

Regionale detailhandelsvisie

Agrifood Capital Noordoost-Brabant



Regionale detailhandelsvisie

Agrifood Capital Noordoost-Brabant

Rapportnummer: 204X00536.083772_7

Datum: 16 november 2015

Contactpersoon opdrachtgever: Mevrouw I. Lucas en de heer F. Leerdam

Projectteam BRO: Felix Wigman, Eefje van der Velden

Trefwoorden: Regionaal, detailhandel, winkelgebieden, Noordoost, Brabant

Bron foto kaft: Hollandse Hoogte 14

Beknopte inhoud:

BRO
Hoofdvestiging
Postbus 4
5280 AA Boxtel
Bosscheweg 107
5282 WV Boxtel
T +31 (0)411 850 400
F +31 (0)411 850 401
E info@bro.nl

Inhoudsopgave

pagina

1. Inleiding	3
1.1 Inleiding	3
1.2 Proces	4
1.3 Kader scheppen voor kansen in de regio	6
2. Landelijk beeld detailhandelsontwikkelingen en regionale vertaling	9
2.1 Inleiding	9
2.2 Achtergrond detailhandelsontwikkelingen	9
2.3 Perspectief winkelgebieden	10
2.4 Het DNA van de detailhandelsstructuur in Noordoost-Brabant	12
2.5 Effecten voor regio Noordoost-Brabant	12
3. Ambities, doelstellingen en Positionering winkelgebieden	15
3.1 Inleiding	15
3.2 Ambities op regionaal niveau	15
3.3 Doelstellingen	16
3.4 Positionering winkelgebieden afgestemd op perspectief verzorgingsniveau	20
3.5 Perspectief en spanningsveld per verzorgingsniveau	22
4. Afspraken- en toetsingskader	25
4.1 Inleiding	25
4.2 Afsprakenkader	25
4.3 Toetsingskader	27
5. Regionale toetsing	31
5.1 Inleiding	31
5.2 Organisatie, informatie en besluitvorming	31
5.3 Rol van Agrifood Capital	32
6. Uitvoeringsagenda	35
6.1 Inleiding	35
6.2 Thema's voor nadere uitwerking en afstemming	35
6.3 Uitvoeringsorganisatie	36
Bijlage 1: Noordoost-Brabant sterke en zwakke punten, kansen en bedreigingen	1
Bijlage 2: Verzorgingsniveaus centrale winkelgebieden	3

Bijlage 3: Kansenkaarten centra	5
Bijlage 4: Kader internethandel	21
Bijlage 5: Uitvoeringsagenda Regionale Detailhandelsvisie:	29

1. INLEIDING

1.1 Inleiding

Regionale samenwerking

De gemeenten behorend tot de regio Noordoost-Brabant kiezen voor het maken van een gezamenlijke regionale visie op de detailhandelsstructuur. Het doel van deze regionale visie is het formuleren van een gedeelde ambitie en visie over de gewenste ontwikkelingsstructuur van de detailhandel in de regio Noordoost-Brabant. De visie omvat in de kern de afspraken over hoe de gemeenten om willen gaan met de detailhandelsontwikkelingen in de regio. Voorliggend document bevat een ruimtelijk-functioneel kader om te komen tot meer afstemming en afweging van bovenlokale initiatieven in de detailhandel. De detailhandelsproblematiek beperkt zich immers niet tot bestuurlijke gemeentelijke grenzen. Dit geeft dan ook de noodzaak aan tot regionale afstemming.

De regionale visie vormt daarnaast het uitgangspunt voor lokaal gemeentelijk beleid.

Provinciale rol sturen op regionale visies

De provincie Noord-Brabant heeft het onderwerp detailhandel hoog op de agenda staan. De provincie vindt het belangrijk dat er een breed gedragen beeld bestaat wat een vitale, toekomstbestendige detailhandelsstructuur inhoudt. Een beeld dat wordt vastgelegd in regionale detailhandelsvisies.

Regionale samenhang en afspraken staan ook centraal in de regionale agenda voor werken. De provincie verplicht het maken van afspraken op regionale schaal. De afspraken werken rechtstreeks door naar de bestemmingsplannen. Het streven is dat in 2015 de afspraken in de RRO's (regionaal ruimtelijk overleg) zijn gemaakt. De regionale detailhandelsvisies en de daarin vast te leggen (regiospecifieke) ruimtelijke beleidslijnen vormen een belangrijke basis voor deze afspraken.

Inzet van de regio gemeenten: leefbaarheid, duurzaam ruimte gebruik en kwaliteitsverbetering

Zorg voor een goede woon- en leefomgeving, met bijbehorende voorzieningen, behoort tot de maatschappelijke doelen van de overheid. Winkels zijn een belangrijk onderdeel van die voorzieningen en mede bepalend voor de leefbaarheid. De overheid heeft daarbij echter geen directief sturende rol maar een faciliterende. Het al dan niet aanwezig zijn van winkelveorzieningen is gebonden aan de economische mogelijkheden en perspectieven. Vooral op het laagste niveau, de kleinste kernen, is de invloed van de overheid beperkt. In de grotere centra is het van belang dat de overheid blijft inzetten op goed functionerende voorzieningencentra. Een overmaat aan structurele leegstand kan leiden een aantasting van de ruimtelijke en functionele kwaliteit en attractiviteit van de centra. Voor-

komen moet worden dat een negatieve spiraal ontstaat die het functioneren van de centra ondermijnt en de verzorgingsstructuur fundamenteel aantast.

Structurele veranderingen in de detailhandel leiden momenteel tot een overaanbod aan winkels. Tegelijkertijd veranderen ook de consumentenbehoeften en blijft vernieuwing en innovatie noodzakelijk. Winkels kiezen vestigingsplaatsen die aansluiten bij het profiel en de doelgroepbenadering van het bedrijf. De inzet van de regionale visie is gericht op het in goede banen leiden van de veranderingen ten behoeve van een goede consumentenverzorging nu en op langere termijn, maar ook om zorg te dragen voor een zorgvuldig ruimtegebruik en kwaliteitsverbetering van de winkelstructuur en de winkelomgeving. De focus ligt daarbij op de kansrijke bestaande winkelgebieden en hergebruik van gebouwen. De ladder voor duurzame verstedelijking (de Ladder) is daarbij een hulpzaam instrument. De ladder is procesvereiste in het Besluit ruimtelijke ordening (Bro) en heeft als doel het bevorderen van zorgvuldig stedelijk ruimtegebruik. De Ladder heeft gevolgen voor de afspraken op het gebied van wonen, bedrijventerreinen, kantoren, detailhandel en overige stedelijke voorzieningen. De regionale detailhandelsvisie vormt een kwalitatief afwegingskader voor de 1^e en 2^e trede van de Ladder. Hierbij is de integrale benadering belangrijk¹. Wanneer alle programma's bekend zijn en er een integrale visie is op de opgaven, kansen en identiteit van de regio, dan kunnen vanuit dat overzicht keuzes gemaakt worden voor een duurzame stedelijke ontwikkeling. In dit licht is aandacht voor duurzaamheid in de detailhandel van belang, gericht op bestaand aanbod en herontwikkeling van niet functionerend aanbod.

1.2 Proces

Regionale detailhandelsfoto

Regio Noordoost-Brabant wenste inzicht in de uitgangssituatie van de bestaande detailhandelsstructuur om tot een betere onderlinge regionale afstemming te komen. De Regionale Detailhandelsfoto Noordoost-Brabant² geeft de actuele situatie weer in de detailhandelssector evenals de ontwikkeling in de afgelopen vijf jaren. De detailhandelsfoto geeft zicht op de vitaliteit en toekomstbestendigheid van de regionale detailhandelsstructuur.

De analyse geeft de stand van zaken met betrekking tot de detailhandel in de regio weer. De trends en ontwikkelingen die van invloed zijn op (het functioneren van) de regionale detailhandelsstructuur in combinatie met de analyse geeft het perspectief aan de regionale detailhandelsstructuur, uitgedrukt in sterke en zwakke punten en kansen en bedreigingen (zie bijlage 1).

¹ Bron: Op weg naar duurzame verstedelijkingsafspraken, Ladderteam Noord-Brabant, juni 2015

² Bron: Regionale Detailhandelsfoto Noordoost-Brabant, BRO 2014

Uit de foto blijkt dat de omvang en samenstelling van het winkelaanbod en de leegstand in Noordoost-Brabant niet sterk afwijkt van het landelijke of provinciale beeld. Het aanbod in de regio kent echter grote verschillen in het huidige functioneren van de verschillende winkelgebieden. Verder komen er nog grote veranderingen af op de regio, deels op basis van landelijke trends en deels op basis van regio-specifieke kenmerken en plannen. De onderlinge afstand tussen de meeste winkelgebieden is relatief klein. Consumenten hebben daardoor in Noordoost-Brabant een veelheid aan keuzemogelijkheden op korte afstand.

Na het afronden van de regionale detailhandelsfoto is aan de afzonderlijke gemeenten gevraagd zelf met de lokale betrokken partijen aan de hand van de factsheets de detailhandelsproblematiek te bespreken. De leden van de 'bestuurlijke kopgroep' hebben een gespreksronde gehouden bij de collega wethouders. Op deze wijze is geïnventariseerd waar de gemeenten op het punt van de detailhandelsproblematiek tegen aan lopen.

Verdiepingsslag regionale detailhandelsfoto

De Regionale detailhandelsfoto Noordoost-Brabant is op de regiodag in februari 2014 gepresenteerd aan de gemeentebestuurders. Bij die gelegenheid is besloten te komen tot een verdiepingsslag. BRO is in dat kader door Agrifood Capital en de Provincie Noord-Brabant gevraagd om de in de foto aanbevolen 'tussenstap' naar een regionale visie nader uit te werken in de vorm van een Verdiepingsslag Regionale detailhandelsfoto Noordoost-Brabant³. In de verdiepingsslag is nader gemotiveerd wordt op welke punten regionale afstemming gewenst of zelfs noodzakelijk is. De mogelijke effecten van realisatie van harde en zachte plannen in de diverse gemeenten in de regio zijn in beeld gebracht. Daaruit bleek dat veel plannen in elkaars vaarwater zaten en dat de invulling van alle plannen tot een fors overaanbod van winkels in de regio zou leiden. De spanningsvelden die hierdoor ontstaan tussen de winkelgebieden zijn niet alleen regionaal van invloed, maar leiden ook tot spanning tussen winkelgebieden binnen een gemeente. De verdiepingsslag gaf de overtuiging dat niets doen geen optie is en dat regionale afstemming noodzakelijk is.

Regionale detailhandelsvisie

De volgende stap in samenwerking is het formuleren van een gezamenlijke visie op de ontwikkeling van de detailhandel. Het gaat dan om het formuleren van een gezamenlijke ambitie, gezamenlijke doelstellingen en een uitvoeringskader. Dit leidt op regionaal niveau tot meer afstemming van het detailhandelsbeleid van de afzonderlijke gemeenten. Door de effecten van detailhandelsinitiatieven met een bovengemeentelijke impact goed in beeld te brengen en af te wegen, wordt een kader geschapen waarbinnen de door alle partijen gewenste verdere vernieuwing in de detailhandel in goede banen geleid kan worden. Het opstellen van een regionaal afsprakenkader op basis van de regionale detailhandelsvisie, levert een belangrijke bijdrage aan het behoud en de verdere uitbouw van een gezonde en levensvatbare detailhandelsstructuur in Noordoost-Brabant. Uitein-

³ Bron: Regionale verdiepingsslag detailhandelsfoto Noordoost-Brabant, BRO 2014

delijk plukken zowel de consumenten, de ondernemers als ook de vastgoedeigenaren en de lokale overheden daar de vruchten van. De voorliggende regionale detailhandelsvisie gaat in op:

- de visie op de ontwikkelingsrichting van de regionale detailhandelsstructuur vastgelegd in ambities, doelstellingen en de positiebepaling van de verschillende winkelgebieden met een regionale verzorgingsfunctie;
- de organisatie van de regionale afstemming;
- en een uitvoeringsagenda.

1.3 Kader scheppen voor kansen in de regio

Ruimtelijk duidelijkheid bieden op regionaal en lokaal niveau

De regionale detailhandelsvisie heeft impact op het ruimtelijk beleid en het economisch stimuleringsbeleid. De belangrijkste doelstelling van de detailhandelsvisie is, zoals eerder aangegeven, om in Noordoost-Brabant een gezonde, en toekomstbestendige detailhandelsstructuur te behouden. Om dat doel te bereiken, moet het beleid inspelen op de vele veranderingen en nieuwe trends die momenteel in de detailhandel spelen. Daarnaast moet worden voorkomen, dat door die veranderingen de economische en ruimtelijke kwaliteit van bepaalde winkelgebieden onder druk komt te staan, of dat toenemende leegstand tot verpaupering leidt. De overheid dient daartoe heldere ruimtelijke spelregels te formuleren en te handhaven (o.a. via bestemmingsplannen). Dat biedt ondernemers en vastgoedeigenaren duidelijkheid.

Faciliterende rol regio Noordoost-Brabant: economische stimulering

De overheid gaat naast de woon- en leefomgeving over het stimuleren van een goed economisch klimaat. Ruimte bieden aan het nieuwe ondernemerschap is in het belang van een dynamisch economisch klimaat. De invloed van de gemeente op economische activiteiten en op consumentengedrag is beperkt, ze kan vooral stimulerend en faciliterend optreden. Door duidelijkheid te bieden over de inzet van de overheid wordt ondernemerschap gestimuleerd en samenwerking bevorderd. Bijvoorbeeld door duidelijk aan te geven op welke winkelgebieden wordt ingezet en wat door de overheid wordt gedaan aan marketing, winkelgebiedsmanagement, stimulering van nieuwe initiatieven, etc.

Om de gewenste situatie te bereiken is rekening houden met de economische situatie belangrijk, omdat deze de vestigingsmogelijkheden beïnvloedt (onder meer leegstand). Consumentenverzorging wordt immers ingevuld en gestuurd door ondernemers, niet door bestemmingsplannen.

Markt heeft behoefte aan heldere kaders

Aangezien de overheid vaak geen rechtstreekse invloed kan uitoefenen op initiatieven en slechts reactief kan optreden, moet zij duidelijke kaders stellen waarbinnen ontwikkelingen kunnen plaatsvinden. Hiertoe moet ze een helder beeld hebben van de gewenste

voorzieningenstructuur. Een goede ruimtelijke ordening wordt immers niet voor niets gedefinieerd als 'het leiding geven bij de ruimtelijke ontwikkeling van een gebied teneinde het ontstaan van een voor de gemeenschap zo gunstig mogelijk geheel te bevorderen'. De markt vraagt dan ook nadrukkelijk om heldere kaders om te kunnen investeren. Gerekende belangen- en kennisorganisaties in de detailhandelssector pleiten daarom ook voor meer sturing en een helder beleid op de retailmarkt om zo ongewenste ontwikkelingen te voorkomen / tegen te gaan⁴.

De ambities van de regionale detailhandelsvisie kunnen alleen worden waargemaakt als bedrijfsleven en overheid de handen in elkaar slaan en een gezamenlijke koers nastreven. Vanuit een realistische visie op de huidige marktontwikkelingen willen de gemeenten in Noordoost-Brabant samen met marktpartijen maatwerk leveren per winkelgebied.

⁴ Bron: Notitie Marktconsultatie: Wat de markt er van vindt, onderdeel van de Verdiepingsslag op de regionale detailhandelsfoto Noordoost-Brabant, 2014 (onder meer: NRW, NEPROM, INretail, MKB, Detailhandel Nederland, IVBN)

2. LANDELIJK BEELD DETAILHANDELSONTWIKKELINGEN EN REGIONALE VERTALING

2.1 Inleiding

De regionale detailhandelsvisie voor Noordoost-Brabant sluit aan bij de landelijke ontwikkelingen op het gebied van de detailhandel, maar zal daarbinnen haar specifieke regionale accenten zetten. In dit hoofdstuk worden de landelijk ontwikkelingen kort samengevat. In de eerder genoemde Regionale detailhandelsfoto Noordoost-Brabant en de Verdiepingsslag Regionale Detailhandelsfoto Noordoost-Brabant wordt uitvoeriger ingegaan op de trends en ontwikkelingen. Vervolgens wordt dit landelijke beeld vertaald naar de regionale situatie.

2.2 Achtergrond detailhandelsontwikkelingen

Van trends naar transitie

Een aantal trends van de afgelopen jaren zal blijvend het detailhandelslandschap gaan bepalen. Daarmee wordt de urgentie om het beleid af te stemmen op deze verandering ook duidelijk zichtbaar. Een aantal hoofdlijnen van die veranderingen zijn:

- Internet als oriëntatie- en aankoopkanaal voor consumenten en bezoekers van winkelgebieden is niet meer weg te denken. Deze ontwikkeling leidt tot 'total retail': een volledige verweving van online en offline waarbij de communicatie centraal staat. Winkelgebieden zullen in deze ontwikkeling hun rol moeten vinden.
- Een strakke scheiding van activiteiten in winkels, maar ook tussen winkels en andere publieksgerichte voorzieningen is verleden tijd. De vermenging (blurring) van branches en functies zet gestaag door, waardoor de traditionele indeling van activiteiten wegvalt. De detailhandel maakt steeds meer onderdeel uit van concepten met een mengvorm van horeca, dienstverlening, ambacht, leisure, cultuur, werken, etc.
- Het wegvallen van de scheiding tussen branches en sectoren leidt ook tot verandering in openingstijden van voorzieningen. Steeds meer winkels maken gebruik van de mogelijkheid om 's avonds langer open te zijn en op zondag de deur te openen. De openingstijden van detailhandel, horeca, cultuur en leisure lopen steeds meer in elkaar over waardoor het bezoek aan een winkelgebied een meer doorlopend patroon krijgt.
- In tijden van groei (bevolkingsomvang, detailhandelsbestedingen) pikt ieder winkelgebied daar een graantje van mee en worden problemen op het gebied van kwaliteit, ruimtelijke situering, bereikbaarheid, parkeren, beleving, attractiviteit, maar ook ondernemerschap, minder zichtbaar. Als groei omslaat in stagnatie of zelfs krimp komen onvolkomenheden uitvergroot naar voren. De concurrentie tussen winkelgebieden neemt sterk toe. Voor winkelgebieden is positionering en identiteit dan een be-

langrijke opgave. Het unieke karakter en onderscheidende vermogen moeten dan de doorslag geven om de consument te verleiden het winkelgebied te bezoeken.

