Detailhandelsbeleid 2024 gemeente Oss

Oss/afdeling RO

April 2024

Inhoudsopgave

1. Inleiding 3
1.1 Aanleiding 3
1.2 Doelstelling en afbakening 3
1.3 Proces 4
1.4 Leeswijzer 4
2. Uitgangssituatie 5
2.1 Huidige beleidskaders 5
2.2 Landelijke trends en ontwikkelingen in Oss 6
2.3 Analyse huidige situatie 12
2.4 Belangrijkste opgaven 16
3. Visie detailhandelsstructuur 18
3.1 Ambitie en hoofddoelen 18
3.2 Uitgangspunten 18
3.3 Visie op de hoofdstructuur 20
4. Beleid 23
4.1 Centrum Oss 23
4.2 Wijk- en buurtwinkelcentra 24
4.3 Stadjes en kernen 25
4.4 Detailhandel op perifere locaties 27
4.5 Specifieke vormen van detailhandel 29
5. Uitvoeringsaspecten 32
Bijlage 1 Functioneel-ruimtelijke analyse winkelgebieden 34
Bijlage 2 Indicatieve marktruimteberekening dagelijkse sector gemeente Oss 37

1. Inleiding

1.1 Aanleiding

Het huidige detailhandelsbeleid van de gemeente Oss is in februari 2008 vastgesteld door de gemeenteraad. De detailhandelssector is sindsdien volop in ontwikkeling, onder meer door veranderend consumentengedrag. Dit biedt zowel kansen als uitdagingen voor ondernemers en vastgoedeigenaren. Zo is het aandeel online aankopen binnen de detailhandel de afgelopen jaren flink toegenomen. De verwachting is dat deze trend de komende jaren nog doorzet. Ondernemers moeten hierop inspelen om de concurrentie aan te kunnen gaan ('omni-channel retailing', oftewel gebruik van alle mogelijk kanalen voor verkoop en klantenbinding). Aan de andere kant zorgt de opkomst van internetwinkels en afhaalpunten weer voor nieuwe vraag naar fysieke ruimten. Ook de behoefte van de consument aan beleving en ontmoeting heeft gevolgen voor het winkellandschap en de inrichting van centrumgebieden. Al deze ontwikkelingen spelen ook in Oss: met name in het Stadshart hebben winkels hun deuren moeten sluiten, maar zien we aan de andere kant ook nieuwe functies een plek zoeken. Met de realisatie van het Walkwartier krijgt het Stadshart een impuls. Hoe zorgen we ervoor dat het Stadshart een aantrekkelijke winkellocatie blijft voor bezoekers en ondernemers?

Er spelen binnen onze gemeente ontwikkelingen die vragen om een actualisatie van ons beleid. De komende jaren neemt het inwonertal met name in het stedelijk gebied flink toe als gevolg van woningbouw en de verstedelijkingsopgave. Wat betekent dit voor de ruimte voor detailhandel? En welke typen detailhandel en welke locaties zijn dan kansrijk? In de kernen rondom Oss is het juist de vraag hoe we de leefbaarheid op peil kunnen houden. Hoe zorgen we voor een goed voorzieningenniveau voor onze inwoners, en welke rol hebben winkels hierin?

Bij het actualiseren van het detailhandelsbeleid spelen diverse aspecten een rol, zoals ambities van de gemeente en van ondernemers, ruimtelijke ontwikkelingsmogelijkheden, het provinciale detailhandelsbeleid en afspraken op regionaal niveau. Met deze actualisatie van het detailhandelsbeleid sluiten we aan op de ontwikkelingen in onze gemeente en in de detailhandelssector. En dragen we bij aan een helder perspectief op de toekomst, met zekerheid voor marktpartijen.

1.2 Doelstelling en afbakening

Dit nieuwe detailhandelsbeleid vervangt de verouderde nota 'Visie op de detailhandelsstructuur 2007-2015 (december 2007). Doel is een geactualiseerde samenhangende visie op de toekomst van de detailhandelsstructuur in de gemeente Oss. De visie geeft de gewenste ontwikkelingsrichting (stip op de horizon) aan voor de detailhandel in de gemeente Oss in het algemeen, en voor de verschillende winkelgebieden in het bijzonder. We vertalen de visie in een beleid. Het actuele detailhandelsbeleid geeft randvoorwaarden en ontwikkelingskansen voor initiatiefnemers, vormt een beleids- en toetsingskader voor nieuwe initiatieven en is input voor de omgevingsvisie en de juridische uitvoering middels het omgevingsplan.

Deze beleidsnota doet uitspraken over detailhandel en de detailhandelsstructuur. Het gaat dus over winkels, en niet over andere voorzieningen die vaak in centrumgebieden voorkomen, zoals horeca, warenmarkt of standplaatsen. We kiezen ervoor hier afzonderlijk beleid voor op te stellen. Met name standplaatsen, warenmarkten en winkels hebben veel met elkaar te maken, maar kennen een eigen dynamiek en (complexe) regelgeving. Winkels bieden van deze drie het hoogste voorzieningenniveau, doordat ze doorgaans ten minste zes dagen in de week een voorziening zijn (open zijn). Die willen we daarom zo goed mogelijk faciliteren en daarvoor is een detailhandelsvisie en het bestemmings-/omgevingsplan het meest geschikte instrument. Warenmarkten en standplaatsen bieden een 'lager' voorzieningenniveau, doordat ze 'slechts' één of enkele dagen of dagdelen per week een voorziening zijn. Ze kunnen daarmee een zeer welkome toevoeging zijn op de winkelstructuur, bijvoorbeeld op plekken waar (specifieke) winkels niet meer haalbaar zijn. Dit wordt doorgaans geregeld in apart beleid, omdat daar zeer specifieke (en complexe) regelgeving bij komt kijken (waaronder de Europese Dienstenrichtlijn). Dus hoewel ze veel met elkaar te maken hebben, is het verstandiger en werkbaarder ze los van elkaar in visie en beleid te behandelen, maar daarbij uiteraard wel te kijken naar de onderlinge samenhang.

1.3 Proces

Voor het opstellen van dit geactualiseerde detailhandelsbeleid hebben we gebruik gemaakt van diverse beschikbare bronnen en informatie, waaronder het Koopstromenonderzoek Randstad en Noord-Brabant 2021 (I&O Research) en Locatus Online. Adviesbureau DTNP heeft inhoudelijke input en ondersteuning geleverd bij het opstellen van het beleid. Belangrijk onderdeel van het proces zijn de gesprekken met verschillende ondernemers- en winkeliersverenigingen in onze gemeente geweest. Met hen hebben we gesproken over de gevolgen van trends en beleid voor de toekomst van hun winkelgebied. Tussentijds hebben we in een sessie met de raadscommissie de raadsleden meegenomen in de trends en wat dit betekent voor de Osse situatie. Het concept-beleid is toegelicht en besproken in een brede bijeenkomst, waarvoor alle winkeliers in de gemeente waren uitgenodigd. Dit alles heeft geleid tot de definitieve versie van dit beleid.

1.4 Leeswijzer

Hoofdstuk 2 beschrijft de uitgangssituatie. We gaan in op de beleidskaders, landelijke trends en ontwikkelingen en de huidige situatie in Oss (detailhandelsstructuur en perspectief winkelaanbod). Een en ander leidt tot een aantal opgaven voor de toekomstige detailhandelsstructuur en het beleid. De ambitie, uitgangspunten en visie op de detailhandelsstructuur komen in hoofdstuk 3 aan bod. In hoofdstuk 4 gaan we in op de toekomstige functie van de verschillende winkelgebieden en het beleid voor detailhandel. We eindigen in hoofdstuk 5 met een aantal uitvoeringsaspecten.

2. Uitgangssituatie

2.1 Huidige beleidskaders

Gemeentelijke beleidskaders

Het detailhandelsbeleid heeft betrekking op het gehele gemeentelijke grondgebied. Bij de actualisatie is rekening gehouden met alle vigerende beleidsdocumenten en programma's, die een raakvlak hebben met detailhandel. Het gaat hierbij om:

- Koers Stadshart
- De gebiedsvisies Stedelijk Gebied, Stadjes en Kernen en Buitengebied
- Horeca- en terrassenbeleid (wordt geactualiseerd)
- Evenementenbeleid en locatieprofielen centrum
- Woonagenda
- Koersnota Mobiliteit en Beleid Parkeernormen
- Programma's Verstedelijking en Stadscentrum

Provinciaal detailhandelsbeleid

De provincie Noord-Brabant heeft elf richtinggevende principes opgesteld voor de ontwikkeling van de detailhandel in de provincie[1]. Deze gaan uit van een afname van het aantal winkelmeters en het maken van heldere keuzes in de winkelstructuur. De principes zijn:

1. Nieuwe (perifere) detailhandelsontwikkelingen moeten bijdragen aan de versterking van de (beoogde/gewenste) detailhandelsstructuur.
2. Voeg per saldo géén winkelmeters toe en streef naar vermindering van het totaal aantal winkelmeters.
3. Concentreer detailhandel en voorkom verspreide bewinkeling.
4. Benoem perspectiefrijke en perspectiefarme winkelgebieden.
5. Investeer in en creëer sociale meerwaarde in perspectiefrijke gebieden en biedt alternatieven voor perspectiefarme gebieden (andere functies dan detailhandel).
6. Nieuwe detailhandelsontwikkelingen alleen in of aansluitend aan perspectiefrijke winkelgebieden.
7. Biedt ruimte aan innovatieve concepten en nieuwe detailhandelsontwikkelingen die bijdragen aan het versterken van de (beoogde/gewenste) detailhandelsstructuur of centrum.
8. Speel in op ruimtelijke effecten van internetwinkelen: bestem showrooms of afhaalpunten van internetwinkels zo veel mogelijk in of aansluitend aan winkelgebieden (geen showroom buiten bestaande winkelgebieden).
9. Verwijder onbenutte en vrijkomende detailhandelsbestemmingen op ongewenste locaties uit bestemmingsplannen.
10. Betrek marktpartijen, kennisinstellingen, inwoners bij de opstelling van centrumvisies, (regionale) detailhandelsvisies, -afspraken en de vormgeving van nieuwe detailhandelsontwikkelingen.
11. Beoordeel ontwikkelingen op hun impact op omliggende gemeenten en stem daarmee af.

[1] Provincie Noord-Brabant (2019), Richtinggevende principes detailhandel

Regionaal detailhandelsbeleid

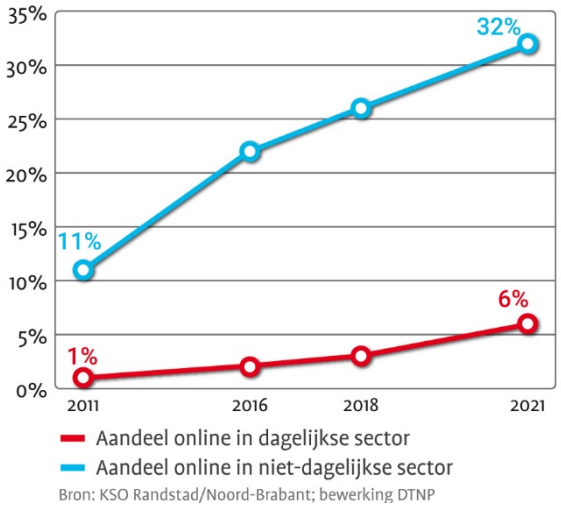
Eind 2022 is de regionale detailhandelsvisie Noordoost-Brabant (waartoe Oss behoort) in de regio vastgesteld. De ambities en doelstellingen uit de regionale visie borduren voort op de provinciale principes, die hiervoor zijn benoemd. Dat houdt dus in het concentreren van winkels in compacte winkelgebieden en het terugdringen van winkelaanbod buiten de centra, met als doel vitale en toekomstbestendige winkelgebieden. In de kleine kernen streven we naar een evenwicht tussen concentratie, nabijheid en economische haalbaarheid, om de leefbaarheid voor inwoners in de kernen te borgen. De regionale visie op detailhandel is vertaald in afspraken, waarbij de focus ligt op positieve samenwerking tussen de gemeenten in de regio.

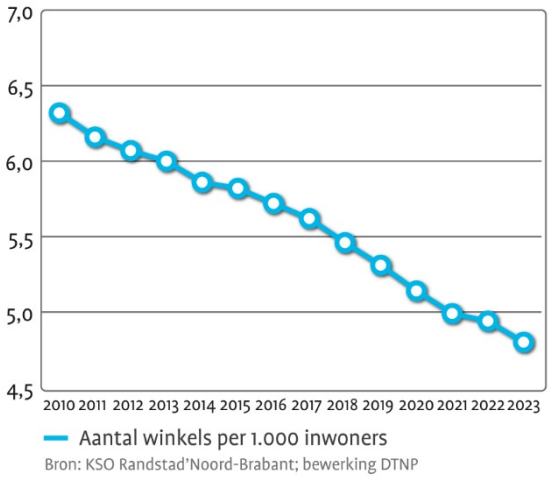
De visie en afspraken uit deze regionale visie en uit het provinciale beleid vormen de basis voor het geactualiseerde gemeentelijke beleid. We vertalen de regionale ambities en doelen naar onze lokale situatie en geven aan wat dit betekent voor de positie, omvang en branchering van onze winkelgebieden en overige detailhandel in onze gemeente.

2.2 Landelijke trends en ontwikkelingen in Oss

Meer online aankopen, minder fysieke winkels

Het aandeel online aankopen neemt al jaren sterk toe. Het effect hiervan op het fysieke winkellandschap is zichtbaar. Doordat steeds meer mensen artikelen op internet bestellen, neemt de behoefte aan fysieke winkels af. Winkelketens zijn failliet gegaan of hebben hun strategie flink aan moeten passen. Een tijd lang leek internet als aankoopkanaal vooral relevantie te hebben in de niet-dagelijkse sector (mode, huishoudelijk, speelgoed, woninginrichting, etc.). De laatste jaren wordt het aandeel online bestedingen ook in de dagelijkse sector echter steeds substantiëler (circa 6% in 2021). Zo zijn er bijvoorbeeld bezorgservices als Picnic, maar ook bestaande supermarkten als Albert Heijn en Jumbo bezorgen boodschappen thuis.

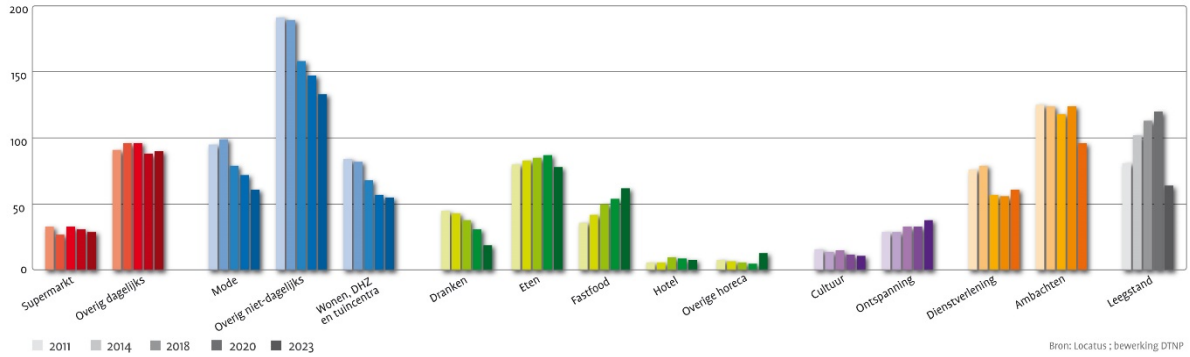




Ook in Oss is deze trend zichtbaar. Recent koopstromenonderzoek (I&O Research et al., 2022) laat zien dat het online aandeel in de dagelijkse sector in 2021 in de gemeente Oss op 5% lag. In de niet-dagelijkse sector lag dit percentage op 28%. Deze percentages liggen iets onder het

gemiddelde van dit grootschalige koopstromenonderzoek, waarin een groot deel van het onderzoeksgebied bestaat uit Randstedelijke gemeenten. Randstedelijke gemeenten lopen in deze trend iets voor op de rest van Nederland (zoals gemeente Oss).

