

# Visie op de detailhandelsstructuur 2007 - 2015

december 2007



**BRO**  
Ruimte om in te leven

# **Visie op de detailhandelsstructuur 2007 - 2015**

**Vastgesteld door de gemeenteraad op 14 februari 2008**



# SAMENVATTING

## Achtergrond

De detailhandel en het detailhandelsbeleid zijn sterk in beweging. De gemeente Oss heeft daarom behoefte aan een integrale actualisatie van de visie op de detailhandelsstructuur en het detailhandelsbeleid. BRO is gevraagd een nieuwe visie op de ontwikkelingsrichting voor de detailhandelsstructuur in de gemeente Oss op te stellen. Hierin is specifiek aandacht gevraagd voor ontwikkelingen en mogelijkheden op locaties buiten de winkelconcentratiegebieden.

## Onderzoek en Analyse detailhandelsstructuur

Als basis voor de op te stellen visie is in 2006 de detailhandelsstructuur en de markt onderzocht en geanalyseerd, met ook een consumenten-enquête, gesprekken met een aantal initiatiefhebbers en het bespreken van de bevindingen in een workshop met winkeliers en deskundigen. De bevindingen en conclusies zijn opgenomen het aparte rapport "Onderzoek en analyse detailhandelsstructuur Oss". De belangrijkste zijn:

- Het winkelaanbod in de kern Oss is relatief ruim, in de overige kernen is het aanbod in verhouding beperkt en wisselend per kern.
- De detailhandelstructuur van de kern Oss kent een heldere opzet met de binnenstad als regionaal verzorgend hoofdwinkelcentrum, diverse buurt- en wijkcentra en een perifere concentratie (Woonboulevard). Daarnaast is er nog relatief veel verspreide detailhandel in de niet-dagelijkse sector.
- Het winkelaanbod in de kern Oss functioneert in totaliteit redelijk, zowel de dagelijkse als de niet-dagelijkse sector. Het centrum,

wijkcentrum De Ruwert, Berghem en de Woonboulevard functioneren relatief goed.

- Het centrum van Oss is één van de belangrijkste aankoopplaatsen. De koopkrachtbinding is gemiddeld. Belangrijk voor de aantrekkelijkheid en het onderscheidend vermogen van de binnenstad zijn onder andere de compleetheid van het winkelaanbod, de mix met andere functies, het parkeren en de bereikbaarheid, beeldkwaliteit en de inrichting van de openbare ruimte.
- Voor de wijkcentra De Ruwert en de Wolfskooi is modernisering wenselijk, maar er is, naast parkeerdruk, fysiek beperkt ruimte.
- De kleine kernen geven een wisselend beeld. Vooral in de kleinste kernen verschaalt het winkelaanbod. Het toekomstperspectief van voorzieningen is mede afhankelijk van initiatieven vanuit de markt.
- Uit de consumenten-enquête blijkt dat men positief is over de warenmarkt, de fietsenstallingen en de horeca (aantal en kwaliteit). Men kiest voor winkelen in Oss vanwege de nabijheid, de hoeveelheid winkels bij elkaar en de keuzemogelijkheden.
- Uit de enquête blijkt ook dat men minder positief is over de parkeermogelijkheden, de bereikbaarheid en de sfeer en de gezelligheid. Bij de waardering van het verblijfsklimaat zijn de effecten van de verbetering van de inrichting van het centrum en de ontwikkeling van de horeca duidelijk merkbaar.

Voor het perspectief van de detailhandel in Oss zijn de hoofdlijnen:

- Recreatief winkelen is voor de consument een vrijetijdsbesteding, daarbij zijn beleving, sfeer en veel keus van belang. Om de oriëntatie op Oss te versterken liggen hier de belangrijkste kansen.

- Door de verandering van het snelwegenstelsel veranderen ook de concurrentieverhoudingen met andere winkelgebieden. Om de consument te blijven binden en boeien is een blijvende modernisering van groot belang.
- Vanuit de aanbodzijde dient rekening gehouden te worden meteen tendens tot verdere schaalvergroting naast een drang naar perifere vestiging en brancheervaging. Vooral deze ontwikkelingen moeten in goede banen worden geleid omdat ze een grote invloed hebben op de aanbodstructuur en daarmee de consumentenverzorging in de gemeente.
- De bestaande geconcentreerde detailhandelsstructuur en de centrale positie van de binnenstad worden als zeer waardevol ervaren. Nieuwe winkelontwikkelingen mogen geen bedreiging vormen voor de positie van de binnenstad als hoofdwinkelcentrum.
- Door een verwachte bevolkingsgroei in Oss neemt het draagvlak nog toe.
- Uitgaande van een versterking van de winkelstructuur in de kern Oss is er de komende periode in de dagelijkse sector enige distributieve ruimte voor uitbreiding (1.500–2.300m<sup>2</sup>). In de totale niet dagelijkse artikelensector beloopt dit 8.000-12.000m<sup>2</sup>. Voor het hoofdwinkelcentrum wordt gestreefd naar versterking van de structuur, waarbij een uitbreiding tot een totale omvang van 45.000m<sup>2</sup> winkelvloeroppervlak mogelijk geacht wordt.

### **Ambitie**

Het centrale uitgangspunt van de visie is een zo goed mogelijke consumentenverzorging voor de inwoners van de gemeente Oss en de regio. Daarnaast wordt gestreefd naar het scheppen van een klimaat voor de huidige en nieuwe ondernemers, waarin een rendabele exploitatie van de onderneming mogelijk is en men perspectief heeft voor de langere termijn.

### **Uitgangspunten voor de visie zijn:**

- Blijven inspelen op veranderingen om de gesignaleerde bedreigingen het hoofd te bieden en de goede kansen te benutten.
- Inzetten op behoud en versterking van de lokale en regionale verzorgingspositie, hier is het meeste 'rendement' te halen. Er wordt niet ingezet op versterking van de bovenregionale aantrekkingskracht.
- Ruimtelijke concentratie van detailhandel biedt meerwaarde voor de bedrijven, schept helderheid naar de consument en beperkt het aantal verkeersbewegingen.
- Complementariteit en onderscheidend vermogen bieden mogelijkheden voor elkaar versterkende effecten.
- Schaalvergroting faciliteren op zorgvuldig gekozen locaties in de verzorgingsstructuur.
- Koopgedrag als leidraad voor de profilering van de winkelgebieden en daarmee de positionering in de structuur.

Deze uitgangspunten zijn vertaald in de ontwikkelingsrichting naar de hoofdelementen van de detailhandelstructuur in de gemeente Oss, de winkelgebieden.

Op hoofdlijnen gaat de ruimtelijke visie uit van een voortzetting van het ruimtelijke beleid, gericht op concentratie van de detailhandel in specifieke winkelgebieden. Hierbij wordt een onderscheid gemaakt tussen het hoofdwinkelcentrum, de wijk- en buurtverzorgende centra en gebiedszones voor de zogenaamde perifere detailhandel. Gestreefd wordt naar een heldere en evenwichtige voorzieningenstructuur, waarbij de verschillende winkelgebieden elkaar aanvullen en ieder een eigen taak vervullen. Deze visie is niet gericht op conservering, maar op benutting van kansen door versterking van de verschillende centra en gebieden. Daarom zijn er ook heldere randvoorwaarden genoemd om de beoogde versterking te realiseren.

### **De binnenstad**

De ambitie om de lokale en regionale positie van Oss te behouden en te versterken, komt voor een belangrijk deel voor rekening van de binnenstad. Om het functioneren van de binnenstad te versterken moet ingezet worden op de basis- en pluswaarden. De belangrijkste basisvoorwaarden liggen op het vlak van compleetheid van het aanbod, een blijvende (auto)bereikbaarheid en ruim voldoende parkeermogelijkheden. Daarnaast moet ingezet worden op pluswaarden zoals kwaliteit van het aanbod, specifieke trekkers, aantrekkelijk verblijfsklimaat e.d. De binnenstad zal met name versterkt moeten worden met op recreatief winkelen gericht aanbod, vooral in de modische branches. Daarnaast is het centrum de aangewezen plek waar de schaalvergroting in de niet-PDV-branches plaats zal moeten vinden. Het in eerste instantie kiezen voor versterking van de binnenstad heeft als consequentie dat voor perifere locaties branchebeperkingen blijven gelden. Om de gewenste kwalitatieve doorgroei te maken, is het noodzakelijk dat de ruimtelijke

en functionele ontwikkelingsmogelijkheden op elkaar worden afgestemd in een nieuw integraal Masterplan voor het centrum.

### **Buurt- en wijkcentra**

Uitgangspunt is dat in de toekomstige winkelstructuur inwoners van de gemeente Oss, waar het draagvlak het toelaat, beschikken over een zo compleet mogelijk dagelijks winkelaanbod op acceptabele afstand van de woning. De aanwezige marktruimte in de dagelijkse artikelensector wordt met voorrang ingezet op schaalvergroting en modernisering van het aanbod in de aanwezige buurt- en wijkcentra.

### **Kleine kernen**

Ook voor de andere kernen in de gemeente wordt ingezet op behoud van een compleet dagelijks winkelaanbod. Daar waar het draagvlak onvoldoende is, is het streven gericht op behoud van de aanwezige voorzieningen. Eventuele nieuwe initiatieven dienen te passen bij de aard en schaal van de kern en de beoogde locatie.

### **Perifere detailhandel**

Het perifere detailhandelsbeleid is er op gericht ruimte te bieden aan die branches en functies die niet passen in of aan de rand van de bestaande winkelcentra. Dit kan zijn door het volumineuze karakter van de gevoerde artikelen of door de aard en schaal van de detailhandel. Voor vestiging op perifere locaties (= locaties buiten het centrum of de buurt- en wijkcentra) komen in principe alleen winkels of showrooms in de volgende branches in aanmerking:

- auto's motoren, banden, boten, caravans, tenten
- autoaccessoires (in directe relatie met inbouw);
- grove bouwmaterialen, landbouwwerktuigen;

- brand- en explosiegevaarlijke stoffen (in concreto brandstofverkoop-punten en consumentenvuurwerk);
- keukens, badkamers, tegels, sanitair;
- bouwmarkten (groter dan 1.000 m²);
- tuincentra (inclusief dierenvoeding- en benodigdheden);
- de gehele woninginrichtingsbranche (meubels, vloerbedekking, wo-ningtextiel, verlichting, babywoonwinkels), mits groter dan 1.000 m²;
- diversen: zonwering, vijvers, zwembaden, tuinhuisjes.

Het zogenaamde PDV-beleid richt zich verder in algemene zin op ruimtelijke clustering van detailhandel binnen een beperkt aantal gebieden (en dus geen uitwaaiing over alle bedrijventerreinen) en waar mogelijk en gewenst thematisering. Voor de verschillende branches in de PDV-detailhandel zijn ook aparte richtlijnen opgesteld.

Voor PDV-zaken waar de **detailhandel hoofdactiviteit** is, zijn de belangrijkste richtlijnen:

- Woninginrichting (incl. vloerbedekking): streven naar clustering, vestiging uitsluitend op en in de directe omgeving van de Woonboulevard. Dit geldt ook voor grotere keuken- en badkamerzaken (1.000m² wvo of meer).
- Voor de overige branches/soorten zaken is clustering minder strikt geregeld: zij kunnen zich op de aangewezen PDV-zones vestigen en deels ook op de gemengde bedrijventerreinen.
- Perifere detailhandel wordt uitgesloten op de bedrijventerreinen voor grootschalige, zware of watergebonden bedrijvigheid.
- Zeer specialistische en grootschalige formules, die vanwege bepaalde vestigingsvoorwaarden alleen in de periferie passen en een duidelijke toegevoegde waarde hebben voor de gemeente en voor

de regio als totaal, zouden bij uitzondering onder strikte voorwaarden eventueel een plaats in of bij de woonboulevard geboden kunnen worden.

