

DROOGH TROMMELEN EN PARTNERS



Adviseurs voor Ruimte en Strategie



Beuningen

**Detailhandel
Shoppingpark De Heuve**



DROOGH TROMMELEN EN PARTNERS



Adviseurs voor Ruimte en Strategie

Beuningen

Opdrachtgever: gemeente Beuningen

Projectnummer: 753.0508

Datum: 29 september 2008

Detailhandel Shoppingpark De Heuve

DROOGH TROMMELEN EN PARTNERS

Voorstadslaan 254

6542 TG Nijmegen

T 024 - 379 20 83

F 024 - 378 06 53

E info@dtnp.nl

W www.dtnp.nl

Inhoudsopgave

1	Inleiding	1
2	Huidige situatie	2
2.1	Ligging en kenmerken	2
2.2	Shoppingpark De Heuve	3
2.3	Winkelcentra in de omgeving	5
3	Ontwikkelingen en beleid	8
3.1	Trends in de detailhandel	8
3.2	Overheidsbeleid	11
3.3	Lokale ontwikkelingen	14
4	Mogelijkheden detailhandel De Heuve	15
4.1	Uitgangspunten	15
4.2	Volumineuze detailhandel	15
4.3	Overige detailhandel	16
4.4	Branchevervaging en handhaving	18
4.5	Conclusies	19

Bijlage 1	Begeleidingscommissie	20
Bijlage 2	Branche-indeling	20
Bijlage 3	Winkelaanbod Beuningen centrum	21
Bijlage 4	Begrippenlijst	21

1 Inleiding

Aanleiding

Het detailhandelsbeleid van de gemeente Beuningen is gericht op een sterk dorpscentrum in Beuningen en behoud van winkels in de overige kernen (Ewijk, Winssen, Weurt). Sinds 1992 is volumineuze detailhandel aanwezig op Shoppingpark De Heuve, een perifere locatie nabij de snelweg A73. Op deze locatie is detailhandel gevestigd in de woonbranche. Daarnaast is ook een bouwmarkt, tuincentrum en een grootschalige winkel voor sport- en recreatievoorzieningen aanwezig (Top Shelf Megastores).

De gemeente wil het verouderde bestemmingsplan herzien en een helder beleid opstellen voor detailhandel op De Heuve. De vraag doet zich voor of ook andere branches dan volumineuze artikelen op De Heuve mogen vestigen.

Sinds de Nota Ruimte zijn er ruimere mogelijkheden voor de vestiging van detailhandel op perifere locaties. Het vestigingsbeleid voor detailhandel op perifere

locaties dient wel onderbouwd te worden op basis van een goed ruimtelijk beleid.

Vraagstelling

De gemeente Beuningen heeft Droogh Trommelen en Partners (DTNP) gevraagd tot een visie te komen op de haalbaarheid en distributieplanologische mogelijkheden van detailhandel op het Shoppingpark De Heuve. De volgende onderzoeksvragen worden beantwoord:

- Hoe kan de huidige winkelstructuur van Beuningen worden beoordeeld (kwalitatief, kwantitatief)?
- Welke trends, ontwikkelingen en beleid zijn van belang met betrekking tot detailhandel op perifere locaties?
- Welke vormen van detailhandel zijn complementair aan de detailhandel in de kernen en welke werken verstorend?
- Welke (specifieke) criteria kunnen worden gehanteerd voor vestiging van detailhandel in De Heuve?

Werkwijze

Tijdens de totstandkoming van dit rapport heeft terugkoppeling plaats gevonden met de begeleidingscommissie (bijlage 1).

Leeswijzer

In hoofdstuk 2 gaan we in op de ligging en het winkelaanbod op Shoppingpark De Heuve en het winkelaanbod in de omgeving. Hoofdstuk 3 gaat in op relevante trends in de detailhandel. Daarnaast komt het beleid op rijk, provinciaal en gemeentelijk niveau en enkele lokale ontwikkelingen aan de orde. In hoofdstuk 4 gaan we vervolgens nader in op de toekomstige mogelijkheden voor detailhandel op De Heuve.

2 Huidige situatie

2.1 Ligging en kenmerken

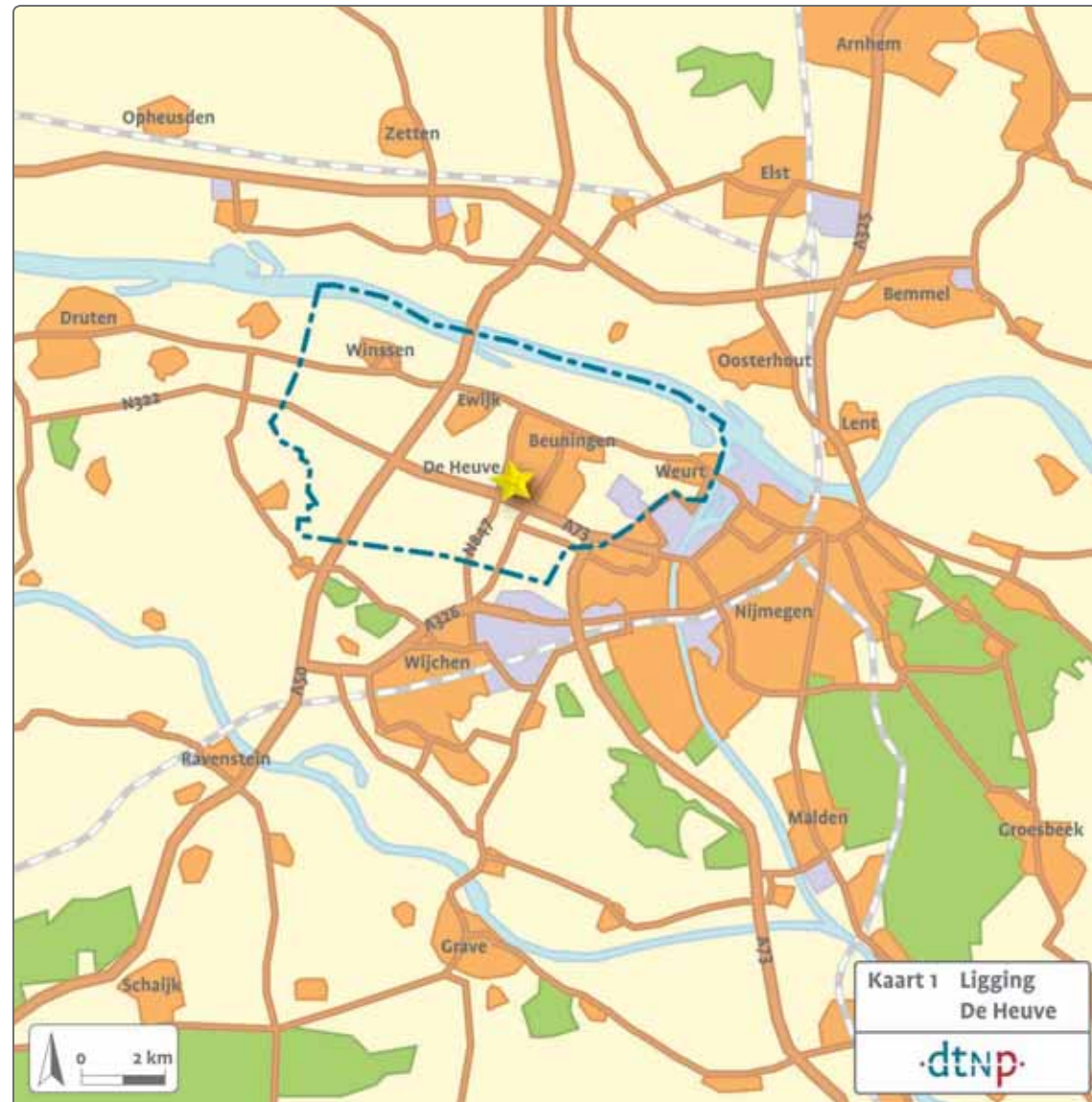
Shoppingpark De Heuve ligt in de gemeente Beuningen en aan de rand van de gelijknamige kern (kaart 1). De gemeente heeft ruim 25.000 inwoners. De kern Beuningen is met 17.400 inwoners de grootste plaats. Andere kernen zijn Ewijk, Weurt en Winssen.

