



Detailhandel op bedrijventerreinen,
de gevolgen voor de leefbaarheid van de stads- en dorpscentra.



Auteur: Ing. J.P. van der Veen

Detailhandel op bedrijventerreinen, de gevolgen voor de leefbaarheid van de stads- en dorpscentra.

Een studie naar de gevolgen voor de leefbaarheid van stads- en dorpscentra door verruiming van het detailhandelsbeleid.

april 2007 – Eindversie

Auteur: ing. J.P. van der Veen

Betreft: Afstudeerproject Post HBDO

Opdrachtgever: Provincie Overijssel

Instituut: BAZN de bestuursacademie,
onderdeel van Fontys
Hogescholen

Begeleider: drs. J. Steeghs

Voorwoord

In het kader van het verkrijgen van het getuigschrift Bachelor of Public Administration van BAZN *de bestuursacademie* ben ik als in 2000 afgestudeerde HBDO student uitgenodigd een onderzoek te doen, waarbij als randvoorwaarde is gegeven dat dit onderzoek moet aansluiten bij de afstudeerrichting van het behaalde HBDO diploma.

Als onderwerp voor het onderzoek heb ik gekozen voor “Detailhandel op bedrijventerreinen, de gevolgen voor de leefbaarheid van stads- en dorpscentra”. De reden dat ik dit onderwerp heb gekozen is gelegen in het feit dat het een onderwerp is dat interessant is omdat er met de komst van de “Nota Ruimte” wellicht enige verandering/ruimte in het beleid zal optreden. Daarnaast is het onderwerp ook duidelijk af te bakenen en leent zich daardoor goed voor onderzoek. Het onderzoek is voor mij een zeer leervolle en plezierige ervaring geweest, waarbij ik de hoop uitspreek dat de opdrachtgever de resultaten van het onderzoek gaat toepassen.

Bij het maken van het voorliggende werkstuk heb ik dankbaar gebruik gemaakt van informatie die interviews hebben opgeleverd. Deze interviews heb ik gehouden met personen die vanuit hun functie betrokken zijn bij de ontwikkelingen die verband houden met detailhandel. De geïnterviewden wil ik graag bedanken. Daarnaast wil ik de heer ing. F. Hoekstra en de heer ing. J. Bakhuis, beiden werkzaam als beleidsmedewerker/stedelijk planoloog bij de provincie Overijssel en de heer ing. D. van de Streek, planoloog en werkzaam als adviseur bodem en ruimtelijke ordening bij Vink te Barneveld bedanken voor het met raad en daad bijstaan en het functioneren als klankbord gedurende het onderzoek. Uiteraard wil ik de heer drs. J. Steeghs in zijn functie als begeleider namens BAZN *de bestuursacademie* bedanken voor het mij met raad en daad bijstaan gedurende het realiseren van dit onderzoek.

Dedemsvaart, april 2007

Samenvatting

Door de provincie Overijssel is opdracht verleend voor het doen van een onderzoek naar de mate waarin medewerking kan worden verleend aan de vestiging van detailhandel op bedrijventerreinen. Randvoorwaarde is dat de negatieve gevolgen voor de leefbaarheid van de stads- en dorpscentra uitblijven of beperkt blijven.

Aanleiding voor de opdracht is het feit dat de provincie Overijssel regelmatig geconfronteerd wordt met principa aanvragen of ontwerpbestemmingsplannen waarin voorzien is in de vestiging van detailhandel in niet volumineuze goederen op bedrijventerreinen.

Door het onderzoeken van het huidige rijks- en provinciaal beleid, en het beleid aangaande detailhandel in de landen om ons heen en Noord Amerika (USA) is een goed beeld ontstaan van de gevolgen van een verruiming van het beleid voor de leefbaarheid van de stads- en dorpscentra.

Dit beeld wordt nog versterkt door de informatie uit de interviews met personen die vanuit hun functie betrokken zijn bij ontwikkelingen die verband houden met detailhandel. Jurisprudentie van de laatste jaren met betrekking tot detailhandel op bedrijventerreinen maakt de voor het onderzoek noodzakelijke informatie compleet.

Door trends en ontwikkelingen te onderzoeken is duidelijkheid verkregen met betrekking tot het consumentengedrag en de daarop volgende ontwikkelingen op het gebied van de detailhandel die noodzakelijk zijn vanwege het veranderende consumentengedrag.

Het meetbaar maken van de leefbaarheid is noodzakelijk om vast te kunnen stellen wanneer en hoe er ingegrepen moet worden. Daartoe is in het onderzoek een aantal indicatoren ontwikkeld die ingezet kunnen worden voor het meten van de leefbaarheid.

In de conclusies is vastgesteld dat het merendeel van de actoren heel tevreden is met het huidige beleid aangaande detailhandelsvestigingen op bedrijventerreinen. Gesteld kan worden dat er nauwelijks behoefte bestaat aan het uitbreiden van het huidige beleid. Daarnaast is in de conclusie van het onderzoek aandacht besteed aan de mogelijke gevolgen van het verruimen van het beleid voor de leefbaarheid van de stads- en dorpscentra. Hierbij is een onderscheid gemaakt naar de economische, ruimtelijke en de sociale gevolgen.

Het onderzoek eindigt met een advies aan de provincie Overijssel waarin een aantal aanbevelingen wordt gedaan die betrekking hebben op het zelfstandig doen van onderzoek, het geven van advies aan gemeenten, het inzetten van instrumenten en het stimuleren van gemeenten voor wat betreft het actualiseren van hun ruimtelijke plannen.

Inhoud

Voorwoord	i
Samenvatting.....	ii
1 Inleiding.....	1
2 Stelling, probleemstelling, doelstelling en definities.....	2
2.1 Stelling	2
2.2 Probleemstelling	2
2.3 Doelstelling	2
2.4 Onderzoeksmodel	4
2.5 Beschrijving onderzoeksstrategie	4
2.6 Leeswijzer	5
3 Het huidige beleid met betrekking tot detailhandel	6
3.1 Het Rijksbeleid.....	6
3.2 Het beleid in de provincie Overijssel	9
3.3 Ontwikkelingen in het provinciale beleid	10
3.4 Het beleid in de provincie Gelderland	12
3.5 Het beleid in de provincie Zuid Holland.....	13
3.6 Het beleid in andere landen.....	15
3.7 Jurisprudentie aangaande detailhandel op bedrijventerreinen	16
Intermezzo I	22
4 Trends en ontwikkelingen.....	24
4.1 Consumentengedrag.....	24
4.2 Detailhandelstrends.....	25
5 Interviews met sleutelfiguren.....	29
5.1 Inhoud interviews.....	29
5.2 Resultaten van de interviews.....	30
5.3 Conclusie interviews	31
Intermezzo II	32
6 Het meetbaar maken van leefbaarheid.....	34
6.1 Algemeen	34
6.2 Instrumenten voor het meetbaar maken	34
6.3 Conclusies	35
7 Conclusies.....	36
7.1 Algemeen	36
7.2 Gevolgen beleidsverruiming voor leefbaarheid centra	36

8	Advies	38
	Literatuur.....	40

1 Inleiding

Binnen de provincie Overijssel is het niet toegestaan vanaf een bedrijventerrein goederen te verkopen die niet volumineus zijn. Onder volumineuze goederen worden verstaan die goederen die door hun omvang niet geschikt zijn om vanuit een winkel in een stads- of dorpscentrum verkocht te worden. Hierbij kan gedacht worden aan boten, auto's, caravans en grasmaaimachines.

Bij ondernemers bestaat de behoefte om producten te verkopen vanuit hun vestiging op een bedrijventerrein die niet tot de categorie volumineus behoren in aanvulling op reeds door hen aangeboden volumineuze artikelen. Hiertoe worden door de gemeenten regelmatig verzoeken ingediend bij de provincie.

De verkoop van volumineuze goederen is geen enkel probleem. Voor wat betreft niet-volumineuze goederen is echter het beleid dat verkoop plaats moet vinden vanuit winkels die niet gevestigd zijn op bedrijventerreinen.

Gemeenten verlenen hun medewerking omdat de uitbreiding van de bedrijvigheid doorgaans gepaard gaat met een aanzienlijke uitbreiding van de werkgelegenheid. Deze ontwikkeling doet zich overigens niet alleen in de provincie Overijssel voor, maar is een landelijke ontwikkeling.

In Nederland -en zeker in Overijssel- zijn wij heel erg terughoudend met de vestiging van detailhandelbedrijven op bedrijventerreinen.

Wij willen in Nederland niet hebben wat er in de naburige landen (Duitsland en Frankrijk) is gebeurd, namelijk het door leegstand achteruitgaan van de leefbaarheid van de stads- en dorpscentra en het ontstaan van een ongewenste toename van het aantal autoverkeersbewegingen.

Mede ingegeven door de Nota Ruimte -waarin het Rijk de detailhandelproblematiek loslaat en overlaat aan de provincie en gemeenten- ontstaat er echter langzamerhand een beweging tot het wijzigen van het vestigingsbeleid, hetgeen o.a. blijkt uit de realisering van de zogenaamde outlet vestigingen (Lelystad, Roermond en Roosendaal).

Dit onderzoek moet een antwoord geven op de vraag onder welke omstandigheden en in welke omvang medewerking kan worden verleend aan detailhandel op bedrijventerreinen waarbij de negatieve gevolgen voor de leefbaarheid van de stads- en dorpscentra uitblijven of beperkt blijven.

2 Stelling, probleemstelling, doelstelling en definities

2.1 Stelling

Door de vestiging van detailhandel op bedrijventerreinen wordt de leefbaarheid (in de vorm van winkelvoorzieningen) van de stads- en dorpscentra beïnvloed.

2.2 Probleemstelling

De vestiging van detailhandelbedrijven op bedrijventerreinen heeft negatieve gevolgen voor de leefbaarheid van de stads- en dorpscentra.

2.3 Doelstelling

Vaststellen onder welke omstandigheden medewerking kan worden verleend aan detailhandel op bedrijventerreinen waarbij de negatieve gevolgen voor de leefbaarheid van de stads- en dorpscentra uitblijven of beperkt blijven.

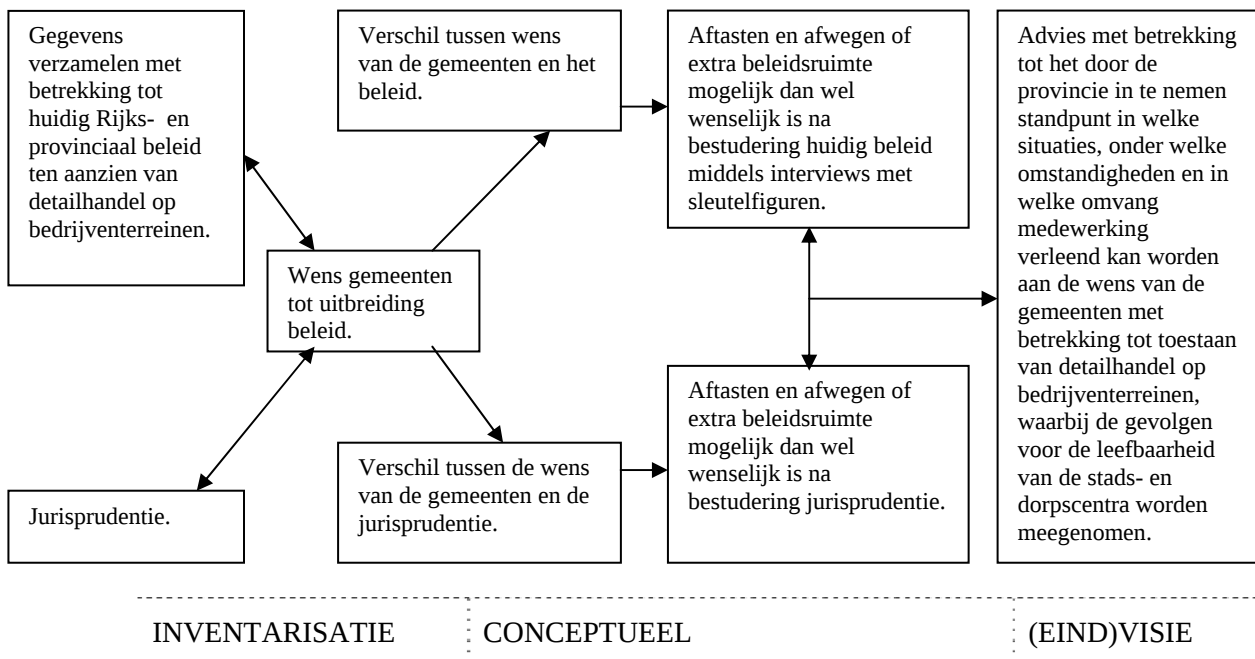
Definities:

Bedrijventerrein	Een terrein dat door zijn ligging, omvang en inrichting geschikt is voor het vestigen van bedrijven die -vanwege het feit dat ze hinder veroorzaken en in bepaalde gevallen vanwege hun omvang- niet in een woonomgeving gewenst zijn.
Bouwmarkt	Een al dan niet overdekt detailhandelsbedrijf met een overdekt verkoopvloeroppervlak van minimaal 1000 m ² , waarop een volledig of nagenoeg volledig assortiment aan bouw- en doe-het-zelfproducten uit voorraad wordt aangeboden.
Branchevervaging	Het aanbieden van producten die tot een andere branche behoren.
Detailhandel	Verkoop van goederen aan particulieren vanuit een winkel.
GDV-locatie	Locatie voor Geconcentreerde Grootschalige Detailhandels Vestigingen, waar de branchebeperkingen van het PDV-beleid niet of maar beperkt gelden. Uitsluitend en onder voorwaarden mogelijk in stedelijke knooppunten.
Geconcentreerde grootschalige Detailhandels-Vestiging (GDV)	Detailhandelsvestiging buiten bestaande winkelcentra, waarvoor geen assortimentbeperking geldt en alleen toegestaan is op aangegeven locaties in stedelijke knooppunten.

Koopkrachtbinding	Percentage van de omzet in een winkelgebied dat van binnen de eigen gemeente komt.
Koopkrachttoevloeiing	Percentage van de omzet in een winkelgebied dat van buiten de eigen gemeente komt.
Leefbaarheid van stads- en dorpscentra	De indruk (uitstraling, gevoel en beleving) die bij bewoners, bezoekers en ondernemers bestaat en bij een bezoek blijft hangen over het in economische-, sociale- en ruimtelijke zin functioneren en aantrekkelijk zijn van een stads- en dorpscentrum.
Leegstand	Geen economische activiteit in de winkelunit op moment van inventarisatie.
Leisure	Alle vormen van commerciële vrijetijdsbesteding.
PDV-branches	Detailhandel in brand- en explosiegevaarlijke stoffen en winkelformules die vanwege de omvang en aard van het assortiment een groot oppervlak nodig hebben (auto's, boten en caravans, tuincentra, bouwmarkten, keukens en sanitair, woninginrichting en meubels).
PDV-locatie	Locatie waar zich de in het Perifere Detailhandels Vestigingsbeleid van de rijksoverheid gedefinieerde branches mogen vestigen.
Perifeer	Alle terreinen of locaties binnen de bebouwde kom die niet binnen of nabij een bestaand of gepland winkelcentrum liggen.
Uitholling	De door het toestaan van detailhandel van niet volumineuze goederen op bedrijventerreinen ontstane situatie (verminderde inkomsten en leegstand) voor bestaande winkels in winkelcentra.
Volumineuze detailhandel	Winkelformules die vanwege de omvang en aard van het assortiment een groot oppervlak nodig hebben.
Volumineuze goederen	Goederen die door hun afmeting niet geschikt zijn om verhandeld te worden vanuit een winkel in een stads- of dorpscentrum.
Winkelvloeroppervlak (wvo)	De overdekte verkoopruimten die bedoeld zijn voor het publiek en die direct samenhangen met de winkelverkoop (zoals etalages, vitrines, toonbanken, schapruimte, paskamers en kassar ruimten). Dit in tegenstelling tot het bruto vloeroppervlak (bvo) waarbij ook kantoor en magazijnruimte wordt meegeteld.

2.4 Onderzoeksmodel

Ten behoeve van het onderzoek is het volgende onderzoeksmodel gehanteerd.



2.5 Beschrijving onderzoeksstrategie

Aan de hand van het werkplan waarin onder andere de probleemstelling en de doelstelling zijn geformuleerd en het daarvan afgeleide onderzoeksmodel ben ik met het onderzoek gestart. Allereerst ben ik op zoek gegaan naar informatie met betrekking tot dit onderwerp. Met behulp van Rijksnota's, provinciale streekplannen etcetera was het voor mij mogelijk het huidige rijks- en provinciale beleid vast te stellen. Vervolgens heb ik de wens/behoefte van de gemeenten en ondernemers die blijkt uit regelmatige bij de provincie¹ ingediende verzoeken geconfronteerd met het huidige beleid van het rijk en de provincie ten aanzien van detailhandel op bedrijventerreinen. Eveneens heb ik in deze fase gezocht naar (met name recente) jurisprudentie aangaande detailhandelvestingen op bedrijventerreinen. In deze fase van het onderzoek heb ik vastgesteld dat er verschil is tussen het huidige rijks- en provinciaal beleid en de wens van de gemeenten en ondernemers, aangezien de gemeenten en ondernemers in een aantal gevallen meer willen dan het huidige beleid toestaat. Eveneens heb ik in deze fase vastgesteld dat het beleid in Nederland sterk afwijkt van het beleid in de landen om ons heen (Duitsland, België en Frankrijk) en Noord Amerika (USA) dat in dit opzicht veel liberaler is dan in Nederland.

¹ Dit wordt bevestigd in de gehouden interviews.

Teneinde vast te kunnen stellen of er beleidsruimte in het huidige rijks- en provinciale beleid aanwezig is, ben ik gaan zoeken naar jurisprudentie die betrekking heeft op de periode 2003 tot heden. Uit deze jurisprudentie is op te maken dat de rechter erg terughoudend is in het instemmen met de vestiging van nieuwe detailhandelsvestigingen op bedrijventerreinen. Met al jarenlang bestaande situaties die gelegaliseerd worden heeft de rechter minder moeite.

Voor wat betreft de wenselijkheid tot het verruimen van het huidige rijks- en provinciaal beleid heb ik rijks- en provinciale beleidsambtenaren, een stafmedewerker van de Kamer van Koophandel en het hoofd van de afdeling Decentrale Advisering Detailhandel (DAD) van het Hoofdbedrijf Detailhandel (HBD) geïnterviewd. Door het voeren van de interviews is een goed beeld ontstaan aangaande het beleid dat momenteel gevoerd wordt door de hiervoor genoemde instanties met betrekking tot de detailhandel op bedrijventerreinen en de mogelijke gevolgen voor de leefbaarheid van de stads- en dorpscentra.

Trends en ontwikkelingen op het gebied van de detailhandel zijn onderzocht om vast te kunnen stellen of deze invloed kunnen hebben op de leefbaarheid. Daarnaast is onderzocht of het mogelijk is de achteruitgang van de leefbaarheid van de stads- en dorpscentra meetbaar te maken teneinde maatregelen te kunnen treffen om deze achteruitgang van de leefbaarheid te voorkomen.

Aan de hand van de informatie die verkregen is, zijn de mogelijke economische-, ruimtelijke- en sociale gevolgen van een verruiming van het huidige beleid ten aanzien van detailhandelsvestigingen op bedrijventerreinen, in relatie tot de leefbaarheid van de stads- en dorpscentra in beeld gebracht.

Dit alles resulteert in een advies aan de provincie Overijssel.

2.6 Leeswijzer

In hoofdstuk 1 wordt weergegeven wat de aanleiding is geweest voor het doen van het onderzoek. Vervolgens wordt in hoofdstuk 2 weergegeven wat de probleemstelling en doelstelling van het onderzoek zijn met daarbij een beschrijving van de onderzoeksstrategie. Hoofdstuk 3 geeft een beeld van het huidige beleid met betrekking tot detailhandel op bedrijventerreinen. Het beleid van het rijk en de provincies vanaf de jaren zeventig van de vorige eeuw tot op heden wordt in dit hoofdstuk beschreven. Eveneens wordt in dit hoofdstuk een uitstapje gedaan naar het buitenland en wordt het beleid in de landen om ons heen en van Noord Amerika (USA) beschreven. Hoofdstuk 3 eindigt met het beschrijven van een aantal jurisprudentie gevallen. De laatste trends en ontwikkelingen op het gebied van de detailhandel worden beschreven in hoofdstuk 4. De interviews met personen die vanuit hun functie betrokken zijn bij de ontwikkelingen die verband houden met detailhandel (zogenaamde sleutelfiguren) zijn beschreven in hoofdstuk 5. Hoofdstuk 6 geeft een antwoord op de vraag hoe de leefbaarheid meetbaar gemaakt kan worden.