Het fysieke winkelaanbod is in de gemeente Oss sinds vaststelling van het beleid in 2008 substantieel afgenomen. Zeker in het niet-dagelijkse aanbod, een sector waarin internet dus een belangrijke rol is gaan spelen, is een sterke afname te zien (zie grafiek). In de grafiek is voor het jaar 2011 het aanbod van Geffen (destijds gemeente Maasdonk) niet meegenomen. Vanaf 2014 is deze data wel beschikbaar en meegenomen in de cijfers. In werkelijkheid is de afname in winkels tussen 2011 en 2014 dus nog sterker, aangezien het totaal aantal verkooppunten in 2011 in de gemeente dus eigenlijk nog hoger was dan in de grafiek weergegeven.



Grafiek ontwikkeling aantal verkooppunten per branchegroep in gemeente Oss

Gevolgen corona en macro-economische ontwikkelingen

De coronapandemie is voorbij, de effecten ervan zijn dat allerminst. Zo zorgde de pandemie voor een versnelling van de hoeveelheid online aankopen. Mensen waren immers voor een groot deel aangewezen op het internet toen alle fysieke winkels dicht moesten. Een grote groep consumenten en ondernemers heeft zo kennis gemaakt met het internet als aan- en verkoopkanaal. In de detailhandelssector profiteerden webwinkels, doe-het-zelfzaken en supermarkten het meest van de coronacrisis. Modewinkels kregen de grootste klappen.

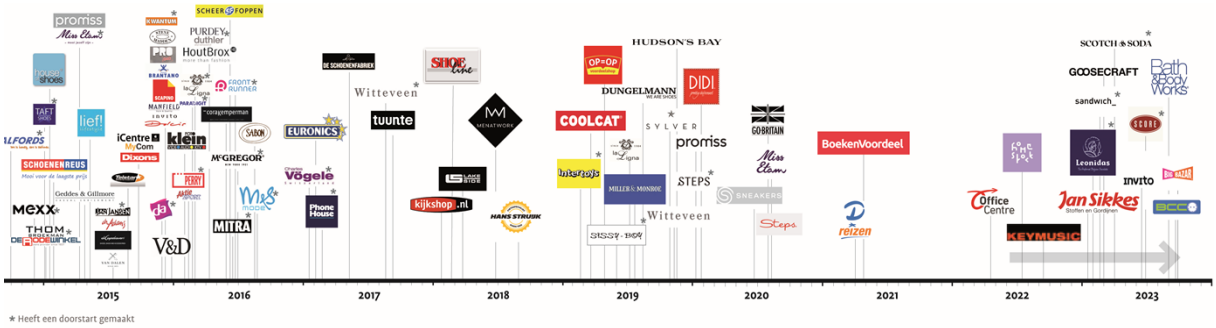
Sinds het einde van de pandemie is de piek in het aandeel online bestedingen ook weer iets teruggevallen. Desondanks ligt het aandeel online aankopen nog steeds op het niveau van de pre-corona-trendlijn, waarin een verdere groei van het online aandeel te zien was. Voor de langere termijn blijft een verdere toename de verwachting. Nieuwe generaties zijn opgegroeid met de mogelijkheden van het internet als vast onderdeel van hun dagelijks leven, en nieuwe technologie (robotisering, logistiek, etc.) biedt steeds meer mogelijkheden. Het doorzetten van deze digitalisering zal gevolgen blijven hebben voor de behoefte aan fysiek winkelaanbod (in vorm, omvang, locatie, etc.). Daar komt bij dat een deel van de ondernemers nog kampt met een forse coronaschuld, die terugbetaald moet worden.

Niet alleen door het terugbetalen van de coronasteun zitten ondernemers de afgelopen tijd in woeliger vaarwater. De oorlog in Oekraïne zorgde voor een enorme stijging in energiekosten. Het

personeelstekort zorgt er soms voor dat ondernemers gedwongen zijn hun openingstijden in te korten. Daarnaast is de inflatie al tijden hoog, met een dalend consumentenvertrouwen[2] tot gevolg. Onderdeel hiervan is dat consumenten minder niet-noodzakelijke aankopen doen. Zo worden incidentele en grotere aankopen uitgesteld of überhaupt minder snel gedaan, waardoor de ondernemer de stijgende kosten steeds minder makkelijk op kan vangen.

Niet-dagelijks aanbod: minder winkels, meer behoefte aan beleving en verblijven

Het niet-dagelijkse winkelaanbod neemt al jaren af, zowel in aantal winkels als in vierkante meters. Niet alleen de kleine zelfstandige ondernemer wordt getroffen. Onderstaande tijdlijn laat zien dat er sinds 2015 ook een groot aantal ketens de deuren heeft moeten sluiten. In de tijdlijn zijn veel namen te zien die in het verleden het beeld van de winkelstraat in middelgrote steden zoals Oss mede bepaalden. De groei van het aandeel online aankopen zet nog steeds door, en er gaan ook nog steeds ketens failliet. De recente faillissementen van Big Bazar en BCC laten zien dat het niet-dagelijkse winkellandschap een onzekere markt kan zijn als je niet onderscheidend genoeg bent.



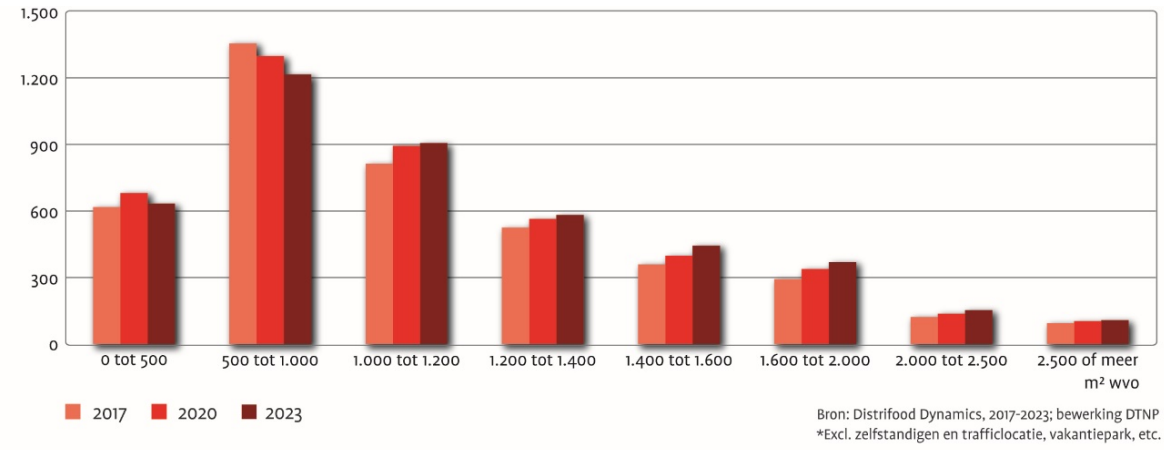
Voor niet-dagelijkse aankopen (recreatief winkelen) kiest de consument steeds vaker voor een dagje uit waarbij beleving, zowel in de winkel als daarbuiten, centraal staat. In winkelgebieden zien we daarom steeds meer een mix van winkels, horeca, cultuur en ontspanning. Ook evenementen en een aantrekkelijk verblijfsklimaat spelen een steeds belangrijker rol in winkelgebieden. Deze functiemix zien we niet alleen in het gebied zelf, maar ook binnen een onderneming. Het combineren van verschillende functies onder één dak noemen we ook wel 'blurring'. Denk aan een koffiehoek in de boekenzaak, of een kinderwinkel met activiteiten voor kinderen.

Schaalvergroting in de supermarktsector

In het supermarktlandschap spelen, naast de toename in het online aandeel, ook nog andere trends. Landelijk bekeken valt het op dat supermarkten steeds groter worden. Het aantal kleine supermarkten (van minder 1.000 m² winkelvloeroppervlak) neemt af. Het aantal supermarkten groter dan 1.000 m² neemt juist toe (zie grafiek). Supermarkten willen inspelen op de veranderende wens van de consument. Zo is er de laatste jaren meer aandacht voor beleving en versproducten (en de herkomst ervan) in de supermarkten. Daarnaast blijft het bieden van veel keuze tussen artikelgroepen en merken een kans om de concurrentieslag met andere

[2] CBS Statline (2023), *Consumentenvertrouwen, economisch klimaat en koopbereidheid*.

supermarkten te winnen. Om mee te kunnen bewegen met de trends en om het artikelenaanbod te verruimen, hebben supermarkten extra oppervlakte nodig.



Grafiek Ontwikkeling aantal supermarkten per groottecategorie in Nederland

Deze schaalvergroting heeft een keerzijde. Het zorgt ervoor dat relatief kleine supermarkten steeds kwetsbaarder worden. De trekkracht van dergelijke supermarkten (minder dan 1.000 m²) is vaak te beperkt om voldoende draagvlak te genereren, zeker wanneer een grotere 'moderne' supermarkt in de buurt ligt. Ook in Oss is deze schaalvergroting sterk zichtbaar. Sinds 2011 is het aanbod in Oss in meters toegenomen (circa 40%), terwijl het aantal supermarkten niet is toegenomen.

De supermarkt als trekker voor een centrumgebied

Supermarkten kunnen, in potentie, een belangrijke rol vervullen voor centrumgebieden. Zeker in kleinere (dorps- en/of buurt)centra zijn supermarkten qua bezoekersaantallen de belangrijkste functie. Maar ook in het centrum van Oss is de supermarkt een belangrijke publiekstrekker. Omliggende voorzieningen kunnen profiteren van de grote bezoekersaantallen van de supermarkt. Uit onderzoek van DTNP[3] blijkt dat circa 50% van de consumenten hun supermarktbezoek combineert met een bezoek aan meerdere andere winkels.

Een belangrijke randvoorwaarde voor dergelijk combinatiebezoek is een goede zichtrelatie tussen de supermarkt en overige winkels. Daarnaast mag de afstand tussen de supermarkt en overige winkels niet te groot zijn. Wanneer aan deze randvoorwaarden voldaan wordt, kan het hele centrumgebied baat hebben bij een goed ingepaste supermarkt. Winkelcentra als De Ruwert en Ussen zijn hier een goed voorbeeld van. Het zijn wijkwinkelcentra waar het bezoek aan de supermarkt eenvoudig gecombineerd kan worden met een bezoek aan een van de andere winkels in het winkelcentrum.

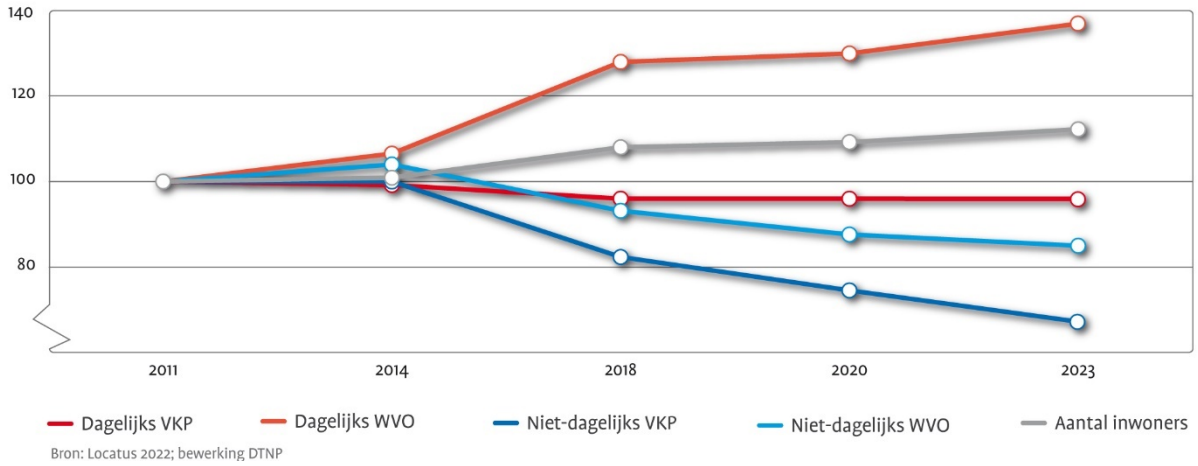
[3] DTNP (2021), *Passantenonderzoek trekkersrol supermarkten.*



Supermarkt is publiekstrekker voor andere winkels

Meer inwoners staat niet direct gelijk aan meer winkels

Eerder beschreven trends zorgen ervoor dat leegstaande winkelruimtes niet meer vanzelfsprekend gevuld werden met een andere winkel. De groei van het aantal inwoners (o.a. als gevolg van woningbouwplannen) zorgt voor een groter draagvlak voor voorzieningen. Echter, de afname in aantal winkels gaat een stuk harder dan de toename in het aantal inwoners. Zo groeide het aantal inwoners in gemeente Oss sinds 2011, maar nam het aantal winkels (vooral in de niet-dagelijkse sector) nog steeds hard af. Alleen het aantal winkelmeters in de dagelijkse sector groeide, wat voornamelijk veroorzaakt wordt door schaalvergroting van supermarkten (zie grafiek).



Grafiek Ontwikkeling winkelaanbod (winkelvloeroppervlak (WVO) en aantal verkooppunten (VKP) en aantal inwoners in gemeente Oss (index 2011 = 100)[4]

[4] Ook voor bovenstaande grafiek geldt dat het aanbod van Geffen vanwege de gemeentelijke fusie pas sinds 2014 in de cijfers meegenomen is, waardoor het daadwerkelijke winkelaanbod in 2011 waarschijnlijk groter was, en dat het winkelaanbod tussen 2011 en 2014 in werkelijkheid waarschijnlijk ook is afgenomen.