Tabel 1 Aantal inwoners in de gemeente Beuningen in 2008*

Beuningen	17.400
Ewijk	3.500
Weurt	2.400
Winssen	2.100
TOTAAL	25.400

Door de directe ontsluiting vanaf de A73 en de provinciale weg N847 is de bereikbaarheid van De Heuve vanuit de gemeente en plaatsen als Nijmegen (± 160.000 inwoners) en Wijchen (± 32.000 inwoners) uitstekend.

* Gemeente Beuningen (2008), Inwoneraantallen (www.beuningen.nl)





Tabel 2 Bedrijven Shoppingpark De Heuve (september 2008)

1	McDonald's
2	Kidsroom
3	New Lotus
4	Judo Kwai
5	Super Keukens
6	Lentjes Droomkeukens
7	Bowlingcentrum Beuningen
8	Hästens Mega Store
9	Multivloer
10	LCB Sport & Healthcentre
11	Keuken Concurrent
12	Topps Tile & Floorstore
13	Tapijt Centrum Nederland
14	Plaza De Heuve
15	Keller Design Center
16	Slaapkamer Concurrent
17	Topshelf Megastore
18	Gamma
19	Tuincentrum Overvecht
20	Webo Verlichting
21	Frits Wolf
22	Slaapkenner Beuningen
23	Gelders Haarden & Sanitair Centrum
24	Keukenmaxx
25	DHZ Parket

2.2 Shoppingpark De Heuve

Branchering

Op Shoppingpark De Heuve zijn 24 bedrijven gevestigd (tabel 2). Hiervan zijn 18 winkels met een totale omvang van circa 31.000 m² winkelvloeroppervlak (wvo). De gemiddelde winkelomvang is circa 1.700 m² wvo. Het grootste deel (16) bestaat uit winkels in woninginrichting met een omvang van circa 14.000 m² wvo (branche-indeling in bijlage 2), voornamelijk in keukeninrichting. Daarnaast is een bouwmarkt (± 3.800 m² wvo) en een grootschalig tuincentrum (± 7.700 m² wvo) aanwezig. Sportwinkel Topshelf Megastores (± 5.500 m² wvo) is met kleding en sport-artikelen de enige winkel in recreatieve branches (kaart 2).

Naast deze winkels zijn er 3 horeca-gelegenheden: McDonald's, restaurant New Lotus en cafetaria Plaza De Heuve. Sport en leisure functies zijn Sportcentrum LCB, Bowlingcentrum Beuningen, judovereniging Judo Kwai. In Shoppingpark De Heuve is momenteel geen sprake van leegstand.

Verkeer en parkeren

De Heuve is via drie ingangen te bereiken (Hadrianussingel in het noorden en in het oosten en Claudiusingel in het zuiden). De noordelijke ingang fungeert als hoofdentree met aansluiting op de Schoenaker.

De Schoenaker zorgt voor de ontsluiting met de kern Beuningen richting het noorden en met de A73 naar het zuiden. Hierdoor is Shoppingpark De Heuve zowel vanuit Beuningen als vanuit de omgeving goed bereikbaar.

Daarnaast is er over het algemeen voldoende parkeergelegenheid aanwezig. Elk bedrijf beschikt over meerdere parkeerplaatsen voor de deur. Nabij bouwmarkt Gamma en tuincentrum Overvecht liggen grotere parkeerterreinen.



Vooraf woninginrichting aanwezig op De Heuve



Hadrianussingel richting Schoenaker



Parkeren voor de Gamma

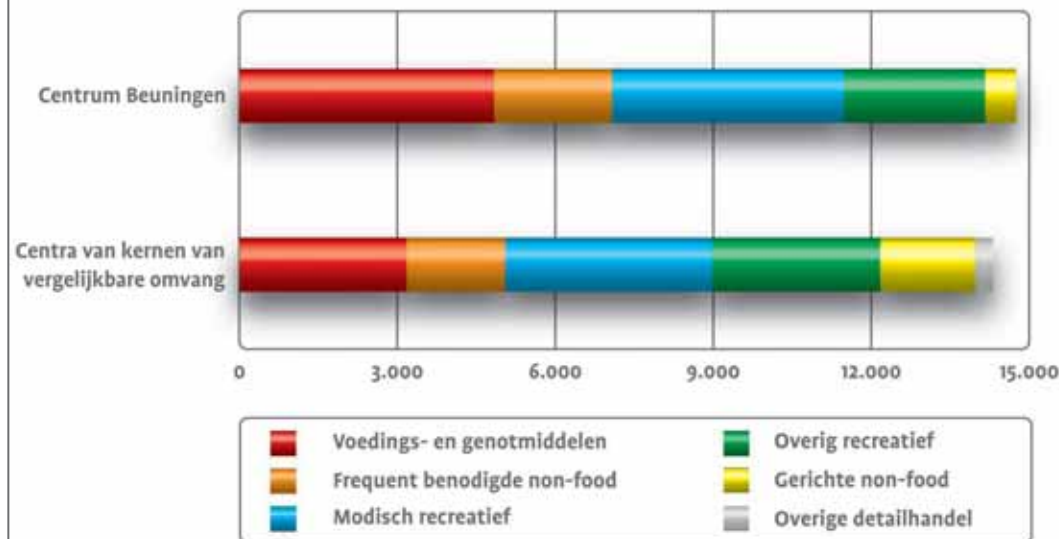


Supermarkt Coop aan het Thorbeckeplein



Ook modisch aanbod in het centrum

Figuur 1 Winkelaanbod in het centrum van Beuningen en in centra van kernen van vergelijkbare omvang (m² wvo)



Bron: Locatus, april 2008; bewerking Droogh Trommelen en Partners

2.3 Winkelcentra in de omgeving

Centrum Beuningen

Beuningen centrum heeft ± 15.000 m² wvo verdeeld over ± 80 winkels. Er is een relatief groot aanbod boodschappenwinkels aanwezig (voedings- en genotmiddelen, freq. benodigde non-food) (figuur 1). In het centrum liggen de supermarkten C1000 (± 1.300 m² wvo), Albert Heijn (± 1.100 m² wvo), Aldi (± 700 m² wvo) en Lidl (± 800 m² wvo). De gemiddelde winkelomvang in voedings- en genotmiddelen is groot (± 300 m² wvo) ten opzichte van centra van vergelijkbare kernen (± 200 m² wvo).

De omvang van het modisch recreatieve aanbod in Beuningen centrum is groter dan gemiddeld in centra van kernen van vergelijkbare omvang. Gevestigde formules zijn onder andere Bonita, Shoeby, Hunkemöller en Cecil. Het overige recreatieve aanbod is kleiner dan gemiddeld. In elke branche zijn slechts enkele winkels aanwezig (bijlage 3). Daarnaast zijn deze winkels kleinschalig (± 140 m² wvo) in vergelijking met gemiddeld in dergelijke centra (± 150 m² wvo). Belangrijkste trekker is Hema (± 500 m² wvo). Andere formules zijn Combi Foto, Fietswereld, Intertoys en Expert.