- De waarde van vastgoed was lange tijd direct gekoppeld aan de groei van de detailhandel met huurcontracten voor langere perioden. Flexibiliteit is nu het sleutelwoord. De waarde van vastgoed wordt steeds meer bepaald door de toegevoegde waarde van de exploitatie van de functies die in het vastgoed gevestigd zijn. Dit focust meer en meer de aandacht op actief beheer en samenwerking tussen de eigenaar en de exploitant van het vastgoed.

Samenwerking in algemene zin is het sleutelwoord voor succes in winkelgebieden. Dit vraagt veel van het collectief van ondernemers, eigenaren en van de overheid.

2.3 Perspectief winkelgebieden

Perspectieven van winkelgebieden op basis van consumentenvoorkeuren

Sterke winkelgebieden zullen zich in de toekomst nadrukkelijk onderscheiden van zwakke winkelgebieden. De winkelgebieden die door de consument gewaardeerd worden hebben een gunstig perspectief en zullen ook in de belangstelling staan van de (internationale) ketens. De vraag is wat de zwakke en wat de sterke winkelgebieden van de toekomst zullen zijn? Winkelgebieden met een helder aanbodprofiel, een duidelijke branchering afgestemd op het aankoopdoel van de consument hebben goede kansen.

Afbeelding 2.1 geeft schematisch de positie van de kansrijke en de kwetsbare winkelgebieden weer. De positie en het perspectief worden in belangrijke mate bepaald door de omvang van het winkelgebied (slagkracht) in relatie tot het gebruik van het winkelgebied door de consument (voldoen aan bezoekersverwachtingen). De groene gebieden (A t/m D) zijn kansrijke posities in de winkelstructuur met winkelgebieden met een duidelijk en herkenbaar profiel. In het oranje gebied (E) worden de kwetsbare winkelgebieden aangetroffen. Winkelgebieden met een onduidelijk en weinig uitgesproken profiel. Te klein voor het tafellaken en te groot voor het servet en vaak met veel middensegment winkelaanbod. De winkelgebieden in deze positie zullen keuzen moeten maken in de profilering en door moeten schuiven naar een van de groene gebieden of eventueel een profiel moeten ontwikkelen dat een combinatie van groene profielkenmerken in zich heeft. Het rode gebied (F) betreft winkelgebieden die niet meer in de belangstelling staan van de consument en waarvoor het ontwikkelen van een nieuwe positionering ook geen optie meer is. Deze gebieden zijn te klein van omvang om te kunnen overleven.

De aanduidingen in het groene deel van het schema worden hierna toegelicht. In de reguliere winkelstructuur (hoofd- en ondersteunende centra) hebben de volgende typen winkelgebieden een gunstige uitgangspositie:

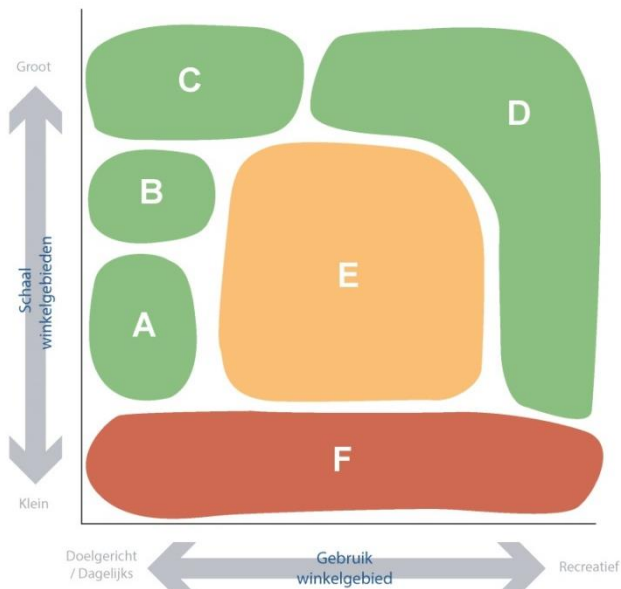
- A. Kleinere centrumgebieden en ondersteunende winkelgebieden (buurt-, wijk- en stadsdeelcentra) met een sterk en gevarieerd dagelijks winkelaanbod en goede oplossin-

gen voor bereikbaarheid en parkeren. Gemak voor de consument staat hier centraal. Om vanuit de oranje positie in deze groene groep te komen betekent het vaak reduceren van het aanbod aan niet dagelijkse artikelen het moderniseren van het dagelijks aanbod en het ontwikkelen van een functionele winkelomgeving.

- B. Doelgerichte middelgrote lokale perifere clusters met de gangbare branchering op het gebied van wonen en woninginrichting, tuin en doe-het-zelf. Gemakcentra voor doelgerichte aankopen. Veel woonboulevards bevinden zich op dit moment in de oranje groep. Met name de winkelgebieden met relatief veel woninginrichtingaanbod. De aanbieders in deze branche zullen een keuze maken voor groep C, de grote woonboulevards.
- C. Grote perifere winkelgebieden met veel keuze op het gebied van wonen en woninginrichting en centraal gelegen in een groot verzorgingsgebied. Doordat deze winkelgebieden een groot bereik hebben, is naast gemak ook het recreatieve aspect van belang, bijvoorbeeld door invulling van horeca. In Nederland zal dit slechts door een beperkt aantal winkelgebieden ingevuld kunnen worden.
- D. Groter winkelgebieden met een sterk recreatief aanbod, met (veel) meer dan alleen winkels. In deze gebieden staat beleving, uniciteit en afwisseling centraal. Dit zijn hoofdzakelijk de grote Nederlandse binnensteden met een compleet pakket aan voorzieningen. Binnen deze groep zal ook een aantal middelgrote centrumgebieden een rol van betekenis kunnen spelen door bijzondere en unieke elementen uit te vergroten en daardoor voor een bredere doelgroep een aantrekkelijke bestemming te zijn. Naast winkels gaat het dan om bijvoorbeeld cultuur, horeca en/of een bijzondere ruimtelijke kwaliteit.

Figuur 2.1: Positionering winkelgebieden

Kansrijke en kwetsbare winkelgebieden



2.4 Het DNA van de detailhandelsstructuur in Noordoost-Brabant

Deelgebieden in Noordoost-Brabant

Binnen Noordoost-Brabant kan ten aanzien van de detailhandel een drietal deelgebieden onderscheiden worden. Een van die deelgebieden is 's-Hertogenbosch met de aangrenzende gemeenten (Heusden, Vught, St. Michelsgestel). Voor dit gebied spelen de binnenstad van 's-Hertogenbosch en ook de Woonboulevard 's-Hertogenbosch een dominerende verzorgingsrol. Aan de oostzijde van de regio heeft Het Land van Cuijk een eigen positie. De afstand tot 's-Hertogenbosch is aanzienlijk en dit gebied oriënteert zich dan ook meer op Nijmegen. Het Land van Cuijk is relatief dun bevolkt. Het centrum van Boxmeer vervult in het Land van Cuijk een min of meer overkoepelende verzorgingsfunctie in. Op korte afstand van 's-Hertogenbosch bevindt zich een schil van centrumgebieden die dicht bij elkaar gelegen zijn en allen in meer of mindere mate een regionale positie vervullen of vervuld hebben. In dit gebied bevinden zich ook drie perifere winkelconcentraties. Die schil loopt van Oss, via Uden, Veghel, Schijndel, naar Boxtel.

De regio Noordoost-Brabant telt daarnaast nog enkele bijzondere winkels zoals de solitair tussen Schijndel en St Oedenrode gelegen recreatie- en sportwinkel De Wit, met een bovenregionale uitstraling en het grootschalige regionale modewarenhuis Van Tilburg in de kleine lokaalverzorgende kern Nistelrode.

De onderlinge afstand tussen de meeste winkelgebieden is relatief klein. Consumenten hebben daardoor in Noordoost-Brabant een veelheid aan keuzemogelijkheden op korte afstand.

2.5 Effecten voor regio Noordoost-Brabant

Consequenties voor winkelgebieden

De transitie, ingezet door de geschetste trends en ontwikkelingen, in combinatie met de specifieke Noordoost-Brabantse situatie, leidt tot de volgende consequenties voor de winkelgebieden:

- Er is minder behoefte aan fysieke winkelruimte. Dit uit zich met name in de randgebieden van de centrale winkelgebieden, de middelgrote centra, de kleinste kernen en de solitair gelegen verspreide bewinkeling. Een breed gedragen visie is noodzakelijk om deze transformatie in goede banen te kunnen leiden en de verzorgingsfunctie voor de consument te kunnen handhaven.
- Er is sprake van druk op het middensegment van het aanbod. Consumenten slaan gemiddeld aanbod dat niet meebeweegt met de tijd sneller over. Het gros van de failissementsen bevindt zich in het middensegment, ingegeven door het consumentengedrag. Het middensegment is in verhouding sterker vertegenwoordigd in de middelgrote winkelgebieden die te klein zijn voor het tafellaken maar te groot voor het servet. In de regio Noordoost-Brabant zijn veel van deze winkelgebieden aanwezig. De

consument én de locatiekeuze van winkelketens zijn bepalend of winkelcentra en formules tot de winnaars of verliezers behoren.

- Profileren van de winkelgebieden geschiedt op basis van de koopmotieven van de consument en het daaruit volgende koopgedrag. De koopmotieven zijn op hoofdlijnen te onderscheiden in boodschappen doen, recreatief winkelen en doelgericht winkelen en hebben betrekking op gemakscentra, recreatieve centra en doelgerichte centra.
 - Gemakscentra zijn winkelcentra die de consument voorzien in gemak door middel van een goede bereikbaarheid, parkeergelegenheid en compleet aanbod.
 - Recreatieve centra voorzien de consument in het kijken en vergelijken, vooral op modisch gebied. Zo staat in binnensteden het recreatieve winkelen voorop hetgeen vooral ingevuld wordt door warenhuizen, mode en schoenenwinkels.
 - Doelgerichte centra voorzien de consument in artikelen die zij doelgericht zoeken zoals huis- en tuinaanbod. In de perifere winkelgebieden staat het doelgericht aankopen meestal centraal.

De meeste middelgrote centra in Noordoost-Brabant bevinden zich qua profiel tussen de gemakscentra en de recreatieve centra in en hebben daardoor een diffuus profiel. De perifere centra zijn veelal qua samenstelling van het aanbod of ten aanzien van ruimtelijke kwaliteiten niet eenduidig geprofileerd.

- Een winkelgebied zal zich aan moeten passen aan de toekomstige verzorgingsfunctie. Wat zijn de doelgroepen die het centrum bedient en welk aanbod hoort daarbij? Dat vraagt om een visie op de branchering afhankelijk van de koopmotieven van de consument, maar dit vraagt ook om ondernemerschap dat de doelgroep optimaal weet te binden en te boeien.
- Het is voor winkelgebieden noodzakelijk om zich te onderscheiden ten opzichte van omliggende centra. Naast het bijzonder en specifiek aanbod zijn gastvrijheid, dienstbaarheid en beleving sterke factoren die de consument waardeert. Ook de lokale consument moet zich door invulling van deze begrippen aangetrokken voelen tot het 'eigen' winkelgebied. In het midden- en westelijk deel van Noordoost-Brabant liggen de winkelgebieden dicht bij elkaar en heeft de consument veel keuze.
- In een tijd waarin de consument niet meer afhankelijk is van de winkeltijden om te consumeren en internet als oriëntatie- en aankoopkanaal steeds meer in belang toeneemt, is een visie op 'total retail' onontbeerlijk. Winkelgebieden zullen een rol moeten vinden in de volledige verweving van online en offline waarin communicatie centraal staat. Deze ontwikkeling staat min of meer los van het type winkelgebied of de omvang ervan.
- De noodzaak tot samenwerking wordt voor winkelgebieden steeds groter. Samenwerking tussen ondernemers, vastgoedeigenaren en de overheid moet leiden tot toekomstbestendige winkelgebieden.

Ondanks het feit dat er te veel winkelaanbod aanwezig is, moet worden voorkomen dat alles op slot wordt gezet. Vernieuwing in ruimtelijk-functioneel opzicht is nodig om te kunnen blijven voorzien in de veranderende consumentenbehoefte. Hier ligt dus een noodzaak tot het geven van ruimte voor vernieuwing en het maken van bijbehorende keuzen.

In Noordoost-Brabant is de ruimte voor vernieuwing afhankelijk van een heldere positionering van de winkelgebieden en hun onderlinge wisselwerking. Binnen de kansrijke winkelgebieden is dit afhankelijk van de ruimtelijke keuzen voor sterke concentratiegebieden. De plannen in Noordoost-Brabant voor uitbreiding van winkelaanbod in de periferie kunnen eveneens een rem betekenen voor vernieuwing in de centrumgebieden.

Opgaven voor de regio Noordoost-Brabant

Gezamenlijke regionale sturing op detailhandel, is ondanks het feit dat het een zeer dynamische sector is, wel degelijk mogelijk. Zo niet een vereiste voor een goed functionerende detailhandelsstructuur. Hoewel het inwonertal in Noordoost-Brabant in de toekomst nog licht groeit, nemen de bestedingen in de detailhandel af, staan plannen voor uitbreiding van de bestaande winkelcentra op stapel en heeft de regio te maken met een tamelijk sterke concurrentie vanuit de omringende regio's. Hierdoor kan de algehele detailhandel in Noordoost-Brabant onder druk komen te staan. Op basis hiervan én het perspectief voor de verschillende winkelgebieden in de regio ingegeven vanuit de trends en ontwikkelingen, is er sprake van een teruglopende behoefte aan winkelvloeroppervlak en is een verdere toename van leegstand te verwachten. Rekening houdend met de plannen en initiatieven in de regio behoort niets doen niet tot de gegeven opties. De problematiek in de detailhandel is te groot om te negeren en vraagt dan ook om regionale afstemming. In het volgende hoofdstuk worden op basis van de hier geschetste problematiek ambities en doelstellingen geformuleerd.

3. AMBITIES, DOELSTELLINGEN EN POSITIONERING WINKELGEBIEDEN

3.1 Inleiding

Hierdoor is geconstateerd dat de situatie van de detailhandel in Noordoost-Brabant vraagt om regionale afstemming. Hieraan zal een aantal keuzen ten grondslag moeten liggen. In dit hoofdstuk wordt daarop ingegaan door regionale ambities en doelstellingen te formuleren en van daaruit de positie van de winkelgebieden met een regionale verzorgingsfunctie te positioneren.

3.2 Ambities op regionaal niveau

Goede consumentenverzorging in perspectiefrijke winkelstructuur

In een visie op de detailhandelsstructuur staat het perspectief en de positionering van verschillende soorten winkelgebieden en verwante functies centraal. Uitgangspunt voor Noordoost-Brabant is dat de consumentenverzorging niet in het geding mag komen: het winkelaanbod moet bereikbaar én op redelijke afstand zijn voor de consument. Bij de bepaling van de consumentenverzorging is de vraag leidend of een toe te voegen voorziening structuurverstorend werkt op reeds gevestigde voor de consumentenverzorging ruimtelijk perspectiefrijke winkelgebieden. Regionale afstemming moet voorkomen dat de beoogde structuur wordt ondermijnd door detailhandelsontwikkelingen op minder gewenste locaties.

Ruimte bieden voor vernieuwing

Vernieuwing in de detailhandel is een belangrijke voorwaarde om de detailhandelsstructuur nu en in de toekomst aantrekkelijk te houden voor de consument. De consument vraagt namelijk om vernieuwing en zal elders 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 aanvullend complementair aanbod. Vernieuwing is met name gewenst in kwalitatief opzicht.

Het doel van regionale sturing en toetsing is nadrukkelijk niet om te komen tot een strenge winkelplanning waarbij het enthousiasme en de dynamiek van retailers een halt wordt toegeroepen. Binnen heldere kaders moet de dynamiek de ruimte krijgen.

Complementariteit: spanningsvelden perspectiefrijke structuur en vernieuwing

Uit de verdiepingsslag van de regionale detailhandelsfoto blijkt dat inspanning is vereist om de detailhandelsstructuur te versterken, maar ook dat realisatie van alle bestaande plannen en initiatieven leidt tot toenemende leegstand en versnipperd aanbod. Het is van

belang om vernieuwing en innovatie helder te definiëren. Het gaat nadrukkelijk om complementair aanbod met een toegevoegde waarde voor de consument dat in synergie met bestaande perspectiefrijke winkelgebieden kan functioneren. Het gaat dus niet om meer van hetzelfde op 'goedkopere locaties', wat in het geval van perifere ontwikkelingen soms het geval is. De kwantitatieve benadering mag niet leidend zijn. Brancheverruiming op perifere locaties is veelal niet de oplossing voor het probleem voor het continuïteitsprobleem van perifere winkellocaties.

Vernieuwing gaat echter niet alleen om de verhouding tussen centrale winkelgebieden en perifere bewinkeling. Ook tussen de middelgrote winkelgebieden onderling met overlap van verzorgingsgebied is een spanningsveld aanwezig. Hier speelt een positioneringsvraagstuk. Winkelgebieden die dicht bij elkaar gelegen zijn en een zelfde verzorgingsgebied bedienen, zullen keuzen moeten maken. Duidelijk is dat op langere termijn de consumenten én de winkelketens in hun vestigingsplaatsafweging, uiteindelijk de uitkomst bepalen.

Wisselwerking ruimtelijk beleid en economisch beleid

De gemeente is verantwoordelijk voor het formuleren van ruimtelijk beleid op basis van het omgevingsrecht. Zij stelt het regionaal detailhandelsbeleid vast, werkt dit uit in lokaal detailhandelsbeleid en vertaalt dat in bestemmingsplannen. Omdat de toekomst onvoorspelbaar is, wordt het principe van uitnodigingsplanologie gehanteerd. De lijn daarbij is dat gemeenten niet op voorhand ruimte gaan geven in bestemmingsplannen maar goede initiatieven wel zo snel mogelijk willen faciliteren. Gemeenten beoordelen marktinitiatieven op basis van onderhavig detailhandelsbeleid. Dit vraagt een positieve houding ten opzichte van gewenste ontwikkelingen en een terughoudende en afwijzende houding bij ongewenste ontwikkelingen.