In hoofdstuk 7 wordt in de conclusie de economische-, ruimtelijke- en sociale gevolgen van een verruiming van het beleid weergegeven waarna in hoofdstuk 8 een aanbeveling aan de provincie wordt gedaan met betrekking tot het nemen van maatregelen, het doen van gericht onderzoek en het geven van voorlichting aan gemeenten teneinde de leefbaarheid van de stads- en dorpscentra te waarborgen.

3 Het huidige beleid met betrekking tot detailhandel

Het projecteren en realiseren van voorzieningen voor detailhandel is van grote invloed op de ruimtelijke ontwikkeling en de kwaliteit van steden en dorpen. Gelet op de daarmee samenhangende verkeers- en vervoersaspecten heeft dit gevolgen voor de bestaande infrastructuur en vraagt soms aanleg van nieuwe infrastructuur. Dit is een ontwikkeling die in het gehele overheidsbeleid als negatief wordt gezien.

De detailhandel wordt gekenmerkt door een grote dynamiek. Voorbeelden hiervan zijn de opkomst van nieuwe concepten, zoals de factory outlet centers en de toenemende schaalvergroting en branchevervaging in de detailhandel.

Gevolg van deze ontwikkelingen is onder andere dat er enerzijds in ontwerpfase veel plannen gevormd worden voor grootschalige detailhandelsontwikkelingen op perifere locaties en anderzijds de positie van de kleinere dorps-, buurt- en wijkcentra onder druk staat.² De leefbaarheid van de stads- en dorpscentra kan niet los gezien worden van deze ontwikkelingen.

3.1 Het Rijksbeleid

Begin jaren zeventig van de vorige eeuw werden gemeenten voor het eerste geconfronteerd met de opkomst van zogenaamde “weidewinkels” of “witte schuren” die een vestigingsplaats zochten aan de rand of buiten de stedelijke bebouwing, hetgeen als bedreiging werd gezien van de bestaande structuur van de detailhandel. Teneinde de gevolgen van deze ontwikkeling te onderzoeken werd een parlementaire commissie ingesteld. Het oordeel van de commissie was vernietigend: “perifere grootschalige detailhandel zou een verandering in de hiërarchie van winkelcentra teweegbrengen”, “een onaantvaardbare belasting van wegen en wegaansluitingen veroorzaken” en “het draagvlak voor voorzieningen in de stad aantasten”³. In 1973 werd op basis van de in het rapport genoemde aanbevelingen het zogenaamde PDV-beleid (perifere detailhandelsvestiging) ontworpen en ingevoerd. Op grond van het PDV-beleid waren alle detailhandelsontwikkelingen buiten de erkende winkelgebieden verboden. Uitzondering hierop vormden de handel in auto’s, boten en caravans alsmede gevaarlijk en explosief materiaal.

In het midden van de jaren tachtig van de vorige eeuw werd het PDV-beleid enigszins versoepeld door het toestaan van meubelzaken en bouwmarkten buiten de erkende winkelcentra⁴. Woninginrichting werd vanaf 1990 toegestaan in verband met de vestiging van Ikea-winkels⁵.

In 1993 heeft het Rijk onder de naam GDV (geconcentreerde grootschalige detailhandelsvestigingen) een voorstel aangenomen waarbij het mogelijk werd om ook buiten winkelgebieden winkels die geen assortimentbeperking kennen, toe te staan. GDV’s zijn bedoeld voor grote winkels van ten minste 1500m². Zij mogen slechts op een locatie worden gebouwd die een goede aansluiting heeft met het openbaar vervoer en zij waren uitsluitend toegestaan in de in de Vierde Nota genoemde stedelijke knooppunten. Daarnaast moet een regionale detailhandelsvisie aantonen dat er voldoende marktruimte bestaat.

² Detailhandelsvisie Overijssel, 12 september 2006.

³ Tweede Kamer 1972-1973, 12321:24-25.

⁴ Tweede Kamer 1984-1985, nr. 1-2.

⁵ Tweede Kamer 1989-1990, nr. 19.

Hoewel een evaluatie van het PDV/GDV-beleid overwegend positief was ⁶, besloot het kabinet dit beleid een paar jaar later drastisch te herzien. In het kader van de operatie Marktwerving Deregulering en Wetgevingskwaliteit is het PDV-GDV-beleid onderzocht, met de vraag of er ruimte was voor decentralisering en meer marktwerving ⁷. De conclusie van dit rapport was dat het PDV-GDV-beleid overbodig is en dat detailhandelsontwikkeling beter op een lager schaalniveau kan worden geregeld. Deze aanbeveling is vervolgens opgenomen in de (concept) Vijfde Nota. In principe blijft het rijk tegen vestigingen in het buitengebied en voor intensief ruimtegebruik, maar zal hij de uitvoering van dit beleid over laten aan de lagere overheden ⁸.

Een vrij recente ontwikkeling op het terrein van de detailhandel is het ontstaan van de zogenaamde “Factory Outlet Centre” (FOC). De formule van de FOC is dat een groot aantal kleine individuele winkelunits wordt samengebracht in één stijlvol ingericht centrum. Producenten van (gerenommeerde ofwel A-) merkkleding, modeaccessoires en interieurartikelen huren daar ruimte om hoogwaardige artikelen -onder andere restpartijen en testseries- tegen sterk gereduceerde prijzen aan te kunnen bieden aan een groot publiek zonder het aanzien van hun merk te schaden.

Het eerste FOC is gerealiseerd in een voormalig kazerneterrein in Roermond. Inmiddels is er ook in Lelystad een FOC gerealiseerd die bedoeld is als een krachtige stimulans voor de lokale economie en als vliegwiel voor het op gang brengen van de ontwikkeling van de Suyderseeboulevard. Naast het feit dat de FOC's een “speciaal” assortiment hebben vallen ze ook op door hun enorme afmetingen (Roermond 35.000 m² en Lelystad 25.000 m²). In Nederland is er vanwege de exclusiviteit en het beperkte aanbod van goederen (restpartijen) ruimte voor twee of drie van deze megawinkelcentra.

De meest recente ontwikkeling op dit terrein is de FOC die gevestigd is in Roosendaal.

In de (concept) Vijfde Nota over de ruimtelijke ordening heeft het Rijk kenbaar gemaakt niet langer afzonderlijk ruimtelijk beleid voor detailhandel te willen formuleren, maar dit te integreren in het beleid voor bedrijven en voorzieningen. Daarmee wordt meer ruimte geboden voor regionale differentiatie en lokaal maatwerk. Het Rijk legt de primaire verantwoordelijkheid voor het detailhandelsbeleid bij de provincies en gemeenten. Provincies en gemeenten zullen het nieuwe locatiebeleid binnen de randvoorwaarden van het Rijk operationeel moeten maken. Dit in de vorm van een visie op de ontwikkeling van vestigingsmilieus voor bedrijven en voorzieningen (inbegrepen detailhandel). Vestigingen in het landelijk gebied (weidewinkels en dergelijke) zijn niet toegestaan.

De Nota Ruimte⁹ is in de plaats gekomen van de (concept) Vijfde Nota die met de kabinetscrisis in 2002 is gesneuveld. Formeel gold op dat moment nog steeds de Vinac, dit is de geactualiseerde versie van de Vierde Nota over de ruimtelijke ordening extra, met het daarbij behorende PDV/GDV-beleid. Wel werd door het rijk al rekening gehouden met het in de Nota Ruimte opgenomen nieuwe beleid.

In de Nota Ruimte wordt het locatiebeleid voor bedrijven en voorzieningen (ABC-locatiebeleid¹⁰) en het locatiebeleid voor Perifere en Grootschalige Detailhandelsvestigingen (PDV/GDV-beleid) vervangen door een integraal locatiebeleid voor bedrijven en voorzieningen¹¹. Het locatiebeleid heeft er aan bijgedragen dat er in Nederland -in

⁶ Tweede Kamer 1997-1998, 25427, nr. 16.

⁷ Ministerie EZ 2000.

⁸ Ministerie VROM 2001:284.

⁹ Door het kabinet op 23 april 2004 vastgesteld.

¹⁰ Beleid aangaande bedrijven op de juiste plaats.

¹¹ Onder voorzieningen worden in de Nota Ruimte ook detailhandelbedrijven verstaan.

tegenstelling tot het buitenland- nauwelijks weidewinkels zijn. Dit nationale locatiebeleid wordt in de Nota Ruimte gedecentraliseerd naar de provincies en -voor zover het om binnenregionale vraagstukken gaat- naar de WGR-plusregio's.

Het doel van het nieuwe in de Nota Ruimte opgenomen locatiebeleid is een goede plaats te bieden voor ieder bedrijf, zodat een optimale bijdrage wordt geleverd aan de versterking van de kracht van steden en dorpen. Wat een "goede" plaats is geeft de Nota Ruimte niet aan, maar wel is een aantal regels opgenomen dat moet zorgen voor de gewenste basiskwaliteit op dit punt. De wetgever laat het aan de provincies en -voor zover het om binnenregionale vraagstukken gaat- WGR-plusregio's over te bepalen wat een "goede" plaats is voor ieder bedrijf.

Als gevolg van de motie Van Bochove¹² is de Nota Ruimte in 2005 gewijzigd in die zin dat de tekst in paragraaf 2.3.2.6. (locatiebeleid voor bedrijven en voorzieningen) is aangepast. De Nota Ruimte heeft als uitgangspunt meer ruimte te bieden voor nieuwe ontwikkelingen. Volgens de nieuwe tekst mogen nieuwe vestigingslocaties voor de detailhandel niet ten koste gaan van de bestaande detailhandelsstructuur in wijkcentra en binnensteden.

Gemeenten dienen de mogelijkheid te hebben om in bestemmingsplannen een aparte bestemming voor perifere detailhandel op te nemen. De provincies stellen gezamenlijk richtlijnen op met betrekking tot branchebeperkingen voor perifere detailhandel, die vervolgens door het Rijk worden geaccordeerd. In de bestaande jurisprudentie is "branchering" in bestemmingsplannen alleen mogelijk als de ruimtelijke relevantie kan worden aangetoond.

Door het Interprovinciaal Overleg (IPO) zijn op 23 februari 2006 de provinciale richtlijnen met betrekking tot perifere detailhandel aan de minister van VROM gezonden. Bij brief van 10 november 2006 heeft het kabinet in een brief gericht aan de voorzitter van de Tweede Kamer gereageerd op het voorstel van het IPO waarbij tevens het resultaat van het overleg van het IPO met het bedrijfsleven is betrokken.

Het kabinet constateert in deze brief¹³ dat het voorstel van het IPO een breder vlak weergeeft dan waar de Nota Ruimte om vraagt: in feite wordt het hele locatiebeleid voor detailhandel bestreken. Behalve de perifere detailhandel komen ook weidewinkels en grootschalige detailhandel aan de orde. Gelet op het feit dat er sprake is van een onderlinge samenhang kan het kabinet waardering opbrengen voor het voorstel van het IPO, temeer daar de Tweede Kamer bij de behandeling van de Nota Ruimte breed zijn zorg heeft geuit over het fenomeen weidewinkels. Vestiging van weidewinkels wordt in de gezamenlijke richtlijnen niet toegestaan.

De motie Van Bochove heeft de vrees weggenomen dat door de komst van de Nota Ruimte voor wat betreft de vestiging van detailhandelbedrijven op bedrijventerreinen "het hek van de dam is". Hoewel de Nota Ruimte als uitgangspunt heeft dat er meer ruimte moet worden geboden voor nieuwe ontwikkelingen, heeft de motie er toe geleid dat de tekst van de nota dusdanig is aangepast dat nu vastgelegd is dat nieuwe vestigingslocaties voor de detailhandel niet ten koste mogen gaan van de bestaande detailhandelsstructuur in wijkcentra en binnensteden.

¹² Nota Ruimte, Tweede Kamer, vergaderjaar 2004-2005, 29435, nr. 153.

¹³ Ministerie VROM, 2006.

3.2 Het beleid in de provincie Overijssel

Het huidige provinciale beleid met betrekking tot detailhandel is geregeld in het Streekplan 2000+, dat gebaseerd is op de volgende uitgangspunten:

- een verdere revitalisering en bundeling van hoogwaardige en gespecialiseerde voorzieningen met een groot verzorgingsbereik in en bij de grote steden;
- de ontwikkeling van een detailhandelsstructuur in de overige kernen moet binnen het verstedelijkingsprofiel passen;
- de vestiging van reguliere detailhandel buiten de bebouwde kom is niet toegestaan;
- bij uitbreiding van het winkelvloeroppervlak wordt concentratie in of bij (bestaande) winkelgebieden voorgestaan;
- vestiging buiten winkelgebieden is mogelijk als dit binnen of aan de rand van het stads- of dorpsgebied plaatsvindt en er sprake is van specifieke omstandigheden zoals ruimte voor specifieke branches, bijzondere winkelformules en/of gebrek aan ruimte in of grenzend aan de bestaande winkelgebieden.

Een verdere uitwerking van het Streekplan 2000+ heeft plaatsgevonden in de Handreiking en beoordeling ruimtelijke plannen. In deze handreiking is met betrekking tot detailhandel o.a. bepaald dat in afwijking van het algemene principe van concentratie van detailhandelsvestigingen in of aansluitend aan winkelgebieden, voor specifieke situaties of branches vestiging op perifere locaties zoals bijvoorbeeld een industrieterrein toegestaan is. In een detailhandelsvisie kan het hiervoor relevante gemeentelijk beleid worden toegelicht. Branches waarvoor dit al jarenlang geldt, zijn onder meer:

- detailhandel in op het eigen bedrijf vervaardigde goederen als ondergeschikte nevenactiviteit van industrie en ambacht;
- detailhandel in volumineuze goederen zoals als auto's, boten, caravans, keukens, badkamers, landbouwwerktuigen, grove bouwmaterialen, bouwmarkten met een maximum verkoopvloeroppervlak van 1.500 m²;
- tuincentra;
- individuele meubeltoonzalen met een oppervlak van maximaal 1500 m² verkoopvloeroppervlak per zaak.

Deze uitzonderingen dienen niet bij recht maar met een vrijstellingsbevoegdheid ex artikel 15, eerste lid van de WRO in het bestemmingsplan te worden geregeld. Op gemeentelijk niveau wordt afgewogen of de voorgenomen vestiging niet tot een onevenredige aantasting van de bestaande verzorgingsstructuur zal leiden. Uitgangspunt is detailhandel, gerelateerd aan de functie van de kern. Gelet op de regionale functie van meubelboulevards en dergelijke dient voorkomen te worden, dat door de vestiging van meerdere individuele meubeltoonzalen naast elkaar, meubelboulevards ontstaan in kernen zonder een regionaal verzorgende functie. De vestiging van bedrijven in de foodsector op perifere locaties is in het algemeen uitgesloten.

In het verleden stond onder de bovenstaande opsomming ook de detailhandel in brand- en explosiegevaarlijke stoffen. Het spreekt voor zich dat voor het toestaan hiervan specifieke, op veiligheid gerichte, aandacht nodig is.

Speciale formules

Voor bouwmarkten en individuele meubeltoonzalen groter dan 1.500 m² verkoopvloeroppervlakte acht de provincie de regeling van artikel 15, lid 2 van de Wet op de Ruimtelijke

Ordering noodzakelijk¹⁴, omdat deze vaak een regionale uitstraling hebben en afbreuk kunnen doen aan voorzieningen in de omgeving.

Tot nu toe werd naast het begrip perifere detailhandelsvestigingen (PDV), tevens het begrip grootschalige detailhandelsvestigingen (GDV) gebruikt. Bij GDV's is de schaal (grote hoeveelheid kleine artikelen) en niet direct de branchesoort van de vestiging bepalend. De vestiging moet een verrijking van het aanbod betekenen en een dimensie toevoegen aan het reguliere aanbod. In de Handreiking wordt onder een GDV ook een Factory Outlet Centre en thematische grootschalige detailhandelsvoorzieningen, zoals meubelboulevards, themacentra voor wooninrichting etcetera verstaan.

Voor de GDV's hanteert de provincie Overijssel de volgende uitgangspunten:

- de vestiging van deze specifieke vormen wordt gezien het (boven)regionale karakter alleen toegestaan in de vijf grote Overijsselse gemeenten te weten: Almelo, Deventer, Enschede, Hengelo en Zwolle;
- de realisering moet passen in een regionale detailhandels(structuur)visie, opgesteld met de omringende gemeenten en de provincie, waarbij de effecten van de voorgenomen vestiging op de bestaande voorzieningenstructuur in de stad en voor de regio inzichtelijk worden gemaakt;
- gelet op de publieksaantrekkende werking dient de locatie niet alleen voor auto's maar ook met openbaar vervoer goed bereikbaar te zijn;
- deze voorzieningen worden met een aparte regeling in het bestemmingsplan opgenomen.

Op grond van het vorenstaande is duidelijk dat ingevolge het provinciale beleid detailhandel van niet volumineuze goederen op bedrijventerreinen niet is toegestaan tenzij het grootschalige detailhandelsvestigingen (GDV) betreft, die echter alleen toegestaan worden bij de vijf grote steden (Almelo, Deventer, Enschede, Hengelo en Zwolle).

3.3 Ontwikkelingen in het provinciale beleid

Zoals al in 3.1 is genoemd geeft het Rijk middels de Nota Ruimte meer verantwoordelijkheid aan provincies en gemeenten om het detailhandelsbeleid vorm te geven. Om invulling aan deze nieuwe taak te geven heeft de provincie Overijssel¹⁵ het initiatief genomen een provinciale detailhandelsvisie¹⁶ op te stellen. Deze visie beoogt een (economische) aanvulling op het streekplan te zijn aangezien de keuzes die thans in het streekplan staan niet zijn onderbouwd vanuit een economisch oogpunt. De visie schetst de wenselijke ruimtelijk economische ontwikkelingsrichting voor de detailhandel in Overijssel en kan als toetsingskader dienen bij de beoordeling van nieuwe “winkelplannen” met een bovenlokale impact.

In de detailhandelsvisie is voor de diverse type winkelgebieden in Overijssel een wensbeeld geschetst. Dit wensbeeld geeft de visie op de toekomstige detailhandelsstructuur en is vertaald in beleidsuitgangspunten.

¹⁴ Vooraf verklaring van geen bezwaar van gedeputeerde staten.

¹⁵ Ook de provincies Gelderland en Zuid-Holland hebben inmiddels een detailhandelsvisie opgesteld.

¹⁶ Detailhandelsvisie Overijssel, 12 september 2006.

Hieronder is het bovengenoemde wensbeeld per type winkelgebied kort samengevat:

Binnensteden en verzorgende centra. Behoud en versterking van de positie van deze centra heeft prioriteit. Ontwikkelingen die de positie van deze centra kunnen ondermijnen dienen te worden tegengegaan.

Lokaal verzorgende centra. Streven naar een volwaardig en compleet verzorgingsniveau op wijkniveau en voor zover haalbaar op buurt- en dorpsniveau.

Perifere detailhandelsclusters voor grootschalige detailhandel. Nieuwe detailhandelsontwikkelingen dienen bij voorkeur aan te sluiten op bestaande detailhandelsconcentraties. Op perifere locaties wordt alleen detailhandel toegestaan die vanwege de specifieke ruimtelijke eisen moeilijk inpasbaar is in bestaande winkelgebieden en doelgericht wordt bezocht. In principe gaat het om grootschalige aanbieders in de traditionele PDV-branches.

Leisureconcentraties. Onder leisureconcentraties wordt verstaan een voorziening voor vrijetijdsbesteding (bioscoop, theater, lunchroom en sport). Wat betreft de detailhandel binnen leisureconcentraties gelden als voorwaarden dat de detailhandel direct aan de leisure is gerelateerd, de detailhandel een aantoonbare meerwaarde voor het concept heeft, de detailhandelcomponent ondergeschikt is (maximaal 10% van het totale voorzieningsvlak) en dat de ontwikkeling de bestaande detailhandelsstructuur niet onevenredig aantast.