Centrum Ewijk

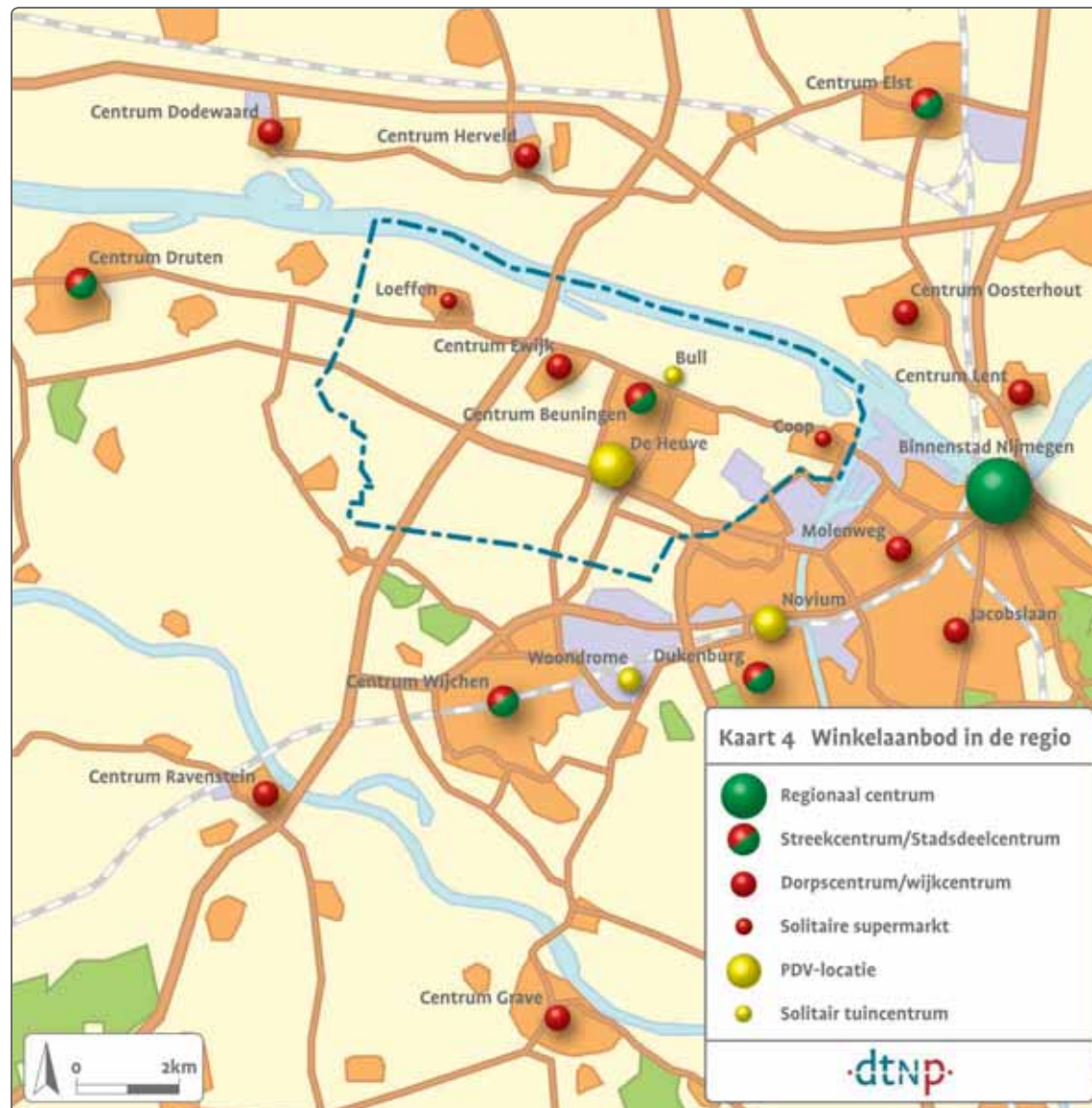
In Ewijk centrum is circa 1.200 m² wvo gevestigd. Belangrijkste trekker is supermarkt Spar (± 500 m² wvo). Daarnaast zijn er 7 kleinschalige winkels in uiteenlopende branches.

Solitaire winkels

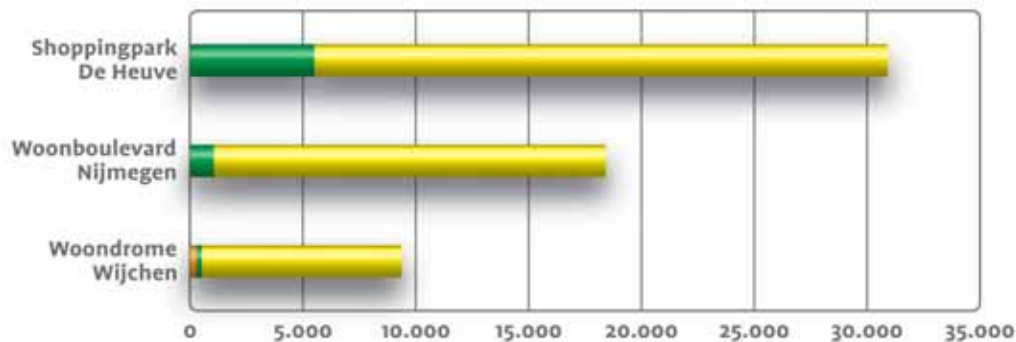
Overige kernen hebben geen centrumgebied. Wel zijn er twee solitaire supermarkten aanwezig: Loeffen (± 900 m² wvo) in Winssen en Coop (± 400 m² wvo) in Weurt. Verder liggen er verspreid over de gemeente nog enkele winkels, waaronder Tuincentrum Bull (± 2.000 m² wvo).

Aanbod in de regio

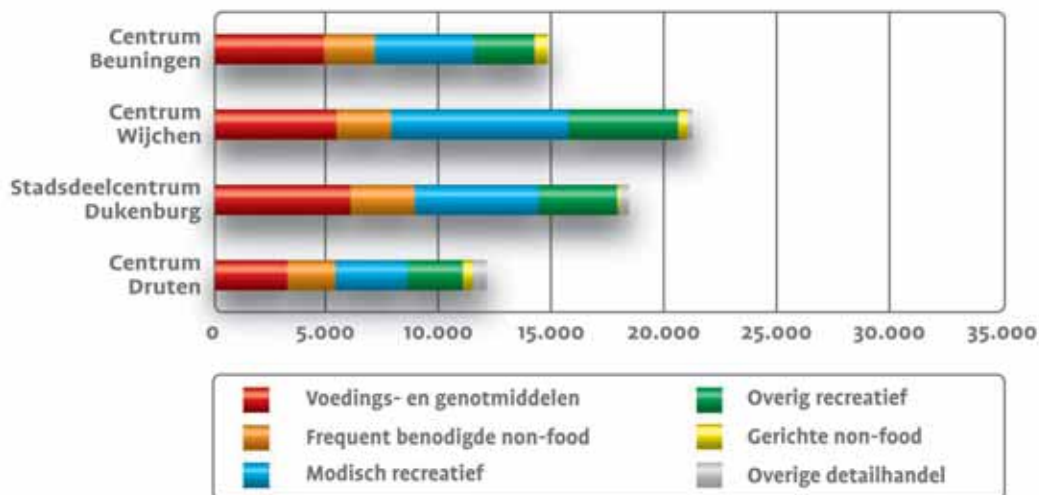
Het belangrijkste winkelgebied in de regio is de binnenstad van Nijmegen met circa 95.000 m² wvo in vooral recreatieve branches. Daarnaast zijn er in de regio twee PDV-locaties aanwezig. Woonboulevard Novium Nijmegen (± 18.000 m² wvo) heeft vooral aanbod in meubelen en bedden en een vestiging van electronicaketen IT'S. Het aanbod in Woondrome Wijchen (± 9.000 m² wvo) bestaat uit branches in woninginrichting en een winkel in elektronica (Bang & Olufsen). Beide centra zijn kleiner dan De Heuve (figuur 2).



Figuur 2 Winkelaanbod in Shoppingpark De Heuve en in PDV-locaties in de regio (m² wvo)



Figuur 3 Winkelaanbod in het centrum van Beuningen en in centra in de regio (in m² wvo)



Bron: Locatus, april 2008; bewerking Droogh Trommelen en Partners

Het centrum van Wijchen bestaat uit circa 22.000 m² wvo en is daarmee groter dan Beuningen centrum. Ook stadsdeelcentrum Dukenburg (± 18.000 m² wvo) in het zuiden van Nijmegen is groter. Het centrum van Druten is kleiner dan Beuningen (figuur 3).

Conclusie

Het belangrijkste winkelgebied in de regionale winkelstructuur is de binnenstad van Nijmegen. Daarnaast zijn er enkele centra met een streek- of stadsdeelverzorgende functie, gevolgd door centra met een lokale functie. Beuningen centrum heeft in deze structuur vooral een verzorgingsfunctie voor de eigen gemeente.

De structuur wordt aangevuld met drie PDV-locaties. Shoppingpark De Heuve heeft een relatief groot aanbod in vergelijking met andere PDV-locaties in de omgeving. Ook als de bouwmarkt en het tuincentrum niet worden meegerekend, is De Heuve groter dan Woonboulevard Nijmegen. De Heuve is voor een groot deel gespecialiseerd in keukens in vergelijking met Woonboulevard Nijmegen en Woondrome Wijchen.

