Vught

Raadsinformatiebrief

Datum	17 januari 2023
Onderwerp	Regionale detailhandelsvisie Noordoost-Brabant
Zaaknummer	Z23 - 258461
Documentnr.	UIT/23 - 526478

Inleiding

Op 1 december 2022 is de nieuwe detailhandelsvisie voor de regio Noordoost-Brabant (RNOB) vastgesteld. De visie vormt de basis voor de toekomst van de detailhandelsstructuur van de regio en is een actualisatie van de detailhandelsvisie uit 2015 van de RNOB.

In de regionale detailhandelsvisie wordt het fysieke winkelaanbod van de hele regio bekeken en de trends en ontwikkelingen die hiervoor verwacht worden. Door tal van oorzaken, waaronder de concurrentie van webshops, verdwijnen steeds meer winkels uit onze dorpen en steden.

In de visie is vastgelegd hoe gemeentes er samen voor zorgen dat er voldoende toekomstperspectief voor de regionale detailhandelsstructuur blijft. Die regionale detailhandelsstructuur beslaat het totaal van het winkelaanbod in de binnensteden, winkelcentra in de dorpen, perifere detailhandel (grote winkels op bedrijventerreinen) en ook buurtwinkels en winkels die in kleine kernen voor leefbaarheid zorgen.

Inhoudelijk

In de visie is er vooral aandacht voor de afstemming tussen de gemeenten om ervoor te zorgen dat een nieuwe winkelontwikkeling een positieve bijdrage levert aan de totale winkelstructuur van de regio, met name wanneer een nieuwe winkel gemeentegrens overstijgende effecten heeft. Voor deze detailhandelsontwikkelingen zijn in deze visie afspraken gemaakt over afstemming tussen de buurgemeenten.

Gevolg

In hoofdstuk 2.4 zijn doelstellingen geformuleerd om vitale winkelcentra te behouden. Concentratie van winkelgebieden, functiemenging en aantrekkelijkheid winkelgebieden zijn relevant voor de winkelgebieden van Vught en daarom opgenomen en verder uitgewerkt als beleidsdoelstellingen in het economische beleid van Vught.
In hoofdstuk 2.8 staat dat initiatieven met een gemeentegrens overstijgend effect regionaal afgestemd worden. Deze afspraak is gelijk gebleven aan de detailhandelsvisie van 2015 om de regionale winkelstructuur te behouden. Dit draagt bij aan de ambitie uit ons lokale economie beleid om onze bestaande winkelgebieden gezond te houden.

Vught

Burgemeester en wethouders van Vught,

de secretaris,	de burgemeester,
W.F.F. Keijzers	R.J. van de Mortel

Bijlage(n):

1. Regionale detailhandelsvisie Noordoost Brabant

Noordoost Brabant, Detailhandelsvisie

Regionaal winkelbeleid

Vastgesteld dd 1 december 2022



Regio Deal Noordoost Brabant

BRO Ruimte om in te leven

colofon

projectnaam
Noordoost Brabant, Detailhandelsvisie

datum
5 december 2022

projectnummer
P04948

opdrachtgever
Regio Noordoost Brabant

BRO
projectleider
RvL
projectteam
FWi, KtB

bron Kaft
BRO

Deze detailhandelsvisie is onderdeel van het Regio Deal project ‘Transformatie centra middelgrote steden’. De visie is tot stand gekomen door samenwerking tussen de gemeenten in Noordoost Brabant en de provincie Noord-Brabant.

BRO
Bosscheweg 107
5282 WV Boxtel
T +31 (0)411 850 400
E info@bro.nl
www.bro.nl



Inhoudsopgave

1 Inleiding 3
1.1 Aanleiding 3
1.2 Doel 3
1.3 Leeswijzer 3

2 Visie 4
2.1 Regionale detailhandelsstructuur 4
2.1.1 Inleiding 4
2.1.2 Bovenregionaal centrum 4
2.1.3 Regionaal centrum 5
2.1.4 Beperkt regionaal centrum 6
2.1.5 Lokaal centrum 7
2.1.6 Regionale perifere detailhandelsconcentratie 8
2.1.7 Beperkt regionale perifere detailhandelsconcentratie 8
2.1.8 Bijzonder centrum 8
2.1.9 Overige dorpscentra (niet behorende tot de regionale detailhandelsstructuur) 8
2.1.10 Overige buurt-, wijk- en stadsdeelcentra (niet behorende tot de regionale detailhandelsstructuur) 8
2.1.11 Conclusie 9
2.2 Essentie van de visie 9
2.3 Wat komt er op ons af? 10
2.4 We willen vitale centrumgebieden 11
2.4.1 Concentratie en clustering 11
2.4.2 Verspreide bewinkeling terugdringen 11
2.4.3 Compacte winkelgebieden 11
2.4.4 Transformatie 11
2.4.5 Ruimte bieden voor vernieuwing 12
2.4.6 Goede consumentenverzorging en leefbaarheid 12
2.4.7 Complementariteit centra regionale structuur 12
2.4.8 Functiemix in het centrum 13
2.5 Ruimte voor maatwerk 13
2.6 Leefbaarheid in kleine kernen 13
2.7 Flitsbezorgers, internethandel en afhaalpunten 14
2.8 Hoe gaan we met elkaar om in de regio? 15
2.8.1 Positieve samenwerking 15
2.8.2 Regionale afstemming 15

3 Uitvoeringskader 17
3.1 Organisatie 17
3.2 Saneren plancapaciteit 17
3.2.1 Doel 17
3.2.2 Stap 1: creëren voorzienbaarheid 17
3.2.3 Stap 2: inventarisatie plancapaciteit 17
3.2.4 Stap 2: saneren plancapaciteit 18
3.3 Handhaving 18
3.4 Ladder voor duurzame verstedelijking 20
3.5 Dienstenrichtlijn 18
3.5.1 Stap 1: inventarisatie beperkingen 19
3.5.2 Stap 2: toets aan de Dienstenrichtlijn 19

Bijlage 1 Analyse

Bijlage 2 Kwantitatieve behoefte

Bijlage 3 Definities

Bijlage 4 Regionale impact

Bijlage 5 11 richtinggevende principes provincie Noord-Brabant

Bijlage 6 Toets leegstand op aanvaardbaarheid bij winkelinitiatief

1 Inleiding

1.1 Aanleiding

Via onder andere het programma: “Transformatie centra middelgrote steden in Noordoost-Brabant” van de provincie en diverse middelgrote steden wordt in de regio hard gewerkt aan toekomstbestendige centra. Ook zijn gemeenten en marktpartijen volop aan het investeren in vitale en toekomstige centrumgebieden, via transformatie, vergroening, leegstandsbestrijding en autoluwe centra. De detailhandel is volop in ontwikkeling. De online kooporiëntatie neemt toe, mede als gevolg van Corona. Er vinden verschuivingen plaats binnen het aanbod en de koopstromen. Locatiekeuzes van winkelbedrijven veranderen. Stilstand is achteruitgang.

In de bovenstaande context wordt regionale samenwerking en afstemming steeds belangrijker. De opgaven stoppen niet bij de gemeente- (of lands)grens. Dit vraagt om actuele, duidelijke en weloverwogen regionale beleidsdoelen, vertaald naar praktisch toetsbaar en uitvoerbaar beleid. De provincie Noord-Brabant heeft 11 richtinggevende principes geformuleerd als input voor nieuw regionaal detailhandelsbeleid (zie bijlage 5).

1.2 Doel

De regio Noordoost-Brabant wenst een actualisatie van de eerder door BRO opgestelde detailhandelsvisie uit 2015. Dit rapport voorziet hierin en is het primaire beleid- en toetsingskader voor detailhandelsinitiatieven.

1.3 Leeswijzer

Dit rapport bestaat uit de volgende onderdelen.

- **Hoofdstuk 2 Visie:** bevat een uiteenzetting van de ambities en het wensbeeld voor de ontwikkeling van het winkelaanbod en winkelcentra in de regio Noordoost-Brabant tot 2030. Ook zijn hierin de spelregels opgenomen hoe en wanneer initiatieven regionaal moeten worden afgestemd.
- **Hoofdstuk 3 Uitvoeringskader:** bevat de belangrijkste regionale ambtelijke en bestuurlijke afspraken om de regionale ambities en doelen te bereiken. Dit hoofdstuk kan worden beschouwd als het regionale uitvoeringskader van de visie en het beleid.
- **Bijlage 1 - Analyse:** bevat de kwantitatieve analyse op basis van de ontwikkeling van winkelaanbod, leegstand en koopstromen. Op basis van deze inzichten is zijn berekeningen gemaakt over de toekomstige behoefte aan winkelaanbod in de regio. Ook is een meer kwalitatieve analyse opgenomen op basis van bilaterale gesprekken met alle (voormalige) gemeenten in de regio, zowel ambtelijk als bestuurlijk.
- **Bijlage 2 - Definities:** bevat een toelichting op veel gebruikte definities in dit rapport.
- **Bijlage 3 - Kwantitatieve behoefte**: bevat de berekeningen en toelichting op de kwantitatieve behoefteramingein voor de regio.
- **Bijlage 4** - **Regionale impact hoofdstructuur**: bevat de cijfermatige resultaten uit het KSO2021 per centrumgebied ten aanzien van bovengemeentelijke toevloeiing.
- **Bijlage 5** - **11 richtinggevende principes van de provincie Noord-Brabant:** uitgangspunten voor de totstandkoming van regionaal beleid in de provincie Noord-Brabant.
- **Bijlage 6** - **Toets leegstand op aanvaardbaarheid bij winkelinitiatief.**

2 Visie

2.1 Regionale detailhandelsstructuur

2.1.1 Inleiding

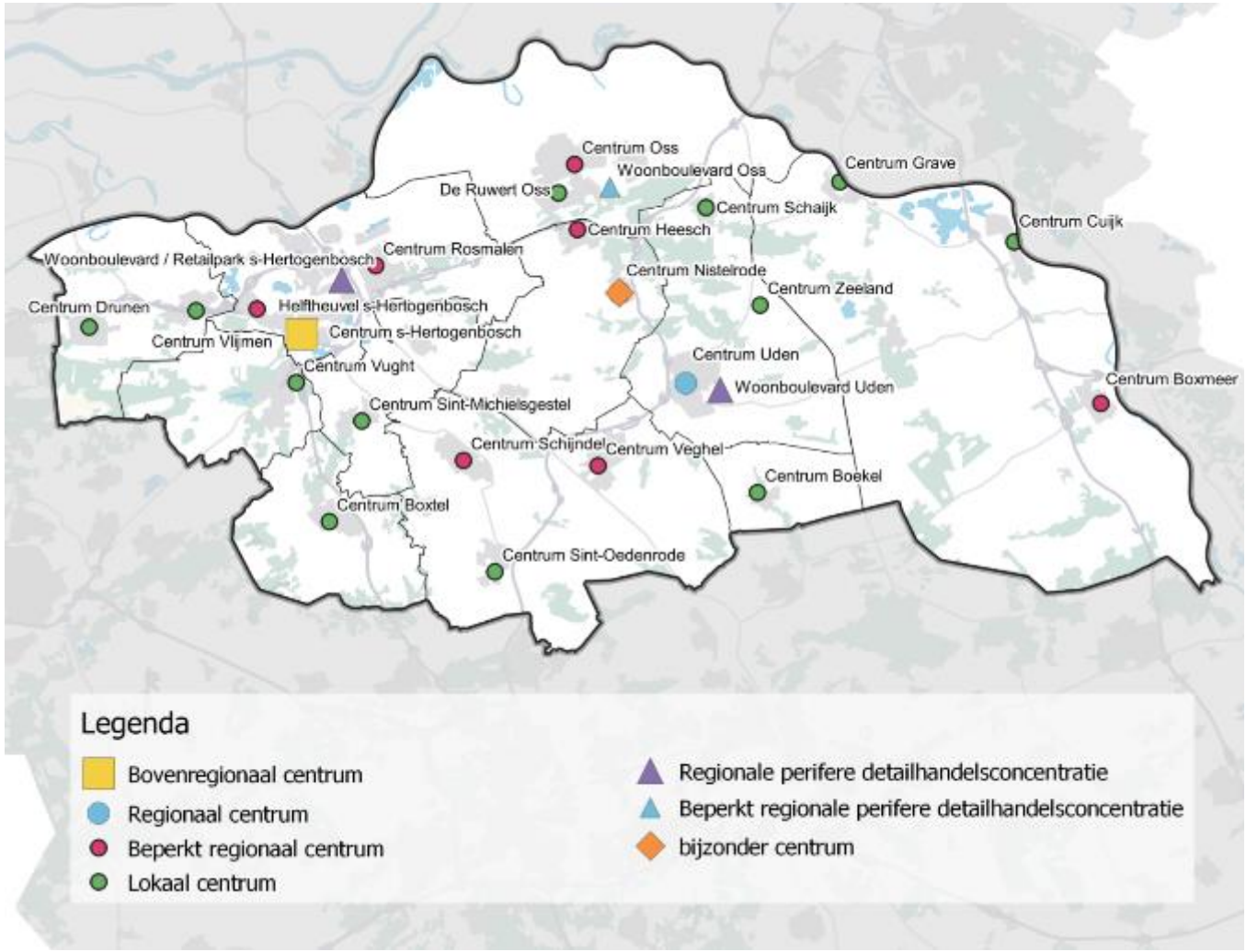
De regionale hiërarchie geeft inzicht in het profiel per (regionaal relevant) centrumgebied. Het doel van een regionale hierarchie is onderscheid en complementariteit tussen centra onderling te borgen. Diverse aspecten zijn bepalend voor het verzorgingsniveau van een centrumgebied. Zie bijlage 4.

- Omvang van het centrumgebied in aantal publieksfuncties (winkels, horeca, cultuur en diensten).
- Omvang en samenstelling demografie.
- Geografische ligging en afstand tot andere centra.
- Kwalitatieve concurrentiepositie ten opzichte van andere centra en het internet (specifieke trekkers, toeristische aantrekkingskracht, evenementen, etc.).

Het verzorgingsgebied kan het beste gemeten worden met behulp van koopstromenonderzoek. Het consumentengedrag is immers leidend. De toevloeiing (bestedingen van buiten de eigen gemeente) is een belangrijke indicatie voor effecten die zich manifesteren over de gemeentegrens. Hoe meer toevloeiing, hoe groter de regionale impact en daarmee relevantie voor de regionale samenwerking. Op basis van het Koopstromenonderzoek 2021 is de regionale hiërarchie objectief geformuleerd (zie kaart). **Nadere uitleg is te vinden in bijlage 1.6.** Dit is de huidige situatie, maar tevens ook het uitgangspunt voor de toekomst. In deze paragraaf wordt ingegaan op de visie per type centrum.

2.1.2 Bovenregionaal centrum

Brede binnenstad ‘s-Hertogenbosch



Figuur 1: Regionale detailhandelsstructuur Noordoost-Brabant

De brede binnenstad van ’s-Hertogenbosch is de grootste binnenstad met de meeste bovenregionale aantrekkingskracht in Noordoost-Brabant. Het perspectief is goed, gezien het sterke toeristisch-recreatieve profiel, de combinatie van aantrekkelijk winkelaanbod met veel aanvullend aanbod in horeca, diensten en cultuur en de beperkte leegstand. Binnen de context van het bovenregionale verzorgingsgebied past een verdere verbreding van het aanbod, wat om extra ruimte vraagt net buiten historische stadsgracht. De gemeente spreekt in dat kader van de ‘brede binnenstad’, met naast de historische binnenstad ook ontwikkelingen in bijvoorbeeld de Spoorzone en Bossche Stadsdelta. De focus ligt hier niet zozeer op winkels, maar op andere voorzieningen. Ook de brede binnenstad van ’s-Hertogenbosch streeft naar een compact winkelgebied. Het regionale beleid ondersteunt de verdere doorontwikkeling van de brede binnenstad en het behouden van een compact winkelgebied.

Vanwege de ligging en omvang is de brede binnenstad van ’s-Hertogenbosch voor veel inwoners in Noordoost-Brabant niet het meest logische alternatief om een dagje te winkelen. De brede Bossche binnenstad concurreert vooral met andere grote binnensteden buiten de regio, zoals Nijmegen, Eindhoven, Utrecht en Tilburg. Voor het winkelaanbod in de brede binnenstad is het belangrijk voldoende reuring en bezoekers te blijven aantrekken. Een aantrekkelijk voetgangers- en verblijfsklimaat. Aanwezigheid van andere publieksfuncties dragen bij aan combinatiebezoeken. De komende tijd ligt de prioriteit bij de uitvoering van het Economisch Perspectief Brede Binnenstad.

2.1.3 Regionaal centrum

Onderlinge samenhang centrumgebieden
In de visie uit 2015 werd uitgegaan van een bepaalde overlap van verzorgingsgebieden tussen het centrum van Uden, Oss en Boxmeer. Inmiddels hebben deze drie centra zich op eigen wijze ontwikkeld, waardoor meer complementariteit bestaat tussen de centra. Er is daardoor ook minder sprake van een spanningsveld. Samengevat heeft het centrum van Uden zich nadrukkelijker ontwikkeld als ‘hart’ van de regio, met een

duidelijke regionale verzorgingsfunctie. Oss en Veghel hebben veel geinvesteerd in het terugdringen van leegstand door transformatie. Qua profiel focussen deze centra zich steeds meer op de inwoners in de eigen gemeente, wat ook duidelijk terug te zien is in het Koopstromenonderzoek.

Centrum Uden
Uden heeft de laatste jaren een positieve transitie doorgemaakt. De leegstand is altijd redelijk stabiel gebleven en met name het afgelopen jaar fors teruggedrongen. Ook zijn tegen de landelijke trend in relatief veel nieuwe winkels aangetrokken. De bezoeker waardeert het centrum bovengemiddeld goed, verblijft bovengemiddeld lang en het aanbod functioneert naar behoren. Door onder andere deze ontwikkelingen heeft het centrum van Uden haar regionale verzorgingsfunctie verder weten te versterken.

Continueren en doorontwikkelen van de huidige koers is gewenst. Het behouden van een compact winkelgebied met tegelijkertijd een breed pakket aan publieksvoorzieningen met horeca, diensten, cultuur en leisure draagt bij aan de aantrekkelijkheid van het bruisende ‘hart’ van Noordoost-Brabant.

2.1.4 Beperkt regionaal centrum

Centrum Oss
Het centrum van Oss heeft de afgelopen jaren hard gewerkt aan herpositionering. Meer focus op de lokale verzorgingsfunctie en met meer nadruk op de dagelijkse boodschappen. Ook is sterk ingezet op een duidelijkere branchering in de vorm van een compact hart, de ‘pit’ en een randgebied de ‘schil’. Momenteel zijn diverse transformatieprojecten in voorbereiding of in uitvoering. Het draagvlak voor het centrum van Oss is aanzienlijk, ook al is het vooral lokaal verzorgend. Alleen de gemeente telt al ruim 90.000 inwoners. Oss is in aantal publieksfuncties echter nog wel groter dan Uden (zie



Binnenstad ‘s-Hertogenbosch

bijlage 4). De ontwikkelingen in het centrum van Oss zijn positief voor het toekomstperspectief. Continueren en doorontwikkelen van de huidige koers is gewenst.

Centrum Boxmeer
In het Land van Cuijk is de positie van het centrum van Boxmeer versterkt. De centrumgebieden in de directe omgeving van het centrum van Boxmeer hebben steeds meer een dagelijks verzorgende lokale functie gekregen waardoor Boxmeer de centrale plaats is geworden van de nieuwe gemeente. De afstand tot Uden, maar ook tot Nijmegen en Venlo is aanzienlijk waardoor Boxmeer centrum duidelijk een eigen verzorgingsgebied heeft. Binnen de nieuwe gemeente ligt de opgave om de bestaande centra van Boxmeer, Grave en Cuijk onderling nog beter te positioneren. De bestaande Detailhandelsvisie Land van Cuijk biedt goede aanknopingspunten.

Centrum Veghel
Het centrum heeft van oudsher veel overlap in verzorgingsgebied met Uden. Het verzorgingsgebied van het centrum van Veghel is de laatste jaren verder ingekrompen. Sinds 2015 is ook met het gemeentelijk beleid en de centrumvisie meer de focus gekomen op het bedienen van de inwoners van Veghel en omliggende dorpen. Dit is positief. De opgave ligt in het terugdringen van de bovengemiddelde leegstand. Gezien de veranderende winkelmarkt en het draagvlak is het niet haalbaar om al deze publieke meters van aantrekkelijk programma te voorzien. De balans in het centrum dient te herstellen. Dit betekent terugkeren naar de basisvoorzieningen van de eigen inwoners met minder ruimte voor detailhandel. Een compact winkelgebied is hiervoor essentieel.

Centrum Rosmalen
Het centrum van Rosmalen heeft de laatste jaren een positieve transitie doorgemaakt. Als onderdeel van het centrumplan (opening september 2018) is er winkelruimte en commercieel aanbod verdwenen en zijn winkeltrekkers toegevoegd of uitgebreid. Meer concentratie is en blijft het devies (winkels van buiten naar binnen in compacter centrum). De komende tijd ligt de prioriteit bij koershouden en uitvoering van het Actieplan Versterking Centrum Rosmalen.

Centrum Schijndel
Het Schijndelse centrum heeft het afgelopen jaren een forse transitie doorgemaakt. De centrumvisie heeft daar aan bijgedragen. Met het autovrij maken van het centrale deel van de Hoofdstraat, de bouw van de Glazen Boerderij en de herinrichting van de openbare ruimte is er een compact, overzichtelijk en aantrekkelijk dorpscentrum gerealiseerd voor de eigen inwoners. Een compact dorpshart met een winkelaanbod dat aansluit op de lokale behoefte is uitgangspunt. De uitdaging ligt in het vasthouden van deze koers.

Centrum Heesch
Het centrum van Heesch ligt nabij veel andere centra in Oss, Nistelrode, en Uden. Ook de binnensteden van ’s-Hertogenbosch en Nijmegen zijn goed te bereiken vanuit Heesch. Dit betekent dat het recreatief winkelen in het centrum al jaren onder druk staat. De leegstand is echter beperkt en er wordt door de gemeente, ondernemers en vastgoedeigenaren hard gewerkt aan een aantrekkelijk en toekomstbestendig centrum. Compleet, compact en comfortabel zijn de sleutelwoorden. De opgave ligt in koershouden en verdere focus op de behoefte van de lokale inwoners.

Helftheuvelpassage ’s-Hertogenbosch
De Helftheuvelpassage is een stadsdeelcentrum in de gemeente ’s-Hertogenbosch. Hoewel de meeste bezoekers uit de directe omgeving komen, is er toch sprake van significante toevloeiing. Dit maakt het centrum ook regionaal relevant. De afgelopen jaren is veel geïnvesteerd in het centrum. Het boodschappenaanbod is verder uitgebreid en de kwaliteit verhoogt. De consument waardeert dit ook hoog. De opgave ligt in het houden van koers: een compact stadsdeelcentrum met een nadruk op boodschappen doen (met een plus, dus ook bepaalde mate van mode, sport, en doelgericht winkelaanbod) en lokaal ontmoeten.

2.1.5 Lokaal centrum

Doordat de structuur op het niveau van het bovenregionale centrum, de regionale centra en het beperkt regionale centrum in Noordoost-Brabant is uitgekristalliseerd, is ook de positie van de lokaal verzorgende centra duidelijker geworden. Binnen deze groep centrumgebieden zijn de onderlinge verschillen wel groot. Dit komt hoofdzakelijk door het verschil in omvang (aantal inwoners) van het lokale verzorgingsgebied.

Opgemerkt moet worden dat te veel nadruk op één van de drie hoofddoelen (zie figuur 4.1) altijd leidt tot negatieve effecten op de andere doelen. Om deze reden is een zorgvuldige balans noodzakelijk. Dit vraagt om genuanceerde en weloverwogen keuzes in beleid op lokaal niveau om de vitaliteit van de lokale centra zo sterk mogelijk te ontwikkelen. In lokale centra ligt het accent vanuit detailhandel altijd op boodschappen doen, zoals het behoud van minimaal één supermarkt of levensmiddelenzaak in het dorp. Op lokaal niveau dient goed gekeken te worden welke andere voorzieningen noodzakelijk zijn voor de leefbaarheid. Het wijk- of dorpshart kan ook voor deze functies ruimte bieden.