Verschillen per type centrum

De impact van bovengenoemde trends verschilt sterk per type centrumgebied:

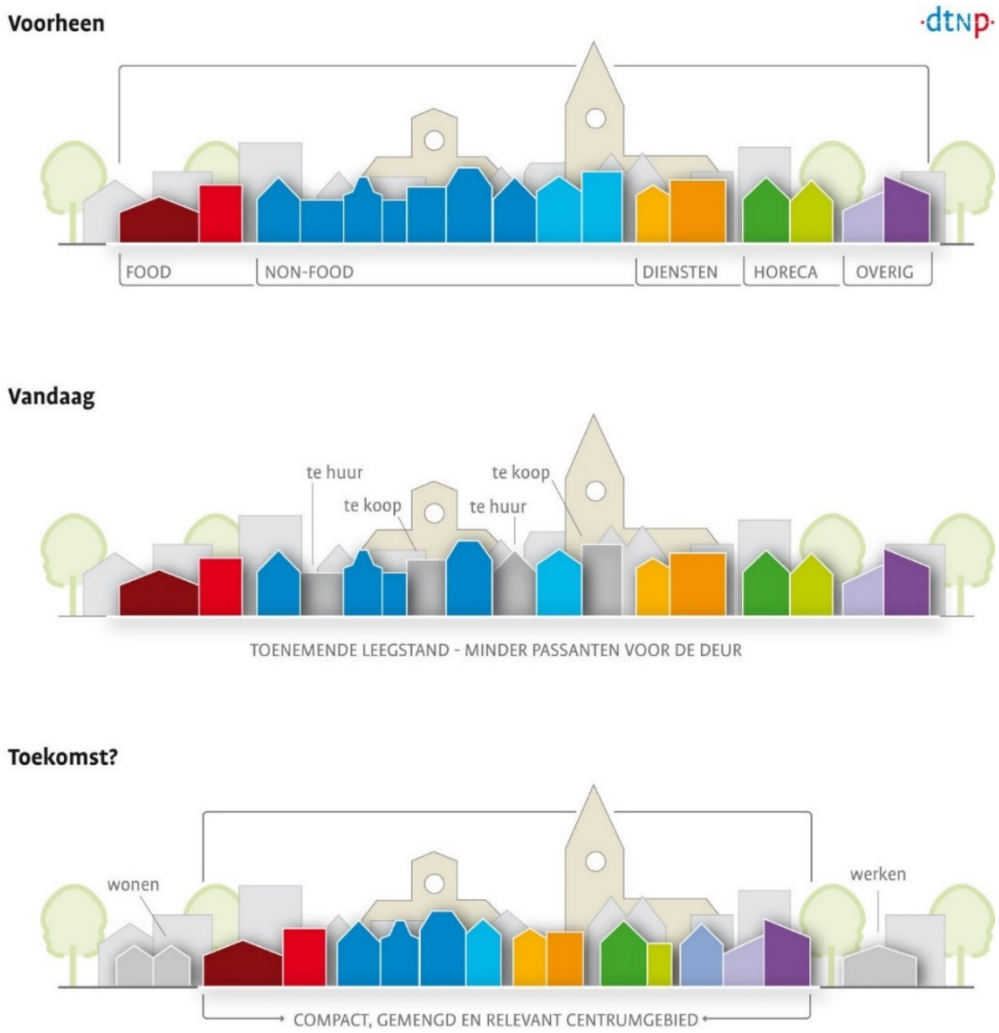
- Voor boodschappen en andere frequente benodigdheden brengt de consument nog altijd graag een bezoek aan het dorps- of wijkcentrum, zolang dit voldoet aan de eisen van een aantrekkelijk, compleet aanbod en bezoekgemak.
- Voor de totaalbeleving van een recreatief 'dagje winkelen' bezoekt de consument graag de grotere centra waar veel keuze is (onder meer in modezaken), bijzonder aanbod te vinden is en waar naast winkels ook diverse andere voorzieningen en horeca te vinden zijn.
- Veel middelgrote centra (waar ook het centrum van Oss toe gerekend kan worden) bieden niet het bezoekgemak en de nabijheid van het dorps-/wijkcentrum en hebben niet het bijzondere, recreatieve aanbod van de grote stad. Deze centra vallen vaak tussen tafellaken en servet en hebben bovengemiddeld te kampen met toenemende leegstand, verminderde levendigheid en lagere investeringsbereidheid. Centrumgebieden in heel Nederland zijn daarom op zoek gegaan naar nieuwe antwoorden.

Middelgrote centrumgebieden: van aankooplocatie tot gemengd verblijfsgebied

Concentratie van het publieksgericht gebied en verbreding van het functieprofiel zijn belangrijke strategieën gebleken om centrumgebieden aantrekkelijk te houden. Ook in Oss hebben we met de Koers Stadshart (2016) ingezet op een compact centrumgebied en een mix aan publieksgerichte functies.

Het centrum (Stadshart) van Oss is tegenwoordig weer meer dan alleen een aankooplocatie. De ambitie is dat het de 'huiskamer' van de stad is, een plek waar mensen graag verblijven en waar van alles te doen is. Een deel van de weggevallen winkels is ingevuld door horeca, culturele functies of dienstverlening. Zo verbreedt het functieprofiel, wat zorgt voor meer verschillende bezoekmotieven en daarmee ook meer bezoekers en levendigheid in het centrum. Ook hebben we met het aanwijzen van de 'pit' (kernwinkelgebied) en de 'schil' (aanloopgebied) ingezet op een compacter publieksgericht gebied om bezoekersstromen zoveel mogelijk te blijven bundelen, iets waar winkels van profiteren. In de centrumranden maken we transformatie naar wonen of werken mogelijk, om zo de gewenste concentratie van publieksfuncties te bereiken.

Naast verbreding van het functieprofiel hebben we ook veel aandacht voor de verblijfskwaliteit van centrum- en winkelgebieden. In wijkwinkelcentra ligt de nadruk bij de inrichting op een functioneel bezoek. In de dorpscentra en het centrum van Oss richten we ons meer op de verblijfs- en ontmoetingsfunctie. Versterkt door de noodzaak voor klimaatadaptatie, kiezen we ervoor de centra te vergroenen. Met name in het centrum van Oss is dit al goed zichtbaar.



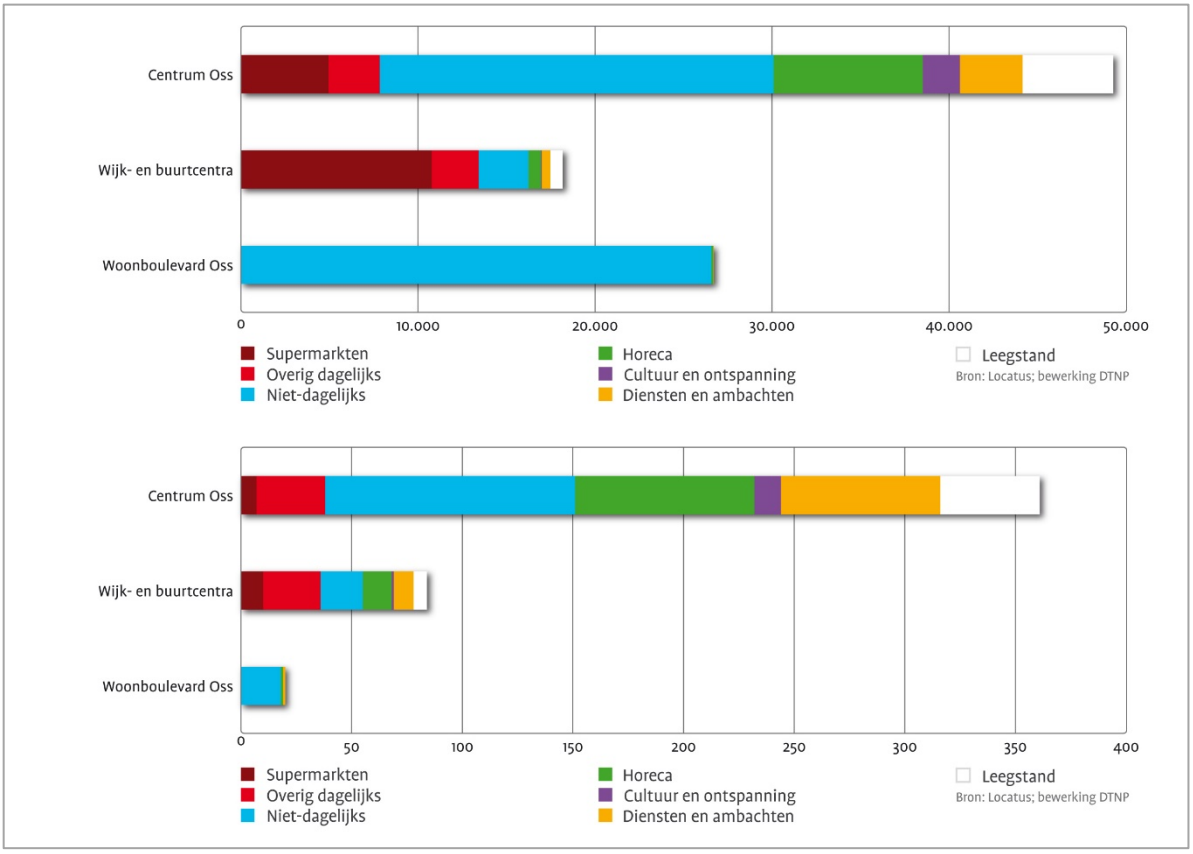
2.3 Analyse huidige situatie

Huidige detailhandelsstructuur

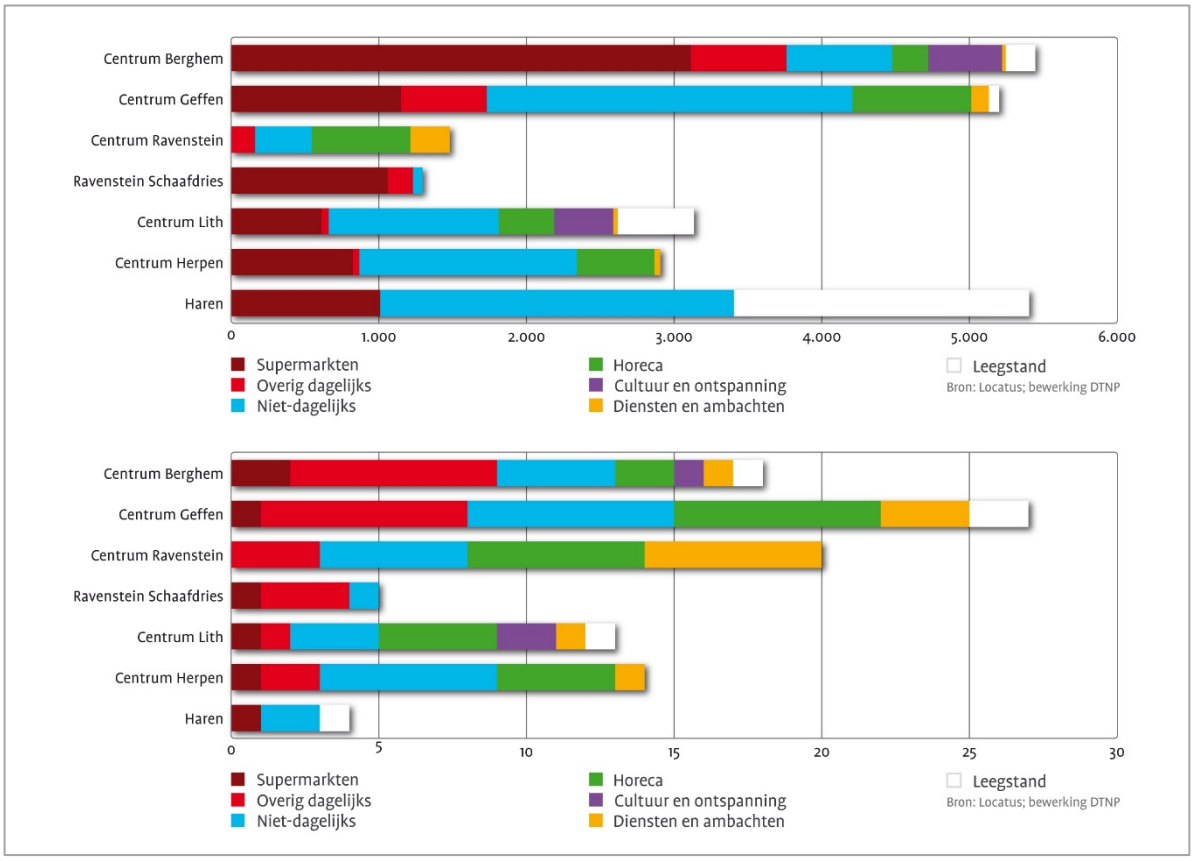
In de gemeente Oss is in totaal circa 140.000 m² winkelvloeroppervlak (wvo) aanwezig, verspreid over ruim 430 verkooppunten (winkels)[5]. Hiervan stond op de meetdatum circa 11.000 m² wvo leeg (64 verkooppunten). Bijna 80% van het winkelaanbod ligt in de stad Oss (109.000 m² wvo, 340 verkooppunten).

We voeren in Oss al jaren een concentratiebeleid voor detailhandel. Mede door het consequent vasthouden aan dit beleid, heeft Oss een fijnmazige detailhandelsstructuur, met goed functionerende winkelcentra en relatief weinig leegstand. In de stad Oss hebben inwoners op korte afstand de beschikking over een goed basisniveau voor het doen van boodschappen. Buiten de stad Oss beschikt elk cluster van kernen ten minste over een supermarkt voor dagelijkse aankopen, veelal in de hoofdkern, vaak met nog enig aanvullend aanbod.

[5] Locatus Online (2023)



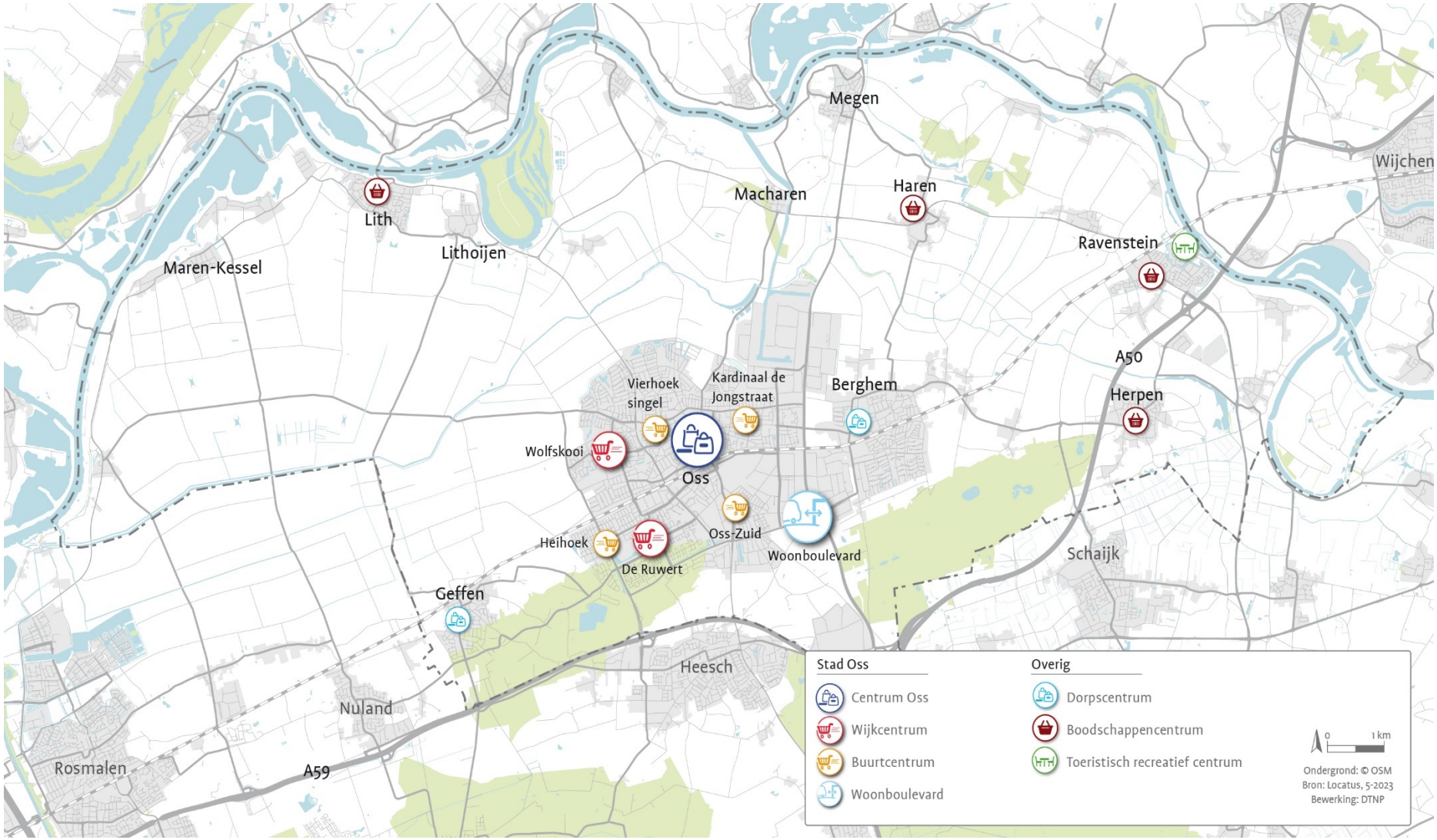
Grafieken aanbod winkelgebieden stad Oss (m² wvo en vkp)