**PDV-detailhandel als nevenactiviteit** bij andere bedrijvigheid (productie, installatie) is in de aangewezen PDV-zones en gemeente bedrijven-terreinen mogelijk, mits het een ondergeschikte nevenactiviteit betreft en de verkoopruimte niet groter is dan 250 m² wvo.

### **Verspreide bewinkeling**

Verspreid over vooral de oudere woongebieden zijn in de kern Oss nog meerdere winkels gevestigd. Veelal is het perspectief van deze winkels matig tot slecht. Beleid gericht op vermindering van de verspreide bewinkeling wordt alleen voorgestaan waar sprake is van (verkeers)-overlast of waar de verspreide bewinkeling een negatief effect heeft op de beoogde clustering in een bepaald gebied.

### **Brancheverbreding en branchevervaging**

Een zekere mate van sturing op branches, in het krachtenveld van de verschillende type winkelgebieden, is nodig. Een te stringente sturing van bovenaf brengt echter de dynamiek van de detailhandel in gevaar. In het hoofdwinkelcentrum gelden geen beperkingen. In de wijk- en buurtcentra wordt vooral ingezet op een aanbod van de dagelijkse artikelen. Voor de relevante PDV-locaties wordt voorgesteld brancheringslijsten te hanteren en onder voorwaarden een vast percentage nevenassortiment toe te staan (10% van de verkoopruimte tot een maximum van 100 m² wvo). Hier kan, bij specifieke gevallen, zoals dierenbenodigdheden en –voeding (dibevo) in een tuincentrum, in het bestemmingsplan vanaf geweken worden.

### **Overige sectoren**

In de visie wordt ook de ontwikkelingsrichting aangegeven voor enkele speciale vormen van detailhandel, zoals megasupermarkten, boerderij-verkoop, tankstations en de ambulante handel. Tevens wordt ingegaan op het beleid ten aanzien van vliegende winkels, verkoop aan huis en internetverkoop.

### **Uitvoeringsaspecten**

Om de aangegeven ontwikkelingsrichting ook daadwerkelijk te realiseren, is een vertaling naar acties en maatregelen nodig. Daarnaast moet het beleid vorm gegeven worden, het moet uitgevoerd worden. Hiervoor is flankerend beleid benoemd, evenals acties en maatregelen. Ook is een instrumentarium opgenomen en aspecten van handhaving.

### **Behoud flexibiliteit en monitoring**

In de visie is aangegeven hoe in het gemeentelijk beleid van Oss met detailhandel en met name met detailhandel op bedrijventerreinen moet worden omgegaan, opdat de in de visie aangegeven doelen ook bereikt worden. Het is van belang dat het voorgestane beleid flexibel is. Trends en ontwikkelingen in de detailhandel gaan snel en ook de ontwikkeling van bijvoorbeeld de bestedingen of de bevolking kan anders verlopen dan verwacht. Het is daarom nodig te blijven monitoren en het beleid tussentijds te blijven evalueren en eventueel bij te sturen.



## Inhoudsopgave

pagina

### SAMENVATTING

#### 1. INLEIDING 3

#### 2. VERTREKSITUATIE 5

- 2.1 Inleiding 5
- 2.1 Positie 5
- 2.2 Perspectief 6

#### 3. VISIE OP DE DETAILHANDELSSTRUCTUUR 9

- 3.1 Ambitie, doelen en beleidslijnen 9
- 3.2 Uitgangspunten visie 10
- 3.3 Visie op de hoofdstructuur 12
- 3.4 Specifieke onderwerpen 15

#### 4. UITWERKING NAAR DEELGEBIEDEN 17

- 4.1 De Osse binnenstad 17
- 4.2 Buurt- en wijkcentra kern Oss en Berghem 19
- 4.3 Overige kernen 22
- 4.4 Detailhandel op perifere locaties 26
  - 4.4.1 Beleidslijnen 26
  - 4.4.2 Locaties voor perifere detailhandel 28
  - 4.4.3 Voorkomenn ongewenste brancheverbreiding PDV 32
- 4.5 Overig 33

#### 5. UITVOERINGSASPECTEN 37

- 5.1 Inleiding 37
- 5.2 Flankerend beleid 37
- 5.3 Organisatie 38
- 5.4 Actie en maatregelen 39
- 5.5 Tot slot 40

#### BIJLAGEN

- 1. Begrippenlijst 1
- 2. Voorbeeld assortimentslijsten PDV-locaties 2
- 3. Beleidslijnen per PDV-branche 4
- 4. Instrumentarium 6
- 5. Bestemmingsplannen 7
- 6. Handhaving 8



# 1. INLEIDING

## Detailhandel en detailhandelsbeleid in beweging

De detailhandel is een dynamische sector. Vraag en aanbod zijn sterk in ontwikkeling door schaalvergroting, branchevervaging, e-commerce, grootschalige winkel- en leisureconcepten etc. De strijd om de mobiele en verwende consument jaagt de marktpartijen verder op. Met de Nota Ruimte wordt over ongelimiteerde ontwikkelingen gespeculeerd. Terwijl overbewinkeling dreigt zijn bereikbaarheid en parkeren meer dan ooit toverwoorden voor wie zijn winkelontwikkeling tot een succes wil maken. Deze trends en ontwikkelingen gaan niet aan Oss voorbij. Met name ontwikkelingen op locaties buiten de winkelconcentratiegebieden maken het noodzakelijk de detailhandelsstructuur opnieuw tegen het licht te houden.

## Integrale actualisatie en visie op het winkelbeleid

Het beleid ten aanzien van de detailhandel in Oss is geformuleerd in meerdere beleidsdocumenten waaronder het Masterplan binnenstad 1995, de beleidsnotitie perifere detailhandel 1997 en meer projectmatige beleidsuitspraken in het kader van bestemmingsplannen en bouwprojecten. In voorliggende visie op de detailhandelsstructuur is het beleid samengebracht in één document, waarbij een integrale actualisatie en visie ten aanzien van het winkelbeleid mogelijk is.

## Visie over de toekomst op verschillende terreinen

Lokale ontwikkelingen betreffen niet alleen ontwikkelingen binnen de detailhandel zelf. Ook heeft de gemeente Oss de laatste jaren op diverse terreinen haar visie over de toekomst van Oss weergegeven (o.a. Toekomstvisie Oss, de Ruimtelijke Structuurvisie Oss 2020, het Economisch beleidsplan Oss 2006-2010, Sociale structuurvisie e.d.). Uitgangspunten uit deze beleidsstukken worden meegenomen in de visie op de detailhandelsstructuur.

Een van de doelstellingen vanuit het Economisch Beleidsplan 2006-2010, genaamd 'Oss werkt!', is de opstelling van een nieuw Masterplan voor het Stadscentrum, met een ruimtelijke vertaling en afstemming van de diverse functies in het centrum van Oss. De voorliggende visie op de detailhandelsstructuur levert voor dit Masterplan Centrum de bouwstenen ten aanzien van de detailhandel. Een andere opdracht vanuit het Economisch Beleidsplan ten aanzien van de actualisatie van het detailhandelsbeleid, is de vraag hoe naast de verschillende winkelgebieden detailhandel op perifere locaties en op de bedrijventerreinen mogelijk is.

## Centrale doelstelling

De centrale doelstelling is het opstellen van een visie op de ontwikkelingsrichting voor de detailhandelsstructuur in de gemeente Oss. Hierbij spelen meerdere aspecten een rol, zoals de ambities van de gemeente en de ondernemers, ruimtelijke ontwikkelingsmogelijkheden, het beleid van hogere overheden en specifieke aandacht voor:

- inpassing van grootschalige winkels in de winkelstructuur;
- de winkelontwikkelingen buiten de geëigende winkelgebieden;
- de duurzaamheid van het concentratiebeleid;
- nieuwe ontwikkelingen, zowel beleidsmatig als in de markt;

- marktkansen en ontwikkelingsmogelijkheden van de detailhandel in Oss op lokaal en regionaal niveau;
- de publiekrechtelijke (en privaatrechtelijke) handhaving.

### **Proces**

Dit rapport is tot stand gekomen onder begeleiding van een commissie met daarin de gemeente, de OVO, de kamer van Koophandel en het HBD. Gedurende het traject is de begeleidingscommissie meerdere malen bij elkaar gekomen. Daarnaast is in een workshop met een bredere groep betrokkenen gediscussieerd over de ontwikkelingsrichting van de Osse detailhandel. Ook heeft er een informatieronde plaatsgevonden waarbij gesprekken zijn gevoerd met een aantal initiatiefhebbers.

Naast betrokken partijen zijn ook de consumenten aan het woord geweest. Begin 2006 heeft een telefonisch consumentenonderzoek plaatsgevonden. In de gemeente Oss en omliggende regio zijn ruim 800 enquêtes afgenomen. Daarnaast heeft BRO verschillende analyses uitgevoerd van het winkelaanbod, de plannen en initiatieven, beleidsstukken e.d. De resultaten zijn te vinden in de aparte rapportage 'Gemeente Oss, Onderzoek en analyse detailhandelsstructuur'.

### **Opzet van de rapportage**

In hoofdstuk 2 wordt de vertreksituatie geschetst op basis van de onderzoeksresultaten. Het derde hoofdstuk bevat de visie op de detailhandelsstructuur in de gemeente Oss. Tevens is in dit hoofdstuk aandacht besteed aan specifieke onderwerpen. In hoofdstuk 4 is de visie uitgewerkt naar deelgebieden. Het laatste hoofdstuk gaat in op uitvoeringsaspecten, acties en maatregelen.

### **Overleg en inspraak**

De conceptvisie op de detailhandelsstructuur van de gemeente Oss is ter advisering voorgelegd aan de overlegpartners van het georganiseerde bedrijfsleven in Oss, te weten OVO, TIBO en OIK. Ook is ambtelijk gesproken met de provincie. De conceptvisie ter opiniering besproken met de commissie Wonen, openbare ruimte en milieu. In het kader van de inspraak is nogmaals een workshop gehouden met eerder betrokkenen en andere belangstellenden. Uiteindelijk is de nota "Visie op de detailhandelsstructuur 2007-2015" vastgesteld door de gemeenteraad.

## 2. VERTREKSITUATIE

### 2.1 Inleiding

Als basis voor de op te stellen visie is in 2006 de detailhandelsstructuur en de markt onderzocht en geanalyseerd<sup>1</sup>. Dit hoofdstuk bevat de belangrijkste conclusies uit de onderzoeksmodules. Ze hebben betrekking op de aanbodsituatie in de detailhandel, het koopgedrag en de mening van de consument, de verwachte ontwikkelingen, de distributieve uitbreidingsruimte en de initiatieven en ambities zoals voortgekomen uit de informatieronde. De uitgebreide beschrijvingen treft u aan in het onderzoeksrapport “Onderzoek en analyse detailhandelsstructuur”.

### 2.1 Positie

- De gemeente Oss bestaat uit de hoofdkern en daarnaast meerdere kleine kernen. Het overgrote deel van de detailhandel bevindt zich in de hoofdkern. De kern Oss beschikt relatief over een tamelijk ruim aanbod, in de overige kernen is er verhoudingsgewijs juist weinig winkelaanbod.
- In de kern Oss zijn branches als sport en spel, electro en media in omvang minder sterk vertegenwoordigd, terwijl branches als schoeisel, juwelier/optiek en rijwielen juist wel sterk aanwezig zijn.

<sup>1</sup> Dit betekent dat in de cijfers en bevindingen veranderingen vanaf 2006 niet zijn opgenomen, waar nodig wordt dit in de tekst met een voetnoot aangegeven om verwarring te voorkomen. De veranderingen hebben echter geen invloed op de hoofdlijnen van de bevindingen; deze blijven ongewijzigd.