2.1.6 Regionale perifere detailhandelsconcentratie

Woonboulevard/retailpark 's-Hertogenbosch
De bovenregionale positie van de Bossche binnenstad weerspiegelt zich ook in de positie van het retailpark. Het grootschalig aanbod op deze locatie kent een goede balans met het aanbod in de binnenstad. De bezoekers uit 's-Hertogenbosch en de regio weten het retailpark goed te vinden. De positie van dit centrum is de afgelopen jaren versterkt. Het bewaken van de complementariteit met de brede binnenstad van 's-Hertogenbosch is van belang.

Woonboulevard Uden
Binnen de regio Noordoost-Brabant heeft de woonboulevard Uden de positie versterkt. Enerzijds door de andere invulling van het profiel ten opzichte van het retailpark 's-Hertogenbosch, maar ook door het verschil met de kleinere beperkt regionale perifere detailhandelsconcentratie in de regio (woonboulevard Oss) en het lokaal verzorgende als dan niet geclusterde perifere aanbod. Voor Uden geldt net als voor 's-Hertogenbosch het belang van het bewaken van de complementariteit tussen de woonboulevard en het centrum.

2.1.7 Beperkt regionale perifere detailhandelsconcentratie

Woonboulevard Oss
Vergelijkbaar met de succesvolle herpositionering van het centrum van Oss heeft ook de woonboulevard haar positie als sterke lokale speler met een beperkte regionale verzorgingsfunctie goed in kunnen vullen. Ook hier geldt voor de toekomst het bewaken van de complementariteit tussen de woonboulevard en het centrum.

2.1.8 Bijzonder centrum

Centrum Nistelrode
Het centrum van Nistelrode wordt gedomineerd door de aanwezigheid van de zeer sterke trekker Van Tilburg. Het regionale bezoek is doelgericht. Het overige aanbod is op een enkele uitzondering na, lokaal dagelijks verzorgend. De huidige regionale invloed van Van Tilburg is een gegeven. Nieuwe ontwikkelingen zouden idealiter moeten passen binnen het profiel en verzorgingsgebied van een lokaal centrum.

2.1.9 Overige dorpscentra (niet behorende tot de regionale detailhandelsstructuur)

Naast de centra op de kaart die behoren tot de regionale detailhandelsstructuur zijn er nog vele andere dorpscentra, zoals die van Sint-Anthonis, Heeswijk-Dinther, Nuland of Mill. Deze centrumgebieden zijn niet minder belangrijk voor de leefbaarheid, maar vervullen een zeer lokale functie. De omvang van het winkelaanbod is vaak ook beperkt, met vaak hooguit een supermarkt en enkele dagwinkels. Er is voor deze centra geen eenduidig perspectief af te geven. Dit wisselt sterk per centrum. De grootste uitdaging in deze dorpen is het op peil houden van de leefbaarheid. Vaak betekent dit het behoud van een supermarkt in het dorp. Als het draagvlak te klein is, is dit niet altijd meer mogelijk omdat de supermarkt of andere winkels te handhaven.

Deze visie gaat uit van concentratie in bestaande centra. In uitzonderlijke situaties kan maatwerk echter noodzakelijk zijn om de toekomstbestendigheid van een supermarkt in het dorp te borgen. Dit vraagt soms om moeilijke maar noodzakelijke bestuurlijke keuzes. Meestal zijn dit keuzes binnen de gemeente. Zodra ook sprake is van gemeentegrens overstijgende effecten dient intensieve afstemming met de regio plaats te vinden, met name de buurgemeente(n).

2.1.10 Overige buurt-, wijk- en stadsdeelcentra (niet behorende tot de regionale detailhandelsstructuur)

In met name de grotere kernen zijn naast de hoofdcentra ook veel buurt-, wijk- en stadsdeelcentra aanwezig. Deze centra voorzien primair in de dagelijkse boodschappen en hebben lokale verzorgingsgebieden. Hoewel dit beleid zich primair focust op de regionale detailhandelsstructuur, zijn de algemene doelen uit deze visie ook van toepassing op deze centra. Investeren in vitale buurt-, wijk- en stadsdeelcentra is belangrijk voor de leefbaarheid in woongebieden en het economisch vestigingsklimaat. Solitaire vestigingen van bijvoorbeeld supermarkten dragen over het algemeen niet bij aan deze uitgangspunten en doen afbreuk aan het functioneren van centra op buurt- en wijkniveau. Deze visie gaat ook voor deze centra uit van concentratie van detailhandel. Bovendien is een evenwichtige spreiding van buurt- en wijkcentra belangrijk om de fijnmazigheid te borgen en daarmee de toegang tot levensmiddelen binnen aanvaardbare afstand tot de eigen woning.

2.1.11 Solitaire detailhandel met regionale aantrekkingskracht

In de regio Noordoost-Brabant zijn enkele (vaak) grootschalige solitaire winkels aanwezig met een (boven)regionale aantrekkingskracht. Denk aan De Wit of Van Cranenbroek te Schijndel. Dit soort winkels hebben effecten op reguliere centra, ook in andere gemeenten. Bestaande grootschalige solitaire winkels van dit type die qua aard van het assortiment (volumineus) eigenlijk thuis horen in centra, zouden in principe niet verder uitgebreid moeten worden. Als er toch plannen zijn voor uitbreiding dient dit zorgvuldig te worden afgestemd in de regio. Verder geldt nadrukkelijke terughoudendheid bij nieuwe initiatieven van deze aard.

Verder zijn er nog de aanbieders die niet in de centra zitten, maar vanwege de volumineuze aard van het assortiment wel wenselijk zijn op perifere solitaire locaties. Denk aan winkels in zwembaden, zonwering, haarden, tegels, etc. Effecten op centra zijn er niet. Effecten op andere winkels blijven vaak beperkt. Wel kunnen deze winkels mogelijk de ruimtebehoefte voor bedrijven op bedrijventerreinen invullen. Dit kan vanuit bijvoorbeeld een visie op werklocaties onwenselijk zijn. Dit vraagt per gemeente om zorgvuldige en integrale afweging. Ook vanuit het perspectief op de regionale programmering van werklocaties.

2.1.12 Conclusie

Zowel voor de centrumgebieden als voor de perifere concentraties is de regionale detailhandelsstructuur in Noordoost-Brabant sinds de vorige detailhandelsvisie uit 2015 duidelijker geworden. De onderlinge afstemming over ontwikkelingen in regionaal verband heeft daar zeker toe bijgedragen, maar ook de markt heeft keuzes gemaakt. In de afgelopen jaren is er veel veranderd in de detailhandel. Aanbieders hebben scherpere keuze gemaakt ten aanzien van de wenselijke vestigingsplaatsen. Voor de komende jaren zal de dynamiek nog steeds erg groot zijn, maar Noordoost-Brabant kent nu een sterkere uitgangspositie dan 7 jaar geleden door betere complementariteit tussen centra. Onderlinge afstemming en een proactieve benadering in de regionale samenwerking is voor de vitale winkelstructuur van belang.

2.2 Essentie van de visie

Wat willen we met elkaar bereiken in de regio?

Gemeenten in de regio Noordoost-Brabant willen verder investeren in **vitale en toekomstbestendige centrum- en winkelgebieden**. Dit betreft de binnensteden, dorpscentra, wijk- en buurtcentra en de woonboulevards. Dit betekent voortzetten van het blijven **clusteren van winkels** in centra, het **compact** houden van de centra, het **transformeren** van overtollige winkelmeters binnen centra en het doorontwikkelingen conform het **profiel en verzorgingsfunctie** zoals aangegeven in deze visie.

Om vitale en toekomstige centra te creëren dient niet alleen geïnvesteerd te worden binnen de centra, maar juist ook daarbuiten. In veel gemeenten zijn nog veel **overtollige winkelmeters aanwezig**, met name **onbenutte** of **verborgen plancapaciteit** in bestemmingsplannen op slechte en ongewenste plekken. De regio vindt het belangrijk met name onbenutte en ongewenste plancapaciteit met een regionale impact binnen gemeenten juridisch te **saneren**.

Niet alleen de overheid heeft een taak om centra vitaal en toekomstbestendig te maken. Ook van **ondernemers** en **vastgoedeigenaren** wordt verwacht dat ze investeren in toekomstbestendige centrumgebieden. Gemeenten vinden het belangrijk **duidelijkheid** te creëren over de ontwikkelingsrichting ten gunste van het investeringsklimaat. **Ondernemerschap**, **vernieuwing** en **dynamiek** binnen centra moet gewaardeerd en gefaciliteerd worden.

Hoe willen we met elkaar omgaan in de regio?

Gemeenten in de regio Noordoost-Brabant willen op een nieuwe manier binnen regionaal verband met elkaar **samenwerken**. **Vertrouwen** in elkaar is een belangrijke basis voor een goede samenwerking. Dit vertrouwen is er, maar kan alleen gehandhaafd blijven indien gemeenten met elkaar het gesprek blijven voeren. De **regionale afstemming** van initiatieven blijft belangrijk. Elkaar informeren, argumenten uitwisselen en respect voor elkaars zorgen zijn de uitgangspunten.

Tegelijkertijd wordt de samenwerking op diverse **concrete thema's** geïntensiveerd, zoals ten aanzien van het reduceren van onbenutte en ongewenste plancapaciteit met een regionale impact, het op peil houden van de leefbaarheid in kleine kernen en transformatie van winkelpanden naar andere functies. Deze thema's dienen nadrukkelijk terug te komen op de **regionale agenda en in overleg**. Een aanzet voor de uitvoering is de vinden in het uitvoeringshoofdstuk van deze visie.

Deze visie moet worden beschouwd als **convenant** tussen gemeenten in de regio. Dit betekent dat elke gemeente zelf de verantwoordelijkheid heeft zich te houden aan deze visie. Gemeenten zouden elkaar ook kunnen aanspreken. Uiteindelijk moeten gemeenten in de regio het samen doen. Dit onderstreept nogmaals het belang van een goede positieve samenwerking met vertrouwen in elkaar en respect voor elkaars zorgen.

2.3 Wat komt er op ons af?

De behoefte aan winkelruimte in met name de recreatieve sector (mode, warenhuizen, luxe, sport, speelgoed, media en hobby) zal gaan afnemen (gemiddeld circa 7% tot 2030). Deze **krimp** vindt vooral plaats in de **hoofdcentra** van de regionale detailhandelsstructuur. Dit betekent een blijvende opgave om winkelgebieden (nog) **compacter** te maken en overtollige winkelruimte te **transformeren**. Tegelijkertijd blijven winkelvestigingen buiten centra aantrekkelijk voor ondernemers, bijvoorbeeld op **bedrijventerreinen**, omdat het vaak goedkoper is. Dit dient zoveel mogelijk voorkomen te worden om de centra vitaal te houden. Daarnaast ligt er een opgave om ongewenste **plancapaciteit** voor winkels buiten centra te saneren. Dit vraagt om een betere **samenwerking tussen EZ en RO**. De nieuwe **Omgevingswet** vraagt hier ook om.

Toekomstige behoefte aan winkels ligt genuanceerd

- De winkelfunctie zal in 2030 minder dominant zijn. Met name het recreatieve winkelaanbod zal gestaag afnemen. Op basis van berekeningen moet in de regio worden uitgegaan van een krimp tot gemiddeld 7% in 2030.
  - Online bestedingen groeien verder door;
  - Modische winkelketens zullen hun vestigingsbeleid aanpassen (per saldo minder locaties);
  - Andere functies, zoals horeca, diensten en maatschappelijk vragen meer ruimte in centra.
- Anderzijds zien we op basis van trends en distributieve berekeningen tot 2030 nog steeds een sterke groei van het dagelijks aanbod. Supermarktontwikkelingen volgen veelal de bevolkingsgroei. In centrumgebieden neemt het perspectief voor versspeciaalzaken en ambachten toe. Dit biedt kansen voor nieuwvestigingen.
- De groeipotentie in de doelgerichte sector lijkt positief, maar is onzeker door macro economische ontwikkelingen. Met name in binnensteden komen steeds meer decoratieve woonwinkels en aantrekkelijke showrooms. Woonboulevards kennen momenteel nauwelijks leegstand en functioneren zeer goed. Online bestedingen nemen ook in deze sector fors toe. Hierdoor zijn niet altijd meer grotere perifere vestigingen nodig. Bovendien is deze sector sterk conjunctuur gevoelig, waardoor de groeipotentie onzeker blijft. Macro economische onzekerheden en historisch laag consumentenvertrouwen kunnen er toe leiden dat bestedingen in deze sector gaan krimpen. Tegelijkertijd ligt branchevervaging op de loer, wat zorgt voor meer overlap met binnensteden.
- Zowel in de online als offline detailhandel ontstaan nieuwe formules en concepten. Steeds vaker een combinatie van beiden (multi-channel). Sommige webwinkels willen ook een fysiek winkels als showroom, servicepunt of plek om contact te maken met de klant. Centrumgebieden zijn hier bij uitstek de aangewezen plek voor. Nieuwe buitenlandse formules treden toe tot de Nederlandse markt, zoals Chinese, Koreaanse, Amerikaanse en Scandinavische formules. Deze internationale ketens zullen zich vooral op de grotere binnensteden concentreren (met name 's-Hertogenbosch en mogelijk ook Uden).

Perspectief winkelaanbod per centrum verschillend

- De ontwikkeling van de behoefte aan detailhandel zal sterk verschillen per gemeente en woonplaats. Voor de meeste gemeenten en centra in Noordoost-Brabant ligt de opgave het winkelaanbod in zowel kwantitatieve en kwalitatieve zin beter af te stemmen op de eigen inwoners.
- Bovenregionale en regionale centra zullen in elk geval het aantal ketens en (winkel)trekkers op peil moeten houden. Idealiter zijn er ook nieuwe bijgekomen. Het winkelaanbod is gevarieerd en kwalitatief onderscheidend ten opzichte andere centra en het internet. Het recreatief winkelaanbod is hier idealiter nog in volle glorie aanwezig, aangevuld met boodschappen aanbod en doelgerichte speciaalzaken.
- Beperkt regionale en lokale centra zouden zich meer moeten focussen op de eigen inwoners. Het winkelaanbod is bescheiden en richt zich steeds meer op frequente aankopen, gemak en efficiëntie. Het winkelaanbod bestaat uit relatief veel lokaal ondernemerschap.
- Het perspectief voor detailhandel en andere voorzieningen in kleinere kernen zal steeds meer onder druk komen te staan. Een neerwaartse spiraal dient doorbroken te worden. Het begint met het behouden van inwoners, door te investeren in voldoende woningen en een aantrekkelijke leefomgeving. Dit betekent dat in dorpen gewerkt moet worden aan de leefbaarheid, door bijvoorbeeld een goede (OV) bereikbaarheid en het behoud van basisvoorzieningen binnen aanvaardbare afstand (zoals een school, een supermarkt en een apotheek).
- De winkelfunctie van centra zal ruimtelijk compacter zijn, zeker waar sprake is van krimp van het winkelaanbod. Hierdoor is het essentieel om te blijven streven naar een compact winkelgebied.
- Centrumgebieden zullen een meer evenwichtige functiemix krijgen. Het winkelaanbod zal in veel centra minder dominant worden, maar daarvoor in de plaats komen andere publieksfuncties. Met name ambachtelijke, maatschappelijke en sociale voorzieningen zullen een plek vinden in de centra. In met name de centra in kleinere kernen is herinvulling met andere functies niet vanzelfsprekend. Zoals eerder aangegeven staat hier het functioneren van veel voorzieningen onder druk.
- Wonen in centra zal eveneens toenemen, maar hier gaat het om het vinden van de juiste balans. Maatwerk dient geleverd te worden, omdat de woonfunctie (met name in

de plint) niet altijd goed samengaat met publieksfuncties. Bovendien blijft de publieksfunctie van centrumgebieden essentieel voor de sociale ontmoetingsfunctie.

Risico op verspreide bewinkeling blijft groot

- De ruimtedruk in centra en hogere huurprijzen zorgt er voor dat 'goedkope' perifere locaties ook in 2030 aantrekkelijk blijven. Voor bepaalde vormen van detailhandel (aard en/of omvang) of in het kader van de leefbaarheid kan in sommige situaties vestiging buiten centra denkbaar zijn. Dit zou echter niet de norm moeten zijn.
- Ook vanuit het perspectief van werklocaties en bedrijventerreinen is het wenselijk locaties vrij te maken voor andere economische functies, niet zijnde detailhandel.
- Ook vanuit het perspectief van de Dienstenrichtlijn is het terughoudend omgaan met verspreide bewinkeling wenselijk, om coherent en systematisch te handelen conform beleid (zie paragraaf 3.4). Tevens zou gewerkt moeten worden het brengen van coherentie en eenduidigheid in definities. De nieuwe Omgevingswet biedt kansen om middels het omgevingsplan in te zetten op het bovenstaande.

2.4 We willen vitale centrumgebieden

***Ambitie**: vitale, toekomstbestendige winkelgebieden met een passend winkelaanbod gericht op de doelgroep binnen het verzorgingsgebied.*

De prioriteit van deze visie ligt bij de centra. Dit zijn niet alleen de locaties met de meeste winkels, maar ook waar ontmoeting, beleving en leefbaarheid ontstaat. Het kloppend hart van elke samenleving, elke stad, elk dorp. Om vitale en toekomstbestendige winkelgebieden na te streven zijn specifieke beleidsdoelen geformuleerd. Deze zijn in de volgende paragrafen uiteengezet en toegelicht.

2.4.1 Concentratie en clustering

***Doel**: winkels worden zoveel mogelijk geconcentreerd binnen centra. Dit vraagt tegelijkertijd om terughoudendheid met het faciliteren van winkels buiten centra.*

De meerwaarde van concentratie c.q. clustering van winkels (en andere publieksgerichte voorzieningen) is dat bedrijven kunnen profiteren van gemeenschappelijke faciliteiten, elkaars nabijheid en aantrekkingskracht. De consument heeft als voordelen: gemak, overzichtelijkheid, herkenbaarheid en ruimere keuzemogelijkheden (compleet aanbod). Nieuwe initiatieven dienen primair plaats te vinden in bestaande of nieuwe centra. Nieuwe centra kunnen bijvoorbeeld aan de orde zijn bij grote woningbouwontwikkelingen of bij samenvoeging van twee bestaande centra tot één nieuw centrum.

2.4.2 Verspreide bewinkeling terugdringen

***Doel**: winkelaanbod buiten centra dient voorkomen en teruggedrongen te worden door enerzijds terughoudend te zijn met het faciliteren van nieuwe winkels buiten centra en anderzijds het actief saneren van harde plancapaciteit.*

Het regionale beleid is er op gericht winkelvoorzieningen in centra te concentreren en verdere verspreiding van detailhandel op locaties buiten de concentraties te voorkomen. Gemeenten vinden het belangrijk dat terughoudend wordt omgegaan met nieuwe detailhandelsontwikkelingen buiten de detailhandelsstructuur. Tegelijkertijd vinden gemeenten het belangrijk aan de slag te gaan met het terugdringen van harde plancapaciteit voor winkels buiten centra, met name onbenutte en ongewenste plancapaciteit met een regionale impact.

2.4.3 Compacte winkelgebieden

***Doel**: compacte winkelgebieden met een zoveel mogelijk aaneengesloten winkelfront. Een 'gatenkaasstructuur' moet voorkomen worden.*

In veel centra zal de komende jaren een verdere afname van het winkelaanbod plaatsvinden. Centra moeten meer investeren in compactere winkelgebieden, om een 'gatenkaasstructuur' te voorkomen. Te veel onderbrekingen in het winkelfront door bijvoorbeeld leegstand of niet-publieksfuncties zoals wonen zorgt voor een onaantrekkelijke winkelbeleving. Compacte centra zijn van belang voor zowel het ondernemersklimaat als de consumentenverzorging. Alleen als winkels dicht bij elkaar zitten is de kans op combinatiebezoek groot. Dit geldt voor de grotere recreatieve winkelgebieden waar het modische winkelaanbod dominant is, maar ook voor de kleinere centra waar het boodschappen doen centraal staat. Per gemeente ligt de opgave om binnen de centrumgebieden de compacte winkelgebieden concreet af te bakenen op kaart. Dit zorgt voor duidelijkheid richting marktpartijen en kan daardoor langjarige investeringen bevorderen. Ook zorgt het voor beleidsmatige voorzienbaarheid om juridische sanering van winkelruimte en transformatie verder te stimuleren.

2.4.4 Transformatie

***Doel**: overtollige winkelmeters binnen centra zonder perspectief op invulling met winkels moeten getransformeerd worden naar andere passende niet-winkelfuncties.*

Hardnekkige structurele leegstand blijft in veel centra een belangrijke opgave. Vaak is de kans klein dat hier winkels terugkomen. Door intensieve samenwerking tussen partners in de centra (gemeente, vastgoedeigenaren, ondernemers en andere

belanghebbenden) en eventuele hulp van de provinciale Adviescommissie worden transformatieopgaven in centra geformuleerd, uitgewerkt en uitgevoerd. Kennis en ervaring over transformatieprojecten wordt uitgewisseld binnen de regio. Hierdoor kunnen gemeenten van elkaar leren.

2.4.5 Ruimte bieden voor vernieuwing

***Doel**: winkelaanbod moet blijvend kunnen aanpassen aan trends. Binnen reguliere centra dient optimaal ruimte geboden te worden voor vernieuwing en innovatie. Buiten reguliere centra gelden nog steeds beperkingen.*



Vernieuwing en innovatie in de detailhandel is een belangrijke voorwaarde om de detailhandelsstructuur in de toekomst aantrekkelijk te houden voor de consument. De consument vraagt namelijk om vernieuwing en zal elders (of via internet) gaan winkelen wanneer het aanbod niet voldoet aan de verwachtingen. Het is van cruciaal belang dat vernieuwing in de detailhandel in goede banen wordt geleid door het vinden van evenwicht tussen bestaand en nieuw aanbod. Vernieuwing is met name gewenst in kwalitatief opzicht. Dit uit zich onder andere in de volgende aspecten.

- **Blurring** in centra wordt in de basis als positief ervaren. Dit kan zich manifesteren in de combinatie van functies binnen één concept, zoals een winkel met ondergeschikte horeca activiteiten of een dienstverlener met ondergeschikte detailhandelsactiviteit. Uiteraard dient voldaan te worden aan de relevante wetgeving, zoals de Drank- en horecawet.
- **Brancheverbreding- 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 op een bedrijventerrein, is echter een duidelijkere afbakening van branchering noodzakelijk om de complementariteit met reguliere centra te borgen.

2.4.6 Goede consumentenverzorging en leefbaarheid

***Doel**: winkelaanbod dient zowel kwantitatief als kwaliteit beter aan te sluiten op de toekomstige behoefte van de consument binnen het verzorgingsgebied.*



Zoals blijkt uit deze visie zijn de verzorgingsgebieden per centrum verschillend en ontstaat meer complementariteit tussen centra en dus minder overlap. Deze ontwikkeling wordt doorgezet. Het winkelaanbod zou zich moeten ontwikkelen conform de behoefte van de consument binnen het verzorgingsgebied. Dit heeft zowel kwantitatieve als kwalitatieve implicaties. Dit kan ook sterk verschillen per buurt, wijk, dorp of stad en per type detailhandel. Zo doet men de boodschappen het liefst dicht bij huis, terwijl men voor recreatieve en doelgerichte aankopen bereid is verder reizen.