3.3 Doelstellingen

Concentratie in compacte perspectiefrijke bestaande centrumgebieden

De meerwaarde van concentratie c.q. clustering van winkels is, dat bedrijven kunnen profiteren van gemeenschappelijke faciliteiten, elkaars nabijheid en aantrekkingskracht. De consument heeft als voordelen: gemak, overzichtelijkheid, herkenbaarheid en ruimere keuzemogelijkheden. Clustering resulteert daardoor in meer bezoekers. Ook draagt concentratie bij aan beperking van het aantal verkeersbewegingen. Nieuwe initiatieven moeten passend zijn bij de schaal en het verzorgingsniveau van het winkelgebied. Concentratie van detailhandel in het kernwinkelgebied moet leiden tot compacte centrumgebieden.

Versnippering tegengaan

Het regionale beleid is er op gericht winkelvoorzieningen in de bestaande centra te clusteren en een verdere verspreiding van de detailhandel op locaties buiten de concentraties te voorkomen. Dit betekent dat er terughoudend om moet worden gegaan met nieuwe

detailhandelsontwikkelingen buiten de detailhandelsstructuur en waar gewenst de verspreide bewinkeling zelfs teruggedrongen wordt.

Perifere winkels met afgebakende branchering

De perifere detailhandel is nadrukkelijk aanvullend of complementair aan de reguliere winkelcentra. Dat was jaren geleden ook de reden voor het ontstaan van perifere concentraties. Handhaving van deze complementariteit vormt dan ook het uitgangspunt voor het beleid met betrekking tot de detailhandel op perifere locaties. Op perifere locaties kan ruimte geboden worden aan branches en soorten winkels die vanwege het volumineuze karakter van de gevoerde artikelen en/of de aard en de schaal van de zaak niet of zeer moeilijk inpasbaar zijn in of aan de rand van de bestaande winkelcentra.

De afzonderlijke gemeenten worden opgeroepen de vestigingsmogelijkheden voor perifere detailhandel op hun bedrijventerreinen te beperken. Dit kan door in het kader van de actualisatie van bestemmingsplannen voor een of enkele locaties de vestigingsmogelijkheden middels afwijkingsbevoegdheden te handhaven, maar voor anderen de mogelijkheden te schrappen. Ook kan via leegstandsregelingen de huidige versnippering beperkt worden. Op deze wijze wordt ook op het laagste niveau bijgedragen aan een verdere ruimtelijke concentratie van perifere detailhandel. De uitwerking hiervan is een gemeentelijke verantwoordelijkheid, maar de regio kan wel een rol spelen in de monitoring van de voortgang op dit gebied.

Bijzondere detailhandel

Het accent op compacte winkelgebieden en winkelconcentraties, vraagt extra aandacht voor nieuwe winkellocaties die (kunnen) ontstaan buiten de bestaande detailhandelsstructuur, zoals bedrijventerreinen, en Business- to- Business (B2B) concepten die zich op consumenten richten, maar ook bijvoorbeeld stationslocaties en boerderijwinkels op het platteland. Nieuwe ontwikkelingen dienen zoveel mogelijk plaats te vinden binnen de bestaande perspectiefrijke winkelcentra. Ontwikkelingen daarbuiten worden in principe niet toegestaan, tenzij deze een aantoonbare meerwaarde leveren aan de detailhandelsstructuur en de consumentenverzorging (zie ambities). De ruimtelijke invalshoek is bepalend of nieuwe initiatieven van meerwaarde zijn. Zo kan een boerderijwinkel bijdragen aan de vitaliteit van het landelijk gebied en in een toeristisch-recreatieve behoefte voorzien. Een veelheid van ontwikkelingen in het landelijk gebied mag niet het bestaansrecht van een centrumgebied ondermijnen.

Overbodig aanbod en bestemmingsplancapaciteit uit de markt halen

Vestigingsmogelijkheden in winkelgebieden of verspreide bewinkeling dat geen perspectief meer heeft, wordt in samenwerking met marktpartijen uit de markt gehaald. Dat geldt niet alleen voor bestaand aanbod, maar ook voor onbenutte plancapaciteit. In 2013 is in het kader van de detailhandelsfoto voor Noordoost-Brabant een analyse gemaakt van de harde (bestemmingsplan beschikbaar) en zachte plannen (initiatief) in de regio. Het totaal kwam toen uit om een plan- en initiatiefomvang van bijna 110.000 m² wvo. Er heeft een

globale actualisatie van de plannen en initiatieven plaats gevonden. Daaruit blijkt dat er in de afgelopen 2 jaar een aantal plannen en initiatieven zijn terug getrokken of gewijzigd, waardoor de omvang met ca. 25.000 m² is verminderd. Het grootste deel van de planreductie komt voor rekening van Oss. Dit betekent echter voor de regio als geheel nog steeds dat er zo'n 85.000 m² wvo boven de markt hangt. Voor de exploitant kan in dat geval verplaatsing naar een perspectiefrijk gebied nog een optie zijn. Hierbij worden beschikbare en in ontwikkeling zijnde beleidsinstrumenten ingezet waar mogelijk. Dit is vaak geen eenvoudige opgave en vraagt inspanning van de kant van de gemeente om het overleg hierover te initiëren. Een struikelblok is vaak de historische vastgoedwaarde en het vinden van alternatieve invullingen.

Kennisuitwisseling

Een manier om de inzet van beleidsinstrumenten te stimuleren, is het verhogen van de kennis bij de individuele gemeenten over de detailhandelsontwikkelingen, de detailhandelsproblematiek en de mogelijke oplossingen daarvoor. Dit kan onder meer door het stimuleren van de uitwisseling van de bij de gemeenten en andere betrokken partijen aanwezige kennis en ervaringen. Specifiek valt te denken aan kennisontwikkeling op het gebied van planschade en leegstandsbestrijding.

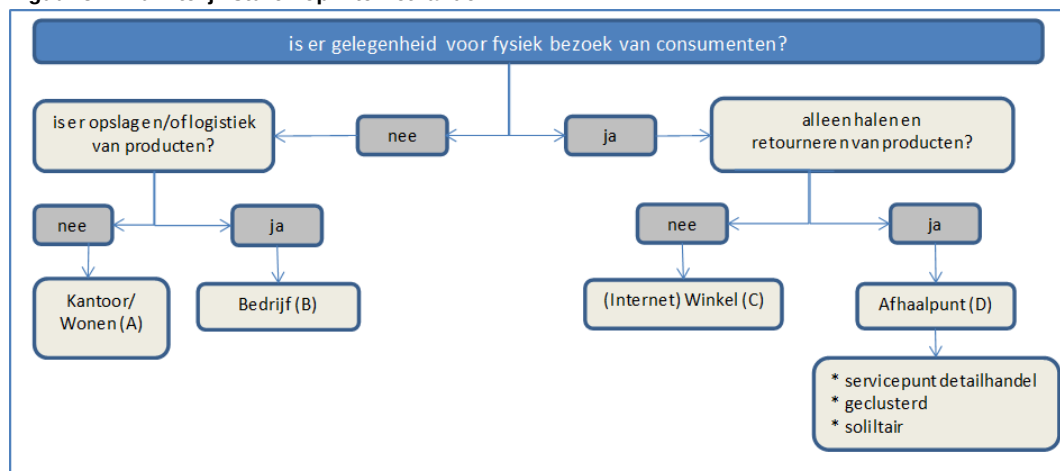
Internethandel

Internethandel is sterk in ontwikkeling en de vernieuwing hierin dient niet geblokkeerd te worden. Wel zal ook internethandel zich moeten voegen in de eerder geformuleerde ambities voor de detailhandel indien sprake is van directe detailhandel. In de bijlage wordt uitgebreid ingegaan op de verschillende verschijningsvormen van internethandel en hoe deze beoordeeld moeten worden. In deze paragraaf komen de kernpunten aan bod.

In bijgevoegd figuur 3.1 is afgebeeld volgens welke afweging bepaald wordt of in geval van internethandel sprake is van detailhandel waarop het regionale detailhandelsbeleid van toepassing is. Het kerncriterium is of de locatie voor internethandel voor de consument toegankelijk is. Als dat niet zo is dan is er geen sprake van detailhandel (zie linkerdeel schema).

Als er wel fysiek klantencontact bij het internetbedrijf mogelijk is, is er wel al gauw sprake van een vorm van detailhandel. Als het alleen mogelijk is om vooraf bestelde goederen af te halen of te retourneren dan is er sprake van afhaalpunten. Is er meer mogelijk, bijvoorbeeld ter plekke nog artikelen bestellen of uitzoeken in een showroom, dan is er sprake van een winkel en valt dit onder het onderhavige detailhandelsbeleid. Vestiging hoort dan thuis in een winkelcentrum c.q. op een detailhandelsbestemming.

Figuur 3.1: Ruimtelijk sturen op internethandel



Afhaalpunten zijn een nieuw opkomend fenomeen. Voor de regio is het van belang dat de vestigingsmogelijkheden van afhaalpunten de detailhandelsstructuur niet ondermijnen maar versterken. Daarom gelden de volgende regionale kaders.

- Vestiging van afhaalpunten vindt bij voorkeur plaats in de bestaande winkelgebieden. Afhaalpunten versterken de functie van winkelcentra. Vanuit ruimtelijk-functionele optiek is het onderscheid tussen winkels en afhaalpunten ook niet groot.
- Afhaalpunten buiten de winkelgebieden zijn wel voorstelbaar op locaties of in zones waar al een concentratie van publieksgerichte voorzieningen aanwezig is en die goed bereikbaar zijn. Voorbeelden zijn de perifere woonboulevards of trafficpunten met een cluster van voorzieningen gericht op de reiziger of automobilist.
- Met de vestiging van afhaalpunten op solitaire locaties, zonder enige andere vorm van publieksgerichte voorzieningen, moet zeer terughoudend worden omgegaan. Solitaire vestiging van een afhaalpunt is altijd maatwerk en kan alleen als door zeer specifieke omstandigheden vestiging in een bestaand winkelgebied of bovenstaande clustering niet mogelijk is.
- Belangrijk is dat afhaalpunten buiten de winkelgebieden ook afhaalpunten blijven. Een doorontwikkeling naar 'gewone' winkels moet voorkomen worden. Showrooms zijn dus niet toe te staan.
- Het is belangrijk dat gemeenten het beleid voor de verschillende vormen van internethandel goed verankeren in het ruimtelijke (detailhandels)beleid en doorvertalen in bestemmingsplannen. Het is verstandig om afhaalpunten niet rechtstreeks in bestemmingsplannen op te nemen, maar onder vergunning te plaatsen. Zo kan een vinger aan de pols gehouden worden. Een goede begripsomschrijving van een afhaalpunt is onmisbaar voor een goede planologische regeling. Een gangbare begripsomschrijving luidt: "een locatie waar de consument uitsluitend via internethandel bestelde goederen kan afhalen of retourneren, waar uitsluitend logistiek en opslag van bestelde goederen gedurende een korte periode plaatsvindt en waarbij geen

sprake is van uitstalling ten verkoop en/of overige activiteiten”⁵. Naleven is van groot belang om regels effectief te laten zijn. Dat betekent dat ook ingezet moet worden op controle en handhaving.

3.4 Positionering winkelgebieden afgestemd op perspectief verzorgingsniveau

Voor de positionering van winkelgebieden gaan we uit van de ruimtelijke structuur van de regionale detailhandel en ruimtelijke verzorgingsfunctie/verzorgingsbereik van de winkelgebieden. In de regio Noordoost-Brabant onderscheiden we winkelgebieden op 5 verschillende verzorgingsniveaus:

- bovenregionaal;
- regionaal;
- beperkt regionaal;
- zeer beperkt regionaal;
- lokaal.

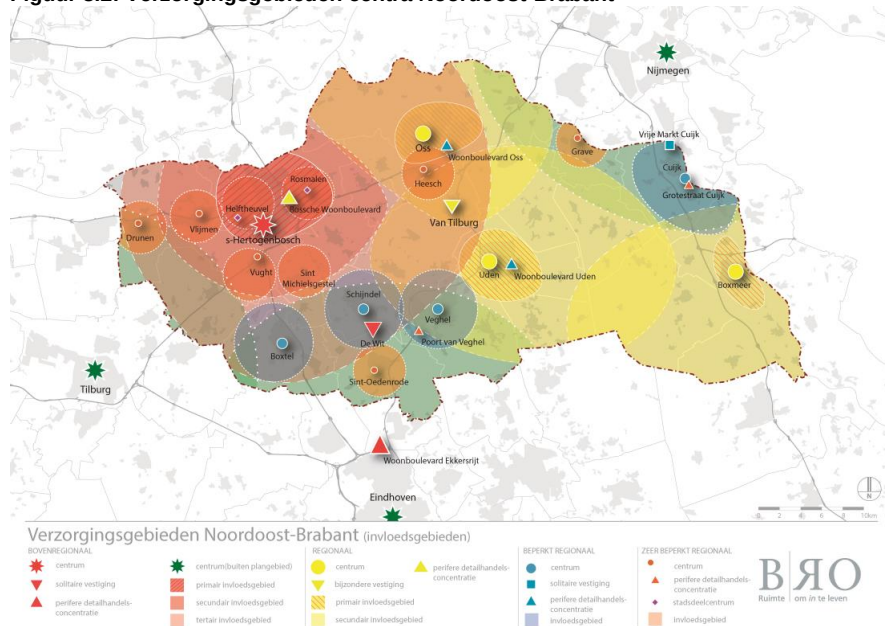
Een aantal aspecten is bepalend voor het verzorgingsniveau van een winkelgebied:

- De grootte van een winkelgebied:
 - aantal winkels (dagelijks & niet-dagelijks);
 - oppervlak winkels (dagelijks & niet-dagelijks).
- Draagvlakpotentie:
 - aantal inwoners verzorgingsgebied en groei of krimp in de toekomst;
 - koopstromen die bepalend zijn voor de verzorgingsfunctie (verdiepingsslag regionale detailhandelsfoto).
- Geografische positie:
 - spreiding van de winkelgebieden over de regio om in de consumentenverzorging op redelijke afstand van de woongebieden te kunnen voorzien.
- Concurrentiepositie:
 - interesse consument bepaalt of winkelgebieden bezocht of overgeslagen worden;
 - toeristische aantrekkingskracht;
 - uniciteit in aanbod en ruimtelijke kwaliteiten;
 - omzetindicatie;
 - complementaire voorzieningen in de vorm van andere consument gerichte activiteiten zoals horeca, diensten en cultuuraanbod.

Op basis van de bovenstaande aspecten zijn de verzorgingsniveaus in Noordoost-Brabant op onderstaand kaartbeeld en tabel weergegeven. In bijlage 2 en 3 zijn de bovenstaande aspecten verder toegelicht.

⁵ Bron: Kamer van Koophandel, Internethandel, keuze in beleid en vertaling in bestemmingsplannen, maart 2013

Figuur 3.2: Verzorgingsgebieden centra Noordoost-Brabant



Tabel 3.1: Indeling winkelconcentraties naar verzorgingsniveau

Winkelconcentratie	Verzorgingsniveau	Aantal winkelgebieden	Centra
Centrum	Bovenregionaal	1	's-Hertogenbosch
Centrum	Regionaal	3	Oss, Uden, Boxmeer
Centrum	Beperkt regionaal	4	Veghel, Boxtel, Cuijk, Schijndel
Centrum	Zeer beperkt regionaal	8	Drunen, Grave, Sint-Oedenrode, Vlijmen, Vught, Heesch, stadsdeel-centra Rosmalen, Helftheuvel ('s-Hertogenbosch) en Sint-Michielsgestel
Overig centrumgebieden	Lokaal	66	Kernverzorgend centrum klein Buurt- en wijkwinkelcentra Kleine kernen (< 5.000 inwoners met winkelaanbod)
Perifere detailhandelsconcentratie	Regionaal	1	Bosche Woonboulevard
Perifere detailhandelsconcentratie	Beperkt regionaal	2	Woonboulevard Oss, Woonboulevard Uden
Perifere detailhandelsconcentratie	Zeer beperkt regionaal	2	Poort van Veghel, Grotestraat Cuijk

De regionale detailhandelsvisie doet geen uitspraken over het lokale verzorgingsniveau. Dit betreft de winkelclusters 'overig centrumgebieden' en 'perifere detailhandelsconcentraties lokaal' die voorzien in de lokale behoefte. Voor nieuwe initiatieven en uitbreidingen vallen deze verzorgingsgebieden wel onder het afsprakenkader.

3.5 Perspectief en spanningsveld per verzorgingsniveau

In deze regionale detailhandelsvisie staat de consumentenverzorging centraal en wordt dit ruimtelijk vertaald naar ontwikkelingsrichtingen voor winkelgebieden. De verschillende hiervoor geschetste verzorgingsniveaus zijn navolgend uitgewerkt naar toekomstperspectief en het spanningsveld dat de winkelgebieden binnen deze verzorgingsniveaus onder vinden.

Bovenregionaal

In de regio Noordoost-Brabant bevindt zich slechts één winkelgebied in de categorie bovenlokaal, namelijk 's-Hertogenbosch. Ook voor dit grootste winkelgebied in de regio geldt dat het in de kern compacter en intensiever bewinkeld is. In de randen van de kern is sprake van functieverkleuring met een eigen profiel dat vanuit de functie en ligging van het deelgebied wordt ingevuld. Leegstand transformeert naar perspectiefrijke nieuwe functies zoals wonen, dienstverlening, ambacht, zorg, leisure, etc. De binnenstad als geheel is meer gericht zijn op beleving, gastvrijheid en dienstbaarheid voor de consument in alle facetten. Maar ook meer gericht op gebruik ter plekke (evenementen, festivals, horeca, leisure) en minder op de verkoop van producten.

's-Hertogenbosch heeft al een goede uitgangspositie met een onderscheidend en geprofileerd karakter, en vele unieke aanbodelementen en ruimtelijke kwaliteiten. De actoren in de binnenstad zullen nog intensiever en professioneler moeten samenwerken om het beoogde kwaliteitsniveau en de bezoekersbeleving waar te kunnen maken. In de grote binnensteden zal de verweving van moderne technologie steeds belangrijker worden en zal meer gewerkt worden vanuit een merkbeleving met een doordachte marketingstrategie.