Grafieken aanbod winkelgebieden stadjes en kernen (m² wvo en vkp)

De detailhandelsstructuur van de gemeente Oss is onder te verdelen in onderstaande winkelgebieden (zie bijlage 1 voor korte functioneel-ruimtelijke analyse per centrum):

- Centrum Oss: hoofdcentrum voor stad Oss en omgeving. Hier bevindt zich een concentratie van detailhandel (zowel dagelijkse als recreatieve branches), horeca, cultuur en overige publieksgerichte voorzieningen. Het centrum van Oss heeft vooral een verzorgende functie voor inwoners uit de eigen gemeente (Koopstromenonderzoek 2021). In de dagelijkse sector is de 99% van de omzet afkomstig uit de gemeente Oss, in de recreatieve en doelgerichte sector is dat 88% en 87%. Dit is hoger dan in de benchmarkgemeenten. Verklaring hiervoor is waarschijnlijk het feit dat Oss een groot buitengebied heeft ten opzichte van benchmarkgemeenten (mede als gevolg van herindelingen afgelopen decennia).
- Wijkwinkelcentra in Oss: een winkelgebied met een verzorgende functie voor de omliggende wijk, voornamelijk voor dagelijkse boodschappen. Wijkwinkelcentrum Ruwert is het meest compleet, met onder meer twee supermarkten als publiekstrekker en een divers overig aanbod. Het uitgebreide aanbod in een compacte opzet zorgt voor een bovenwijkse aantrekkingskracht. Wijkwinkelcentrum Ussen heeft ook twee supermarkten, maar het overige aanbod is iets minder divers.
- Buurtwinkelcentra: een winkelgebied met een minder uitgebreid aanbod dan een wijkwinkelcentrum. In de buurtwinkelcentra Vierhoeksingel, Kardinaal de Jongstraat en Heihoek bestaat het aanbod voor een belangrijk deel uit een supermarkt, er is geen sprake van een compleet winkelaanbod. Dit geldt ook voor aanbod in Oss-Zuid (Titus Brandsmaplein en supermarkt Oude Molenstraat).
- Dorpscentra in de stadjes en kernen: de hoofdkernen Berghem, Geffen, Ravenstein, Lith, en Herpen hebben een winkelaanbod met een functie voor de eigen kern en omliggende kernen. Het aanbod varieert van hoofdzakelijk een supermarkt (Lith, Herpen) tot een vrij compleet winkelaanbod voor dagelijkse aankopen (Berghem). In Ravenstein is het boodschappencluster aan de rand van kern gevestigd, terwijl het historische centrum van het stadje vooral kleinschalige, specialistische winkels huisvest. Hoofdkern Megen heeft nauwelijks winkelvoorzieningen. Bij Haren is wel een supermarkt gevestigd.
- Woonboulevard Oss: concentratie met woonwinkels en een bouwmarkt. Dit zijn winkels die vooral volumineuze goederen verkopen en daardoor een relatief groot winkeloppervlak nodig hebben (indicatie > 1.000 m² wvo). Daarom passen deze winkels niet in de standaard winkelcentra en zijn ze toegestaan op deze perifere locatie.
- Ongeveer een kwart van het totale winkelvloeroppervlak (en 20% van het aantal winkels) in de gemeente ligt niet in één van deze winkelgebieden (verspreide bewinkeling). Dit betreft voor een belangrijk deel winkels in de branches wonen, doe-het-zelf (bouwmarkten) en tuinartikelen (tuincentra), die conform het beleid toegestaan zijn buiten winkelgebieden.



Kaart huidige detailhandelsstructuur gemeente Oss

Economische positie en groeipotentieel dagelijks aanbod
Op basis van de indicatieve marktberekening (zie bijlage 2 voor uitgebreide toelichting) is de inschatting dat er in gemeente Oss op dit moment sprake is van een situatie van overaanbod in de dagelijkse sector. De dagelijkse sector in Oss functioneert op dit moment circa 10% ondergemiddeld ten opzichte van de landelijke norm. Er is dus meer aanbod dan men op basis van de koopstromengegevens en de inwonersaantallen zou vermoeden.

Deze situatie van overaanbod lijkt in de toekomst niet substantieel te gaan veranderen. Het lijkt erop dat de groei in het aantal inwoners het effect van een groeiend aandeel online bestedingen hooguit zal verzachten. Zelfs in de meest gunstige situatie (waarin woningbouwambities gerealiseerd worden en het aandeel van de online bestedingen een zeer beperkte groei zal doormaken tot circa 8% van de totale dagelijkse bestedingen) is er sprake van een overaanbod van circa 900 m² wvo. Hiermee wordt de druk van overaanbod minder groot, maar is er nog steeds sprake van overaanbod. Er is dus geen kwantitatieve aanleiding om de komende jaren een substantieel aantal winkelmeters in de dagelijkse sector in gemeente Oss toe te voegen.

Vanuit kwalitatieve overwegingen kan er desondanks aanleiding zijn toch ruimte te bieden voor uitbreiding van het dagelijks aanbod. Dit kan ten koste gaan van de minder gunstig gelegen of kwetsbare locaties of aanbieders. In specifieke situaties en op specifieke locaties is uitbreiding van het dagelijks aanbod te onderbouwen, denk aan:

- Nieuwe woonwijk Amsteleind: om de fijnmazige structuur en korte afstand tot basisvoorzieningen te behouden (en druk om bestaande centra aan de westzijde van Oss niet verder te laten toenemen);
- Uitbreidingswensen supermarkten dorpen om overwegend kwalitatieve redenen, met name Plus Lith en Plus Herpen.

Perspectief niet-dagelijks aanbod
De druk op het winkellandschap zorgt ervoor dat nieuwe niet-dagelijkse winkels niet vanzelfsprekend zijn. Sommige ondernemers of ketens kunnen inspelen op de online trends, maar we zien ook zelfstandigen verdwijnen en ketens failliet gaan. Nieuwe winkels komen daar niet altijd weer voor terug. De verwachting is dat het aanbod de komende jaren verder af zal nemen, ondanks de groei van het aantal inwoners. Het meest kansrijk zijn die plekken waar passantenstromen gebundeld zijn en er dus relatief veel bezoekers door de winkelstraat lopen. Zo kunnen winkels optimaal profiteren van elkaars klanten, die allemaal door dezelfde winkelstraat lopen. Voor niet-dagelijks aanbod zoals modewinkels is het centrum van de stad Oss daarom de meest logische en kansrijke plek.

2.4 Belangrijkste opgaven

Op basis van de huidige uitgangssituatie van de detailhandelssector in onze gemeente in combinatie met de trends en ontwikkelingen in de sector, zien we een aantal opgaven voor de toekomst. Samenvattend zijn de belangrijkste opgaven:

- De opkomst van online winkelen zet door. Het gemak van thuis winkelen en je aankopen thuisbezorgd krijgen sluit aan op de veranderende behoeften van de consument, waarbij onder meer gemak centraal staat.
- Het veranderende consumentengedrag vraagt om een andere kijk op detailhandel en winkelgebieden. Naast gemak (met name ook bij dagelijkse boodschappen belangrijk) speelt beleving, zowel in een winkelgebied als binnen een winkel, een steeds belangrijker rol.
- Bovengenoemde ontwikkelingen hebben gevolgen voor de omvang van winkels en de ruimtelijk-functionele invulling van winkelgebieden. Supermarkten vragen om schaalvergroting, terwijl bijvoorbeeld modezaken minder fysieke winkelruimte nodig hebben. Winkels sluiten als gevolg van de trends, maar andere vormen van detailhandel, zoals afhaalpunten zijn in opkomst. Centra verkleuren van pure aankooplocaties naar gemengde gebieden, waar verblijven en beleving veel belangrijker zijn.

Voor Oss betekent dit onder meer dat blijvende aandacht nodig is voor het centrum van Oss. Juist dit type centrum is kwetsbaar als gevolg van de trends. Dynamiek en innovatie is nodig om ervoor te zorgen dat deze 'huiskamer van de gemeente' aantrekkelijk blijft voor inwoners en bezoekers om naartoe te gaan. Daarnaast is het van belang in te blijven zetten op het concentratiebeleid voor winkels. Door winkels te blijven clusteren in winkelgebieden, zorgen we ervoor dat dit de meest aantrekkelijke gebieden blijven voor bezoekers om naartoe te gaan. En voor ondernemers en vastgoedeigenaren de meest aantrekkelijke gebieden om te vestigen en te investeren.

De meeste buurt- en wijkwinkelcentra zijn redelijk goed op orde, wat betreft aanbod en uitstraling. Bereikbaarheid en parkeren (voor auto en fiets) is in een aantal centra een aandachtspunt. In de stadjes en kernen is het de uitdaging een zo compleet mogelijk winkelaanbod te behouden.

3. Visie detailhandelsstructuur

3.1 Ambitie en hoofddoelen

In dit hoofdstuk schetsen we de visie op de gewenste detailhandelsstructuur in de gemeente Oss. De omvang, spreiding en kwaliteit van de bestaande winkelcentra en de trends en ontwikkelingen aan de vraag- en aanbodzijde vormen hiervoor de basis. De hoofdambitie is dat we streven naar een zo goed mogelijke consumentenverzorging voor onze inwoners en bezoekers. Daarnaast willen we voor huidige en nieuwe ondernemers een klimaat scheppen waarin een rendabele exploitatie van de onderneming mogelijk is en waarbij we perspectief bieden voor langere termijn.

De hoofddoelen van het geldende detailhandelsbeleid zijn op hoofdlijnen nog actueel. We blijven inzetten op het concentratiebeleid, waarbij we winkels zoveel mogelijk clusteren in winkelgebieden. Zo blijven dit aantrekkelijke gebieden, die fungeren als huiskamer van stad of dorp of als hart van de buurt. De hoofddoelen, die de basis voor het nieuwe detailhandelsbeleid vormen, zijn:

- Het bieden van een zo compleet, gevarieerd en aantrekkelijk mogelijk pakket van winkels en aanverwante publieksgerichte voorzieningen voor inwoners uit de gemeente Oss en consumenten uit de directe regio.
- Het benutten van kansen om het centrum van Oss te versterken als belangrijkste winkelgebied en huiskamer van de gemeente.
- Het streven naar een duurzame aanbodstructuur, bestaande uit ook op langere termijn levensvatbare, elkaar aanvullende winkelgebieden, op zo kort mogelijke afstand van de gebruiker.
- Het versterken van het ondernemersklimaat in de gemeente en het bieden van ruimte aan ondernemersinitiatieven om zo in te spelen op de dynamiek in de detailhandel.

Bovenstaande ambities en doelen zijn niet alleen ingegeven vanuit de consumentenverzorging en het functioneren van de ondernemingen, maar ook vanuit:

- Het ondersteunen van de economische, culturele en sociale functie van het centrum van Oss en andere winkelgebieden (ontmoetingsfunctie, plaats van vernieuwing).
- Het behoud van de kwaliteit van de leefomgeving, vooral op buurt- en wijkniveau en in de stadjes en kernen, die voor een belangrijk deel bepaald wordt door de omvang en kwaliteit van de aanwezige detailhandel.
- De werkgelegenheid die de detailhandel en andere publieksgerichte voorzieningen met zich meebrengen.
- De bijdrage die de detailhandel kan leveren aan het versterken van het imago en de identiteit van de stad.

3.2 Uitgangspunten

Aantrekkelijk en ruim aanbod: concentratie centrum Oss
Voor het bieden van een zo ruim en gevarieerd mogelijk aanbod aan winkels en overige voorzieningen (o.a. horeca) voor inwoners uit de gemeente Oss en omgeving is het centrum van

Oss essentieel. We blijven inzetten op concentratie van functies en daarmee bezoekersstromen in het centrum. Dit biedt de beste kansen om hier een aantrekkelijke mix van voorzieningen te houden en de verzorgingsfunctie van het centrum te behouden en waar mogelijk te versterken. Het centrum van Oss wordt steeds meer een ontmoetings- en verblijfsplek, waarbij naast een aantrekkelijke mix van functies ook een sfeervolle en groene inrichting. In het centrum van Oss bieden we (ook planologisch-juridisch) ruimte voor dynamiek (bijvoorbeeld nieuwe concepten, ruimte bieden voor schaalvergroting of juist verkleining) en innovatie, zoals blurring.

Dagelijkse voorzieningen in de buurt
Om de gewenste positie van het centrum van Oss niet te ondermijnen, is het nodig dat we zeer terughoudend omgaan met winkelaanbod buiten het centrum. Tegelijk willen we inwoners uit de stad en de kernen wel op korte afstand van de woonomgeving een eigentijds en zo compleet mogelijk winkelaanbod voor dagelijkse boodschappen bieden. Voor de kwaliteit van de leefomgeving is de aanwezigheid van winkels en/of andere voorzieningen belangrijk.

De huidige fijnmazige winkelstructuur zorgt voor een goed voorzieningenaanbod, met name in het stedelijk gebied: winkels zijn dichtbij en goed bereikbaar voor alle inwoners. Vanuit de ambities van duurzame mobiliteit (10-minutenstad) en leefbaarheid is het gewenst deze fijnmazige structuur voor dagelijkse boodschappen te behouden. We blijven daarom uitgaan van een structuur met levensvatbare winkelcentra op wijkniveau, met eigentijdse supermarkten als publiekstrekkers.

De winkelcentra in de buurten, wijken en kleine kernen zijn niet alleen de plek om je (dagelijkse) boodschappen te doen. Ze ontwikkelen ze zich steeds meer als sociale ontmoetingsplek, het hart van buurt, wijk of dorp. Naast winkels voor dagelijkse boodschappen is in deze harten ook ruimte voor andere publieksgerichte functies, zoals een sportschool, huis- of tandarts of ambachtelijke bedrijfjes.

De ruimtelijke ontwikkelingen (met name in de Spoorzone) betekenen een groter draagvlak voor voorzieningen. In de meeste gevallen kunnen de huidige winkelvoorzieningen dit prima opvangen, of zorgt het ervoor dat de negatieve tendens (afname winkelaanbod als gevolg van trends) gekeerd wordt. In specifieke gebieden zoals Amsteleind is versterking van de winkelstructuur met een nieuw cluster gewenst. Dit om de druk op omliggende centra niet te groot te maken, maar ook om ervoor te zorgen dat toekomstige inwoners van deze wijk ook op korte afstand een goed voorzieningenaanbod hebben. In de stadjes en kernen is het, mede in verband met de leefbaarheid, gewenst het huidige voorzieningenniveau op peil te houden. Winkels, en dan met name een supermarkt, vormen hierbij een belangrijke basis.