- **Kwantitatief**: de winkelmarkt is in deze regio redelijk verzadigd. Dit betekent dat er nauwelijks sprake is van behoefte aan uitbreiding van de winkelruimte, behalve in gebieden waar sprake is van forse bevolkingsgroei. In veel kernen, met name waar ook sprake is van bevolkingskrimp en bovengemiddelde vergrijzing, staat het winkelaanbod onder druk. Dit betekent een opgave om het noodzakelijke winkelaanbod voor de leefbaarheid op peil te houden, zoals boodschappenvoorzieningen. Soms vraagt dit om innovatieve, creatieve en praktische oplossingen op lokaal niveau.
- **Kwalitatief:** om de doelgroep in een verzorgingsgebied goed te kunnen bedienen moet beter aansluiting gevonden worden bij de wensen van de consument, bijvoorbeeld via meer lokaal winkelaanbod, meer diversiteit in aanbod, betere complementariteit tussen centrum- en winkelgebieden en aanvaardbare reisafstand. Minder ‘eenheidsworst’ en meer variatie in profiel, aanbod en kwaliteiten tussen centra.

2.4.7 Complementariteit centra regionale structuur

***Doel**: betere complementariteit en meer diversiteit tussen centra in de regionale detailhandelsstructuur.*



De afgelopen jaren hebben veel middelgrote centra gekozen voor een meer lokaal profiel. Focus op de ‘eigen’ inwoners. Dit is positief, omdat minder overlap ontstaat en duidelijke keuzes worden gemaakt. Deze duidelijke profielbepaling en complementariteit dient verder versterkt te worden.

Naast de complementariteit tussen centra in de regionale detailhandelsstructuur, bestaat ook complementariteit tussen typen centra. Meestal spreken we van drie typen centra op basis van het bezoekmotief: boodschappencentra, recreatieve centra en doelgerichte centra. De laatste jaren hebben middelgrote centra in de regio zich sterker geprofileerd als boodschappencentra met een duidelijke ‘plus’. Dit betekent meer nadruk op boodschappen doen en minder op recreatief winkelaanbod. Deze ontwikkeling wordt gestimuleerd.

Doelgerichte centra, bevatten hoofdzakelijk winkels die vanwege aard en omvang van de artikelen niet inpasbaar zijn in reguliere centrumgebieden (volumineuze artikelen of PDV). In ’s-Hertogenbosch is ook sprake van een retailpark waar winkels gevestigd zijn die vanwege aard van de omvang van de winkel niet inpasbaar zijn (grootschalige detailhandel, GDV). Alleen op de woonboulevard / retailpark van ’s-Hertogenbosch heeft binnen de regio de status als GDV-locatie.

2.4.8 Functiemix in het centrum

***Doel**: beter evenwicht in de branchering van centra met minder winkels en meer overige publieksfuncties.*



Centrumgebieden zijn meer dan alleen winkelgebieden. In steeds meer centra is sprake van een verschuiving van de functiemix. Dit is positief, omdat daarmee de afhankelijkheid van de winkelfunctie minder groot wordt en meer bezoekers met verschillende motieven aangetrokken kunnen worden. De volgende functies dragen sterk bij aan de aantrekkelijkheid van centra en zouden daardoor ook zoveel mogelijk geconcentreerd moeten worden in centra:

- **Winkelambachten**: denk aan kappers, schoonheidssalons, kleermakers, etc. Uitgangspunt is publieksfunctie.
- **Horeca**: denk aan lunchrooms, fastservice restaurants en koffiezaken.
- **Sociaal-maatschappelijke en culturele functies**: denk aan bibliotheken, muziekscholen, kinderopvang, buurt- of dorpshuis, gemeentehuis, etc.
- **Werklocaties**: denk aan kleinschalige kantoor- en werkruimtes en ateliers met etalagefunctie.
- **Wonen**: op verdieping kansrijk, in de plint alleen wenselijk als sprake is van integrale transformatievisie. NB: wonen kan spanning opleveren met publieksfuncties.

2.5 Ruimte voor maatwerk

***Ambitie**: winkelaanbod buiten centra dient voorkomen en teruggedrongen te worden, maar soms is voor uitzonderlijke gevallen onder strikte voorwaarden maatwerk nodig.*



De hiervoor beschreven beleidsdoelen komen grotendeels overeen met het vorige beleid uit 2015. Ontwikkelingen buiten (bestaande) centra zijn in principe ongewenst, maar soms kan hier in uitzonderlijke gevallen toch sprake van zijn. De grote lokale verschillen en contexten binnen de regio zorgen er voor dat niet alle ontwikkelingen in uniforme regels en beleidskaders te vatten zijn. Er dient altijd ruimte te zijn voor nuance, afwegen van argumenten en belangen. Uiteraard binnen de geest van deze visie. Dit is waar maatwerk van toepassing is. Op basis van deze visie kan maatwerk alleen aan de orde zijn in een van de volgende situaties.

- Op peil houden leefbaarheid in klein dorp in het geval geen sprake (meer) is van een winkelgebied. Detailhandelsontwikkelingen buiten bestaand stedelijk gebied zijn echter niet voorstelbaar (zie paragraaf 2.6).
- Ontwikkeling van detailhandel in het kader van een gebiedsontwikkeling met substantiële woningbouw.
- Specifieke vormen van detailhandel die vanwege aard en zeer grootschalige omvang niet goed inpasbaar zijn in centra, zoals tuincentra en bouwmarkten. Deze zijn echter primair gewenst op de beleidsmatige PDV-concentraties, vanwege kans op combinatiebezoek. Alleen als dit aantoonbaar ruimtelijk niet inpasbaar is, is vestiging elders bespreekbaar.
- Detailhandelsbedrijven die in verhouding relatief veel bedrijfs- of productieruimte nodig hebben en daardoor niet inpasbaar zijn, zoals kringloopwinkels of winkels in haarden en kachels.
- Specifieke vormen van detailhandel die kleinschalig van aard zijn (kleiner dan 50 m² wvo) of ondersteunend zijn aan de hoofdfunctie, veelal in het landelijk gebied aanwezig zijn en in het kader van de consumentenverzorging een positieve bijdrage kunnen leveren, zoals boerderijwinkels (seizoens- of streekproducten), toeristische winkels of afhaalplekken voor versproducten (bijvoorbeeld een broodmachine).

2.6 Leefbaarheid in kleine kernen

***Ambitie**: de leefbaarheid in kleine kernen (<5.000 inwoners) dient geborgd te worden. Dit vraagt ten aanzien van met name winkels in de dagelijkse sector soms om maatwerk. Deze visie biedt hier in uitzonderlijke gevallen en onder voorwaarden ruimte voor.*

De leefbaarheid van kleine kernen (minder dan circa 5.000 inwoners) is in deze regio één van de grootste uitdagingen voor de komende jaren. Het winkelaanbod en overig voorzieningenaanbod neemt steeds verder af. Zodra ook boodschappenvoorzieningen verdwijnen, zoals de laatste supermarkt, gaat de leefbaarheid vaak drastisch achteruit. Boodschappenaanbod en daarmee leefbaarheid kan geborgd worden door evenwicht te zoeken tussen drie aspecten.

- Concentratie en compleet aanbod in een centrumgebied.
- Nabijheid en korte reisafstand
- Economisch haalbaar in relatie tot het draagvlak

In kleine kernen is het niet altijd meer mogelijk om aan alle drie de aspecten te voldoen. Dit vraagt om weloverwogen lokale keuzes met als doel, evenwicht tussen de doelen. Dit is ook weergegeven in de evenwichtsdriekhoek (zie figuur 2.2).

- Voorbeeld 1: **Concentratie boven spreiding.** Concentratie van winkels in centra is het uitgangspunt. In het geval meerdere kleine kernen in elkaars nabijheid liggen kan gekozen worden voor concentratie in één hoofdcentrum in één hoofdkern. Dit is positief voor de concentratie en het combinatiebezoek. Tegelijkertijd dient geaccepteerd te worden dat bepaalde inwoners mogelijk verder moeten reizen voor bijvoorbeeld een supermarkt. De economische haalbaarheid zal verbeteren, omdat geput kan worden uit een groter verzorgingsgebied.
- Voorbeeld 2: **Spreiding boven concentratie.** In een situatie waarbij meerdere kleine kernen in elkaars nabij-

heid liggen, kan prioriteit gegeven worden aan de leefbaarheid en reisafstand per kern boven concentratie. Dit is denkbaar in het geval geen duidelijk hoofdcentrum is aan te wijzen of waarbij in een kern geen sprake meer is van een samenhangende concentratie met winkels. Ook kan de samenstelling van de bevolking een reden zijn om een boodschappenvoorziening in het dorp te behouden of te faciliteren.

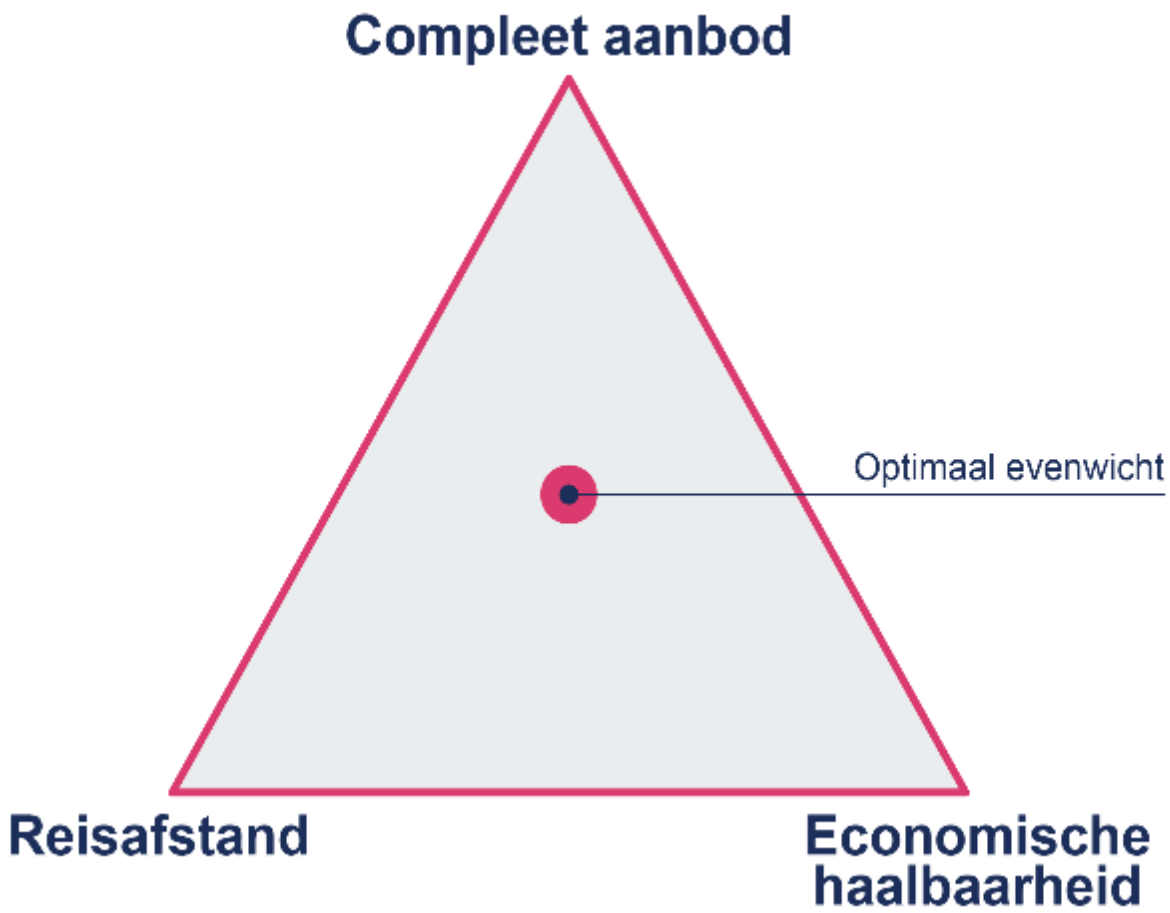
- **Voorbeeld 3: ondernemersbelang boven consumentenverzorging en detailhandelsstructuur**. Het individuele ondernemersbelang kan nooit een argument zijn om een ontwikkeling buiten een centrumgebied te faciliteren. Bijvoorbeeld als een winkel slecht functioneert. Wel dient rekening gehouden te worden met het ondernemersbelang. De ondernemer of belegger investeert immers in een ontwikkeling en zorgt voor uitvoering van beleid. Daarmee zijn marktpartijen bepalend hoe de consumentenverzorging en detailhandelsstructuur er uit ziet. Dit betekent een goed dialoog tussen markt en overheid, om enerzijds te voldoen aan economische haalbaarheid en anderzijds aan de algemene ruimtelijke belangen.

2.7 Flitsbezorgers, internethandel en afhaalpunten

2.7.1 Flitsbezorgers, internethandel en afhaalpunten

***Ambitie**: Afhaalpunten hebben een publieksaantrekkende werking en horen thuis in winkelgebieden. Solitaire bezorgbedrijven en bezorgdiensten (dark stores) worden gezien als distributiebedrijven en horen op een bedrijventerrein thuis. Niet in winkelgebieden.*

Internetbedrijven zijn nog steeds sterk in opkomst en zijn altijd opzoek naar fysieke ruimte. Flitsbezorgers zijn momenteel sterk expansief. Ze zitten momenteel aan de randen van grotere



Figuur 2.2: Evenwichtsdriehoek kleine kernen

binnensteden, maar de verwachting is dat deze concepten zich ook snel aandienen in kleinere plaatsen en in buurten- en wijken. Beleidsmatig wordt voor internethandel onderscheid gemaakt tussen publieksfunctie en geen publieksfunctie. Indien het geen publieksfunctie heeft (bijvoorbeeld bij flitsbezorgers) is het veelal een bedrijfsfunctie. Hierdoor is een bedrijventerrein een meer logische plek. Indien het een primaire publieksfunctie heeft, bijvoorbeeld een winkel met een afhaalpunt, is concentratie in een centrumgebied noodzakelijk. In dit geval moet het worden beschouwd als detailhandel. Verder dient aandacht te zijn voor aspecten als mobiliteit, veiligheid en overlast voor bewoners. Afhaalpunten zijn nog steeds relevant. Jaarlijks neemt het aantal online bestellingen sterk toe, dus ook het aantal pakketjes. Veel wordt thuisbezorgd, maar consumenten en bedrijven hebben ook behoefte aan goede afhaalpunten. Dit is duurzamer, voorkomt onnodige mobiliteit en kan inspelen op gemak. Uitgangspunt van afhaalpunten is dat ze goed bereikbaar zijn. Vestiging in reguliere en perifere centrumgebieden wordt als wenselijk beschouwd, omdat dit mogelijk combinatiebezoek met andere voorzieningen oplevert. Bovendien wordt mobiliteit geconcentreerd in een centrale ‘hub’ en wordt overlast in de directe woonomgeving beperkt.

2.8 Hoe gaan we met elkaar om in de regio?

2.8.1 Positieve samenwerking

***Ambitie**: op basis van vertrouwen wordt de regionale samenwerking geïntensiveerd. Dit betekent vooral meer focus op positieve samenwerking en kennisuitwisseling op het gebied van specifieke thema’s en opgaven.*



Tijdens de totstandkoming van deze visie is duidelijk gebleken dat gemeenten in Noordoost-Brabant zowel ambtelijk als bestuurlijk op een positieve manier meer met elkaar regionaal wensen samen te werken. Ook centra, in de vorm van centrummanagers, wensen meer onderlinge samenwerking en kennisuitwisseling. Voorzien wordt in nieuwe manier van regionaal samenwerken, waarbij het accent vooral ligt op het gezamenlijk nadenken over hoe centra vitaal en toekomstbestendig gemaakt kunnen worden. Dit uit zich in de volgende concrete voorbeelden.

- Kijken hoe je elkaar kan helpen, in plaats van hoe je dingen kan tegenhouden.
- Tijdens regionaal overleg meer aandacht voor kennisuitwisseling, zoals ‘hoe houd je de leefbaarheid in het dorp op peil’ of ‘hoe gaan we om met flitsbezorgers’.
- Indien een initiatief niet past binnen je eigen gemeente, kijken of het wel past bij een andere gemeente.
- Meer kennisuitwisseling op het gebied van transformatievraagstukken. Daaraan kan ook de Provinciale Adviescommissie een bijdrage leveren.
- Praktische kennisuitwisseling op basis van korte lijntjes, zoals uitwisselen van ervaringen rondom acties en maatregelen tussen centrummanagers.

In het uitvoeringshoofdstuk is nader invulling gegeven aan de regionale samenwerking.

2.8.2 Regionale afstemming

***Ambitie**: initiatieven met een gemeentegrens overstijgend effect worden regionaal afgestemd. Uitgangspunt is efficiente regionale afstemming met respect voor elkaar en op basis van vertrouwen.*

Stap 0: Wanneer regionaal afstemmen?

Per initiatief zal de mate van gemeentegrens overstijgende effecten verschillen. Voor de regionale afstemming zijn met name initiatieven relevant die van invloed zijn op aanbod net buiten de gemeentegrenzen of elders in de regio. Gekozen is aan te blijven sluiten bij de drempelwaarden uit 2015. Afstemming is daardoor noodzakelijk bij de volgende drempelwaarden op basis van het verzorgingsgebied (voor verrekening van meters die elders wegvallen):

- 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

In het geval sprake is van een detailhandelsontwikkeling buiten een winkelgebied dient altijd sprake te zijn van regionale afstemming, ongeacht de omvang. Initiatieven die niet behoren tot bovenstaande bullets dienen afgestemd te worden vanaf 500 m² wvo.

De Retailadviescommissie kan ingezet worden door de initiatiefgemeente als zij advies willen over hun initiatief. De Retailadviescommissie moet worden ingezet als er een grensoverschrijdend effect ervaren/verwacht wordt door de initiatiefgemeente zelf of een andere gemeente in de regio. Het advies is niet bindend maar moet ter overweging worden ingebracht in de regio.

Stap 1: Gemeentelijke (interne) afweging

Een detailhandelsinitiatief heeft altijd betrekking op een locatie en kenmerkt zich door aard en omvang van het concept. Als het initiatief niet past in het vigerende bestemmingsplan komt het uiteindelijk bij het College terecht van de betreffende gemeente waar het initiatief speelt. Daar wordt het initiatief gewogen en beoordeeld. De gemeente toetst het initiatief aan het regionale en het lokale detailhandelsbeleid. Ook wordt ander flankerend beleid meegewogen. Met het oog op een eventueel te volgen procedure voor de juridisch-planologische inpassing zal de initiatiefnemer veelal een onderbouwing voorleggen met een eerste verkenning van de mogelijk-

heden (behoefte- en effectenonderzoek). Als het College positief staat tegenover het verzoek dan zal het College beoordelen of het initiatief regionaal moet worden afgestemd.

Stap 2: Met wie regionaal afstemmen?
Als regionale afstemming noodzakelijk is, dan wordt het planinitiatief en het bijbehorende behoefte- en effectenonderzoek in eerste instantie doorgestuurd naar de ambtelijke vertegenwoordigers van de buurgemeenten. Ook de regiocoördinator van Noordoost-Brabant dient de stukken te ontvangen. Hij/zij houdt het overzicht van alle plannen in de regio die worden afgestemd. Aanbevolen wordt om, indien relevant, ook buurgemeenten van andere provincies te infomeren en te betrekken. Ook wordt aanbevolen de Adviescommissie te betrekken om mee te denken. De provincie kan geïnformeerd worden. Dit bevordert de goede procesgang. Het is aan de ambtelijke vertegenwoordigers van buurgemeenten zelf om plannen terug te koppelen met betrokken bestuurders.

Provinciale Adviescommissie Retail
Gemeenten in Noordoost-Brabant kunnen hiervan gebruik maken. De Retailadviescommissie moet worden ingezet als er een grensoverschrijdend effect ervaren/verwacht wordt door de initiatiefgemeente zelf of een andere gemeente in de regio. De commissie ziet haar rol zelf steeds meer als onafhankelijke kennispartner van gemeenten. Idealiter wordt de commissie ingeschakeld bij plan- en visievorming. Ook kan de commissie advies geven over transformatieopgaven. Dus aan de voorkant, minder aan de achterkant. De commissie is daardoor minder een 'toetsings- of beoordelingscommissie' en meer een 'adviespartner'. Doel is om plannen beter te maken. Uiteraard kan de commissie nog steeds worden ingeschakeld om bijvoorbeeld een onafhankelijke expert opinion te geven op bijvoorbeeld behoefte- en effectenstudies.

Stap 3: Oordeelsvorming buurgemeenten
Buurgemeenten formuleren individueel een eerste oordeel over het ontvangen planinitiatief. Dit hoeft geen uitgebreide inhoudelijke reactie te zijn, maar gaat vooral om de vraag of de gemeente wel of geen bezwaren heeft tegen het initiatief. Als er bezwaren of zorgen zijn dienen deze per brief schriftelijk kenbaar gemaakt te worden aan de gemeente waar het initiatief plaatsvindt. Ook de regiocoördinator dient deze brief te ontvangen. De oordeelsvorming kan onder andere bestaan uit de volgende vragen.

- Sluit het initiatief aan bij de visie en ambitie van deze regionale detailhandelsvisie?
- Is het ruimtelijk effect goed en volledig in beeld gebracht?
- Zijn er leegstandseffecten in mijn gemeente te verwachten?

Stap 4: bilaterale of regionale afstemming
De gemeente waar het initiatief speelt, weegt de eventuele input van buurgemeenten. Conform het principe van vertrouwen en respect voor elkaars zorgen wordt in afstemming met de regiocoördinator in eerste instantie bilateraal contact gezocht met de betreffende gemeente met bezwaren of zorgen. Mogelijk komen de bezwaren of zorgen voort uit onduidelijkheden die eenvoudig te verhelpen zijn. Indien blijkt dat de bezwaren of zorgen niet bilateraal opgelost kunnen worden, wordt het initiatief geagendeerd voor de eerst volgende ambtelijke en bestuurlijke regionale bijeenkomst (alle gemeenten). De Inhoudelijke bezwaren of zorgen kunnen ter voorbereiding van het regionale overleg inhoudelijk verder worden uitgewerkt. Ook de Provinciale Adviescommissie kan hierin adviseren.

Stap 5: Wat regionaal afstemmen?
In het bilateraal overleg of in het geval een initiatief binnen het regionaal overleg geagendeerd wordt dient aandacht te zijn voor de ruimtelijke regionale effecten. Andere aspecten die regionaal minder van belang zijn, en de verantwoordelijkheid zijn van de gemeente zelf, zouden geen onderdeel van de discussie moeten uitmaken. Voorwaarden is dat sprake is van duidelijke verslaglegging met de standpunten en argumenten helder uiteengezet.

Stap 6: Oordeelsvorming initiatiefgemeente
De gemeente waar het initiatief speelt, weegt de conclusies van de bilaterale en/of regionale afstemming af en neemt een besluit over het vervolgtraject. Dat kan zijn dat de verdere procedure gestart wordt voor de uitwerking van het plan, maar het kan ook zijn dat de afstemming leidt tot bijstelling van het initiatief of tot afwijzing. De initiatiefgemeente verplicht zich het uiteindelijke besluit terug te koppelen aan de betrokken gemeenten en regiocoördinator. De regiocoördinator zorgt er voor dat het besluit in elk geval een keer teruggelegd wordt in de regio (zowel ambtelijk als bestuurlijk), zodat iedereen op de hoogte is.

Stap 7: Wat als een initiatief leidt tot onenigheid?
Deze regio gaat uit van een positieve samenwerking met respect voor elkaars autonomie, maar ook met de bereidheid naar elkaar te luisteren en in plannen rekening te houden met de gemeentegrens overstijgende effecten. Door elkaar regionaal te informeren en met elkaar het gesprek aan te gaan, is het doel om het met elkaar eens te worden. Voor betrokken gemeenten en/of de provincie met blijvende bezwaren of zorgen bestaat de mogelijkheid om zienswijze in te dienen op persoonlijke titel tegen het bestemmingsplan.

3 Uitvoeringskader

3.1 Organisatie

***Actie**: De gemeenten in Noordoost-Brabant committeren zich met deze visie aan het continueren van de huidige regionale organisatie, aangevuld met een regionaal overleg voor centrummanagers.*

Algemeen

- Het uitwerken van de koers en afspraken vanuit de regionale detailhandelsvisie Noordoost Brabant is gekoppeld aan de ambtelijke werkgroep werken Noordoost Brabant;
- De coördinator Economische ontwikkeling is verantwoordelijk voor de coördinatie van de uitvoeringsagenda, ondersteund door de ambtelijke sub-werkgroep detailhandel;
- De bestuurlijke bewaking en coördinatie ligt bij de Kopgroep Detailhandel.