Het spanningsveld dat de Bossche binnenstad met andere winkelgebieden ondervindt, is binnen de regio Noordoost-Brabant niet zo groot. De binnen de regio aanwezige winkelgebieden zijn aanzienlijk kleiner en bedienen een andere doelgroep. 's-Hertogenbosch ondervindt meer invloed van de omliggende bovenlokale winkelgebieden zoals in Nijmegen, Eindhoven, Tilburg en Utrecht.

Regionaal

De drie regionaal verzorgende winkelgebieden in Noordoost-Brabant zullen te kampen krijgen met terugval in het winkelaanbod. Zijn ondervinden enerzijds concurrentie van de nabij gelegen grote binnensteden ('s-Hertogenbosch, Eindhoven, Nijmegen) met veel diversiteit, verrassing en beleving en anderzijds van de kleinere winkelgebieden in de directe omgeving die gericht zijn op een ruim dagelijks aanbod, goede bereikbaarheid en parkeren en een overzichtelijk en op gemak gericht winkelgebied vormen. De regionale centra worden compacter in de kern en zullen keuzes moeten maken in de profilering. In deze groep zullen naar de toekomst toe winnaars en verliezers gaan ontstaan als het gaat om de winkelfunctie en de regionale verzorging. Winkelketens zullen de positie van deze winkelgebieden gaan bepalen. De grotere ketens kiezen voor de grotere winkelge-

bieden. Voor deze centra kan het samenspel tussen detailhandel met horeca, cultuur, leisure, ambacht, etc. perspectief bieden. In deze groep winkelgebieden zullen het centrum van Oss en Uden meer invloed op elkaar gaan uitoefenen gezien de nabijheid. Boxmeer ligt wat afzijdig in de regio, maar kent een verzorgingsgebied van beperktere omvang en staat meer onder invloed van Nijmegen en Venray. Het regionale ruimtelijk-functionele spanningsveld waarin deze winkelgebieden zich bevinden, bestaat uit:

- de bovenregionale winkelgebieden binnen en buiten Noordoost-Brabant ('s-Hertogenbosch, Eindhoven, Nijmegen);
- de regionale winkelgebieden onderling, met name Oss en Uden, maar ook in beperktere mate Uden en Boxmeer;
- de beperkt en zeer beperkt regionaal verzorgende winkelgebieden die waar mogelijk de consument met name op het aspect van dagelijks aanbod sterke zullen binden;
- en tot slot de perifere winkelgebieden en solitaire perifere vestigingen voor zover daar sprake is van een ruimere branchering dan traditioneel in de periferie aanwezig is. De Grotestraat in Cuijk is daar met bruin- en witgoed, speelgoed en food een voorbeeld van.

Beperkt en zeer beperkt regionaal

Deze winkelgebieden, waarvan er in Noordoost-Brabant 11 aanwezig zijn, zullen in de toekomst eveneens winkelaanbod in gaan leveren. Deze winkelgebieden zullen zich in toenemende mate profileren als gemakscentra waar aspecten zoals bereikbaarheid, parkeren en compleetheid in dagelijks aanbod doorslaggevend zijn. In de profilering kan toerisme en recreatie eventueel bijzondere accenten zetten, mits de ligging of de uitstraling van het winkelgebied dit mogelijk maken. Het spanningsveld waarin deze centra zich bevinden bestaat uit:

- de grotere regionale en bovenregionale centra, afhankelijk van de ligging;
- de andere beperkt en zeer beperkt regionaal functionerende winkelgebieden in de omgeving;
- de nabij gelegen perifere concentraties en solitaire vestigingen als hier sprake is van overlapping in de branchering. De relatie Grotestraat Cuijk en het centrum van Cuijk is daar een voorbeeld van.

Perifere detailhandelsconcentraties

In de toekomst zal het aantal woonboulevards afnemen. Er is een concentratieontwikkeling gaande naar enkele bovenregionale locaties die in oppervlakte gaan toenemen. In Noordoost-Brabant is geen grote concentratie aanwezig. De meest dichtbij gelegen grote woonboulevard is Ekkersrijt bij Eindhoven. De kleinere en middelgrote perifere detailhandelslocaties zullen het steeds zwaarder krijgen. Op lokaal niveau blijft behoefte bestaan aan gangbaar perifeer aanbod zoals de bouwmarkten en tuincentra en voor de wat grotere concentraties de frequent bezochte specifieke woonwinkels zoals bijvoorbeeld Leen Bakker, Kwantum en Carpetright. Brancheverbreding lost het probleem van dreigende leegstand op perifere locaties niet op, maar zal voor een toenemende verstoring van de complementaire verhouding zorgen ten opzichte van de centrale winkelge-

bieden. Het spanningsveld waarin zich de perifere detailhandelsconcentraties in Noord-oost-Brabant zich bevinden bestaat uit:

- de grote perifere winkelconcentraties buiten de regio;
- de verspreide perifere bewinkeling in de regio;
- de perifere concentraties onderling, waarbij met name de 3 dicht bij elkaar gelegen concentraties in Oss, Uden en Veghel elkaar sterk beïnvloeden.

Lokaal

De overige winkelcentra in Noordoost-Brabant hebben vooral een lokale verzorgingsfunctie. Dit zijn vooral de voorzieningen in de kleinere plaatsen en de buurt- en wijkcentra in de grotere plaatsen. Ook de categorie 'kleine kernen' (plaatsen met mindere dan 5.000 inwoners) hoort hierbij. Noordoost-Brabant telt 19 plaatsen met tussen de 10 en 50 winkels, 7 van deze plaatsen vallen in de categorie kleine kernen. In de toekomst zullen deze plaatsen steeds minder voorzieningen aan kunnen bieden aan hun inwoners.

Behoud van de supermarkt (in het centrum) is belangrijk voor het voortbestaan van ander aanbod in de detailhandel. Supermarkten zijn namelijk belangrijke trekkers in deze kernen. Het spanningsveld waarin de winkelgebieden met een lokale verzorgingsfunctie zich bevinden is dat van de net erboven gelegen categorie beperkt en zeer beperkt regionaal functionerende winkelgebieden. Deze winkelgebieden hebben een groter draagvlak en dus meer mogelijkheden om een aantrekkelijk dagelijks aanbod in stand te houden.

4. AFSPRAKEN- EN TOETSINGSKADER

4.1 Inleiding

Op basis van de uitspraken in hoofdstuk 3 wordt de vertaalslag gemaakt naar een afspraken- en toetsingskader. Het afsprakenkader vat de kernpunten samen die in regionaal verband tussen de gemeenten onderling gemaakt zijn. Het toetsingskader geeft de criteria aan wanneer een nieuwe winkelontwikkeling met de gemeenten die hiervan invloed kunnen ondervinden, afgestemd moet worden.

4.2 Afsprakenkader

Kernpunten afsprakenkader

Op basis van de ambities en doelstellingen van het detailhandelsbeleid zijn de volgende afspraken gemaakt:

- In de toekomst zijn minder detailhandelsmeters nodig, er wordt terughoudend omgegaan met nieuwe ontwikkelingen.
- Kwaliteitsimpulsen staan voorop in plaats van kwantitatieve uitbreiding van winkel-aanbod.
- Nieuwe ontwikkelingen dienen zo veel mogelijk een plek te krijgen in structuurbepalende winkelgebieden zoals die beschreven zijn bij de positionering van de winkelgebieden (paragraaf 3.4). Ook de lokaal verzorgende centrumgebieden hebben in die structuur een belangrijke verzorgingspositie.
- Concentratie vindt plaats in het kernwinkelgebied, in de randen is ruimte voor functie-transformatie.
- Verspreide bewinkeling, voorzover die het functioneren van centrumgebieden kan aantasten, dient zo veel mogelijk te worden teruggedrongen.
- Overbodig aanbod en ongebruikte bestemmingsplancapaciteit samen met marktpartijen uit de markt halen.
- Perifere concentraties zijn nadrukkelijk complementair aan de reguliere centrumgebieden.
- Brancheverruiming op perifere detailhandelsconcentraties dient zo veel mogelijk voorkomen te worden.
- Internethandel in de vorm van afhaalpunten vindt bij voorkeur plaats in de winkelgebieden of op goed bereikbare locaties waar al een concentratie van publieksgerichte voorzieningen aanwezig is. Alle andere vormen van internethandel met fysieke bezoekmogelijkheden voor de klanten geldt als reguliere detailhandel.

Nieuwe initiatieven, die afwijken van vigerende bestemmingplannen, dienen afgewogen te worden op de effecten voor winkelgebieden in de invloedssfeer van het initiatief. De impact van het initiatief is ook afhankelijk van de aard en omvang van het initiatief in relatie tot het verzorgingsgebied waar de ontwikkeling geprojecteerd is. Daartoe wordt gewerkt met een systematiek van drempelwaarden.

Perifere detailhandel

De perifere detailhandel vraagt bijzondere aandacht in het afsprakenkader. Bij perifere detailhandel wordt uitgegaan van complementariteit aan de regulier centrale winkelgebieden. In de afgelopen jaren is door verschillende ontwikkelingen in Noord Brabant, maar ook in andere provincies een duidelijke afbakening zichtbaar geworden van branches die in vrijwel alle gevallen complementair zijn aan het aanbod in centrale winkelgebieden. Detailhandel die zich in alle regiogemeenten in principe op de daartoe aangewezen perifere locaties (perifere concentraties, bedrijventerreinen of delen daarvan) mag vestigen, mits qua omvang passend bij de verzorgingsfunctie van de kern of de locatie, is:

- detailhandel in auto's, motoren, boten, caravans en tenten (beide laatste in combinatie met kampeerartikelen);
- detailhandel in automaterialen (in relatie met inbouw);
- detailhandel in keukens, badkamers, sanitair, tegels;
- bouwmarkten en andere allround doe-het-zelf zaken;
- tuincentra (inclusief dierenbenodigdheden en –voeding en woondecoratie);
- detailhandel in (zeer) volumineuze artikelen zoals zonwering, tuinhuisjes, buitenspeeltoestellen, zwembaden, tuinbeelden, haarden en kachels, grafzerken, (paarden)trailers, aanhangwagens, etc.;
- brand- en explosiegevaarlijke stoffen, grove bouwmaterialen, landbouwwerktuigen.

Vestiging van winkels behorende tot de woninginrichtingsbranche (meubelen, vloerbedekking, woningtextiel, verlichting, babywoonwinkels) is bij voorkeur voorbehouden aan de 5 tot de hoofdstructuur behorende perifere winkelgebieden. De branches bruin- en witgoed, sport en speelgoed, behoren in principe tot het aanbod van de reguliere centrale winkelgebieden. In de overige regio's van Noord Brabant is dit aanbod in enkele situaties in perifere winkelgebieden gevestigd. In de regio Noordoost-Brabant wordt er, gezien de kwetsbaarheid van de centrale winkelgebieden, niet voor gekozen. Een uitzondering daarop is eventueel de Bossche Woonboulevard. Deze perifere winkelconcentratie bevindt zich in een concurrentieveld met enkele grote omliggende perifere concentraties zoals Ekkersrijt Eindhoven, Zanddonk Waalwijk en Kanaleneiland Utrecht. Daarnaast is het bewaken van de complementariteit met de binnenstad van 's-Hertogenbosch van belang. In het geval van de Bossche Woonboulevard zal een initiatief zorgvuldig in een regionale effectenanalyse onderbouwd moeten worden.

Om de complementariteit van perifere locaties te bewaken, kunnen in bestemmingsplannen beperkende regelingen worden opgenomen. Dit kan gaan om een minimale omvang

van winkels (bijv. 1.000 of 1.500 m² wvo) of soort winkel (branchering) zoals hiervoor toegelicht. Brancheringsregels voor perifere locaties kunnen in principe nog steeds in bestemmingsplannen opgenomen worden, indien de motivering vanuit een goede ruimtelijke ordening en een 'gezonde' dynamiek plaatsvindt en niet vanuit concurrentie met bestaand winkelaanbod.

4.3 Toetsingskader

Kwantitatieve drempelwaarden op basis van positionering winkelgebieden

Winkelgebieden ontwikkelen in de toekomst steeds nadrukkelijker een eigen profiel, gericht op de behoeften in het verzorgingsgebied. Op basis van kwalitatieve aspecten van een initiatief kan echter geen inschaling gemaakt worden in initiatieven die regionaal getoetst moeten worden. Nieuwe initiatieven worden gemotiveerd vanuit de (regionale) behoefte de afweging van effecten op winkelgebieden. Voor afhaalpunten op solitaire locaties moet altijd afstemming plaatsvinden met direct omliggende gemeenten, ongeacht de omvang.

Het kwalitatieve afwegingskader is gegeven vanuit de onderhavige visie en de positionering van de winkelgebieden op basis van hun verzorgingsniveaus. Belangrijk is dan ook dat de aard en omvang van het initiatief wordt afgewogen in relatie tot het verzorgingsniveau van het winkelgebied waarin het initiatief wordt beoogd. Met andere woorden dat het initiatief past bij de positie van het betreffende winkelgebied. Juist omdat we zien dat de omvang van de detailhandel en de omvang van de reeds bekende plannen en initiatieven een knelpunt in de regio is, wordt voor het kwantitatieve criterium gekozen. Als een initiatief in een winkelgebied met een bepaald verzorgingsniveau groter is dan de genoemde drempelwaarde dan is regionale afstemming vereist. Initiatieven onder de drempelwaarde worden geacht passend te zijn bij het verzorgingsniveau van het winkelgebied.

De drempelwaarden zijn als volgt vastgelegd:

- bovenregionaal: > 5.000 m² wvo;
- regionaal: > 2.500 m² wvo;
- beperkt en zeer beperkt regionaal: > 1.500 m² wvo;
- perifeer winkelgebied/winkel: > 1.500 m² wvo binnen PDV⁶;
- perifeer winkelgebied/winkel: altijd bij afwijking van PDV;
- alle initiatieven niet behorende tot bovengenoemde bullets: > 500 m² wvo.

De laatst genoemde drempelwaarde impliceert dat ook plannen voor lokale winkelgebieden of solitaire perifere winkelontwikkelingen grote 500 m² wvo regionale afstemming plaats moet vinden met de buurgemeenten.

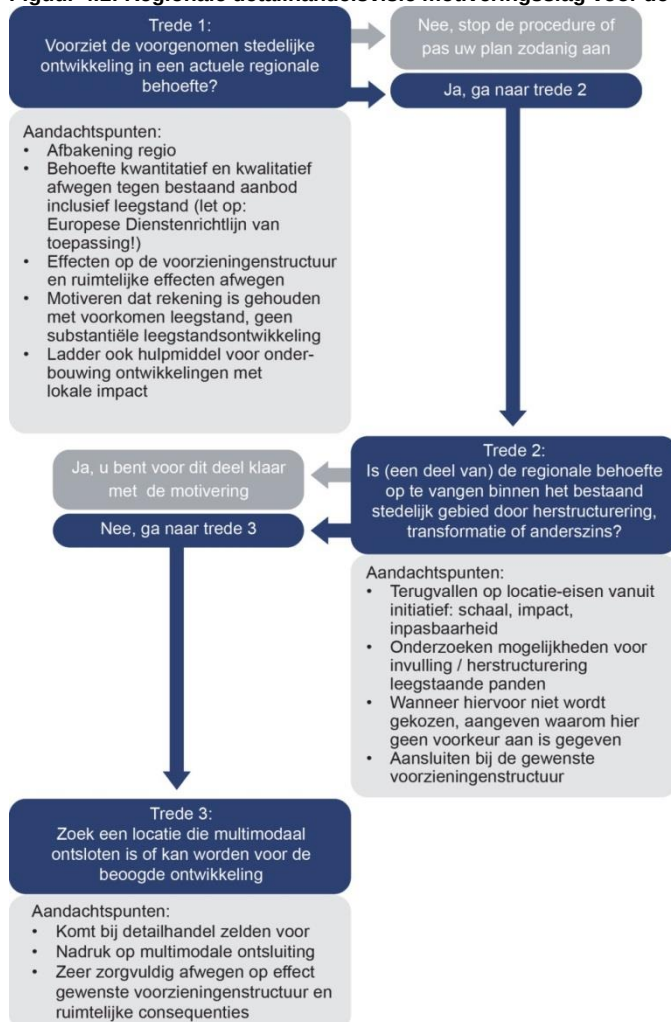
⁶ PDV: branches wonen, doe-het-zelf, plant & dier (de branches sport- en spel, bruin- en witgoed, rijwielen en levensmiddelen vallen hier expliciet niet onder)

Ladder voor duurzame verstedelijking

De ladder voor duurzame verstedelijking (de ladder) is in veel gevallen een procesvereiste in het Besluit ruimtelijke ordening (Bro) en heeft als doel het bevorderen van zorgvuldig stedelijk ruimtegebruik. De lokale toetsingsgrondslag voor detailhandelsinitiatieven is het gemeentelijk detailhandelsbeleid én de ladder. Het Besluit ruimtelijke ordening geeft aan dat verplichte toepassing van de ladder voor bestemmingsplannen en andere verbindende plannen geldt, die nieuwe stedelijke ontwikkelingen mogelijk maken. Uit de jurisprudentie komt naar voren dat het wel een nieuwe stedelijke ontwikkeling van enige omvang moet zijn.

Bij overstijging van de regionale drempelwaarden dient toetsing plaats te vinden volgens onderhavige visie. De regionale detailhandelsvisie is hiermee een kwantitatief en kwalitatief afwegingskader voor de 1^e en 2^e trede van de ladder. In het hierna opgenomen schema wordt de ladder toegelicht als instrument voor de regionale toetsing.