Duurzame structuur, tegengaan structurele leegstand
Een duurzame aanbodstructuur betekent een structuur met sterke, goed ingevulde winkelgebieden zonder structurele leegstand. Als gevolg van landelijke trends (verdere groei online) staan fysieke winkels ook in de toekomst onder druk. Om structurele leegstand in het centrum te voorkomen, blijft het van belang winkels en overige publieksgerichte voorzieningen te concentreren in een afgebakend gebied (daar perspectief houden voor invulling). Buiten het centrum en de wijk- en

dorpscentra, staan we daarom geen nieuwe winkelvoorzieningen toe. Uitzondering hierop zijn winkels die vanwege aard of omvang van de artikelen niet of moeilijk in reguliere winkelgebieden ingepast kunnen worden. Denk aan brand- en explosiegevaarlijke stoffen of volumineuze en zeer laagfrequent aangeschafte artikelen, zoals keukens, bouwmaterialen, auto's, caravans). Hiervoor bieden we incidenteel ruimte op perifere locaties (op bedrijventerreinen, waar ze de bedrijfsvoering van zittende bedrijven niet in de weg zitten en waar planologisch-juridische ruimte is). Voormalige winkelpanden buiten de gewenste winkelgebieden, zijn kansrijk om te transformeren naar andere functies, zoals wonen en werken.

Door helder aan te geven welke winkelgebieden perspectiefrijk zijn en aan de andere kant waar we juist geen (nieuwe) detailhandel toestaan, bieden we ook duidelijkheid voor ondernemers en marktpartijen. Voor hen is met deze visie ook helder waar investeringen gewenst en rendabel zijn.

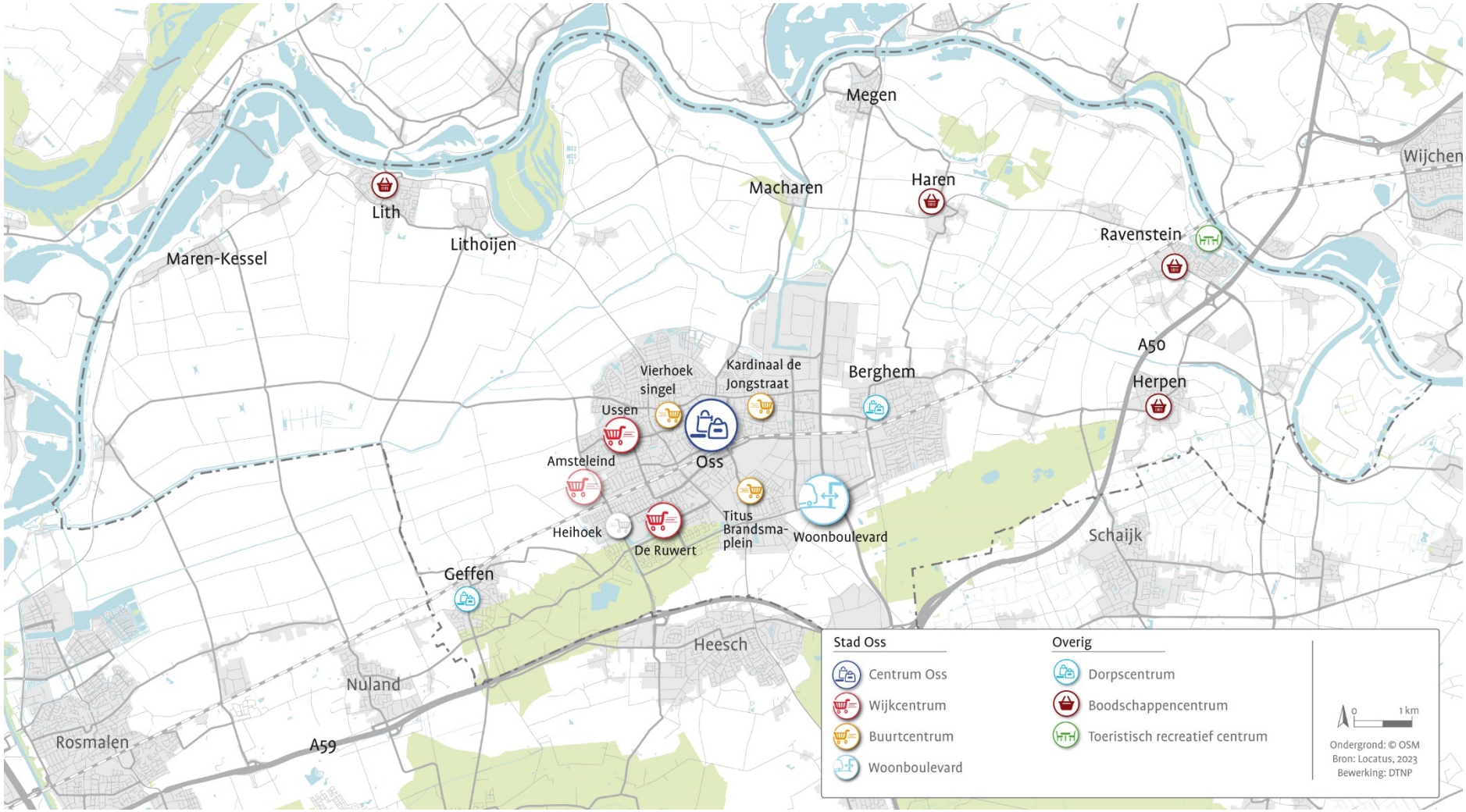
3.3 Visie op de hoofdstructuur

In grote lijnen houden we vast aan de bestaande hoofdstructuur voor detailhandel, bestaande uit het centrum van Oss, wijk-/buurtwinkelcentra en de centra in de omliggende stadjes en kernen. De verschillende winkelgebieden vullen elkaar aan en vormen zo een sterke en duurzame winkelstructuur. We blijven dan ook inzetten op concentratie en clustering van detailhandel binnen deze hoofdstructuur. Daarbij streven we ernaar dat ieder winkelgebied haar huidige functie en positie binnen de structuur behoudt. In de stadjes en kernen rondom Oss is het vooral de uitdaging om het bestaande voorzieningenniveau in de centra op peil te houden. Daarom gaan we terughoudend om met het toestaan van detailhandel buiten of aan de rand van de kernen, maar gaan we in de centrumgebieden van kernen als Lith, Herpen en Megen juist flexibel en faciliterend om met eventuele wensen van ondernemers.

De groei van de stad Oss vraagt om een aanpassing van de detailhandelsstructuur. Aan de westzijde ontwikkelen we met Amsteleind een nieuwe woonwijk, met een dusdanig inwonertal dat een eigen (nieuw) winkelcentrum gerechtvaardigd is. Dit sluit ook aan bij onze ambitie om inwoners korte afstand van de woonomgeving een aantrekkelijk dagelijks winkelaanbod te bieden. Dit winkelcentrum moet qua omvang en branchering passen bij het verzorgingsgebied (de eigen wijk). Een nieuw winkelcentrum Amsteleind zorgt samen met de winkelcentra Ruwert en Ussen voor een goede spreiding van complete winkelgebieden in het westelijk deel van de stad.

Om de structuur aan de westzijde van de stad op termijn sterk en duurzaam te houden, kiezen we ervoor het huidige cluster Heihoek geen onderdeel meer te laten zijn van de gewenste winkelstructuur. Dit (incomplete) winkelcentrum ligt op korte afstand van winkelcentrum Ruwert (deels overlappende verzorgingsgebieden) en heeft daarom te weinig potentie om uit te groeien tot een winkelgebied met een compleet (completer) winkelaanbod. Deze keuze betekent dat de locatie Heihoek niet versterkt wordt als winkelgebied. Op termijn kan deze locatie transformeren naar een andere functie (wonen, wijkgerichte voorzieningen niet zijnde winkels).

Buiten de hoofdstructuur is de Woonboulevard aangewezen voor winkels die zich qua aard en omvang van het assortiment niet in een winkelgebied kunnen vestigen (zoals meubelen). Een herkenbare en duidelijke clustering van dergelijke winkels is voor zowel consument als ondernemer prettig. Ook bouwmarkten, tuincentra en enkele overige specifieke branches mogen vanwege aard en omvang van de artikelen buiten winkelgebieden vestigen.



Kaart gewenste detailhandelsstructuur gemeente Oss

4. Beleid

Met dit beleid stellen we de gewenste detailhandelsstructuur voor de gemeente Oss vast. Daarbij ligt de focus op vitale aantrekkelijke winkelgebieden, een goed (gespreid) dagelijks voorzieningenniveau, een goed woon, leef- en ondernemersklimaat en beperkte leegstand.

1. De detailhandelsstructuur van Oss bestaat uit het centrum van Oss, de wijk- en buurtwinkelcentra, de centra in de stadjes en kernen en de bijzondere winkellocatie Woonboulevard. Het beleid is erop gericht deze locaties kwalitatief te versterken.
2. In de detailhandelsstructuur ligt het accent op het centrum van Oss. Hier zijn alle typen winkelontwikkelingen toegestaan (uitbreiding, nieuwbouw). We stellen geen beperkingen aan branches of omvang. In de overige centra gaan we terughoudend om met ontwikkelingen. Ontwikkelingen moeten passen binnen de boodschappenfunctie en aansluiten bij het draagvlak. De supermarkten zijn de dragers van de boodschappenfunctie en mogen moderniseren en eventueel uitbreiden. Voor wijkwinkelcentra gaan we in principe uit van twee supermarkten met een maximale omvang van respectievelijk 1.200 en 1.500 m² wvo. De supermarkt in een buurtwinkelcentrum mag maximaal uitbreiden tot 1.500 m² wvo. Voor de supermarkten in de kernen gaan we uit van maximaal 1.200 m² wvo.
3. Het winkelaanbod in het centrum wordt zoveel mogelijk geconcentreerd binnen de gebieden op de meest actuele visiekaart van het centrum.
4. Uitbreiding en/of nieuwvestiging van detailhandel buiten de detailhandelsstructuur is niet toegestaan.

4.1 Centrum Oss

Het centrum van Oss heeft een functie als centrale ontmoetingsplek en als belangrijkste winkelgebied van de stad Oss en omliggende kernen en buitengebied. Waar voorheen het uitgebreide winkelaanbod, inclusief grotere publiekstrekkers als V&D, de drager van het centrum was, zien we nu dat andere functies zoals cultuur en horeca, en de combinatie van deze functies, de nieuwe trekkers voor het centrum zijn. Nieuwe ontwikkelingen op het gebied van detailhandel, maar ook andere voorzieningen zoals afhaalpunten, horeca en cultuur/ontspanning, plaatsen we bij voorkeur zoveel mogelijk in of direct aansluitend aan het Stadshart. Juist deze mix aan functies maken het centrum aantrekkelijk. Met de ontwikkeling van het Walkwartier (met ruimte voor winkels, maar ook voor andere functies zoals de bibliotheek) geven we het Stadshart een grote kwaliteitsimpuls. De afbakening van het centrumgebied, de ruimtelijke structuur, de omvang van panden (klein of juist groot, wat doen we met verdiepingen), de profilering van deelgebieden (inclusief gewenste branchering en invulling), de bereikbaarheid en parkeer- en fietsstallingsmogelijkheden, de inrichting van de openbare ruimte, de samenwerking tussen stakeholders, uniforme openingstijden en promotie en marketing, het zijn allemaal aspecten die

samen het succes van het centrum bepalen. Een en ander wordt uitgewerkt in een integrale gebiedsvisie (actualisatie Koers Stadshart), die inspeelt op de actuele trends en ontwikkelingen.

Het doen van dagelijkse boodschappen is een belangrijk bezoekmotief in het centrum. Net als in andere middelgrote centra vormt het dagelijkse aanbod in het centrum van Oss een belangrijke basis, die zorgt voor een continue stroom bezoekers gedurende de hele week. Met name supermarkten zijn hierbij belangrijke publiekstrekkers (zie hoofdstuk 2). Door diverse woningbouwontwikkelingen in en rondom het centrum neemt ook het aantal inwoners, dat het centrum als dichtstbijzijnde boodschappencentrum beschouwt, toe. Met een sterk dagelijks aanbod zijn er ook meer kansen voor een uitgebreid aanbod in niet-dagelijkse branches, zoals mode.

Het niet-dagelijkse winkelaanbod in het centrum kent relatief veel lokale en regionale aanbieders (bijvoorbeeld Ter Horst van Geel, Wehberg, Heeren van Nuland, Derijks). Deze 'couleur locale' zorgt voor een onderscheidend aanbod, klantenbinding en service. Voor de toekomst zetten we in op het versterken van de huiskamerfunctie van het Stadshart, met een mix van winkels, horeca, warenmarkt, evenementen etc. Ook andere publieksgerichte functies, zoals dienstverlening en afhaalpunten passen we bij voorkeur in of aan de randen van het centrum in. Ook een uitnodigende en groene openbare ruimte, met veel ruimte voor verblijven en ontmoeten hoort daarbij.

4.2 Wijk- en buurtwinkelcentra

De wijk- en buurtwinkelcentra bedienen de eigen wijk/omliggende buurten. Het is van belang continu te blijven investeren in de kwaliteit van het aanbod en de uitstraling. Uitbreidingen van winkelaanbod, waardoor deze winkelcentra een sterk wijkoverstijgende functie krijgen, vinden we niet wenselijk. Daarmee komt de positie van het centrum en de overige centra in gevaar.

Winkelcentrum Ruwert
Winkelcentrum Ruwert heeft een zeer sterk dagelijks aanbod, aangevuld met een uitgebreid niet-dagelijks aanbod gericht op gemak (boodschappenfunctie). Het winkelcentrum is recent verbouwd, waarbij onder meer de supermarkt Albert Heijn is uitgebreid. Verdere uitbreiding van het winkelaanbod is hier niet gewenst, om de aantrekkingskracht vanuit andere delen van de gemeente niet groter te maken (wijkoverstijgende functie). Aandacht is vooral nodig voor de bereikbaarheid en parkeersituatie (ook voor fietsers).

Winkelcentrum Ussen
Winkelcentrum Ussen functioneert goed, met name door de aanwezigheid van twee elkaar aanvullende supermarkten. Er is enige leegstand in het winkelcentrum en het aanbod aan verszaken is niet compleet (meer). Voor de toekomst is het gewenst het een zo compleet mogelijk dagelijks aanbod te behouden. Ook hier zijn parkeren en fietsbereikbaarheid de belangrijkste aandachtspunten.

Vierhoeksingel
Het winkelcluster aan de Vierhoeksingel wordt gedomineerd door de supermarkt. Door de omvang en goede autobereikbaarheid bedient deze supermarkt niet alleen de omliggende buurten, maar heeft het ook een functie voor de Maasdorpen. De winkelstrip aan de Zaltbommelseweg heeft weinig relatie met de supermarkt, zowel functioneel als ruimtelijk. Ook onderling is er weinig samenhang: de winkels en overige voorzieningen functioneren solitair en hebben een eigen doelgroep en verzorgingsfunctie. Mede vanwege de ligging nabij het centrum, is verdere uitbreiding van dit winkelcluster niet gewenst.

Kardinaal de Jongstraat
Het buurtwinkelcentrum aan de Kardinaal de Jongstraat/Singel 1940-1945 heeft een functie voor de inwoners uit Schadewijk. Vanwege de ligging nabij het centrum is er weinig uitbreidingsruimte voor winkels in deze wijk. Enige schaalvergroting van de supermarkt is voorstelbaar. De ligging van het winkelcluster in de wijk is niet ideaal: nogal decentraal, met weinig ruimte voor parkeren en verblijven. De komende jaren vindt in de Schadewijk op diverse plekken herstructurering plaats. Verplaatsing van de supermarkt (eventueel aangevuld met enkele overige voorzieningen voor dagelijkse boodschappen) is te overwegen. Een winkelcluster op een meer centrale plek kan zorgen voor een aantrekkelijk 'hart' voor de wijk.