Regionale afstemming

De regionale afstemming van detailhandelsinitiatieven vindt plaats zoals vastgesteld in de regionale detailhandelsvisie. Jaarlijks wordt in het Poho EZ en het RRO verslag gedaan over de resultaten van de regionale afstemming, met overzicht van de detailhandelsinitiatieven en de wijze van afstemming.

Regionaal overleg centrummanagers

In aanvulling op de bestaande overleggen tussen gemeenten (ambtelijk en bestuurlijk), faciliteert de regio een regionaal overleg centrummanagers. Tijdens de totstandkoming van deze visie waren diverse centrummanagers in de regio actief betrokken. Ze hebben uitgesproken behoefte te hebben aan vaker contact met elkaar, met name om strategische opgaven en praktische oplossingen met elkaar te kunnen delen.

3.2 Saneren plancapaciteit

3.2.1 Doel

Er is in de meeste gemeenten sprake van nog relatief veel onbenutte en ongewenste plancapaciteit buiten de reguliere centra. Denk aan de mogelijkheid voor detailhandel op bedrijventerreinen (lijst van bedrijven) en op verspreide locaties aan doorgaande wegen. Dit is negatief, omdat hierdoor ‘oepsjes’ ontstaan, zoals een supermarkt die op een bedrijventerrein vestigt. Dit kan desastreuze gevolgen hebben voor de lokale en regionale detailhandelsstructuur.

***Actie**: Gemeenten stellen zich ten doel de komende jaren onbenutte en ongewenste plancapaciteit met een regionale impact te saneren.*

3.2.2 Stap 1: creëren voorzienbaarheid

Om zonder planschade (nadeelcompensatie) te kunnen saneren is voorzienbaarheid noodzakelijk. Voorzienbaarheid moet geborgd zijn in (detailhandels)beleid. Er gelden juridisch drie criteria.

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

Hoewel deze regionale detailhandelsvisie enige duidelijkheid biedt, is dit onvoldoende om te kunnen saneren. Gemeenten hebben zelf een verantwoordelijkheid om in lokaal beleid voorzienbaarheid te creëren. Daarin dient in elk geval het volgende opgenomen te zijn:

- Concrete afbakening winkelgebieden (dunne lijntjes).
- Concrete uitspraken over waar wel en geen (vormen van) detailhandel mogelijk zijn.
- Uitspraken over de ambitie om (bepaalde vormen van) detailhandel te saneren.
- Aangeven locaties waar (bepaalde vormen van) detailhandel op termijn gesaneerd worden.

Voorzienbaarheid geldt zowel voor eigenaren die een pand wensen aan te kopen (actieve risicoaanvaarding) als bestaande eigenaren (passieve risicoaanvaarding). Na circa 1,5 jaar na kenbaar maken beleid/visie per gemeente/centrum kan detailhandel worden gesaneerd zonder planschade. Eerder is ook mogelijk, maar dan bestaat het risico op planschade. In sommige gevallen is dit toch wenselijk om ongewenste structuureffecten te kunnen voorkomen.

In veel gemeenten is al sprake van gemeentelijk detailhandelsbeleid en of ander gemeentelijk beleid waarin voorzienbaarheid gecreëerd is. Geadviseerd wordt dit beleid langs de meetlat van voorzienbaarheid te leggen en juridisch te beoordelen of dit voldoende is. Zo niet, dan dient via een aanvullende oplegmemo alsnog voorzienbaarheid gecreëerd te worden. Voor een effectieve sanering wordt verwezen naar de Handreiking saneren plancapaciteit van de Retailagenda (2019).

3.2.3 Stap 2: inventarisatie plancapaciteit

Veel gemeenten hebben niet exact in beeld waar onbenutte plancapaciteit aanwezig is voor detailhandel. Geadviseerd wordt om dit eerst goed te inventariseren alvorens juridische stappen worden gezet. Met behulp van de lokale visie en inventarisatie kunnen concrete locaties worden aangewezen

en kan een saneringsstappenplan worden opgesteld (prioritering). De Handreiking saneren plancapaciteit van de Retailagenda (2019) bevat inzicht in hoe deze inventarisatie kan worden uitgevoerd.

3.2.4 Stap 2: saneren plancapaciteit

Op basis van de inventarisatie en dit detailhandelsbeleid dienen ongewenste detailhandelslocaties (op termijn) juridisch te worden gesaneerd. Dit traject kan ook gelijklopen met het opstellen van nieuwe omgevingsplannen. Via verschillende juridische instrumenten kan de gemeente het saneren van de plancapaciteit in gang zetten om te voorkomen dat zich in de toekomst nieuwe detailhandel op ongewenste locaties kan vestigen. Geadviseerd wordt om de prioritering, planning en juridische aanpak periodiek op de regionale agenda te zetten. Hierdoor kunnen gemeenten kennis en ervaring uitwisselen op dit thema.

3.3 Handhaving

Handhaving en goede mogelijkheden daartoe zijn van belang om het detailhandelsbeleid, dat is vastgelegd in bestemmingsplannen, ook in de praktijk handen en voeten te kunnen geven. Om de handhaving zo effectief mogelijk in te zetten wordt voorgesteld om de prioriteit te leggen op effecten die mogelijk negatief van invloed zijn op de structuur. Dit betekent dat de prioriteit zou moeten liggen bij handhaving in de periferie (buiten de afgebakende centrumgebieden).

Actie: *De gemeenten vinden het belangrijk te handhaven op illegale detailhandelsactiviteiten buiten reguliere centra met een regionale impact. Gemeenten vinden het belangrijk hier mee aan de slag te gaan.*

3.4 Bepalen behoefte consument

***Actie**: Een actuele visie op het hoofdcentrum vinden gemeenten belangrijk.*

De toekomstige behoeften van inwoners/bezoekers in het verzorgingsgebied van centra zouden centraal moeten staan in centrumvisies. Gemeenten gaan in samenwerking proactief aan de slag om deze kwantitatieve en kwalitatieve behoefte in beeld te brengen en tot uitvoering te brengen binnen centra.

Kwantitatieve behoefte
Dit is de programmatische verdeling van aanbod in een centrumgebied. Hoeveel m² wvo detailhandel is er ongeveer nodig? Hoeveel horeca? Hoeveel diensten? Als dit haalbare programma wordt afgezet tegen de bestaande situatie ontstaat inzicht in de transformatie opgave. Bovendien kan dit uitgangspunt zijn voor hoe het compacte centrumgebied wordt afgebakend. De kwantitatieve behoefte kan op meerdere (gecombineerde) manieren worden bepaald. Aanbevolen wordt om dit nadrukkelijk vanuit meerdere methoden te onderzoeken.

- Distributieplanologisch onderzoek (DPO)
- Benchmarkonderzoek
- Juridisch-planologisch onderzoek

Kwalitatieve behoefte
Net zo belangrijk is de kwalitatieve behoefte. Dit heeft te maken met het type winkels (en andere voorzieningen) dat beschikbaar is, zoals bijvoorbeeld bepaalde formules, bepaalde branches of bepaalde segmenten. Met behulp van bewonersonderzoek via leefstijlen kan inzichtelijk worden gemaakt wie in het verzorgingsgebied wonen en waar deze mensen behoefte aan hebben. Via het bezoekersonderzoek kan inzicht worden gegeven in het profiel van (bestaande) bezoekers aan centra en hun behoeften. Met name de mismatch is interessant en kan leiden tot bijvoorbeeld het aantrekken van specifieke voorzieningen die gemist worden of logischerwijs aansluiten op de doelgroep en het profiel van het centrum. Dit vraagt om een proactieve benadering.

Bij het bepalen van de kwalitatieve behoefte is ook de complementariteit met andere centra in de regio van belang. Dit is bij uitstek een thema waar aandacht voor kan zijn in het regionale overleg tussen centrummanagers.

3.5 Dienstenrichtlijn

***Actie**: De gemeenten in Noordoost-Brabant passen de Dienstenrichtlijn toe in zowel beleids- en visievorming als juridische verankering van regels en plannen. Gemeenten gaan met behulp van de stappen uit het afsprakenkader aan de slag.*

Toelichting Dienstenrichtlijn
Het doel van de Dienstenrichtlijn is dat dienstverleners in de Europese Unie zich onbelemmerd in een andere lidstaat kunnen vestigen of tijdelijk diensten kunnen verrichten. Diensten, binnen de context van de Dienstenrichtlijn, zijn alle functies waar sprake is van een economische activiteit. Het gaat dus om detailhandel, horeca, kantoren, etc. In de praktijk komt de Dienstenrichtlijn met name in beeld als brancherings- en/of maatvoeringsbeperkingen worden of zijn opgenomen in bestemmingsplannen. Denk aan beperkingen tot volumineuze artikelen, minimale of maximale maten en specifieke aanduidingen. Vanuit de Dienstenrichtlijn zijn dergelijke beperkingen niet zomaar toegestaan. Beperkingen moeten onderbouwd worden aan de volgende drie criteria:

- **Discriminatieverbod**: de eisen maken geen direct of indirect onderscheid naar nationaliteit of, voor vennootschappen, de plaats van hun statutaire zetel;

- **Noodzakelijkheid**: de eisen zijn gerechtvaardigd om een dwingende reden van algemeen belang;
- **Evenredigheid**: de eisen moeten geschikt zijn om het nagestreefde doel te bereiken; zij gaan niet verder dan nodig is om dat doel te bereiken en dat doel kan niet met andere, minder beperkende maatregelen worden bereikt. Dit evenredigheid vraagt om een onderbouwing met specifieke gegevens.

In de ruimtelijke ordening is meer aandacht nodig voor de Dienstenrichtlijn. Zowel bestaande als nieuwe bestemmingsplannen (omgevingsplannen) dienen tegen het licht gehouden te worden. Voldoen beperkingen aan de Dienstenrichtlijn? Zijn beperkingen noodzakelijk? Zijn ze coherent en systematisch met andere locaties? Gaan ze niet verder dan nodig? De volgende stappen geven gemeenten in Noordoost-Brabant richting om hier rekening mee te houden.

3.5.1 Stap 1: inventarisatie beperkingen

Bij een inventarisatie van de plancapaciteit, noodzakelijk voor het saneren van plancapaciteit, komt in beeld waar welke beperkingen aanwezig zijn. Een dergelijke inventarisatie dient daardoor meerdere doelen.

3.5.2 Stap 2: toets aan de Dienstenrichtlijn

Discriminatieverbod
Zijn er de beperkingen eisen opgenomen die onderscheid maken naar nationaliteit of, voor vennootschappen, de plaats van hun statutaire zetel? Zo niet, dan wordt aan dit punt voldaan. Een korte conclusie volstaat in de onderbouwing.

Noodzakelijkheid
Zijn de beperkingen te onderbouwen vanuit een dwingende reden van algemeen belang? Hiermee worden ruimtelijk relevante doelen bedoeld die betrekking op de ruimtelijke (detailhandels)structuur. Het gaat dus nadrukkelijk niet om belangen van individuele bedrijven of concurrentiebescherming. Enkele voorbeelden uit de jurisprudentie van dwingende redenen van algemeen belang zijn:

- voorkomen van leegstand;
- op peil houden van de leefbaarheid;
- behouden van vitale centra;
- behouden van voldoende passanten in centra;
- voorkomen van onevenredige mobiliteit;
- vrijhouden van bedrijventerreinen voor de behoefte aan bedrijven (en dus geen detailhandel).

Een goede koppeling tussen beleid, waarin de algemene doelen zijn geformuleerd, en juridisch-planologische besluiten, zoals het bestemmingsplan en de omgevingsvergunning, is essentieel. Dit vraagt ook meer en betere afstemming tussen EZ en RO.

Evenredigheid
Coherent en systematisch
Zijn de beperkingen coherent en systematisch met het beleid en andere (beleidsmatig) vergelijkbare locaties? In de praktijk zal hier sprake van zijn. Het is verstandig de volgende twee sporen te onderzoeken.

- Breng in kaart welke locaties beperkingen bevatten voor detailhandel die niet matchen met het beleid. Is er sprake van maatwerk? Dan dient dit gemotiveerd te zijn op basis van ruimtelijk relevante motieven. Is er sprake van ongewenste detailhandel? Dan kan worden overwogen om deze detailhandel (op termijn) te saneren.
- In de praktijk zijn tussen bestemmingsplannen nog vaak verschillen in definities van bijvoorbeeld ‘perifere detailhandel’, ‘volumineuze detailhandel’, ‘nevenassortiment’ of ‘supermarkt’. Dit hoeft geen probleem te zijn, mits dit gemotiveerd kan worden vanuit algemene doelen. Indien geen ruimtelijke onderbouwing gegeven kan worden, wordt geadviseerd incoherente beperkingen en definities aan te passen in het omgevingsplan. Ook via een paraplupplan (onder de huidige wet) bestaan mogelijkheden, maar vanwege de inwerkingtreding van de Omgevingswet is dit instrument niet meer mogelijk.

Ook hier geldt dat de relatie tussen beleid en bestemmingsplannen en omgevingsvergunningen essentieel is. Beperkte afstemming tussen EZ en RO kan al snel leiden tot incoherente situaties.

Effectiviteit
Conform de Dienstenrichtlijn moeten beperkingen aantoonbaar zinvol bijdragen aan de algemene doelen. Anders gezegd, het beperken tot bijvoorbeeld perifere detailhandel (en dus het niet toestaan van bijvoorbeeld een supermarkt) op een bedrijventerrein moet aantoonbaar effectief bijdragen aan het voorkomen van onaanvaardbare effecten en leegstand in centra. De bewijslast ligt altijd bij het bevoegd gezag (de gemeente). Jurisprudentie wijst uit dat een zogenaamde ‘pakketbenadering’ volstaat. Dit betekent dat de zwaarte van de onderbouwing ligt bij de samenhang van beperkingen binnen een gemeente en niet bij individuele beperkingen. Elke gemeente is zelf verantwoordelijk voor een dergelijke onderbouwing. Idealiter is deze onderbouwing onderdeel van het lokale (detailhandels)beleid.

Niet verder dan nodig, geen andere beperkingen mogelijk
Aangetoond moet worden dat beperkingen niet verder gaan dan nodig en dat geen andere minder beperkende maatregelen mogelijk zijn die hetzelfde doel bereiken. In de praktijk kan dit gemotiveerd worden door de 'en-en' redenatie. Gemeenten leggen enerzijds beperkingen op voor detailhandelsvestigingen in (met name) de periferie om de vitaliteit van centra te beschermen. Het bestemmingsplan en de omgevingsvergunning zijn de enige instrumenten waar dit juridisch geborgd kan worden. Tegelijkertijd doen gemeenten 'niet-juridische' investeringen in centra om de vitaliteit te versterken, denk aan herinrichting van de openbare ruimte, opstellen van centrumvisies, participeren in centrummanagement, investeren in mobiliteit, duurzaamheid en groen/water, etc.

3.6 Ladder voor duurzame verstedelijking

***Actie**: De gemeenten in Noordoost-Brabant committeren zich met deze visie aan het actiever toepassen van de Ladder voor duurzame verstedelijking bij plantoetsing. Meer aandacht dient te zijn voor de ruimtelijke effecten in plaats van de economische effecten. Sturen op concurrentie is immers verboden. Sturen op ruimtelijke kwaliteit is noodzakelijk.*

Nieuwe initiatieven die moeten worden beschouwd als '*nieuwe stedelijke ontwikkeling'* moeten per definitie worden getoetst aan de Ladder. Dit betekent dat de behoefte van het initiatief moet worden aangetoond en dat de ruimtelijk-functionele effecten op de consumentenverzorging, de detailhandelsstructuur, de leegstand en in het verlengde daarvan het woon-, leef- en ondernemersklimaat aanvaardbaar moeten zijn. Wat betreft de effecten dient onderscheid gemaakt te worden tussen de volgende typen effecten:

- **Omzeteffecten**: nieuw winkelaanbod zal meestal leiden tot omzeteffecten op bestaande aanbieders. Dit is een concurrentie effecten en niet ruimtelijk relevant.
- **Leegstandseffecten**: door omzeteffecten te berekenen kan inzicht gegeven worden in de kans op leegstand. Leegstand op zich hoeft vanuit een goede ruimtelijke ordening niet problematisch.
- **(On)aanvaardbare leegstandseffecten:** indien leegstand verwacht moet worden, dient afgewogen te worden in hoeverre sprake is van (on)aanvaardbare leegstand. Dit begrip is een juridisch begrip en vloeit voort uit de jurisprudentie. Het bepalen hiervan is ook gebaseerd op jurisprudentie (zie kader). Uiteraard kan de politieke aanvaardbaarheid verschillen van de juridische aanvaardbaarheid.

Bijlage 1
Analyse

1 Analyse

1.1 Trends en ontwikkelingen

1.1.1 Algemeen

Omzet en bestedingen

- De omzet in de detailhandel neemt sinds 2014 weer gestaag toe. Wel is er een verschil tussen sectoren (zie figuur 1.1).
  - De omzet in levensmiddelen (met name supermarkten) neemt al jaren stabiel toe. In 2020 nam de omzet extra hard toe als gevolg van de sluiting van de horeca (Lock down) in bepaalde perioden.
  - In recreatieve winkels, zoals kledingwinkels, neemt de omzet al jaren niet meer toe, met in 2020 een dramatische daling als gevolg van Corona. In deze branche koopt men steeds meer online.
  - In de doelgerichte branches, zoals woninginrichting, nemen de bestedingen sinds eind 2013 jaarlijks fors toe als gevolg van hoogconjunctuur en de oververhitte woningmarkt. Ook corona speelde een rol.
- De omzet bij online webwinkels is de afgelopen jaren sterk toegenomen, evenals het aantal producten en diensten dat online verkrijgbaar is (zie figuur 1.2). Toonbankbestedingen blijven vooralsnog echter domineren en bovendien raken online en offline steeds meer met elkaar verweven (omni-channel).

Behoefte aan winkels in perspectief

- De behoefte aan fysieke winkels zal naar verwachting blijven bestaan. Dit geldt echter alleen voor de winkelconcepten die onderscheidend zijn en voldoende toegevoegde waarde bieden (service, kwaliteit, beleving en/of prijs), ofwel winkels die kunnen profiteren van het internet. Hoe groot de behoefte in de toekomst zal zijn (in m² wvo en kwaliteit) verschilt sterk tussen centra en regio's.

1.1.2 Boodschappen doen

Online boodschappen doen is grote groeimarkt

- Het boodschappenaanbod heeft vooralsnog in beperkte mate last heeft van het internet. Op basis van het Koopstromenonderzoek 2021 gaat circa 5% van de bestedingen aan boodschappen in Noord-Brabant naar online.
- Toch doen consumenten in toenemende mate online boodschappen. Bekende formules zoals Albert Heijn, Jumbo en Plus bieden online diensten aan en nieuwe pure online aanbieders rukken op, zoals Hello Fresh, Getir, Picnic en Gorillaz. Daarnaast dreigt het toetreden van grote buitenlandse spelers, zoals Amazon of Alibaba. Dit kan effecten hebben op bestaand aanbod.
- De impact van de coronacrisis op de dagelijkse sector is beperkt. Sterker nog, de bestedingen aan dagelijkse producten zijn toegenomen (zowel online als offline). Dit heeft deels te maken met hamstergedrag, maar ook doordat bestedingen verschuiven van de horeca (zie figuur 1.3) naar supermarkten en speciaalzaken.
- Fysieke supermarkten hebben economisch een gunstig toekomstperspectief. Supermarkten hebben bovendien een sociaal-maatschappelijke waarde voor de leefbaarheid in buurten, wijken en dorpen.

Gemak en efficiëntie belangrijker dan ooit

- De groeipotentie van online heeft geleid tot structureel gewijzigd koopgedrag door consumenten. Men verwacht dat alles gemakkelijk en snel te koop is, zeker de jongere generaties. Het bezoek aan de fysieke supermarkt domineert nog steeds, maar men verwacht moderne ruim opgezette supermarkten die goed bereikbaar zijn met voldoende parkeermogelijkheden (fiets en auto).
- Buurt- en wijkcentra hebben daardoor nog steeds bestaansrecht indien er sprake is van een compleet en passend aanbod binnen de behoefte van het verzorgingsgebied.



Figuur 1.1: Omzetontwikkeling detailhandel (bron: CBS)



Figuur 1.2: Omzetontwikkeling webwinkels (bron: CBS)



Figuur 1.3: Omzetontwikkeling horeca (bron: CBS)

Supermarkten voornaamste publiekstrekkers

- Supermarkten hebben een belangrijke trekkersfunctie en vormen daarmee de basis in stadsdeel-, wijk-, buurt- en dorpscentra. De gemiddelde omvang van supermarkten is de afgelopen jaren toegenomen. Kleinere supermarkten (< 1.000 m² wvo) verdwijnen steeds vaker uit de structuur, met uitzondering van de kleine stadssupermarkten (< 500 m² wvo) en doelgroep supermarkten (bijvoorbeeld Poolse of Turkse supermarkten). Met name het aantal supermarkten met een omvang tussen 1.000 en 2.000 m² wvo is toegenomen.
- De verwachting is dat de schaalvergroting de komende jaren doorzet. De consument heeft behoefte aan supermarkten met een uitgebreid assortiment (keuze en gemak) en een ruime opzet (comfort). Tegelijkertijd neemt ook de behoefte aan gemak toe. Kleinschalige buurtsupers of gemakswinkels spelen hier op in. Echter zal ook online (flitsbezorging) steeds meer voorzien in de behoefte aan gemak.
- Een gemiddelde service-supermarkt van circa 1.200 m² wvo trekt wekelijks zo'n 10.000 bezoekers, waar ook omliggende winkels en voorzieningen middels combinatiebezoek van profiteren. Een discountsupermarkt trekt wekelijks minder bezoekers, maar heeft doorgaans wel een groter verzorgingsgebied. Hierdoor zijn zowel service- als discountsupermarkten structuurbepalend.

1.1.3 Recreatief winkelen

Minder winkels, meer kwaliteit

- Als gevolg van meer online aankopen daalt het recreatieve winkelaanbod al jaren. (Inter)nationale modeketens gaan failliet, maar tegelijkertijd wordt er nog steeds veel geïnvesteerd. Dit biedt kansen om meer te focussen op kwaliteit en uniciteit, in plaats van 'massa is kassa'.

Grotere binnensteden: dagje uit, sfeer en beleving

- De grotere binnensteden in het land waren lange tijd steevast de grote winnaars, doordat ze zich onderscheiden met een (zeer) uitgebreid en divers recreatief winkelaanbod in combinatie met een ruim horeca en overig leisure aanbod. Een bezoek aan de grotere binnensteden, zeker binnensteden met een historisch karakter zoals die van 's-Hertogenbosch, geeft uitstekend invulling aan de hedendaagse consumentenbehoefte (sfeer en beleving) en is voor veel mensen een 'dagje uit'.
- De afgelopen jaren hebben de grote binnensteden echter te maken gehad met forse klappen. Met name buitenlandse toeristen bleven weg. Ook regionale bezoekers kiezen vaker voor de eigen omgeving ('koop lokaal') of kiezen voor online aankopen. De periodieke gedwongen lockdown van de horeca heeft ook een negatieve invloed op de binnensteden en recreatieve aankopen, aangezien recreatief winkelen en bezoek aan horeca sterk gecombineerd worden.
- Uit de bezoekers-, omzet- en koopstromendata blijkt dat de behoefte aan beleven, ontmoeten en recreatief winkelen niet minder is geworden. Dit biedt perspectief voor de grotere binnensteden.

Middelgrote centra: opzoek naar een nieuw profiel

- De middelgrote centra, zoals die van Uden, Oss en Veghel hebben al langer te maken met teruglopende bezoekersaantallen, vertrek van winkels en meer leegstand. In deze steden is het besef vaak al langer doorgedrongen dat compactere centra met minder winkels en meer functiemix de meeste toekomst heeft.
- Mede door Corona lijkt er een positieve kanteling plaats te vinden in deze steden. De eigen inwoners lijken de eigen centra meer te zijn gaan waarderen. Tegelijkertijd wordt door betrokken partijen fors geïnvesteerd in deze







- steden ten behoeve van meer groen, een betere functiemix en minder leegstand.