- Voor de dagelijkse artikelen is de inwoner van de gemeente Oss (net als meestal in andere gemeenten) sterk georiënteerd op het aanbod in de gemeente zelf. Er vindt enige afvloeiing plaats naar elders, bijvoorbeeld naar Heesch. Vanuit omliggende plaatsen en gemeenten is er eveneens sprake van een beperkte toevloeiing naar de kern Oss.
- Op het vlak van niet-dagelijkse artikelen bindt de kern Oss iets minder koopkracht dan plaatsen van vergelijkbare omvang gemiddeld doen. Oss ondervindt met name op het gebied van mode veel concurrentie van Uden en 's-Hertogenbosch. Mede door de aanwezigheid van deze plaatsen in de omgeving van Oss, is het verzorgingsgebied van de kern Oss ruimtelijk tamelijk beperkt. Omdat echter in de omliggende regio geen grotere kernen aanwezig zijn, is de oriëntatie op Oss wel tamelijk sterk.
- De detailhandelsstructuur van de kern Oss kent een vrij heldere opzet met de binnenstad als regionaal verzorgend hoofdwinkelcentrum, diverse buurt- en wijkcentra en een perifere concentratie (Woonboulevard). Wel is er nog veel detailhandel in de niet-dagelijkse sector verspreid buiten de winkelgebieden aanwezig (met name in de sfeer van wonen, doe-het-zelf, tuin).
- Het centrum van Oss is compact en kent een nette uitstraling, zowel wat betreft inrichting van de openbare ruimte als de presentatie van de zaken. Bijna de helft van de koopkracht aan niet-dagelijkse artikelen in de kern, wordt getrokken door de centrumwinkels. In het aanbod zijn de meer prijsvriendelijke winkels ruim vertegenwoordigd. Daarnaast heeft het centrum ook een sterke boodschappenfunctie (4 supermarkten<sup>2</sup>), en is de horecafunctie eveneens sterk ontwikkeld.

<sup>2</sup> Per juni 2007: 3 supermarkten.

- De parkeergelegenheid is verspreid rondom het centrum gesitueerd, waardoor vrijwel het hele centrum voetgangersgebied is. De routing voor voetgangers binnen het centrum is echter niet optimaal.
- De consument waardeert het centrum van Oss over het algemeen goed. Vooral de warenmarkt, de fietsenstallingen, de horeca en het aanwezige winkelaanbod worden goed beoordeeld.
- In vergelijking met eerdere peilingen krijgen de sfeer/gezelligheid en inrichting nu veel betere cijfers, maar de bereikbaarheid scoort een stuk lager. Sfeer/gezelligheid, inrichting en de parkeermogelijkheden krijgen overigens nog wel de laagste cijfers (6+), maar geen onvoldoende.
- In diverse buurt- en wijkcentra is met name het supermarktaanbod toe aan modernisering, maar uitbreiding is vaak lastig vanwege de beperkte fysieke mogelijkheden. In Oss Zuid ontbreekt een buurtvoorziening, evenals in de meest noordelijke woongebieden. De Schadewijk kent maar een zeer beperkt aanbod. Zeer onlangs is de bestaande supermarkt uitgebreid en gemoderniseerd.
- De aan een van de hoofdentrees van de kern Oss gelegen Woonboulevard kent een moderne omvang en verschijningsvorm. Het winkelcentrum functioneert gezien de malaise in de woonbranche in de periode 2001-2005 relatief goed: er is geen sprake van leegstand.
- Van de kleine kernen beschikken alleen Berghem, Herpen en Ravenstein over supermarktaanbod. Voor deze kernen geldt dat het aanwezige aanbod aan winkels en andere publieksgerichte voorzieningen sterk verspreid aanwezig is. In Ravenstein bijvoorbeeld deels in en deels buiten de historische stadskern. Voor Berghem zijn er concrete plannen voor versterking van het centrumgebied.

- Het winkelaanbod in de kern Oss functioneert in totaliteit redelijk. De dagelijkse sector realiseert een omzet per m<sup>2</sup> wvo die iets boven het gemiddelde ligt, en in de niet-dagelijkse sector ligt deze vloerproductiviteit op gemiddeld niveau. Gezien de aard en samenstelling van het winkelaanbod is het landelijke gemiddelde ook een goede norm.
- Het centrum, wijkwinkelcentrum De Ruwert, Berghem en de Woonboulevard functioneren relatief goed, bij de overige centra en de kleine kernen is het beeld wisselend.

## 2.2 Perspectief

- De consument is kritisch, goed geïnformeerd en mobiel. Men wil efficiënt boodschappen en laagfrequente aankopen kunnen doen, veelal per auto, maar ziet het recreatieve winkelen meer als vrije tijdsbesteding en zoekt dan vooral beleving, sfeer en veel keus.
- Het winkelaanbod in Oss krijgt steeds meer concurrentie van andere winkelgebieden (met name Uden en de omringende grote steden) en andere vormen van vrijetijdsbesteding. Als Oss niet meegaat in de modernisering, mag verwacht worden dat de eigen inwoners en die van de omringende gemeenten geleidelijk meer in die andere steden zullen gaan winkelen of aankopen doen. De vernieuwing van het snelwegenstelsel in de regio speelt dit in de kaart.
- Het draagvlak voor de detailhandel in Oss neemt de komende jaren toe door de geplande nieuwbouw in vooral Berghem (wijk Piekenhoef). Deze extra bestedingen zullen grotendeels ten goede komen aan de detailhandel in de kern Oss en daarnaast in Berghem.

- Aan de aanbodzijde moet naar de toekomst toe vooral rekening gehouden worden met een verdere schaalvergroting, drang naar perifere vestiging en branchevervaging in meerdere branches. Het nieuwe detailhandelsbeleid zal vooral deze ontwikkelingen in goede banen moeten leiden omdat ze een grote invloed kunnen hebben op de aanbodstructuur en daarmee op de consumentenverzorging in de gemeente.
- In de gemeente Oss bestaan diverse wensen en plannen voor nieuwvestiging, modernisering, uitbreiding en/of verplaatsing van bestaande winkelveestigingen. Het betreft met name supermarkten en perifere detailhandelsvestigingen (zowel in de PDV- als de overige branches).
- Het huidige landelijke en provinciale beleid legt de verantwoordelijkheid voor het ruimtelijk beleid (inclusief branchebepaling) veel sterker dan voorheen bij de gemeenten.
- Het provinciaal beleid maakt in de meest recente Streekplanaanvullingen de perifere vestiging van andere dan de traditionele PDV-branches in stedelijke regio's onder voorwaarden mogelijk.
- In het vigerende gemeentelijke beleid wordt sterk uitgegaan van de bestaande detailhandelsstructuur en het primaat van de binnenstad daarin. Nieuwe winkelontwikkelingen buiten het centrum mogen geen bedreiging vormen voor de positie van de binnenstad als hoofdwinkelcentrum. Deze ambitie is ook voor de toekomst als algemene lijn naar voren gekomen uit de gehouden workshop.
- Hier is ook uit naar voren gekomen dat de inwoners op relatief korte afstand over boodschappenvoorzieningen moeten kunnen blijven beschikken. De insteek is dat het huidige relatief dichte netwerk behouden en waar mogelijk versterkt moet worden.
- Er dient volgens meerdere geconsulteerde partijen gezien te wor-

den of in de kern Oss de perifere vestiging van detailhandel op meer locaties mogelijk gemaakt kan worden. De redenen hiervoor zijn dat de Woonboulevard ruimtelijk op slot zit, er beleidsmatig en ruimtelijke weinig andere mogelijkheden zijn en de dynamiek in de detailhandel vanuit het oogpunt van consumentenverzorging niet te veel gefrustreerd zou moeten worden.

- Een verbreding van het aantal branches dat zich perifeer zou mogen vestigen, wordt door de meeste geconsulteerde partijen niet voorgestaan. Dit omdat dan de positie en ontwikkelingsmogelijkheden van de binnenstad aangetast zouden kunnen worden. Pas als er geen mogelijkheden in of aansluitend aan de binnenstad zijn, kan perifere vestiging van 'GDV-branches' onder voorwaarden aan de orde zijn.
- In z'n algemeenheid geldt volgens de geconsulteerde partijen dat het detailhandelsbeleid zich sterk zal moeten richten op behoud en versterking van de lokale en regionale verzorgingspositie. Daar liggen de meeste kansen als ook de belangrijkste bedreigingen. De uitgangspositie leent zich niet om sterk in te zetten op het aantrekken van bezoekers van verder weg.
- Uitgaande van een scenario waarbij ingestoken wordt op een verdere versterking van het winkelaanbod en de winkelstructuur in de kern Oss, is er in de dagelijkse sector tot ca. 2015 globaal distributieve ruimte voor een uitbreiding van het winkelaanbod met ca. 1.500-2.300 m<sup>2</sup> wvo en in de niet-dagelijkse artikelsector met ca. 8.000-12.000 m<sup>2</sup> wvo.



### 3. VISIE OP DE DETAILHANDELSSTRUCTUUR

#### 3.1 Ambitie, doelen en beleidslijnen

##### Doel en tijdshorizon

Het doel van de structuurvisie is het aangeven van de gewenste ontwikkelingsrichting voor de detailhandel in de gemeente Oss in het algemeen, en voor de verschillende hoofdelementen van de structuur, de winkelgebieden, in het bijzonder. Hierbij is het grootschalige winkelaanbod vaak structuurbepalend. De richting wordt bepaald aan de hand van de uitgangspositie, de gesignaleerde kansen en bedreigingen, de beleidskaders en de ambitie van de overheid en betrokken partijen.

De visie heeft betrekking op de periode tot ca. 2015. In deze periode gelden de gestelde randvoorwaarden en zullen de aangegeven uitwerkingen van (deel)projecten gestalte moeten krijgen. Gezien de snelheid van de ontwikkelingen in en met betrekking tot de detailhandel is een tussentijdse monitoring en evaluatie echter wel gewenst (vinger aan de pols houden).

##### Ambitie

Het tot nu toe gevoerde beleid, de uitkomsten van het onderzoek en de verschillende gevoerde gesprekken met de gemeente en andere betrokken partijen, vormen de basis voor de hier geformuleerde ambities van het gemeentelijk detailhandelsbeleid in de komende jaren.

In algemene zin kan worden gesteld dat de gemeente Oss streeft naar een zo goed mogelijke consumentenverzorging voor haar eigen inwo-

ners en de omliggende regio. Daarnaast wil men voor de huidige en nieuwe ondernemers een klimaat scheppen waarin een rendabele exploitatie van de onderneming mogelijk is en perspectief voor de langere termijn geboden wordt.

Deze ambitie is vertaald naar de volgende hoofddoelen van het beleid:

1. Het bieden van een in kwalitatief en kwantitatief opzicht zo compleet, gevarieerd en attractief mogelijk pakket van winkels en aanverwante publieksgerichte voorzieningen voor de inwoners van de gemeente Oss en consumenten uit de directe regio.
2. Het benutten van kansen ten aanzien van de concurrentiepositie van Oss, vooral gericht op het versterken van de lokale verzorgingsfunctie en de regionale aantrekkingskracht van het voorzieningenapparaat.
3. Het streven naar een duurzame aanbodstructuur, bestaande uit ook op langere termijn levensvatbare, elkaar aanvullende retailgebieden (het geheel is meer dan de som der delen).
4. Het versterken van het ondernemingsklimaat in de gemeente en het bieden van ruimte aan ondernemersinitiatieven om zo in te spelen op de dynamiek in de detailhandel.

Bovenstaande ambities en doelen zijn niet alleen ingegeven vanuit de consumentenverzorging en het functioneren van de ondernemingen, maar ook vanuit:

- Het ondersteunen van de economische, culturele en sociale functie van de binnenstad en andere winkelgebieden (ontmoetingsfunctie, plaats van vernieuwing).
- Het behoud van de kwaliteit van de leefomgeving, vooral op buurt- en wijkniveau en in de kleine kernen, die voor een belangrijk deel

bepaald wordt door de omvang en kwaliteit van de aanwezige detailhandel.