Megasupermarkten. Deze dienen ontwikkeld te worden in of aansluitend aan bestaande centrumwinkelgebieden en stadsdeelcentra. Indien een megasupermarkt niet in een (stadsdeel)centrum is in te passen, komen locaties aan goed bereikbare in- en uitvalsroutes van de stad in beeld. In een dergelijke situatie dient de toegevoegde waarde van de ontwikkeling te worden aangetoond en mag geen sprake zijn van een bedreiging voor de positie van de buurt-, wijk- en dorpswinkelcentra.

Perifere shopping malls. De ontwikkeling van een perifere shopping mall met een “regulier winkelaanbod” wordt voor Overijssel niet wenselijk geacht. Een perifere shopping mall is uitsluitend een optie, indien het een voor Overijssel bijzonder concept betreft met een specifiek thema, een unieke invulling en grote reikwijdte, dat complementair is aan en van toegevoegde waarde is voor de bestaande winkelstructuur en geen verstoring van deze structuur tot gevolg zal hebben.

Kleinschalige detailhandelsvormen buiten winkelgebieden. Uitgangspunt bij detailhandelsvoorzieningen op trafficlocaties is dat de winkels gericht zijn op specifieke bezoekenmomenten, complementair zijn aan de bestaande winkelcentra en niet concurrerend, en de maximale winkelomvang 100m² bruto vloeroppervlakte bedraagt. Detailhandel op boerderijen is toegestaan, mits het zelf geproduceerde plus aanverwante artikelen betreft en de detailhandelsactiviteit maximaal 100m² bvo beslaat.

Deze detailhandelsvisie is een instrument dat ingezet wordt om de plannen van veel gemeenten voor het versterken en het uitbreiden van het aantal winkelveorzieningen te stroomlijnen. De visie zorgt er voor dat deze uitbreiding passend is qua winkelvloeroppervlakte en op de juiste locatie plaatsvindt en dus niet leidt tot een ontwrichting van de bestaande detailhandelstructuur. Hiermee is de leefbaarheid van de stads- en dorpscentra ook in hoge mate gediend.

3.4 Het beleid in de provincie Gelderland

Het beleid in de provincie Gelderland met betrekking tot detailhandel is verwoord in het Streekplan Gelderland 2005¹⁷. Uitgangspunt voor het Gelderse provinciale beleid ten aanzien van de detailhandel en grootschalige voorzieningen is dat er ruimte geboden wordt om veranderingen in vraag en aanbod mogelijk te maken. Dit onder de voorwaarde dat de bestaande voorzieningenstructuur niet duurzaam wordt aangetast. De positie van de bestaande winkelgebieden heeft prioriteit. Vernieuwing en uitbreiding van de detailhandel moeten plaatsvinden binnen of onmiddellijk grenzend aan bestaande winkelgebieden en in overeenstemming zijn met de aard, schaal en (verzorgings)functie van het aangrenzende winkelgebied. Vestiging van detailhandel in het buitengebied (de zogenaamde “Weidewinkels”) is uitgesloten.

Grootschalige winkelvoorzieningen in de regio worden geacommodeerd op binnenstedelijke en randstedelijke (perifere) locaties. Grootschalige thematische voorzieningen, zoals “leisure”, passen op grond van ruimtelijke aspecten alleen in een stedelijk netwerk, op een gunstig ontsloten plek. Voor (grootschalige en/of specifieke vormen van) detailhandel op perifere locaties gelden verder de onderstaande aanvullende uitgangspunten:

- Op bedrijventerreinen is alleen detailhandel toegestaan die vanwege de specifieke ruimtelijke eisen moeilijk inpasbaar is in bestaande winkelgebieden. Het betreft detailhandel in explosie- en brandgevaarlijke stoffen en winkelformules die vanwege de aard en omvang van de gevoerde artikelen een groot oppervlak nodig hebben voor de uitstraling (zoals auto’s, boten, caravans, tuincentra, bouwmarkten grove bouwmaterialen, keukens en sanitair, evenals woninginrichting waaronder meubels);
- thematische ontwikkelingen zijn toegestaan, als daarvoor grenzend aan de bestaande centra geen geschikte locatie voorhanden is en het thema specifiek aan een perifere locatie is gebonden;
- detailhandel in voedings- en genotmiddelen (waaronder supermarkten) mag niet perifeer gevestigd worden.
- voor grootschalige detailhandel (>1.500 m² bruto vloeroppervlak per winkel) met een bovenlokale functie/reikwijdte geldt dat deze dient aan te sluiten bij bestaande detailhandelsconcentraties en goed bereikbaar moet zijn met openbaar vervoer en auto.

Een cluster van grootschalige detailhandelsvoorzieningen (eventueel in combinatie met leisure) kan alleen worden geconcentreerd in stedelijke netwerken nabij centra/knooppunten met een bovenregionale functie en bij voorkeur op een stedelijk dienstenterrein. Een dergelijke cluster dient qua functie complementair te zijn aan de bestaande winkelgebieden. Daarnaast mag de ontwikkeling van (een cluster van) grootschalige detailhandel geen duurzame ontwrichting van de bestaande detailhandelstructuur tot gevolg hebben. Per stedelijk netwerk wordt binnen het bundelingsgebied de mogelijkheid geboden één cluster van grootschalige detailhandel te vestigen. De regio’s waarin een stedelijk netwerk aanwezig is, kunnen dit in overleg met de afzonderlijke gemeenten aanwijzen.

¹⁷ Streekplan Gelderland 2005, 29 juni 2005.

3.5 Het beleid in de provincie Zuid Holland

Het beleid in de provincie Zuid Holland met betrekking tot detailhandel is in hoofdlijnen verwoord in de vier streekplannen Zuid-Holland Oost, Zuid-Holland Rijnmond, Zuid-Holland West en Zuid-Holland Zuid¹⁸ en verder uitgewerkt in de nota “Regels voor Ruimte”¹⁹.

Uitgangspunt voor het Zuid-Hollands provinciale beleid ten aanzien van de detailhandel en grootschalige voorzieningen is dat:

- Nieuwe voorzieningen dienen regionaal te worden afgestemd op de verzorgingsfunctie en het inwonertal van steden en dorpen, waarbij rekening moet worden gehouden met de effecten op de functie van nabijgelegen centra.
- Nieuwe voorzieningen mogen niet leiden tot een structurele aantasting van het voorzieningenniveau elders.
- Nieuwe voorzieningen moeten worden gerealiseerd in de centra van steden, dorpen en wijken. Uitzondering is mogelijk voor de volgende gevallen:
 - buurt- en gemakswinkels;
 - op knopen, voorzover passend binnen het knooprofiel;
 - detailhandel in brand- en explosiegevaarlijke goederen;
 - detailhandel in zeer volumineuze goederen, auto's, motoren, boten, caravans, keukens, badkamers, vloerbedekking, parket, zonwering, tenten, grove bouwmaterialen en landbouwwerktuigen;
 - tuincentra;
 - bouwmarkten of grootschalige meubelbedrijven (inclusief in ondergeschikte mate woninginrichting in stoffering) met een bruto vloeroppervlakte van minimaal 1.000 m² en na onderzoek naar de bovengemeentelijke effecten en na instemming van Gedeputeerde Staten.
- Nieuw perifere detailhandel is alleen toegestaan indien het om reeds elders in de gemeente gevestigde bedrijven gaat, of wanneer het bedrijf in een regionale of een provinciale structuurvisie detailhandel is aangewezen als opvang voor grootschalige detailhandel.
- De nevenassortimenten die op perifere locaties gevoerd mogen worden, kunnen verruimd worden, met dien verstande dat de oppervlakte van een grootschalige winkel in volumineuze goederen voor een klein deel voor de verkoop van nevenassortiment mag worden gebruikt, mits dit past bij het hoofdassortiment en aan de volgende voorwaarden is voldaan:
 - het nevenassortiment neemt niet meer ruimte in beslag dan 20% van het nettovloeroppervlak;
 - uit distributie-planologisch onderzoek blijkt dat dit niet leidt tot ontvricting van de regionale verzorgingsstructuur;
 - het Regionaal Economisch Overlegorgaan met het voorstel heeft ingestemd of niet binnen 6 weken na verzending van de adviesaanvraag een advies heeft uitgebracht.
- Beperkte verkoop van artikelen (tot enkele tientallen vierkante meters) aan consumenten buiten deze locaties en reguliere detailhandelslocaties wordt alleen toegestaan voor zover het gaat om:
 - de verkoop van consumentenartikelen binnen op consumenten gerichte voorzieningen, zoals maneges en grootschalige recreatievoorzieningen, onder voorwaarde dat de initiatiefnemers kunnen aantonen dat dit de

¹⁸ Streekplannen Zuid-Holland Oost, Rijnmond, West en Zuid, 19 februari 2003.

¹⁹ Nota Regels voor Ruimte, 2003 – 2007.

- bestaande verzorgingsstructuur niet aantast of de verkoop van door consumenten bestelde producten op een bestaande bedrijfslocatie waar deze producten worden geassembleerd en/of geproduceerd, zoals PC-configuraties-op-bestelling, onder voorwaarde dat de initiatiefnemers kunnen aantonen dat dit de bestaande verzorgingsstructuur niet aantast.
- Ondersteunende detailhandel op bedrijventerreinen wordt in bestemmingsplannen toegestaan tot een oppervlakte van 125m². Een grotere oppervlakte kan worden toegestaan voor zover deze detailhandel het bedrijventerrein als verzorgingsgebied heeft en met onderzoek is aangetoond dat de bestaande verzorgingsstructuur niet wordt aangetast.

3.6 Het beleid in andere landen

In het buitenland nemen grootschalige commerciële voorzieningen in de periferie de traditionele functies over van de bestaande centra. De reden hiervan is dat het beleid in de landen om ons heen (Duitsland, België en Frankrijk) veel liberaler is dan in Nederland. Hetzelfde geldt overigens voor Noord Amerika (USA).

In Noord Amerika (USA) zijn in de vorige eeuw de meest nieuwe winkelformules (zoals supermarkten, shopping malls, superstores en fabriekswinkels) ontstaan. Als het gaat om openbare ruimte en detailhandel is het perifere overdekte winkelcentrum, oftewel de shopping mall, het meest relevante begrip voor de nieuwe stedelijkheid. Victor Gruen kan met zekerheid de vader van de moderne shopping mall worden genoemd. De klassieke shopping mall conform de gedachte van Gruen kenmerkt zich door een zee van gratis parkeerplaatsen en een gevarieerd aanbod van winkels, geflankeerd door twee warenhuizen of “trekkers”. Het gebied ertussen bestaat uit een autovrije overdekte straat met winkelgalerijen, fontein en banken. In een later stadium zijn daar ook voorzieningen zoals tropische tuinen, bibliotheken, ijsbanen en natuurlijke de foodcourt (verschillende eetgelegenheden gevestigd rond een centraal plein), toegevoegd om de verblijfsduur en naar verwachting ook winst van de winkels te verhogen ²⁰.

Het succes van de shopping mall ging echter vaak gepaard met de verloedering en teloorgang van de binnenstad als winkelgebied. Centrum werd periferie en periferie centrum ²¹. In de jaren 60 van de vorige eeuw begon het fenomeen weidewinkel zich in Duitsland en Frankrijk in rap tempo te verspreiden ²². In Engeland zijn na de liberalisering van het detailhandelsbeleid door de regering Thatcher vele winkelketens naar out-of-town shopping malls of weidewinkelgebieden verhuisd.

Een voorbeeld van een shopping mall op het Europese continent is het in 1996 in het Duitse Oberhausen geopende winkelcentrum CentrO. Hoewel het met een verkoopvloeroppervlakte van 70.000m² veel bescheidener van schaal is dan de reuzen in Noord-Amerika (USA) en Groot-Brittannië, is de bekende formule van Victor Gruen sterk aanwezig: een gebouw waarin winkelstraten geflankeerd zijn door warenhuizen. Uit onderzoek is gebleken dat de realisering van CentrO aanzienlijke gevolgen heeft voor zowel de detailhandel als de horeca in de regio. Vooral de oude binnenstad van Oberhausen heeft zwaar te lijden onder de concurrentiedruk van CentrO. Zo daalden de huren in de hoofdwinkelstraat ongeveer met 30 procent! ²³. Maar CentrO heeft Oberhausen echter ook duidelijk als bestemming op de kaart gezet.

De grootschalige detailhandel in Frankrijk heeft een slechte reputatie. Niet zonder reden. Uit onderzoek blijkt dat in de minder welvarende wijken in Frankrijk het “traditionele” winkelaanbod bijna gereduceerd is tot nul.

De landen om ons heen hebben gemerkt dat het succes van deze nieuwe vorm van stedelijkheid vaak gepaard gaat met aantasting van de vitaliteit van de binnensteden. In Nederland is deze tendens door het voeren van een streng detailhandelsvestigingenbeleid veel minder sterk aanwezig.

Het is dus niet voor niets dat Frankrijk, Duitsland, België, en Engeland strengere regels invoeren om de groei van de perifere detailhandel af te remmen. In het nieuwe beleid van het Duitse Nordrhein-Westfalen wordt zelfs de Nederlandse methode van assortimentsbeperking ingevoerd.

²⁰ Stedebouw en RO, 03/2002.

²¹ Kooijmna, D. (1999), Machine en theater.

²² Ruimte in debat 05/2003, ruimtelijk planbureau, David Evers.

²³ Brickau, K., 2001, Furt der neue Boom an Einkaufszentren zum Niergang der Innenstadte.

Opvallend is dat de Nota Ruimte gericht is op een verruiming van het beleid, terwijl in de landen om ons heen, waar het beleid aangaande detailhandel veel ruimer is, gestreefd wordt naar een inperking van het beleid. Het lijkt erop dat het buitenlandse beleid en het Nederlandse beleid naar elkaar toegroeien naar het meest gunstige punt waar het evenwicht gevonden wordt tussen verruiming en inperking van het beleid.

3.7 Jurisprudentie aangaande detailhandel op bedrijventerreinen

Na het raadplegen van diverse juridische databanken heb ik moeten constateren dat er niet veel jurisprudentie te vinden is met betrekking tot detailhandelsvestigingen op bedrijventerreinen. De reden hiervan is volgens mij -en hierin word ik gesterkt door diverse provinciale beleidsambtenaren die werkzaam zijn in de ruimtelijke ordening- dat door gemeenten mondigesmaat bestemmingsplannen en aanvragen op grond van artikel 19 van de Wet op de Ruimtelijke Ordening in procedure worden gebracht en in dit kader aan gedeputeerde staten ter goedkeuring worden voorgelegd (wel veel telefonische vragen of vragen in een overleg of de vestiging van bepaalde detailhandelbedrijven op het bedrijventerrein tot de mogelijkheid behoort).

In de Overijsselse situatie betekent dit dat er geen goedkeuring wordt verleend aan dergelijke bestemmingsplannen of dat er geen verklaring van geen bezwaar in het geval van een artikel 19, lid 1 of lid 2 procedure wordt verleend. De gevallen die bekend zijn hebben vaak betrekking op detailhandelsvestigingen die van oudsher op bedrijventerreinen gevestigd zijn. Wanneer de gemeente een eind wil maken aan het “oneigenlijke” gebruik van het bedrijventerrein ontstaan er problemen en wordt vaak de weg naar de rechter gezocht. De rechter houdt in de uitspraak rekening met de omstandigheden. De ene keer is dit in het voordeel van de detailhandelaar en de andere keer in het voordeel van de gemeente. Uit interviews met beleidsambtenaren van de provincie Gelderland en Zuid Holland blijkt dat de provincies Gelderland en Zuid-Holland steeds meer worden geconfronteerd met aanvragen met betrekking tot detailhandel op bedrijventerreinen. Aangezien er ook door deze provincies een terughoudend beleid wordt gevoerd met betrekking tot dit onderwerp en er vanuit gemeenten/projectontwikkelaars toch een bepaalde behoefte bestaat tot uitbreiding van het beleid, zal dit in de toekomst zeker leiden tot meer jurisprudentie.

Een aantal relevante zaken waar de provincie naar aanleiding van een bezwaarschrift een besluit heeft genomen of waarover de rechter in beroep (of hoger beroep) een uitspraak heeft gedaan zijn de volgende:

Verlichtingswinkel op een bedrijventerrein te Staphorst. Aanvraag van de gemeente Staphorst voor het legaliseren van een winkel in zogenaamde sfeerverlichting op het bedrijventerrein. Een op het bedrijventerrein van Staphorst aanwezige grote bouwmarkt begon naast de verkoop van tuinverlichting, badkamerverlichting, keukenverlichting -in een aparte afdeling- met de verkoop van sfeerverlichting. In de voorschriften van het vigerende bestemmingsplan was de verkoop van dit soort verlichting uitgesloten. Door een concurrent van de detailhandelaar werd de gemeente uitgenodigd bestuursdwang toe te passen. Voordat de gemeente over kon gaan tot bestuursdwang was het noodzakelijk te onderzoeken of de illegale activiteit kon worden gelegaliseerd. De gemeenteraad was van mening dat een dergelijke activiteit passend was op het bedrijventerrein en heeft gedeputeerde staten van Overijssel verzocht op grond van artikel 19 van de Wet op de Ruimtelijke Ordening te verklaren geen bezwaar te hebben tegen de verkoop van sfeerverlichting vanaf het bedrijventerrein van Staphorst. Gedeputeerde staten waren van mening dat de verkoop van

sfeerverlichting (detailhandel van niet volumineuze goederen) vanaf een bedrijventerrein in strijd was met het provinciaal beleid zoals dat was vastgelegd in de toen geldende “Handleiding en beleidsregels ruimtelijke ordening” waarin bepaald is dat de concentratie van detailhandelsvestigingen in of aansluitend aan centra moet plaatsvinden en weigerden de gevraagde verklaring van geen bezwaar. In afwijking van dit algemene principe zijn bepaalde branches op locaties buiten een winkelcentrum, bijvoorbeeld op een industrieterrein, toelaatbaar. Een van deze branches is detailhandel in volumineuze goederen. Verlichting kon in de beleving van gedeputeerde staten niet aangemerkt worden als een volumineus goed en de verkoop daarvan was volgens gedeputeerde staten in strijd met eerder genoemde beleidsregels. Tegen de beslissing is door de eigenaar van de bouwmarkt een bezwaarschrift ingediend. Gedeputeerde staten hebben het bezwaar ongegrond verklaard en op grond van dezelfde argumentatie geweigerd de verklaring van geen bezwaar alsnog te verlenen. Tegen deze laatste beslissing van gedeputeerde staten heeft de eigenaar van de bouwmarkt geen beroep ingesteld bij de rechter.

Rijwielhandel bedrijventerrein Marslanden te Zwolle. De betreffende rijwielhandelaar verkoopt fietsen aan particulieren vanuit een bedrijfspand op het bedrijventerrein Marslanden te Zwolle. Concurrenten van de betreffende rijwielhandelaar hebben de gemeente kenbaar gemaakt dat ze economische schade ondervinden van het handelen van de rijwielhandelaar en hebben de gemeente verzocht een einde te maken aan zoals ze het zelf noemen de onbehoorlijke concurrentie. Burgemeester en wethouders gelasten onder oplegging van een dwangsom binnen een door hen gestelde termijn de illegale activiteiten te staken. Tegen deze aanschrijving tekent de rijwielhandelaar bezwaar aan. In dit bezwaarschrift geeft de rijwielhandelaar aan dat de detailhandel in de vestiging op het bedrijventerrein slechts bijzaak is. Bovendien is hij van mening dat niet duidelijk is welke maatregelen hij moet nemen om toch aan de voorschriften van het bestemmingsplan te kunnen voldoen. Het bezwaar van appellante bij burgemeester en wethouders en het beroep bij de rechtbank zijn ongegrond verklaard.

Boerenbond Agrarisch Centrum Heythuizen. De gemeenteraad van Heythuizen heeft een bestemmingsplan ten behoeve van een nieuw bedrijventerrein vastgesteld waarbij een bestaand bedrijf (Boerenbondwinkel en Agrocentrum) planologisch is ingepast. De eigenaar van het bedrijf is van mening dat de hem in het bestemmingsplan toegestane verkoopvloeroppervlakte van maximaal 850 m² onvoldoende is omdat appellante van mening is dat 1200 m² verkoopvloeroppervlakte onontbeerlijk is teneinde zowel de continuïteit van het Agrocentrum als de Boerenbondwinkel te garanderen. De Afdeling constateert dat de Boerenbondwinkel zich ooit heeft gevestigd met een verkoopvloeroppervlakte van 370 m². Vervolgens is appellante bij de vaststelling van een voorgaand bestemmingsplan een vergroting van de verkoopvloeroppervlakte toegestaan tot 650 m². De thans door appellante gewenste uitbreiding betreft nagenoeg een verdubbeling van de bestaande verkoopvloeroppervlakte waardoor het onderdeel detailhandel van het bedrijf de boventoon zal gaan voeren. Met gedeputeerde staten is de afdeling bestuursrechtspraak van oordeel dat een dergelijke detailhandelsvestiging, gelet op het door gedeputeerde staten terzake gevoerde beleid, niet op een lokaal bedrijventerrein behoort te worden uitgeoefend. De Afdeling oordeelt²⁴ derhalve het beroep ongegrond.