Wijk- en dorpscentra: focus op boodschappen 'plus'

- Het recreatieve aanbod in de lokale winkelcentra loopt al jaren terug. In algemene zin is nog perspectief voor meer laagwaardige en doelgericht mode aanbod dat in het verlengde van de boodschappen wordt bezocht.
- Voor deze centra ligt de opgave om een sterk boodschappenaanbod te realiseren dat aansluit bij de behoefte van de inwoners in het verzorgingsgebied, zowel kwantitatief als kwalitatief. Naast winkels ligt in deze centra ook steeds meer de focus op aanvullende voorzieningen, zoals zorg, onderwijs, diensten en andere sociaal-maatschappelijke functies die bijdragen aan de lokale leefbaarheid.

1.1.4 Doelgericht winkelen

'In en om het huis' groei door

- Zoals blijkt uit de omzetontwikkeling is al jaren sprake van forse groei van omzet en bestedingen in de woon-, doe-het-zelf- en tuinbranche. Klassieke woonboulevards en retailparken profiteren hier van. Dit blijkt ook uit de zeer beperkte leegstand op dergelijke locaties.
- Het uitstekende functioneren van woonboulevards en retailparken (ook wel PDV-locaties genoemd), is echter geen garantie voor de toekomst. Tijdens de krediet- en eurocrisis tot circa 2015 hadden deze locaties het moeilijk en werd fors minder besteed in de doelgerichte winkels. Dit hing ook samen met de werkloosheid en woningmarkt.
- Zolang de woningmarkt en economie op volle toeren draait, zal deze sector profiteren. Wel neemt de concurrentie van het internet steeds meer toe. Ook in deze sector wordt steeds meer via het internet gekocht. Tot nu toe gaat dit echter (nog) niet ten koste van omzet in winkels.

Gemak, efficiëntie en keuzemogelijkheden

- Hoewel in de hele detailhandel gemak en efficiëntie belangrijke kernwoorden zijn geldt dat bovenal voor deze sector. Een goede autobereikbaarheid, ruim en gratis parkeren voor de deur en concentratie van aanbod wordt door de consument verwacht.
- De consument is bereid verder te reizen voor complete woonboulevards / retailparken met voldoende keuzemogelijkheden. De aanwezigheid van een of meerdere trekkers is vaak bepalend, zoals IKEA, Hornbach of Loods 5.
- Middelgrote en kleinschalige woonboulevards kunnen nog steeds voorzien in een lokale tot beperkt regionale behoefte. Denk aan een bouwmarkt, tuincentrum met enkele woonwinkels.

Transformatie naar verblijfsgebieden

- Met name de grote woonboulevards / retailparken transformeren steeds meer naar verblijfsgebieden. Niet vergelijkbaar met een binnenstad, maar wel met een aantrekkelijk gebied om een dagje te winkelen binnen het thema 'in en om het huis'. Hier horen ook winkelondersteunende horeca en andere diensten bij.
- Brancheverbreding en –verbreding ligt echter op de loer. Grotere retailparken kunnen een bepaalde mate van brancheverbreding aan. Dit draagt ook positief bij aan de kwaliteit en variatie. Ook op kleinere locaties bestaat vaak de wens om te verbreden in branchering, maar dit heeft veelal negatieve effecten op de lokale centrumgebieden.
- Duidelijkheid in profilering en verzorgingsgebied blijft belangrijk om de complementariteit met overige centra in de toekomst te blijven borgen.

1.1.5 Overige trends

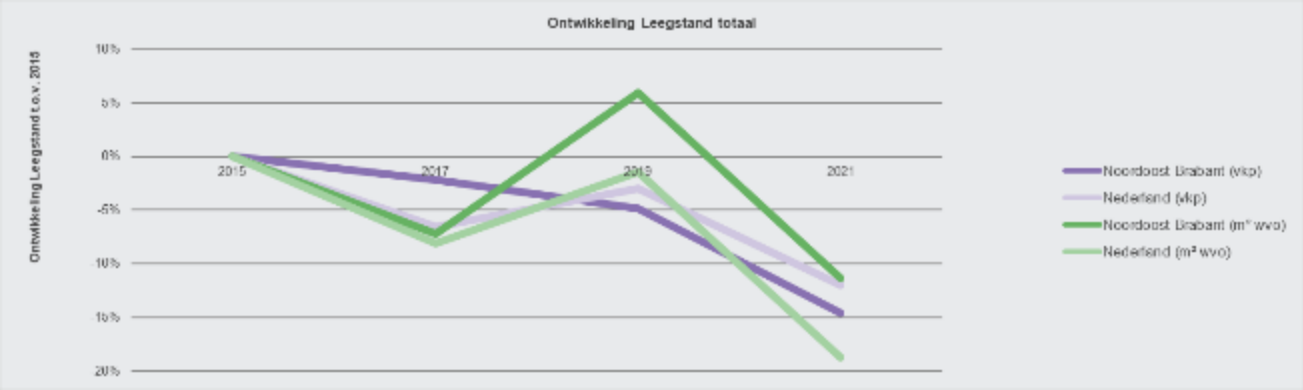
Blurring, brancheverbreding- en verbreding

- Blurring is een begrip dat gebruikt wordt om de vermenging van horeca en detailhandel te duiden. Denk aan het biertje bij de kapper. Vanuit ondernemerschap is blurring positief, omdat conceptueel meer geëxperimenteerd kan worden. De consument kan meer beleving ervaren. Het begrip is echter beladen in het kader van de Drank en Horecawet (schenken van alcohol).
- Brancheverbreding komt steeds meer voor. Dit betekent in winkels het assortiment steeds breder wordt, waardoor ook artikelen worden verkocht die niet 'zuiver' tot de branche behoren. Denk aan bouwmarkten die ook meubels verkopen, supermarkten met niet-dagelijks winkelaanbod en tuincentra die verschuiven naar warenhuizen. Een bepaalde mate van branchevreemd assortiment is noodzakelijk en gebruikelijk om te kunnen functioneren.
- Brancheverbreding is een beleidsmatige term die meestal betrekking heeft op perifere concentraties. Hier zijn vaak branchebeperkingen opgenomen, bijvoorbeeld uitsluitend volumineuze artikelen. Steeds vaker verbreedt het profiel naar thema boulevards op het gebied van 'in en om het huis' of zelfs complete Retailparken met grootschalige sport- en spelzaken. Vanuit vastgoedeigenaren is veelal een wens om te verbreden, maar dit kan op gespannen voet staan met de complementariteit met reguliere centra. Weloverwogen keuzes zijn hierin noodzakelijk.

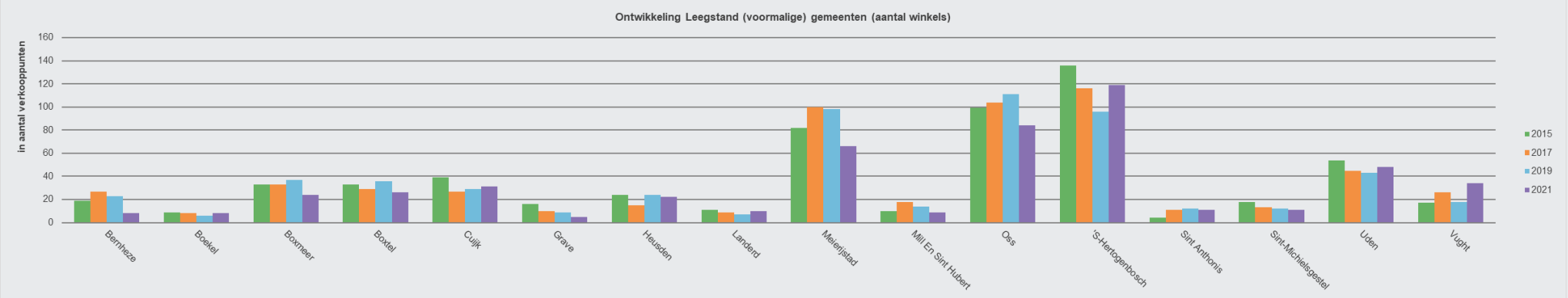
1.2 Leegstand

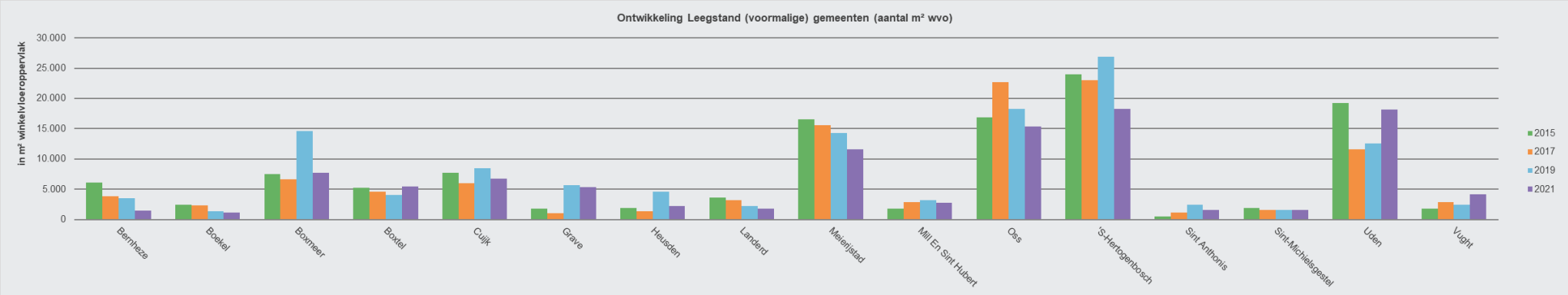
1.2.1 Definitie Leegstand

De leegstandscijfers zijn op basis van Locatus (peildatum 1 januari 2022). Locatus registreert een pand als leegstand zodra dit pand eerder feitelijk in gebruik is geweest met een winkel, horeca of andere commerciële dienst. De leegstandscijfers hebben daardoor niet uitsluitend betrekking op winkelleegstand.



Figuur 1.4: Ontwikkeling Leegstand





1.2.2 Conclusies Leegstand

Algemeen

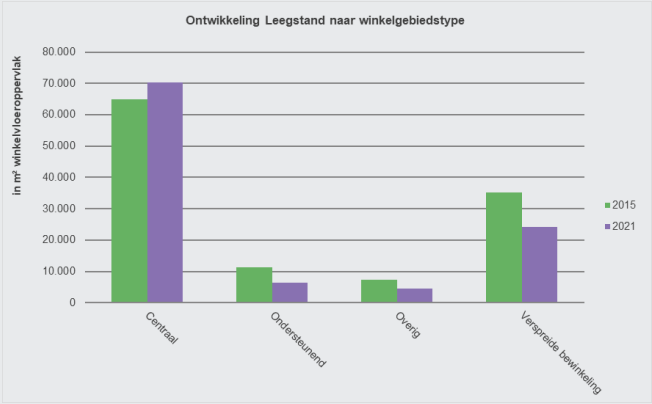
- In algemene zin is een afname van de leegstand te zien in de regio Noordoost-Brabant, vergelijkbaar met de landelijke trend. In Noordoost-Brabant is de leegstand tussen 2015 en 2021 afgenomen met 88 panden (-15%). Het leegstaande winkelvloeroppervlak is in diezelfde periode afgenomen met circa 13.500 m² wvo (-11%).
- Hoewel dit mogelijk paradoxaal aanvoelt tegen het licht van landelijke trends, zoals meer online aankopen, Corona en veranderend consumentengedrag is het wel logische te verklaren.
  - Betrokken partijen investeren veel in leegstandsbestrijding en transformatie. Steeds meer (commerciële) leegstand wordt uit de markt gehaald en getransformeerd naar bijvoorbeeld woningen of sociaal-maatschappelijke functies.
  - Veel leegstaande (recreatieve) winkelpanden zijn ingevuld door horeca. Het horeca aanbod is de afgelopen jaren immers fors gegroeid.
  - De Corona steunmaatregelen vanuit het Rijk dempen de bedrijfsbeëindigingen en faillissementen. In de detailhandel en horeca is echter sprake van een fors oplopende schuldenlast, wat het toekomstperspectief van veel ondernemers onzeker maakt.

Lokale verschillen

- Met name in de gemeenten 's-Hertogenbosch (-5.500 m² wvo), Meierijstad (-5.000 m² wvo) en Bernheze (-4.600 m² wvo) is de leegstand tussen 2015 en 2021 fors afgenomen.
- In de (voormalige) gemeente Grave (+3.500 m² wvo) en Vught (+2.400 m² wvo) is de leegstand toegenomen. Opgemerkt moet worden dat het aantal leegstaande panden in Grave wel fors is afgenomen (-11 panden). De leegstand wordt primair veroorzaakt door één grootschalig pand aan de St. Elisabethstraat 35. In Vught wordt dit vooral veroorzaakt de herontwikkeling van een groot deel van het centrum.

Verschillen per type centrum

- De afname van de leegstand is in alle winkelgebiedstypen zichtbaar, met uitzondering van de centrale winkelgebieden c.q. binnensteden. Hier is sprake van een beperkte toename van de leegstand tussen 2015 en 2021 (+5.300 m² wvo). De toename in de centrale winkelgebieden is vooral terug te zien in enkele (voormalige) gemeenten.
- Opgemerkt moet worden dat de toename van het leegstaande winkelvloeroppervlak in het centrum van Uden en Grave vooral wordt verklaard door één grootschalig pand. Het (in Locatus) leegstaande Van Donzel-pand is inmiddels al bijna een jaar ingevuld met een bierspeciaalzaak. De woonwinkel is inmiddels op de woonboulevard gevestigd. In het centrum van Uden blijft het aantal leegstaande panden ongeveer stabiel, terwijl de leegstand van het aantal panden in het centrum van Grave juist fors is gedaald (met 10 panden).
- Er is in de hoofdcentra van diverse gemeenten ook een (forse) afname van de leegstand zichtbaar. Dit wordt mede verklaard door de transformatie en herinvulling van voormalige (grootschalige) winkelpanden:
  - Oss (-3.200 m² wvo);
  - 's-Hertogenbosch (-2.600 m² wvo);
  - Bernheze (-1.600 m² wvo).
- In de verspreide bewinkeling is de afname van de leegstand het sterkst met ruim 11.000 m² wvo. Dit zijn vaak grootschalige panden op het gebied van winkels in de sector 'in/om huis'. In deze sector is al jaren sprake van groeiende omzetten en bestedingen.



Figuur 1.5: Ontwikkeling Leegstand naar type centrum



Voormalige V&D Oss – Transformatie Walkwartier

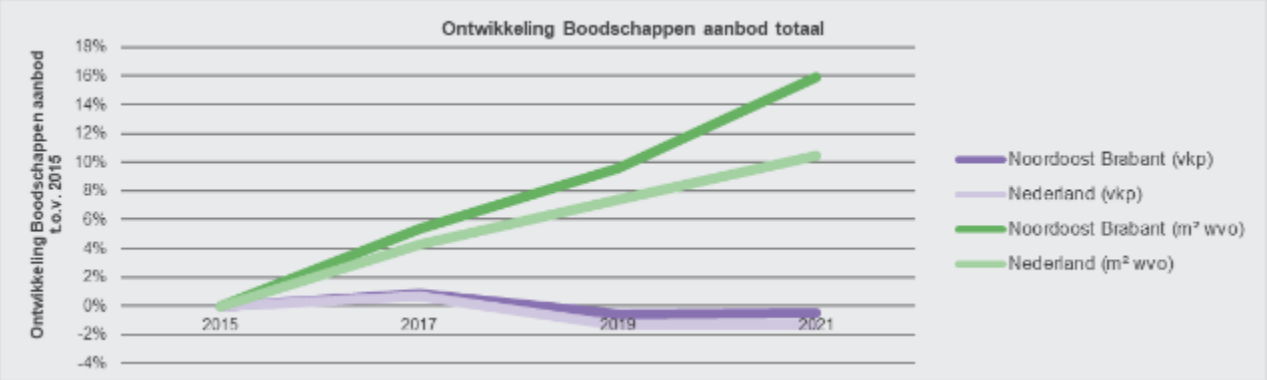


Voormalige Van Donzel Uden – Grootschalige leegstand

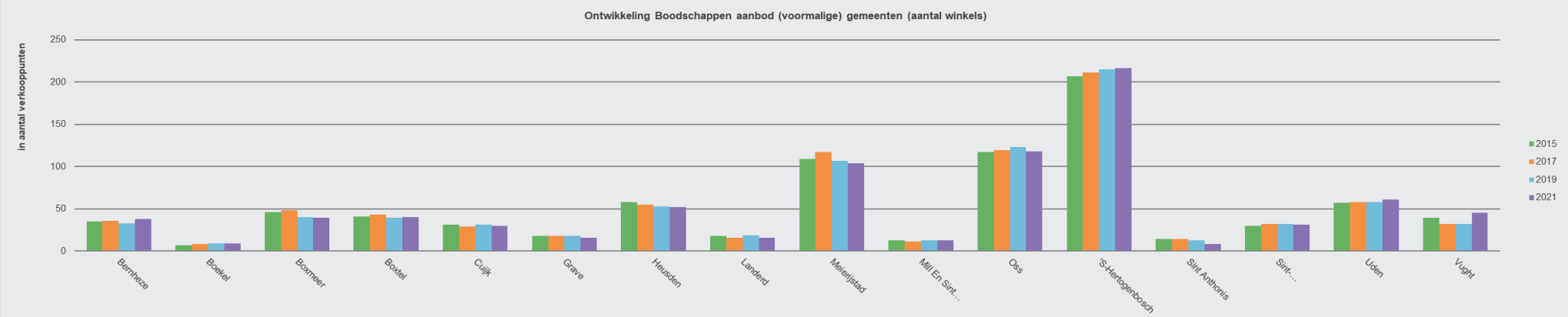
1.3 Boodschappen doen

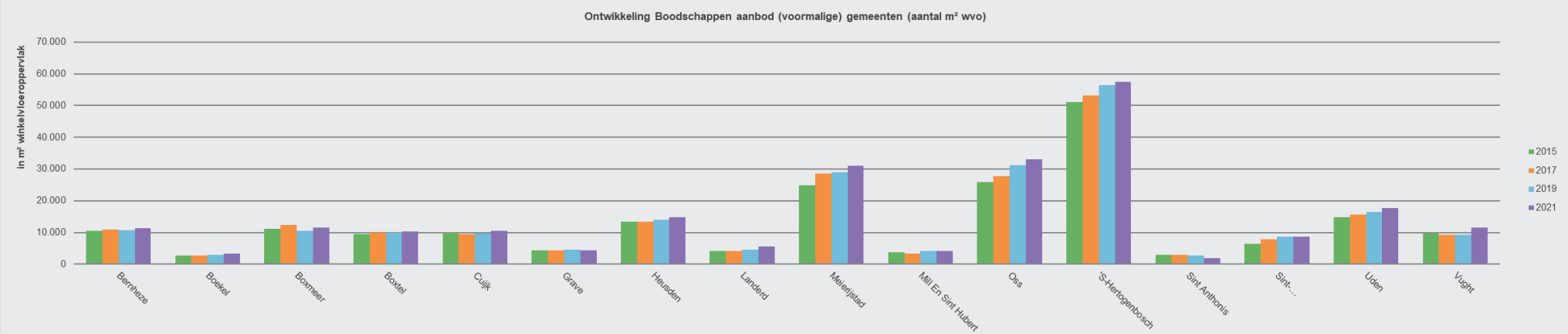
1.3.1 Definitie Boodschappen doen

Met boodschappen doen wordt het winkelaanbod bedoeld dat betrekking heeft op dagelijkse aankopen, zoals super-markten, levensmiddelenspeciaalzaken (bakker, slager, etc.), drogisterijen en parfumeriezaken. De aanbodcijfers zijn op basis van Locatus (peildatum 1 januari 2022).



Figuur 1.6: Ontwikkeling Boodschappenaanbod





1.3.2 Conclusies Boodschappen doen

Algemeen

- Het aantal m² wvo dagelijkse artikelen neemt sinds 2015 gestaag toe (+16%), terwijl het aantal winkels beperkt afneemt. Dit betekent dat de gemiddelde schaalgrootte van winkels in de dagelijkse sector nog steeds toeneemt (schaalvergroting). Dit komt door de supermarkten.
- De groei van het dagelijkse aanbod houdt verband met de groei van het inwonertal. Met name in de stedelijke gebieden is daardoor sprake van een relatief forse groei van het dagelijkse artikelenaanbod.
- Opvallend is dat de groei van de winkelruimte in de dagelijkse sector in Noordoost-Brabant sterker stijgt dan het landelijke gemiddelde. Mogelijke verklaring is dat sinds 2015 de moderniseringsopgave redelijk groot was in deze regio. Bovendien zijn er in deze regio de afgelopen jaren veel plannen en initiatieven geweest ten behoeve van versterking van het dagelijkse aanbod. Dit hangt samen met de in 2015 gestelde opgave om lokale en regionale centra te herpositioneren naar boodschappencentra.

Lokale verschillen

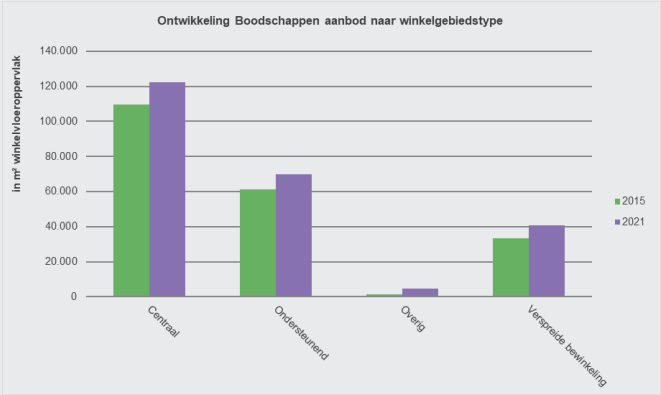
- Met name in de gemeenten Oss (+7.250 m² wvo), 's-Hertogenbosch (+6.350 m² wvo) en Meierijstad (+6.000 m² wvo) is het boodschappenaanbod tussen 2015 en 2021 fors toegenomen.
- Alleen in de (voormalige) gemeente Sint Anthonis is het dagelijkse aanbod afgenomen met 1.000 m² wvo. Dit komt met name door het vertrekt van de Emté supermarkt aan de Molenstraat 1.
- Opvallend is dat met name in de gemeenten Vught, 's-Hertogenbosch, Uden en Bernheze ook het aantal (speciaal)zaken redelijk fors is toegenomen.

Verschillen per type centrum

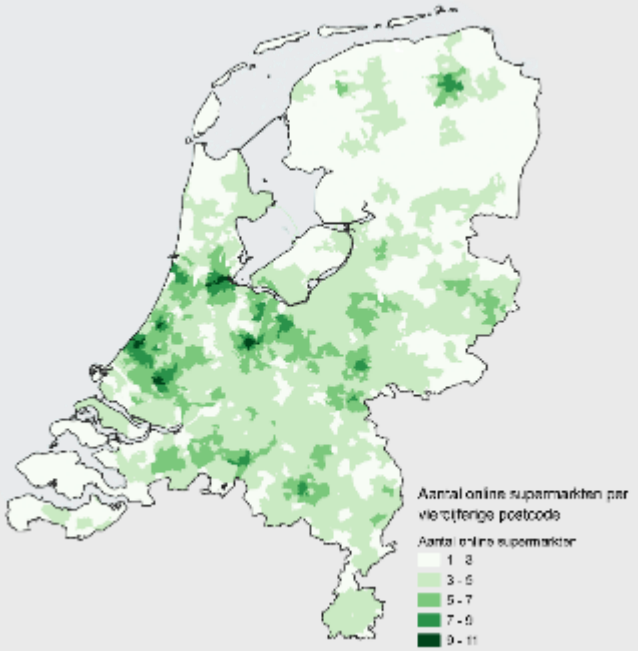
- De toename van het dagelijkse artikelenaanbod is in alle type centra zichtbaar, maar met name in de centrale (+13.000 m² wvo) en ondersteunende centra (+8.850 m² wvo). Hier is door alle gemeenten ook het meest in geïnvesteerd.
- Toch is ook buiten de reguliere detailhandelsstructuur sprake geweest van uitbreiding van het dagelijkse aanbod (volgens Locatus). Opvallend is dat dit vooral vestiging van nieuwe supermarkten betreft. In bijna alle gemeenten is sprake van minimaal één nieuwe supermarkt buiten de centra. Beleidsmatig wordt hier terughoudend mee omgegaan. Opgemerkt moet worden dat de Locatus aanduiding soms afwijkt van de lokale beleidsmatige aanduiding.
- Opvallend en positief is dat in de gemeente 's-Hertogenbosch sprake was van een daling van het aantal supermarkten buiten de centra (van 7 naar 5).