- De werkgelegenheid die de detailhandel en andere publieksgerichte voorzieningen met zich meebrengen.
- De bijdrage die de detailhandel kan leveren aan het versterken van het imago van de stad.

## 3.2 Uitgangspunten visie

### Blijven inspelen op veranderingen

Er is het laatste decennium op het gebied van de detailhandel heel wat in Oss tot stand gebracht en het winkelaanbod functioneert momenteel redelijk. Maar er is tevens aangegeven dat er meerdere ontwikkelingen zijn of verwacht worden waarop ingespeeld moet worden, om ook op termijn een goede detailhandelsstructuur te behouden. Daarbij dienen de huidige knelpunten te worden aangepakt, de kwaliteiten uitgebouwd en de kansen benut. Zo kunnen de gesignaleerde bedreigingen het hoofd geboden worden.

Die bedreigingen zijn vooral gelegen in de combinatie van de doorgetrokken A50, de versterking van het winkelaanbod in zowel de kleinere als de grotere omringende plaatsen en de toenemende mobiliteit, geïnformeerde (internet!) en kritische houding van de consument. Als de consument in Oss niet de gewenste keuze, prijs of omgevingskwaliteit(en) kan vinden, wijkt men heel gemakkelijk uit naar andere aankoopplaatsen. En dit geldt uiteraard ook voor ondernemers als het op de vestigingsplaatskeuze aankomt. De omstandigheden veranderen

steeds, dus zal Oss zich hieraan moeten blijven aanpassen. Het detailhandelsbeleid biedt hiervoor de randvoorwaarden.

### Insteken op de lokale en regionale verzorgingspositie

Door veel bezoekers van buiten de eigen plaats te trekken, ontstaat een groter draagvlak voor winkel- en andere publieksgerichte voorzieningen. Daar profiteert ook de lokale consument van. Bezoek van buiten de eigen regio heeft vooral een toeristisch/recreatief motief. Om dergelijk bezoek te trekken, zal een plaats over zeer bijzondere, unieke waarden moeten beschikken. Dat kan een historische binnenstad zijn, maar ook een heel bijzonder winkelaanbod (bijvoorbeeld in de vorm van een zeer specifieke winkel als Ikea of een Factory Outlet Center of een themacentrum). De stad moet zich in ieder geval onderscheiden en dat zal bij Oss om een grote inspanning vragen. Men ontbeert bijzondere eigenschappen en er zal opgebokst moeten worden tegen enkele aanzienlijk grotere steden in de omgeving. Er is daarom veel meer 'rendement' te halen uit het behoud dan wel het versterken van de lokale en regionale verzorgingspositie

De bestaande structuur is hiervoor in de basis goed, hoewel er wel verbeteringen mogelijk zijn. Er zijn hiervoor nadrukkelijk ook kansen gesignaleerd. Zo neemt het draagvlak voor de detailhandel toe als gevolg van de groei van de bevolking in Oss/Berghem. Daarnaast spelen er op diverse vlakken initiatieven die, mits goed ingepast, een belangrijke impuls kunnen geven aan de detailhandel in de gemeente Oss. En uit het consumentenonderzoek is gebleken dat als Oss zich blijft moderniseren, de eigen inwoners en die uit de omringende dorpen toch sterk georiënteerd blijven op de aanwezige voorzieningen.

### **Ruimtelijke concentratie**

Bij concentratie c.q. clustering van winkels ontstaat een meerwaarde voor de betreffende bedrijven. De bedrijven kunnen profiteren van elkaars nabijheid, aantrekkingskracht en gemeenschappelijke faciliteiten. De consument heeft het voordeel van gemak, overzichtelijkheid en veel keuzemogelijkheden. Men wil zich veelal goed oriënteren alvorens over te gaan tot aankoop en zal daarom vaak meerdere winkels willen bezoeken. Een indirect effect is dat winkels bekend raken bij het publiek en dus bij potentiële klanten. Clustering resulteert dus in meer bezoekers en daarmee ook meer draagvlak voor verbreding en verdieping van het totale assortiment. Daarnaast draagt concentratie ook bij aan het beperken van het aantal verkeersbewegingen.

Nieuwe ontwikkelingen dienen daarom zoveel mogelijk plaats te vinden binnen de aangewezen concentratiegebieden. Ontwikkelingen daarbuiten worden niet toegestaan, zolang deze geen aangetoonde meerwaarde leveren aan de verzorgingsstructuur. Een uitzondering kan bijvoorbeeld zijn een solitaire supermarkt in een kleine kern, met een primaire verzorgingsfunctie voor deze kern.

### **Complementariteit en onderscheidend vermogen**

Het streven is daarbij te komen tot een heldere en evenwichtige voorzieningenstructuur, waarbij de verschillende winkelgebieden elkaar aanvullen en ieder een eigen taak binnen de structuur vervullen. Om dat te kunnen doen dienen ze te beschikken over eigen kenmerken en kwaliteiten. Dit schept duidelijkheid voor de consument, biedt aanknopingspunten voor strategie en investeringen van ondernemingen en biedt mogelijkheden voor elkaar versterkende effecten (doelgroepen, combinatiebezoeken).

### **Schaalvergroting op de juiste plek faciliteren**

Een van de belangrijkste motoren achter de dynamiek in de detailhandel is de schaalvergroting. In meerdere branches worden de winkels steeds groter en komen ook nieuwe, grotere formules op de markt. Mede om de concurrentiepositie te behouden, is het belangrijk dat Oss inspeelt op deze ontwikkeling: de schaalvergroting zal geaccommodeerd moeten worden.

Met de schaalvergroting wordt echter ook de drang bij ondernemingen om zich buiten de bestaande winkelcentra te vestigen groter. Dit is enerzijds ingegeven door het feit dat het vaak moeilijk is om geschikte panden in de centra te vinden en anderzijds omdat perifere locaties vaak goedkoper en beter bereikbaarheid zijn.

Sommige grootschalige winkels trekken veel publiek, niet alleen uit de eigen plaats, maar ook uit de regio en verder. Ze kunnen hierdoor een positief effect hebben op het functioneren van winkelgebieden. De warenhuizen in de binnenstad zijn hier een voorbeeld van. Bij andere soorten grootschalige zaken is dit positieve effect veel minder. Vestiging buiten de winkelcentra is daarom voor bijvoorbeeld bouwmarkten of tuincentra al lang mogelijk. Tussen de verschillende soorten grootschalige winkels bestaan dus grote verschillen in effecten op de structuur als geheel. Een zorgvuldige ruimtelijke inpassing van de grootste winkels in de verzorgingsstructuur is daarom noodzakelijk. Hierbij vormen aspecten als branche en bezoekersintensiteit belangrijke afwegingscriteria, kortom afstemming met het koopgedrag van de consument.

### Koopgedrag als leidraad voor positionering winkelgebieden

In toenemende mate wordt in de detailhandel ingespeeld op het type koopgedrag van de steeds diffuser wordende groep consumenten. Bij dit gedrag spelen aspecten als het aan te schaffen artikel, de eisen die gesteld worden aan het bezoek en de kenmerken van de aankoopplaats (aanbod en verblijfsklimaat). Door aan te sluiten bij dit koopgedrag kunnen winkelgebieden zich duidelijk profileren.

- **Dagelijkse boodschappen** (levensmiddelen, persoonlijke verzorging, bloemen, dierbenodigdheden): Het gaat hier om de aankopen van de consument voor de dagelijkse behoeften. Deze aankopen worden met een hoge frequentie gedaan en veelal in de nabijheid van de woonomgeving.
- **Recreatief winkelen** (modische branches, juwelier en optiek, huishoudelijke- en luxe artikelen, sport en spel, hobby en media): Bij recreatief winkelen staat het kijken en vergelijken centraal. De consument wil veel keuzemogelijkheden hebben en worden geprikkeld (impuls)aankopen te doen. De sfeer en beleving van een centrum zijn erg belangrijk. Deze aankopen worden met een wisselende frequentie gedaan en men is bereid een grote afstand af te leggen.
- **Doelgerichte laagfrequente aankopen** (wonen, bruin- en witgoed, doe-het-zelf, auto en fietsen): Deze aankopen zijn veelal vervangingsaankopen, bijvoorbeeld een nieuwe koelkast of bankstel. De consument gaat hiervoor doelgericht naar een bepaalde winkel of winkelgebied, en combineert het bezoek liever niet met bijvoorbeeld boodschappen doen of recreatief winkelen.

Opgemerkt moet worden dat er in winkelcentra vrijwel altijd sprake zal zijn van een combinatie van soorten aankoopgedrag. Dit geldt ook in belangrijke mate voor het centrum van Oss. De indeling is vooral bedoeld als kapstok voor de richting waarin een centrum zich kan of zou

moeten ontwikkelen: moet meer nadruk gelegd worden op het ene soort aankoopgedrag, of meer op het andere?

### 3.3 Visie op de hoofdstructuur

In deze paragraaf zijn de geformuleerde uitgangspunten vertaald in de ontwikkelingsrichting op hoofdlijnen voor de verschillende winkelgebieden in de gemeente Oss.

#### Binnenstad

De recreatieve functie van de binnenstad staat centraal in deze visie en de voor recreatief winkelen belangrijke branches zullen dus vooral hier gesitueerd blijven. Met name het modische aanbod is bepalend voor het recreatieve winkelen, het kijken, vergelijken en verblijven, maar ook andere branches zijn van belang (zie hiervoor). Het totaalaanbod dient in voldoende mate compleet en attractief te zijn en zo geconcentreerd mogelijk te worden aangeboden in een goed bereikbare en aangename omgeving.

Hierbij geldt wel dat tevens rekening gehouden moet worden met de andere vormen van aankoopgedrag. De binnenstad heeft bijvoorbeeld een belangrijke boodschappenfunctie voor de bewoners van het centrum en enkele omringende woongebieden. Dit zorgt voor een aanzienlijk deel van de omzet en legt daarmee de basis voor een goed economisch functioneren. De belangrijkste basisvoorwaarden om het functioneren van de binnenstad op peil te houden, liggen op het vlak van de compleetheid van het aanbod, een blijvende (auto)bereikbaarheid en ruim voldoende parkeermogelijkheden.

Een verdere versterking van de boodschappenfunctie van het centrum wordt, vanwege de claim op de ruimte van deze functie en het afnemende combinatiebezoek met andere functies, echter niet voorgestaan. De groei van het boodschappenaanbod zal met name op buurt- en wijkniveau plaatsvinden.

De ambitie om de regionale positie van de kern Oss verder uit te bouwen, zal voor een belangrijk deel in de binnenstad vorm gegeven moeten worden. Daarvoor moet meer gebeuren dan het puur op peil houden van de binnenstad als breed 'koopcentrum'. Er zal vooral ingespeeld moeten worden op pluswaarden, zoals de kwaliteit van het winkelaanbod, specifieke publiekstrekkers, een ruim modisch aanbod, meer hoogwaardige winkels en een aantrekkelijk verblijfsklimaat.

Dit heeft als consequentie dat toevoeging van branches buiten de binnenstad, die van belang zijn voor het recreatieve winkelen of de ruimtelijk-functionele opbouw van het centrum, ongewenst is. Voor perifere locaties blijven dus branchebeperkingen gelden. Slechts indien zeer grootschalig aanbod ruimtelijk aantoonbaar niet inpasbaar is en wel een belangrijke toevoeging voor de verzorgingstructuur vormt, zou een locatie elders in beeld kunnen komen.