Figuur 4.1: Regionale detailhandelsvisie motiveringslag voor de ladder voor duurzame verstedelijking



Subregionale visie detailhandel Land van Cuijk

De gezamenlijke gemeenten in het Land van Cuijk hebben een regiovisie op subregionaal niveau opgesteld (voor de gemeenten Boxmeer, Cuijk, Grave, Mill en Sint Hubert, Sint Anthonis). De detailhandelsvisie voor het land van Cuijk past in de kaders van de regionale detailhandelsvisie van Noordoost Brabant en is een verdere uitwerking op subregionaal niveau. Onderscheidend is dat de indeling van de kernen in de subregionale visie meer gebaseerd zijn op gelijkheid. De vijf hoofdkernen (Boxmeer, Cuijk, Grave, Mill, St. Anthonis) zorgen gezamenlijk voor de regiodekking op het gebied van detailhandel, ieder vanuit de eigen kwantitatieve en kwalitatieve kenmerken (aanbod, sfeer, etc.). De reikwijdte van Boxmeer en Cuijk is daarbij overigens wel groter dan bijvoorbeeld Mill of Sint Anthonis. In de visie wordt met name ingezet op versterking van de diversiteit aan kwaliteiten in de verschillende hoofdkernen en op meer samenwerking tussen de hoofdkernen van het Land van Cuijk. De afspraken voor afstemming in het land van Cuijk zijn te beschouwen als aanvullend op het afsprakenkader voor Noordoost Brabant.

5. REGIONALE TOETSING

5.1 Inleiding

Voor de regionale toetsing van detailhandelsinitiatieven zijn de kaders gesteld en de drempelwaarde aangegeven. Uitgangspunt voor de organisatie van de regionale toetsing is eenvoud en efficiëntie. De regio wenst hiervoor geen nieuwe organisatiestructuur in het leven te roepen en heeft als doelstelling geformuleerd dat alleen die gemeenten die rechtstreeks invloed ondervinden van een detailhandelsinitiatief betrokken worden bij de regionale toetsing van effecten.

5.2 Organisatie, informatie en besluitvorming

Processtap 1. Gemeentelijke 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 in de vorm van een 'principe verzoek'⁷ op de college tafel 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. 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 mogelijkheden voor het doorlopen van de ladder. Als het college positief staat tegenover het verzoek dan zal gelijktijdig beoordeeld worden of het initiatief de drempelwaarde voor de regionale toetsing overstijgt. Als dat het geval is, dan wordt het principe verzoek, inclusief het besluit van het college en de motivering, doorgezonden aan Agrifood Capital. Blijft het plan onder de drempelwaarde dan is de verder afhandeling een zuiver gemeentelijk aangelegenheid.

Processtap 2. Regio betrokkenheid

De melding van de gemeente komt binnen bij Agrifood Capital. Daar wordt het initiatief beoordeeld op verzorgingsbereik. Op basis hiervan worden de gemeenten die mogelijk invloed kunnen ondervinden van het initiatief geïnformeerd. De eerder opgestelde positionering van de winkelgebieden in Noordoost-Brabant maakt direct inzichtelijk welke gemeenten over het initiatief geïnformeerd dienen te worden. In de bijgevoegde kaartbeelden (5.1 tot en met 5.4) is dit weergegeven. Dit voorkomt dat gemeenten die op grote afstand gelegen zijn zich zouden moeten uitspreken over een initiatief dat geen impact heeft op de winkelvoorzieningen in de betreffende gemeente.

⁷ In uitzonderingsgevallen kan een initiatief onder de zgn 'kruimelgevallen regeling' vallen. Ook in dat geval wordt uitgegaan van toetsing aan het regionaal detailhandelsbeleid.

Processtap 3. Subregionale afstemming

Agrifood Capital organiseert vervolgens een overleg waarop de betrokken gemeenten kunnen reageren en indien gewenst afstemmen over het initiatief. De gemeente waar het initiatief speelt licht het initiatief en de motivering toe. Dit kan bijvoorbeeld tijdens (of gekoppeld aan) een reguliere werkgroep Werken of, afhankelijk van het tijdspad in een apart overleg met de betrokken gemeenten. Afhankelijk van de impact van het initiatief is behandeling in het Poho Economie aan de orde. Het onderbouwde standpunt van de betrokken gemeenten (individueel of gezamenlijk) wordt schriftelijk kenbaar gemaakt aan de gemeente die het initiatief ondersteunt. Die onderbouwing zou eventueel kunnen bestaan uit een second opinion op de effectenanalyse conform de ladder. Een afschrift van de reactie gaat naar Agrifood Capital en het RRO.

Processtap 4. Oordeelsvorming initiatiefgemeente

De gemeente waar het initiatief speelt, weegt het advies van de subregionale afstemming 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 bij de subregionale afstemming betrokken gemeenten en aan Agrifood Capital en het RRO.

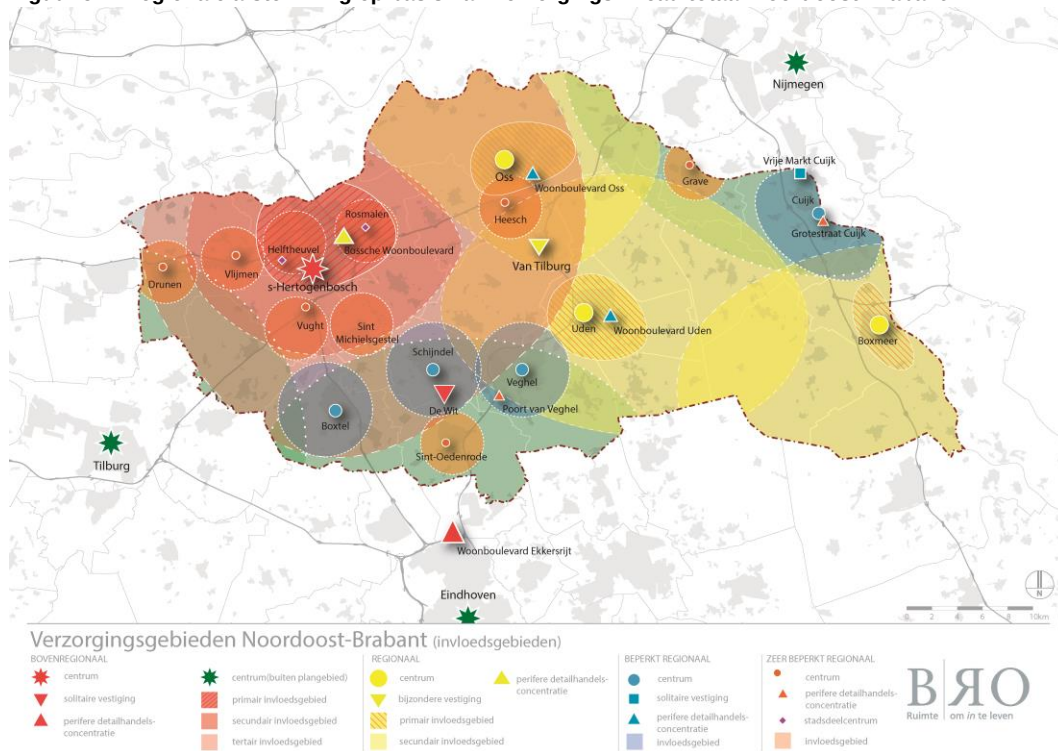
Processtap 5. Tweede subregionale afstemming

Als de afstemming en de besluitvorming plaats vindt in de geest van de regionale detailhandelsvisie dan leidt het initiatief niet tot vervolgacties en heeft de afstemming zijn doel bereikt. Mocht de initiatiefgemeente het advies van de regionale afstemming om het plan aan te passen of geen doorgang te laten vinden verwerpen, dan bestaat er voor de betrokken gemeenten en/of de provincie de mogelijkheid in de te doorlopen procedure voor de bestemmingsplan aanpassing, gezamenlijk of individueel formeel een zienswijze in te dienen.

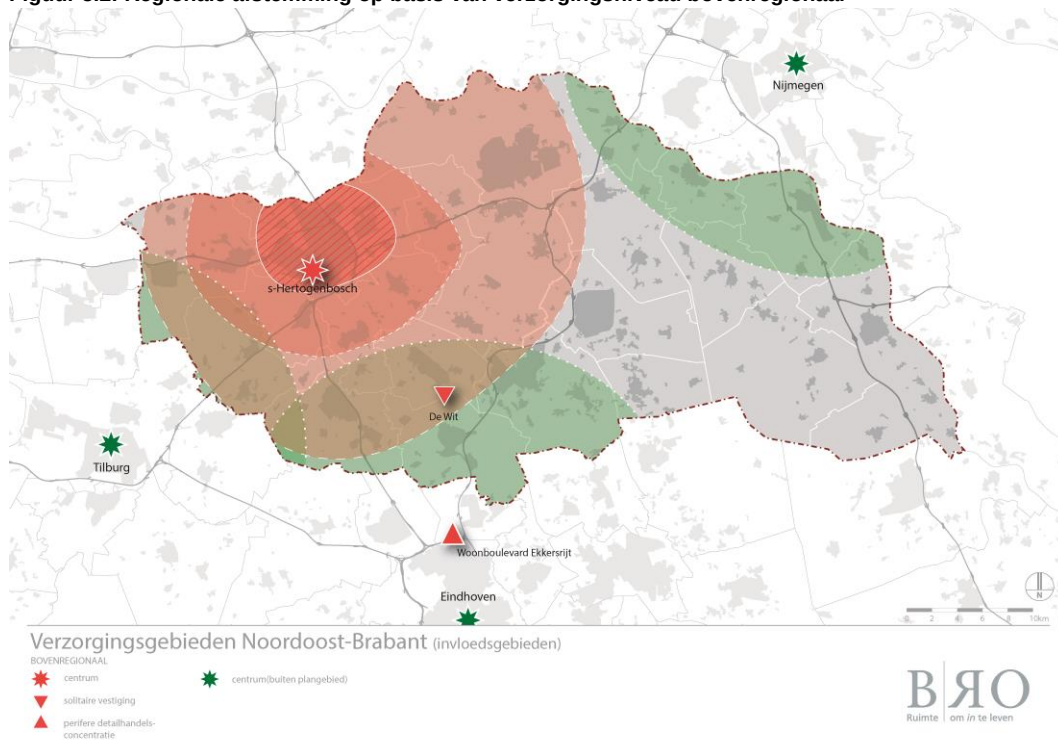
5.3 Rol van Agrifood Capital

In de hiervoor geschetste processtappen voor een individueel initiatief heeft Agrifood Capital een coördinerende en informerende rol en draagt de regio zorg voor de bewaking van het proces. Daarnaast heeft Agrifood Capital een monitorrol. Jaarlijks verzorgt de regio een voortgangsverslag van de resultaten van de regionale afstemming. Door de initiatieven die jaarlijks spelen op een rij te zetten en de wijze van afstemming en de resultaten daarvan vast te leggen, kan de werking van het afsprakenkader getoetst worden en eventueel bijgesteld indien nodig. Agrifood Capital rapporteert hierover aan het Poho Economie en het RRO van de regio.

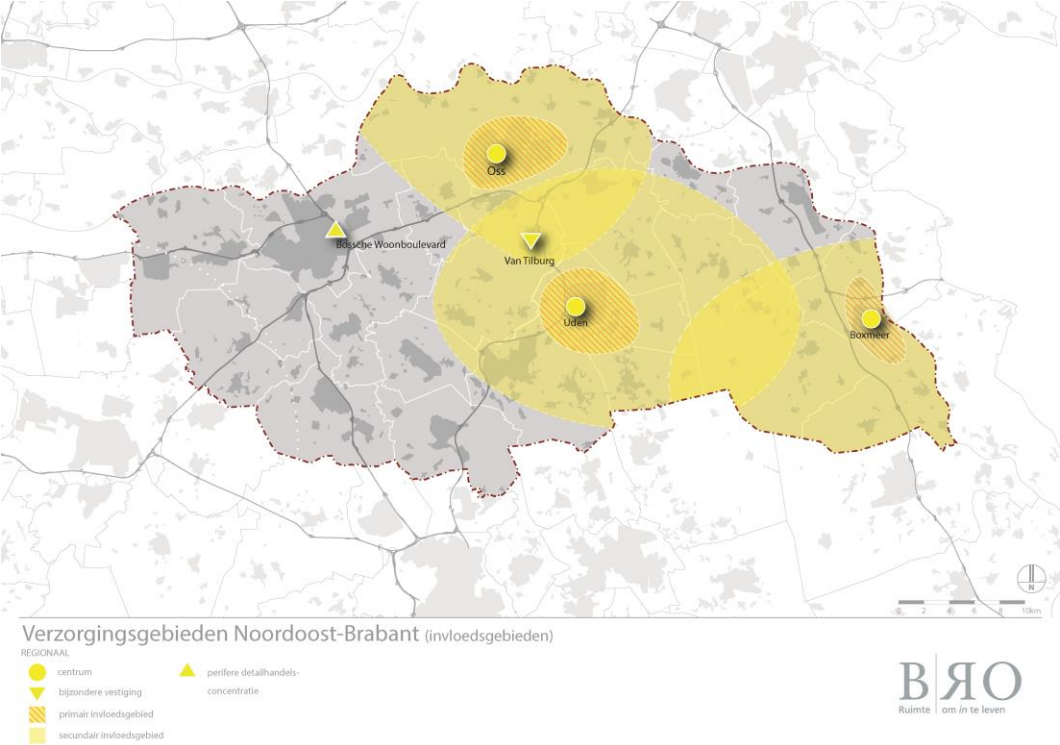
Figuur 5.1: Regionale afstemming op basis van verzorgingsniveau totaal Noordoost-Brabant



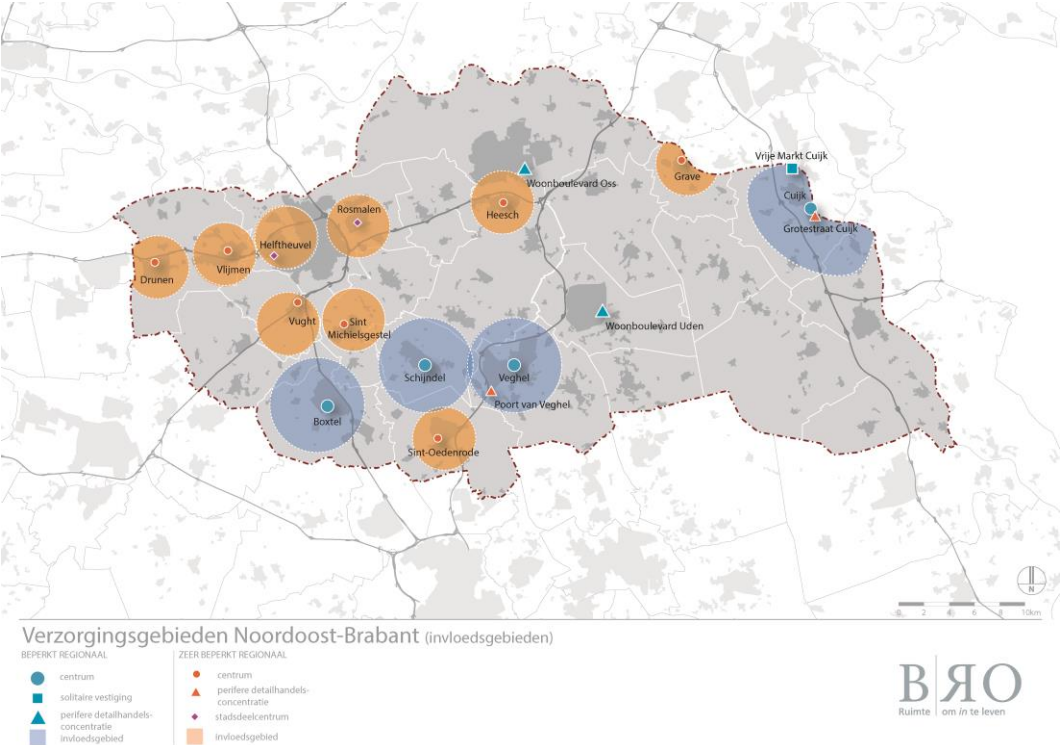
Figuur 5.2: Regionale afstemming op basis van verzorgingsniveau bovenregionaal



Figuur 5.3: Regionale afstemming op basis van verzorgingsniveau regionaal



Figuur 5.4: Regionale afstemming op basis van verzorgingsniveau beperkt en zeer beperkt regionaal



6. UITVOERINGSAGENDA

6.1 Inleiding

De voorliggende regionale detailhandelsvisie is een eerste stap in regionale afstemming. Dat vraagt om een zorgvuldige begeleiding. Daarnaast is er nog een aantal thema's die om een nadere uitwerking vragen en die eventueel in de toekomst onderdeel uit kunnen gaan maken van de regionale detailhandelsvisie. De uitvoeringsagenda benoemt een aantal thema's en geeft aan hoe de uitvoering georganiseerd wordt.

6.2 Thema's voor nadere uitwerking en afstemming

De thema's voor nadere uitwerking en afstemming zijn in te delen in thema's op het gebied van:

- visie en beleid
- en monitoring en kennisuitwisseling

Visie en beleid

Thema's op het gebied van visie en beleid vragen om een inhoudelijke voorbereiding die vervolgens vertaald kan worden in beleid dat onderdeel uit zou kunnen gaan maken van nieuw regionaal detailhandelsbeleid. Daarbij valt te denken aan:

- Toekomst van perifere concentraties: De verwachting is dat perifere concentraties in de toekomst aan grote veranderingen onderhevig zijn als gevolg van het gewijzigde consumentengedrag en de vestigingsplaatskeuzen van ketens in deze branches. De meeste van de concentraties in Noordoost zijn kwetsbaar. Onderlinge afstemming over het perspectief is van belang voor de continuïteit van de consumentenverzorging.
- Bijzondere vormen van detailhandel: binnen de detailhandel en aanverwante activiteiten ontstaan doorlopend nieuwe concepten. De vraag waar en hoe deze al dan niet in de regionale structuur ingepast moeten worden, dient beantwoord te worden. Voorbeelden zijn kringloopwinkels, verkoopconcepten in het buitengebied, etc.
- Instrumentarium: Ten aanzien van het instrumentarium dat toegepast kan worden om het regionaal beleid tot uitvoering te brengen, zijn nog veel vragen te beantwoorden. Bijvoorbeeld ten aanzien van planschade, handhaving, brancheringsregels op perifere locaties, etc.