Titus Brandsmaplein
Het dagelijks winkelaanbod in Oss-Zuidoost bestaat uit de winkelstrip Titus Brandsmaplein (Industrielaan), met een aantal winkels en horecazaken, en een supermarkt aan de Oude Molenstraat op enige afstand. Idealiter worden de supermarkt en buurtwinkelstrip geclusterd, zodat ze beter van elkaars aanwezigheid kunnen profiteren. De solitaire, buiten het winkelcluster gelegen winkel Action zou in het centrum van Oss een sterke toevoeging zijn (publiekstrekker), verplaatsing is gewenst.

Toekomstige winkels Amsteleind
In de nieuwe woonwijk Amsteleind is voldoende draagvlak voor een eigen (nieuw) winkelcentrum Dit winkelcentrum moet qua omvang en branchering passen bij het verzorgingsgebied (de eigen wijk). We gaan uit van twee supermarkten, aangevuld met overige winkels voor dagelijkse boodschappen (verszaken, drogisten etc.).

4.3 Stadjes en kernen

In de stadjes en kernen rondom Oss is het aanbod gericht op de inwoners van de betreffende kern (of kernencluster). We zetten hier in op het behoud van het bestaande voorzieningenniveau in de centra. Dit betekent dat we terughoudend omgaan met het toestaan van detailhandel buiten of aan de rand van de kernen. Het draagvlak voor winkels is in de kleine kernen al beperkt, aanbod buiten de dorpscentra ondermijnt direct de gewenste positie en het voorzieningenniveau in de dorpscentra.

Berghem

In het centrum van Berghem hebben de afgelopen jaren diverse ontwikkelingen plaatsgevonden, die bij hebben gedragen aan een sterker en meer herkenbaar cluster van de winkels en overige voorzieningen rondom de Sint Willibrordusstraat. Met twee supermarkten, aanvullende winkels voor dagelijkse aankopen (o.a. bakker, slijter, bloemen, drogist, lectuur), horeca en dorpshuis De Berchplaets beschikken inwoners van Berghem over een dorpshart met een vrij compleet boodschappenaanbod. Voor de toekomst zetten we in verdere concentratie van het winkelaanbod in het centrumgebied (Sint Willibrordusstraat). Substantiële uitbreiding van het winkelaanbod in Berghem is niet gewenst, gelet op het draagvlak (aantal inwoners). Versterking van het centrumgebied is mogelijk door verplaatsing van verspreid gelegen winkels (o.a. aan Burgemeester van Erpstraat). Dit biedt ook kansen om de ruimtelijke structuur en samenhang van het centrum verder te versterken.

Geffen

Het aanbod voor dagelijkse boodschappen in Geffen bestaat uit een supermarkt en enkele overige winkels (o.a. bakker, slager, slijter, lectuur, drogist). De meeste winkels, horeca en overige voorzieningen zijn aan de Dorpstraat gevestigd, maar liggen op enige afstand van elkaar met daartussen woningen en andere functies. De supermarkt ligt min of meer solitair aan het Aloysiusplein. Een samenhangend centrumgebied ontbreekt. Voor de toekomst zetten we in op behoud van het huidige voorzieningenniveau, bij voorkeur zoveel mogelijk geclusterd.

Ravenstein

De winkelstructuur in Ravenstein bestaat uit de historische binnenstad en een relatief nieuw boodschappencluster aan de rand van de kern. Dit cluster met een eigentijdse supermarkt, bakker, slager en bloemist heeft een verzorgende functie voor dagelijkse aankopen voor inwoners uit Ravenstein. De ligging aan de doorgaande weg maakt deze locatie ook aantrekkelijk voor inwoners uit de omliggende kernen (kernen aan de Dorpenweg). Er is geen aanleiding voor substantiële uitbreiding van het dagelijks aanbod hier, gelet op het (toekomstige) draagvlak.

Met de ontwikkeling van dit boodschappencluster is de voormalige supermarktlocatie aan het Keurvorstenplein leeg komen te staan. Hier is nu nog een modezaak (met bovenlokale aantrekkingskracht) gevestigd. De voormalige Boerenbond om de hoek is herontwikkeld met een winkel- en horecafunctie. Versterking van de locatie Keurvorstenplein is niet gewenst. Bij voorkeur vindt transformatie van (een deel van) deze locatie naar bijvoorbeeld wonen plaats.

De historische binnenstad van Ravenstein heeft van oudsher een toeristisch-recreatieve functie. In de loop der jaren zijn echter steeds meer winkels verdwenen. Voor een deel zijn deze winkels vervangen door horecazaken of andere functies. Ruimtelijk is er echter weinig samenhang: de publiekgerichte functies liggen verspreid en een goede verbinding of zichtrelatie ontbreekt. Het centrum van Ravenstein heeft wel potentie als recreatief dwaalmilieu, met historische panden en straatjes. In dit gebied gaan we flexibel om met initiatieven van ondernemers, die bijdragen aan behoud en versterking van dit bijzondere profiel.

Herpen, Lith, Haren, overige kleine kernen
Van de overige kernen in de gemeente beschikken Lith, Herpen en Haren over een supermarkt voor de dagelijkse boodschappen. In Haren is dat de supermarkt aan de rand van de kern. In Lith en Herpen is naast een supermarkt nog enig aanvullend aanbod in het centrum gevestigd. In beide kernen gaat de supermarkt op de huidige locatie uitbreiden, met name om de huidige positie als dorpssupermarkt te kunnen behouden (voldoen aan de wensen van de consument). Met het behoud van een volwaardige supermarkt in het centrum zijn er kansen voor overige (winkel)voorzieningen en blijft er levendigheid centraal in het dorp. In het centrum van Lith en Herpen gaan we flexibel en faciliterend om met eventuele wensen van ondernemers (bijvoorbeeld beperkte uitbreiding, aanvullende functies of activiteiten). Dit geldt ook voor de overige kleine kernen, zoals Megen en Macharen.

4.4 Detailhandel op perifere locaties

Buiten de bovengenoemde winkelgebieden gaan we zeer terughoudend om met het toestaan van detailhandel. We continueren het vigerende beleid waarbij alleen die branches of aanbieders die niet inpasbaar zijn in reguliere winkelgebieden, bij uitzondering mogen vestigen op perifere locaties. Het gaat om de branches:

- woninginrichting (> 1.000 m² wvo),
- bouwmarkten (> 1.000 m² wvo),
- tuincentra,
- showrooms in keukens, badkamers, tegels, sanitair,
- ABC-goederen,
- grove bouwmaterialen,
- brand- en explosiegevaarlijke stoffen,
- landbouwwerktuigen,
- overige grootschalige goederen (bv zonwering).

Deze aanbieders zijn vanwege aard of omvang van de goederen niet of moeilijk inpasbaar in winkelgebieden. Ze worden overwegend laagfrequent bezocht en passen soms beter op een bedrijventerrein. Bedrijventerreinen zijn er primair voor de bedrijvigheid waar ze voor bedoeld zijn (vestiging van mkb-bedrijven in bijvoorbeeld maakindustrie, bouw- en transport en groothandel), en de ruimte is schaars. Daarom gaan we heel zorgvuldig om de vestiging van detailhandel op bedrijventerreinen en is detailhandel niet gewenst op bedrijventerreinen waar zwaar milieubelastende activiteiten plaatsvinden (zoals Moleneind, Vorstengrafdonk en de noordelijke delen van Elzenburg en De Geer). De overige bedrijventerreinen hebben een meer gemengd karakter en bieden waar van toepassing wel mogelijkheden voor specifieke vormen van detailhandel. Nieuwe ontwikkelingen van perifere detailhandel sluiten bij voorkeur aan om de reeds bestaande clusters van dit type detailhandel op de bedrijventerreinen. Geschikte locaties zijn bijvoorbeeld locaties aan of nabij de hoofdontsluitingswegen (goede bereikbaarheid, zichtbaarheid voor consumenten, representatieve omgeving voor ondernemers, voldoende parkeergelegenheid op eigen terrein).

Woonboulevard
De Woonboulevard is bestemd voor grootschalige winkels met volumineuze artikelen binnen het thema wonen (minimale omvang winkel 1.000 m² wvo). Vanwege de aard en omvang van de gevoerde artikelen heeft volumineuze detailhandel een grootschalige uitstalling nodig en is inpassing in het centrum of in wijkcentra vaak niet mogelijk. De Woonboulevard is dan ook geen regulier winkelgebied, maar een uitzonderingslocatie. De clustering van dit type winkels op een goed bereikbare plek met voldoende parkeergelegenheid zorgt voor een voor de consument herkenbare en samenhangende locatie.

De branchebeperking en minimale omvang per winkel zorgen ervoor dat andere winkels gevestigd blijven in de reguliere winkelgebieden. Hierdoor blijft er in deze winkelgebieden perspectief voor het gewenst aanbodprofiel en wordt leegstand in de reguliere winkelgebieden tegengegaan.

Winkels in de branches woninginrichting en doe-het-zelf met een winkelvloeroppervlak kleiner dan 1.000 m² wvo zijn inpasbaar in reguliere winkelgebieden. Hiervoor worden dan ook geen uitzonderingen gemaakt.

Bouwmarkten
De bouwmarkten in Oss liggen verspreid over het stedelijk gebied. Naast de bouwmarkt op de woonboulevard zijn dat de bouwmarkten op Elzenburg (noordoost) en in Ussen (noordwest). In het zuidwesten, net buiten de gemeentegrens, ligt nog een bouwmarkt. De locatie in Ussen is niet toekomstbestendig: de huidige winkel is relatief klein en de ruimtelijke uitbreidingsmogelijkheden zijn beperkt. Voor ontwikkelingen (vestiging, verplaatsing, uitbreiding) bij bouwmarkten (> 1.000 m² wvo) geldt het uitgangspunt dat een de huidige spreiding in de gemeente behouden blijft. Bouwmarkten worden doelgericht en regelmatig bezocht. Met een zekere spreiding van aanbieders over de stad/gemeente is de afstand voor de consument tot een aanbieder beperkt. De omvang en het winkelvloeroppervlak van deze detailhandelslocaties moeten passend zijn bij het verzorgingsgebied (kwantitatieve en kwalitatieve behoefte), en de locatie is goed bereikbaar en ontsloten en heeft voldoende parkeergelegenheid.

Tuincentra
Voor tuinartikelen is tuincentrum Coppelmans aan de noordrand van Oss de belangrijkste aanbieder met een functie voor de hele stad en omgeving. De ligging aan de rand van het stedelijk gebied op een goed bereikbare locatie is passend. Verspreid over de gemeente (met name in de kernen) zijn nog een aantal aanbieders voor tuinartikelen/-meubelen gevestigd (o.a. in Haren en Lith). We zien geen aanleiding voor uitbreiding van het aanbod in deze branche.

ABC-goederen, showrooms voor keukens, badkamers, tegels en sanitair, brand- en explosiegevaarlijke stoffen, grove bouwmaterialen, landbouwwerktuigen en diversen (o.a. zonwering, haarden, zwembaden)
Aanbieders in ABC-goederen (auto's, boten, caravans en motoren), keukens, badkamers, tegels en sanitair, grove bouwmaterialen, landbouwwerktuigen en brand- en explosiegevaarlijke stoffen hebben vaak afwijkende ruimtelijke eigenschappen ten opzichte van voorgenoemde volumineuze

detailhandel en een andere milieucategorie (met name autodealers meestal inclusief werkplaats). Ook worden ze overwegend laagfrequent bezocht (showroomfunctie). Zij kunnen zich vestigen op specifiek bestemde locaties op bedrijventerreinen met een gemengd karakter (maar zeker niet op bedrijventerreinen met zwaar milieubelastende activiteiten).

Overig verspreid aanbod stad Oss
Verspreid over de vooral oudere woongebieden in de stad Oss zijn nog diverse winkels gevestigd. Veelal is het perspectief van deze winkels slecht. Maar deze winkels kunnen, zeker als ze samen met andere publieksgerichte voorzieningen geclusterd zijn, wel bijdragen aan de levendigheid in deze woongebieden. Bestaande winkels buiten de gewenste detailhandelsstructuur kunnen blijven bestaan. Uitbreiding of nieuwvestiging van winkels buiten de genoemde winkelgebieden staan we niet toe, om de hoofdwinkelstructuur en het functioneren van de winkelcentra niet onder druk te zetten. Relatief grootschalige winkels (bijvoorbeeld in sport, rijwielen, witgoed) zijn vaak prima in te passen in of aan de rand van de bestaande centra (met name het centrum van Oss). Juist daar kunnen ze als trekker fungeren. Het is gewenst om, indien de kans zich voordoet, het verspreid gelegen reguliere winkelaanbod af te bouwen, bijvoorbeeld door verplaatsing en/of transformatie. De detailhandelsbestemming/-activiteit wordt dan omgezet naar een andere activiteit.

4.5 Specifieke vormen van detailhandel

Afhaalpunten, pakketkasten, internetwinkels, flitsbezorgers
Internetwinkels zijn nog steeds in opkomst en vaak op zoek naar fysieke ruimte. Recent voorbeeld zijn de flitsbezorgers en zogenoemde 'darkstores'. Beleidsmatig maken we voor internethandel onderscheid tussen bedrijven met publieksfunctie en bedrijven zonder publieksfunctie of fysieke bezoekmogelijkheden.

Bij internetwinkels zonder publieksfunctie is er geen enkel fysiek contact tussen de klant en de winkel. Alle klantcontacten en verzending van goederen gebeuren uitsluitend digitaal of per post. Voorbeeld van dit type bedrijven zijn de flitsbezorgers met 'darkstores'. Dit type internetwinkels beschouwen we in ruimtelijke zin niet als detailhandel, maar als bedrijf. Zij passen het beste op een bedrijfs- of gemengde bestemming.

Afhaalpunten zijn locaties waar consumenten via internet bestelde producten kunnen afhalen, zonder dat er producten tentoongesteld worden of er advisering over de producten plaats heeft en zonder dat er (doorgaans) ter plekke betaald wordt. Dit zijn locaties met een consumenten aantrekkende werking en zien we daarom als detailhandel. Vaak zijn afhaalpunten onderdeel van een winkel (bijvoorbeeld een balie), maar soms (steeds vaker) zien we ook solitaire afhaalpunten (zoals een pakketmuur of afhaalpunt bij een woning). Dit type activiteit dient gevestigd te worden in een winkelgebied, voorzieningencluster (bijvoorbeeld een 'hart van de buurt') of gebouwen met een publieksgerichte functie, zoals een station, parkeergarage, fietsenstalling of tankstation. Deze locaties zijn bedoeld voor en ingericht op consumentenbezoek, dit in tegenstelling tot bijvoorbeeld bedrijventerreinen of woonstraten. Er is geen aanleiding om voor dit type detailhandelsactiviteiten een uitzondering in het beleid te maken. De ruimtelijke relevantie en noodzaak om zelfstandige

afhaalpunten toe te staan op perifere locaties ontbreekt. Een afhaalpunt bij een bedrijf is soms mogelijk als 'ondergeschikte nevenactiviteit', zie hieronder.

Detailhandel als ondergeschikte nevenactiviteit bij bedrijven, boerderijwinkels
Van oudsher vindt er detailhandel plaats als ondergeschikte nevenactiviteit bij andere bedrijfsactiviteiten waar geen zelfstandige detailhandelsbestemming is. Te denken valt aan de verkoop van boerderijproducten bij de boer (in het buitengebied), of de verkoop van eigengemaakte producten bij een ambachtelijk bedrijf (buitengebied en stedelijk gebied).