Om de (volgende) kwaliteitsslag ten aanzien van het winkelen in de binnenstad te kunnen realiseren, is het noodzakelijk dat in volle vaart gewerkt wordt aan een nieuw Masterplan. In een dergelijk plan worden de wensen en eisen vanuit de diverse functies, zoals wonen, cultuur, recreatie, dienstverlening, etc. op elkaar afgestemd en ruimtelijk vertaald. Onder andere worden hierin de randvoorwaarden ten aanzien van schaalvergroting in de retail, parkeren en bereikbaarheid benoemd

en ingevuld. Hiermee wordt de basis gelegd voor een verdere autonome groei. De onderhavige visie levert voor het Masterplan de bouwstenen ten aanzien van de detailhandel.

### **Buurt- en wijkcentra**

Uitgangspunt is dat in de toekomstige winkelstructuur inwoners van de gemeente Oss, waar het draagvlak het toelaat, beschikken over een zo compleet mogelijk dagelijks winkelaanbod op acceptabele afstand van de woning. In de kleinste verzorgingsgebieden is het echter niet altijd haalbaar een compleet voorzieningenaanbod overeind te houden. Daarom wordt ingezet op een geconcentreerd voorzieningenaanbod dat meerdere wijken of buurten bedient, gelegen op een strategische locatie binnen de bebouwde kom. Een moderne full-service supermarkt is daarbij een absolute randvoorwaarde om voldoende trekkracht en perspectief te genereren voor overige dagelijkse voorzieningen.

De aanwezige marktruimte in de dagelijkse sector wordt met voorrang ingezet voor schaalvergroting en modernisering van het (supermarkt)-aanbod in de aanwezige buurt- en wijkcentra. Centraal staat daarbij de versterking van de grotere, wijkverzorgende winkelcentra (Berghem, Ruwert). Op termijn kan via herstructurering van het bestaande aanbod ook in het noord-westelijke deel van Oss een dergelijk groter wijkcentrum gerealiseerd worden, ter vervanging van het huidige aanbod (vooropgesteld dat het draagvlak hier door nieuwbouw toeneemt). Daarnaast kan de marktruimte ingezet worden voor de realisatie van een (ver)nieuw(d) buurtcentrum in Oss-Zuid bij het Titus Brandsma-plein. De keuze wordt gemotiveerd door het feit dat in het zuidelijke deel geen buurt- of wijkvoorziening meer is<sup>3</sup>.

---

<sup>3</sup> Hier is inmiddels een nieuwe supermarkt geopend.

### **Kleine kernen**

Gelijk aan buurt- en wijkcentra wordt voor de kleine kernen ingezet op behoud van een compleet voorzieningenaanbod. In de kleinste kernen is het echter niet altijd haalbaar een compleet voorzieningenaanbod overeind te houden. Het streven voor deze kernen is gericht op behoud van de aanwezige voorzieningen. Initiatieven op dit vlak worden dan ook positief tegemoet getreden. Aard en omvang van voorzieningen dienen in overeenstemming te zijn met de verzorgingsfunctie van de kern. In de kleinste kernen is een stringente ruimtelijke concentratie van voorzieningen van minder belang dan aanwezigheid. De ruimtelijke inpassing vraagt echter wel om zorgvuldigheid, en zal per geval beoordeeld moeten worden.

### **Perifere vestiging van detailhandel**

Er is een groep winkels die zich vanouds om verschillende redenen al buiten de reguliere winkelcentra mogen vestigen. Het gaat bijvoorbeeld om detailhandel in brand- en explosiegevaarlijke stoffen en detailhandel als ondergeschikte nevenactiviteit bij andere bedrijvigheid. Verder mogen ook winkels die door omvang en/of aard van de gevoerde artikelen een groot oppervlakte nodig hebben en tevens weinig tot geen toegevoegde waarde voor de binnenstad of andere reguliere winkelcentra hebben, zich in principe perifeer vestigen. Dit laatste komt bijvoorbeeld omdat ze heel doelgericht bezocht worden, hetgeen veelal het geval is bij artikelen die laagfrequent aangeschaft worden (meubelen, keukens, bouwmaterialen, auto's, boten, caravans, etc.).

Er wordt naar gestreefd dit soort aankopen hoofdzakelijk (maar niet uitsluitend) plaats te laten vinden in ruimtelijk geconcentreerde en duidelijk herkenbare nevencentra. Vanuit de ruimtelijke ordening (bunde-

ling, concentratie, efficiënt ruimtegebruik) en ten behoeve van de consument (herkenbaarheid, kwaliteit en variatie) is een sturing naar concentratie van dit type aanbod gewenst.

De (soorten) winkels die in aanmerking komen voor perifere vestiging hebben niet allemaal een gelijk verzorgingsbereik. Ook de met clustering beoogde synergie is niet voor al deze zaken even relevant. Een maximale clustering op één locatie wordt daarom niet voorgestaan, maar er worden meerdere locaties onderscheiden met ieder een eigen brancheprofiel en toegestane soorten detailhandel.

Zeer specialistische en grootschalige formules, die vanwege bepaalde vestigingsvoorwaarden niet binnen het centrum passen en een duidelijke toegevoegde waarde leveren voor de gemeente en voor de regio als totaal, zouden onder stringente voorwaarden perifeer gevestigd kunnen worden, bij voorkeur op of bij de Woonboulevard. Hierbij dient vooral in ogenschouw te worden genomen wat de effecten van perifere vestiging zijn voor de positie en ontwikkelingsmogelijkheden van het hoofdwinkelcentrum.

### **Overige bewinkeling**

Verspreid over vooral de oudere woongebieden zijn in de kern Oss nog meerdere winkels gevestigd. Veelal is het perspectief van deze winkels matig of slecht. Maar dergelijke winkels kunnen, zeker als ze samen met andere publieksgerichte voorzieningen langs bepaalde hoofdverkeersassen gesitueerd zijn, wel bijdragen aan de levendigheid van deze woongebieden.

Een beleid gericht op vermindering van de verspreide bewinkeling wordt alleen voorgestaan waar sprake is van (verkeers)overlast of waar de verspreide bewinkeling een negatieve impact heeft op de beoogde clustering in een bepaald gebied. Hiervan zal echter nauwelijks sprake zijn omdat de meeste aanwezige winkelgebieden al helder geprofileerd zijn en redelijk tot goed functioneren.

### 3.4 Specifieke onderwerpen

#### Ondernemingsklimaat

Een van de hoofddoelen is de versterking van het ondernemersklimaat in de sector detailhandel en het bieden van ruimte aan ondernemersinitiatieven om zo in te spelen op de dynamiek in de detailhandel. Hoofdpijnen daarin zijn het bevorderen van de samenwerking en het verzorgen van een goede gemeentelijke dienstverlening richting individuele bestaande en nieuwe ondernemers. Waar mogelijk en passend binnen de structuur, wordt ruimte geboden aan ondernemersinitiatieven. Het creëren van goede ruimtelijke randvoorwaarden hoort hier ook bij.

#### Branchevervaging op perifere locaties

Landelijk is er een trend waarneembaar waarbij winkels naast hun hoofdassortiment ook allerlei andere, branchevreemde artikelen gaan verkopen. Bekend zijn bijvoorbeeld de computers bij discount-supermarkten of de CD's bij drogisterijen. Voor zover het winkels in reguliere winkelcentra betreft, schuilt hier geen gevaar in.

Het wordt echter anders als winkels die perifeer gevestigd zijn, ook van alles gaan verkopen, zowel structureel als incidenteel. Tot nu toe heeft

de branchevervaging bij woonwarenhuizen, bouwmarkten of tuincentra in Nederland nog geen structurele effecten gehad. Maar als de trend zich voortzet, kan dat wel gaan komen. Van oorsprong bezoekersex-tensieve bedrijven kunnen hierdoor immers bezoekersintensief worden en op perifere locaties worden in totaliteit veel meer (soorten) artikelen aangeboden. De perifere centra worden zo steeds meer 'gewone winkelcentra', en de verschillen tussen de typen concentratiegebieden kunnen vervagen. In plaats van aanvullend te zijn, worden ze steeds meer concurrerend. Beleidsmatige sturing van de artikelen die op perifere locaties in de detailhandel verkocht worden, blijft daarom noodzakelijk.

Enige branchevervaging (brancheverruiming) hoeft echter niet te worden uitgesloten. Een te stringente sturing van bovenaf brengt de dynamiek van de detailhandel in gevaar. Het gaat hierbij om de vernieuwing van het winkelaanbod waardoor per saldo het verzorgingsniveau voor de consument verbetert. Voorgesteld wordt daarom voor de relevante locaties onder voorwaarden een vast percentage toegestane nevenassortimenten tot een maximummaat toe te staan, zowel structureel als incidenteel. In het volgende hoofdstuk is dit uitgewerkt.

#### Brancheverbreiding op perifere locaties

Er is tevens een trend waarbij winkels, in andere dan de tot nu toe toegelaten branches, zich buiten de reguliere winkelcentra willen vestigen. Dit wordt brancheverbreiding genoemd. Als aan deze trend wordt toegegeven, bestaat in de Osse situatie voor de toekomst een reëel gevaar voor verstoring of zelfs ontwrichting van de detailhandelsstructuur. Een blijvende sturing op branches is daarom bij de perifere vestiging van de detailhandel nodig. De in paragraaf 4.4 gedane voorstellen op dit punt sluiten sterk aan bij het tot nu toe gevoerde beleid.

### **Megasupermarkten**

In het te voeren beleid dient men er rekenschap van te nemen dat vestiging van grootschalige supermarkten leidt tot een substantiële toevoeging, zowel van het dagelijkse als het niet-dagelijkse aanbod. Daarom moet er dus een directe relatie worden gelegd tussen het bestedingspotentieel en het reeds aanwezige aanbod in de dagelijkse en de niet-dagelijkse artikelensector.

Megasupermarkten van zo'n 3.500 à 4.000 m<sup>2</sup> winkelvloeroppervlakte hebben een fors volume, zeker gerelateerd aan de omvang van de huidige buurt-, wijk- en dorpscentra. De vestiging van een dergelijke zaak kan daarom een grote impact hebben op de detailhandelsstructuur. In het licht van het bevorderen van de dynamiek in de detailhandel en de variatie voor de consument, wordt de vestiging van een dergelijke zaak op voorhand niet uitgesloten. Maar om eventuele negatieve effecten voor de bestaande verzorgingsstructuur tot een minimum te beperken, zal de vestiging dan wel in (of aan de rand van) bestaande winkelcentra met een vergelijkbaar verzorgingsbereik moeten geschieden en niet perifeer of in kleinere centra. Binnen Oss zijn dat alleen de binnenstad en De Ruwert.

## 4. UITWERKING NAAR DEELGEBIEDEN

### 4.1 De Osse binnenstad

#### Positie

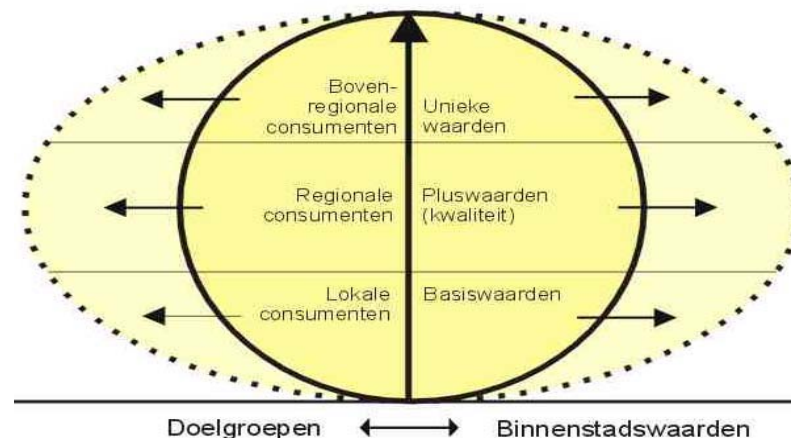
De binnenstad is het hoofdwinkelgebied van de gemeente Oss met een verzorgende functie voor de inwoners van de eigen gemeente en voor consumenten uit de omliggende regio.