3 Ontwikkelingen en beleid

3.1 Trends in de detailhandel

Bezoekmotief

Bij winkelbezoek hangt het gedrag van de consument samen met het bezoekmotief. Globaal maken we een onderscheid tussen boodschappen doen, recreatief winkelen en het doen van gerichte aankopen*. Deze typen kennen elk hun eigen ruimtelijk patroon.

Boodschappen doen

Bij boodschappen doen staat de efficiënte aankoop van voedings- en genotmiddelen (supermarkten, speciaalzaken) en frequent benodigde non-food (o.a. drogist, bloemen) centraal. Verkrijgbaarheid (compleet assortiment) en gemak (reistijd, parkeren, openingstijden) spelen een belangrijke rol. Dit type winkelgedrag is doorgaans vluchtig en vindt hoogfrequent plaats, overwegend in de omgeving van de woning (wijk- en dorps-centra).

* HBD (2004), Dynamische winkelgebieden

Recreatief winkelen

Bij recreatief winkelen gaat het om de aankoop van keuzegevoelige artikelen (mode, cadeau-artikelen, boeken etc.). Het rondkijken en ontspannen is bij recreatief winkelen net zo belangrijk of soms zelfs belangrijker dan de uiteindelijke aankoop. De frequentie en tijdsduur van dit winkelgedrag loopt sterk uiteen afhankelijk van individuele voorkeuren. Recreatief winkelen of funshoppen is in Nederland een van de populairste vrijetijdsbestedingen*. Het aantal dagtochten met als doel recreatief winkelen is de laatste jaren toegenomen. De afstanden die hierbij worden afgelegd, zijn ook steeds groter.

Gerichte aankopen

Bij doelgerichte aankopen gaat het om de aankoop van artikelen in de branches woninginrichting, doe-het-zelf en tuincentra. Het winkelgedrag varieert per branche. In de branche woninginrichting staat de aankoop van keuzegevoelige artikelen centraal. Consumenten oriënteren en informeren zich vaak uitgebreid voorafgaand aan dit soort

* CVTO (2006), Trendrapport toerisme, recreatie en vrije tijd 2005/2006

(dure) aankopen en zijn bereid om grote afstanden af te leggen om het aanbod in verschillende winkels te vergelijken of een grootschalig aanbodcluster te bezoeken.

In tegenstelling tot woninginrichtingsartikelen zijn een groot deel van de doe-het-zelfartikelen niet keuzegevoelig (hout, verf, plaatmateriaal, ijzerwaren). Kijken en vergelijken van producten vindt maar beperkt plaats. Winkels in deze branche worden doorgaans heel doel- en productgericht bezocht. Een goede vindbaarheid, bereikbaarheid en verkrijgbaarheid zijn daarom belangrijk.

Het winkelgedrag in tuincentra wordt enerzijds gekenmerkt door gemak en efficiëntie en anderzijds door vermaak en beleving. Bijna 40% van de omzet in de branche wordt gerealiseerd in het voorjaar, wanneer consumenten doelgericht tuincentra bezoeken voor de aankoop van bloemen en planten. Een goede bereikbaarheid en een compleet assortiment zijn dan belangrijk, het vergroot de slaagkans van consumenten. De grootschalige tuincentra of groene warenhuizen voorzien daarnaast met een ruim



Boodschappen doen



Recreatief winkelen



Gerichte aankopen

aanbod niet-levende artikelen (cadeau-artikelen, woonaccessoires) steeds vaker in een behoefte aan vermaak en beleving. Bezoekers gaan hier op zoek naar 'inspiratie' en laten zich verleiden tot impulsaankopen.

Specialisering/thematisering in winkelgebieden

Meer en meer zien we dat winkelgebieden zich specialiseren naar bezoekmotief en dat consumenten voor specifieke motieven andere winkelgebieden bezoeken. Zo ligt de nadruk in buurt- en wijkcentra op boodschappen doen, in binnensteden op recreatief winkelen en op perifere locaties op gerichte aankopen. Winkelgebieden die in staat zijn voor een bepaald bezoekmotief een voldoende sterk aanbod te bieden, blijken in de praktijk succesvol.

Een ver doorgevoerde vorm van specialiseren is thematiseren. Binnen een bepaald bezoekmotief specialiseren centra zich dusdanig dat zij zich concentreren op één bepaalde doelgroep en branchegroep. Door een groot aanbod te bieden in een bepaald kwaliteitssegment kan een gerichte groep belangstellenden worden getrokken uit een relatief groot gebied. Voor dit soort centra zijn

relatief grote verzorgingsgebieden nodig.

Alleen bij een groot, onderscheidend aanbod zijn centra immers in staat veel consumenten aan zich te binden. Hierdoor zijn thematische centra relatief kwetsbaar.

Op veel plaatsen in Nederland zijn plannen in voorbereiding voor de ontwikkeling van thematische centra. Voor een dergelijk winkelgebied zijn branche- of assortimentsbepalingen in het bestemmingsplan toegestaan, mits deze ruimtelijk relevant zijn. Dit kan optreden wanneer een normale detailhandelsbestemming voor een nieuw winkelgebied ontwrichtende effecten op de ruimtelijke structuur met zich mee brengt. Dit vereist een overtuigende motivering, waarbij tevens moet worden bedacht dat het bestemmingsplan handhaafbaar moet zijn.

Schaalvergroting winkelstructuur

De Nederlandse voorzieningenstructuur is relatief fijnmazig en heeft een hiërarchische opbouw bestaande uit o.a. buurtcentra, wijkcentra en grote binnensteden. Deze traditionele voorzieningenstructuur is in de afgelopen decennia aangevuld met nieuwe winkelgebieden zoals themacentra (o.a.

Factory Outlet Centre Rosada, Gardenz Geleen), winkelclusters op trafficlocaties (AH to go op treinstations, tankshops) en groot-schalige detailhandelsvestigingen (o.a. Amsterdam ArenABoulevard, Megastores Den Haag).

In beginsel is de consument gericht op het meest nabij gelegen winkelgebied dat in zijn behoefte kan voorzien, maar door de toenemende mobiliteit speelt afstand minder vaak een rol bij de keuze voor een winkelgebied. Voor kleinschalige winkelclusters is het steeds moeilijker om aan de toenemende eisen van de moderne consument te voldoen. Die verwacht een compleet aanbod en keuze, of het nu gaat om levensmiddelen, mode of meubelen. De noodzakelijke massa (aantal m² wvo) voor een winkelgebied neemt toe en daarmee het benodigde aantal consumenten. Op deze wijze vindt geleidelijk schaalvergroting plaats in de voorzieningenstructuur.

Schaalvergroting winkels

Het gemiddelde winkelvloeroppervlak van winkels is de laatste jaren fors toegenomen. Zo zijn supermarkten steeds groter. Ook in branches als bruin- en witgoed/electronica en

sport en spel vindt schaalvergroting plaats. Het gemiddeld winkelvloeroppervlak van electronicawinkel MediaMarkt bedraagt circa 3.600 m² wvo. Intersport heeft in de grote binnensteden een gemiddeld winkelvloeroppervlak van circa 1.400 m² wvo.

Beide formules richten zich op recreatief winkelend publiek en hebben weinig meer te maken met de traditionele bruin- en witgoed of sportzaak. Door hun brede en diepe assortiment creëren zij hun eigen vraag en bezoekersstroom*. Omdat ze veel bezoekers trekken hebben formules als MediaMarkt en Intersport een grote toegevoegde waarde in recreatieve centra. Zij kunnen fungeren als belangrijke trekkers/anchorstores. We zien echter ook dat dit soort grootschalige winkels zich steeds vaker op solitaire locaties in de periferie wil vestigen. Deze locaties zijn doorgaans goedkoper en beter bereikbaar en omdat deze winkel-formules hun eigen bezoekersstroom creëren en niet afhankelijk zijn van de trekkracht van andere winkels, kunnen ze hier ook prima functioneren.

* InRetail (2006), Media Markt versterkt winkelcentra



Traditionele voorzieningenstructuur ...



... is aangevuld met nieuwe winkelgebieden



Winkels worden steeds groter

Brancheervaging in de periferie neemt toe

In veel sectoren binnen de detailhandel treden verschijnselen van brancheervaging of -vervreemding op: het aangeboden assortiment is anders dan gebruikelijk in de oorspronkelijke branchegroep. Zo zijn er drogisterijen die ook speelgoed verkopen en supermarkten waar ook computers worden verkocht.

