

# Beleidsregel Detailhandel A2-gemeenten

## Aanleiding

In de Verordening ruimte 2014 van de provincie Noord-Brabant is de sector detailhandel nadrukkelijk aanwezig. De provincie verplicht gemeenten om de programmering en planologische uitbreiding van detailhandelslocaties regionaal af te stemmen. Dit vormt een concrete aanleiding voor de regio A2-gemeenten in Zuidoost Brabant voor het opstellen van een regionale detailhandelsvisie, inclusief gezamenlijke afspraken tussen de gemeenten. Deze beleidsregel dient als een ontwikkelings- en toetsingskader voor initiatieven en als basis voor ruimtelijke sturingsinstrumenten zoals bestemmingsplannen. Naast algemene beleidsuitgangspunten is er aandacht voor de structuur van de detailhandel in de verschillende kernen. De beleidsregel is opgesteld in lijn met het lokaal gemeentelijk beleid, de Europese Dienstenrichtlijn, de 'Ladder voor duurzame verstedelijking', het provinciaal ruimtelijk beleid en de regionale detailhandelsvisie van de Metropoolregio Eindhoven.

Het adviesrapport 'Detailhandelsvisie A2-gemeenten' van BRO vormt de basis voor deze beleidsregel. In het adviesrapport is een compleet en actueel beeld geschetst van het huidige functioneren van detailhandel binnen de gemeenten Cranendonck, Heeze-Leende en Valkenswaard, door o.a. een beschrijving van de ontwikkeling van de detailhandel in de afgelopen jaren en een aanbodanalyse. Het adviesrapport vormt een solide basis voor voorliggende beleidsregel op basis van een onafhankelijk advies.

## Totstandkoming

Bij de totstandkoming van de visie is aandacht geweest voor input van de lokale stakeholders (o.a. ondernemers, vastgoedeigenaren en centrummanagement). Op maandag 15 december 2014 is een markt consultatie bijeenkomst gehouden waarin belanghebbenden konden bijdragen aan de visie. Tijdens de bijeenkomst zijn analyses van de huidige situatie gepresenteerd en is er aan de hand van stellingen gesproken over een aantal actuele thema's. Deze avond heeft waardevolle inzichten en input opgeleverd voor het opstellen van het beleid. In een later stadium is de conceptvisie in de drie gemeenten afzonderlijk besproken met belanghebbenden en gepresenteerd aan de gemeenteraden. In de discussie met de raad over de belangrijkste thema's zijn belanghebbenden nadrukkelijk betrokken. Ook de conceptbeleidsregel is aan belanghebbenden voorgelegd.

## Definities

### Detailhandel

Het bedrijfsmatig te koop of te huur of in lease aanbieden, waaronder begrepen de uitstalling ter verkoop, ter verhuur, ter leasing, het verkopen, het verhuren en/of leveren van goederen aan personen die deze goederen kopen respectievelijk huren voor gebruik, verbruik of aanwending anders dan in de uitoefening van een beroeps- of bedrijfsactiviteit.

### Grootschalige detailhandel

Grootschalige detailhandelsvestigingen zijn winkels die een grote oppervlakte innemen en een omvangrijk assortiment aanbieden. Grootschaligheid duidt dan ook op de omvang van de winkel (dus niet zozeer de omvang van het product) en het grote assortiment dat wordt gevoerd. Deze winkels richten zich vaak meer op een recreatieve bezoeker. Speelgoed, babyartikelen, sport- en outdoor, witgoed/bruingoed en verlichting zijn voorbeelden van branches die zich vaak vestigen op grote oppervlakten.

### Perifere detailhandel

Detailhandel die zich vanwege de gevoerde goederen bij voorkeur vestigen op perifere locaties. Veelal gaat het dan om winkels die grote (volumineuze) producten aanbieden. De omvang van het

product- en de daarmee benodigde randvoorwaarden zoals een groot oppervlak, een goede autobereikbaarheid en goede laad- en losmogelijkheden- zorgen ervoor dat er vaak gekozen wordt voor een perifere ligging. Het betreft vaak doelgerichte aankopen, zoals auto's, boten, caravans, woninginrichting, doe-het-zelf-materialen, tuin- en dierbenodigdheden etc.

#### Ruimtelijke kwaliteit

Met ruimtelijke kwaliteit wordt een omgeving of bouwwerk bedoeld, dat optimaal gebruikt kan worden voor het beoogde doel, dat bovendien robuust en duurzaam is, en daarbij aangenaam en aantrekkelijk om te zien. Of in andere woorden, een omgeving of gebouw met een hoge gebruikswaarde, toekomstwaarde en belevingswaarde. Zorgvuldig ruimtegebruik, het beperken van consumenten- en verkeersbewegingen, bereikbaarheid en parkeermogelijkheden, verloedering door leegstand en inpasbaarheid in het gebied zijn voorbeelden van aspecten die bij de beoordeling van detailhandelsinitiatieven onder andere bekeken dienen te worden als het gaat om ruimtelijke kwaliteit.