#### Profiel

De binnenstad kent een mix van functies, van detailhandel tot horeca, cultuur, ambachten en dienstverlening. Met een omvang van ca. 39.000 m<sup>2</sup> wvo is het detailhandelsaanbod in de Osse binnenstad relatief ruim. Naar de toekomst zijn er mogelijkheden ter versterking. Hierbij moet vooral gedacht worden aan recreatieve branches (zoals modisch aanbod, sport en spel) en schaalvergroting. Een groei tot 2015 richting 45.000 m<sup>2</sup> wvo detailhandel wordt realistisch geacht, zeker in het licht van de aangegeven uitbreidingsruimte.

#### Doelgroepen

Voor het aangeven van de ontwikkelingsrichting is de doelgroepenbenadering gehanteerd. De gedachte hierbij is dat de binnenstad moet voldoen aan bepaalde eisen (waarden) om bepaalde bezoekersgroepen te kunnen trekken. Eerder is aangegeven dat de stad zich met name op de lokale en regionale bezoekers dient te richten. Navolgend gaan wij in op beide groepen.



#### *De lokale bezoeker*

Voor de lokale bezoeker is de binnenstad de primaire aankoopplaats. Het bezoekmotief ligt allereerst in de nabijheid en in het doelgericht bezoek van winkels, maar ook van andere voorzieningen (zoals bibliotheek, horeca of stadhuis). De lokale bezoeker komt vaak, maar besteedt per keer minder dan regionale en bovenregionale bezoekers. Om een hoge koopkrachtbinding te behalen moet de binnenstad voldoen aan een aantal basis(voor)waarden.

Deze basiswaarden liggen in functionaliteit, een compleet winkelaanbod, aanwezigheid van horeca, sociaal-maatschappelijke en culturele functies, een schone en veilige binnenstad, een goede bereikbaarheid, niet alleen per auto, maar ook per fiets en openbaar vervoer, voldoende parkeercapaciteit, met concurrerende tarieven, verbondenheid aan en herkenning in de 'eigen identiteit' van de binnenstad.

### *De regionale bezoeker*

Het aantrekken van regionale bezoekers is door het grotere aantal keuzemogelijkheden van nabije aankoopplaatsen dat deze groep tot zijn beschikking heeft lastiger. De Osse binnenstad concurreert met andere binnensteden, maar ook met winkelgebieden op andere niveaus. De regionale bezoeker komt vaak specifiek om te winkelen en staat daarom garant voor hoge winkelbestedingen. Regionale bezoekers komen vaak per auto. De opgave is voor deze groep de primaire aankoopplaats te worden. 'Kwaliteit' is daarbij belangrijk. Voldoen aan de basiswaarden alleen is niet voldoende om de regionale bezoeker aan te trekken. Belangrijk zijn de zogenaamde pluswaarden: kwaliteit van het winkelaanbod, in de aanwezigheid van specifieke winkeltrekkers, een ruim modisch en meer hoogwaardig aanbod, sfeer en gezelligheid, uitstraling, ruimtelijke kwaliteit, combinatie met leisurevoorzieningen (theater, bioscoop) en horeca, goede (auto-)bereikbaarheid en voldoende parkeercapaciteit. Ook de warenmarkt kan een specifieke regionale trekker vormen.

### **Pluswaarden functioneel**

Hoewel er meerdere hoogwaardige winkels in het centrum van Oss gevestigd zijn, overheersen de midden- en prijsvriendelijke zaken het beeld toch. Dat geldt zeker ook voor de modische branches. Om meer keuze in deze branches te krijgen is het van belang dat meer Ossenaars en inwoners van de omliggende gemeenten vaker in Oss hun kleding, schoeisel en modeaccessoires kopen. De binnenstad van Oss beschikt reeds over meerdere, deels grootschalige trekkers in de vorm van warenhuizen en modewarenhuizen (V&D, Hema, C&A, ter Horst van Geel). Maar om meer bezoekers te trekken, zullen enkele nog niet aanwezige, landelijk bekende ketens zich met grotere zaken in de Osse binnenstad moeten vestigen. H&M is hier een goed voorbeeld van.

Maar formules als Vero Moda, Esprit, Superstore, Jack & Jones, The Store, Only, Manfield, Invito, Sacha of Villa Happ ontbreken ook nog in Oss<sup>4</sup>. Een gerichte acquisitie op basis van een goed centrumplan kan hier verandering in brengen.

Ook grootschalige formules in andere branches, zoals sport (Intersport, Perry), electro (Media Markt, BCC) of speelgoed (Intertoys, Bart Smit, Toys R Us) kunnen door hun bekendheid, hoge bezoekenintensiteit en fungehalte de binnenstad een nieuwe impuls geven. Omdat ze veel bezoek trekken, kunnen dergelijke zaken, zeker in combinatie met parkeermogelijkheden, belangrijke bronpunten vormen voor het bezoek aan de binnenstad (het punt waar men het bezoek begint en eindigt). Als zodanig kunnen ze de 'loop' in het centrum beïnvloeden en bijdragen aan een goede doorbloeding van het centrumgebied. Daarmee kan voldaan worden aan een van de belangrijkste vestigingseisen van veel modische en aanverwante winkels, namelijk veel passanten.

De opgave is om schaalvergroting en parkeren te accommoderen in de binnenstad, aangezien dit een belangrijk onderdeel van de maatregelen is om de positie van de binnenstad te versterken. Een van de locaties die hierbij in ogenschouw genomen kan worden is het Jurgensplein en omgeving. Dit vergt herstructurering van bestaande winkels en/of parkeervoorzieningen.

Ook ruimtelijk biedt het gebied (Konmar e.o.) nog mogelijkheden, evenals het achterterrein Oostwal/Eikenboomgaard. De aanwezigheid

---

<sup>4</sup> In 2006-2007 hebben verschillende van de genoemde formules zich in Oss gevestigd, zoals Superstore, Jack & Jones, Only, maar ook BCC, Bart Smit en Perry.

van de Oostwal biedt kansen voor een eventuele aanpassing van de verkeersstructuur in het oostelijke deel van de binnenstad.

#### **Pluswaarden verblijfsklimaat**

In z'n algemeenheid biedt de Osse binnenstad een verzorgde aanblik: de openbare ruimte is netjes ingericht, er is fraai straatmeubilair aanwezig, het is schoon en de bomen op de pleinen zorgen voor intimiteit. Wel is de gemiddelde hoogte van de panden laag en is de uitstraling van meerdere panden op verdieping matig. Een herontwikkeling van het V&D-pand zal bijvoorbeeld sterk bijdragen aan een verbetering van het verblijfsklimaat. Dit geldt ook voor de hoek bij de Hema (pand Wehberg met blinde gevel).

In het licht van het voorgaande is een integrale benadering van de binnenstad noodzakelijk. Het opstellen van een nieuw Masterplan vormt daarmee een van de eerste actiepunten in het kader van de versterking van het hoofdwinkelcentrum.

## **4.2 Buurt- en wijkcentra kern Oss en Berghem**

De ontwikkelingsrichting voor elk van de winkelconcentraties is hierna uitgewerkt. Bedacht moet worden dat met de verkoop van de delen van de Laurusgroep (Edah, Konmar) ook in Oss het supermarktlandschap drastisch verandert. Dit kan met name de positionering van de verschillende centra in Oss-Noord beïnvloeden.

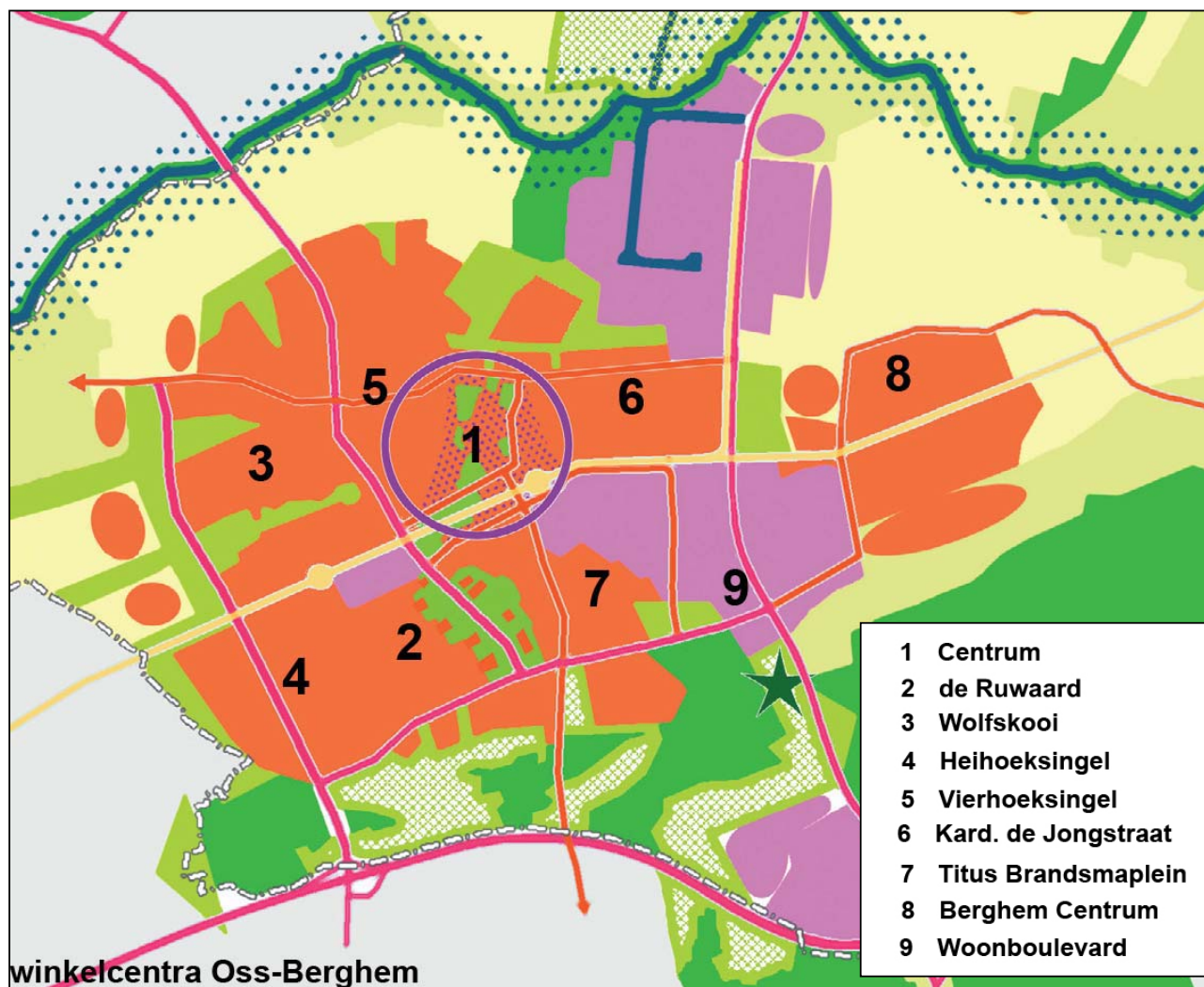
### **Oss-Zuid**

#### *De Ruwert*

Vanwege z'n compleetheid als boodschappencentrum is deze overdekte winkelpassage populair als aankoopplaats voor veel inwoners van Oss en omgeving. Om met z'n tijd mee te gaan is het gewenst dat de aanwezige supermarkten de kans krijgen uit te breiden. Ook is er een druk op de parkeervoorzieningen. De fysieke mogelijkheden voor uitbreiding zijn echter beperkt, waardoor al gauw een gebouwde parkeervoorziening in beeld komt (parkeerdek, - kelder). De wenselijkheid van een dergelijke parkeervoorziening in relatie tot het parkeerregime zal moeten worden onderzocht. Nadrukkelijk wordt een verdere uitbreiding van het winkelaanbod in de niet-dagelijkse artikelensector niet voorgestaan, omdat daarmee de binnenstad te veel concurrentie aangedaan wordt. De Ruwert moet een boodschappencentrum blijven.

