend.

Wij hebben verdere brancheverruiming overwogen. Binnen het uitgangspunt van complementariteit met de binnenstad is het maximale verruimd aan branchering en maatvoering. Een nóg verdere verruiming van de branchering naar bijvoorbeeld huishoudelijke en speelgoed artikelen is niet verstandig en gewenst, omdat dit het risico geeft op verplaatsing van dergelijke winkels van de binnenstad naar de Lifestyle Boulevard. Denk aan Action, Hema en Top 1 Toys. Daarnaast zal nieuwvestiging in dit soort branches op de Lifestyle Boulevard ongewenste effecten hebben op de bestaande winkels in de binnenstad.

Binnen de verruimde branchering zijn veel mogelijkheden voor blending op de Lifestyle Boulevard. Menging van winkels met ondergeschikte horeca is niet expliciet uitgesloten. Dit valt immers buiten de scope van de detailhandelsvisie. Hiervoor wordt nieuw horecabeleid opgesteld. Ondernemers hebben daardoor binnen het profiel van de Lifestyle Boulevard veel beleidsruimte om in te spelen op veranderingen in consumentenbehoefte.

Wij gaan actief aan de slag met de uitvoering van de detailhandelsvisie. Het saneren van onbenutte en ongewenste plancapaciteit buiten de detailhandelsstructuur én de verplaatsings-

en transformatiesubsidies zijn daar onderdeel van. Ervaringen in andere gemeenten tonen aan dat de stapeling van meerdere maatregelen effectief is om verplaatsing te stimuleren. Een beperkte financiële bijdrage uit een subsidie om de verhuizing van een winkel te faciliteren is een bijdrage, maar kan nooit het enige instrument zijn. Wij onderschrijven het belang van maatwerk per ondernemer en zal daar in de uitvoering rekening mee houden.

Tot slot benadrukken wij het belang van samenwerking met vastgoedeigenaren en ondernemers. Wij blijven graag in gesprek met jullie als vastgoedeigenaren om samen te werken aan een toekomstbestendige en levendige Lifestyle Boulevard die aantrekkelijk is voor inwoners, bezoekers en ondernemers. Daarbij geven wij vastgoedeigenaren en ondernemers nadrukkelijk de ruimte om met initiatieven te komen, die vervolgens afzonderlijk en zorgvuldig worden beoordeeld.

5. Bouwmarkten

Steun voor visie en ambitie

De bouwmarkten onderschrijven de ambitie van de gemeente Almelo om zich te ontwikkelen tot een sociaal sterke, economisch veerkrachtige en toekomstbestendige stad. Ook het plan om doelgericht winkelen primair te concentreren op de Lifestyle Boulevard wordt positief ontvangen. Beide partijen zien hierin een kans om samen met de gemeente en andere stakeholders een levendige boulevard te realiseren die bekend staat als dé plek voor aankopen in en rond het huis.

Concentratie van winkelaanbod

De detailhandelsvisie zet in op clustering van winkels in aangewezen concentratiegebieden zoals de binnenstad, wijkcentra en de Lifestyle Boulevard. Intergamma en Praxis steunen deze aanscherping, maar uiten zorgen over de uitzondering die in de visie wordt genoemd: "Maatwerk blijft mogelijk, maar in principe niet op bedrijventerreinen." Volgens hen staat deze passage haaks op het streven naar clustering en opent het de deur voor vestiging van winkels buiten de hoofdstructuur, wat de positie van de Lifestyle Boulevard kan ondermijnen.

Risico's van uitzonderingen

De partijen waarschuwen dat het toestaan van grote PDV/GDV-locaties buiten de boulevard kan leiden tot een herhaling van leegstand, zoals in het verleden is gebeurd. Dit zou het bestaansrecht van de Lifestyle Boulevard in gevaar brengen en de doelstellingen van de visie ondermijnen.

Specifieke zorg: komst van Hornbach

Intergamma en Praxis zijn verontrust dat de negatieve effecten van de komst van Hornbach niet zijn meegenomen in de onderbouwing van de detailhandelsvisie. In de huidige berekeningen wordt uitgegaan van een gelijkblijvend winkelaanbod van 88.000 m² tot 2050, terwijl Hornbach een uitbreiding van 15.000 tot 20.000 m² betekent – een toename van circa 20%. Deze extra capaciteit zet het bestaande aanbod verder onder druk en vergroot het risico op leegstand.

Verzoek aan de gemeente

De zienswijze sluit af met een oproep aan de gemeente om deze effecten alsnog mee te nemen in de onderbouwing van de visie. Alleen op basis van een realistische analyse kunnen zorgvuldige keuzes worden gemaakt. Intergamma en Praxis geven aan graag in gesprek te gaan om hun standpunten nader toe te lichten.