#### Supermarkt

Een winkel gericht op de dagelijkse artikelensector (levensmiddelen), niet zijnde kleinschalige speciaalzaken.

#### Webwinkel

Vorm van internethandel. Locatie waar webwinkel opereert, maar producten ook gepresenteerd worden en artikelen ter plaatste gekocht of besteld kunnen worden (fysieke bezoekmogelijkheid). Deze vorm van internethandel wordt als detailhandel gezien. Indien men vanuit een locatie bijvoorbeeld de eigen woning of bedrijventerrein alleen webartikelen opslaat en distribueert zonder dat er sprake is van presentatie van artikelen en een fysieke bezoekmogelijkheid voor het ter plekke kopen of bestellen van artikelen betreft het een bedrijf of bedrijf aan huis.

#### Afhaalpunt

Vorm van internethandel. Locatie waar de consument bestelde artikelen kan afhalen of retourneren. Er vindt geen presentatie of verkoop van de goederen plaats. Ook kunnen goederen niet geruild of besteld worden.

### **Algemene uitgangspunten**

De gemeente is in eerste instantie verantwoordelijk voor het formuleren van ruimtelijk beleid op basis van het omgevingsrecht. Zij stelt het detailhandelsbeleid vast en vertaalt die in haar ruimtelijke instrumenten, zoals bestemmingsplannen. Regionaal ruimtelijk beleid is er op gericht sturing te geven aan lokaal beleid. Dit betekent dat regionaal beleid een ontwikkelingskader vormt voor meerdere gemeenten.

Omdat de A2-gemeenten dynamiek van de detailhandel koesteren, hanteren de A2-gemeenten het principe van de *Uitnodigingsplanologie*. De lijn daarbij is dat de A2-gemeenten niet op voorhand ruimte gaan geven in het eigen subregionaal beleid, maar goede initiatieven wel zo snel mogelijk gefaciliteerd zullen worden met een duidelijk toetsingskader / beleidsregels. Maar ook in deze regels is maatwerkruimte voor bijzondere versterkende initiatieven.

Het centrale doel van de beleidsregel is het behouden en versterken van een compleet en kwalitatief voorzieningenaanbod voor eigen inwoners en bezoekers van de A2-gemeenten. Een duurzame en realistische voorzieningestructuur is van grote betekenis voor de A2-gemeenten. De detailhandel bepaalt voor een belangrijk deel de aantrekkingskracht voor inwoners, recreanten en toeristen. Daarnaast levert de detailhandel natuurlijk een forse bijdrage aan de werkgelegenheid en genereert omzet. In het licht van vele ontwikkelingen in de sector zelf en daarbuiten zoals de gevolgen van de

recessie, een veranderende samenstelling van de bevolking en de opkomst van het internet als aankoopkanaal is het noodzakelijk om als regio een goede, heldere toekomstvisie op de detailhandel te hebben. De opgave voor de regio en de individuele A2-gemeenten is het bieden van een aantrekkelijke leefomgeving, met een goed, attractief en divers voorzieningenaanbod aan de consument ten aanzien van winkels, horeca en publieksgerichte diensten. De belangrijkste taak voor de overheid daarbinnen is een goede ruimtelijke ordening.

De volgende algemene uitgangspunten gelden voor initiatieven op het gebied van detailhandel:

1. Behoud en versterking bestaande detailhandelsstructuur (vanuit oogpunt duurzaam en evenwichtig)
  - Inzetten op goed functionerende ondernemingen door het creëren van omstandigheden voor een rendabele exploitatie van de onderneming.
  - Versterken van het centrum van Valkenswaard als hoofdwinkelcentrum in de regio A2.
  - Voor Budel en Heeze geldt het versterken van het aanbod in het hart van het centrum en het transformeren van leegstand aan de randen van het centrum als belangrijkste opgave.
  - Versterken van de supermarktsector in stad- en dorpscentra mogelijk maken. Streven naar elkaar aanvullend boodschappenaanbod in de hoofdwinkelgebieden als motor voor de passantenstromen.
  - Geen supermarkten toestaan op bedrijventerreinen of buiten het stedelijk weefsel.
  - Streven naar behoud van het aanwezige voorzieningenaanbod in de kleinste kernen, om bewoners en bezoekers zoveel mogelijk te bedienen.
  - Inzetten op clustering van winkelvoorzieningen en een verdere verspreiding op perifere locaties voorkomen. Er kan onder voorwaarden een uitzondering worden gemaakt voor winkels met een bijzonder ruimtebeslag / die niet ruimtelijk inpasbaar zijn op bestaande concentraties, zoals tuincentra of autogarages.
  - Detailhandel in de periferie is in principe enkel mogelijk in een aantal branches die volumineus van aard is. Indien reeds gevestigde winkels (binnen en buiten deze branches) wensen uit te breiden, dient dit beoordeeld te worden op de ruimtelijke effecten.
  - Grootschalige detailhandel vestigt zich in de bestaande centra.
  - Geen solitair gelegen nieuwe ontwikkelingen ondersteunen. Tuincentra vormen onder voorwaarden een uitzondering op deze regel. De komst van een megaboulevard is uitgesloten.
  - Ondergeschikte detailhandel bij een groothandelsfunctie wordt niet toegestaan.
2. Toerisme en recreatie vormen voor de drie gemeenten een marktkans voor de versterking van voorzieningen.
3. Samenhang en complementariteit in de voorzieningenstructuur. Optimalisering / uitbreiding van een winkelgebied mag niet leiden tot een andere verzorgingsfunctie binnen de structuur (kleine kernen / lokaal, bovenlokaal, regionaal).
4. Webwinkels met showroom en/of betaalmogelijkheid worden beschouwd als detailhandel. Webwinkels en afhaalpunten worden bij voorkeur gerealiseerd in bestaande hoofdcentra of buurt- en wijkcentra.
5. Leegstand in centrumgebieden verdient aandacht voor korte termijn oplossingen, zoals windowdressing en lange termijn oplossingen zoals transformatie.

### Algemene toelichting

Nieuwe ontwikkelingen dienen bij te dragen aan behoud en versterking van bestaande detailhandelsstructuur. Nieuwe ontwikkelingen dienen plaats te vinden binnen of in aansluiting op de bestaande perspectiefrijke winkelcentra. Er dient te worden gedacht in termen van keuzes, kwaliteit en structuur. Vernieuwing en innovatie dienen op de juiste plek plaats te vinden.

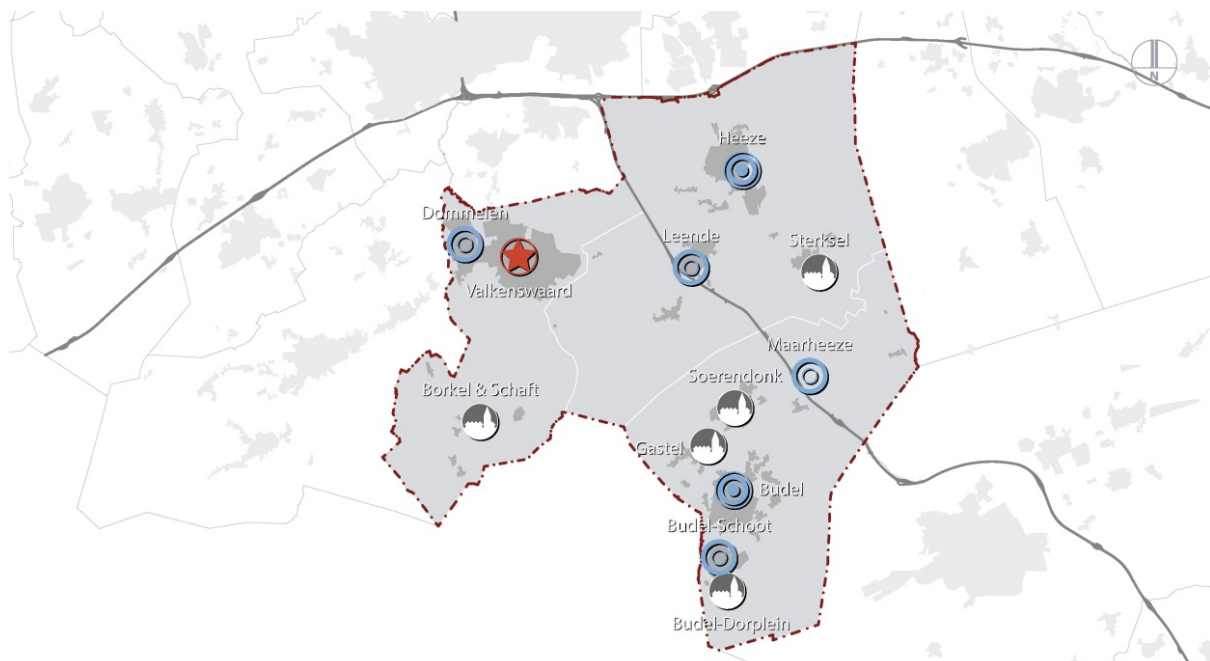
De visie zet in op behoud en versterking van voorzieningen (voldoende aanbod) in dorpen, buurten en wijken om de leefbaarheid op peil te houden en te zorgen voor voldoende aanbod op aanvaardbare afstand. Supermarkten zijn een essentieel onderdeel voor de centra. In principe is de vestiging van supermarkten in centrumgebieden daarom het uitgangspunt van de visie. Afwijken van het hoofdprincipe (supermarkten in centrumgebieden) is eventueel alleen na een grondige analyse van de