#### *Heihoek*

Dit buurtsteunpunt is door de aanwezigheid van een discounter aanvullend aan de Ruwert. De aanwezige Action past niet in het profiel, maar is ook aanvullend aan de Ruwert. Theoretisch zou dit centrum op moeten gaan in het wijkwinkelcentrum, maar daar zijn geen ruimtelijke mogelijkheden voor. Voorlopig kan dit centrum in z'n huidige vorm en omvang gehandhaafd worden. Op termijn zal de positie heroverwogen moeten worden in relatie tot de eventuele herstructurering van winkelgebieden in het meer noordwestelijke woongebied.



#### *Titus Brandsmaplein*

Op korte afstand van dit plein is een nieuwe Lidl-supermarkt gerealiseerd<sup>5</sup>, waardoor de inwoners van de wijk Oss-Zuid weer over een supermarkt kunnen beschikken. De supermarkt ligt op enige afstand van een buurtstrip. Er zijn echter ruimtelijke mogelijkheden om bij de supermarkt enige dagwinkels te situeren, waardoor het aanbod meer geclusterd op één locatie zou kunnen worden. Bezien vanuit de wijkverzorging is dit een goede ontwikkeling.

Voorgesteld wordt daarom om in overleg met de betrokkenen na te gaan of gekomen kan worden tot clustering en een andere invulling van de huidige strip.

Er is een initiatief voor het (opnieuw) vestigen van een servicesupermarkt aan de Weth. Van Eschstraat in het noordelijke deel van Oss-Zuid (direct ten zuiden van het spoor). Het aantal inwoners van Oss Zuid neemt de komende jaren echter af tot ca. 5.300 in 2015. Aangezien de inwoners deels ook georiënteerd zijn op de Ruwert en het centrum, is het marktgebied te klein voor 2 supermarkten.

#### **Oss-Noord**

Binnen Oss-Noord neemt het centrum met haar supermarkten een belangrijke plaats in de dagelijkse verzorging in. De drie andere aanwezige winkelcentra kunnen in principe moderniseren en beperkt uitbreiden, maar een uitbreiding van het aantal supermarkten is niet aan de orde, zolang het centrum nog haar boodschappenfunctie houdt.

---

<sup>5</sup> Geopend begin 2007.

#### *Kardinaal de Jongplein*

Dit buurtsteunpunt kan gehandhaafd worden, mede in het licht van de woningbouw ten noorden van de Schadewijk. Sinds 2006 is er een service supermarkt met een moderne maatvoering van 1.000-1.500 m<sup>2</sup> wvo. Vanwege de ligging tussen enerzijds het centrum (4 supermarkten<sup>6</sup>) en anderzijds Berghem (2 supermarkten) ontbreekt voor een opwaardering tot wijkcentrum het draagvlak.

#### *Vierhoeksingel*

Hoewel de uitstraling en ruimtelijke opzet van dit winkelcentrum te wensen overlaat, heeft het wel een belangrijke functie voor de wijken Krinkelhoek en Mettegeupel. De vernieuwde service supermarkt vervult hierbij de trekkersrol.

#### *Wolfskooi/Ussen*

Dit wijkwinkelcentrum heeft een primaire verzorgingsfunctie voor de wijk Ussen (ca. 15.000 inwoners, maar snel afnemend tot ca. 13.000). Een modernisering, inclusief vergroting van de Aldi is gewenst, maar ruimtelijk zijn de mogelijkheden beperkt. Mocht op termijn ten westen van Oss een nieuw woongebied gerealiseerd worden, dan zal eveneens de aanbodstructuur van de winkelvoorzieningen aan deze zijde van de stad opnieuw onderzocht dienen te worden.

#### **Berghem**

Berghem is met ca. 6.500 inwoners na Oss de grootste kern in de gemeente. Door de ligging tegen Oss-kern aan maakt Berghem ook deel uit van het stedelijke gebied Oss. De komende jaren vindt hier nog forse woningbouw plaats en groeit de kern naar verwachting tot ca. 10.000

---

<sup>6</sup> Per 2007: 3 supermarkten.

inwoners. Dit biedt perspectief voor de voorzieningen in Berghem. Aan-  
dacht blijft nodig voor de bereikbaarheid van de centrumvoorzieningen.

Er liggen plannen voor herstructurering van het centrumgebied tot een  
levendig dorpshart. De plannen gaan uit van concentratie van centrum-  
functies rondom het zuidelijk deel van St. Willibrordusstraat. De vesti-  
ging van een tweede, aanvullende supermarkt (in concreto een dis-  
counter) in het te herstructureren centrumgebied wordt niet uitgesloten,  
mits de parkeermogelijkheden ruimtelijk goed ingepast kunnen worden  
en er een afstemming plaatsvindt met de ontwikkelingen in de Schade-  
wijk (Kardinaal de Jongplein). Naast supermarktaanbod heeft Berghem  
ook voldoende draagvlak voor aanvullende speciaalzaken en niet-  
dagelijkse artikelen. Passend bij Berghem richt het aanbod zich voor-  
namelijk op de frequent benodigde aankopen.

### 4.3 Overige kernen

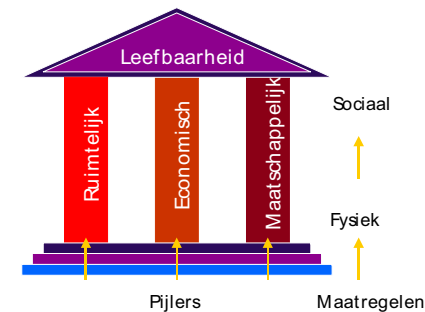
#### Pijlers leefbaarheid in kleine kernen

Bewoners van kleine kernen ervaren het vertrek van voorzieningen  
vaak als negatief. Voor de kleine kernen (< 4.000 inwoners) in Oss is  
het streven dan ook gericht op behoud van de leefbaarheid. Een string-  
ent concentratiebeleid voor detailhandel is hierbij niet op zijn plaats.  
Voor vestiging van detailhandel die qua aard en schaal passend is in de  
kernen, zal onder voorwaarden vrijstelling kunnen worden verleend.  
Initiatieven op dit vlak worden positief tegemoet getreden en vragen om  
lokaal maatwerk. De nadere voorwaarden zijn vooral gericht op voor-  
komen van overlast voor de woonomgeving (vestiging in functioneel

gemengde delen binnen de kern, voldoende parkeervoorzieningen en  
bereikbaarheid).

De leefbaarheid in kleine kernen is gestoeld op meerdere pijlers:

- De leefomgeving, de ruimtelijke pijler; de ruimte in en om de kern  
en de milieusituatie moeten van een goede kwaliteit zijn.
- De economische pijler; het voorzieningenniveau en de welvaart van  
een kern.
- De sociale kwaliteit; dit maatschappelijke aspect komt tot uiting in  
veiligheid, gemeenschapszin, sociale cohesie, verenigingsleven,  
maar ook in publieke voorzieningen zoals de aanwezigheid van on-  
derwijs en de beschikbaarheid over zorg.



#### Supermarkten

In de kleine kernen hebben supermarkten een belangrijke verzorgings-  
functie. Deze winkels voorzien de inwoners van een dorp en eventueel  
omliggende kernen in hun primaire levensbehoefte. Daarnaast hebben  
supermarkten ook een functie in de leefbaarheid (ontmoetingspunt) en  
zorgen ze voor werkgelegenheid. Indien het draagvlak groot genoeg is,  
dienen supermarkten behouden te blijven.

Landelijk gezien staan supermarkten in kleine kernen echter onder druk, onder meer door schaalvergroting van andere supermarkten, de mobieler wordende consument en afnemend draagvlak. Om deze winkels voor de toekomst toch te behouden, moet de 'ruimte' geboden worden voor modernisering en behoud van de concurrentiepositie. Een full-service supermarkt heeft daarvoor een gemiddelde omvang van 1.000 à 1.200 m<sup>2</sup> wvo. Een kleine dorpswinkel of –buurtsuper heeft een gemiddelde omvang van ca. 400 tot 600 m<sup>2</sup> wvo (bijv. Spar, Meer-Markt).

Het heeft de voorkeur de supermarkten centraal in een kleine kern te vestigen, waarbij synergie met andere voorzieningen mogelijk is. Indien inpassing in het centrum echter niet mogelijk blijkt, vanwege ruimtelijke of fysieke beperkingen, kunnen alternatieve locaties in beeld komen. Randvoorwaarden bij alternatieve locaties zijn de ligging in of aansluitend aan de bebouwde kom (geen weidewinkels), een goede bereikbaarheid, voldoende parkeermogelijkheden, zichtbaarheid en een zo sterk mogelijke relatie met de hoofdstructuren (verkeer en voorzieningen) van de kleine kern. Initiatieven zullen per geval worden beoordeeld.

#### **Lokale specialisten**

Het bestaande winkelaanbod gevestigd in de kleine kernen kan ruimte worden geboden voor modernisering en herstructurering. Een vernieuwing kan voor een bedrijf noodzakelijk zijn om ook in de toekomst economisch rendabel te blijven. Wanneer een bedrijf wenst te vernieuwen zal dit primair op de bestaande locatie plaats vinden. Als dit vanwege fysieke beperkingen niet mogelijk is, kan ook voor deze lokale specialisten een alternatieve locatie binnen de bebouwde kom van de kleine

kern worden gezocht. Daarbij gelden dezelfde randvoorwaarden als voor supermarkten.