In normale winkelgebieden leidt dit niet tot (planologisch-juridische) problemen, omdat de branchering niet in het bestemmingsplan kan en hoeft te worden opgenomen. Op locaties buiten de reguliere winkelconcentraties is alleen volumineuze detailhandel en soms grootschalige detailhandel toegestaan. Geconstateerd kan worden dat bedrijven, die vanwege de omvang van de artikelen buiten de reguliere winkelgebieden mogen vestigen, in toenemende mate ook branchevreemde artikelen verkopen. Zo zijn er bouwmarkten die ook speelgoed aanbieden en tuincentra die huishoudelijke artikelen verkopen. Om te voorkomen dat structuurverstorende effecten ontstaan voor reguliere winkelgebieden is een goede regeling in het bestemmingsplan en vervolgens handhaving noodzakelijk.

3.2 Overheidsbeleid

Rijksbeleid

In 2005 is de Nota Ruimte vastgesteld door de Tweede Kamer. In de Nota Ruimte zijn het locatiebeleid uit de Vierde Nota ('ABC-locatiebeleid') en het beleid voor perifere en grootschalige detailhandels-vestigingen (PDV/GDV) vervangen door één integraal locatiebeleid voor bedrijven en voorzieningen. Doelstelling van het integrale beleid is om elk bedrijf een goede vestigingsplaats te bieden zodat een optimale bijdrage wordt geleverd aan de kracht van steden en dorpen*.

Provincies en gemeenten zijn verantwoordelijk voor een voldoende en gevarieerd op de vraag afgestemd aanbod van locaties voor bedrijven en voorzieningen. Provincies concretiseren het integrale locatiebeleid voor bedrijven en voorzieningen in het provinciale ruimtelijke en verkeers- en vervoersbeleid. Uitgangspunt is dat nieuwe vestigingslocaties voor detailhandel niet ten koste mogen gaan van de bestaande detailhandelsstructuur in

* Ministeries van VROM, LNV, VenW en EZ (2005), Nota Ruimte

wijkcentra en binnensteden. Gemeenten krijgen de mogelijkheid om in bestemmingsplannen een aparte bestemming op te nemen voor perifere detailhandel.

Verder dienen provincies te reguleren dat:

- bedrijven en voorzieningen die vanwege veiligheid, hinder en een verkeers-aantrekkende werking niet inpasbaar zijn in woonbebouwing, ruimte wordt geboden op daarvoor te bestemmen (bedrijven)terreinen;
- nieuwe en bestaande bedrijven en voorzieningen met omvangrijke goederenstromen en/of een omvangrijke verkeersaantrekkende werking en/of arbeids- en bezoekersintensieve functies, ruimte wordt geboden op locaties met een goede aansluiting op (bij voorkeur verschillende vormen van) verkeers- en vervoersverbindingen;
- nieuwe en bestaande bedrijven en voorzieningen met arbeids- en/of bezoekersintensieve functie ruimte wordt geboden op locaties in de nabijheid van openbaar vervoersknooppunten en met een goede aansluiting op (bestaande) verkeers- en vervoersverbindingen.

IPO-richtlijnen

De provincies hebben in het Interprovinciaal Overleg (IPO) gezamenlijk richtlijnen opgesteld met betrekking tot branche-beperkingen voor perifere detailhandel*. Het gaat om een minimumpakket aan richtlijnen, een strenger beleid door individuele provincies is mogelijk.

- Het IPO geeft prioriteit aan de positie van de bestaande winkelgebieden. Ruimte voor veranderingen wordt geboden onder voorwaarde dat de bestaande voorzieningenstructuur niet duurzaam wordt aangetast;
- Vernieuwing of uitbreiding vindt bij voorkeur plaats binnen of onmiddellijk grenzend aan bestaande winkelgebieden;
- Vestiging van detailhandel in het buitengebied (weidewinkels) is niet toegestaan;
- Grootschalige winkelvoorzieningen worden bij voorkeur geacommodeerd op binnenstedelijke locaties;

* Interprovinciaal overleg (23 februari 2006), Perifere detailhandel

- Detailhandel voor niet-frequente doelgerichte aankopen is alleen op perifere locaties toegestaan als deze moeilijk inpasbaar is in bestaande winkelgebieden vanwege de volumineuze aard, brand- en explosiegevaar en dagelijkse bevoorrading;
- Thematische ontwikkelingen zijn alleen dan toegestaan als er geen ruimte is aangrenzend aan bestaande centra en als het thema specifiek aan de perifere locatie is gebonden;
- Grootschalige detailhandel met een bovenlokale verzorgingsfunctie sluit bij voorkeur aan op bestaande detailhandelsconcentraties en dient goed bereikbaar te zijn met openbaar vervoer en auto.
- Clusters van grootschalige detailhandel (eventueel in combinatie met leisure) kunnen alleen worden geconcentreerd in stedelijke netwerken nabij knooppunten met een bovenregionale functie;
- Onderzoek moet aantonen dat de ontwikkeling van (een cluster van) grootschalige detailhandel geen ontwrichting van de bestaande detailhandelsstructuur tot gevolg heeft.

De IPO-richtlijnen zijn geaccordeerd door het kabinet*. Opgemerkt moet worden dat de werking van het PDV/GDV-beleid met de Nota Ruimte niet ineens is opgeheven. Het maakt immers nog onderdeel uit van het vigerende ruimtelijke beleid op gemeentelijk en provinciaal niveau. Gemeenten en provincies kunnen er bij het vaststellen van nieuw beleid voor kiezen hun ruimtelijke detailhandelsbeleid te wijzigen.

De nieuwe Wro

De nieuwe Wet op de Ruimtelijke Ordening (Wro) is op 1 juli 2008 in werking getreden. De invoering van de nieuwe Wro brengt een aantal belangrijke veranderingen met zich mee voor de wijze waarop ruimtelijke plannen van overheden tot stand komen en gewijzigd worden**. Zo worden bijvoorbeeld de planologische kernbeslissing (Rijk), het streekplan (provincie) en het structuurplan (gemeente) vervangen door structuurvisies.

* Min. VROM en EZ (10 november 2006), Kabinetsreactie IPO richtlijnen perifere detailhandel

** Ministerie VROM (2008), Dossier Wet op de ruimtelijke ordening (www.vrom.nl)



GDV alleen in knooppunten met bovenregionale functie



Bestaande structuur mag niet worden aangetast



Streekplan Gelderland 2005

Met de nieuwe Wro zijn gemeenten verplicht om voor het hele grondgebied actuele bestemmingsplannen op te stellen. Voor gebieden waar geen ruimtelijke ontwikkelingen worden voorzien kan, in plaats van een bestemmingsplan, een beheersverordening worden opgesteld.

Het aantal buitenplanse vrijstellingen (art. 19 huidige WRO) wordt beperkt. Met de nieuwe Wro kunnen gemeenten gebruik maken van het projectbesluit als het bestemmingsplan een bepaalde ontwikkeling of een bepaald project niet toestaat. In een projectbesluit worden de belangrijkste elementen van het project beschreven. Realisatie van een project kan zo worden bespoedigd. Regeling van bijvoorbeeld de beheersaspecten volgt later bij de aanpassing van het bestemmingsplan. Het bestemmingsplan moet binnen een jaar aangepast zijn om het projectbesluit onherroepelijk te maken*.

De nieuwe Wro staat branchering in bestemmingsplannen toe. Gemeenten hebben

de mogelijkheid om, ter bevordering van de ruimtelijk economisch kwaliteit, in een bestemmingsplan eisen te stellen ten aanzien van de vestiging van bepaalde branches van detailhandel. Met de beperking van bijvoorbeeld de vestiging van grote supermarkten aan de rand van de stad kunnen gemeenten ongewenste ontwikkelingen voor de bestaande detailhandelsstructuur voorkomen/tegengaan. Hierbij dient te worden opgemerkt dat de branchebeperkingen moeten worden gemotiveerd vanuit overwegingen van ruimtelijke kwaliteit en niet enkel en alleen mogen worden gegrond op argumenten van concurrentiebeperking*.