Monitoring en kennisuitwisseling

Om het effect van het regionale beleid te kunnen toetsen is het noodzakelijk om de veranderingen die in de winkelstructuur optreden te meten en over de consequenties te rapporteren. Het is van belang de ontwikkeling van de detailhandel in Noordoost te volgen (leegstandontwikkeling, aanbodveranderingen in winkelgebieden met verschillende ver-

zorgingsniveaus, draagvlakontwikkelingen, etc.). Ook is het belangrijk de voorgestelde aanpak van de regionale afstemming en het proces daarvoor te volgen en eventueel voorstellen te formuleren om dat bij te stellen als dat nodig is. Het ontwikkelen van een monitoraanpak is een taak die opgepakt moet worden.

Daarnaast is het belangrijk dat er tussen de gemeenten in de regio kennisuitwisseling plaats vindt en goede voorbeelden gedeeld worden. Kennisuitwisseling kan ook plaats vinden op het gebied van lokaal detailhandelsbeleid. De nationale retailagenda⁸ geeft de nodige informatie over de vertaling naar lokaal beleid

6.3 Uitvoeringsorganisatie

De regio zal met de uit te werken thema's aan de slag moeten. Het ligt voor de hand de uitwerking ervan te koppelen aan de werkgroep Werken. Een subwerkgroep uit deze werkgroep werkt samen met Agrifood Capital de thema's uit en koppelt de resultaten terug. Het Poho stelt de subwerkgroep Detailhandel in.

De eerste taak van de subwerkgroep is het opstellen van een plan van aanpak inclusief tijdspad.

⁸ www.rijksoverheid.nl/documenten-en-publicaties/publicaties/2015/03/17/retailagenda.html

Bijlage 1: Noordoost-Brabant sterke en zwakke punten, kansen en bedreigingen⁹

Sterk	Zwak
- De omvang van het winkelaanbod in de regio is in totaliteit normaal, evenals toename in afgelopen 5 jaren - Aanwezigheid bijzonder bovenregionaal-verzorgend hoofdwinkelcentra (Bossche Binnenstad) - De schaalvergroting in Noordoost-Brabant heeft de afgelopen 5 jaren gelijke tred gehouden met de meer algemene ontwikkeling op dit punt. - Aanwezigheid meerdere middelgrote perifere winkelconcentraties, waarvan enkele met aantrekkelijke uitstraling - Sterk dagelijks aanbod in veel kernen (modernisering supermarkten) - Aanwezigheid relatief veel kernen met redelijk uitgebreid, vooral lokaalverzorgd winkelaanbod - Relatief beperkte leegstand gemeten naar aantal panden en winkelruimte, relatief beperkte structurele leegstand. - Enkele bijzondere, grootschalige winkels (De Wit, Van Tilburg) - Afname verspreide bewinkeling	- Beperkt detailhandelsaanbod dagelijkse artikelen met name in subregio 's-Hertogenbosch - Ontbreken van sterk (boven)regionaal verzorgende perifeer winkelgebied - Beperkt aanbod in de woonbranche - Solitaire locatie (deel) grootschalige, bijzondere winkels - Krimp aanbod en/of bovengemiddelde toename leegstand subregio Oss en enkele individuele gemeenten - Iets benedengemiddeld functioneren (omzet per m² vvo) in zowel sectoren dagelijkse als niet-dagelijkse artikelen - Relatief zeer ruim aanbod in het centrale deel van de regio¹⁰

⁹ Bron: Regionale detailhandelsfoto Noordoost-Brabant, 2014

¹⁰ Dit kan ook als een sterk punt gezien worden, maar gezien de huidige marktomstandigheden en de veranderde bereikbaarheidsstructuur door de aanleg van de A50 wordt dit nu eerder als een zwak punt aangemerkt.

Kans	Bedreiging
• Bevolkingsgroei totale regio, toename consumentendraagvlak • Bevolkingsgroei 's-Hertogenbosch • Weinig gemeenten met bevolkingsafname • Verandering bevolkingssamenstelling, onder meer vergrijzing: ouderen kopen relatief veel lokaal en hechten vaak aan kwaliteit en service • Nabijheid bevolkingsconcentraties (groot consumentenpotentieel aanwezig) • Plannen voor versterking winkelgebieden • Schaalvergroting (motor dynamiek) • Het Nieuwe Winkelen	• Verandering bevolkingssamenstelling, onder meer vergrijzing: ouderen besteden relatief weinig in winkels • Beperkte onderlinge afstemming beleid regiogemeenten. • Plannen voor uitbreiding perifeer winkelaanbod in combinatie met brancheverbreiding • Veranderend consumentengedrag met name op niet-dagelijkse artikelen: middelgrote winkelcentra minder in trek (minder beleving t.o.v. binnensteden en minder snelheid en gemak t.o.v. kleinere winkelcentra) • Versterking woonboulevards in de omliggende regio's (Waalwijk, Ekkersrijt) • Mogelijk toenemende concurrentie door verdere versterking hoofdwinkelcentra omringende grote steden • Schaalvergroting (druk op perifere vestiging, verdringing kleinere zaken) • Toename online bestedingen • Toename leegstand (ook autonoom)

Bijlage 2: Verzorgingsniveaus centrale winkelgebieden

Toelichting indeling centrale winkelgebieden en stadsdeelcentra Noordoost-Brabant

Aantal vkp totaal	Winkelgebied naar type	Totaal		Niet -dagelijks	
		Aantal vkp	Aantal m ² wvo	Aantal vkp	Aantal m ² wvo
>500	Bovenregionaal				
	Centrum 's-Hertogenbosch	508	90.787	432	82.250
100 - 500	Regionaal				
	Centrum Boxmeer	107	24.931	81	17.007
	Centrum Oss	209	42.326	171	34.984
	Centrum Uden	182	61.213	151	55.129
75-100	Beperkt regionaal				
	Centrum Cuijk	77	15.300	57	10.708
	Centrum Boxtel	80	17.181	63	12.900
	Centrum Schijndel	78	15.319	58	10.486
	Centrum Veghel	94	20.973	66	14.517
40 - 75	Zeer beperkt regionaal				
	Centrum Drunen	52	10.416	35	5.576
	Centrum Grave	52	6.171	40	4.209
	Centrum Heesch	42	11.239	28	5.839
	Centrum St Oedenrode	67	12.156	47	8.088
	Centrum St Michielsgestel*	26	4.760	19	2.172
	Centrum Vlijmen	43	8.493	26	4.892
	Centrum Vught	53	9.933	39	6.056
	Stadsdeelcentra				
	Centrum Rosmalen	72	11.477	54	7.678
	Helftheuvel	69	12.732	47	7.580
5 -40	Lokaal				
	Centrum Berghem	20	3.931	13	1.422
	Centrum Berlicum NB	24	4.827	16	2.447
	Centrum Boekel	26	6.199	18	3.455
	Centrum Den Dungen	5	548	3	483
	Centrum Empel	9	1.490	3	290
	Centrum Erp	18	9.612	11	7.595
	Centrum Geffen	22	7.501	15	6.455
	Centrum Haaren	12	3.907	5	1.290
	Centrum Heeswijk Dinther	23	3.840	13	1.336
	Centrum Helvoirt	12	3.401	4	1.583
	Centrum Herpen	9	2.579	5	2.018
	Centrum Heusden gem Heusden	37	1.867	31	1.556
	Centrum Liempde	9	1.382	2	320
	Centrum Lith	10	2.427	6	1.576
	Centrum Mill	27	5.714	18	2.746

Aantal vkp totaal	Winkelgebied naar type	Totaal		Niet -dagelijks	
		Aantal vkp	Aantal m ² wvo	Aantal vkp	Aantal m ² wvo
	Centrum Nistelrode	24	15.634	17	13.933
	Centrum Nuland	8	3.755	5	2.901
	Centrum Overloon	12	2.258	5	648
	Centrum Ravenstein	12	839	6	567
	Centrum Schaijk	29	6.411	20	4.125
	Centrum St Anthonis	23	4.286	14	2.458
	Centrum Volkel	8	1.281	3	235
	Centrum Wanroy	7	2.182	4	1.372
	Centrum Zeeland	23	4.138	13	2.007

Bron: Locatus Retailverkenner, peildatum september 2015

* Indeling o.b.v. centrumplannen

De classificering van de verzorgingsniveaus geschiedt op basis van het totaal aantal verkooppunten in de centrale winkelgebieden en stadsdeelcentra. Cijfers zijn afkomstig van Locatus Retailverkenner, peildatum september 2015. Naast de 25 lokale centrale winkelgebieden zijn in Noordoost-Brabant nog 41 overige lokale winkelgebieden zoals buurt- en wijkcentra.

Navolgend presenteren we het profiel en de kansenkaart van alle winkelgebieden behorend tot de verzorgingsniveaus 'bovenregionaal', 'regionaal', 'beperkt regionaal', 'zeer beperkt regionaal' en 'perifere winkelgebieden'. Deze cijfers zijn gebaseerd op de rapportage 'factsheetrapport Noordoost-Brabant' in opdracht van AgriFood Capital, 7 februari 2014.

Bijlage 3: Kansenkaarten centra

Bovenregionaal verzorgingsniveau

Profiel	's-Hertogenbosch
Aantal winkvestigingen dagelijks	70
Oppervlakte dagelijks	7.848 m² wvo
Aantal winkvestigingen niet dagelijks	470
Oppervlakte niet-dagelijks	84.871 m² wvo
Omzetindicatie/koopkracht	€ 347 mlj
Verzorgingsgebied	Lokaal, regionaal, bovenregionaal
Toeristische aantrekkingskracht	Sterk en neemt toe
Uniciteit / beleving / gastvrijheid	Historisch, attractief, evenementen. Sterk merk
Complementaire voorzieningen	Sterke mix horeca, dienstverlening, cultuur
Profiel	Recreatief met aantrekkelijke aanvullende voorzieningen in een sfeervolle setting

Kansenkaart	's-Hertogenbosch
Vloerproductiviteit	+
Draagvlakontwikkeling	Gem. groeit, subregio groeit
Leegstand 2008 – 2013 (panden)	55 – 53 9% - 9%
Ontwikkeling in aanbod afgelopen 5 jaar	Dagelijks: toename Recreatief: toename Doelgericht: afname
Visie, concurrentieveld en opgaven	Visie: 's-Hertogenbosch is de binnenstad voor de regio. Beleving en vernieuwing is wat de bezoeker hier aan wil treffen. Concurrentieveld: Eindhoven, Tilburg, Nijmegen, Utrecht. Opgaven: Aansluiting houden bij de top van Nederlandse binnensteden

Regionaal verzorgingsniveau

Profiel	Oss	Uden	Boxmeer
Aantal winkelvestigingen dagelijks	39	31	27
Oppervlakte dagelijks	7.521 m² wvo	6.096 m² wvo	7.991 m² wvo
Aantal winkelvestigingen niet dagelijks	176	158	87
Oppervlakte niet-dagelijks	35.609 m² wvo	51.223 m² wvo	17.579 m² wvo
Omzetindicatie/koopkracht	€ 112 milj	€ 121 milj	€ 48 milj
Verzorgingsgebied	Lokaal, regionaal	Lokaal, regionaal, bovenregionaal min	Lokaal, regionaal plus
Toeristische aantrekkingskracht	Beperkt	Beperkt	Beperkt
Uniciteit / beleving / gastvrijheid	Weinig onderscheidend	Compact modern	Weinig onderscheidend
Complementaire voorzieningen	Redelijk tot goede mix horeca en dienstverlening	Redelijke mix horeca en cultuur, dienstverlenende sector loopt terug	Beperkte mix aan horeca en cultuur
Profiel	Compleet voorzieningencentrum voor met name lokale inwoners. Geografisch spanningsveld met Uden Nijmegen en Den Bosch	Strak modern winkelcentrum met regionale aantrekkingskracht. Meer karakter 'winkelmall'.	Sterk boodschappenaanbod en in iets mindere mate recreatief winkelgebied. Gunstige geografische ligging.

Kansenkaart	Oss	Uden	Boxmeer
Vloerproductiviteit	+	+/-	+
Draagvlakontwikkeling	Kern groeit, subregio groeit beperkt	Kern groeit beperkt, subregio groeit beperkt	Kern stabiliseert, subregio groeit zeer beperkt
Leegstand 2008 – 2013 (panden)	33 – 57 12% - 21%	16 – 32 7% - 14%	11 – 12 9% - 10%
Ontwikkeling in aanbod afgelopen 5 jaar	Dagelijks: toename Recreatief: afname Doelgericht: toename	Da: toename R: afname Do: toename	Da: toename R: beperkte toename Do: toename
Visie, concurrentieveld en opgaven	Visie: Sterke compacte kern, randen voorzien van diensten, ambacht, horeca, cultuur, werken, zorg, onderwijs, wonen. Beleving moet appelleren aan lokale behoefte Concurrentieveld: 's-Hertogenbosch, Nijmegen, Eindhoven en Uden. En ook de eigen woonboulevard in geval van brancheverruiming. Opgaven: Centrum aantrekkelijker maken voor diversiteit aan activiteiten. Dat is in Oss meer dan winkelen. Aanpassen aan lokale behoefte. Transformatie visie nodig.	Visie: Uden heeft een compacte kern, gemakkelijk winkelen en overzichtelijk. Behoud van het huidige aanbod (met recente uitbreiding) zal al een moeilijke opgave zijn. Concurrentieveld: 's-Hertogenbosch, Nijmegen, Eindhoven en Oss. Maar ook de eigen woonboulevard in geval van brancheverruiming. Opgaven: Herpositioneren op doelgroep (gemak) en positionering ten opzichten van de grotere binnensteden.	Visie: Boxmeer heeft een redelijk compacte kern. Door de wat geïsoleerde ligging heeft het een groot, maar wel dun bevolkt achterland. Concurrentieveld: Nijmegen, Venraai en Uden. Deels ook Cuijk en grootschalige concentratie Cuijk. Opgaven: Onderscheidend vermogen richten op gemak voor de bezoeker

Beperkt regionaal verzorgingsniveau

Profiel	Cuijk	Schijndel	Boxtel	Veghel
Aantal winkelvestigingen dagelijks	21	17	18	28
Oppervlakte dagelijks	4.608 m² wvo	4.278 m² wvo	4.384 m² wvo	6.470 m² wvo
Aantal winkelvestigingen niet dagelijks	62	62	71	69
Oppervlakte niet-dagelijks	11.287 m² wvo	10.370 m² wvo	14.100 m² wvo	15.659 m² wvo
Omzetindicatie/koopkracht	€ 25 milj	€ 31 milj	€ 41 milj	€ 42 milj
Verzorgingsgebied	Lokaal, beperkt regionaal	Lokaal, zeer beperkt regionaal	Lokaal, beperkt regionaal	Lokaal, regionaal
Toeristische aantrekkingskracht	Beperkt	Beperkt	Redelijk	Beperkt
Uniciteit / beleving / gastvrijheid	Weinig onderscheidend	Weinig onderscheidend	Weinig onderscheidend	Weinig onderscheidend
Complementaire voorzieningen	Focus op horeca	Evenwichtige mix	Goede mix met horeca	Redelijke mix aan horeca en cultuur
Profiel	Kwetsbaar dagelijks aanbod (t.o.v. wijken en perifeer), focus op recreatief. Vanwege ligging beperkt regionale positie. T.o.v. Boxmeer ongunstiger positie	Kwetsbaar dagelijks aanbod (t.o.v. wijken en perifeer) aangevuld met recreatief. Onder invloedssfeer van Eindhoven en 's-Hertogenbosch.	Kwetsbaar dagelijks aanbod (t.o.v. wijken en rand centrum). Sterke invloedssfeer vanuit 's-Hertogenbosch en Eindhoven	Compact centrum met beperkt recreatief aanbod t.o.v. Uden en Oss.