Aanbod bezorgdiensten

- Het aantal bezorgdiensten voor boodschappen in de regio Noordoost-Brabant is nog relatief beperkt, maar sterk groeiende. Jumbo en Albert Heijn bezorgen overal, maar de flitsbezorgers doen dit vooral in de sterk stedelijke gebieden.
- In figuur 3.8 is het aantal online bezorgdiensten in Nederland per PC4-gebied weergegeven. Op basis van de ontwikkeling wordt verwacht dat het aantal bezorgdiensten ook in de regio Noordoost-Brabant de komende jaren fors zal toenemen. Ook flitsbezorgers zullen zich gaan vestigen. Waarschijnlijk in eerste instantie in de grote en middelgrote plaatsen, maar daarna mogelijk ook in de kleinere dorpen. Dit zal resulteren in meer online afvloeiing en minder binding aan supermarkten.



Figuur 1.7: Ontwikkeling dagelijks aanbod naar type centrum



Figuur 1.8: Aantal online boodschappenaanbieders

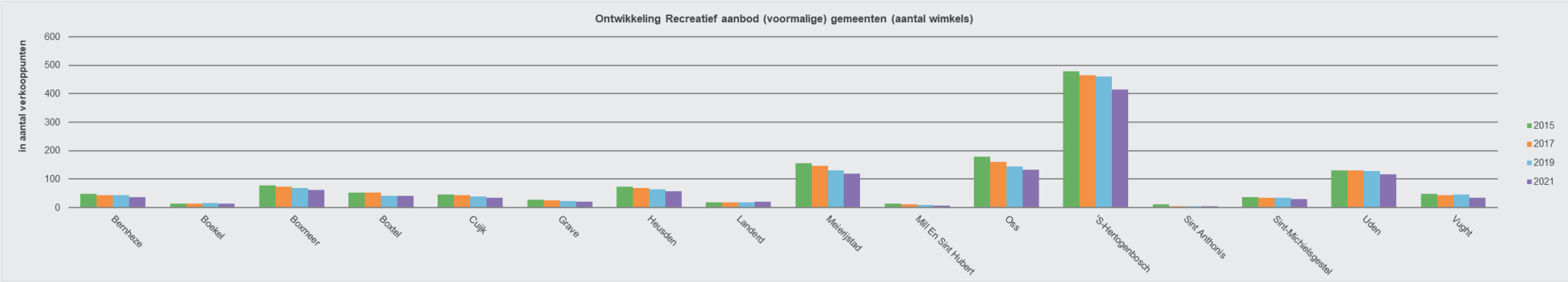
1.4 Recreatief aanbod

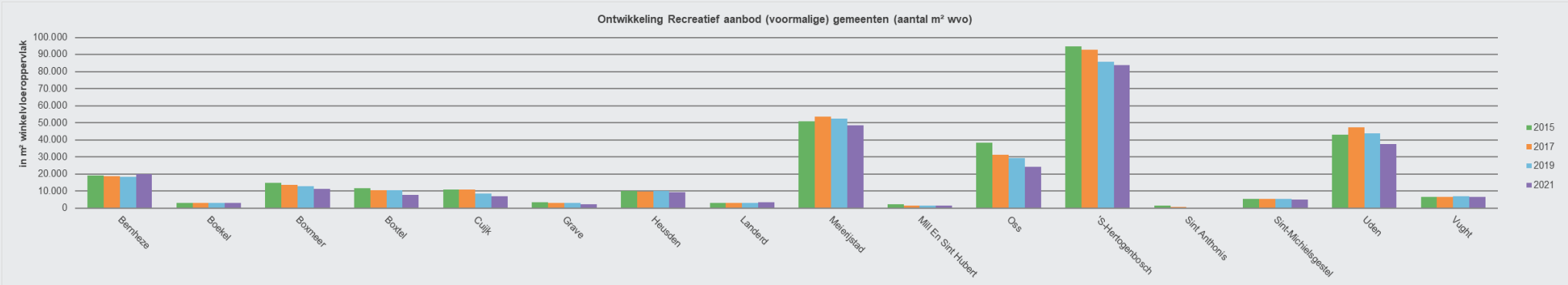
1.4.1 Definitie Recreatief aanbod

Met recreatief winkelen bedoelen we ‘het dagje uit’ in de binnenstad of het hoofdcentrum. Recreatief aanbod bestaat uit winkels in de categorie ‘mode en luxe’ (kleding, schoenen, warenhuizen, huishoudelijke artikelen, sieraden) en ‘vrije tijd’ (sport, spel, hobby en media). De aanbodcijfers zijn op basis van Locatus (peildatum 1 januari 2022).



Figuur 1.9: Ontwikkeling Recreatief aanbod





1.4.2 Conclusies Recreatief aanbod

Algemeen

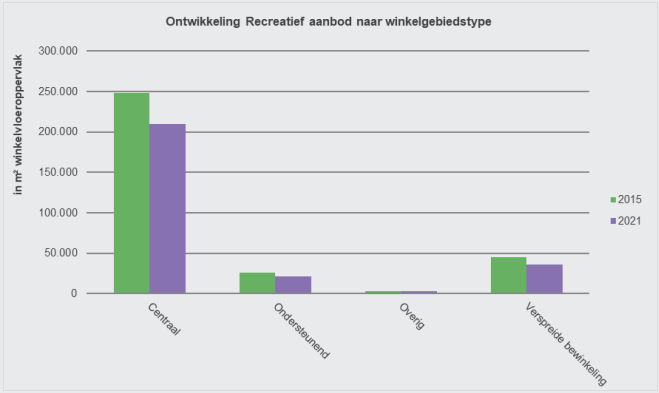
- In de regio Noordoost-Brabant neemt het recreatieve winkelaanbod al jaren structureel af, vergelijkbaar met de landelijke trend. In Noordoost-Brabant nam het aantal recreatieve winkels tussen 2015 en 2021 af met 270 winkel, totaal 48.500 m² wvo. Dit betreft of een daling van het winkelvloeroppervlak van 15%.
- De daling kan voor een belangrijk deel verklaard worden door faillissementen en vertrek van grote en bekende ketens, zoals V&D, Hudsons Bay, Charles Vogele, Mexx, Miss Etam en Didi. Kleding en mode wordt steeds meer online gekocht, wat direct van invloed is op de bestedingen in fysieke winkels.
- Ondanks de forse afname van recreatief aanbod leidt dit in algemene zin niet tot een toename van de leegstand. Dit komt omdat veel winkelpanden zijn ingevuld met horeca of andere publieksfuncties. Ook is transformatie naar woningen en maatschappelijke functies steeds vaker aan de orde. Wel is in diverse centra de leegstand op A1-locatie hardnekkig.

Lokale verschillen

- Met name in de gemeente Oss was in de periode de sterkste absolute (-14.200 m² wvo) en relatieve (-40%) daling van het recreatieve aanbod zichtbaar (V&D). Het is een prestatie dat ondanks deze forse afname ook sprake was van een forse afname van de leegstand, doordat in Oss sterk wordt ingezet op diverse grootschalige transformatieprojecten.
- Ook in de gemeente 's-Hertogenbosch was sprake van een forse afname van het recreatieve aanbod (-10.800 m² wvo). In verhouding met het totale recreatieve aanbod was deze daling met ruim 10% echter beperkt.
- In de (voormalige) gemeenten van het Land van Cuijk is de afgelopen jaren ook sprake geweest van een forse daling van het recreatieve winkelaanbod, oplopend tot 35% van het totale recreatieve winkelaanbod.

Verschillen per type centrum

- De afname van het recreatieve aanbod vond logischerwijs met name plaats in de centrale winkelgebieden (-38.500 m² wvo). Hier zit veruit het meeste aanbod.
- In absolute zin betrof het vooral de hoofdcentra van de eerdergenoemde gemeenten Oss, 's-Hertogenbosch en Meierijstad. In relatieve zin nam het recreatief aanbod ook relatief sterk af in het centrum van Boxtel (40%) en Sint Anthonis (90%).
- In de hoofdcentra van de (voormalige) gemeenten Vught, Bernheze en Landerd is het recreatieve aanbod beperkt toegenomen. In het centrum van Uden bleef het recreatieve aanbod redelijk stabiel.
- In bijna alle gemeenten nam het recreatieve aanbod ook af in de verspreide bewinkeling. In enkele gemeenten nam het aanbod beperkt toe.



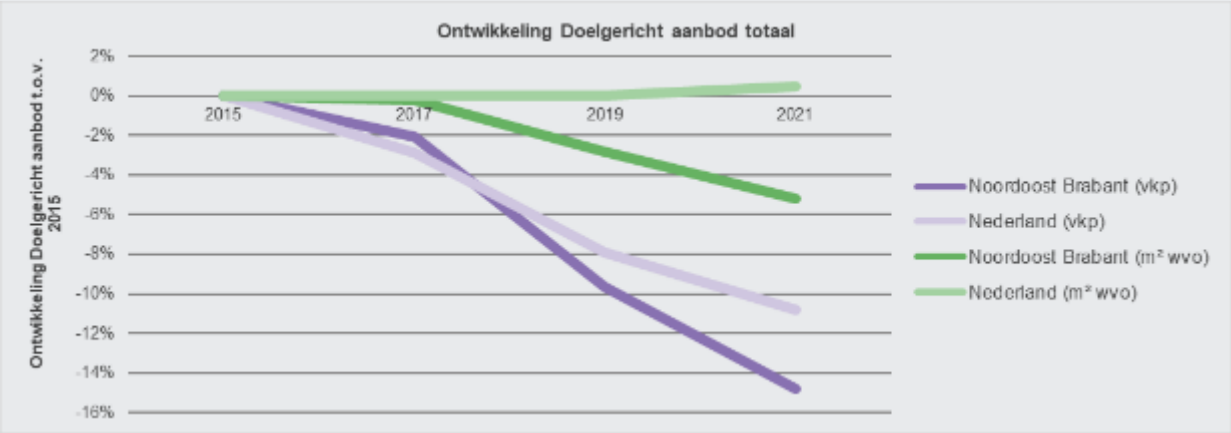
Figuur 1.10: Ontwikkeling recreatief aanbod naar type centrum



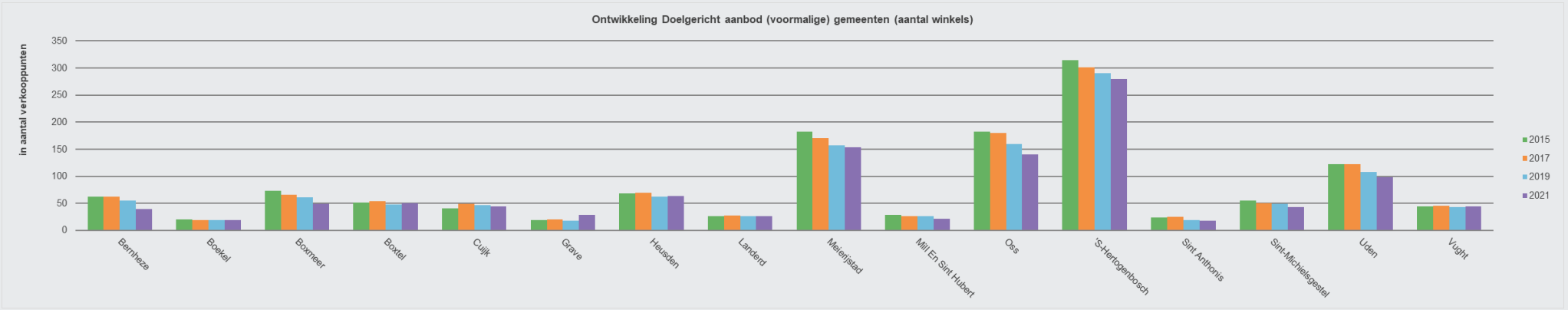
1.5 Doelgericht aanbod

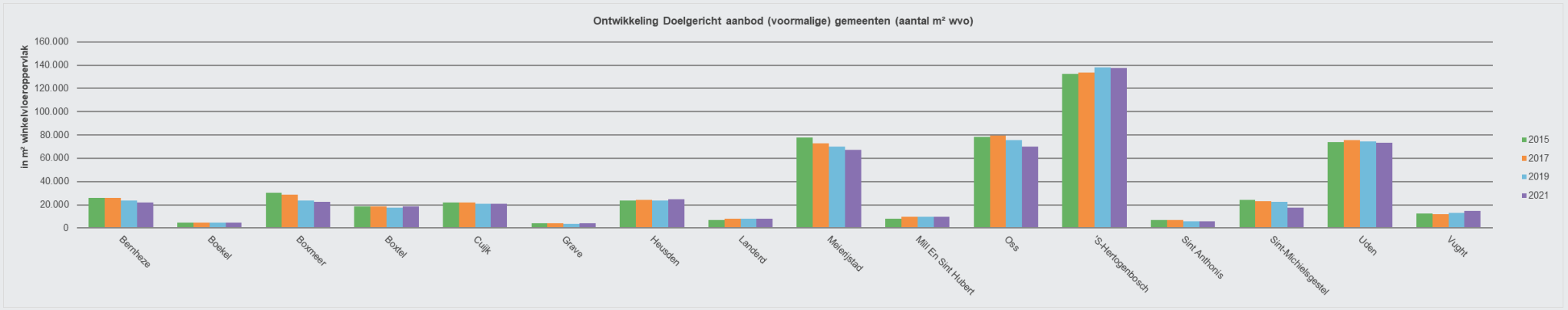
1.5.1 Definitie Doelgericht aanbod

Met doelgericht winkelen bedoelen we het bezoek aan specifieke winkels, vaak in de categorie 'in en/om huis' op de woonboulevards en perifere retailparken. Doelgericht aanbod bestaat uit winkels in de categorie 'in en/om huis' (bruin- & witgoed, wonen, doe-het-zelf, plant en dier) en 'detailhandel overig' (kringloopwinkels, seksshops, etc.). De aanbodcijfers zijn op basis van Locatus (peildatum 1 januari 2022).



Figuur 1.11: Ontwikkeling Doelgericht aanbod





1.5.2 Conclusies Doelgericht aanbod

Algemeen

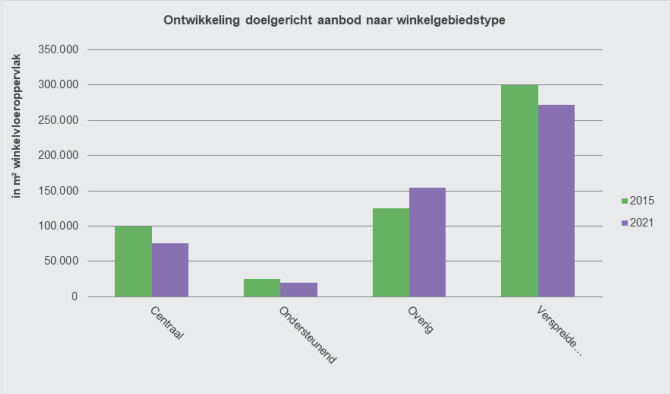
- In de regio Noordoost-Brabant neemt het doelgerichte aanbod in zowel het aantal winkels (-195 winkels) als het winkelvloeroppervlak (-28.500 m² wvo) af. Opvallend daarbij is dat de trend in Noordoost-Brabant iets afwijkt van de landelijke trend. In Noordoost-Brabant neemt het aanbod in zowel het aantal winkels als aantal m² wvo relatief harder af dan landelijk.

Lokale verschillen

- In de gemeente Meierijstad was in de periode de sterkste absolute daling zichtbaar (-10.500 m² wvo), gevolgd door de gemeente Oss (-8.400 m² wvo) en Boxmeer (-7.700 m² wvo). De relatieve daling was in Sint-Michielsgestel (-27%) het sterkst gevolgd door Boxmeer (-25%).
- In Vught is het doelgerichte aanbod juist met 21% toegenomen (+2.600 m² wvo). Alleen in 's-Hertogenbosch nam het absolute aanbod sterker toe (+5.000 m² wvo), al betrof dit slechts een relatieve stijging van 4%.

Verschillen per type centrum

- De afname van het doelgerichte aanbod vond in absolute zin met name plaats in de verspreidde winkelgebieden (-27.726 m² wvo). Hier zit echter nog steeds veruit het meeste aanbod (52%). Ook in centrale winkelgebieden vond een ruime daling plaats (-23.503 m² wvo).
- In relatieve zin is de afname te zien in centrale winkelgebieden (-24%) en ondersteunende winkelgebieden (-23%).
- In absolute zin betrof de afname in winkelvloeroppervlak vooral de hoofdcentra van Oss, Sint-Michielgestel, Uden (Van Donzel is kleiner teruggekomen en verplaatst naar de woonboulevard) en Meierijstad.
- Met name in 's-Hertogenbosch (-31), Oss (-31), Boxmeer (-9) en Meierijstad (-9) is het aantal doelgerichte verkooppunten in centrale winkelgebieden afgenomen. Alleen in Grave is het aantal verkooppunten toegenomen (+10).
- In relatieve zin is de verspreidde bewinkeling het meest afgenomen inde gemeenten Bernheze, Boxmeer, Mill en Sint-Hubert, Sint Anthonis, Uden en Vught. Alleen in Boxtel is de verspreidde bewinkeling toegenomen (+4%), maar daartegenover is het aanbod in ondersteunende winkelcentra wel afgenomen (-44%).



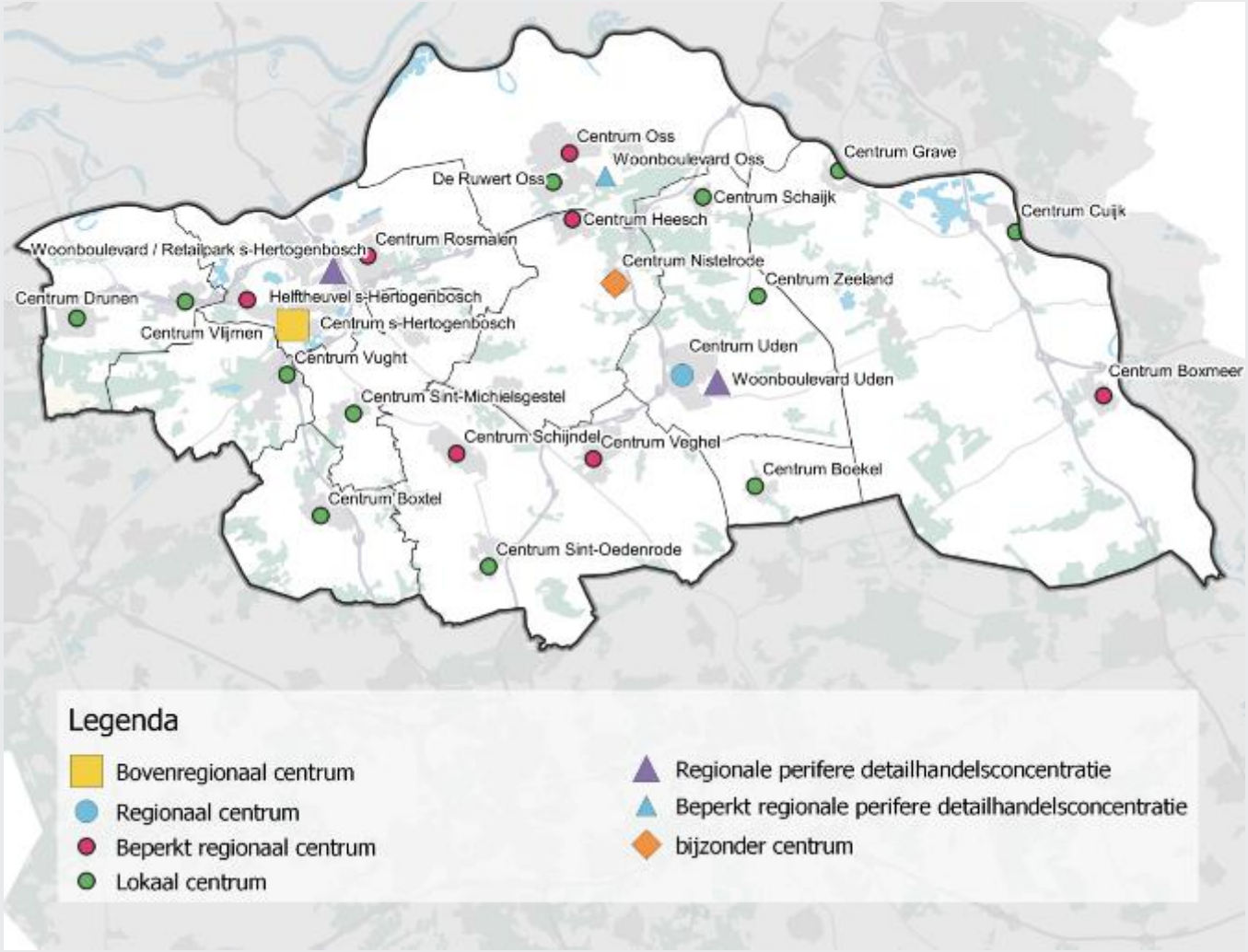
Figuur 1.12: Ontwikkeling doelgericht aanbod naar type centrum

1.6 Koopstromen

1.6.1 Regionale detailhandelsstructuur

In 2015 is de regionale hoofdstructuur bepaald op basis van de hoofdcentra van de woonplaatsen, aangevuld met enkele perifere concentraties en bovenlokale trekkers. Destijds was dit ingedeeld op basis van het aantal verkooppunten (Locatus), omdat geen koopstromen gemeten waren. De omvang van het aanbod is weliswaar van invloed op het verzorgingsgebied, maar is niet per definitie bepalend voor de regionale invloed en daarmee het verzorgingsgebied. Uit het KSO2021 blijkt per winkelgebied de omzet en het aandeel toevloeiing. Hoe groter de toevloeiing, hoe groter de regionale invloed en betekenis. Uiteraard is ook dit niet alleszeggend, aangezien de toevloeiing op gemeenteniveau wordt berekend. Sommige gemeenten zijn immers groter dan andere gemeenten. Wel zegt het iets over gemeentegrens overstijgende effecten. Op basis hiervan is de regionale detailhandelsstructuur van Noordoost-Brabant geactualiseerd. Ten opzichte van 2015 zijn enkele centra verschoven:

- Het centrum van Nistelrode is beleidsmatig een lokaal centrum. De omzet is aanzienlijk en het aandeel toevloeiing is met 70% zeer hoog. Hoewel het centrum relatief kleinschalig is, is de regionale invloed groot. Dit komt door Van Tilburg. Nistelrode heeft daardoor een bijzondere positie in de regionale detailhandelsstructuur.
- Het centrum van Oss is verschoven van regionaal centrum naar beperkt regionaal centrum. Hoewel Oss relatief veel omzet haalt en groot is qua omvang, trekt het centrum van Oss met name bestedingen aan uit de eigen gemeente. Het aandeel toevloeiing is met 9% relatief beperkt.
- Hetzelfde is gedaan voor Boxmeer, omdat met de nieuwe gemeente Land van Cuijk Boxmeer primair een functie voor de inwoners in de gemeente heeft.