Reactie gemeente

Wij willen de bouwmarkten bedanken voor hun positieve houding ten aanzien van de ontwerp Detailhandelsvisie Almelo. Het is waardevol dat u de ambitie om Almelo sociaal sterk, economisch veerkrachtig en toekomstbestendig te maken ondersteunt, evenals de keuze om doelgericht winkelen primair te concentreren op de Lifestyle Boulevard. Uw bereidheid om samen te werken aan een levendige boulevard wordt zeer gewaardeerd.

Met betrekking tot uw opmerkingen over maatwerk verwijzen wij naar paragraaf 3.5 van de visie. Dit afwegingskader bepaalt dat maatwerk alleen mogelijk is wanneer een initiatief voldoet aan meerdere criteria, zoals verkoop van laagfrequente, volumineuze en doelgerichte artikelen, aanwezigheid van productieactiviteiten, een groot aandeel business-to-business levering, of een zeer grootschalige winkel die niet inpasbaar is in bestaande

concentratiegebieden. Daarbij moet worden aangetoond dat het initiatief voorziet in een behoefte en dat de ruimtelijk-functionele effecten op de hoofddetailhandelsstructuur, consumentenverzorging en leegstand aanvaardbaar zijn, conform het principe van de Ladder voor duurzame verstedelijking. Wij willen deze beleidsruimte behouden om uitzonderlijke, goed onderbouwde initiatieven mogelijk te maken, zonder afbreuk te doen aan de hoofdstructuur.

Het beperken van detailhandel op bedrijventerreinen is geen willekeurige keuze. Volgens ons omgevingsplan en die van de provincie is detailhandel daar niet toegestaan. De druk op bedrijventerreinen vanaf milieucategorie 3 is hoog, en deze ruimte is primair bedoeld voor industriële functies. Door detailhandel hier te beperken, stimuleren we vestiging binnen de bestaande winkelstructuur en voorkomen we ongewenste versnippering.

Ten aanzien van de komst van Hornbach merken wij op dat het bestemmingsplan voor deze vestiging is vastgesteld. Deze besluitvorming wordt niet heroverwogen. De juridische procedure bij de Raad van State loopt, en wij wachten de uitkomst daarvan af. Het actualiseren van de behoefte- en effectenanalyse voor specifiek de doe-het-zelfsector die ten grondslag ligt aan het bestemmingsplan dat Hornbach faciliteert heeft daardoor geen meerwaarde. Hetzelfde principe geldt ook voor andere bestaande zeer grootschalige winkels in Almelo, zoals Intratuin (11.550 m² wvo) en Kees Smit (8.000 m² wvo). Vergelijkbaar met Hornbach is voor deze winkels eerder maatwerk verleend, omdat ze niet inpasbaar zijn binnen de winkelconcentratiegebieden. Ze voegen echter wel iets toe voor de consumentenverzorging en voorzien in een kwalitatieve behoefte. Dit is sinds de besluitvorming niet veranderd. Het nieuwe beleid continueert daarmee het oude beleid en eerdere besluiten op dit punt. Hornbach, Intratuin en Kees Smit zijn ook in de nieuwe detailhandelsvisie gewenst en worden in juridische zin niet gesaneerd. De detailhandelsvisie zal op dit punt tekstueel worden aangescherpt om dit te verduidelijken.

Wij wegen de zorgen vanuit de Lifestyle Boulevard mee in het detailhandelsbeleid. De zorg voor structurele leegstand vinden ook wij in het kader van een toekomstbestendige detailhandelsstructuur onwenselijk. Mede daarom zijn diverse beleidsverruiming gedaa om structurele leegstand zoveel mogelijk te voorkomen. In deze visie worden de brancheringsmogelijkheden verder verruimd, onder meer met de toevoeging van de categorieën tuin, sport, kampeer en dibevo. Daarnaast kunnen sportscholen, grootschalige kringloopwinkels en overige leisurefuncties onder voorwaarden worden toegestaan via een BOPA.

Tot slot wijzen wij erop dat de detailhandelsvisie meerdere nieuwe en strengere beleidskeuzes bevat voor detailhandelsmogelijkheden buiten de hoofdstructuur, zoals op bedrijventerreinen. Denk hierbij aan het beperken van ondergeschikte detailhandel bij bedrijven, het restrictiever omgaan met nieuwe vestigingen op bedrijventerreinen en het actief saneren van onbenutte plancapaciteit buiten de detailhandelsstructuur. Dit pakket is mede bedoeld om vestiging van meer doelgerichte winkels op de Lifestyle Boulevard te stimuleren.