Kansenkaart	Cuijk	Schijndel	Boxtel	Veghel
Vloerproductiviteit	+/-	+	+	+/-
Draagvlakontwikkeling	Kern groeit zeer beperkt, subregio groeit zeer beperkt	Kern stabiliseert, subregio groeit beperkt	Kern groeit zeer beperkt, subregio groeit beperkt	Kern groeit beperkt, subregio groeit beperkt
Leegstand 2008 – 2013 (panden)	14 – 23 14% - 22%	4 – 8 5% - 9%	14 – 16 14% - 15%	10 – 27 8% - 22%
Ontwikkeling in aanbod afgelopen 5 jaar	Da: stabiel R: toename Do: afname	Da: beperkte toename R: stabilisatie Do: afname	Da: toename R: toename Do: afname	Da: afname R: afname Do: afname
Visie, concurrentieveld en opgaven	Visie: Compacte kern, randen voorzien van andere functies. Beleving moet appelleren aan lokale behoefte Concurrentieveld: Nijmegen, Uden en Boxmeer. En ook de eigen grootschalige concentratie in geval van verdere brancheverruiming. Opgaven: Herpositioneren op doelgroepaanbod aanpassen aan lokale behoefte. Food van belang voor het centrum.	Visie: Compacte kern, randen voorzien van andere functies. Beleving moet appelleren aan lokale behoefte Concurrentieveld: 's-Hertogenbosch, Veghel, Uden en Eindhoven. En ook de grootschalige concentratie Poort van Veghel. Opgave: Onderscheidend vermogen richten op gemak voor de bezoeker.	Visie: lokaal verzorgend centrum met een beperkt toeristisch/recreatieve functie. Compacte kern en gemengde functie in de randen. Food in centrum versterken. Concurrentieveld: 's-Hertogenbosch en Eindhoven. Opgaven: kernversterking en concentratie vormgeven	Visie: Veghel zal ten opzichte van Uden verder positie verliezen. Wisselwerking met Noordkade is belangrijk. Structuur molenwiek/Wiekslag is lastig. Concurrentieveld: 's-Hertogenbosch, Eindhoven en Uden. Maar ook de Poort van Veghel in geval van brancheverruiming. Opgaven: Inzetten op beleving is een strategie die alleen werkt in combinatie met het bieden van gemak. Centrum moet zich opnieuw uitvinden

Zeer beperkt regionaal verzorgingsniveau

Profiel	Drunen	Grave	Heesch	Helftheuvel	Rosmalen	St-Michiels-gestel	St-Oedenrode	Vlijmen	Vught
Aantal winkelvestigin- gen dagelijks	19	12	14	21	16	7	21	18	13
Oppervlakte dagelijks	4.930 m² wvo	1.825 m² wvo	5.412 m² wvo	5.072 m² wvo	3.601 m² wvo	2.593 m² wvo	4.088 m² wvo	3.631 m² wvo	2.447 m² wvo
Aantal winkelvestigin- gen niet dagelijks	37	43	30	49	56	20	47	27	42
Oppervlakte niet- dagelijks	7.366 m² wvo	4.472 m² wvo	6.409 m² wvo	7.716 m² wvo	8.498 m² wvo	2.357 m² wvo	8.018 m² wvo	5.011 m² wvo	6.163 m² wvo
Omzetindica- tie/koopkracht	€ 16 milj	€ 11 milj	€ 17 milj	€ 21 milj	€ 30 milj	€ 8 milj	€ 15 milj	€ 14 milj	€ 30 milj
Verzorgingsgebied	Lokaal, zeer beperkt regio- naal	Lokaal, zeer beperkt regio- naal	Lokaal, zeer beperkt regionaal	Lokaal, zeer beperkt regionaal	Lokaal, zeer beperkt regionaal	Lokaal, zeer beperkt regionaal	Lokaal, zeer beperkt regionaal	Lokaal, zeer beperkt regionaal	Lokaal, zeer beperkt regionaal
Toeristische aantrek- kingskracht	Redelijk	Beperkt	Beperkt	Beperkt	Beperkt	Beperkt	Beperkt	Zeer beperkt	Beperkt
Uniciteit / beleving / gastvrijheid	Weinig onder- scheidend	Historisch	Weinig onder- scheidend	Weinig onder- scheidend	Weinig on- derscheidend	Weinig onder- scheidend	Weinig on- derscheidend	Weinig on- derscheidend	Hogere segment
Complementaire voor- zieningen	Weinig horeca	Focus op hore- ca	Beperkte mix horeca	Beperkte mix horeca	Beperkte mix horeca	Beperkte mix horeca	Evenwichtige mix	Evenwichtige mix	Mix horeca
Profiel	Gemaksgericht	Historisch	Dorpskern die	Winkelcentrum,	Oude dorps-	Dorpskern die	Centrum met	Boodschap-	Traditionele

	centrum met sterk dagelijks aanbod. Invloedssfeer vanuit 's-Hertogenbosch en Waalwijk	vestingstad, gemakgericht maar weinig dagelijks aanbod.	vooral functioneert als boodschappencentrum.	functioneert als stadsdeelcentrum van 's-Hertogenbosch.	kern, functioneert als stadsdeelcentrum van 's-Hertogenbosch.	vooral functioneert als boodschappencentrum.	focus op dagelijks aanbod. Invloedssfeer vanuit Eindhoven en Veghel	penplus centrum onder de rook van 's-Hertogenbosch.	centrumkern. Sterke invloedssfeer 's-Hertogenbosch en Eindhoven.
--	---	---	--	---	---	--	---	---	--

Kansenkaart	Drunen	Grave	Heesch	Helftheuvel	Rosmalen	St-Michiels-gestel	Sint-Oedenrode	Vlijmen	Vught
Vloerproductiviteit	+/-	+/-	+	+	+	+	-	+	+
Draagvlakontwikkeling	Kern groeit zeer beperkt, subregio groeit beperkt	Kern groeit beperkt, subregio groeit zeer beperkt	Kern stabiliseert, subregio groeit beperkt	Kern groeit, subregio groeit beperkt	Kern groeit, subregio groeit beperkt	Kern stabiliseert, subregio groeit beperkt	Kern stabiliseert, subregio groeit beperkt	Kern groeit zeer beperkt, subregio groeit beperkt	Kern groeit beperkt, subregio groeit beperkt
Leegstand 2008 – 2013 (panden)	3 – 8 5% - 13%	5 – 9 9% - 14%	3 – 5 3% – 5%	0 – 4 0% - 3%	4 – 6 5% - 8%	1 – 3 2% - 5%	13 – 11 16% - 14%	1 – 5 2% - 10%	2 – 2 4% - 4%
Ontwikkeling in aanbod afgelopen 5 jaar	Da: stabilisatie R: toename Do: afname	Da: toename R: toename Do: stabilisatie	Da: stabilisatie R: toename Do: afname	Da: afname R: toename Do: afname	Da: stabilisatie R: afname Do: stabilisatie	Da: afname R: afname Do: afname	Da: toename R: beperkte toename Do: afname	Da: beperkte toename R: beperkte afname Do: afname	Da: stabilisatie R: stabilisatie Do: stabilisatie
Visie, concurrentieveld en opgaven	Visie: Focus op boodschappenaanbod en aanbod voor wekelijks bezoek Concurrentieveld: 's-Hertogenbosch, Waalwijk, Tilburg. Opgaven: Herpositioneren op lokale doelgroep.	Visie: lokaal verzorgend centrum met historische kern aan het water. Concurrentieveld: Nijmegen, Uden en Boxmeer. Deels ook Cuijk en grootschalige concentratie Cuijk. Opgaven: Onderscheidend vermogen gericht op gemak in	Visie: Compacte kern, randen voorzien van andere functies. Beleving moet appelleren aan lokale behoefte Concurrentieveld: 's-Hertogenbosch, Oss, Uden en Veghel. Opgaven: Onderscheidend vermogen richten op gemak voor de bezoeker	Visie: Lokaal verzorgend, focus op boodschappen met aanvullend niet-dagelijks Concurrentieveld: 's-Hertogenbosch, Drunen, Vught Opgaven: Onderscheidend vermogen richten op gemak voor de bezoeker	Visie: Lokaal verzorgend, deels voor uitbreiding Grootte Wielen. Concurrentieveld: 's-Hertogenbosch en Oss. Deels ook de Bossche Woonboulevard. Opgaven: Inzet-	Visie: Focus op boodschappenaanbod en aanbod voor wekelijks bezoek Concurrentieveld: 's-Hertogenbosch, Vught, Schijndel en Boxtel. Opgaven: Herpositioneren op doelgroepaanbod aanpassen aan lokale	Visie: Compacte kern, randen voorzien van andere functies. Beleving moet appelleren aan lokale behoefte Concurrentieveld: 's-Hertogenbosch, Veghel en	Visie: Focus op boodschappenaanbod en aanbod voor wekelijks bezoek Concurrentieveld: 's-Hertogenbosch, Waalwijk,	Visie: Compacte kern. Focus op boodschappenaanbod en aanbod voor wekelijks bezoek Concurrentieveld: 's-Hertogenbosch en

Kansenkaart	Drunen	Grave	Heesch	Helftheuvel	Rosmalen	St-Michiels- gestel	Sint- Oedenrode	Vlijmen	Vught
		historische ambiance.			ten op beleving en dorpse ka- rakter.	behoefte	Eindhoven. Deels ook Woonboulevard Ekkersrijt. Opgaven: Herpositioneren op doel- groepaanbod aanpassen aan lokale behoefte	's_Hertogenb osch Helft- heuvel. Opgaven: Onderschei- dend ver- mogen rich- ten op gemak voor de bezoeker	Eindhoven Opgaven: Onderschei- dend ver- mogen rich- ten op gemak voor de bezoeker

Verzorgingsniveaus perifere winkelgebieden

Regionaal verzorgingsniveau

Profiel	Bossche woonboulevard
Aantal winkvestigingen totaal	21
Oppervlak niet dagelijks totaal	32.091 m² wvo
Omzetindicatie/koopkracht	€ 53 milj
Verzorgingsgebied (trend)	Regionaal
Uniciteit / beleving / gastvrijheid	Geclusterd , modern
Complementaire voorzieningen	Bedrijventerrein
Profiel	Moderne woonboulevard met gevarieerd aanbod

Beperkt regionaal verzorgingsniveau

Profiel	Woonboulevard Oss	Woonboulevard Uden
Aantal winkelveestigingen totaal	18	34
Oppervlak niet dagelijks totaal	27.297 m² wvo	38.681 m² wvo
Omzetindicatie/koopkracht	€ 31 milj	€ 35 milj
Verzorgingsgebied (trend)	Beperkt regionaal	Beperkt regionaal
Uniciteit / beleving / gastvrijheid	Weinig onderscheidend	Weinig onderscheidend en versnipperd
Complementaire voorzieningen	Bedrijven	Bedrijven
Profiel	Beperkt regionale woonboulevard, ontwikkeling richting branches buiten wonen	Atypische woonboulevard vanwege situering aanbod/uitstraling meer bedrijventerrein

Zeer beperkt regionaal verzorgingsniveau

Profiel	Poort van Veghel	Grotestraat Cuijk
Aantal winkelvestigingen totaal	7	5
Oppervlak niet dagelijks totaal	13.275 m² wvo	7.260 m² wvo
Omzetindicatie/koopkracht	€ 12 milj	€ 17 milj
Verzorgingsgebied (trend)	Beperkt regionaal	Beperkt regionaal
Uniciteit / beleving / gastvrijheid	Weinig onderscheidend	Weinig onderscheidend
Complementaire voorzieningen	Bedrijven	Onderwijs , bedrijven
Profiel	Beperkt aanbod om regionaal te functioneren	Atypische woonboulevard, geen traditioneel PDV aanbod. Type winkels concurreren met centrum Cuijk

Kansenkaart	Bossche woonboulevard
Vloerproductiviteit	+
Draagvlakontwikkeling	Subregio groeit beperkt
Leegstand 2008 – 2013 (panden)	0 – 4 0% - 16%
Ontwikkeling in aanbod afgelopen 5 jaar	Toename
Visie, concurrentieveld en opgaven	Visie: sterke regionale positie Concurrentieveld: Woonboulevard Waalwijk en Eindhoven Ekkersrijt Opgaven: kwaliteitsniveau complementariteit ten opzichte van de binnenstad vasthouden

Kansenkaart	Woonboulevard Oss	Woonboulevard Uden
Vloerproductiviteit	+/-	-
Draagvlakontwikkeling	Subregio groeit beperkt	Subregio groeit beperkt
Leegstand 2008 – 2013 (panden)	1 – 0 5% - 0%	2 – 4 11% - 11%
Ontwikkeling in aanbod afgelopen 5 jaar	Beperkte afname	Beperkte afname
Visie, concurrentieveld en opgaven	Visie: Compacte boulevard voor een lokale en beperkte regionale verzorging. Concurrentieveld: Woonboulevard Uden, Bossche woonboulevard, Nijmegen Dukenburg, Woonboulevard Wijchen, Eindhoven Ekkersrijt, Poort van Veghel, Opgave: Herpositioneren en doelgroep aanpassen aan lokale behoefte. Keuzes maken. Complementair aan Oss centrum. Keuzes maken.	Visie: Kiezen voor een compact deel van de langgerekte structuur, met focus op lokale en beperkt regionale verzorging. Concurrentieveld: Woonboulevard Oss, Bossche woonboulevard, Nijmegen Dukenburg, Woonboulevard Wijchen, Eindhoven Ekkersrijt, Poort van Veghel, Opgaven: Herpositioneren en doelgroep aanpassen aan lokale behoefte. Complementair aan Uden centrum. Keuzes maken.

Kansenkaart	Poort van Veghel	Grotestraat Cuijk
Vloerproductiviteit	-	+
Draagvlakontwikkeling	Subregio groeit beperkt	Subregio groeit zeer beperkt
Leegstand 2008 – 2013 (panden)	0 – 0 0% - 0%	0 - 0
Ontwikkeling in aanbod afgelopen 5 jaar	Zeer forse toename	Beperkte afname
Visie, concurrentieveld en opgaven	Visie: Lokaal verzorgend en beperkte regionale verzorging. Concurrentieveld: Woonboulevard Uden, Woonboulevard Oss, Bossche woonboulevard, Nijmegen Dukenburg, Woonboulevard Wijchen, Eindhoven Ekkersrijt. Opgaven: Herpositioneren en doelgroep aanpassen aan lokale behoefte. Keuzes maken. Complementair aan Veghel centrum. Keuzes maken	Visie: Lokaal verzorgend en beperkte regionale verzorging. Concurrentieveld: Cuijk centrum, Boxmeer centrum. Opgaven: Herpositioneren op doelgroepaanbod aanpassen aan lokale behoefte. Complementair aan Cuijk centrum. Keuzes maken.

Bijlage 4: Kader internethandel

Winkelen via het internet neemt sterk toe en zal zich nog verder doorontwikkelen. Internethandel of een internetwinkel is gericht op het verkopen van producten aan de particuliere consument. Onderscheidend is dat een (groot) deel van het proces via internet verloopt (kijken, kiezen, kopen). In functioneel opzicht is het een vorm van detailhandel: een onderdeel van het traject tot aanschaf van detailhandelsgoederen door particulieren. Met de vlucht van het gebruik van internet zijn er nieuwe verschijningsvormen van winkelen ontstaan die niet goed passen binnen de bestaande detailhandelsstructuur. De groei aan bezorgservices, showrooms en afhaalpunten van de van oorsprong pure internetaanbieders roept de vraag op hoe hiermee om te gaan. Welke kaders kunnen en moeten worden gesteld om de ontwikkelingen in goede banen te leiden, waar kunnen de vormen van internethandel met de particulier het beste terecht, en waar juist niet? Uitgangspunt is voor de verschillende vormen een helder ruimtelijke kader te geven, passend bij de specifieke aard van de internethandel. En tegelijkertijd passend bij de ambities voor de detailhandelsstructuur zoals in deze visie opgenomen.

Vormen van internethandel of internetwinkels

In de verschijningsvorm kunnen twee hoofdvormen onderscheiden worden: zonder of met fysieke bezoekenmogelijkheden, c.q. direct klantcontact/baliefunctie. Internetwinkels zonder direct klantencontact zijn in ruimtelijke zin geen detailhandel. Als er wel sprake is van fysiek klantencontact dan is er gezien de ruimtelijke impact wel sprake van (een vorm van) detailhandel.

1. Internethandel/webshops zonder fysieke bezoekenmogelijkheden

Hierbij gaat het om internetwinkels waarbij de klant op geen enkele manier fysiek in contact staat met de internetwinkel. Alle transacties en klantcontacten verlopen digitaal en levering/verzending van goederen gebeurt uitsluitend per post/via bezorging. Van enige consument aantrekkende werking is geen sprake. De internetwinkels zonder fysiek klantcontact worden in ruimtelijk-functionele zin niet aangemerkt als detailhandel. De ruimtelijke inpassing en voorwaarden zijn afhankelijk van de aard van de gevoerde bedrijvigheid:

- A. Zonder opslag van goederen: de verhandelde goederen worden niet opgeslagen op het adres waar de webwinkel is gevestigd. Er vinden alleen digitale en administratieve handelingen plaats. Deze bedrijvigheid is aan te merken als kantooractiviteit en past bij meerdere reguliere bestemmingen waaronder wonen (aan-huis-gebonden-activiteit) en bedrijfsbestemmingen.
- B. Er is wel opslag van goederen op de locatie en dus ook distributie van goederen. Dit is in feite een vorm van bedrijvigheid (handel en opslag). De ruimtelijke inpassing is afhankelijk van de aard en schaal van de activiteit: de verkeersaantrekkende werking en belasting van de omgeving. Als de internethandel meer omvangrijk is (naar ruimteslag, omvang van goederen of intensiteit van distributiebewegingen) is deze vorm van internethandel al gauw te belastend voor een woonomgeving.

2. Internetwinkels met fysieke bezoekmogelijkheden

Bij deze vorm van internetverkoop wordt aan de klant de gelegenheid geboden om de internetwinkel te bezoeken. Dit kan zijn om bestelde goederen af te halen en/of te retourneren (de zogenaamde afhaalpunten). Daarnaast zijn er ook internetwinkels waar ook mogelijkheden zijn om producten te presenteren, uit te zoeken, te kopen en om te ruilen. Internetverkoop met fysieke bezoekmogelijkheid is een relatief nieuwe vorm van detailhandel. De publieksaantrekkende en logistieke functies zorgen voor een eigen ruimtelijke impact. Uit onderzoek blijkt dat deze effecten niet zoveel verschillen van reguliere winkels. Internethandel met fysieke bezoekmogelijkheden kunnen effecten hebben op de detailhandelsstructuur.

C. Internetwinkel: naast het digitale proces van kijken, kiezen en kopen kunnen klanten de internetwinkel bezoeken. Voor het afhalen en retourneren van bestelde producten, maar ook om nog aanvullende producten te bekijken, te bestellen of te kopen. In feite is hier sprake van 'gewone' detailhandel: een winkel die on-line verkoopactiviteiten combineert met off-line verkoop. Deze mengvorm wordt steeds gangbaarder en is eigenlijk onmisbaar voor de algehele detailhandel. Vestiging van internetwinkels moet dus plaatsvinden binnen de kaders voor detailhandel.

D. Internethandel met alleen een afhaalfunctie: afhaalpunten: zuivere afhaalpunten zijn bedoeld om goederen af te halen en/of terug te brengen. De goederen zijn van te voren digitaal besteld. Er wordt geen advies gegeven over producten, geen producten tentoongesteld, geproduceerd, gerepareerd of langdurig opgeslagen. Alleen door de consument bestelde producten worden hier korte tijd opgeslagen, met als doel afgehaald te worden. Afhaalpunten kunnen als hoofdactiviteit of als nevenactiviteit bij een andere functie voorkomen. Bijvoorbeeld de servicepunten als Post.nl of Bol.com die vaak als nevenactiviteit in winkels gevestigd zijn. Er komen ook steeds meer initiatieven voor afhaalpunten op bedrijventerreinen of solitaire locaties. Een aparte categorie is het opkomende verschijnsel van kleinschalige onbemande afhaalpunten: een verzameling pakketboxen, c.q. een stelling van enkele middelgrote kluisjes. Na (digitaal) bericht van de internetwinkel of de distributeur kunnen consumenten hun pakket ophalen, bijvoorbeeld middels een toegangscode.