Provinciaal beleid

Het detailhandelsbeleid van de provincie Gelderland is in 2005 vastgesteld in het Streekplan Gelderland**. Hierin geeft de provincie aan ruimte te willen bieden om veranderingen in vraag en aanbod mogelijk te maken. De bestaande voorzieningenstructuur dient hierbij echter niet duurzaam te worden

* Ministerie VROM (2007), De nieuwe Wet ruimtelijke ordening geeft ruimte

* Ministerie VROM (2007), Bro Nota van Toelichting
** Provincie Gelderland (2005), Streekplan

aangetast. Vernieuwing en/of uitbreiding van detailhandel moet plaatsvinden in of aan de rand van bestaande winkelgebieden en in overeenstemming zijn met de aard, schaal en functie van het betreffende winkelgebied.

Een cluster van grootschalige detailhandel mag volgens de provincie alleen geconcentreerd zijn in stedelijke netwerken nabij knooppunten/centra met een boven-regionale functie. Een dergelijke concentratie dient complementair te zijn aan bestaande winkelgebieden. Per stedelijk netwerk (waaronder het Arnhem-Nijmegen) wordt de mogelijkheid gegeven één concentratie van grootschalige detailhandel te vestigen. Op perifere locaties worden alleen branches toegestaan die vallen onder perifere detailhandel.

Regionaal beleid

In het Regionaal Plan 2005-2020 zijn de gemeenschappelijke beleidsambities voor het Knooppunt Arnhem-Nijmegen vastgelegd*. De gemeente Beuningen maakt onderdeel uit van de regio.

* Stadsregio Arnhem-Nijmegen (2005), Regionaal Plan 2005-2020

Wat betreft detailhandel is de primaire doelstelling, net als in het provinciale streekplan, het versterken van de bestaande hiërarchie van winkelcentra en bestaande perifere detailhandelsconcentraties. De vestiging van grootschalige detailhandelsvoorzieningen is alleen toegestaan in en direct aansluitend op de binnensteden van Arnhem en Nijmegen en de stadsdeelcentra Kronenburg en Dukenburg.

Gemeentelijk beleid

De gemeente Beuningen heeft geen overkoepelende beleidsvisie voor detailhandel in de gemeente. Wel bestaat er voor het centrum van Beuningen beleid*. Hierin staat dat het centrum van Beuningen de hoogste prioriteit heeft. Daarnaast wordt gestreefd naar behoud van detailhandel in de andere kernen. Het winkelaanbod in Shoppingpark De Heuve moet complementair zijn aan het winkelaanbod in de andere kernen en mag geen duurzame ontwrichting tot gevolg hebben. Wel is behoud van perifere en grootschalige detailhandel op De Heuve gewenst.

* Gemeente Beuningen (2003), Beuningen centrum, Hart van Pleinen

3.3 Lokale ontwikkelingen

Bevolkingsontwikkeling

In de gemeente Beuningen wordt op enkele locaties woningbouw gerealiseerd:

- Beuningse Plassen (± 235 woningen);
- Asdonck (± 195 woningen);
- Oranjekwartier (± 140 appartementen);
- Hutgraaf (± 150 woningen);
- Ewijk (± 1.200 woningen);
- Winssen (± 300 woningen);
- Weurt (± 50 woningen).

Rekening houdend met gezinsverdunding zal de bevolking in de gemeente Beuningen stijgen tot 28.500 inwoners in 2016*.

Bovenlokale winkelvoorzieningen

In het Regionaal Plan 2005-2020 wordt uitgegaan van de vestiging van bovenlokale winkel- en vrijetijdsvoorzieningen op een van drie mogelijke locaties (Gelredome, Aamse Poort, Ressen). Het gaat om winkels in woninginrichting, tuin en buiten en leisure. Er zijn studies verricht naar de drie locaties. Een besluit is echter nog niet genomen.

* Gemeente Beuningen (2008), Prognoses



Geen nadelige effecten voor het centrum



Enige flexibiliteit in bestemmingsplan gewenst



Huidige branchering in nieuw bestemmingsplan

4 Mogelijkheden detailhandel De Heuve

4.1 Uitgangspunten

De doelstelling is om te komen tot een nieuw bestemmingsplan voor Shoppingpark De Heuve. Hiervoor kunnen de volgende uitgangspunten geformuleerd worden:

- ontwikkelingen op De Heuve mogen geen negatieve effecten hebben op het winkelaanbod en de positie van het centrum van Beuningen;
- ontwikkelingen op De Heuve dienen te passen binnen provinciale en regionale beleidskaders wat betreft vestiging van detailhandel buiten reguliere winkelgebieden;
- het nieuwe bestemmingsplan dient toekomstgericht te zijn. Enige flexibiliteit is gewenst om in te kunnen spelen op (toekomstige) ontwikkelingen in de detailhandel;
- De huidige branchering wordt als uitgangspunt in het nieuwe bestemmingsplan opgenomen.

4.2 Volumineuze detailhandel

De Heuve is vanoudsher een locatie voor vestiging van volumineuze detailhandel (ABC-branches, woninginrichting, doe-het-zelf en tuincentra). De branches in de sector volumineuze detailhandel zijn voor het overgrote deel complementair aan het aanbod in het centrum van Beuningen. Detailhandel in auto's, boten en caravans is in het centrum ongewenst. Winkels in de sectoren woninginrichting, doe-het-zelf en tuincentra worden over het algemeen zeer doelgericht en laagfrequent bezocht. Vanwege het doelgerichte karakter worden deze winkels zelden in combinatie met winkels in andere sectoren (food, mode) bezocht. Ook in de toekomst zal volumineuze detailhandel op De Heuve geen negatieve effecten hebben op het functioneren van het centrum van Beuningen.

Binnen de branches behorende tot de sector volumineuze detailhandel wordt in het vigerende bestemmingsplan een minimale oppervlakte gehanteerd van 500 m² brutovloeroppervlak (bvo). Wij stellen voor om deze minimale oppervlaktemaat ook in de toekomst te blijven hanteren. Volumineuze

detailhandel (waaronder woninginrichting) mag zich slechts op een perifere locatie vestigen omdat de aard en omvang van de goederen een grote uitstalling noodzakelijk maken. Kleinschalige woninginrichting en doe-het-zelf en winkels in bloemen en planten horen thuis in het centrum van Beuningen.

4.3 Overige detailhandel

Overige vormen van detailhandel zijn in principe uitgesloten op De Heuve. Op deze algemene regel zijn twee uitzonderingen van toepassing:

1. Topshelf Megastores;
2. artikelgroepen binnen andere branches die aan de volgende criteria voldoen:
 - complementair aan het centrum;
 - lage bezoekfrequentie;
 - niet inpasbaar in het centrum.

ad 1 Topshelf Megastores

Winkels in recreatieve branches zijn in principe niet toegestaan op De Heuve. Het centrum bestaat voor een belangrijk deel uit recreatief winkelaanbod en vestiging op De Heuve kan voor ontwrichtende effecten zorgen. De winkel Topshelf Megastores

(voorheen SportsWorld) verkoopt zowel modische artikelen als sportartikelen op een oppervlak van circa 5.500 m² wvo (circa 6.875 m² bvo). Op basis van het rijks-, provinciaal en regionaal beleid is deze zaak niet inpasbaar op De Heuve.

Deze winkel is al jaren op De Heuve gevestigd en kan in het nieuwe bestemmingsplan Topshelf Megastores positief worden bestemd voor de verkoop van outdoorartikelen, sportartikelen en vrijetijdskleding. Daarbij adviseren wij om de aard en omvang van de verschillende branchegroepen in het bestemmingsplan te regelen. Wij denken hierbij aan de volgende regeling: minimaal 1.500 m² wvo sportartikelen, minimaal 1.500 m² wvo outdoorartikelen en maximaal 2.000 m² wvo aan modische artikelen. Hiermee kan worden voorkomen dat met name het kleding-assortiment nog meer oppervlak gaat innemen en daardoor de concurrentie met het centrum groter wordt.

ad 2 Andere artikelgroepen

Het centrum van Beuningen ontleent haar kracht aan de grote variëteit aan branches/winkels. Er is nagenoeg geen branche te



Recreatieve branches in principe niet op De Heuve



Sommige specifieke artikelgroepen toch toegestaan



Strikte handhaving noodzakelijk

Voorbeelden

Een aanbieder in fitnessapparaten, komt ondanks de indeling in de branche sport en spel toch in aanmerking voor vestiging op De Heuve. Ten eerste is in het centrum geen vergelijkend aanbod aanwezig. Hierdoor is het complementair aan het centrum. Daarnaast worden fitnessapparaten laagfrequent en doelgericht gekocht. De toegevoegde waarde voor het centrum is beperkt. Indien voor presentatie van fitnessapparaten aan de consument een grootschalig (> 1.500 m² bvo) oppervlak nodig is én een geschikte unit niet in het centrum aanwezig is, is vestiging op De Heuve een optie. Hetzelfde geldt voor koelkasten (bruin- en witgoed) en bromfietsen (fiets en autoaccessoires).