Detailhandel vanuit kweekkas Bernheze. Burgemeester en wethouders van Bernheze hebben de eigenaar van een tuincentrum en kweekkas onder oplegging van een dwangsom gelast om binnen een door hen gestelde termijn het gebruik van de warme kweekkas als

²⁴ RVS 5 februari 2003 zaaknummer 200204333/1.

verkoopruimte te beëindigen, met uitzondering van een strook van 4 meter die binnen de bestemming “bedrijfsdoeleinden” valt. Tevens hebben burgemeester en wethouders de eigenaar gelast om binnen genoemde termijn zodanige voorzieningen aan te brengen dat de warme kweekkas niet meer bereikbaar is voor klanten van het tuincentrum (o.a. bij de entree) en voorzover de koffiehoeke niet binnen de strook van 4 meter valt, deze te verwijderen. Het bezwaar van appellante bij burgemeester en wethouders en het beroep bij de rechtbank zijn ongegrond verklaard. Vervolgens heeft appellante hoger beroep ingesteld bij de Raad van State. De afdeling bestuursrechtspraak oordeelt dat de in geding zijnde warme kweekkas is ingericht en wordt gebruikt als (winkel)ruimte waarin in overwegende mate verkoopactiviteiten aan particulieren plaatsvinden in producten en goederen welke niet ter plaatse zijn vervaardigd of gekweekt. Er is derhalve geen sprake van een ondergeschikte nevenactiviteit. De afdeling bestuursrechtspraak oordeelt²⁵ dat het hoger beroep ongegrond is.

Autowasserette Abcoude. Burgemeester en wethouders van Abcoude hebben de eigenaar van een autowasserette onder oplegging van een dwangsom gelast om binnen een door hen gestelde termijn de verkoop van voedings- en genotsmiddelen, handsfree onderdelen voor mobiele telefonie, luchtverfrissers, zaklantaarns, thermometers, kladblokhouders, olie, messensets en dergelijke te staken in de autowasserette op het bedrijventerrein. Het bezwaar van appellante bij burgemeester en wethouders en het beroep bij de rechtbank zijn ongegrond verklaard. Vervolgens heeft appellante hoger beroep ingesteld bij de Raad van State. De afdeling bestuursrechtspraak heeft in dit hoger beroep uitgesproken²⁶ dat de planvoorschriften van het ter plaatse vigerende bestemmingsplan zich verzetten tegen detailhandel (behoudens artikelen die gerelateerd zijn aan het schoonmaken van auto's). Met de rechtbank is de Afdeling derhalve van oordeel dat geen grond bestaat om van handhavend optreden af te zien.

Detailhandel in tuinmaterialen Oostzaan. Burgemeester en wethouders van Oostzaan hebben de eigenaar van een detailhandel in tuinmaterialen op een bedrijventerrein onder oplegging van een dwangsom gelast alle bedrijfsmatige activiteiten op het perceel, waaronder mede zijn begrepen het opslaan en overslaan van sierbestratingsmaterialen blijvend te beëindigen en alle bedrijfsmiddelen, materialen en voorraden te verwijderen en verwijderd te houden. Het bezwaar van appellante bij burgemeester en wethouders en het beroep bij de rechtbank zijn ongegrond verklaard. Vervolgens heeft appellante hoger beroep ingesteld bij de Raad van State. De afdeling bestuursrechtspraak heeft in dit hoger beroep uitgesproken²⁷ dat de uitgevoerde activiteiten in strijd zijn met de voorschriften van het ter plaatse vigerende bestemmingsplan. Met de rechtbank is de Afdeling derhalve van oordeel dat geen grond bestaat om van handhavend optreden af te zien.

Detailhandel- en horeca-activiteiten Deventer. Burgemeester en wethouders van Deventer hebben de eigenaar van een pand op een bedrijventerrein onder oplegging van een dwangsom gelast de met het vigerende bestemmingsplan en de Algemene Politie Verordening strijdige activiteiten in de vorm van verkoop aan particulieren te beëindigen en beëindigd te houden. Het bezwaar van appellante bij burgemeester en wethouders en het beroep bij de rechtbank zijn ongegrond verklaard. Vervolgens heeft appellante hoger beroep ingesteld bij de Raad van State en een voorlopige voorziening gevraagd. De afdeling

²⁵ RVS 9 april 2003 zaaknummer 200206197/1.

²⁶ RVS 6 oktober 2004 zaaknummer 200400650/1.

²⁷ RVS 7 september 2005 zaaknummer 200508811/1.

bestuursrechtspraak²⁸ heeft geoordeeld dat er gelet op de betrokken belangen geen aanleiding bestaat voor het treffen van een voorlopige voorziening.

Media Markt Snipperling te Deventer. Burgemeester en wethouders van de gemeente Deventer hebben geweigerd vrijstelling en bouwvergunning te verlenen voor het oprichten van een bedrijfsgebouw voor volumineuze detailhandel ten behoeve van de vestiging van een Media Markt op een bedrijventerrein in Deventer. Het bezwaar van appellante bij burgemeester en wethouders en het beroep bij de rechtbank zijn ongegrond verklaard. Vervolgens heeft appellante hoger beroep ingesteld bij de Raad van State en een voorlopige voorziening gevraagd. De afdeling bestuursrechtspraak is van mening dat de rechtbank met juistheid heeft overwogen dat het college van burgemeester en wethouders zich terecht op het standpunt heeft gesteld dat Media Markt geen bedrijf betreft, waarvan redelijkerwijs mag worden aangenomen dat deze gezien de omvang en de aard van de goederen die verkocht worden niet past in een winkelcentrum of woongebied. Daarbij neemt de Afdeling in aanmerking dat detailhandelbedrijven in bruin- en witgoed en computerartikelen veelvuldig zijn gevestigd in woongebieden en winkelcentra. Deze uitleg strookt met het rijksbeleid inzake perifere- en grootschalige detailhandelsvestigingen. De afdeling bestuursrechtspraak oordeelt²⁹ dat het hoger beroep ongegrond is. Onlangs³⁰ is bekend geworden dat Media Markt probeert voet aan de grond te krijgen in Zutphen en wel op het industrieterrein De Mars. De komst van Media Markt naar de Mars, waar ook publiekstrekker woninginrichting Eijerkamp is gevestigd, is omstreden omdat ondernemers in de binnenstad vrezen voor hun nering. Zij denken dat dit een leegloop van de binnenstad tot gevolg heeft.

Albert Heijn Asten. De gemeenteraad van Asten heeft een bestemmingsplan vastgesteld waarbij een vestiging van Albert Heijn op het bedrijventerrein, waarvoor op grond van artikel 17 van de Wet op de Ruimtelijke Ordening tijdelijke vrijstelling was verleend, wordt gelegaliseerd. Het college van gedeputeerde staten van Noord-Brabant is echter van mening dat het bestemmingsplan in strijd is met een goede ruimtelijke ordening en het recht en onthoudt goedkeuring aan het bestemmingsplan. Verder zijn gedeputeerde staten van mening dat het plan in strijd is met het gemeentelijk en provinciaal beleid dat er op is gericht dat de detailhandel zich voornamelijk in het winkelconcentratiegebied vestigt. De afdeling bestuursrechtspraak is van oordeel dat het provinciale beleid zoals dat verwoord is in het streekplan en in de daarop gebaseerde "Handleiding ruimtelijke plannen" gericht is op concentratie van het winkelaanbod in de stedelijke centra. Het door de gemeenteraad vastgestelde bestemmingsplan wijkt hiervan af doordat het voorziet in de permanente vestiging van een supermarkt op een industrieterrein buiten het centrum van Asten. De Afdeling oordeelt³¹ dat gedeputeerde staten terecht goedkeuring onthouden hebben aan het bestemmingsplan.

Detailhandel in chocoladeproducten Amstelveen. Burgemeester en wethouders van Amstelveen hebben geweigerd vrijstelling te verlenen voor de verkoop van chocoladeproducten vanuit een bedrijfspand op het bedrijventerrein. Het bezwaar van appellante bij burgemeester en wethouders en het beroep bij de rechtbank zijn ongegrond verklaard. Vervolgens heeft appellante hoger beroep ingesteld bij de Raad van State. Appellante betoogt dat de rechtbank heeft miskend dat de weigering om vrijstelling te

²⁸ RVS 8 februari 2006 zaaknummer 200510375/2.

²⁹ RVS 15 februari 2006 zaaknummer 200505027/1.

³⁰ De Stentor, 20 maart 2007.

³¹ RVS 16 augustus 2006 zaaknummer 200510199/1.

verlenen niet meer in overeenstemming is met het beleid van het college van burgemeester en wethouders om geen detailhandel toe te staan op bedrijventerreinen. Hiertoe wijst appellante er op dat zich inmiddels vele zaken voor detailhandel hebben gevestigd op het bedrijventerrein, waaruit blijkt dat het college vrijstelling moet hebben verleend in afwijking van het beleid. Appellante betoogt dan ook dat het college in strijd met het gelijkheidsbeginsel handelt door haar de gevraagde vrijstelling te weigeren. De afdeling bestuursrechtspraak³² is van mening dat de door de appellante genoemde detailhandelsbedrijven niet vergelijkbaar zijn en oordeelt dat het hoger beroep ongegrond is.

Sportwinkel Asten. Burgemeester en wethouders van Asten hebben geweigerd een verleende tijdelijke vrijstelling op grond van artikel 17 van de Wet op de Ruimtelijke Ordening ten behoeve van een sportzaak op een bedrijventerrein te Asten te verlengen tot een periode van vijf jaar. Het bezwaar van appellante bij burgemeester en wethouders en het beroep bij de rechtbank zijn ongegrond verklaard. Vervolgens heeft appellante hoger beroep ingesteld bij de Raad van State. De afdeling bestuursrechtspraak heeft in dit hoger beroep geoordeeld³³ dat het tijdelijke strijdige gebruik met de voorschriften van het vigerende bestemmingsplan onvoldoende is gewaarborgd en acht het hoger beroep ongegrond.

Uit vorenstaande besluiten of uitspraken blijkt dat op grond van jurisprudentie van de laatste jaren vastgesteld kan worden dat er in Nederland weinig ruimte bestaat voor detailhandel op bedrijventerreinen. Ook wanneer een gemeente bereid is medewerking te verlenen aan de wensen van een ondernemer en daartoe een bestemmingsplan in procedure brengt of een zogenaamde artikel 19 WRO procedure start blijkt dat doorgaans een dergelijke procedure faalt doordat gedeputeerde staten of de afdeling Bestuursrechtspraak van de Raad van State niet instemmen met de plannen vanwege strijd met rijks en provinciaal beleid zoals dat is vastgelegd in de daarvoor bedoelde documenten.

Een situatie die niet geleid heeft tot een beslissing van een bestuursorgaan of in het vervolg daarop door een besluit van de rechter maar toch het vermelden waard is, omdat het regionaal heel veel weerstand heeft opgeroepen vanwege de vrees voor aantasting van de bestaande detailhandelsstructuur, is de volgende.

Gemeente Geldermalsen. Gemeente heeft het voornemen in de directe omgeving van Geldermalsen langs hoofdtransportassen van diverse modaliteiten, globaal ten noorden van de Betuweroute en Rijksweg A15, ten Oosten van Rijksweg A2 en ten westen van de spoorlijn Utrecht - 's-Hertogenbosch een zogenaamd Nederlands Leisure Centrum (NLC) te realiseren. Volgens de plannen zal het centrum 200.000 m² groot worden, gedeeltelijk ondergronds komen te liggen, dagelijks 24.000 bezoekers trekken en werk bieden aan zo'n 3.000 werknemers. Als aanleiding voor het grootse plan wordt aangevoerd dat de Betuwelijn toch al een negatieve uitstraling heeft op het betreffende landschap. Door het glooiend optillen van het dak van het centrum (tot een hoogte van 11 meter) zou de Betuwelijn aan het zicht worden onttrokken. Daarnaast wordt als argument de groeiende behoefte aan actieve vrijetijdsbesteding in combinatie met winkelen genoemd. De Nederlandse binnensteden zijn beperkt in hun mogelijkheden om in deze nieuwe behoefte te voorzien. Ook wordt door dit speculatieve plan een economische impuls gestimuleerd voor het Gelderse Rivierengebied. Het initiatief van de gemeente Geldermalsen ontmoet echter heel veel weerstand bij de Gelderse Milieufederatie en de Vereniging tot Behoud van het Lingeland. Ook blijkt uit een enquête, gehouden door eerder genoemde organisaties dat ruim driekwart van de

³² RVS 13 september 2006 zaaknummer 200510281/1.

³³ RVS 29 november 2006 zaaknummer 20061997/1.

geënkquêteerde inwoners van Geldermalsen, Tiel, Neder-Betuwe en Leerdam tegen de komst van het NLC is. Uit het ontwerp-streekplan van de provincie Gelderland dat op 14 december 2004 is vastgesteld blijkt dat er geen planologische reservering voor het NLC is opgenomen. Bij de vaststelling van het streekplan op 29 juni 2005 blijkt dat een ruime meerderheid van de statenleden heeft besloten dat er in het nieuwe streekplan geen ruimte geboden wordt voor de komst van het mega winkel- en vermaakcentrum NLC te Geldermalsen. Gelet op de weerstand die de plannen ondervinden besluit de gemeente Geldermalsen de plannen voor het NLC niet door te zetten.

Intermezzo I

CentrO Oberhausen

Een bekend voorbeeld uit de literatuur van een shopping mall op het Europese continent is het in 1996 in het Duitse Oberhausen geopende winkelcentrum CentrO. Met een verkoopvloeroppervlakte van 70.000m² is CentrO veel bescheidener van schaal dan de reuzen in Noord-Amerika (USA) en Groot-Brittannië. Desondanks is de bekende formule van Victor Gruen sterk aanwezig: een gebouw waarin winkelstraten geflankeerd zijn door warenhuizen.

Uit onderzoek is gebleken dat de realisering van CentrO aanzienlijke gevolgen heeft voor zowel de detailhandel als de horeca in de regio. Vooral de oude binnenstad van Oberhausen heeft zwaar te lijden onder de concurrentiedruk van CentrO. Zo daalden de huren in de hoofdwinkelstraat ongeveer met 30 procent!

Teneinde vast te stellen hoe erg het met het centrum van Oberhausen gesteld is en hoe geweldig het CentrO is ben ik op 30 december j.l. in de auto gestapt en ben naar Oberhausen gereden. Wat gelijk opviel bij aankomst in Oberhausen is de ligging van CentrO: direct aan de snelweg en dus heel gemakkelijk met de auto bereikbaar.

Opvallend is het grote aantal overdekte en niet overdekte (gratis!) parkeerplaatsen voor auto's en bussen. Een groot deel van deze auto's en bussen komt uit Nederland en België. Een bus- of treinhalte heb ik helaas in de directe omgeving niet kunnen ontdekken.



Foto 1: CentrO



Foto 2: winkelstraat CentrO



Foto 3: winkelstraat CentrO

Vervolgens met de auto naar het centrum van Oberhausen. In tegenstelling tot Centro moet hier wel betaald worden voor het parkeren. Na geparkeerd te hebben in een parkeergarage boven een supermarkt heb ik een wandeling door het centrum van Oberhausen gemaakt.

Helaas moest ik constateren dat alles wat over de achteruitgang en leefbaarheid van het centrum van Oberhausen is geschreven op waarheid berust.

Het winkelaanbod is niet geweldig en er is sprake van ontzettend veel leegstand. Duidelijk is dat de gemeente de laatste jaren weinig heeft geïnvesteerd in het centrum.

Op de foto's op deze pagina van het centrum van Oberhausen is de achteruitgang van het centrum duidelijk te zien. Veel leegstaande panden en een centrum waar van "leefbaarheid" weinig sprake meer is.

Hoewel de achteruitgang van het centrum voor Oberhausen uiteraard als zeer negatief ervaren wordt, heeft Centro voor Oberhausen ook iets positiefs teweeg gebracht. Centro heeft Oberhausen namelijk duidelijk als bestemming op de kaart gezet. Auto's en bussen vol bezoekers uit geheel Duitsland en veelal afkomstig uit Nederland en België brengen een bezoek aan dit gigantisch grote winkelcentrum.



Foto 4: centrum Oberhausen



Foto 5: centrum Oberhausen



Foto 6: centrum Oberhausen

4 Trends en ontwikkelingen

4.1 Consumentengedrag

Bij de veranderende detailhandelstructuur in Nederland zijn de wensen van de consument, die afhankelijk zijn van het koopmotief, maatgevend. Het moderne koopgedrag is grofweg in drieën³⁴ te delen.

Boodschappen doen.

Voor de dagelijkse aankopen is de consument in beginsel gericht op het meest nabijgelegen winkelgebied. Door het autobezit speelt de afstand een minder belangrijke rol dan voorheen. Het koopgedrag van de consument wordt steeds diffuser doordat de dagelijkse aankopen niet perse bij een bepaalde winkel plaatsvindt. Het verrichten van de dagelijkse boodschappen moet snel en efficiënt en zonder veel gedoe. Bij de keuze van de aankoopplaats zijn de reistijd, de parkeermogelijkheden, het assortiment en de prijs bepalend.

Gerichte aankopen.

Voor de doelgerichte aankopen voor de consument geldt eveneens dat gemak en efficiency cruciale factoren zijn. Voor producten die niet keuzegevoelig zijn, zoals doe-het-zelf-artikelen, is het van belang dat de winkel goed vindbaar en bereikbaar is. Combinatiebezoeken met andere winkels vindt bij dit type aankopen niet of nauwelijks plaats. Grootschalige bouwmarkten en tuincentra zijn doorgaans (solitair) ontwikkeld op een bedrijventerrein, of bevinden zich op een perifere locatie aan de rand van een stad of dorp. Wanneer het echter duurdere aankopen zoals auto's en meubelen betreft, dan oriënteert de consument zich graag breed binnen de gespecialiseerde themacentra als de woon- en autoboulevards. Deze themacentra zijn vanwege de grootschaligheid overwegend ontwikkeld op goed bereikbare locaties aan de rand van de stad.

Voor wat betreft de doelgerichte aankopen in branches als bruin- en witgoed informeert de consument zich tegenwoordig veelvuldig vooraf op internet en folders en doet vervolgens de aankoop bij de (internet) winkel waar het artikel het laagst geprijsd is³⁵.

Recreatief winkelen.

In tegenstelling tot het boodschappen doen en de gerichte aankopen is de laatste jaren het recreatief winkelen een vrijetijdsbesteding op zich. Hierbij is het kijken en vergelijken doorgaans nog belangrijker dan het kopen zelf.

Dit zogenaamde recreatieve winkelen vindt plaats in de binnensteden, de (grotere) stadsdeelcentra en in mindere mate in dorpscentra. Heel erg bepalend voor de attractiviteit van deze winkelgebieden zijn de omvang en de kwaliteit van het (modische) aanbod en de aanwezigheid van specifieke consumententrekkers als Hennes & Mauritz, Vera Moda en Bijenkorf. Naast een goed winkelaanbod spelen ook zaken als sfeer, ambiance en gezelligheid een rol bij het recreatief winkelen.

Hoewel bereikbaarheid en parkeren bij dit type winkelen ondergeschikt is, kan het wel mede bepalend zijn voor de marktpositie van veel binnensteden. Een groot deel van de consumenten wil namelijk niet eerst een kwartier naar een parkeerplaats zoeken en vervolgens een paar euro per uur voor het parkeren betalen.

De gemeente Enschede heeft heel handig op deze wensen van de consument ingespeeld. Parkeren in een parkeergarage in de binnenstad is mogelijk, maar daarnaast heeft de

³⁴ Detailhandelsvisie Overijssel 2006.