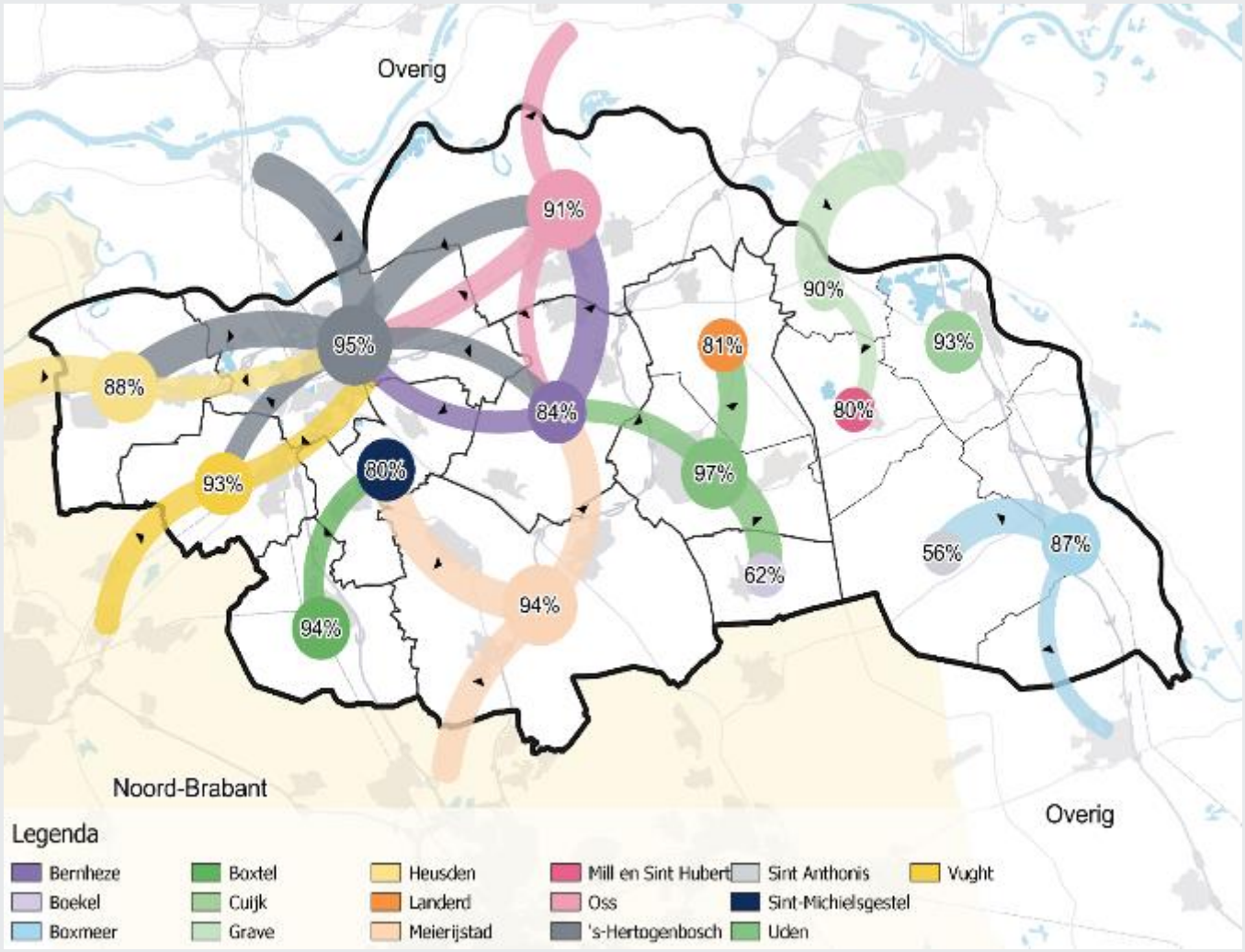
Figuur 1.13: Regionale detailhandelsstructuur Noordoost-Brabant

- De indeling ‘zeer beperkt regionaal centrum’ is losgelaten, omdat beleidsmatig geen onderscheid bestaat tussen ‘beperkt’ en ‘zeer beperkt’ regionaal.
- Wat betreft perifere concentraties is gekozen onderscheid te maken tussen regionaal en beperkt regionaal verzorgend. Zowel de Woonboulevard / Retailpark ’s-Hertogenbosch als Woonboulevard Uden hebben een duidelijk regionale impact. Woonboulevard / Retailpark ’s-Hertogenbosch is in marktaandeel en aanbod wel groter dan Woonboulevard Uden. Woonboulevard Oss is in marktaandeel en aandeel toevloeiing beduidend beperkter regionaal van invloed.

1.6.2 Verzorgingsgebieden dagelijkse sector

In figuur 1.14 is de binding en toevloeiing in de dagelijkse sector per gemeente weergegeven. Het percentage in het ‘bolletje’ in de gemeente geeft de binding weer. Dit is het aandeel van het bestedingspotentieel van de inwoners dat wordt besteed in winkels binnen de gemeente (exclusief online). De ‘lijntjes’ geven het aandeel bestedingen uit andere gemeenten weer (toevloeiing) van de omzet in winkels in de gemeente. Koopstromen van beperkte waarde zijn omwille van de leesbaarheid niet weergegeven (minder dan € 2 mln.). Het volgende blijkt.

- Boodschappen doet men vooral sterk in de eigen gemeente, vanwege nabijheid, gemak en efficiëntie. Dit ligt in algemene zin het hoogst in grotere gemeenten met meer en gevarieerd boodschappenaanbod.
- Waar sprake is van toevloeiing komt dit met name uit de buurgemeenten (vanwege nabijheid).
- Ook doet men steeds meer online de boodschappen. Dit wisselt echter sterk per gemeente. Zo doen inwoners in ’s-Hertogenbosch met 7% veel meer online boodschappen dan inwoners in de gemeente Boxtel met 2%. In Noord-Brabant ligt de gemiddelde online afvloeiing voor boodschappen op 5%.

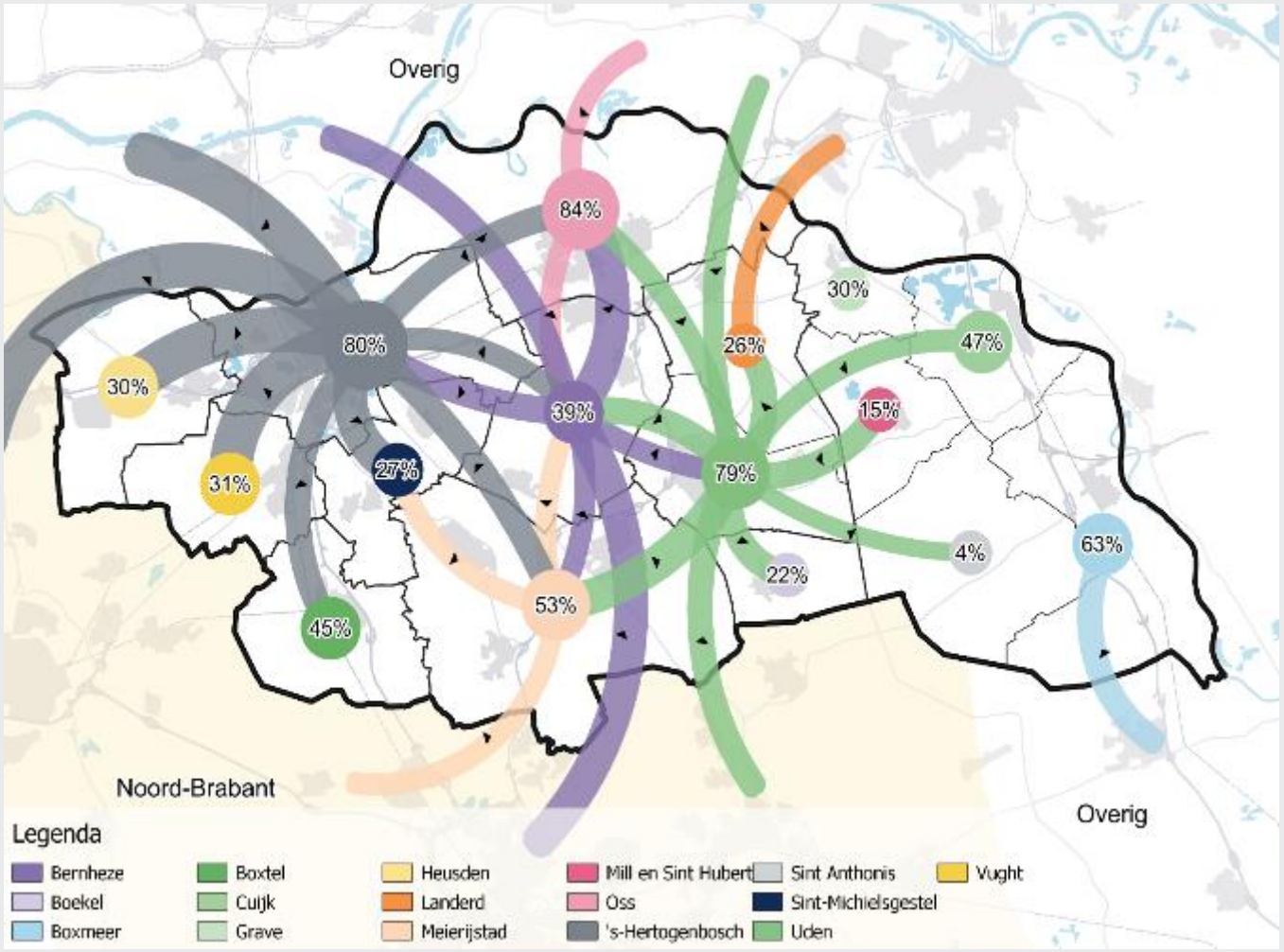


Figuur 1.14: Herkomst bestedingen dagelijkse sector (binding en toevloeiing)

1.6.3 Verzorgingsgebieden recreatieve sector

In figuur 1.15 is de binding en toevloeiing in de recreatieve sector per gemeente weergegeven. Het percentage in het ‘bolletje’ in de gemeente geeft de binding weer. Dit is het aandeel van het bestedingspotentieel van de inwoners dat wordt besteed in winkels binnen de gemeente (exclusief online). De ‘lijntjes’ geven het aandeel bestedingen uit andere gemeenten weer (toevloeiing) van de omzet in winkels in de gemeente. Koopstromen van beperkte waarde zijn omwille van de leesbaarheid niet weergegeven (minder dan € 2 mln.). Het volgende blijkt.

- Recreatieve winkelaankopen worden in sterke mate bij de grotere centra gedaan en via internet. Met name de invloed van de hoofdcentra van ’s-Hertogenbosch en Uden zijn duidelijk zichtbaar.
- Internet is over het algemeen de belangrijkste concurrent, maar wisselt ook sterk per gemeente. In de (voormalige) gemeente Uden is de afvloeiing online in recreatieve aankopen zeer beperkt met 23%. In de (voormalige) gemeente Grave ligt het aandeel afvloeiing online het hoogst met 43%. In Noord-Brabant ligt de gemiddelde online afvloeiing voor recreatief winkelaanbod op 34%.
- Ook is de invloed van met name de binnensteden van Eindhoven, Venlo en Nijmegen zichtbaar. Deze resulteren in afvloeiing van bestedingen uit de regio Noordoost-Brabant. Dit effect is vooral zichtbaar in het Land van Cuijk, Boekel, Boxtel en Sint-Michielsgestel. Inwoners in deze gemeenten hebben een diffuus koopgedrag, vanwege de afstand tot diverse grotere binnensteden.

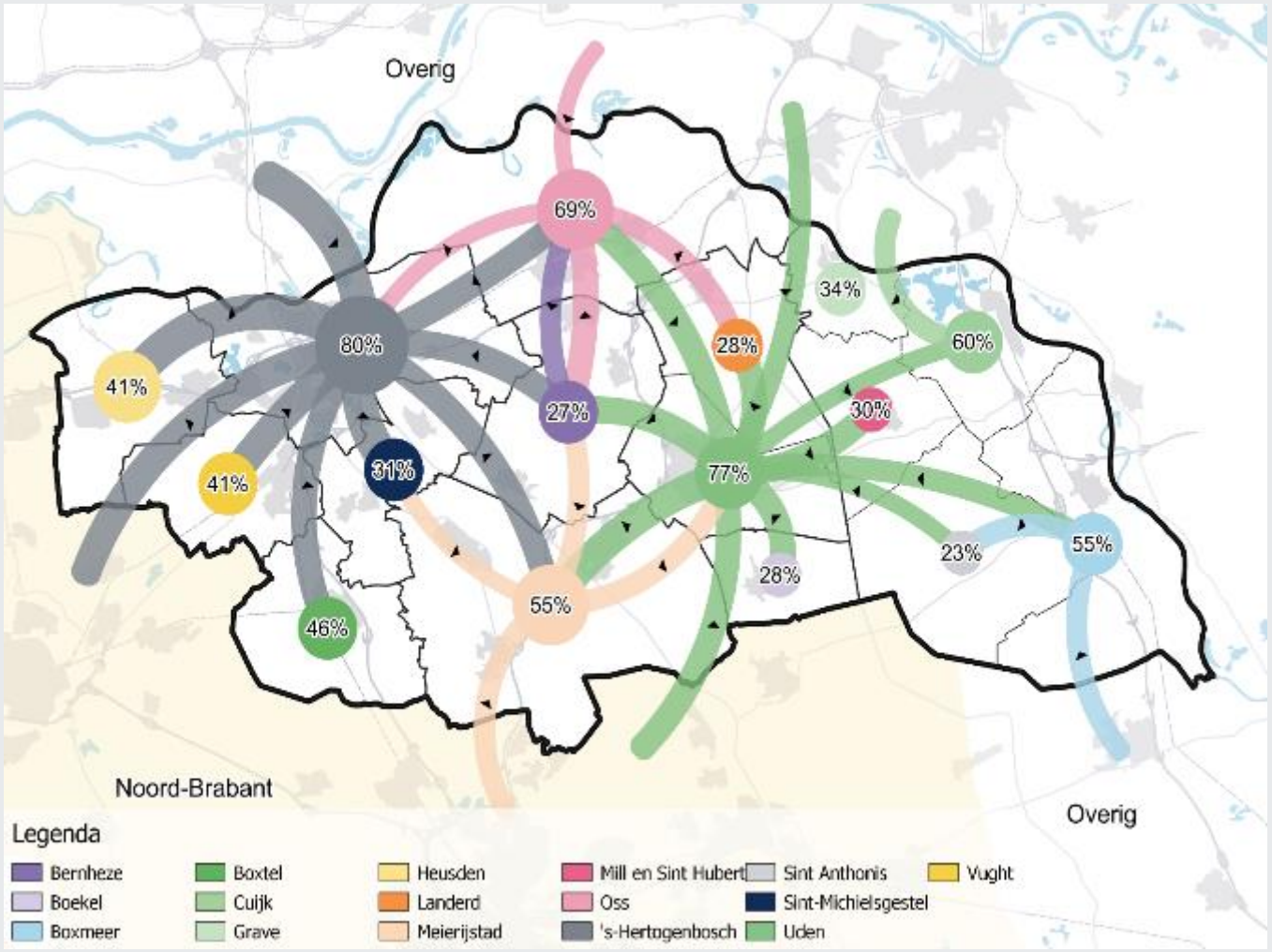


Figuur 1.15: Herkomst recreatieve sector bestedingen (toevloeiing)

1.6.4 Verzorgingsgebieden doelgerichte sector

In figuur 1.16 is de binding en toevloeiing in de dagelijkse sector per gemeente weergegeven. Het percentage in het ‘bolletje’ in de gemeente geeft de doelgerichte weer. Dit is het aandeel van het bestedingspotentieel van de inwoners dat wordt besteed in winkels binnen de gemeente (exclusief online). De ‘lijntjes’ geven het aandeel bestedingen uit andere gemeenten weer (toevloeiing) van de omzet in winkels in de gemeente. Koopstromen van beperkte waarde zijn omwille van de leesbaarheid niet weergegeven (minder dan € 2 mln.). Het volgende blijkt.

- Doelgerichte winkelaankopen worden in sterke mate bij de perifere concentraties gedaan en (nog) beperkt via internet. De invloed van Woonboulevard / Retailpark ’s-Hertogenbosch en Woonboulevard Uden is zichtbaar. Ook zorgt met name Ekkersrijt (Son & Breugel) voor enige afvloeiing uit de regio Noordoost-Brabant voor aankopen in de doelgerichte sector.
- De afvloeiing online in de doelgerichte sector vertoont gelijkenissen met de afvloeiing online in de recreatieve sector. Ook hier doen inwoners in de (voormalige) gemeente Uden de minste aankopen online (17%) en in de (voormalige) gemeente Grave het meest (27%). In Noord-Brabant ligt de gemiddelde online afvloeiing voor doelgericht winkelaanbod op 22%.



Figuur 1.16: Herkomst doelgerichte bestedingen (toevloeiing)

1.7 Behoefte

1.7.1 Inleiding

Op basis van het aanwezige winkelaanbod, de demografische transitie, trends en de koopstromen kan geraamd worden in hoeverre in de regio Noordoost-Brabant sprake is van goed of slecht economisch functionerend aanbod. De uitkomsten van de berekeningen zijn slechts een indicatie, omdat het een modelmatige weergave van de werkelijkheid is (meerdere aannames). Het doel van de berekeningen is een indicatie te geven van de programmatische opgave. In bijlage 1 zijn de berekeningen opgenomen. Benadruk moet worden dat uitsluitend gerekend is met de feitelijke situatie. De planologische situatie is niet geanalyseerd, waardoor geen uitspraak gedaan kan worden over de vraag in hoeverre sprake is van een planologisch tekort of overaanbod van winkelruimte.

1.7.2 Conclusie

De toekomstige behoefte aan winkelruimte verschilt sterk per sector. We verwachten dat er naast het feitelijk aanbod ook nog veel overtollige plancapaciteit aanwezig is. Per saldo leidt dit tot een situatie waarbij de winkelmarkt verzadigd is en vooral kwalitatief gekeken moet worden waar aanbod versterkt kan worden. Tegelijkertijd is er een forse saneringsopgave van onbenutte en ongewenste winkelruimte binnen en buiten centrumgebieden. De urgentie van het transformeren van leegstand in centra en het saneren van plancapaciteit buiten centra wordt de komende jaren alleen maar groter.

- **Dagelijkse sector:** Vraag en aanbod zijn momenteel op basis van de feitelijke situatie redelijk in evenwicht. Tot 2030 zal gekoppeld aan de bevolkingsgroei enige uitbreidingsruimte ontstaan voor dagelijks winkelaanbod.
- **Recreatieve sector:** Vraag en aanbod zijn momenteel in evenwicht. Tot 2030 moet echter rekening gehouden met een sterke verdere groei van online. Dit betekent dat tot 2030 op regioniveau rekening moeten worden gehouden met een krimp van 7% van de winkelruimte.
- **Doelgerichte sector:** Zowel in de huidige als toekomstige situatie is sprake van uitbreidingsruimte, ook als rekening wordt gehouden met een toename van online. Nuance is dat doe-het-zelf-, woon- en tuinaanbod sterk functioneert op hoogconjunctuur en de woningmarkt. Het is daardoor in eerste instantie niet verstandig deze uitbreidingsruimte in te zetten om grote nieuwe locaties uit te breiden. Deze uitbreidingsruimte kan worden ingezet om leegstand in centra op te vullen en bestaande woonboulevards kwalitatief te versterken. Uitbreiding kan ondanks marktruimte immers wel effecten hebben op bestaand aanbod.

1.8 Bilaterale gesprekken

1.8.1 Inleiding

In december 2021 en januari 2022 zijn met alle (voormalige) gemeenten gesprekken gevoerd, zowel ambtelijk als bestuurlijk. Het doel van deze gesprekken was tweeledig. Enerzijds terugkijken en evalueren op de inhoud van de visie uit 2015 en de toepassing daarvan in de regionale afstemming en samenwerking. Anderzijds vooruitkijken. Wat vindt men de belangrijkste thema's? Hoe zou de nieuwe visie en het proces er uit moeten zien? Wat speelt er in de gemeenten met betrekking tot detailhandel? In deze paragraaf zijn de conclusies op hoofdlijnen beschreven.

1.8.2 Visie op hoofdlijnen goed: verdieping nodig

Men geeft aan dat de visie uit 2015 op hoofdlijnen duidelijk is. Het is niet wenselijk om de hoofdlijnen te wijzigen. Wel zijn bepaalde nieuwe trends van invloed op de detailhandelsstructuur en is op bepaalde thema's verdieping nodig.

- **Aandacht voor stad, dorp én platteland**: in de visie en in het proces zou meer aandacht besteed moeten worden aan het verschil tussen de problematiek in de stedelijke gebieden en de meer landelijke gebieden.
- **Aandacht voor lokale verschillen:** de regio Noordoost-Brabant kent vele verschillende typen centra, met ieder een eigen context. Ook is het koopgedrag diffuus, zowel binnen als buiten de regio.
- **Aandacht voor buiten de regiogrenzen:** mede door het hiervoor genoemde diffuse koopgedrag, zijn ook ontwikkelingen (net) buiten de regiogrenzen relevant.

1.8.3 Concentratiebeleid blijft belangrijk

Unaniem wenst men blijvend in te zetten op vitale centrumgebieden. Dit betekent dat het beleid om detailhandel te concentreren in centra belangrijk blijft. Wel vraagt men aandacht voor specifieke situaties en maatwerk, bijvoorbeeld hoe om te gaan met boerderijwinkels, de leefbaarheid in kleinere dorpen (waar geen winkelcentrum meer is) en toeristische gebieden.

1.8.4 Samenwerking goed, maar meer focus

Over het algemeen is men positief over de samenwerking tussen de gemeenten in de regio Noordoost-Brabant. Men weet elkaar goed te vinden en de lijntjes zijn kort. Verbeterpunten zitten vooral in het proces en de overlegstructuur. Momenteel wordt het regionale overleg met betrekking tot detailhandelsvraagstukken vooral gevoerd op basis van specifieke initiatieven (in het kader van regionale afstemming van initiatieven). De wens is meer aandacht te besteden voor het uitwisselen van kennis, ervaringen en 'best practices'. Hierdoor kan een positievere samenwerking ontstaan om elkaar ver te helpen en te zorgen dat niet elke gemeente 'het wiel opnieuw hoeft uit te vinden'.

Men is geen voorstander van meer overleg en proces, maar men wenst de bestaande overlegstructuur efficiënter in te richten. Gesprekken zouden meer op de inhoud en feiten gevoerd moeten worden. Meer positief kritisch in plaats van negatief kritisch. Meer samenwerking op het gebied van bijvoorbeeld aanvraag regelingen/subsidies en specifieke thema's.

1.8.5 Regionale afstemming niet duidelijk (genoeg)

Wanneer, met wie, waarover en hoe initiatieven regionaal afgestemd moet worden is niet altijd duidelijk. Er zijn slechts enkele casussen naar voren gekomen de afgelopen jaren. Uiteindelijk heeft de regio Noordoost-Brabant niet de juridische 'macht' om een initiatief met regionale impact tegen te houden. De meeste gemeenten zijn hier ook geen voorstander van. Men gaat uit van een meer informele en positieve manier van samenwerken. De rol van de Provinciale Adviescommissie is ook niet duidelijk voor gemeenten. De Adviescommissie is enkele keren ingeschakeld bij initiatieven in een vergevorderde planfase. Dit wordt als extra stap in het proces ervaren, met een beperkte meerwaarde.

1.8.6 Overleggen meer themagericht insteken

Zoals aangegeven wenst men de regionale overleggen meer themagericht in te steken en minder op losse initiatieven. De volgende thema's zijn momenteel actueel.