Een aanbieder met koekoeksklokken (branche juwelier/antiek/kunst), komt naar verwachting niet in aanmerking voor vestiging op De Heuve. De winkel is complementair aan het centrum en wordt laagfrequent bezocht, maar heeft zelden een grootschalig oppervlak nodig.

noemen die in het centrum van Beuningen ontbreekt. De branches zorgen gezamenlijk voor de aantrekkingskracht van het centrum.

Heel belangrijk in het centrum is de aanwezigheid van boodschappenwinkels (voedings- en genotmiddelen en frequent benodigde non-food). Het centrum van Beuningen is hét boodschappencentrum voor de gemeente. Deze positie mag niet aangetast worden. Het spreekt voor zich dat deze branches op De Heuve zijn uitgesloten.

Ook modisch- en overig recreatief aanbod is in principe voorbehouden voor het centrum van Beuningen. Bij vestiging van één winkel met recreatief aanbod op De Heuve, zal de positie van het centrum niet meteen duurzaam worden aangetast. Als het echter gaat om meerdere winkels in verschillende recreatieve branches, zal dit wel grote gevolgen hebben. Naar verwachting zal het leiden tot verschraling van het aanbod in het centrum. De kracht van het centrum ligt juist in het feit dat er in elke (recreatieve) branche winkels aanwezig zijn. Dit zorgt voor de diversiteit en aantrekkelijkheid van het centrum. Aantasting hiervan is in strijd met gemeentelijk beleid.

Ontheffing

Voor de gemeente kunnen er redenen aanwezig zijn om van de algemene regels af te wijken en in specifieke gevallen ontheffing te verlenen aan de vestiging van een speciale branche en/of artikelgroep op De Heuve.

Een eventuele ontheffing is mogelijk indien de aanvrager voldoet aan de criteria van complementariteit aan het centrum én laag frequent bezoek én grootschaligheid.

Complementair

In enkele recreatieve branches bestaan artikelgroepen die momenteel niet in het centrum gevestigd zijn. Bij vestiging op De Heuve treden naar verwachting dan ook geen nadelige effecten op in het centrum.

Laag frequent bezoek

Het aanbod in het centrum kenmerkt zich vooral door winkelaanbod dat hoogfrequent bezocht wordt. Het gaat daarbij om boodschappenwinkels (supermarkten, verszaken, drogisterijen, bloemen/ plantenwinkels en winkels in huishoudelijke artikelen) die wekelijks bezocht worden.

Daarnaast zijn er modewinkels (kleding, schoeisel) en overige recreatieve zaken (warenhuis, cd/dvd/game-winkels, sportzaak, juwelier, elektronica, rijwielen/autoaccessoires) gevestigd die meer op maandelijkse basis bezocht worden.

Artikelen die zeer laagfrequent worden aangeschaft (maximaal een maal per jaar) en doelgericht worden bezocht, bieden maar beperkte toegevoegde waarde voor het centrum. Daarbij kan gedacht worden aan fitnessapparatuur of bruin- en witgoed. Vestiging op De Heuve behoort dan tot de mogelijkheden.

Grootschalig

Voorwaarde is dat een winkel niet inpasbaar is in het centrum. Door de aard en/of omvang van sommige artikelen, is een grootschalige winkel noodzakelijk om de producten op een goede manier aan de consument te presenteren. De minimale maat voor niet-volumineuze detailhandel op De Heuve bedraagt 1.500 m² bvo. Als een grootschalige winkelunit niet in het centrum aanwezig is, behoort vestiging op De Heuve tot de mogelijkheden.

Voor vestiging van aanbieders buiten de volumineuze detailhandel op De Heuve, dient voldaan te worden aan alle drie de criteria. De winkel moet complementair zijn aan het centrum, laagfrequent en doelgericht bezocht worden en niet inpasbaar zijn in het centrum door de noodzakelijke grootschaligheid van de winkel.

Op basis van het regionale en provinciale beleid is een cluster van grootschalige detailhandel op De Heuve niet gewenst. Op De Heuve zijn daarom maximaal drie grootschalige detailhandelsvestigingen toegestaan met een niet-volumineus assortiment met een totaal oppervlak van maximum 5.000 m² wvo.

4.4 Branchevervaging en handhaving

In volumineuze detailhandel (woninginrichting, bouwmarkten, tuincentra) worden steeds vaker branchevreemde artikelen verkocht. Bouwmarkten verkopen naast hun doe-het-zelf artikelen bijvoorbeeld een beperkt assortiment dvd-spelers en tuincentra verkopen naast hun tuinartikelen ook servies. Er is dan sprake van branchevervaging.

In reguliere winkelgebieden (stads-, dorps- en wijkcentra) leidt branchevervaging niet tot problemen, omdat in deze gebieden vaak een algemene bestemming detailhandel of bestemming centrumvoorzieningen wordt gehanteerd. Hierdoor is het geen probleem dat de discountsupermarkt ook computers verkoopt en de drogist ook speelgoed.

Op de perifere winkellocatie De Heuve is alleen volumineuze detailhandel toegestaan, zodat ontwrichting van de bestaande voorzieningenstructuur kan worden voorkomen. De ongebreidelde verkoop van branchevreemde artikelen dient te worden voorkomen. Uit bestaande rechtspraak over afwijkend gebruik* (verkoop van branchevreemde en niet-volumineuze artikelen) blijkt dat dit in beginsel toegestaan is indien sprake is van incidenteel, in beperkte mate en ondergeschikt gebruik. Voor De Heuve achten wij per vestiging de verkoop van branchevreemde niet-volumineuze artikelen aanvaardbaar tot maximaal 10% van het oppervlak tot een maximum van 500 m²

* Klijn, A.M. (april 2006), Branchering en thematisering in de periferie duurzaam ontworpen?



Centrum van Beuningen heeft prioriteit



De Heuve ook in toekomst voor volumineuze artikelen



Brancheervaging blijft beperkt

wvo. Een afzonderlijke branchegroep mag niet meer bedragen dan 100 m² wvo. De verkoop van voedings- en genotmiddelen is in alle gevallen uitgesloten.

Belangrijke voorwaarde voor het hanteren van dergelijke criteria is dat er door de gemeente strikt gehandhaafd wordt om ontwrichtende effecten te voorkomen.

4.5 Conclusies

Shoppingpark De Heuve is een perifere locatie voor volumineuze detailhandel. Ten behoeve van de actualisering van het bestemmingsplan kan het huidige gebruik als uitgangspunt worden genomen.

In het gemeentelijk detailhandelsbeleid wordt het primaat gelegd bij het optimaal functioneren van het centrum van Beuningen. Voor De Heuve betekent dit dat het primair een winkelgebied is voor detailhandel in volumineuze artikelen. Per vestiging is een minimum oppervlak van 500 m² bvo noodzakelijk.

Onder strikte voorwaarden bestaan er mogelijkheden voor verruiming van het toegestane winkelaanbod. Als de aangeboden producten complementair zijn aan het aanbod in het centrum, én een laagfrequent en doelgericht karakter hebben én door de grootschalige aard niet inpasbaar is in het centrum, is vestiging op De Heuve een optie.

Een kanttekening hierbij is dat een cluster van grootschalige detailhandel op De Heuve in strijd is met provinciaal en regionaal beleid. Alleen als onderzoek aantoont dat er geen ontwrichtende werking vanuit gaat, is het toegestaan.

De (ongebreidelde) verkoop van branchevreemde artikelen wordt voorkomen door deze per vestiging te beperken tot maximaal 10% van het winkelvloeroppervlak tot een maximum van 500 m² en maximaal 100 m² per branchegroep.