³⁵ Zie hoofdstuk 4.2 Detailhandelstrends, e-commerce

gemeente aan de zuidzijde van de stad op een in ontwikkeling zijnde bedrijventerrein een parkeerplaats gerealiseerd, waar gratis geparkeerd kan worden. Direct grenzend aan deze parkeerplaats is een bushalte waar op zaterdag om de tien minuten een bus stopt. Met deze bus -die ook gratis is!- is het vijf minuten rijden naar het compleet vernieuwde centrum van Enschede. Opvallend is het aantal auto's op het parkeerterrein dat afkomstig is uit Duitsland. Hiermee is wel bewezen dat wanneer de parkeervoorzieningen goed en goedkoop zijn en er daarbij ook nog eens een goede (gratis) busverbinding naar het centrum is, de consument geïnteresseerd raakt.

4.2 Detailhandelstrends

Het consumentengedrag verandert, waar door de detailhandel uit bedrijfseconomische motieven ingespeeld moet worden. Hieronder een aantal relevante ontwikkelingen.

Schaalvergroting.

Tien jaar geleden werd een supermarkt met een oppervlakte van 800 m² aangemerkt als groot. De gemiddelde supermarkt is nu al snel 1500 m² en supermarkten met een oppervlakte van 4000 m² zijn ook al geen uitzondering meer. Deze grootschaligheid heeft zich ook doorgezet bij bouwmarkten, meubelzaken en tuincentra.

Ook voor de winkelgebieden als geheel geldt de bovengenoemde schaalvergroting. De consument wenst ruime keuzemogelijkheden. De kleine dorps- en buurtwinkelcentra staan daardoor onder druk. Doordat ze de hedendaagse consument onvoldoende kunnen bieden vervullen ze vaak alleen nog maar een functie voor de boodschappen die vergeten zijn. Voor het recreatief winkelen in de binnensteden en de gerichte aankopen in de themacentra geldt ook hoe groter de winkels hoe liever de consument het heeft.

Branchevervaging.

Het wordt steeds moeilijker om branches te definiëren en af te bakenen. Was het tien jaar geleden ondenkbaar bij een drogist een televisietoestel of een computer te kopen, momenteel is het de normaalste zaak van de wereld. Folders van de Praxis of de Gamma waar tegen bodemprijzen en groot ongenoegen van de plaatselijke rijwielhandelaar fietsen worden aangeboden worden ook wekelijks bij de consument door de brievenbus gegooid.

Nieuwe detailhandelconcepten.

Het meest spraakmakende van een vernieuwend detailhandelsconcept van de laatste jaren is het factory outlet center³⁶, ook wel FOC genoemd. Een FOC is een concentratie van winkels waar producenten van merkartikelen hun restpartijen, gedateerde artikelen of artikelen met een foutje rechtstreeks en vaak met hoge korting aan de consument aanbieden. In Nederland kennen we drie van deze outlet centra (in Lelystad, Roermond en in Roosendaal).

De outlet centers in Roermond en Lelystad trekken ongeveer twee miljoen bezoekers per jaar en behoren hiermee tot de top vijf van Nederlandse dagattracties³⁷. Aangezien ongeveer tweederde van de bezoekers van het Factory Outlet Village Batavia Stad van buiten Flevoland komt en meer dan de helft van de bezoekers van het Designer Outlet Center in Roermond uit Duitsland afkomstig is, is het verzorgingsbereik van de outlet centers groot te noemen.

³⁶ Zie hoofdstuk 3.1 Het Rijksbeleid.

³⁷ Nederlands Bureau voor Toerisme & Congressen, Bezoek aan toeristische attracties, ontwikkelingen 2001-2004.

Detailhandel en leisure.

Bij het (recreatief) winkelen, dat een dagje uit is, hoort vermaak. Hierdoor raken leisure³⁸ en detailhandel steeds sterker met elkaar verweven. Het combineren van het winkelen met een bezoek aan een bioscoop of museum gebeurt echter nog maar sporadisch. Winkelen met bezoek aan een horecagelegenheid is daarentegen zeer gebruikelijk.

Bij leisurecentra komen ook vormen van detailhandel voor. Een voorbeeld hiervan is de ontwikkeling van grootschalige detailhandel bij voetbalstadions teneinde de exploitatie van het stadion rond te krijgen.

Detailhandel op trafficlocaties.

De afgelopen jaren zijn steeds meer winkels ontwikkeld op plaatsen waar veel passanten komen. Genoemd kunnen worden winkels bij benzinestations, NS-stations, ziekenhuizen en grote scholen. Deze doorgaans kleinschalige winkels zijn afgestemd op het motief van de passant en bieden over het algemeen een assortiment aan lectuur en voedings- en genotsartikelen.

E-commerce.

Een geheel nieuwe ontwikkeling die heel snel terrein wint, is het kopen via internet. Naast de digitale warenhuizen als Wehkamp, Otto en Neckerman, die hun producten tot voor kort alleen middels een catalogus aanboden, zijn er nu bedrijven die hun producten alleen via internet aanbieden. Het aandeel van de online aankopen omvatte in 2004 iets meer dan 2% van de detailhandelomzet³⁹. In eerste instantie betrof het vooral probleemloze goederen als boeken, cd's, dvd's computers en fotocamera's. Inmiddels is er een ontwikkeling gaande dat ook grote artikelen als plasmaschermen en dvd-recorders als warme broodjes over de digitale toonbank gaan.

De reden dat het verkopen via internet zo'n succes is heeft puur te maken met feit dat de prijs die de consument voor het product betaalt altijd aanzienlijk lager is dan de prijs die betaald moet worden in een gewone winkel. De algemene verwachting is dat de verkoop via internet de komende jaren zal toenemen voor de hierboven genoemde producten. Wat betreft mode en meubels is de verwachting dat de consument deze nog eerst wil zien, voelen en beleven.

Dat deze verwachting bevestigd wordt blijkt uit een recent onderzoek⁴⁰ van Blauw Research in samenwerking met de branchevereniging Thuiswinkel.org. In 2006 is de online consumentenbesteding gestegen met 28% naar een omzet van € 28 miljard. Het aantal kopers dat in 2006 voor het eerst iets op internet besteld heeft is ruim één miljoen, waarmee het totaal aantal internetkopers is opgelopen tot 6,4 miljoen. Vooral reizen worden via internet geboekt. In deze markt gaat bijna € 1,2 miljard om. Thuiswinkel.org schat het aantal Nederlandse webwinkels inmiddels op meer dan 10.000.

Het laatste nieuws op het gebied van de zogenaamde e-commerce komt van het Ruimtelijk Planbureau (RPB)⁴¹. Volgens de op 3 april 2007 verschenen studie "Winkelen in het internettijdperk" krijgen de binnensteden het zwaar te verduren door de toenemende populariteit van het winkelen via internet. Bepaalde categorieën winkels (reisbureaus, bruin- en witgoedzaken, cd-winkels en boekhandels) zullen grotendeels verdwijnen.

³⁸ Onder leisure worden alle vormen van commerciële vrijetijdsbesteding verstaan.

³⁹ Thuiswinkel Markt Monitor 2004, Blauw Research/thuiswinkel.org, 2004.

⁴⁰ Thuiswinkel Markt Monitor 2006, Blauw Research/thuiswinkel.org, 2006-2.

⁴¹ Staatscourant nummer 66, 3 april 2007.

Het RPB voorziet dat de gevolgen vooral voor de binnensteden groot zullen zijn: zowel het aantal winkelbezoeken als het aantal gedane aankopen neemt af. Juist in de binnensteden bevinden zich de meeste winkels met e-commercegevoelige producten, zoals wit- en bruingoed, boekhandels en cd- en dvd winkels.

Volgens de studie zullen dergelijke zaken ofwel helemaal verdwijnen ofwel verhuizen naar goedkopere locaties (bedrijventerreinen). Grote en aantrekkelijke binnensteden kunnen dit compenseren door de vestiging van nieuwe branches, maar de kleinere en minder aantrekkelijk binnensteden krijgen het door deze ontwikkeling moeilijk.

Voor het platteland signaleert het RPB ook negatieve gevolgen.

Consumenten hebben op het platteland minder winkels in de nabije omgeving, zodat ze sneller hun toevlucht zullen nemen tot het zogenaamde internetwinkelen. Buurt- en wijkcentra waar consumenten hun dagelijkse boodschappen halen worden het minst beïnvloed door de toename van e-commerce.

De eerste gedachte bij de groei van e-commerce is dat deze ontwikkeling leidt tot een zeer gewenste afname van de mobiliteit van de consument. Uit de studie blijkt dat dit helaas niet het geval is. Met name in het goederenvervoer neemt de mobiliteit toe. In 2006 leidde namelijk 78% van alle internetaankopen door consumenten tot meer goederentransport voor het afleveren van de aankoop bij de consument thuis. Dit is aanzienlijk meer dan de afname van het aantal personenvervoersbewegingen naar en van de winkel.

Naast de bovenstaande ontwikkeling met betrekking tot de verkoop van artikelen via een internetwinkel aan de consument is er nog een ontwikkeling in tweedehands artikelen gaande.

Ook de handel in tweedehands artikelen via sites als marktplaats en e-bay leidt tot meer personenmobiliteit door het halen en brengen van de gekochte spullen.

De mobiliteitseffecten van deze vorm van e-commerce moeten niet worden onderschat, ze zijn volgens de studie relatief gezien nadeliger dan die van internetwinkel naar consument. De handel tussen consumenten onderling leidt volgens het RPB in potentie elf keer zo vaak tot meer personenvervoer als de e-handel tussen winkels en consument, zonder dat daar een afname van het goederenvervoer tegenover staat.

Deze vorenstaande ontwikkeling zoals die beschreven is in de studie “Winkelen in het internettijdperk” heeft duidelijk gevolgen voor de bestaande winkelvoorzieningen zoals die genoemd zijn in de studie in de stads- en dorpscentra.

De in de studie beschreven groei van de internetwinkels heeft ook ruimtelijke gevolgen. Een duur pand in een stads- of dorpscentrum is voor de eigenaren van deze “winkels” niet interessant aangezien ze hun producten niet in een etalage hoeven uit te stallen.

Het ligt dan ook voor de hand dat dit type bedrijvigheid verplaatst wordt naar een bedrijventerrein. Planologisch-juridisch gezien is de vestiging van dit type bedrijvigheid acceptabel omdat de activiteiten die horen bij deze vorm van bedrijvigheid plaats mogen vinden op een bedrijventerrein. Directe verkoop vanuit het pand op het bedrijventerrein aan de consument is echter niet toegestaan, omdat er dan sprake is van verkoop van niet volumineuze goederen vanaf een bedrijventerrein aan de consument.

Hoewel ik het in economisch opzicht helemaal eens ben met de publicatie van het RPB wil ik wel een kanttekening plaatsen. Veel zogenaamde internetkopers gaan -voordat ze tot aankoop via het internet overgaan- zich met betrekking tot het aan te kopen product oriënteren in de winkels in de binnenstad en gaan om deze reden een uitstapje maken met het gezin en maken daarbij gebruik van de in de binnensteden aanwezige horeca. Ook worden

tijdens dit uitstapje andere winkels bezocht zoals de Hema of V & D. Dit komt de leefbaarheid van de stads- en dorpscentra weer ten goede. Omgekeerd gebeurt het dat consumenten zich oriënteren met behulp van het internet en vervolgens -in verband met de service- over gaan tot aankoop in een gewone winkel. Daarnaast blijft er altijd een categorie consumenten over die gaan voor een stukje service en om die reden toch zullen blijven kopen bij de in hun stads- of dorpscentrum aanwezige winkel. Door het bieden van een goede service (het geven van een goede voorlichting, het plaatsen en afstellen van bruin- en witgoed en het ophalen en repareren van defecte apparatuur) zullen de winkels die zich niet bezighouden met de verkoop via het internet zich moeten onderscheiden van de internetwinkels.

5 Interviews met sleutelfiguren.

Teneinde te kunnen vaststellen wat de mogelijke ruimte binnen het bestaande beleid is en de ruimte die door de beleidsmaker gewenst wordt geacht heb ik besloten een aantal interviews te houden met zogenaamde sleutelfiguren⁴². Voor het verkrijgen van een evenwichtig beeld heb ik interviews gehouden met personen die vanuit hun functie betrokken zijn bij de ontwikkelingen die verband houden met detailhandel.

Het betreft beleidsmedewerkers, een stafmedewerker en een hoofd van de volgende instanties:

- Provincie Gelderland, beleidsmedewerker Ruimtelijke Ordening;
- Provincie Zuid-Holland, beleidsmedewerker Ruimtelijke Ordening;
- Provincie Overijssel, juridisch beleidsmedewerker Ruimtelijke Ordening;
- Provincie Overijssel, planologisch beleidsmedewerker Ruimtelijke Ordening;
- Provincie Overijssel, beleidsmedewerker Economische zaken;
- Inspectie VROM, beleidsmedewerker Ruimtelijke Ordening;
- Kamer van Koophandel, stafmedewerker regionale economie;
- Hoofdbedrijfschap Detailhandel (HBD), hoofd afdeling Decentrale Advisering Detailhandel (DAD) van het Hoofdbedrijfschap Detailhandel (HBD).

5.1 Inhoud interviews

De tijdens de interviews gestelde vragen zijn afgestemd op de organisatie en de functie die de geïnterviewde daarin vervult. Concreet betekent dit dat voor ieder interview een deel van de vragen gelijk zijn en een deel afgestemd op de organisatie waarin de geïnterviewde werkzaam is. Samengevat zijn de volgende vragen gesteld:

1. Wat is voor uw organisatie het te hanteren beleidskader aangaande vestiging van detailhandel in niet volumineuze goederen op bedrijventerreinen?
2. Wordt u in uw werk vaak geconfronteerd met aanvragen die betrekking hebben op detailhandelsvestigingen (verkoop van niet volumineuze goederen) op bedrijventerreinen?
3. Bestaat er volgens u bij winkeliers/ondernemers behoefte aan een verruiming van het bestaande beleid met betrekking tot detailhandel van niet volumineuze goederen op bedrijventerreinen en wat is de positie van uw organisatie daarin?
4. Kan verruiming van het beleid leiden tot achteruitgang van de leefbaarheid van stads- en dorpscentra?
5. Kan de aanpassing van de Nota Ruimte naar aanleiding van de motie Van Bochove⁴³ invloed hebben op de eerder genoemde achteruitgang van de leefbaarheid van stads- en dorpscentra?
6. Kan een provinciale detailhandelsvisie invloed hebben op de eerder genoemde achteruitgang van de leefbaarheid van stads- en dorpscentra?
7. Bent u gezien uw functie voor een verruiming van het beleid, en zo ja hoever moet die verruiming dan gaan?
8. Wat zijn volgens u de kansen en de bedreigingen van verruiming van het beleid aangaande detailhandel in niet volumineuze goederen op bedrijventerreinen?

⁴² deze interviews zijn als bijlage toegevoegd.

⁴³ Brancheperking voor perifere detailhandel.

In het interview met een stafmedewerker van de Kamer van Koophandel en het hoofd van de afdeling Decentrale Advisering Detailhandel (DAD) van het Hoofdbedrijfschap Detailhandel (HBD) zijn naast de hierboven beschreven vragen nog de volgende vragen toegevoegd:

9. Heeft u inzicht van aard (type bedrijvigheid) en omvang (aantal m², deel van de totale omzet) van detailhandel op bedrijventerreinen in de gemeenten in Overijssel, waarbij ook een onderscheid per gemeente wordt gemaakt?
10. Heeft u klachten van winkeliers/ondernemers met betrekking tot concurrentie?
11. Bestaat de behoefte aan verruiming van het beleid bij de consument?
12. Wat kunnen volgens u de gevolgen zijn van een verruiming van het beleid voor het bestaande winkelapparaat?
13. Wat zijn er voor regelingen in de economische sfeer aangaande detailhandel (naast bestaande regeling op het gebied van de Ruimtelijke Ordening)?

5.2 Resultaten van de interviews

Door het voeren van de interviews is een goed beeld ontstaan aangaande het beleid dat momenteel gevoerd wordt door de verschillende instanties met betrekking tot detailhandel op bedrijventerreinen.

Al de geïnterviewden worden regelmatig geconfronteerd met aanvragen van gemeenten of ondernemers met betrekking tot detailhandel op bedrijventerreinen.

Uit de interviews blijkt dat de geïnterviewden van mening zijn dat het huidige beleid voldoende ruimte biedt en dat een verruiming van het beleid ten koste gaat van de bestaande detailhandelstructuur en de leefbaarheid van de stads- en dorpscentra.

Ook is uit de interviews heel duidelijk naar voren gekomen wat de kansen en bedreigingen zijn van het verruimen van het beleid en wat de gevolgen zijn voor de leefbaarheid van de stad- en dorpscentra.

De geïnterviewden zijn allen bekend met de laatste wijziging van de Nota Ruimte (motie Bochoven) en zien nut en noodzaak van deze wijziging in.

Voor de inspectie VROM-Oost is detailhandel op bedrijventerreinen op dit moment geen specifiek onderwerp meer aangezien deze niet voorkomt op de selectieve toetslijst⁴⁴ zoals die door de verschillende rijksdiensten wordt gehanteerd. Onderwerpen die wel worden getoetst zijn bijvoorbeeld externe veiligheid en luchtkwaliteit. Duidelijk is dat de Vrom-inspectie zich op dit moment weinig bezighoudt met detailhandel op bedrijventerreinen.

Uit het interview met de vertegenwoordiger van de Kamer van Koophandel is nog vast komen te staan dat bij de gevestigde ondernemer wel de behoefte bestaat om zich op een bedrijventerrein te vestigen, maar op het moment dat de ondernemer gewezen wordt op de gevaren van het beleid, hetgeen zich uit in leegstand en achteruitgang van het centrum, dan verdwijnt doorgaans deze behoefte wel. Door het hoofd DAD van het HBD werd als antwoord gegeven dat de ondernemer voor verruiming is op het moment dat hij op zoek is naar een vestigingslocatie, maar tegen als de ondernemer al is gevestigd in een traditioneel winkelcentrum.

Op de vraag of bij de consument behoefte bestaat aan een verruiming van het beleid werd door de vertegenwoordiger van de kamer van Koophandel het antwoord gegeven dat deze behoefte zeker bestaat bij de consument die beschikt over een auto, of zelfs twee auto's. Dit

⁴⁴ "Naar een selectiever toezicht op ruimtelijke plannen", ministerie VROM, 2006

geldt echter zeker niet voor de minder mobiele, vaak oudere consument die gebaat is met voorzieningen in de directe nabijheid. Op deze vraag gaf het hoofd DAD van het HBD als antwoord dat de consumenten niet geïnteresseerd zijn in het locatiebeleid. Zij willen zo dichtbij mogelijk zo veel mogelijk aantrekkelijke, goed bereikbare winkels.

5.3 Conclusie interviews

Aan de hand van de gehouden interviews stel ik vast dat de geïnterviewden van mening zijn dat het huidige beleid aangaande detailhandel op bedrijventerreinen voldoende is. Er bestaat bij de geïnterviewden -om hen moverende redenen- geen behoefte aan een algemene verruiming van het beleid. De geïnterviewden zijn van mening dat een algemene verruiming van het beleid gaat leiden tot een achteruitgang van de leefbaarheid van stads- en dorpscentra.

Er bestaat bij de geïnterviewden een goed beeld voor wat betreft de wensen van de gemeenten, detaillisten, projectontwikkelaars en de consument.

De benadering vanuit de economische hoek is in overeenstemming met de benadering vanuit de hoek van de ruimtelijke ordening, waarbij als kanttekening kan worden geplaatst dat de gedachte vanuit de economische hoek is dat zoveel mogelijk aan de behoefte van de detaillist tegemoet gekomen moet worden, tenzij er dringende redenen zijn dit niet te doen. Dit in tegenstelling tot de benadering vanuit de hoek van de ruimtelijke ordening, waar sprake is van neen, tenzij er goede redenen zijn om in een concreet geval wel medewerking te verlenen aan een vorm van detailhandel op het bedrijventerrein.

De geïnterviewden hebben een duidelijk beeld van de kansen en bedreigingen van verruiming van het beleid aangaande detailhandel in niet volumineuze goederen op bedrijventerreinen en de directe gevolgen voor de leefbaarheid van de stads- en dorpscentra.