Voor de planologische vertaling in het omgevingsplan zijn vooral de ruimtelijke effecten (beoogde detailhandelsstructuur, aantrekkende werking consumenten/verkeer) en verschijningsvorm (ruimtegebruik, uitstraling, kwaliteit leefomgeving) relevant. De betaling ter plaatse (voorheen een belangrijk onderscheidend criterium tussen een showroom en een winkel) is, met de toenemende betaling op een andere (virtuele) locatie, niet meer relevant in het ruimtelijk beleid. We spreken over een detailhandelsactiviteit (winkel) als de verkoop plaatsvindt in een fysieke uitstalruimte die gericht op en /of toegankelijk is voor de consument (winkelruimte, showroom, afhaalpunt).

Bij een agrarisch, productie of installatie gerelateerd bedrijf of op een trafficlocatie is, onder voorwaarden, in beperkte mate detailhandel als ondergeschikte nevenactiviteit toegestaan. Op bedrijventerreinen waar zwaar milieubelastende activiteiten plaatsvinden, staan we geen detailhandel als ondergeschikte nevenactiviteit toe. De voorwaarden voor andere locaties zijn:

- Aanbod: de detailhandel staat in directe relatie met de aanwezige bedrijfsvoering. Het betreft de verkoop van door het bedrijf zelf geproduceerde of bewerkte producten. In het geval van trafficlocaties (bijvoorbeeld een tankstation) dient het assortiment gericht te zijn op de behoeften van de reiziger.
- Boerderijwinkels zien we als een waardevolle aanvulling in het kader van een vitaal buitengebied, functie voor recreanten en financiële mogelijkheden voor boeren. Daarom is beperkte uitbreiding van het toegestane assortiment met (niet-eigen) streekproducten mogelijk.
- Oppervlak: het oppervlak aan detailhandelsruimte is een klein deel van de totale bedrijfsoppervlakte (maximaal 15% van het totale bedrijfsoppervlak), met een maximum van 100 m² wvo.

Verkoop aan huis
Detailhandelsactiviteiten in de vorm van verkoop vanuit een woning zijn niet toegestaan in verband met het voorkomen van versnippering van het aanbod en het oproepen van ongewenste verkeersbewegingen in woongebieden. Met een binnenplanse afwijking kan planologisch-juridisch een uitzondering worden gemaakt voor zeer beperkte verkoop (kleinschalig) als onderdeel van een aan-huis-verbonden-beroep, mits te detailhandel onderdeel is van de klantgerichte activiteiten ter plaatse en van ondergeschikte aard en een niet-zelfstandig onderdeel is van de totale bedrijfsvoering.

*Blurring en brancheverva*ging

Vernieuwing en innovatie in de detailhandels is een belangrijke voorwaarde om de detailhandelsstructuur in de toekomst aantrekkelijk te houden voor de consument. In aansluiting op de Detailhandelsvisie Noordoost-Brabant vinden we vernieuwing met name in kwalitatief opzicht gewenst, zoals bij blurring en brancheverva*ging. Onder blurring verstaan we de ontwikkeling waarbij binnen één zaak verschillende publieksgerichte functies samenkomen, bijvoorbeeld detailhandel, horeca en dienstverlening. Bij brancheverva*ging gaat het om het fenomeen dat winkels ook artikelen verkopen in een andere branche dan de hoofdbranche.

- Blurring in centra zien we in de basis als een positieve ontwikkeling. Het kan hierbij gaan om een combinatie van functies binnen één concept, zoals een winkel met ondergeschikte horeca activiteiten, een koffiezaak die ook mokken verkoopt, of een dienstverlener met ondergeschikte detailhandelsactiviteit (zoals een fietsenmaker, die ook gerepareerde fietsen verkoopt).
- Brancheverva*ging en -verbreding is binnen centra positief. Winkelconcepten zijn steeds minder goed in een hokje (of branche) te plaatsen. Buiten de reguliere centra, bijvoorbeeld op een woonboulevard of verspreid op een bedrijventerrein, is echter een duidelijke afbakening van branchering noodzakelijk om de complementariteit met reguliere centra te borgen. Daarom is brancheverbreding/-verva*ging bij winkels buiten winkelgebieden slechts in beperkte mate toegestaan (maximaal 10% van de verkoopruimte met een maximum van 100 m² wvo).

5. Uitvoeringsaspecten

Vertaling naar omgevingsplan
Met dit geactualiseerde detailhandelsbeleid geven we duidelijkheid voor ondernemers en marktpartijen waar detailhandelsinvesteringen wel en niet gewenst zijn. De ruimtelijke visie op de detailhandelsstructuur is input voor de omgevingsvisie, en wordt op termijn vertaald naar het omgevingsplan. Hierin leggen we planologisch-juridisch vast waar we wel en waar we geen detailhandel toestaan. Voorliggend detailhandelsbeleid geldt (na vaststelling en inwerkingtreding) voor nieuwe winkelontwikkelingen, voor zover dat nog niet in het omgevingsplan is toegestaan.

Vervallen detailhandelsmogelijkheden
Buiten de gewenste structuur van winkelgebieden streven we naar wijziging van de detailhandelsmogelijkheden, bijvoorbeeld wanneer er langere tijd geen gebruik gemaakt wordt van deze mogelijkheden (structurele leegstand). We onderzoeken op welke manier we dit planologisch-juridisch verantwoord kunnen regelen.

Een beleid gericht op vermindering van de verspreide bewinkeling staan we alleen voor waar sprake is van (verkeers)overlast of waar de verspreide bewinkeling een negatieve impact heeft op de beoogde clustering in een bepaald gebied. Dit geldt met name voor de stad Oss. In de kleine kernen, waar nog slechts enkele winkels aanwezig zijn, kan een woonhuis met detailhandelsbestemming juist kansen bieden voor ondernemers willen vestigen of uitbreiden en zo bijdragen aan de leefbaarheid en levendigheid in de kleine kernen.

Toetsing nieuwe initiatieven
Het detailhandelsbeleid is een belangrijk instrument bij het toetsen van aanvragen die afwijken van het geldende planologisch regime. Bij nieuwe detailhandelsinitiatieven toetsen we aan de Ladder voor duurzame verstedelijking. De onderbouwing bevat een beschrijving van de kwantitatieve en kwalitatieve behoefte en, indien buiten stedelijk gebied, een motivering waarom niet binnen bestaand stedelijk gebied in die behoefte kan worden voorzien. Dit om de bestaande winkelstructuur niet duurzaam te ontwrichten en leegstand te voorkomen. Naast de Laddertoets beoordelen we een nieuw initiatief ook op onder meer ruimtelijke inpassing en effecten op de omgeving.

In de Detailhandelsvisie Regio Noordoost-Brabant is afgesproken dat we initiatieven met een gemeentegrens overstijgend effect regionaal afstemmen. Regionale afstemming is noodzakelijk bij de volgende drempelwaarden op basis van verzorgingsgebied:

- Bovenregionaal > 5.000 m² wvo
- Regionaal > 2.500 m² wvo
- Beperkt en zeer beperkt regionaal > 1.500 m² wvo
- Perifeer > 1.500 m² wvo binnen PDV

Bij detailhandelsontwikkelingen buiten een winkelgebied dient altijd sprake te zijn van regionale afstemming, ongeacht de omvang. Initiatieven die niet behoren dat bovenstaande punten dienen afgestemd te worden vanaf 500 m² wvo.

De provinciale Retailadviescommissie kan inzet worden door de gemeente voor advies. De Retailadviescommissie moet om advies worden gevraagd als er een grensoverstijgend effect ervaren of verwacht wordt. Het advies is niet bindend met moet ter overweging worden ingebracht in de regio.

Handhaving
Het voeren van ruimtelijk detailhandelsbeleid is vooral zinvol als het vastgestelde beleid ook wordt gehandhaafd. We weten dat de capaciteit bij de gemeente om te handhaven beperkt is. Mede daarom gaan we terughoudend om met het nader detailleren van branches, assortimenten, schaalgrootte of andere criteria in afwijking van de algemene activiteit 'detailhandel'. Wel is gewenst om binnen het concentratiebeleid een eerlijk speelveld te houden voor ondernemers. Handhaving van met name verkoop aan consumenten bij (groothandels)bedrijven op bedrijventerreinen, en verkoop door particulieren vanuit huis of garages, is nodig.

Maatwerk en afwijkingsbevoegdheid
De gemeente is bevoegd om gemotiveerd af te wijken van vastgesteld beleid. Eventuele afwijkingen moeten overtuigend en specifiek gemotiveerd en onderbouwd worden om een juridische toetsing te kunnen doorstaan. Maatwerk is daarmee mogelijk, maar we gaan terughoudend om met dergelijke afwijkingen. Dit om onzekerheid en een mogelijk juridisch precedent te voorkomen.

Er zijn enkele bijzondere situaties waarin we maatwerk willen bieden voor nieuwe initiatieven buiten de gewenste hoofdstructuur. Bij de grootschalige ontwikkelingen in de Spoorzone (Raadhuislaan, Euterpepark, deel Amsteleind) streven we naar gemengde gebieden, met naast woningen ook werkfuncties en voorzieningen. Voor deze en andere toekomstige (grootschalige) gebiedsontwikkelingen geldt dat we detailhandel (afzonderlijke winkels) in zeer beperkte mate mogelijk willen maken als onderdeel van de plintontwikkeling. Randvoorwaarden hierbij zijn:

- het betreft kleinschalige detailhandel (maximaal 100 m² wvo);
- de detailhandel is een ondergeschikte functie in de betreffende plint;
- het betreft gemaksaanbod in de dagelijkse sector/to-go (mengvorm met horeca);
- er is aantoonbaar behoefte aan de ontwikkeling vanuit de toename van het inwonertal en/of het draagvlak van gebruikers binnen het verzorgingsgebied;
- de ontwikkeling geen negatief effect heeft op bestaande centra.

In een nog op te stellen visie op de plinten bij nieuwbouw en ruimtelijk beleid voor voorzieningen maken we een meer integrale afweging op welke locaties bepaalde typen en combinaties van voorzieningen gewenst zijn (waaronder detailhandel), en onder welke voorwaarden.

Bijlage 1 Functioneel-ruimtelijke analyse winkelgebieden

Centrum Oss
Het centrum van Oss is het hoofdwinkelcentrum van de gemeente, met het grootste en meest diverse aanbod. Naast winkels zijn hier ook diverse andere publieksfuncties te vinden: horeca, dienstverlening, cultuur en ontspanning. Het winkelaanbod bestaat uit een mix van dagelijkse (boodschappen)winkels en niet-dagelijkse (recreatieve) aanbieders. Voor dagelijks boodschappen zijn er twee supermarkten aan de randen van het winkelgebied (Albert Heijn, 2.400 m² wvo en Coop, 1.275 m² wvo), een aantal kleine supermarkten (o.a. Ekoplaza, KEN FOOD market, Polisch supermarket) en verspreid over het centrum diverse verszaken en drogisten. Er is geen sprake van een samenhangend boodschappencluster. Het niet-dagelijkse aanbod betreft modezaken en overig niet-dagelijks aanbod, zoals huishoudelijke artikelen. Er is een mix van lokale aanbieders (o.a. Ter Horst van Geel, Wehberg, Heeren van Nuland, De Rijks) en landelijke ketens (o.a. Hema, C&A, Scapino, We Men, Ziengs, Blokker, Intertoys). Het aanbod aan modezaken, met name voor jongeren, is beperkt.

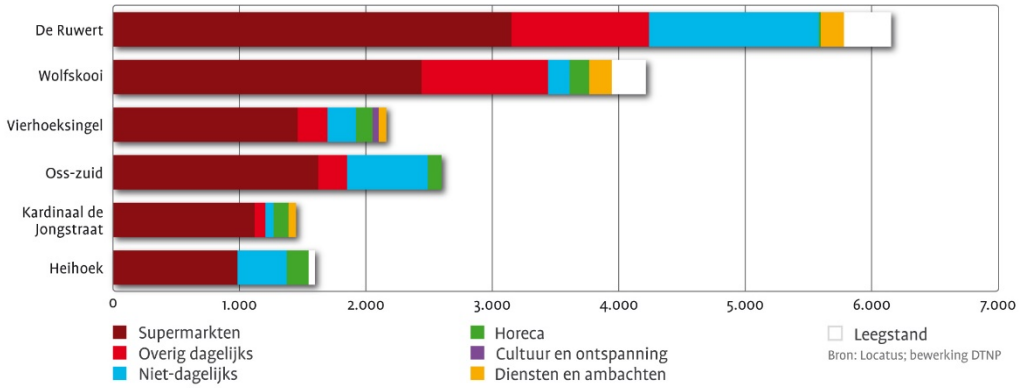
De meeste winkels zijn gevestigd in het voetgangersgebied (de pit): Heuvelstraat, Heuvel, Walplein, Walstraat en directe aanliggende straten (de schil), onder meer Burgwal, Kerkstraat en Terwaenen. Het winkelfront wordt op diverse plekken onderbroken door leegstand, of minder intensief bezochte functies (zoals dienstverlening). Ondanks de relatief compacte opzet 'waaiert' het winkelaanbod uit over de vele straten en passages, zonder duidelijke routing. Dit leidt ertoe dat de bezoekersstromen vrijwel nergens heel 'dik' zijn. Met de ontwikkeling van het Walkwartier krijgt het centrum een impuls, zowel stedenbouwkundig als functioneel.

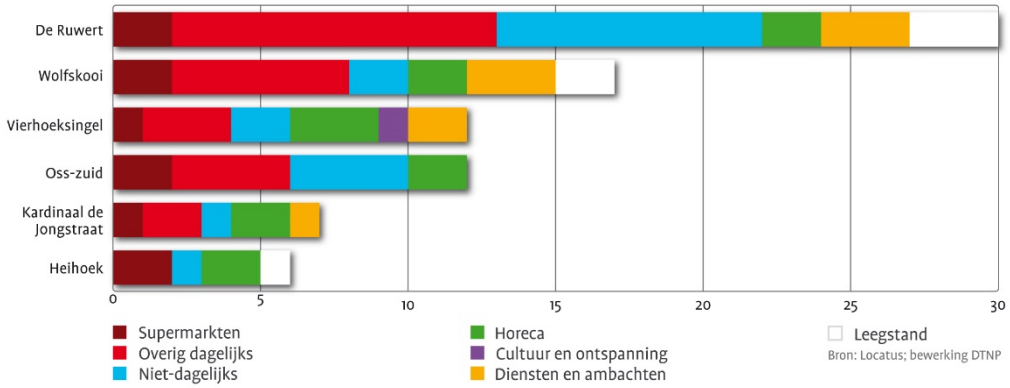
Voor autobezoekers zijn er voldoende parkeerplaatsen rondom het centrum. De bereikbaarheid is overwegend goed (Singel 1940-1945, Oostwal, Raadhuislaan), met uitzondering van de zuidwestzijde. Voor fietsers is het centrum goed bereikbaar vanuit alle windrichtingen.

Wijk- en buurtwinkelcentra Oss
Wijkwinkelcentrum De Ruwert is het grootste wijkwinkelcentrum, met een compleet boodschappenaanbod en een aantal niet-dagelijkse winkels. Belangrijkste trekkers zijn de supermarkten Albert Heijn (1.600 m² wvo) en Nettorama (1.000 m² wvo). Het aanbod bestaat verder uit een aantal moderne verszaken (brood, groente, delicatessen, vlees, vis), drogisten, mode- en textielzaken. Er is nauwelijks leegstand. Het complete aanbod van dit recent vernieuwde overdekte winkelcentrum maakt dit winkelcentrum een populaire aankoopplaats voor inwoners uit een heel Oss en omgeving (wijkoverstijgend). Rondom het winkelcentrum zijn diverse parkeerplaatsen, maar de parkeerdruk is hoog. Het aantal fietsparkeerplaatsen is beperkt.