- **Demografische transitie:** de provincie Noord-Brabant is momenteel bezig met een verstedelijkingsvisie. Hierin zijn scenario's opgenomen over waar woningbouw en bevolkingsgroei zou moeten landen. Ook gemeenten zijn zelfs actief met diverse woningbouwplannen. Tegelijkertijd verandert de demografische samenstelling, met grote verschillen tussen gemeenten in Noordoost-Brabant. Hoe ga je hier mee om? Wat betekent dit voor het lokale voorzieningenaanbod? Hoe faciliteer je groei/krimp?
- **Leefbaarheid**: samenhangend met het voorgaande staat de leefbaarheid onder druk. Meerdere ruimteclaims vereist een meer integrale afweging. Krimp in dorpen zorgt voor verlies van voorzieningen, minder leefbaarheid en daardoor minder inwoners. Een negatieve spiraal. Hoe kan dit doorbroken worden? Hoe kan het beleid hier op inspelen? Kortom, van een eenduidig regionaal beleid, naar een inspiratiekader voor kernen.
- **Nieuwe trends:** Flitsbezorgers zijn momenteel sterk expansief en zorgen voor negatieve omgevingseffecten op het gebied van onder andere veiligheid, mobiliteit, uitstraling en beleving. Hoe kan dit gereguleerd worden? Functiemenging of blurring is nog steeds een belangrijke trend. Hoe kan hier mee omgegaan worden? Wat is wenselijk? De transformatie van centra komt goed op stoom. Men kan van elkaars aanpak leveren door meer kennis en ervaring uit te wisselen.
- **Plancapaciteit**: In gemeenten is nog steeds veel harde plancapaciteit (juridische mogelijkheid voor detailhandel in bestemmingsplannen en omgevingsvergunningen) voor detailhandel op ongewenste locaties buiten de centra. Een gezamenlijke aanpak zou uitkomst bieden, met een standaardisering van definities en juridische uitvoering.

1.8.7 Toekomst onzeker: flexibiliteit en monitoring

De toekomst blijft altijd onzeker. Nieuwe concepten die niet voorzien zijn blijven ontstaat, evenals structurele trends. Corona is het meest extreme voorbeeld van een situatie die niemand had kunnen voorspellen. Onzekerheid over de toekomst vraagt om meer flexibiliteit in beleid. Blijven nadenken en gezamenlijk het gesprek blijven voeren is belangrijk. Eventueel jaarlijks evalueren van het beleid en de doelen, zonder dat dit 'te zwaar' wordt aangezet. Tegelijkertijd is scenarioplanning ook een uitkomst. Ga uit van meerdere toekomstscenario's en pas op basis daarvan het beleid aan. Anderzijds is een onzekere toekomst geen reden om geen duidelijk beleid te voeren. Juist helder beleid met duidelijke keuzes helpt om iedereen dezelfde kant op te krijgen, ook marktpartijen. De opgave is de juiste balans te kiezen.

1.8.8 Meer afstemming RO en EZ

Het detailhandelsbeleid wordt vertaald in het juridisch-planologische bestel (bestemmingsplannen, omgevingsvergunningen, etc.). Met de nieuwe Omgevingswet gaat dit veranderen. Mede hierdoor is meer afstemming noodzakelijk tussen beleidsmedewerkers (EZ) en mensen die dit juridisch borgen (RO). Dit is met name binnen gemeenten een belangrijk aandachtspunt.

Bijlage 2
Definities

2 Definities

BVO/WVO

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

Detailhandel (als activiteit)
Het bedrijfsmatig te koop aanbieden, waaronder de uitstalling ten verkoop, verkopen en/of leveren van goederen aan de uiteindelijke gebruiker of verbruiker.

Dagelijkse sector
Voedings- en genotmiddelen (vgm) en artikelen op het gebied van persoonlijke verzorging. In de praktijk gaat het hierbij om supermarktaanbod, aanbod in vgm-speciaalzaken, drogisterij- en parfumeriezaken.

Niet-dagelijkse sector
Winkels die artikelen verkopen met een doorgaans lagere koopfrequentie dan dagelijkse artikelen. In de praktijk gaat hierbij om winkels in de

- *Recreatieve sector*: huishoudelijke artikelen, kleding, mode, schoenen, sport, rijwielen.
- *Doelgerichte sector*: bruin- en witgoed, doe-het-zelf, wonen, tuinartikelen en dierenartikelen.

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

Hoofddetailhandelsstructuur
De concentratiegebieden c.q. (winkel)centra waar beleidsmatig op wordt ingezet.

Koopkrachtbinding
Mate waarin inwoners van een bepaald gebied hun bestedingen verrichten bij winkels die in dat gebied gevestigd zijn.

Koopkrachtafvloeiing
Mate waarin inwoners van een bepaald gebied hun detailhandelsbestedingen plaatsen bij gevestigde winkels buiten dat gebied.

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

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

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

Plancapaciteit (hard)
In principe wordt met plancapaciteit de harde plancapaciteit bedoeld, tenzij expliciet anders vermeld. Harde plancapaciteit zijn de directe vestigingsmogelijkheden voor detailhandel die zijn vastgelegd in een juridisch bindend planologisch kader, zoals vastgestelde bestemmingsplannen, uitwerkingsplannen, gebieden zonder bestemmingsplan (witte vlekken) en verleende (kruimel) omgevingsvergunningen.

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

(Winkel)centra: centra, winkelcentra, winkelgebieden, worden als synoniemen gebruikt in deze visie. Dit betreft gebieden waar minimaal 5 winkels bij elkaar gevestigd zijn (Locatus). Dit zijn dus binnensteden, dorpscentra, maar ook buurt- en wijkcentra in grotere steden en woonboulevards. Met reguliere centra worden doorgaans de hoofdcentra van kernen en buurt- en wijkcentra bedoeld. Woonboulevards en retailparken zijn geen reguliere centra, maar perifere concentraties of PDV-locaties.

Bijlage 3

Kwantitatieve behoefte dagelijkse, recreatieve en doelgerichte sector

3 Kwantitatieve behoefte

3.1 Behoefte dagelijkse artikelen

Toelichting berekening

- Er is een distributieve berekeningen voor Noordoost-Brabant opgesteld (zie tabel 3.1). Dit is een modelmatige verrekening van vraag en aanbod. In tabel PM zijn de uitgangspunten van de berekeningen opgenomen met bronvermelding.
- De berekening is opgesteld voor de sector dagelijkse artikelen en voor de huidige situatie (2021) en de toekomstige verwachte situatie (2030). Deze circa 10 jaarstermijn is gebruikelijk en conform de Handreiking voor de Ladder voor duurzame verstedelijking.
- De berekening geeft enerzijds inzicht in het economisch functioneren van het bestaande aanbod in de huidige en toekomstige situatie. Dit uit zich in de totale omzet en de gemiddelde vloerproductiviteit. Anderzijds geeft de berekening inzicht in de distributieve uitbreidingsruimte door het economisch functioneren af te zetten tegen een 'norm voor goed functioneren'.
- De 'norm voor goed functioneren' wisselt sterk per verzorgingsgebied. In perifere delen van Nederland blijkt uit onderzoek dat aanbod op een lager niveau nog steeds goed kan functioneren, met name als gevolg van lagere huurlasten. Ook bestaan er grote verschillen binnen de detailhandel en tussen formules.
- Aangezien de berekeningen slechts een indicatie geven van de situatie in hoeverre het aanbod goed, gemiddeld of slecht functioneert en in hoeverre sprake is van kwantitatieve behoefte, dienen de uitkomsten ook genuanceerd geïnterpreteerd te worden.

Tabel 3.1: Economisch functioneren dagelijks aanbod regio

	2021	2030
Aantal inwoners	659.524	696.800
Bestedingen per hoofd (€)	2.794	2.794
Totale bestedingspotentieel (in mln. €)	1.842,7	1.946,9
Koopkrachtbinding (%)	93%	93%
Gebonden bestedingen (in mln. €)	1.706,3	1.810,6
Koopkrachttoevloeiing als aandeel van de omzet (%)	2%	2%
Koopkrachttoevloeiing absoluut (in mln. €)	36,6	37,0
Totale bestedingen / omzet (in mln. €)	1.743	1.847
Huidig winkelvloeroppervlak (m² wvo)	237.848	237.848
Haalbaar winkelvloeroppervlak (m² wvo)	230.032	243.834
Landelijk gemiddelde vloerproductiviteit (€ per m² wvo)	7.577	7.577
Distributieve uitbreidingsruimte (m² wvo) afgerond	-	+

Toelichting gehanteerde koopstromen

- Uit het KSO 2021 blijkt dat het dagelijks aanbod in de regio 92,6% (incl. online) aan zich weet te binden. De toevloeiing op regionaal niveau bedraagt 2,1%.
- In de toekomst zal de binding wat gaan dalen als gevolg van meer online bestedingen. Tegelijkertijd zullen de bestedingen (incl. online) toenemen. Per saldo laten we de cijfers gelijk aan de huidige situatie.

3.2 Economisch functioneren dagelijks

Huidig en toekomstig functioneren

- Het dagelijks aanbod in Noordoost-Brabant functioneert momenteel net iets beneden het landelijk gemiddelde. Dit is te verklaren vanuit het feit dat relatief veel sprake is van landelijk gebied en beperkt stedelijke gebieden. Kleine supermarkten in met name het landelijk gebied en dorpen functioneren over het algemeen op een lager niveau, maar dit is niet erg omdat ook de huurprijs vaak lager ligt. Per saldo kan goed gefunctioneerd worden.
- Als gevolg van bevolkingsgroei zal er enige marktruimte ontstaan, tot 6.000 m² wvo. Deze uitbreidingsruimte zal zich vooral manifesteren in gebieden waar sprake is van bevolkingsgroei.
- Op basis van de berekeningen bestaat voor de dagelijkse sector geen kwantitatieve saneringsopgave. Uiteraard bestaat wel een kwalitatieve saneringsopgave, met name van aanbod dat buiten de gewenste structuur ligt en de potentie heeft om structuurverstorende effecten te veroorzaken. Dit betekent voor die plekken dus concreet het saneren van winkelruimte, met name supermarktmeters uit bestemmingsplannen.

3.3 Behoefte recreatieve sector

Toelichting berekening

- Er is een distributieve berekeningen voor het verzorgingsgebied opgesteld (zie tabel 3.2). Dit is een modelmatige verrekening van vraag en aanbod. In tabel PM zijn de uitgangspunten van de berekeningen opgenomen met bronvermelding.
- De berekening is opgesteld voor de sector recreatieve artikelen en voor de huidige situatie (2021) en de toekomstige verwachte situatie (2030). Deze circa 10 jaarstermijn is gebruikelijk en conform de Handreiking voor de Ladder voor duurzame verstedelijking.
- De berekening geeft enerzijds inzicht in het economisch functioneren van het bestaande aanbod in de huidige en toekomstige situatie. Dit uit zich in de totale omzet en de gemiddelde vloerproductiviteit. Anderzijds geeft de berekening inzicht in de distributieve uitbreidingsruimte door het economisch functioneren af te zetten tegen een 'norm voor goed functioneren'.
- De 'norm voor goed functioneren' wisselt sterk per verzorgingsgebied. In perifere delen van Nederland blijkt uit onderzoek dat aanbod op een lager niveau nog steeds goed kan functioneren, met name als gevolg van lagere huurlasten. Ook bestaan er grote verschillen binnen de detailhandel en tussen formules.
- Aangezien de berekeningen slechts een indicatie geven van de situatie in hoeverre het aanbod goed, gemiddeld of slecht functioneert en in hoeverre sprake is van kwantitatieve behoefte, dienen de uitkomsten ook genuanceerd geïnterpreteerd te worden.

Tabel 3.2: Economisch functioneren recreatief aanbod regio

	2021	2030
Aantal inwoners	659.524	696.800
Bestedingen per hoofd (€)	1.632	1.632
Totale bestedingspotentieel (in mln. €)	1.076,3	1.137,2
Koopkrachtbinding (%)	55%	45%
Gebonden bestedingen (in mln. €)	590,9	511,7
Koopkrachttoevloeiing als aandeel van de omzet (%)	19%	19%
Koopkrachttoevloeiing absoluut (in mln. €)	135,9	117,7
Totale bestedingen / omzet (in mln. €)	726,8	629,4
Huidig winkelvloeroppervlak (m² wvo)	270.616	270.616
Haalbaar winkelvloeroppervlak (m² wvo)	290.732	251.774
Landelijk gemiddelde vloerproductiviteit (€ per m² wvo)	2.500	2.500
Distributieve uitbreidingsruimte (m² wvo) afgerond	+	-

Toelichting gehanteerde koopstromen

- Uit het KSO 2021 blijkt dat het recreatieve aanbod in de regio 54,9% (incl. online) aan zich weet te binden. De toevloeiing op regionaal niveau bedraagt 18,7%.
- De invloed van online op de recreatieve sector is relatief groot. In deze sector neemt de online afvloeiing sterker toe dan de bestedingen in winkels. Dit betekent dat rekening moet worden gehouden met een daling van de binding.
- Wij gaan uit van een daling van de binding met circa 10% tot 2030, conform de historische trend. Waarschijnlijk daalt het nog iets verder, maar ook de online bestedingen zullen nog stijgen. Per saldo is daardoor een daling van 10% realistisch.

3.4 Economisch functioneren recreatief

Huidig en toekomstig functioneren

- Het recreatief winkelaanbod functioneert momenteel bovengemiddeld en goed. In de regio Noordoost-Brabant moet tot 2030 rekening gehouden worden met een daling van het recreatieve winkelaanbod met circa 7%.
- In deze sector is sprake van een saneringsopgave. Het aanbod gaat nog verder krimpen, wat met name een effect heeft op het functioneren van de regionale hoofdcentra. Een deel van dit aanbod kan mogelijk worden ingevuld met andere voorzieningen, maar een groot ander deel zal getransformeerd moeten worden naar andere functies.

3.5 Behoefte doelgerichte artikelen

Toelichting berekening

- Er is een distributieve berekeningen voor het verzorgingsgebied opgesteld (zie tabel 3.3). Dit is een modelmatige verrekening van vraag en aanbod. In tabel PM zijn de uitgangspunten van de berekeningen opgenomen met bronvermelding.
- De berekening is opgesteld voor de sector doelgerichte artikelen en voor de huidige situatie (2021) en de toekomstige verwachte situatie (2030). Deze circa 10 jaarstermijn is gebruikelijk en conform de Handreiking voor de Ladder voor duurzame verstedelijking.
- De berekening geeft enerzijds inzicht in het economisch functioneren van het bestaande aanbod in de huidige en toekomstige situatie. Dit uit zich in de totale omzet en de gemiddelde vloerproductiviteit. Anderzijds geeft de berekening inzicht in de distributieve uitbreidingsruimte door het economisch functioneren af te zetten tegen een 'norm voor goed functioneren'.
- De 'norm voor goed functioneren' wisselt sterk per verzorgingsgebied. In perifere delen van Nederland blijkt uit onderzoek dat aanbod op een lager niveau nog steeds goed kan functioneren, met name als gevolg van lagere huurlasten. Ook bestaan er grote verschillen binnen de detailhandel en tussen formules.
- Aangezien de berekeningen slechts een indicatie geven van de situatie in hoeverre het aanbod goed, gemiddeld of slecht functioneert en in hoeverre sprake is van kwantitatieve behoefte, dienen de uitkomsten ook genuanceerd geïnterpreteerd te worden.

Toelichting gehanteerde koopstromen

- Uit het KSO 2021 blijkt dat het doelgericht aanbod in de regio 63,1% (incl. online) aan zich weet te binden. De toevloeiing op regionaal niveau bedraagt 10,9%.

Tabel 3.3: Economisch functioneren doelgericht aanbod regio

	2021	2030
Aantal inwoners	659.524	696.800
Bestedingen per hoofd (€)	1.730	1.730
Totale bestedingspotentieel (in mln. €)	1.141,0	1.205,5
Koopkrachtbinding (%)	63%	58%
Gebonden bestedingen (in mln. €)	720,0	693,1
Koopkrachttoevloeiing als aandeel van de omzet (%)	11%	11%
Koopkrachttoevloeiing absoluut (in mln. €)	88,1	84,8
Totale bestedingen / omzet (in mln. €)	808,0	777,9
Huidig winkelvloeroppervlak (m² wvo)	521.783	521.783
Haalbaar winkelvloeroppervlak (m² wvo)	581.736	560.070
Landelijk gemiddelde vloerproductiviteit (€ per m² wvo)	1.389	1.389
Distributieve uitbreidingsruimte (m² wvo) afgerond	+	+/-

- De invloed van online op de doelgerichte sector is relatief beperkt, maar neemt wel sterk toe. De winkelbestedingen nemen echter ook nog steeds fors toe, ondanks de stijging van online.
- Wij gaan uit van een daling van de binding met circa 5% tot 2030. Dit kan worden beschouwd als een maximaal negatief scenario. De bestedingen houden wij gelijk om het effect maximaal door te rekenen. In de praktijk zal sprake zijn van een groei van de bestedingen.
- Deze sector is echter ook zeer gevoelig voor de conjunctuur. Momenteel is sprake van een daling van het consumentenvertrouwen, toename van de inflatie en andere macro economische onzekerheden. De woningmarkt draait echter nog stevig door.

3.6 Economisch functioneren doelgericht

Huidig en toekomstig functioneren

- Ondanks de ingecalculeerde toename van online, blijft er in de doelgerichte sector sprake van relatief veel uitbreidingsruimte. Belangrijke nuance hierbij is dat dit sterk samenhangt met de conjunctuur en woningmarkt. Indien deze afkoelen, kan dat ook ten koste gaan van de kwantitatieve behoefte aan woonwinkels, doe-het-zelfzaken en tuincentra.
- Ook de macro-economische onzekerheid zorgt er voor dat de uitkomst van de berekening hoogst indicatief is. Dit betekent dat het op korte termijn niet verstandig is deze berekende uitbreidingsruimte in te zetten voor nieuw aanbod, tenzij dit een kwalitatieve meerwaarde heeft ten opzichte van het bestaande aanbod.

Bijlage 4

Regionale impact en toevloeiing centrumgebieden hoofdstructuur

Tabel 4.1: Regionale reguliere detailhandelsstructuur Noordoost-Brabant

Centrumgebied	Marktaandeel (regio)	Toevloeiing (€ mln.)	Toevloeiing (%)	Aantal publieksfuncties
Bovenregionaal centrum				
Centrum 's-Hertogenbosch	11%	142.374.725	52%	825
Regionaal centrum				
Centrum Uden	6%	72.487.801	50%	278
Beperkt regionaal centrum				
Centrum Oss	4%	8.698.850	9%	333
Centrum Boxmeer	4%	26.870.441	27%	150
Centrum Veghel	3%	7.218.351	11%	163
Centrum Heesch	2%	14.717.394	25%	72
Helftheuvelpassage 's-Hertogenbosch	3%	15.354.558	20%	88
Centrum Rosmalen	3%	7.122.968	11%	120
Centrum Schijndel	2%	7.033.179	11%	123
Lokaal centrum				
Centrum Zeeland	1%	6.854.195	28%	31
Centrum Cuijk	2%	6.099.049	13%	135
Centrum Vught	2%	5.261.733	11%	83
Centrum Schaijk	1%	5.104.252	17%	47
Centrum Drunen	2%	4.767.957	10%	69
Centrum Grave	1%	4.012.318	24%	94
Centrum Vlijmen	2%	3.692.108	8%	60
Centrum Sint-Oedenrode	2%	3.628.348	8%	96
Centrum Boxtel	2%	3.375.411	6%	142
Winkelcentrum De Ruwert Oss	2%	2.982.667	5%	28
Centrum Boekel	1%	2.246.230	11%	45
Sint-Michielsgestel	1%	978.250	5%	34
Centrum Nistelrode	2%	36.286.833	70%	43

Tabel 4.2: Regionale perifere detailhandelsstructuur Noordoost-Brabant

Centrumgebied	Marktaandeel (regio)	Toevloeiing (€ mln.)	Toevloeiing (%)	Aantal publieksfuncties
Regionale perifere concentratie				
Retailpark 's-Hertogenbosch	7%	77.525.458	47%	47
Woonboulevard Uden	3%	46.962.975	63%	48
Beperkt regionale perifere detailhandelsconcentratie				
Woonboulevard Oss	**2%**	10.393.031	25%	21

De marktaandelen en toevloeiingscijfers zijn gebaseerd op het KSO2021. Het betreft het marktaandeel detailhandel van de regio Noordoost-Brabant (omzetaandeel centrum van totale omzet). Het gaat dus om de omzet in gehele detailhandelssector. Daarnaast is het aantal publieksfuncties per centrum weergegeven op basis van Locatus (2022). Dit betreft het aantal winkels, horeca, cultuur en diensten.

Bijlage 5

11 richtinggevende principes provincie Noord-Brabant

Met het oog op de herijking van de detailhandelsvisies in de regio's heeft de provincie 11 richtinggevende principes geformuleerd. Deze principes geven aan waarop de komende jaren de accenten liggen als het gaat om detailhandel en centrumontwikkelingen in Brabant. Ze dienen als leidraad voor de regionale afspraken in de (sub)regio's.

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. Bied ruimte aan innovatieve concepten en nieuwe detailhandelsontwikkelingen die bijdragen aan het versterken van de (beoogde/gewenste) detailhandelsstructuur en/of centrum.

8. Speel in op ruimtelijke effecten van internetwinkelen: bestem showrooms of afhaal punten 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 markpartijen, 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.

Bijlage 6

Toets leegstand op aanvaardbaarheid bij winkelinitiatief


Toets leegstand
op aanvaardbaarheid bij winkelinitiatief
Toetsing initiatief aan Ladder voor Duurzame Verstedelijking
Toets behoefte en aanvaardbaarheid leegstandseffecten in een distributiegeografisch onderzoek (dgo)
Kwantitatieve behoefte?
Voldoende kwantitatieve behoefte (economische marktruimte) aangetoond in vraag- en aanbod?
Ja
Geen leegstand verwacht
In theorie voldoende omzet te behalen voor alle aanbieders. Leegstand wordt niet verwacht. Mogelijkheid bestaat dat verouderde winkel verdwijnt, deels autonoom proces.
Nee
Omzeteffecten beperkt?
Zijn omzeteffecten (%) op andere aanbieders beperkt* in dgo? Per initiatief bepaald o.b.v. lokale marktsituatie.
Ja
Geen leegstand verwacht
Beperkt omzeteffect is ondernemersrisico. Leegstand wordt niet verwacht.
Nee
Ligging risicopand/winkel?
Ligt een evt. leegkomend pand in de beleidsmatig bepaalde winkelstructuur?
Nee
Vermoedelijk aanvaardbare leegstand
Leegstand als gevolg van concurrentie is geen juridisch relevante leegstand. Incidentele leegstand op bedrijventerreinen of solitaire locaties is in jurisprudentie doorgaans aanvaardbaar. Zie ook 'leegstandscriteria'.
Ja
Essentieel in structuur?
Is de evt. leegkomende winkelpand qua omvang, branche, profiel essentieel voor consumentenverzorging en winkelcentrum?
Nee
Vermoedelijk aanvaardbare leegstand
Incidentele leegstand is doorgaans aanvaardbaar. Zie ook 'leegstandscriteria'.
Ja
Kans op onaanvaardbare leegstand
Kans op onaanvaardbare leegstand neemt toe, bijvoorbeeld als perspectief winkelcentrum wordt bedreigd. Afhankelijk van aard en omvang. Zie ook 'leegstandscriteria'.
Leegstandscriteria
Geen uitsluitende jurisprudentie over aanvaardbaarheid leegstand. Hangt o.a. af van structurele aard en omvang en of sprake is van incidentele of structuurversterkende relevante leegstand. Afweegcriteria zijn:
Aantal, hoeveelheid en ligging risicopanden
Restwaarde leegstand in omgeving risicopanden
Pand- en locatie-eigenschappen voor soortgelijke of andere functie (t.b.v. herinvulling)
Planologische mogelijkheden panden (t.b.v. herinvulling)
*Er is geen 'vaste cijfermatige grens' wanneer omzeteffecten tot leegstand kunnen leiden en verschilt per geval en lokale situatie.

Deze detailhandelsvisie is onderdeel van het Regio Deal project ‘Transformatie centra middelgrote steden’. De visie is tot stand gekomen door samenwerking tussen de gemeenten in Noordoost Brabant en de provincie Noord-Brabant.

www.bro.nl | info@bro.nl

Hoofdvestiging Boxtel
Bosscheweg 107
5282 WV Boxtel
T +31 (0)411 850 400

Vestiging Amsterdam
Rhijnspoorplein 38
1018 TX Amsterdam
T +31 (0)20 506 19 99

Vestiging Venlo
Industriestraat 94
5931 PK Tegelen
T +31 (0)77 373 06 01