De rode draad die door de interviews loopt, is dat er geen aanleiding is tot het verruimen van het beleid. Alleen wanneer het heel specifieke gevallen betreft, bijvoorbeeld branches (sport en leisure of meubelboulevards) of specifieke clustering, bijvoorbeeld outlet store, kan er naar een zorgvuldige afweging in die concrete gevallen aanleiding zijn tot het verruimen van het beleid. Hierbij geldt altijd dat de nieuwe ontwikkeling niet mag leiden tot een duurzame ontwrichting van de bestaande detailhandelstructuur!

Intermezzo II

Retail Plein Westermaat

Aan de rand van Hengelo (O) heeft Mecanoo het Retail Plein Westermaat ontwikkeld. Grote winkelcentra buiten de steden hebben vaak een kil, onpersoonlijk karakter, reden voor opdrachtgever Mecano opdracht te verlenen voor het ontwikkelen van een concept waarbij het “buiten de stad shoppen” een prettige ervaring is.

Het in 2001 ontwikkelde park is 65.000 m² groot en wordt omgeven door een aantal belangrijke snelwegen aan de zuid- en oostkant en een kleine woonwijk aan de noordzijde. De grote trekker in dit park is de Ikea met een oppervlakte van 25.000 m². In het kader van de mobiliteitsethiek is veel aandacht besteed aan het park als geheel. De individuele gebouwen staan niet op zichzelf, maar passen op een logische wijze binnen het totaalconcept.

Voor wat betreft de landschappelijke inpassing van het park is gekozen voor het doorzetten in de groenvoorzieningen binnen het park van de natuurlijke beplanting uit de omgeving.

Belangrijke plekken op het terrein, zoals de entrees naar de winkels en bushaltes, zijn gemarkeerd door torens, die geïnspireerd zijn op de historische zouttorens in dit gebied (Boekelo). Deze torens werken niet alleen als herkenningspunt voor de bezoekers, maar maken het retailpark ook op karakteristieke wijze zichtbaar vanaf de snelweg.

Een aantal bezoeken aan Westermaat (op door de weekse dagen en op zaterdag) leerde dat er sprake is van een zeer druk bezocht park. In het weekend is het zelfs noodzakelijk verkeersregelaars in te zetten teneinde de stromen aankomende en vertrekkende auto's te reguleren.



Foto 1: plein Westermaat



Foto 2: reclame toren Westermaat



Foto 3: plein Westermaat

Het park is voor de aanwezige detaillisten gelet op het grote aantal bezoekers een groot succes. Het feit dat het park dagelijks bezocht wordt door duizenden bezoekers (waarvan een groot deel afkomstig is uit Duitsland), leidt echter regelmatig tot verkeersopstoppingen op de aan- en afvoerwegen. Inmiddels is er ten behoeve van het parkeren in het weekeind al een extra parkeerterrein aangelegd.

Westermaat is dus een groot succes, met veel bezoekers van buiten Hengelo. Uiteraard heeft het succes van Westermaat gevolgen voor de bestaande winkels in het centrum van Hengelo. Teneinde vast te kunnen stellen wat de gevolgen van Westermaat zijn voor de detailhandel in het centrum van Hengelo heeft de gemeente Goudappel Coffeng opdracht verleend voor het doen van onderzoek naar de koopkracht-binding van de Hengelose bevolking aan het centrum van Hengelo.

Uit het “koopstromenonderzoek 2005, deelrapport Hengelo” blijkt dat de koopkrachtbinding van de Hengelose bevolking aan het centrum in de artikelgroepen woninginrichting en electro fors is afgenomen. In de door Goudappel Coffeng in opdracht van de Provincie Overijssel 2006 gemaakte “Detailhandelsvisie Overijssel” is nog eens duidelijk gesteld dat een ontwikkeling als Westermaat een substantieel effect heeft op het functioneren van het centrumgebied.

Hoewel Westermaat een succes is, dient voorkomen te worden dat een verdere uitbreiding van Westermaat leidt tot een ontwrichting van de bestaande detailhandelstructuur in Hengelo. Voorafgaand aan een (eventuele) verdere uitbreiding van Westermaat zal derhalve een zorgvuldige afweging moeten plaatsvinden.



Foto 4: plein Westermaat



Foto 5: plein Westermaat



Foto 6: plein Westermaat

6 Het meetbaar maken van leefbaarheid

6.1 Algemeen

Wanneer is er nu sprake van achteruitgang van de leefbaarheid van stads- en dorpscentra? Is dit iets wat zichtbaar is (leegstand en verpaupering) of is dit een gevoel dat mensen krijgen gedurende een bezoek aan een stads- of dorpscentrum? Heeft het te maken met het verdwijnen van voorzieningen in de vorm van postagentschappen, waar zelfs kamervragen⁴⁵ over gesteld zijn? Is het wellicht mogelijk de achteruitgang van de leefbaarheid meetbaar te maken.

Wanneer er in een centrum van een stad of een dorp een aantal winkels langdurig leegstaan heeft dit gevolgen voor het aantal bezoekers van deze plaatsen. De consument wil graag een gevarieerd aanbod en daarvoor moeten er voldoende winkels aanwezig zijn. Wanneer het aantal in bedrijf zijnde winkels daalt, zal dit ongetwijfeld resulteren in een daling van het aantal bezoekers. Het dalen van het aantal bezoekers heeft weer gevolgen voor de omzet van de aanwezige in bedrijf zijnde winkels en de aanwezige horeca. Deze omzetsdaling heeft weer gevolgen voor de bereidheid van de detaillisten tot het investeren in hun onroerend goed en de directe omgeving.

Teneinde op het juiste moment en op de juiste wijze in te kunnen grijpen wanneer de leefbaarheid achteruit gaat, is het van belang dat de leefbaarheid meetbaar wordt gemaakt. In het onderstaande hoofdstuk wordt een vijftal indicatoren beschreven die (eventueel gecombineerd) gebruikt kunnen worden voor het meetbaar maken.

6.2 Instrumenten voor het meetbaar maken

Om de leefbaarheid te meten kunnen de volgende indicatoren worden gebruikt:

1. In een centrum met veel dynamiek is er altijd een zekere mate van frictieleegstand in verband met het wisselen van detailhandelsvestingen c.q. het vernieuwen van een winkelinrichting. Van frictieleegstand is sprake wanneer 5-10% van de aanwezige winkels leegstaat gedurende een periode korter dan een jaar. Wanneer dit percentage fors wordt overschreden dan is dat een scherpe aanduiding dat er iets mis is met het winkelaanbod waardoor blijkbaar de bezoekers wegblijven. Uiteraard geldt dit ook voor de aanwezige horecavoorzieningen.
2. Door over een langere termijn onderzoek te doen naar koopkrachtbinding en koopkrachtoevloeiing (distributie planologisch onderzoek) ten opzichte van vergelijkbare kernen en daarbij tevens de toename of vermindering van het aantal leegstaande winkels te betrekken kan vastgesteld worden bij welk percentage leegstand er sprake is van een centrum dat blijkbaar niet meer interessant is voor bezoekers. Op deze wijze kan vastgesteld worden wanneer er sprake is van achteruitgang van de leefbaarheid van stads- en dorpscentra.
3. Daarnaast kan onderzocht worden of de leegstand een gevolg is van een interne (plaatselijke) ontwikkeling (detailhandel op plaatselijk bedrijventerrein(en)), of een gevolg van een externe ontwikkeling (bijvoorbeeld outletcentrum in een naburige

⁴⁵ Ravestijn (D66), 7 november 2001

gemeente). In het eerste geval kan de gemeente zelfstandig trachten het verminderen of zelfs teloor gaan van de achteruitgang aan te pakken. In het tweede geval is een regionale aanpak noodzakelijk en is dus overleg met andere gemeenten en eventueel de provincie noodzakelijk.

4. In bestaande (gegroeide) situaties verhouding vaststellen tussen aantal vierkante meters bedrijfsvloeroppervlakte ten behoeve van detailhandel op het bedrijventerrein in relatie tot het aantal vierkante meters in de stads- en dorpscentra. Hierbij wordt uiteraard uitgegaan van het aantal legale vierkante meters. Door te monitoren kan de ontwikkeling worden gevolgd, waarna op basis van de monitorgegevens een oordeel gegeven kan worden over de leefbaarheid.
5. Vaststellen of er sprake is van een goed citymanagement, waarin naast de winkeliersvereniging onder andere de gemeente is vertegenwoordigd. Dit management zorgt voor afstemming voor wat betreft de feitelijke inrichting en bij publiekstrekkende acties/evenementen (zomerkermis, straatfestival, feitelijke inrichting, verlichting met kerst etcetera) en communiceert dit op voldoende wijze naar de inwoners.

6.3 Conclusies

Voor het meten van de achteruitgang zijn -zoals blijkt uit het vorenstaande- verschillende, of een combinatie van verschillende instrumenten mogelijk.

Door het toepassen van één of meer van de in hoofdstuk 6.2 genoemde indicatoren kan de achteruitgang van de leefbaarheid meetbaar worden gemaakt. Het meetbaar maken is belangrijk om de juiste instrumenten te kunnen kiezen voor te nemen maatregelen.

De wijze waarop deze achteruitgang gestopt kan worden is uiteraard afhankelijk van de mate- en de reden van de achteruitgang. Uiteraard kan de achteruitgang een gevolg zijn van een algemene negatieve economische ontwikkeling. Wanneer er sprake is van achteruitgang die conjunctuur gevoelig is, is het moeilijker in te grijpen en maatregelen te bedenken dan wanneer er sprake is van een achteruitgang die van ruimtelijke, economische of sociale aard is. In het laatste geval kunnen er passende maatregelen getroffen worden teneinde de achteruitgang die zichtbaar is gemaakt met de in hoofdstuk 6.2 beschreven instrumenten te verminderen en in het meest gunstige geval te stoppen.

7 Conclusies

7.1 Algemeen

Uit het onderzoek is heel duidelijk naar voren gekomen dat het merendeel⁴⁶ van de actoren heel tevreden is met het huidige beleid aangaande detailhandelsvestigingen op bedrijventerreinen.

Door het uitgevoerde onderzoek is er een duidelijk beeld ontstaan voor wat betreft de wensen van de gemeenten, detaillisten, projectontwikkelaars en de consument.

Behoeft tot het uitbreiden in het algemeen van het huidige beleid is niet direct aanwezig vanwege het feit dat het bestaande beleid voldoende ruim wordt geacht.

Bij de actoren bestaat wel duidelijk de angst dat een algemene verruiming van het beleid gaat leiden tot een achteruitgang van de leefbaarheid van stads- en dorpscentra.

De actoren hebben een duidelijk beeld van de kansen en bedreigingen van verruiming van het beleid aangaande detailhandel in niet volumineuze goederen op bedrijventerreinen en de directe gevolgen voor de leefbaarheid van de stads- en dorpscentra.

De mogelijkheden tot het verruimen van het beleid moet gevonden worden in heel specifieke gevallen (maatwerk!), bijvoorbeeld branches (sport en leisure of meubelboulevards) of specifieke clustering bijvoorbeeld outlet store. Maar wel met als voorwaarde dat er eerst een zorgvuldige afweging in die concrete gevallen is gedaan. Hierbij geldt altijd dat de nieuwe ontwikkeling niet mag leiden tot een duurzame ontwrichting van de bestaande detailhandel-structuur!

7.2 Gevolgen beleidsverruiming voor leefbaarheid centra

Het verruimen van het beleid aangaande detailhandel op bedrijventerreinen kan zowel *economische*-, *ruimtelijke*- als *sociale* gevolgen hebben. Tussen de economische en ruimtelijke gevolgen bestaat een nadrukkelijke samenhang aangezien verminderde omzet leidt tot sluiting. Sluiting van winkels kan leiden tot verpaupering, hetgeen weer leidt tot minder omzet van de nog aanwezige winkels vanwege minder aantrekkelijkheid voor de consument.

De consument wil zijn eerste levensbehoeften graag snel en efficiënt bevredigen. Daarnaast wil hij de producten die niet direct voor de eerste levensbehoefte noodzakelijk zijn aanschaffen in een aantrekkelijke omgeving (funshoppen). De aantrekkelijke historische of moderne binnenstad leent zich uiteraard hier beter voor dan het “koude” bedrijventerrein. Het is derhalve van groot belang dat de binnenstad levendig blijft.

De economische gevolgen

De economische gevolgen kunnen zijn:

- Aantasting bestaande detailhandelstructuur. Doordat de grote “trekkers” verplaatst worden naar het bedrijventerrein ontstaat er omzetverlies voor met name de speciaalzaken. Hoewel dit omzetverlies niet is onderzocht, mag aangenomen

⁴⁶ Projectontwikkelaars vormen een uitzondering

worden dat er sprake zal zijn van verminderde omzet en eventueel sluiting van winkels in een bepaalde branche.

- Andere verdeling van de werkgelegenheid.

De ruimtelijke gevolgen

De ruimtelijke gevolgen kunnen zijn:

- Leegstand van winkels in de binnenstad, waar op termijn verpaupering optreedt.
- Precedent werking (wat in de ene gemeente wordt toegestaan moet ook in andere gemeenten worden toegestaan).
- Er treedt schaalvergroting op, met een daarbij niet evenredige toename van het aantal arbeidsplaatsen (meer ruimte nodig, maar minder arbeidsplaatsen).
- Bepaalde branches kunnen verdwijnen uit de binnenstad waardoor een eenzijdig aanbod ontstaat, bijvoorbeeld het geheel verdwijnen van het food aanbod of het verdwijnen van speelgoedwinkels.
- Er ontstaat extra behoefte aan bedrijventerreinen (zowel voor detailhandel als voor het parkeren), hetgeen in strijd is met het principe van het zuinig ruimtegebruik. Door de relatief goedkope grond zal de neiging groot zijn om op maaiveldniveau in één laag te parkeren.
- Door verplaatsing van winkels naar bedrijventerreinen wordt het draagvlak van bestaande parkeergarages in de binnenstad en de directe omgeving aangetast, terwijl op de nieuwe locaties op bedrijventerreinen de parkeerbehoefte ontstaat. Het opheffen en een nieuwe functie toekennen aan de parkeergarages is niet mogelijk omdat de parkeergarages gebruikt worden door de overgebleven winkeliers en winkelbezoekers.
- Er ontstaan extra (auto)verkeersbewegingen doordat de afstanden naar de winkels op bedrijventerreinen doorgaans groter zijn dan de afstand naar de winkels in de (buurt)centra.

De sociale gevolgen

Het verplaatsen van winkels uit het centrum naar bedrijventerreinen kan in extreme gevallen leiden tot zogenaamde (in het buitenland voorkomende) “fooddeserts”. Dit is een situatie dat er in het centrum van een plaats geen winkels meer voorkomen die kunnen voorzien in de eerste levensbehoeften. Slechts op afstand (op de bedrijventerreinen) is het dan mogelijk in de eerste levensbehoeften te voorzien. Dit levert een groot probleem op voor personen die niet in het bezit zijn van een auto (of zelfs twee auto’s) of voor personen die vanwege hun leeftijd niet meer in staat zijn grotere afstanden te reizen. Met het oog op de vergrijzing is het noodzakelijk nog alerter te zijn op het feit dat er voldoende winkels zijn met een goede (veilige) toegankelijkheid.

Het is heel duidelijk dat het verplaatsen van winkels naar bedrijventerreinen ook sociale gevolgen heeft en dus de leefbaarheid van de stads- en dorpscentra niet ten goede komt.

8 Advies

Uit het onderzoek is naar voren gekomen dat de algemene indruk van de actoren is dat een verruiming van het beleid aangaande detailhandel op bedrijventerreinen verregaande gevolgen kan hebben voor de leefbaarheid van de stads- en dorpscentra. Teneinde te voorkomen dat de genoemde leefbaarheid vermindert of zelfs geheel teloor gaat doe ik de volgende aanbevelingen aan de provincie Overijssel:

1. Ontwikkelingen op het gebied van detailhandel dienen -bijvoorbeeld met behulp van een detailhandelsvisie- in goede banen geleid te worden.
Het is de auteur bekend dat de provincie Overijssel al in een ver gevorderd stadium is met het maken van een detailhandelsvisie. Op korte termijn zal de visie door gedeputeerde staten worden vastgesteld. Deze visie kan derhalve op korte termijn ingezet worden voor het in goede banen leiden van de detailhandel binnen de provincie Overijssel.
2. Naast een detailhandelsvisie blijft een distributie planologisch onderzoek een uitstekend instrument dat ingezet kan worden voor het vaststellen van de economische ruimte die aanwezig is bij plannen voor het vestigen van nieuwe winkels of winkelcentra.
3. Uit onderzoek⁴⁷ is gebleken dat locaties die bedoeld zijn voor grootschalige detailhandelsvestigingen (GDV) een substantieel effect hebben op het functioneren van het centrumgebied. Plannen voor een verdere uitbreiding van het GDV-aanbod in Overijssel dienen daarom nauwkeurig te worden afgewogen en op de effecten op de detailhandelsstructuur te worden getoetst! In het kader van het adviseren met betrekking van gemeentelijke ontwerpbestemmingsplannen door de provinciale eenheden en in het kader van het adviseren voor wat betreft door de gemeenten vastgestelde bestemmingsplannen door de Provinciale Commissie voor de Fysieke Leefomgeving (PCFL) kan hier inhoud aan worden gegeven.
4. De ruimte tot het verruimen van het beleid in Overijssel met betrekking tot detailhandel moet gevonden worden in heel specifieke gevallen, bijvoorbeeld branches (sport en leisure of meubelboulevards) of specifieke clustering bijvoorbeeld outlet store. Maar dan wel met als voorwaarde dat er eerst een zorgvuldige afweging in die concrete gevallen is gedaan. Hierbij geldt altijd dat de nieuwe ontwikkeling niet mag leiden tot een duurzame ontwrichting van de bestaande detailhandel structuur!
5. Om de juiste instrumenten in te kunnen zetten is het is belang dat achteruitgang van de leefbaarheid van de stads- en dorpscentra meetbaar wordt gemaakt. Door een aantal opeenvolgende jaren onderzoek te doen naar koopkrachtbinding en koopkrachtoevloeiing en dit te vergelijken met het landelijke gemiddelde voor kernen van vergelijkbare grootte en daarbij tevens de toename of vermindering van het aantal leegstaande winkels te betrekken kan vastgesteld worden bij welk percentage leegstand er sprake is van achteruitgang van de leefbaarheid van stads- en dorpscentra.

⁴⁷ Detailhandelsvisie Overijssel, 2006

6. Onderzoeken of de leegstand een gevolg is van een interne (plaatselijke) ontwikkeling (detailhandel op plaatselijk bedrijventerrein(en)), of een gevolg van een externe ontwikkeling (bijvoorbeeld outletcentrum in een naburige gemeente). In het eerste geval kan de gemeente zelfstandig trachten het verminderen of zelfs teloor gaan van de achteruitgang aan te pakken. In het tweede geval is een regionale aanpak noodzakelijk en is dus overleg met andere gemeenten en eventueel de provincie noodzakelijk. Met de daaruit voortkomende acties kan de provincie sturend optreden.
7. Het is van belang dat een winkelgebied zich blijft vernieuwen en ontwikkelen (eens in de tien jaar), dit afgemeten aan het landelijke gemiddelde voor kernen van vergelijkbare grootte. Uit koopstromenonderzoeken⁴⁸ is gebleken dat deze ontwikkeling zich doorgaans ook uitbetaalt in een hogere koopkrachtbinding en koopkrachttoevoeding. Dit geldt niet voor winkelgebieden waar geen vernieuwing plaatsvindt, deze leveren (langzaam) marktaandeel in. Het is dus van belang dat de Overijsselse gemeenten hier terdege van bewust zijn. Voorlichting van de zijde van de provincie -waarbij de gemeenten ook gestimuleerd worden aan citymanagement te gaan werken- kan in dit geval een goed middel zijn.
8. Onderzoek doen naar de verhouding tussen aantal vierkante meters bedrijfsvloeroppervlakte ten behoeve van detailhandel op het bedrijventerrein in relatie tot het aantal vierkante meters in de stads- en dorpscentra. Hierbij wordt uiteraard uitgegaan van het aantal legale vierkante meters.
9. Het bij de Overijsselse gemeenten bevorderen van een goed parkeerbeleid waardoor de centra van steden en dorpen zowel met het openbaar vervoer als met de auto goed bereikbaar zijn. Dit kan bereikt worden door het realiseren van parkeergarages in of in de directe nabijheid van het centrum. Het vergt wel de nodige creativiteit om in de bestaande steden daarvoor de fysieke en financiële ruimte te vinden. Een goed alternatief hiervoor is het realiseren van parkeervoorzieningen aan de rand van een stad (of dorp), in de directe nabijheid van een bus-, trein- of tramlijn, zodat bezoekers met het (gratis) openbaar vervoer het centrum kunnen bereiken.
10. Het is van belang dat bestemmingsplannen -met name voor bedrijventerreinen- actueel zijn. Hoewel de Wet op de Ruimtelijke Ordening de gemeenten verplicht de bestemmingsplannen één keer in de tien jaar te actualiseren⁴⁹, is de praktijk dat dit in veel gevallen niet gedaan wordt. Gevolg hiervan is dat veel gemeenten nog beschikken over verouderde bestemmingsplannen waar in sommige gevallen bij recht nog vestiging van detailhandelsbedrijven op bedrijventerreinen mogelijk is. De actie is het stimuleren van de gemeenten voor wat betreft het actualiseren van de bestemmingsplannen.