Bijlage 1 Begeleidingscommissie

De heer H. Mak	Wethouder Ruimtelijke Ordening Gemeente Beuningen
De heer H. Palm	Beleidsmedewerker Financiën Gemeente Beuningen
Mevrouw J. van der Zande	Beleidsmedewerker Ruimtelijke Ordening Gemeente Beuningen
Mevrouw V. Coolen	Kamer van Koophandel Centraal Gelderland
De heer P. Hendriks	Kamer van Koophandel Centraal Gelderland
De heer H. Keus	Pouderoyen Compagnons

Bijlage 2 Branche-indeling

Branchegroep	Branche
Voedings- en genotmiddelen	• Voedings- en genotmiddelen (o.a. supermarkt, versspeciaalzaak, slijter, tabak en lectuur)
Frequent benodigde non-food	• Persoonlijke verzorging • Huishoudelijke- en cadeauartikelen • Bloemen, planten, dierbenodigdheden
Modisch recreatief	• Kleding en modeaccessoires • Schoenen en lederwaren
Overig recreatief	• Optiek, juwelier, antiek • Sport en spel • Hobby • Boeken, lectuur, cd, kantoorartikelen • Warenhuis • Bruin- en witgoed • Fietsen en autoaccessoires
Gerichte non-food	• Woninginrichting (o.a. meubelen, keukens, sanitair, vloerbedekking) • Doe-het-zelf • Tuincentra
Overige detailhandel	• Overige detailhandel (o.a. tweedehands-artikelen, souvenirs, partijgoederen)

Bijlage 3 Winkelaanbod Beuningen centrum*

	Omvang (m² wvo)	Aantal winkels	Gemiddelde winkelomvang (m² wvo)
Voedings- en genotmiddelen	4.838	16	302
Frequent benodigde non-food	2.241	14	161
<i>persoonlijke verzorging</i>	1.182	6	197
<i>huishoudelijke en cadeau-artikelen</i>	500	3	167
<i>bloemen, planten, dierbenodigdheden</i>	559	5	112
Modisch recreatief	4.407	28	157
<i>kleding en mode-accessoires</i>	2.823	23	123
<i>schoenen en lederwaren</i>	1.584	5	317
Overig recreatief	2.675	19	141
<i>optiek, juwelier, antiek, kunst</i>	274	4	69
<i>sport en spel</i>	486	2	243
<i>hobby-artikelen</i>	218	3	73
<i>boeken, lectuur, cd's, kantoorartikelen</i>	381	3	127
<i>warenhuis</i>	464	1	464
<i>bruin- en witgoed</i>	467	4	117
<i>fietsen en autoaccessoires</i>	385	2	193
Gerichte non-food	587	4	147
<i>woninginrichting</i>	587	4	147
<i>doe-het-zelfartikelen</i>	0	0	0
<i>tuincentra en tuinartikelen</i>	0	0	0
Overige detailhandel	0	0	0
TOTAAL	14.748	81	182

* Locatus (april 2008), Verkooppuntenbestand centrum Beuningen

Bijlage 4 Begrippenlijst

Branche

Een groep van bedrijven die wordt gekenmerkt door één bepaalde (dominante) assortimentsgroep (bijv. schoenenwinkel) of door een veel voorkomende combinatie van assortimentsgroepen (bijv. warenhuis).

Bouwmarkt

Een winkel met een al dan niet geheel overdekt winkelvloeroppervlak van minimaal 1.000 m² waarop het volledige assortiment van bouw- en doe-het-zelfproducten aan zowel vakman als particulier wordt aangeboden op basis van zelfbediening.

Brutovloeroppervlak (bvo)

De totale ruimte van een winkel bestaande uit winkelvloeroppervlak en niet voor consumenten toegankelijke ruimten (opslag, kantine, etc.). Het winkelvloeroppervlak bedraagt, afhankelijk van de branche, circa 70 à 80% van het brutovloeroppervlak.

Dagelijkse artikelen

Artikelen in de branches voedings- en genotmiddelen en persoonlijke verzorging.

Detailhandel

Het bedrijfsmatig te koop aanbieden, waaronder begrepen de uitstalling ten verkoop, het verkopen en/of leveren van goederen aan personen die goederen kopen voor gebruik, verbruik of aanwending anders dan in de uitoefening van een beroeps- of bedrijfsactiviteit alsmede anders dan voor verbruik ter plaatse.

Doe-het-zelf

Een winkel in de doe-het-zelfbranche voert een assortiment dat gericht is op gebruik door particuliere consumenten voor werkzaamheden in, aan en om het huis. We onderscheiden bouwmarkten, breedpakketwinkels, ijzerwaren winkels en verf-/behangspecialisten.

Duurzame ontvricting

Er is sprake van duurzame ontvricting van de aanbodstructuur als een initiatief leidt tot een voor de consument onaanvaardbare afname van het in het verzorgingsgebied aanwezige aanbod en van de variatie in het aanbod in de desbetreffende branche.

Grootschalige detailhandel

Een winkel met een omvang van minimaal 1.000 m² winkelvloeroppervlak.

Horecabedrijf

Een bedrijf waar bedrijfsmatig dranken en/of etenswaren voor gebruik ter plaatse worden verstrekt, bedrijfsmatig logies wordt verstrekt en/of zaalaccommodatie wordt geëxploiteerd.

Leisure

Commerciële en niet-commerciële vrijetijdsvoorzieningen (bijv. restaurant, museum, winkel, ijsbaan, bioscoop, theater etc.)

Niet-dagelijkse artikelen

Alle artikelen, met uitzondering van artikelen in de branches voedings- en genotmiddelen en persoonlijke verzorging.

Perifere detailhandel

Detailhandel gevestigd buiten de reguliere winkelconcentraties, maar binnen bestaand of te ontwikkelen stedelijk gebied (bijv. op een bedrijventerrein).

Themacentrum

Concentratie van detailhandelsvestigingen waar goederen worden verkocht die naar aard en samenhang betrekking hebben op een bepaald thema (bijv. woonboulevard, factory outlet centre, kunst/antiek).

Tuincentrum

Detailhandel met een al dan niet geheel overdekt winkelvloeroppervlak waar bedrijfsmatig boomkwekerijproducten, planten, bloembollen en bloemen ten verkoop worden aangeboden, alsmede materialen voor de aanleg, de verfraaiing en het onderhoud van tuinen.

Verkooppunt (vvp)

Een detailhandelsvestiging met winkelpersoneel en een eigen kassa.

Verkoopvloeroppervlak (vvo)

Gelijk aan winkelvloeroppervlak (wvo).

Volumineuze detailhandel

Detailhandel in auto's, boten, caravans en tenten, grove bouwmaterialen, keukens, badkamers en sanitair evenals bouwmarkten en detailhandel in woninginrichting waaronder meubels. Deze detailhandel heeft vanwege de omvang en de aard van de gevoerde artikelen een groot oppervlak nodig voor de uitstalling. Hierdoor is vestiging binnen reguliere winkelconcentratiegebieden in veel gevallen moeilijk.

Winkel

Ieder voor het publiek vrij toegankelijk pand dat bedoeld is voor de verkoop van artikelen aan particulieren en dat een winkelvloeroppervlak van minimaal 10 m² heeft.

Winkelgebied

Een geografisch geheel waarbinnen minimaal 5 winkels zijn gevestigd, eventueel in samenhang met andere consumentverzorgende functies (horeca, dienstverlening etc.).

Winkelvloeroppervlak (wvo)

De voor het publiek toegankelijke winkelruimte ten behoeve van detailhandel, inclusief zichtbare ruimten zoals bijvoorbeeld etalages en de ruimte achter toonbanken en kassa's. Het winkelvloeroppervlak bedraagt, afhankelijk van de branche, circa 70 à 80% van het brutovloeroppervlak.

Woninginrichting

De woninginrichtingsbranche wordt gevormd door winkels met een assortiment dat gericht is op gebruik door particuliere consumenten voor de inrichting van het huis. In de woninginrichtingsbranche onderscheiden we meubelspeciaalzaken, slaapkamerspeciaalzaken, woningtextielzaken, verlichtingszaken, gemengde zaken, tegelhandel, keukenspeciaalzaken, kurk- en parketzaken, badkamer- en sanitairzaken en zonweringszaken.