Afhaalpunten zijn op zich zelf niet nieuw, bij postkantoren waren eerder ook al pakketloketten en postbussen. Nieuw is wel de enorme opmars van het fenomeen afhaalpunt, door de zeer forse toename van aankopen 'op afstand' (via internet) en de bijbehorende toename van de distributiestromen, rechtstreeks naar de consument. Afhaalpunten zijn een nieuwe realiteit, waarmee ingespeeld wordt op de mogelijkheid voor consumenten om hun producten op te halen wanneer het hun schikt. Voor de bedrijven bieden afhaalpunten de mogelijkheid voor een efficiëntere distributie. Tot dusver is het beleid van veel gemeenten niet nog niet ingesteld op afhaalpunten en wordt er verschillend mee omgegaan. Dit varieert van een algeheel verbod tot zeer gedetailleerde locatie-specifieke regelingen. Het is belangrijk heldere ruimtelijke beleidskaders op te stellen om de ontwikkeling rond afhaalpunten in goede banen te leiden. Een veelheid van afhaalpunten buiten de winkelgebieden is ondermijnend voor de bestaande detailhandelsstructuur. Ook de ruimtelijke impact van afhaalpunten

ten kan groot zijn door de verkeersaantrekkende werking, de bereikbaarheids- en parkeerbehoefte en de effecten op de bedrijfsomgeving. Ook daarom kunnen afhaalpunten niet overal.

In onderstaande paragraaf zijn de hoofdlijnen voor Noordoost Brabant verder uitgewerkt.

Regionale kaders voor afhaalpunten:

- *Vestiging van afhaalpunten vindt bij voorkeur plaats in de bestaande winkelgebieden.* Een belangrijke gedachte hierbij is dat een afhaalpunt een bestaande winkellocatie versterkt door synergie-effecten. Een mogelijke doorontwikkeling van een afhaalpunt naar meer winkelactiviteiten is in bestaande winkelgebieden ook geen probleem. In toenemende mate fungeren winkels ook als afhaalpunten of worden aparte afhaal-services ingericht bij winkels. Aandachtspunten zijn de (auto)bereikbaarheid en behoefte aan voldoende parkeervoorzieningen.

- *Afhaalpunten buiten de winkelgebieden ondermijnen de ruimtelijk-functionele structuren.*

Dit geldt op de eerste plaats voor de ruimtelijke detailhandelsstructuur. Door de forse toename van internetverkoop nemen de bezoekersintensiteiten van reguliere winkels af en daalt de behoefte aan fysieke winkels. Het functioneren van winkelcentra staat daardoor onder druk, terwijl winkelcentra wel van belang zijn voor de leefbaarheid en voorzieningenstructuur van dorpen en steden. Afhaalpunten buiten de reguliere winkelcentra versterken dit proces. En zijn daarmee ook in tegenspraak met het streven om detailhandelsontwikkelingen te concentreren in de bestaande centra.

Door de ruimtelijke impact van afhaalpunten, waaronder de verkeersaantrekkende werking voor publiek en logistiek, kunnen afhaalpunten ook belemmerend zijn voor hun omgeving (zowel voor woongebieden als bedrijvenlocaties). Vanuit de ruimtelijke optiek is het ook lastig een onderscheid te maken tussen afhaalpunten en winkels. Zowel vanuit ruimtelijk als functioneel oogpunt moet daarom terughoudend omgegaan worden met afhaalpunten buiten de bestaande winkelgebieden.

- *Afhaalpunten buiten de winkelgebieden kunnen wel voorstelbaar zijn op locaties of in zones waar al een concentratie van publieksgerichte voorzieningen aanwezig is en die goed bereikbaar zijn.* Dit zijn met name:
 - Bestaande concentraties voor perifere detailhandel. In feite zijn dit bestaande winkelgebieden, echter met beperkingen in de branchering. Strikt genomen is het niet toegestaan om hier artikelen af te halen die geen relatie hebben met hetgeen op deze locaties verkocht mag worden. Handhaving en toezicht op hetgeen men afhaalt is feitelijk echter ondoenlijk. Open maken van pakketten botst ook met privacywetgeving. Branchebeperkingen voor afhaalpunten zijn daarom niet werkbaar.
 - Trafficpunten: dit zijn goed bereikbare locaties en drukbezochte (auto-)locaties met een cluster van voorzieningen gericht op de reiziger of passant. Voorbeelden hiervan zijn brandstofverkooppunten, transferia en bus- en treinstations. Afhaalpunten op dit soort kruispunten van passanten sluiten aan bij bestaande verkeersstromen en concentraties van voorzieningen.

Bovengenoemde locaties of zones lenen zich vooral voor de vestiging van grotere afhaalpunten.

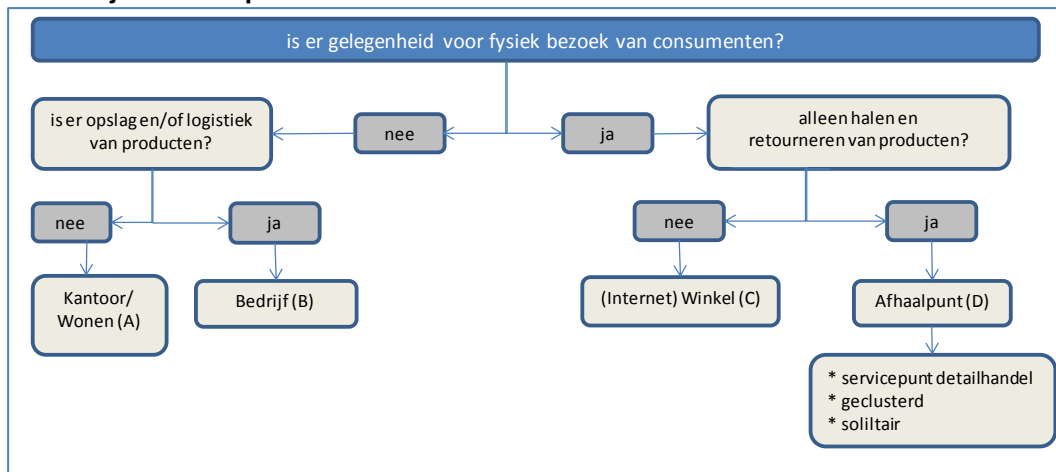
- *Met vestiging van afhaalpunten op solitaire locaties, zonder enige andere vorm van publieksgerichte voorzieningen, moet zeer terughoudend worden omgegaan.*
Solitaire vestiging van een afhaalpunt is altijd maatwerk en kan alleen als door zeer specifieke omstandigheden vestiging in bestaande winkelgebieden of bovenstaande clusters niet tot de mogelijkheden behoort. Ook voor de onbemande afhaalpunten is combineren met winkelcentra of publieksgerichte voorzieningenclusters uitgangspunt. Op beperkte schaal is het voorstelbaar dat in woonwijken enkele kleinschalige geautomatiseerde afhaalpunten mogelijk zijn. Ook dit is maatwerk.
- *Afhaalpunten buiten de winkelgebieden moeten afhaalpunten blijven.*
Verbreding naar reguliere detailhandelfuncties moet voorkomen worden. In ruimtelijke zin betekent dit dat geen showrooms zijn toegestaan, van welke omvang dan ook. Belangrijk is dat het onderscheid tussen reguliere winkels en functionele afhaalpunten helder blijft.
- *Het is verstandig om afhaalpunten niet rechtstreeks in bestemmingsplannen op te nemen.*
Afhaalpunten zijn nog volop in ontwikkeling. De omvang van de behoefte aan afhaalpunten is onduidelijk, ook de verschijningsvormen kunnen nog gaan verschillen. Om de vinger aan de pols te kunnen houden is het verstandig om vooralsnog afhaalpunten niet bij voorbaat rechtstreeks in bestemmingsplannen op te nemen, maar onder vergunningverlening. Bij alle vormen van afhaalpunten gelden aparte afwegingen ten aanzien van de ruimtelijke inpassing, verkeersaspecten, parkeren, bereikbaarheid en impact op de verdere omgeving.
- *Een goede begripsomschrijving van een afhaalpunt is onmisbaar voor een goede planologische regeling. Een gangbare begripsomschrijving luidt: “een locatie waar de consument uitsluitend via internethandel bestelde goederen kan afhalen of retourneren, waar uitsluitend logistiek en opslag van bestelde goederen gedurende een korte periode plaatsvindt en waarbij geen sprake is van uitstalling ten verkoop en/of overige activiteiten”¹¹.*

Verankering in beleid

Belangrijk is dat gemeenten het beleid voor de verschillende vormen van internethandel goed te verankeren in het ruimtelijke (detailhandels)beleid en doorvertalen in bestemmingsplannen. Dit geldt ook voor internethandel als nevenactiviteit. Als hulpmiddel voor de wijze van ruimtelijke sturing is onderstaand figuur opgenomen. Hierin is aan de hand van het onderscheid tussen diverse vormen van internethandel een aanzet gedaan voor de ruimtelijke beleidsoverwegingen en de manier waarop dit in een bestemmingsplan kan worden geregeld. Op de volgende pagina's zijn uitgebreidere voorbeelden van beleidsafwegingen opgenomen.

¹¹ Bron: Kamer van Koophandel, Internethandel, keuze in beleid en vertaling in bestemmingsplannen, maart 2013

Ruimtelijk sturen op internethandel



Handhaving

Naleving is van groot belang om regels en beleidslijnen effectief te laten zijn. Dat betekent dat ook ingezet moet worden op controle op naleving, c.q. handhaving.

Tabel 1: Overzicht internetwinkels en doorvertaling in bestemmingsplannen

Internetwinkels zonder fysieke bezoekmogelijkheid

Type	Classificatie	Beleidsoverwegingen	Doorvertaling in nieuw bestemmingsplan
1. Internetwinkels zonder fysieke bezoekmogelijkheid.	Internetwinkels waarmee de klant op geen enkele manier fysiek in contact staat. Alle klantcontacten en transacties verlopen digitaal en verzending van goederen gebeurt uitsluitend per post.	Deze vorm van internetwinkels heeft weinig ruimtelijke impact door het ontbreken van consument aantrekkende werking. Als hoofdfunctie past deze vorm in bestemmingen die al rekening houden met bedrijfsmatig verkeer. Als het een ondergeschikte functie is, dan is het in een woonbestemming wel zaak om naar de hoeveelheid bedrijfsmatig verkeer te kijken en naar mogelijke aantasting van het woonmilieu.	Als de internetwinkel zonder fysieke bezoekmogelijkheden de hoofdactiviteit is, dan is het afhankelijk van de activiteit een bestemming als kantoor of bedrijf. Is er sprake van opslag en logistiek dan is de bestemming bedrijf van toepassing. Als er sprake is van administratie dan is een kantoor van toepassing. Is de internetwinkel zonder fysieke bezoekmogelijkheden een ondergeschikte functie, dan past het binnen alle bestemmingen, mits de ruimtelijke effecten gelijk zijn aan die van de hoofdbestemming, mits dit in de hoofdbestemming als ondergeschikte functie is opgenomen.

Internetwinkels met fysieke bezoekmogelijkheid

Type	Classificatie	Beleidsoverwegingen	Doorvertaling in nieuw bestemmingsplan
2. Afhaalpunt.	Een locatie waar de consument uitsluitend via internethandel bestelde goederen kan afhalen of retourneren, waar uitsluitend logistiek en opslag van bestelde goederen gedurende een korte periode plaatsvindt en waarbij geen sprake is van uitstalling ten behoeve van verkoop en/of overige activiteiten.	De consument aantrekkende werking zorgt voor veel verkeersbewegingen. Om deze te minimaliseren is een goede locatiekeuze essentieel. Hierbij kan men denken aan punten langs uitvalswegen of winkelcentra. Clustering, bereikbaarheid en verkeerskundige inpassing vormen de belangrijkste afweging.	Allereerst moet een nieuwe begripsomschrijving 'afhaalpunt' worden opgenomen in het bestemmingsplan. Daarna kunnen afhaalpunten op verschillende manieren planologisch worden geregeld, afhankelijk van de hoeveelheid sturing die gewenst is en of het afhaalpunt ondergeschikt is of niet. Ondergeschikte afhaalpunten kunnen rechtstreeks toegestaan worden binnen bepaalde bestemmingen (bijvoorbeeld detailhandel, centrum of gemengd) vanwege de beperkte ruimtelijke effecten. Eventueel kan men een beperking stellen aan de omvang (maximaal aantal m ² en/of %), of een afwijkingsbevoegdheid opnemen. Zelfstandige afhaalpunten zijn door een nieuwe bestemming 'Afhaalpunt', het opnemen van een 'nadere bepaling' of door een afwijkingsbevoegdheid mogelijk te maken.
3. Internetwinkel met fysieke bezoekmogelijkheid niet zijnde een afhaalpunt.	Een detailhandelsbedrijf dat producten verhandelt, fysiek en via internet, met de daarbij behorende opslag en logistiek.	Afwegingen zijn de meerwaarde voor de gewenste detailhandelsstructuur (aanvullend op), ruimtelijke uitstraling, effecten op de detailhandelsstructuur en consumentenverzorging. Internetwinkels zijn van grote toegevoegde waarde voor de reguliere winkelcentra door mogelijk combinatiebezoek, met name voor kleinere winkelcentra die hun functie dreigen te verliezen. De essentie is dat van tevoren een keuze is gemaakt voor een detailhandelsstructuur en deze in beleid is vastgelegd.	Internetwinkels met fysieke bezoekmogelijkheid als hoofdfunctie zijn detailhandel en kunnen dus alleen in panden met een detailhandelsbestemming gevestigd worden. Indien in de detailhandelsvisie daartoe besloten wordt, kan men een internetwinkel met fysieke bezoekmogelijkheid als ondergeschikte functie toestaan bij een andere hoofdbestemming, met beperkingen aan de omvang in maximale m ² en/of %. Let hierbij wel op mogelijke precedentwerking en een goed onderbouwd en uitgevoerd handhavingsbeleid!

Uit: Internethandel, keuze in beleid en vertaling in bestemmingsplannen. Kamer van Koophandel, maart 2013

TABEL 2 BELEIDSMATIGE EN RUIMTELIJKE AFWEGINGEN BIJ AFHAALPUNTEN

Type afhaalpunt	Pro's en cons		Ruimtelijk effect*	Advies beleidslijn
'Instore'	+	Koppeling online en offline	Versterking bestaande structuur	Aanmoedigen en faciliteren
	+	Vergroting attractiewaarde; zittende winkeliers profiteren	Ruimtelijk inpasbaar	
	+	Geen discussie wel/niet detailhandel		
	-/-	Vaak niet meest strategische en best bereikbare plekken		
'Stand alone'	+	Strategisch, goed bereikbaar	Aanvulling bestaande structuur	Reguleren en handhaven
	+	Enige spin off lokale middenstand op de route	Relatief grote ruimtelijke impact en inpasbaarheid	
	-/-	Geen spin off bestaande winkeliers		
	-/-	Gevaar verkapte winkels		
'High traffic'	+	Strategisch, goed bereikbaar	Aanvulling bestaande structuur	Reguleren en handhaven
	+	Spin off andere aanbieders in de directe omgeving en op de route	Geringe ruimtelijke consequenties/impact	
	-/-	Geen spin off bestaande winkeliers		
'Bezorgpunt'	+	Logische distributiepunten	Geringe ruimtelijke consequenties/impact	Reguleren en handhaven
	+	Spin off andere aanbieders in de directe omgeving en op de route		
	-/-	Geen spin off bestaande winkeliers		

Bron: Bureau Stedelijke Planning

Uit: Positionpaper Detailhandel Nederland Afhaalpunten – oktober 2013

Bijlage 5: Uitvoeringsagenda Regionale Detailhandelsvisie: organisatie en planing

1. Organisatie:
 - a. Het uitwerken van de koers en afspraken vanuit de regionale detailhandelsvisie Agrifood Capital-Noordoost Brabant is gekoppeld aan de ambtelijke werkgroep werken Noordoost Brabant;
 - b. De coördinator Economische ontwikkeling Agrifood Capital is verantwoordelijk voor de coördinatie van de uitvoeringsagenda, ondersteund door de ambtelijke sub-werkgroep detailhandel;
 - c. De bestuurlijke bewaking en coördinatie ligt bij de Kopgroep Detailhandel AFC/NOB.
2. De regionale afstemming van detailhandelsinitiatieven boven de drempelwaarden 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.
3. In 2017 wordt de regionale visie en de procedure voor afstemming geëvalueerd, en volgt zo nodig bijstelling.
4. De vraag hoe om te gaan met invloeden van buiten de regio of de provincie wordt opgepakt door de provincie in samenspraak met de 4 Brabantse regio's en het IPO (2016).
5. Periodiek worden de ontwikkelingen in de detailhandelsstructuur van Noordoost-Brabant gemonitord. Onder andere betreft dit de ontwikkeling van leegstand, aanbod, draagvlak in winkelgebieden. De activiteiten in 2016 richten zich op:
 - a. Opzetten systematiek voor monitoring (praktisch en snel uitvoerbaar); zo mogelijk in aansluiting bij de monitor die door de provincie wordt opgesteld.
 - b. Actualisering gegevens detailhandel Noordoostbrabant, op basis van gegevens gemeenten en provincie (provinciale monitor).
6. Uitwisseling van informatie en kennis (in de werkgroep werken en zo nodig bestuurlijk):
 - a. Ontwikkelingen binnen de gemeenten over detailhandel, centrumontwikkelingen, beleid;
 - b. Algemene ontwikkelingen binnen detailhandel (o.a. offline-online, vestigingsstrategie ketens, consumentenvertrouwen e.d.);
 - c. Instrumentarium om beleid ten uitvoer te brengen (o.a. brancheringsregels perifere locaties, handhaving, planschade, voorzienbaarheid, centrummanagement e.d.);

- d. In 2016 wordt geïnventariseerd via de werkgroep werken welke specifieke kennisbehoefte er is vanuit de gemeenten en wordt een voorstel gedaan voor de wijze van kennisdeling.

Verdieping

- 7. Internethandel: een regionaal kader voor ruimtelijke inpassing van vormen van internethandel is in de eindversie van de regionale detailhandelsvisie opgenomen.
- 8. Verdieping toekomst perifere concentraties: In de 2^{de} helft van 2016 worden de kansen en opgaven voor de perifere detailhandelsclusters in beeld gebracht en besproken hoe gemeenten hiermee concreet kunnen omgaan.
- 9. Verdieping bijzondere vormen van detailhandel: In de 1^{ste} helft van 2016 wordt besproken hoe verschillende bijzondere vormen van detailhandel ingepast kunnen worden in de regionale structuur. Voorbeelden zijn kringloopwinkels en verkoopconcepten in het buitengebied.