⁴⁸ Detailhandelsvisie Overijssel, 2006

⁴⁹ Er is sprake van een termijn van orde, zonder juridische gevolgen voor de overtreder.

Literatuur

Batavia Stad: dynamiek of dynamiet in ruimtelijke ordening of economische ordening?, Stedebouw & Ruimtelijke Ordening, juni 1999.

Britten ontwikkelen Ruhrgebied tot superwinkelcentrum, Het financieele dagblad, 18 april 2000.

Detailhandelsvisie Overijssel. Zwolle: Provincie Overijssel, 12 september 2006.

Eerste Factory Outlet Centre, Amersfoort: Nieuwsbrief van Amer Adviseurs BV, september 2000.

Factory Outlet Centre: nu ook in Nederland? Stedebouw & Ruimtelijke Ordening, juni 1999.

Handreiking en beoordeling ruimtelijke plannen, Zwolle: Provincie Overijssel, 2003 – 2005.

Interprovinciaal Overleg, 2006.

Juridische bibliotheek 2003.5, deel 3, Bouwrecht, Kluwer.

Koopstromenonderzoek 2005, deelrapport Hengelo, Den Haag: Goudappel Coffeng, 7 februari 2006.

Merkfabrikanten versus retail, Het Financieele dagblad 10 mei 2000.

Ministerie VROM, 2006.

Nota Regels voor Ruimte, Den-Haag: Provincie Zuid-Holland, 2003 – 2007.

Nota Ruimte, 2004.

Nota Ruimte, Tweede Kamer, vergaderjaar 2004-2005, 29435, nr. 153.

Ondernemen in Europa, Het Financieele dagblad, 8 februari 2002.

Perifere detailhandelvevestigingen, Tweede Kamer, vergaderjaar 1991-1992, 18786, nr. 24, vergaderjaar 1992-1993, 18786, nr. 27 en vergaderjaar 1994-1995, 18786, nr. 29.

Ruimtelijk debat 05/2003, Ruimtelijk planbureau, mei 2003.

Rijk stemt alsnog in met komst fabriekswinkels, Het Financieele dagblad, 3 maart 2000.

Streekplan Gelderland. Arnhem: Provincie Gelderland, 29 juni 2005.

Streekplan Overijssel 2000+. Zwolle: Provincie Overijssel, 13 december 2000.

Streekplannen Zuid-Holland Oost, Zuid-Holland Rijnmond, Zuid-Holland West en Zuid-Holland Zuid. Den-Haag: Provincie Zuid-Holland, 19 februari 2003.

Te gast in de openbare ruimte, Stedebouw & Ruimtelijke Ordening, maart 2002.

Vierde Nota over de Ruimtelijke Ordening extra (VINEX), 1990-1991.

Weg van de woonboulevard, Algemeen dagblad, 30 maart 2002.

Websites

CentrO

<http://www.centro.de/>

Hoofdbedrijfschap detailhandel

<http://www.hbd.nl/>

Mecanoo architecten

<http://www.mecanoo.com/>

Ministerie VROM

<http://www.vrom.nl/>

Provincie Gelderland

<http://www.gelderland.nl/>

Provincie Overijssel

<http://www.overijssel.nl/>

Provincie Zuid-Holland

<http://www.zuidholland.nl/>

Staatscourant

<http://www.staatscourant.nl/NIEUWSBRIEF/NB-sc20070404-01.html>

Bijlage

Interviews met:

- Beleidsmedewerker Ruimtelijke Ordening, provincie Gelderland;
- Beleidsmedewerker Ruimtelijke Ordening, provincie Zuid-Holland;
- Juridisch beleidsmedewerker Ruimtelijke Ordening, provincie Overijssel;
- Planologisch beleidsmedewerker Ruimtelijke Ordening, provincie Overijssel;
- Beleidsmedewerker Economische zaken, provincie Overijssel;
- Beleidsmedewerker Ruimtelijke Ordening, inspectie VROM;
- Stafmedewerker regionale economie, Kamer van Koophandel, regio Zwolle;
- Hoofd afdeling Decentrale Advisering Detailhandel (DAD) van het Hoofdbedrijf Detailhandel (HBD).

Interview ten behoeve van de Post-HBDO opleiding, “Detailhandel op bedrijventerreinen, de gevolgen voor de leefbaarheid van de stads- en dorpscentra”, in opdracht van de provincie Overijssel.

Interview met : Dhr. drs. H. Zoutenbier
Functie geïnterviewde: Beleidsambtenaar provincie Gelderland.

1. Wat is voor de provincie Gelderland het te hanteren beleidskader aangaande vestiging van detailhandel in niet volumineuze goederen op bedrijventerreinen?
2. Wordt u in uw werk vaak geconfronteerd met aanvragen die betrekking hebben op detailhandelsvestigingen (verkoop van niet volumineuze goederen) op bedrijventerreinen?
3. Bestaat er volgens u bij winkeliers/ondernemers behoefte aan een verruiming van het bestaande beleid met betrekking tot detailhandel van niet volumineuze goederen op bedrijventerreinen en wat is de positie van de afdeling Ruimtelijke Ordening van de provincie daarin.
4. Kan volgens u verruiming van het beleid leiden tot achteruitgang van de leefbaarheid van stads- en dorpscentra?
5. De Nota Ruimte is recentelijk aangepast naar aanleiding van de motie Van Bochove (branchebeperkingen voor perifere detailhandel). Kan deze aanpassing invloed hebben op de eerder genoemde achteruitgang van de leefbaarheid van de stads- en dorpscentra?
6. Is de provincie Gelderland bezig met het opstellen van een provinciale detailhandelsvisie of is er inmiddels al een provinciale detailhandelsvisie? Kan deze provinciale detailhandelsvisie invloed hebben op de eerder genoemde achteruitgang van de leefbaarheid van de stads- en dorpscentra?
7. Ziet de provincie Gelderland aanleiding tot een verruiming van het beleid?
8. Wanneer medewerking wordt verleend aan verruiming van het beleid, hoever moet die verruiming dan gaan?
9. Wat zijn volgens u de kansen en de bedreigingen van verruiming van het beleid aangaande detailhandel in niet volumineuze goederen op bedrijventerreinen?

Ad 1.
Streekplan Gelderland.

Ad 2.
Wij moeten gemeenten regelmatig aangeven dat bepaalde branches niet kunnen worden toegelaten op een bedrijventerrein. Bijvoorbeeld gemeente Lochem wil een Aldi vestigen op bedrijventerrein. De provincie is tegen dit soort ontwikkelingen (zie ook advies VROM-Raad inzake Werklandschappen).

Ad 3.
Die behoefte bestaat inderdaad bij winkeliers (in verband met de lage vestigingskosten, goede bereikbaarheid en voldoende parkeerplaatsen).

Ad 4.
Zeer zeker, winkels in het dorpscentrum bepalen de levendigheid vitaliteit van het centrum en ondersteunen het bezoek aan, en het behoud van andere voorzieningen (postagentschap, bibliotheek, kroeg, frietkraam en dergelijke).

Ad 5.

Ik denk dat de motie Van Bochove (meer indirect) juist de leefbaarheid in dorpscentra tracht te beschermen.

Ad 6.

Is inmiddels in ontwerp gereed maar nog niet door gedeputeerde staten geaccordeerd. Meer indirect doordat met name de vestiging van grootschalige detailhandel wordt gereguleerd. Dit leidt tot een zekere mate van bescherming c.q. het handhaven van winkelveorzieningen elders (waaronder kleine kernen).

Ad 7.

Neen, niet wezenlijk wij blijven uitgaan van ons streekplan 2005.

Ad 8.

In het kader van de nieuwe Wet op de Ruimtelijke Ordening moeten provincies aangeven “wat des provincies is”. Met andere woorden waar bemoeien wij ons nog mee. Het kan zijn dat Provinciale Staten daarbij aangeven dat het **lokale** detailhandelsbeleid niet meer des provincies is en derhalve beleidsvorming meer wordt overgelaten aan de gemeenten!

Ad 9.

Kansen zijn er alleen voor de ondernemer (zie ad 3). Betekent het einde van een fijnmazige structuur van dagelijkse voorziening op relatief korte afstand van de consument!

Interview ten behoeve van de Post-HBDO opleiding, “Detailhandel op bedrijventerreinen, de gevolgen voor de leefbaarheid van de stads- en dorpscentra”, in opdracht van de provincie overijssel.

Interview met : Dhr. drs. P.B.H. Nijssen
Functie geïnterviewde: Beleidsambtenaar provincie Zuid-Holland.

1. Wat is voor de provincie Zuid-Holland het te hanteren beleidskader aangaande vestiging van detailhandel in niet volumineuze goederen op bedrijventerreinen?
2. Wordt u in uw werk vaak geconfronteerd met aanvragen die betrekking hebben op detailhandelsvestigingen (verkoop van niet volumineuze goederen) op bedrijventerreinen?
3. Bestaat er volgens u bij winkeliers/ondernemers behoefte aan een verruiming van het bestaande beleid met betrekking tot detailhandel van niet volumineuze goederen op bedrijventerreinen en wat is de positie van de afdeling Economische Zaken van de provincie daarin.
4. Kan volgens u verruiming van het beleid leiden tot achteruitgang van de leefbaarheid van stads- en dorpscentra?
5. De Nota Ruimte is recentelijk aangepast naar aanleiding van de motie Van Bochove (branchebeperkingen voor perifere detailhandel). Kan deze aanpassing invloed hebben op de eerder genoemde achteruitgang van de leefbaarheid van de stads- en dorpscentra?
6. Is de provincie Zuid-Holland bezig met het opstellen van een provinciale detailhandelsvisie of is er inmiddels al een provinciale detailhandelsvisie? Kan deze provinciale detailhandelsvisies invloed hebben op de eerder genoemde achteruitgang van de leefbaarheid van de stads- en dorpscentra?
7. Ziet de provincie Zuid-Holland aanleiding tot een verruiming van het beleid?
8. Wanneer medewerking wordt verleend aan verruiming van het beleid, hoever moet die verruiming dan gaan?
9. Wat zijn volgens u de kansen en de bedreigingen van verruiming van het beleid aangaande detailhandel in niet volumineuze goederen op bedrijventerreinen?

Ad 1.

Nota Regels voor Ruimte en de notitie Perifere Detailhandel.

Ad 2.

In mijn werk word ik vrijwel dagelijks geconfronteerd met aanvragen die betrekking hebben op detailhandelsvestigingen op bedrijventerreinen. Niet alleen voor de gebruikelijke meubelbedrijven en bouwmarkten, maar in toenemende mate voor complete winkelcentra. Ontwikkelaars blijven het proberen.

Ad 3.

Bij een deel van de ondernemers bestaat deze behoefte wel, bij een ander deel juist niet (oneerlijke concurrentie wordt vaak als argument aangevoerd).

Het provinciaal bestuur voert een terughoudend beleid, zoals ook uit ons beleidskader blijkt. Zowel uit het oogpunt de bestaande verzorgingsstructuur te versterken, als uit een oogpunt bedrijventerreinen (waar de provincie Zuid Holland een groot tekort aan heeft) zoveel mogelijk voor niet-detailhandelsbedrijven vrij te houden.

Ad 4.

Ja, een verruiming van het beleid zal zeker leiden tot een achteruitgang van de leefbaarheid van stads- en dorpscentra.

Ad 5.

Ja, dat kan inderdaad het geval zijn want het voorstel van het IPO aan het kabinet naar aanleiding van de motie biedt de individuele provincies grote vrijheid bij het vormgeven van het provinciale perifere detailhandelsbeleid. Sommige provincies hebben een coulant beleid, andere provincies hebben een strenger beleid.

Ad 6.

De provincie Zuid-Holland heeft een concept detailhandelsvisie die onlangs (3^e week februari 2007) in een Statencommissie is behandeld en in de laatste week van februari 2007 door Provinciale Staten wordt vastgesteld. Het onderwerp perifere detailhandel is in Zuid-Holland altijd aanleiding voor verhitte discussies tussen voor- en tegenstanders daarvan. De algemene lijn is echter een terughoudende.

Ad 7.

Neen, de provincie Zuid-Holland ziet geen aanleiding tot het verruimen van het beleid.

Ad 8.

Aangezien er geen aanleiding tot verruiming van het beleid bestaat is deze vraag niet van toepassing (zie ook antwoord bij vraag 7).

Ad 9.

Aangezien er geen aanleiding tot verruiming van het beleid bestaat is deze vraag niet van toepassing (zie ook antwoord bij vraag 7).

Interview ten behoeve van de Post-HBDO opleiding, “Detailhandel op bedrijventerreinen, de gevolgen voor de leefbaarheid van de stads- en dorpscentra”, in opdracht van de provincie Overijssel.

Interview met : Dhr. mr. M. Haan

Functie geïnterviewde: Juridisch beleidsambtenaar provincie Overijssel, eenheid Ruimte Wonen en Bereikbaarheid (RWB).

1. Wat is voor de eenheid RWB van de provincie het te hanteren beleidskader aangaande vestiging van detailhandel in niet volumineuze goederen op bedrijventerreinen?
2. Wordt u in uw werk vaak geconfronteerd met aanvragen die betrekking hebben op detailhandelsvestigingen (verkoop van niet volumineuze goederen) op bedrijventerreinen?
3. Bestaat er volgens u bij winkeliers/ondernemers behoefte aan een verruiming van het bestaande beleid met betrekking tot detailhandel van niet volumineuze goederen op bedrijventerreinen en wat is de positie van de eenheid RWB van de provincie daarin.
4. Kan volgens u verruiming van het beleid leiden tot achteruitgang van de leefbaarheid van stads- en dorpscentra?
5. De Nota Ruimte is recentelijk aangepast naar aanleiding van de motie Van Bochove (branchebeperkingen voor perifere detailhandel). Kan deze aanpassing invloed hebben op de eerder genoemde achteruitgang van de leefbaarheid van de stads- en dorpscentra?
6. De provincie Overijssel is bezig met het opstellen van een provinciale detailhandelsvisie. Kan deze provinciale detailhandelsvisie invloed hebben op de eerder genoemde achteruitgang van de leefbaarheid van de stads- en dorpscentra?
7. Ziet de eenheid RWB aanleiding tot een verruiming van het beleid?
8. Wanneer medewerking wordt verleend aan verruiming van het beleid, hoever moet die verruiming dan gaan?
9. Wat zijn volgens u de kansen en de bedreigingen van verruiming van het beleid aangaande detailhandel in niet volumineuze goederen op bedrijventerreinen?

Ad 1.

Streekplan 2000+ en Handreiking en beoordeling ruimtelijke plannen. Daarnaast worden de ontwikkelingen op rijksniveau gevolgd (Nota Ruimte). In de toekomst zal ook de Detailhandelsvisie Overijssel als beleidskader worden gehanteerd. Uiteraard wordt ook terdege rekening gehouden met de jurisprudentie.

Als gevolg van een wijziging van de Nota Ruimte is er een IPO-standpunt aangaande perifere detailhandel bepaald. Dit standpunt wordt door de provincie Overijssel onderschreven en wordt ook als beleidskader gehanteerd.

Ad 2.

Enkele keren per jaar word ik -met name door gemeenten- geconfronteerd met de vraag wat het provinciale standpunt is inzake concrete aanvragen met betrekking tot vestiging van detailhandelbedrijven op een bedrijventerrein.

Ad 3.

Bij bestaande detailhandelbedrijven bestaat deze behoefte vanwege oneerlijke concurrentie zeker niet. Bij ondernemers die zich willen vestigen bestaat deze behoefte zeker.

De positie van RWB hierin is dat het huidige beleid dusdanig is dat er geen sprake kan zijn van een algemene verruiming van het beleid. Er moet een evenwicht bestaan tussen de hierboven genoemde

groepen van detaillisten. Verruiming van het beleid ten gunste van de ene groep mag geen onevenredige gevolgen hebben voor de andere groep. Er moet dus sprake zijn van maatwerk.

Ad 4.

Ja, het verruimen van het beleid kan leiden tot achteruitgang van de leefbaarheid van stads- en dorpscentra. Stads- en dorpscentra zijn namelijk gebaat bij een vitaal winkelaanbod met de daarbij behorende (horeca) voorzieningen.

Ad 5.

Neen, geen invloed. De motie moet juist een positieve impuls geven aangezien ze juist bedoeld is te voorkomen dat er ongewenste ontwikkelingen in de vorm van detailhandel op bedrijventerreinen ontstaan.

Ad 6.

Met de provinciale detailhandelsvisie wordt juist beoogd achteruitgang van de bestaande winkelstructuur te voorkomen en de bestaande winkelstructuur te beschermen.

Ad 7.

Neen, niet in het algemeen, maar wel in bijzondere gevallen. Hierbij kan bijvoorbeeld gedacht worden aan winkels bij openbaarvervoer knooppunten. Voorwaarde hierbij is echter wel dat de bestaande winkelveorzieningen er niet onder te leiden hebben. Er moet een duidelijke relatie bestaan met de vervoersstromen die er toch al zijn. Daarnaast mag er geen sprake zijn van extra autoverkeersbewegingen (openbaar vervoer en fiets geen probleem).

Ad 8.

Zie vraag 7. Met name bestaande openbaarvervoer knooppunten (bijvoorbeeld Enschede).

Ad 9.

De kansen in het verruimen van het beleid moeten vooral vanuit het oogpunt van de consument gezien worden. De detailhandelsbedrijven zijn gemakkelijk met de auto bereikbaar en er is doorgaans geen parkeerprobleem.

De bedreigingen moeten gezocht worden in het feit dat er al snel sprake zal zijn van brancheervaging, mede vanwege de aanwezige ruimte. Ook een bedreiging is dat op deze manier sluipenderwijs het bestaande winkelapparaat in het centrum wordt uitgehold.

Interview ten behoeve van de Post-HBDO opleiding, “Detailhandel op bedrijventerreinen, de gevolgen voor de leefbaarheid van de stads- en dorpscentra”, in opdracht van de provincie Overijssel.

Interview met : Dhr. Ing. F. Hoekstra

Functie geïnterviewde: Planologisch beleidsambtenaar provincie Overijssel, eenheid Ruimte Wonen en Bereikbaarheid (RWB).

1. Wat is voor de eenheid RWB van de provincie het te hanteren beleidskader aangaande vestiging van detailhandel in niet volumineuze goederen op bedrijventerreinen?
2. Wordt u in uw werk vaak geconfronteerd met aanvragen die betrekking hebben op detailhandelsvestigingen (verkoop van niet volumineuze goederen) op bedrijventerreinen?
3. Bestaat er volgens u bij winkeliers/ondernemers behoefte aan een verruiming van het bestaande beleid met betrekking tot detailhandel van niet volumineuze goederen op bedrijventerreinen en wat is de positie van de eenheid RWB van de provincie daarin.
4. Kan volgens u verruiming van het beleid leiden tot achteruitgang van de leefbaarheid van stads- en dorpscentra?
5. De Nota Ruimte is recentelijk aangepast naar aanleiding van de motie Van Bochove (branchebeperkingen voor perifere detailhandel). Kan deze aanpassing invloed hebben op de eerder genoemde achteruitgang van de leefbaarheid van de stads- en dorpscentra?
6. De provincie Overijssel is bezig met het opstellen van een provinciale detailhandelsvisie. Kan deze provinciale detailhandelsvisie invloed hebben op de eerder genoemde achteruitgang van de leefbaarheid van de stads- en dorpscentra?
7. Ziet de eenheid RWB aanleiding tot een verruiming van het beleid?
8. Wanneer medewerking wordt verleend aan verruiming van het beleid, hoever moet die verruiming dan gaan?
9. Wat zijn volgens u de kansen en de bedreigingen van verruiming van het beleid aangaande detailhandel in niet volumineuze goederen op bedrijventerreinen?