voor- en nadelen voor de consumentenverzorging en de lokale en regionale detailhandelsstructuur te overwegen. Het feit dat een marktpartij haar vestigingsstrategie verandert, is daarbij op zichzelf geen argument: het gaat om de effecten voor de consumentenverzorging en de detailhandelsstructuur.

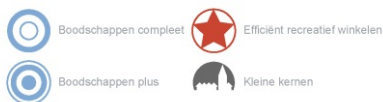
In de detailhandelsstructuur zullen winkelgebieden zoveel mogelijk een eigen positie moeten hebben. Een positionering die inspeelt op het koopmotief en -gedrag van de consument, maakt sterke winkelgebieden, duidelijk herkenbaar voor de consument en geeft inhoud aan clustering van winkels.

De structuurbepalende winkelgebieden in de regio A2-gemeenten zijn:

- *Regionaal centrumgebied = efficiënt recreatief winkelen:* Valkenswaard.
- *Bovenlokale centrumgebieden = boodschappen plus:* Budel & Heeze.
- *Lokaal verzorgende centra = boodschappen compleet:* Leende, Maarheeze, Dommelen & Budel-Schoot.
- *Kleine kernen = soms een enkele voorziening / boodschappen naar de consument:* Budel-Dorplein, Gastel, Soerendonk, Sterksel, Borkel & Schaft.
- *Clusters van winkels in de periferie = grootschaligheid:* verspreid.



Visiekaart A2-gemeenten



**BRO**  
Ruimte | om in te leven

## Maatwerk

In de toekomst kunnen zich onvoorziene ontwikkelingen voordoen binnen de detailhandel van de A2-gemeenten die op locaties willen vestigen buiten de detailhandelsstructuur\* zoals vastgelegd in deze beleidsregel. Onder bepaalde en strikte voorwaarden (zie hieronder) kunnen dergelijke initiatieven als eventueel medewerking verkrijgen om antwoord te geven op de dynamiek in de markt en zoveel mogelijk tegenmoet te komen aan de principes van *uitnodigingsplanologie*.

\* Het initiatief ruimtelijk en of functioneel niet past op één van de locaties zoals vastgelegd in de detailhandelsstructuur (zie pagina 4).

### Toetsingscriteria maatwerk

Voor dergelijke initiatieven gelden de volgende toetsingscriteria:

- Er is een regionale behoefte voor dit initiatief die niet binnen of in nabijheid van de bestaande detailhandelsstructuur is op te lossen.
- Het initiatief heeft een aantoonbare meerwaarde voor de detailhandelsstructuur en de consumentenverzorging. Deze meerwaarde kan zich uiten in een versterking van de toeristische en recreatieve functie van de A2-gemeenten. Ook kan er sprake zijn van een nieuwe formule die zich onderscheidt op bijvoorbeeld kwaliteit, complementariteit, uniciteit, specialisatie en/of gerichtheid op één specifieke doelgroep.
- Het initiatief heeft geen substantiële negatieve effecten op de bestaande en gewenste detailhandelsstructuur en/of de beleidsregel aangegeven ontwikkeling daarvan. Hierbij zal moeten worden ingegaan op de effecten van het initiatief op de overige winkelgebieden met vergelijkbaar aanbod.
- Het succes van het concept wordt bepaald door de specifieke locatie buiten de detailhandelsstructuur.
- Door het initiatief ontstaat geen nieuwe concentratie die substantieel afbreuk doet aan bestaande winkelgebieden, een cluster van individueel onderscheidende bedrijven is wel mogelijk.

Verder dient het initiatief te worden getoetst op relevante ruimtelijke aspecten als inpassing in de omgeving, ligging in de ruimtelijke structuur en afstand tot andere concentraties, bereikbaarheid, parkeermogelijkheden bezoekers en personeel, bevoorrading en de beeldkwaliteit.

Het subregionale beleid van de A2-gemeenten vormt input voor het regionale beleid van de Metropoolregio Eindhoven. Wanneer de afspraken op regionaal niveau minder strikt zijn dan op subregionaal niveau (dat wil zeggen dat er buiten de A2-gemeenten substantieel meer vrijheid wordt geboden voor uitbreiding, verbreding en/of nieuw vestiging) dan behouden de A2-gemeenten de vrijheid om het regionale beleid als vigerend beleid aan te nemen.