Wijkwinkelcentrum Ussen is een dagelijks boodschappencentrum met overwegend wijkverzorgende functie (Ussen). Supermarkten Jumbo (1.475 m² wvo) en Aldi (740 m² wvo) bepalen in belangrijke mate het aanbod. Aanvullend hieraan zijn onder meer een slijter, groentewinkel, tabak/lectuurzaak, bloemenwinkel, optiek en twee drogisten gevestigd. De bakker en slager zijn

(recent) gesloten. Het aanbod ligt vrij compact en overzichtelijk rondom een parkeerterrein. De parkeerdruk is hoog, onder meer door langparkeerders.





Buurtwinkelcentrum Vierhoeksingel heeft vooral een functie voor de noordelijke wijken van Oss en de Maasdorpen. Belangrijkste winkel is de eigentijdse Jumbo (1.460 m² wvo) met vrij ruim parkeerterrein voor de deur. De toegankelijkheid en parkeermogelijkheden voor fietsers is onvoldoende. Aan de achterzijde van de supermarkt, aan de Zaltbommelseweg, zijn nog enkele publieksgerichte functies gevestigd, onder meer Wijnhuis Oss, winkels voor bloemen en fietsen, een kapper en enkele horecazaken. Er is geen sprake van een compleet en samenhangend aanbod voor dagelijkse boodschappen.

Buurtwinkelcentrum Heihoek is een verouderd winkelcentrum met Aldi (925 m² wvo) en Action als belangrijkste (vrijwel enige) aanbieders. In feite functioneren deze winkels solitair.

Buurtwinkelcentrum Kardinaal de Jongstraat (Singel 1940-1945) heeft een functie voor de omliggende Schadewijk. Het aanbod is beperkt, supermarkt Jumbo (1.120 m² wvo) is de belangrijkste aanbieder. Parkeren kan aan de overzijde van de straat. Verkeersveiligheid is een aandachtspunt bij dit winkelcentrum, zowel ten aanzien van de looproute tussen supermarkt en parkeren, als bij de toegankelijkheid vanaf en naar Singel 1940-1945.

In Oss-Zuid is aan het Titus Brandsmaplein/Industrielaan een kleine winkelstrip aanwezig, met onder meer een minisuper, bakker en groentezaak. Op enige afstand van dit cluster ligt

supermarkt Lidl (1.600 m² wvo), een moderne winkel met eigen parkeerterrein aan Oude Molenstraat. Nog iets verderop is een winkel van Action gevestigd. Er is geen sprake van een samenhangend winkelcentrum in Oss-Zuid.

Woonboulevard Oss
Aan de Frankenweg in het zuidoosten van de stad Oss ligt de Woonboulevard Oss. Hier zijn alleen winkels in PDV-branches toegestaan. Het aanbod bestaat uit diverse woonzaken en een bouwmarkt en functioneert goed. Er is een mix van ketens (o.a. Leenbakker, Kwantum, Jysk, Woonsquare) en speciaalzaken (vaak met bovenlokale aantrekkingskracht). De woonboulevard is 25 jaar geleden planmatig ontwikkeld met volop parkeren rondom de winkels. Er is een goed functionerende vereniging van eigenaren, die zorgt voor eenheid in uitstraling/sfeer, onderhoud en samenwerking.

Dorpen
Het centrum van Berghem bevindt zich rondom de Sint Willibrordusstraat. Hier zijn de supermarkten Jumbo (1.850 m² wvo) en Albert Heijn (1.300 m² wvo). De afgelopen jaren hebben er diverse ontwikkelingen plaatsgevonden, die hebben bijgedragen aan een sterker en meer herkenbaar cluster. Naast supermarkten zijn er diverse aanvullende winkels voor dagelijkse aankopen (o.a. bakker, slijter, bloemen, drogist, lectuur), horeca en dorpshuis De Berchplaets. Parkeren kan op het Meester Gielenplein, bij Albert Heijn en voor de winkels aan de Sint Willibrordusstraat. Net buiten het centrum, met name aan de Burg. Van Erpstraat bevinden zich nog enkele (solitaire) winkels, waaronder supermarkt Jumbo, 1.130 m² wvo).

In Geffen is niet echt sprake van een samenhangend centrumgebied. De meeste winkels, horeca en overige voorzieningen liggen enigszins verspreid aan de Dorpstraat. Voor dagelijkse boodschappen is supermarkt Jumbo (1.150 m² wvo) aan het Aloysiusplein de belangrijkste aanbieder.

De winkelstructuur in Ravenstein bestaat uit de historische binnenstad en een relatief nieuw boodschappencluster aan de rand van de kern. Het boodschappencluster aan de Schaafdries bestaat uit supermarkt Boni (1.060 m² wvo), bakker, slager en bloemen. Voor de supermarkt is een parkeerterein voor bezoekers. Met de ontwikkeling van dit cluster is de voormalige supermarktlocatie aan het Keurvorstenplein leeg komen te staan. Het aanbod hier bestaat nu hoofdzakelijk uit modezaak Van Tilburg, en een aantal voorzieningen in de voormalige Boerenbond.

Het winkelaanbod in de historische binnenstad van Ravenstein is van beperkte omvang. In de loop der jaren zijn steeds meer winkels verdwenen. De winkels en overige voorzieningen in de binnenstad liggen verspreid, er is weinig samenhang. Parkeren kan op parkeerterrein De Bleek.

Van de overige kernen beschikken Lith, Herpen en Haren over een dagelijkse winkelvoorziening. In Haren is dat de supermarkt Aldi (1.000 m² wvo) aan de rand van de kern. In Lith (Plus, 610 m² wvo) en Herpen (Plus, 825 m² wvo) is naast een supermarkt nog enig aanvullend aanbod in het centrum gevestigd. In beide kernen gaat de supermarkt op de huidige locatie uitbreiden.

Bijlage 2 Indicatieve marktruimteberekening dagelijkse sector gemeente Oss

Een indicatieve marktruimteberekening geeft een inschatting van het huidige en toekomstige haalbare winkelaanbod. We gaan in deze berekening alleen in op de dagelijkse sector (supermarkten, (vers)speciaalzaken, persoonlijke verzorging). Voor deze sector is op basis van beschikbare kengetallen een goede berekening te maken. Een dergelijke marktruimte-berekening is geen exacte wetenschap, maar kan wel als waardevolle kwantitatieve input dienen om in combinatie met kwalitatieve argumenten een goede afweging te maken over de beoogde detailhandelsstructuur.

Voor de niet-dagelijkse sector is een marktruimteberekening geen adequaat middel. Vanwege de grote diversiteit tussen branches en verdienmodellen en de trendgevoeligheid heeft een marktruimteruimteberekening voor de gehele niet-dagelijkse sector weinig zeggingskracht. Wel kan gesteld worden dat, op basis van eerder beschreven trends, de verwachting is dat het niet-dagelijkse winkelaanbod eerder zal afnemen dan toenemen. De verwachte verdere groei van het winkelen via internet zal fysieke winkels, zeker in de niet-dagelijkse sector, onder druk blijven zetten.

Variabelen en kengetallen
Bij deze kwantitatieve analyse gaat het om de verhouding tussen vraag en aanbod. De vraagzijde wordt bepaald door de omzet per hoofd, de omvang van het verzorgingsgebied (aantal inwoners), de mate waarin het omzetpotentieel terechtkomt in het betreffende winkelgebied (koopkrachtbinding) en de mate waarin omzet van elders toevloeit (koopkrachttoevloeiing). Aan de aanbodzijde gaat het om de omvang (m² winkelvloeroppervlak) en de omzet per m² wvo (vloerproductiviteit).

Verzorgingsgebied
Gemeente Oss heeft op dit moment 94.500 inwoners[6]. Volgens inwonersprognoses zal het aantal inwoners in 2030 gegroeid zijn tot circa 100.600 inwoners[7]. Tegelijkertijd heeft gemeente Oss ambitieuze woningbouwplannen. Als deze plannen daadwerkelijk gerealiseerd worden, telt gemeente Oss in 2030 circa 105.000 inwoners[8] (rekening houdend met lichte huishoudens-verdunning). Of deze woningbouwambities waargemaakt kunnen worden, hangt onder meer af van de situatie voor de bouw in Nederland (met name de beperkingen op het gebied van stikstof).

Door met beide scenario's (CBS-prognose en woningbouwambities) te rekenen komt een bandbreedte in beeld voor een toekomstig haalbaar programma voor de dagelijkse sector in

[6] CBS Statline (2023)
[7] CBS Statline (2023), Regionale prognose 2023-2050
[8] Als alle beoogde woningbouwontwikkelingen tot 2030 gerealiseerd worden in gemeente Oss, gaat het om circa 5.585 woningen. Uitgaande van een gemiddelde huishoudendsgrootte van 2,1 gaat het in dit geval om circa 11.700 extra inwoners, waardoor gemeente Oss in 2030 zo'n 105.000 inwoners zal tellen.

gemeente Oss. Het scenario waarin gerekend wordt met de inwonersprognose van CBS kan gezien worden als de onderkant van de bandbreedte. Het andere scenario geeft de bovenkant van de bandbreedte weer, in het gunstige geval dat de woningbouwambities vervuld kunnen worden voor 2030.

Bestedingen per inwoner en het effect van internet

Het gemiddelde van de bestedingen per inwoner in de dagelijkse sector ligt landelijk gezien op € 2.723. Dit getal wordt gecorrigeerd voor het lokale inkomensniveau (in gemeente Oss ligt het gemiddeld inkomen circa 4% onder het landelijk gemiddelde). Om rekening te houden met het stijgende aandeel online bestedingen, worden de bestedingen per inwoner in 2030 hiervoor gecorrigeerd. Op dit moment ligt het online aandeel van de bestedingen in de dagelijkse sector in gemeente Oss op 5%[9]. Voor 2030 wordt uitgegaan van een toename van dit percentage tot 8 à 12%. Gelet op eerder beschreven trends is het aannemelijk dat het aandeel online op termijn verder gaat toenemen, ook in de dagelijkse sector. Hierdoor ligt de winkelomzet per hoofd in de indicatieve marktruimteberekening in 2030 lager dan in 2023.

Waar doen mensen hun aankopen? Koopkrachtbinding en toevloeiing

Recent koopstromenonderzoek (I&O Research, 2021) laat zien dat 91% van de totale omzet in de fysieke winkels in de dagelijkse sector uit de eigen gemeente komt. Veel inwoners van Oss geven hun geld dus ook uit in Oss. Daarnaast komt een deel van de totale omzet uit andere (vaak omliggende) gemeenten. Deze koopkrachttoevloeiing ligt in de gemeente Oss op 5%. Met deze cijfers kan berekend worden wat de verwachte winkelomzet uit het verzorgingsgebied is. Een binding van 91% is erg hoog. Om een inschatting te kunnen geven voor de toekomst blijven we rekenen met een binding van 91%. Er blijft immers altijd een groep consumenten die hun boodschappen buiten de gemeente zullen doen, bijvoorbeeld op de terugweg vanuit werk of omdat een naburige gemeente dichterbij is. Een hogere binding dan 91% lijkt daarom niet realistisch, zelfs wanneer het aanbod substantieel aantrekkelijker en/of diverser wordt.

Aanbodzijde: vloerproductiviteit en bestaand aanbod

De gemiddelde omzet per m² (uit de verkoop aan consumenten en bedrijven) in de dagelijkse sector bedraagt € 8.025[10]. Dit betreft de gemiddeld gemeten vloerproductiviteit in Nederland voor de afgelopen 5 jaar. Op dit moment is er 33.409 m² wvo aan dagelijks winkelaanbod aanwezig in gemeente Oss. De supermarkten zijn samen goed voor 25.506 m² wvo (circa 76%) van het totale dagelijkse aanbod.

Verwacht toekomstbeeld volgens de indicatieve marktruimteberekening

Op basis van de indicatieve marktberekening is de inschatting dat er in gemeente Oss op dit moment sprake is van een situatie van overaanbod in de dagelijkse sector. De dagelijkse sector in Oss functioneert op dit moment circa 10% ondergemiddeld ten opzichte van de landelijke norm. Er

[9] I&O Research (2022), *Koopstromenonderzoek Randstad 2021*

[10] Retail Insiders (2023), *Omzetkengetallen 2022 ten behoeve van ruimtelijk-economisch onderzoek*

is dus meer aanbod dan men op basis van de koopstromengegevens en de inwonersaantallen zou vermoeden.

Deze situatie van overaanbod lijkt in de toekomst niet substantieel te gaan veranderen. In beide inschattingen is er, ondanks de toename in het aantal inwoners, nog steeds sprake van overaanbod in de dagelijkse sector. Uitgaande van een toename van de online bestedingen tot 12%, berekenen we een overaanbod van circa 2.300 m² wvo (bij realisatie woningbouwambities) tot circa 3.600 m² wvo (bij lagere CBS-inwonersprognose). Dit is vergelijkbaar met de huidige situatie (2023), waarin het overaanbod wordt ingeschat op circa 3.200 vierkante meter. Het lijkt erop dat de groei in het aantal inwoners het effect van een groeiend aandeel online bestedingen hooguit zal verzachten.

Zelfs in de meest gunstige situatie (waarin woningbouwambities gerealiseerd worden in gemeente Oss en het aandeel van de online bestedingen een zeer beperkte groei zal doormaken tot circa 8% van de totale dagelijkse bestedingen) is er sprake van een overaanbod van circa 900 m² wvo. Hiermee wordt de druk van overaanbod minder groot, maar is er nog steeds sprake van overaanbod. De resultaten van de indicatieve marktruimteberekening duiden erop dat er dus, zelfs wanneer alles meezit, geen kwantitatieve aanleiding is om een substantieel aantal dagelijkse winkelmeters in gemeente Oss toe te voegen.

Indicatieve marktruimteberekening voor de dagelijkse sector in gemeente Oss, nu en in 2030

		2023	2030 (inwonersprognose)	2030 (realisatie woningbouwambities)
a	Aantal inwoners gemeente Oss	94.500	100.600	105.000
b	Winkelomzet per hoofd (excl. btw en internet), gecorrigeerd voor gemiddeld inkomen	€ 2.678	€ 2.481 à € 2.594	€ 2.481 à € 2.594
c	Koopkrachtbinding	91%	91%	91%
d	Verwachte winkelomzet uit verzorgingsgebied (excl. btw) a * b * c	€ 230,3 mln	€ 227,1 mln à € 237,4 mln	€ 237 mln à € 247,8 mln
e	Koopkrachttoevloeiing	5%	5%	5%
f	Totale winkelomzet (excl. btw) d / (1 - e)	€ 242,4 mln	€ 239,1 mln à € 249,9 mln	€ 249,5 mln à € 260,9 mln
g	Gemiddelde winkelomzet per m² wvo (excl. btw)	€ 8.025	€ 8.025	€ 8.025
h	Potentieel winkelaanbod (f / g)	30.200 m² wvo	29.800 m² à 31.150 m² wvo	31.100 m² wvo à 32.500 m² wvo
i	Huidig winkelaanbod	33.400 m² wvo	33.400 m² wvo	33.400 m² wvo
j	Huidige winkelomzet per m² wvo (excl. btw) (f / i)	€ 7.257	€ 7.156 à € 7.481	€ 7.469 à € 7.808
k	Indicatie uitbreidingsruimte (h - i)	circa - 3.200 m² wvo	circa – 3.600 m² à - 2.250 m² wvo	circa – 2.300 m² à - 900 m² wvo