Ad 1.

Streekplan 2000+ en Handreiking en beoordeling ruimtelijke plannen. Daarnaast worden de ontwikkelingen op rijksniveau gevolgd (Nota Ruimte). In de toekomst zal ook de Detailhandelsvisie Overijssel als beleidskader worden gehanteerd. Uiteraard wordt ook terdege rekening gehouden met de jurisprudentie.

Als gevolg van een wijziging van de Nota Ruimte is er een IPO-standpunt aangaande perifere detailhandel bepaald. Dit standpunt wordt door de provincie Overijssel onderschreven en wordt ook als beleidskader gehanteerd.

Ad 2.

Geregeld, zowel als het gaat om bestemmingsplannen, bouwprojecten als in het overleg met gemeenten.

Ad 3.

Bij projectontwikkelaars bestaat deze behoefte zeker. Daarnaast bestaat deze behoefte ook wel bij een detaillist die zich nog moet vestigen. Een winkelier die een onderneming in het centrum heeft en die niet het voornemen heeft te verplaatsen heeft geen behoefte aan een algemene verruiming van het beleid omdat hem dat direct raakt in zijn omzet.

Het antwoord op deze vraag is dus heel erg afhankelijk van het feit wie de vraag gesteld wordt.

De positie van RWB van de provincie hierin is dat het beleid dusdanig is dat er geen sprake kan zijn van een algemene verruiming van het beleid. De eenheid is echter wel bereid mee te denken en te werken aan situaties waarbij sprake is van een specifieke categorie. Dus het leveren van maatwerk.

Ad 4.

Ja, zie situaties in het buitenland. Als voorbeeld kan Frankrijk genoemd worden waar aan de rand van steden en dorpen enorme supermarkten staan en waar sprake is van dode centra.

Ad 5.

Neen, de motie Van Bochove (in het leven geroepen vanwege de angst dat er met de invoering van de Nota Ruimte geen enkele beperking meer zou zijn met betrekking tot detailhandellocaties) en de aanvulling daarop van het IPO gaan uit van het bevroren van de huidige situatie, maar met mogelijkheden voor maatwerk.

Ad 6.

De provinciale detailhandelsvisie is gericht op bescherming en handhaving van de aanwezige winkelstructuur. De visie kan invloed hebben op de achteruitgang van de leefbaarheid van stads- en dorpscentra vanwege de eerder genoemde bescherming en handhaving. Met de visie wordt beoogd achteruitgang te voorkomen.

Ad 7.

Neen, de eenheid RWB ziet geen aanleiding tot het verruimen van het beleid. Alleen in het geval van heel specifieke gevallen, bijvoorbeeld branches (sport en leisure of meubelboulevards) of specifieke clustering bijvoorbeeld outlet store, kan er na een zorgvuldige afweging in die concrete gevallen aanleiding zijn tot het verruimen van het beleid.

Ad 8.

Alleen in specifieke gevallen (zie ook onder ad 7) en mag niet leiden tot een duurzame ontwrichting van de bestaande detailhandelstructuur.

Ad 9.

De kansen zijn: mogelijkheden voor heel specifieke combinaties die we nu nog niet kennen. Waarbij de voordelen zijn dat er voldoende parkeergelegenheid is en dat de grond relatief goedkoop is. Bedreigingen: Het gevaar van een duurzame ontwrichting van het bestaande winkelapparaat.

Interview ten behoeve van de Post-HBDO opleiding, “Detailhandel op bedrijventerreinen, de gevolgen voor de leefbaarheid van de stads- en dorpscentra”, in opdracht van de provincie Overijssel.

Interview met : Dhr. drs. J. Wellinghoff
Functie geïnterviewde: Beleidsambtenaar provincie Overijssel, eenheid Economie, Milieu en Toerisme (EMT).

1. Wat is voor de eenheid EMT van de provincie het te hanteren beleidskader aangaande vestiging van detailhandel in niet volumineuze goederen op bedrijventerreinen?
2. Wordt u in uw werk vaak geconfronteerd met aanvragen die betrekking hebben op detailhandelsvestigingen (verkoop van niet volumineuze goederen) op bedrijventerreinen?
3. Bestaat er volgens u bij winkeliers/ondernemers behoefte aan een verruiming van het bestaande beleid met betrekking tot detailhandel van niet volumineuze goederen op bedrijventerreinen en wat is de positie van de eenheid EMT van de provincie daarin.
4. Leidt volgens u verruiming van het beleid tot achteruitgang van de leefbaarheid van stads- en dorpscentra?
5. De Nota Ruimte is recentelijk aangepast naar aanleiding van de motie Van Bochove (branchebeperkingen voor perifere detailhandel). Kan deze aanpassing invloed hebben op de eerder genoemde achteruitgang van de leefbaarheid van de stads- en dorpscentra?
6. De provincie Overijssel is bezig met het opstellen van een provinciale detailhandelsvisie. Zal deze provinciale detailhandelsvisie invloed gaan krijgen op de eerder genoemde achteruitgang van de leefbaarheid van de stads- en dorpscentra?
7. Ziet de eenheid EMT aanleiding tot een verruiming van het beleid?
8. Wanneer medewerking wordt verleend aan verruiming van het beleid, hoever moet die verruiming dan gaan?
9. Wat zijn volgens u de kansen en de bedreigingen van verruiming van het beleid aangaande detailhandel in niet volumineuze goederen op bedrijventerreinen?

Ad 1.

Streekplan 2000+ en in de toekomst de Detailhandelsvisie Overijssel. Daarnaast regionale detailhandelsvisies en afspraken die in het kader van samenwerkingsverbanden zijn gemaakt (bijvoorbeeld afspraken op dit gebied tussen de gemeenten Kampen en Zwolle).

Ad 2.

Ja, de laatste tijd word ik met enige regelmaat geconfronteerd met concrete aanvragen (artikel 19 lid 1 WRO) voor vestiging van detailhandelbedrijven op bedrijventerreinen door gemeente ambtenaren en ambtenaren van de eenheid Ruimte Wonen en bereikbaarheid van de provincie Overijssel.

Ad 3.

Ja, deze behoefte bestaat bij winkeliers/ondernemers.

Wat betreft de positie van EMT hierin is dat zoveel mogelijk aan deze behoefte tegemoet gekomen moet worden, tenzij er redenen zijn om dit niet te doen. Dus de grondhouding is positief, mits aan een aantal voorwaarden is voldaan.

Dit in tegenstelling tot de positie van RWB hierin, waar sprake is van neen, tenzij er belangrijke redenen zijn om in een concreet geval wel medewerking te verlenen.

Ad 4.

Wanneer er geen voorwaarden worden gesteld aan detailhandelbedrijven die zich mogen vestigen op bedrijventerreinen zal dit zeker het geval zijn.

Ad 5.

De motie Van Bochove is juist bedoeld om de leefbaarheid van stad- en dorpscentra te verzekeren. Bij de invoering van de Nota Ruimte werd in de beleving van Van Bochove de deur opengezet voor allerlei detailhandelsactiviteiten op de verkeerde locaties. Van Bochove vreesde dat de provincies de zaak zouden laten sloffen en heeft om die reden de motie ingediend die tot gevolg heeft gehad dat de Nota Ruimte inmiddels is aangepast.

Ad 6.

Ja, omdat in deze visie extra aandacht besteed wordt aan de leefbaarheid van de stads- en dorpscentra. Gemeenten en anderen (Kamer van Koophandel, bedrijfsleven, belangen organisaties) krijgen in de visie nog eens voorgespiegeld dat deze leefbaarheid van enorm belang is.

Ad 7.

Neen, de eenheid EMT is geen voorstander van een algemene verruiming van het beleid.

Ad 8.

De verruiming mag niet ten koste gaan van de centra. Dit kan in beeld worden gebracht door het gebruik van het koopstromenprognosemodel.

Ad 9.

De kansen zijn dat de werkgelegenheid binnen de gemeente wordt gestimuleerd of behouden en dat de verkeersdruk op het centrum wordt verminderd.

De bedreigingen zijn dat het winkelbestand in het centrum onder druk komt te staan en er sprake is van oneerlijke concurrentie met de detailhandel in het centrum (verschil in prijs per m²) en dat verkeersdruk op bedrijventerreinen toeneemt.

Interview ten behoeve van de Post-HBDO opleiding, “Detailhandel op bedrijventerreinen, de gevolgen voor de leefbaarheid van de stads- en dorpscentra”, in opdracht van de provincie Overijssel.

Interview met : Dhr. ing. D. Gjaltema

Functie geïnterviewde: Beleidsambtenaar ministerie VROM, inspectie Oost.

1. Wat is voor de inspectie VROM-Oost het te hanteren beleidskader aangaande vestiging van detailhandel in niet volumineuze goederen op bedrijventerreinen?
2. Wordt u in uw werk vaak geconfronteerd met aanvragen die betrekking hebben op detailhandelsvestigingen (verkoop van niet volumineuze goederen) op bedrijventerreinen?
3. Bestaat er volgens u bij winkeliers/ondernemers behoefte aan een verruiming van het bestaande beleid met betrekking tot detailhandel van niet volumineuze goederen op bedrijventerreinen en wat is de positie van de inspectie VROM daarin.
4. Kan volgens u verruiming van het beleid leiden tot achteruitgang van de leefbaarheid van stads- en dorpscentra?
5. De Nota Ruimte is recentelijk aangepast naar aanleiding van de motie Van Bochove (branchebeperkingen voor perifere detailhandel). Kan deze aanpassing invloed hebben op de eerder genoemde achteruitgang van de leefbaarheid van de stads- en dorpscentra?
6. Diverse provincies zijn bezig met het opstellen van een provinciale detailhandelsvisie. Kunnen deze provinciale detailhandelsvisies invloed hebben op de eerder genoemde achteruitgang van de leefbaarheid van de stads- en dorpscentra?
7. Ziet de inspectie VROM-Oost aanleiding tot een verruiming van het beleid?
8. Wanneer medewerking wordt verleend aan verruiming van het beleid, hoever moet die verruiming dan gaan?
9. Wat zijn volgens u de kansen en de bedreigingen van verruiming van het beleid aangaande detailhandel in niet volumineuze goederen op bedrijventerreinen?

Ad 1.

De VROM-inspectie toetst ontwikkelingen onder meer aan de Nota Ruimte. Onderwerpen die van rijksbelang zijn, zijn opgenomen in de selectieve toetslijst (“naar een selectiever preventief toezicht op ruimtelijke plannen”), zoals die door de verschillende rijksdiensten wordt gehanteerd. Volumineuze detailhandel is op deze lijst niet specifiek genoemd. Onderwerpen die wel getoetst worden zijn bijvoorbeeld externe veiligheid en luchtkwaliteit.

Ad 2.

Neen, maar is voor de VROM- inspectie ook geen specifiek onderwerp meer.

Ad 3.

Diverse detaillisten willen zich graag vestigen op een goed ontsloten bedrijventerrein (zichtlocatie), denk aan de Media Markt. Dit kan het functioneren van het centrumwinkelapparaat verstoren. Op dit moment heeft VROM hierin geen specifieke rol, en laat dit over aan de gemeenten en provincie.

Ad 4.

Ja, dit kan leiden tot achteruitgang van de leefbaarheid van stads- en dorpscentra.

Ad 5.

Ja, dit kan per provincie, WGR-regio ingevuld worden.

Ad 6.

Ja, dit kan per provincie, WGR-regio ingevuld worden.

Ad 7.

Neen, de inspectie VROM-Oost ziet geen aanleiding tot verruiming van het beleid.

Ad 8.

Aangezien er geen aanleiding tot verruiming van het beleid bestaat is deze vraag niet van toepassing (zie ook antwoord bij vraag 7).

Ad 9.

Kansen liggen er voor de grote detaillisten. Positief kan zijn minder autoverkeer naar binnensteden (maar dat kan ook op andere wijze gerealiseerd worden). Bedreigingen voor de (enkele) kleintjes. Bedreiging centrumfunctie. Leegstand en nog meer eenheidsworst in alle stedelijke centra, maar ook op de woonboulevards.

Interview ten behoeve van de Post-HBDO opleiding, “Detailhandel op bedrijventerreinen, de gevolgen voor de leefbaarheid van de stads- en dorpscentra”, in opdracht van de provincie Overijssel.

Interview met : Dhr. drs. B. Boom

Functie geïnterviewde: Stafmedewerker regionale economie, Kamer van Koophandel,
regio Zwolle

1. Heeft u inzicht van aard (type bedrijvigheid) en omvang (aantal m2, deel van de totale omzet) van detailhandel op bedrijventerreinen in de gemeenten in Overijssel. Waarbij ook een onderscheid per gemeente wordt gemaakt?
2. Heeft u ervaring met aanvragen die betrekking hebben op vestiging op bedrijventerreinen?
3. Heeft u klachten van winkeliers/ondernemers met betrekking tot concurrentie?
4. Bestaat er volgens u bij winkeliers/ondernemers behoefte aan een verruiming van het bestaande beleid met betrekking tot detailhandel van niet volumineuze goederen op bedrijventerreinen?
5. Bestaat de behoefte aan verruiming van het beleid bij de consument?
6. Bent u gezien vanuit uw functie voor een verruiming van het beleid?
7. Wanneer medewerking wordt verleend aan verruiming van het beleid, hoever moet die verruiming dan gaan?
8. Wat kunnen volgens u de gevolgen zijn van een verruiming van het beleid voor het bestaande winkelapparaat?
9. Kan volgens u de verruiming van het beleid leiden tot achteruitgang van de leefbaarheid van de stads- en dorpscentra (denk hierbij bijvoorbeeld aan winkelcentrum CentrO in Oberhausen)?
10. Wat zijn er voor regelingen in de economische sfeer aangaande detailhandel (naast bestaande regeling op het gebied van de Ruimtelijke Ordening)?

Ad 1.

Neen, daar beschikt de Kamer van Koophandel regio Zwolle niet over.

Ad 2.

Ja, de Kamer van Koophandel wordt met enige regelmaat geconfronteerd met vragen van detaillisten die zich (eventueel) op een bedrijventerrein willen vestigen.

Ad 3.

Ja, afhankelijk van de ruimtelijke ontwikkelingen binnen een gemeente.

Ad 4.

De gevestigde ondernemer heeft op zich wel de behoefte aan een verruiming van het beleid. Maar op het moment dat de ondernemer gewezen wordt op de gevaren van het verruimen van het beleid (leegstand, achteruitgang van het centrum etc.) dan verdwijnt doorgaans deze behoefte wel.

Ad 5.

Bij de mobiele consument (consument die beschikt over een auto, of zelfs twee auto's) bestaat de behoefte zeker. Dit geldt echter zeker niet voor de minder mobiele, vaak oudere consument die gebaat is met voorzieningen in de directe nabijheid.

Ad 6.

Neen, omdat door verruiming van het beleid het gevaar bestaat dat de bestaande voorzieningen verdwijnen en daardoor de leefbaarheid van de centra afneemt.

Ad 7.

In principe geen verruiming van het beleid. De enige ruimte die de Kamer van Koophandel ziet is een thematische invulling.

Ad 8.

Verruiming van het beleid leidt tot leegloop en zogenaamde spooksteden.

Ad 9.

Ja, zoals onder ad 8 beschreven kan dit leiden tot leegloop en zogenaamde spooksteden.

Ad 10.

Het in het leven roepen van zogenaamde brancheringscommissies, met als doel erop toe te zien dat er voldoende variatie in het winkelaanbod is. Dit, teneinde te voorkomen dat er leegstand ontstaat en dus het verzorgingsniveau terugloopt.

Interview ten behoeve van de Post-HBDO opleiding, “Detailhandel op bedrijventerreinen, de gevolgen voor de leefbaarheid van de stads- en dorpscentra”, in opdracht van de provincie Overijssel.

Interview met : Dhr. drs. P.I.A.M. Manning
Functie geïnterviewde: Hoofd afdeling Decentrale Advisering Detailhandel (DAD) van het Hoofdbedrijfschap Detailhandel (HBD).

1. Heeft u inzicht van aard (type bedrijvigheid) en omvang (aantal m2, deel van de totale omzet) van detailhandel op bedrijventerreinen in de Nederlandse gemeenten. Waarbij ook een onderscheid per provincie en gemeenten wordt gemaakt?
2. Heeft u ervaring met aanvragen van detaillisten die betrekking hebben op vestiging op bedrijventerreinen? Zo ja, hoe gaat uw organisatie daarmee om.
3. Heeft u ervaring met klachten van detaillisten met betrekking tot concurrentie van detaillisten die op enig bedrijventerrein zijn gevestigd ?
4. Bestaat er volgens u bij detaillisten behoefte aan een verruiming van het bestaande beleid met betrekking tot detailhandel van niet volumineuze goederen op bedrijventerreinen?
5. Bestaat de behoefte aan verruiming van het beleid bij de consument?
6. Bent u gezien vanuit uw functie voor een verruiming van het beleid?
7. Wanneer medewerking wordt verleend aan verruiming van het beleid, hoever moet die verruiming dan gaan?
8. Wat kunnen volgens u de gevolgen zijn van een verruiming van het beleid voor het bestaande winkelapparaat?
9. Kan volgens u de verruiming van het beleid leiden tot achteruitgang van de leefbaarheid van de stads- en dorpscentra (denk hierbij bijvoorbeeld aan winkelcentrum Centro in Oberhausen)?
10. Wat zijn er voor regelingen in de economische sfeer aangaande detailhandel (naast bestaande regeling op het gebied van de Ruimtelijke Ordening)?

Ad 1.

Ja. Wij beschikken over het Locatus-bestand waarin alle winkelvestigingen in Nederland zijn opgenomen. Locatus onderscheidt de locatie “bedrijfsterrein”. Alhoewel altijd een redelijke slag om de arm moet worden gehouden (wat is de definitie van een bedrijfsterrein; Locatus kijkt volgens mij niet naar bestemmingsplannen).

Ad 2.

Ja, daar hebben wij ervaring mee en er wordt dan altijd getracht om lokaal maatwerk te leveren. Veelal zal nee worden verkocht maar het komt ook voor dat in speciale gevallen mee wordt gewerkt om een ontheffing van het bestemmingsplan te krijgen

Ad 3.

Ja, veel ervaring.

Ad 4.

In dit verband is het erg moeilijk om van “de detaillisten” te spreken. Afhankelijk van de lokale situatie zullen bedrijven in de ene gemeente wel voor verruiming zijn (als daar een locatie wordt

gezocht) en in het andere geval tegen (als ze er al zijn gevestigd in een traditioneel winkelgebied). Opportunisme is ook de ondernemer in de detailhandel niet vreemd.

Ad 5.

Lijkt me moeilijk te beantwoorden. Consumenten hebben niet snel een mening over het detailhandelsbeleid; zij willen zo dichtbij mogelijk zo veel mogelijk aantrekkelijke, goed bereikbare winkels. Locatiebeleid interesseert de gemiddelde consument niet.

Ad 6.

Niet generiek; detailhandel is bij uitstek local business. Per locatie moet bekeken worden wat wel en wat niet op een bedrijventerrein (of andersoortige perifere locatie) gevestigd kan worden.

Ad 7.

Zie ad 6; afhankelijk van de locale/regionale situatie en de effecten op de locale/regionale detailhandelsstructuur.

Ad 8.

Is erg afhankelijk van “hoe” de verruiming er uit ziet. Een verruiming -zoals bijvoorbeeld het toestaan van grote supermarkten op bedrijventerreinen of perifere locaties- kan lokaal/regionaal een verstorend effect hebben op het functioneren van de bestaande winkelgebieden.

Ad 9.

Ja, zonder meer. Er zijn dacht ik concrete voorbeelden in “rivierenland” waar het toestaan van een super op een bedrijventerrein negatieve gevolgen heeft gehad voor de bewinkeling en dus de leefbaarheid in de omliggende kleine kernen.

Ad 10.

In de algemeen economische sfeer niet veel: branchebescherming (5 jaar) bij nieuwe winkelcentra, de huurwetgeving (voor huurders van winkelpanden) en de winkeltijdenwet. Wel veel regels op het gebied van het personeel (cao's/arbo/opleidingen etc.) en sociale zekerheid naast de branchespecifieke regels/afspraken (supermarkten hebben nogal wat aanvullende regels, maar ook in de mode, de versbranches, etc.).