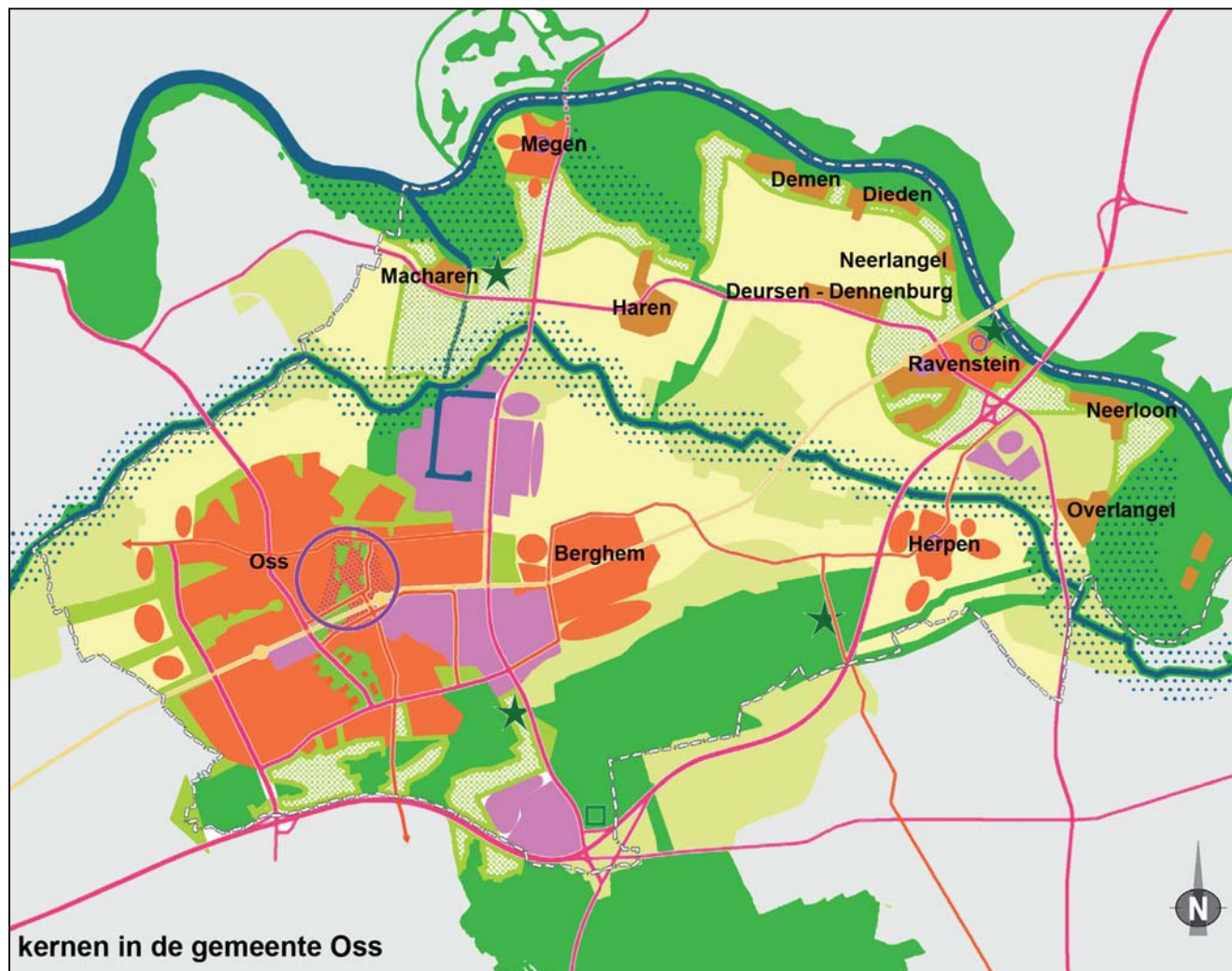
#### **Nieuwe concepten**

Bij voldoende draagvlak en behoefte kunnen vernieuwende economische en maatschappelijke concepten ingezet worden om het voorzieningenniveau op peil te houden. Nieuwe initiatieven richten zich op een zekere mate van clustering, variërend van interne verbreding tot samenvoeging bij andere voorzieningen op het gebied van cultuur, educatie, welzijn, zorg, wonen, kinderopvang, informatie, postservice, ambacht en dienstverlening. Gezamenlijke huisvesting betekent een grotere aantrekkingskracht en gedeelde huisvestingskosten. In een 'multifunctioneel dienstencentrum' zijn diverse (niet-)commerciële diensten geclusterd. Voorbeelden van concepten zijn de 'buurtsupermarkt' met aangevulde diensten als stomerij, TPG-post etc., de Servicewinkel, het Kulturhus of een dorpswinkel met naast basisproducten ook 'speciale' producten (b.v. streekproducten).

Realisering van kleinschalige voorzieningen vergt veel inspanning en is een langdurig proces. Kleine kernen zijn in zekere zin kansrijk voor kleinschalige voorzieningen. De belangrijkste voorwaarde voor succes is dat in de kern behoefte is aan een voorziening.

Voor stimulering van leefbaarheid op lokaal niveau zijn de volgende beleidsdoelstellingen van belang:

- Uitvoering van een haalbaarheids- en behoefteonderzoek voor stimulering van kleinschalige voorzieningen (bepalen van het draagvlak).



- Begeleiding bij de inhoudelijke invulling en samenwerking tussen de betrokken partijen.
- Betrekken van de gemeente bij initiatieven op lokaal niveau, voor ondersteuning en (lokale) kennis.
- Financiële ondersteuning vanuit de overheid in de vorm van b.v. provinciale (aanloop)subsidies, rijks- en Europese gelden.

### **Ravenstein**

Met ruim 3.700 inwoners is Ravenstein de derde kern in de gemeente Oss. Ravenstein heeft een bijzonder profiel. Het historische centrumgebied(je) trekt jaarlijks veel bezoekers. Aansluitend bij dit toeristische profiel zijn lokale speciaalzaken, ambachten, diensten, kunst en antiek te vinden in het historische centrum. Daarbuiten liggen meer grootschalige aanbieders zoals Van Tilburg, C1000 en de Boerenbond. Hiermee verzorgt Ravenstein zowel de lokale consument als de (toeristische) bezoekers van buiten de kern.

Voor de verzorging van de lokale consument op het gebied van dagelijkse artikelen is de supermarkt de belangrijkste aanbieder. Om deze functie te behouden zal op een zeker moment modernisering en schaalvergroting plaats moeten vinden. Het beleid zal hiervoor in principe de ruimte moeten bieden. Ook wordt de vestiging van aanvullende versspeciaalzaken (bakker, slager, groenteboer) in de nabijheid van de supermarkt niet uitgesloten. Door clustering mogelijk te maken, kan ook voor de langere termijn het verzorgingsniveau op peil gehouden worden. Een aandachtspunt vormt in dit verband wel de parkeer- en verkeerssituatie nabij de bestaande supermarkt C1000.

### **Herpen**

Met een draagvlak van bijna 3.000 inwoners heeft Herpen een relatief divers voorzieningenapparaat. Voor behoud van de leefbaarheid is het naar de toekomst toe aan te raden nieuwe initiatieven van zittende of nieuwe ondernemers te stimuleren. De gevestigde supermarkt is beperkt van omvang (ca. 500 m<sup>2</sup> wvo). Een beperkte uitbreiding zal wellicht noodzakelijk zijn. Daarbij is het voor een supermarkt in deze kleine kern belangrijk, zich verder toe te spitsen op de behoefte van de consument, servicegericht, gemak dichtbij huis, aanvullende diensten e.d. Het blijft wenselijk eventuele nieuwe voorzieningen te clusteren in het 'hart' en aan het oude lint van Herpen (voortzetting huidig beleid).

### **Supermarkt tussen Ravenstein en Herpen niet wenselijk**

De naar voren gebrachte optie van een supermarkt tussen Ravenstein en Herpen in, wordt geen goede ontwikkeling geacht. Met name voor de ouderen in deze kernen neemt de afstand tot de basisvoorziening toe. Ook kunnen solitaire winkels 'in de wei', los van de woonkernen, een aantasting van het buitengebied vormen. Beide kernen hebben bovendien voldoende draagvlak om ieder een supermarkt te handhaven.

### **Overige kleine kernen**

In de kleinste kernen, te weten Megen, Macharen, Haren, Deursen-Dennenburg, Dieden, Demen, Neerlangel, Overlangel, Neerloon en Koolwijk, zijn niet of nauwelijks boodschappenwinkels voor de dagelijkse verzorging van de consument aanwezig. Het draagvlak (< 2.000 inwoners) is onvoldoende voor een volwaardige, full-service supermarkt. Voor de grotere kernen (bijvoorbeeld Megen) is het raadzaam te onderzoeken of er behoefte is aan een nieuwe voorziening, waarin

commerciële en niet-commerciële voorzieningen geclusterd zijn (bijvoorbeeld servicewinkel of buurtsupermarkt). Daarnaast bieden mobiele voorzieningen een alternatief in deze kleine kernen, zoals de rijdende winkel, ambulante handel of bezorgservice van een supermarkt uit de buurtkernen.

Van deze kleine kernen hebben Megen en Haren een bijzonder profiel.

- Megen, als historisch vestingstadje met toeristisch recreatieve waarden, biedt kansen voor bijzondere concepten en nieuwe initiatieven. Het is zaak voor Megen in te zetten op behoud van winkels, passend bij het profiel van de kern. Eventuele nieuwe initiatieven dienen te passen bij de aard en schaal van Megen en de beoogde locatie.
- Haren heeft een bijzonder profiel door de vestiging van de Harense Smid. Met minder dan 800 inwoners heeft Haren onvoldoende draagvlak voor lokaal verzorgende voorzieningen.

## 4.4 Detailhandel op perifere locaties

### 4.4.1 Beleidslijnen

#### Hoofdpijnen branchering/soorten winkels

Ten aanzien van de vestiging van detailhandel buiten de reguliere winkelcentra geldt de volgende hoofdlijn voor het beleid:

Ruimte bieden aan die branches en functies die niet passen in of aan de rand van de bestaande winkelcentra vanwege het volumineuze karakter van de gevoerde artikelen, of hier geen plek kunnen vinden, gezien de aard en schaal van de detailhandel.

Deze hoofdlijn vertaalt zich in branchebeperkingen. Voor vestiging buiten de reguliere winkelcentra komen in principe alleen winkels of showrooms in de volgende branches in aanmerking:

- auto's, motoren, banden, boten, caravans, tenten;
- autoaccessoires (in directe relatie met inbouw);
- grove bouwmaterialen, landbouwwerktuigen;
- brand- en explosiegevaarlijke stoffen (in concreto brandstofverkooppunten en consumentenvuurwerk);
- keukens, badkamers, tegels, sanitair;
- bouwmarkten groter dan 1.000 m<sup>2</sup>;
- tuincentra (inclusief dierenvoeding- en benodigdheden);
- de gehele woninginrichtingsbranche (meubels, vloerbedekking, woningtextiel, verlichting, en babywoonwinkels) mits groter dan 1.000 m<sup>2</sup>;
- diversen: zonwering, vijvers, zwembaden, tuinhuisjes.

#### Hoofdpijnen clustering en thematisering

Het beleid richt zich op:

- Ruimtelijke clustering van detailhandel binnen een beperkt aantal gebieden (en dus geen uitwaaiing over alle bedrijventerreinen);
- Waar mogelijk en gewenst thematisering.

De bedrijventerreinen in Oss zijn er primair voor de bedrijvigheid waar ze voor bedoeld zijn. Met de vestiging van detailhandel dient daarom zorgvuldig omgegaan te worden. Bovenstaande hoofdpijnen zijn daarom mede ingegeven door het principe van een duurzaam ruimtegebruik op de bedrijventerreinen. Clustering draagt bij aan een goede segmentering en zonering op de bedrijventerreinen en voorkomt een ongewenste

mening van functies. Maar clustering biedt, zoals eerder aangegeven is, ook voordelen voor de detailhandel zelf (synergie).

In paragraaf 4.2.2. is het uitgangspunt van clustering van toegestane vormen van detailhandel op de bedrijventerreinen in een gebiedsgericht beleid uitgewerkt. Aangegeven worden bedrijventerreinen waar géén detailhandel is toegestaan; specifieke gebieden voor clustering, waarvoor zogenaamde PDV-zones worden benoemd; en gemengde terreinen. Om de vestigingsmogelijkheden voor perifere detailhandel te bepalen is het tevens van belang een onderscheid te maken tussen detailhandel als hoofdactiviteit van de bedrijfsvoering enerzijds en detailhandel als nevenactiviteit.

#### **Uitwerking detailhandel als hoofdactiviteit**

Niet alle genoemde branches en soorten winkels hoeven op alle aangewezen perifere locaties gevestigd te worden. Voor sommige locaties wordt thematisering nagestreefd, zoals bijvoorbeeld voor de Woonboulevard. Daarnaast is voor sommige van de PDV-branches een sterke mate van clustering niet noodzakelijk. Een evenwichtige spreiding over het stedelijk gebied kan soms juist gunstig zijn gezien vanuit de consumentenverzorging. Andere elementen waarmee rekening gehouden wordt, is de maatvoering van zaken in relatie tot de branche.

De volgende hoofdlijnen voor het beleid met als uitgangspunt de verschillende branches/soorten winkels worden voorgesteld:

- **Woninginrichting:** Sterke mate van thematische clustering. Een verdere versterking van de Woonboulevard en omgeving als themacentrum 'in en om het huis' met nadruk op woninginrichting.

Voor perifere vestiging geldt voor de woonbranche een minimum van 1.000 m<sup>2</sup> wvo.

- **Auto's, motoren, boten, caravans, tenten:** Hiervoor geldt dat het aanbod sterk consumentgericht is en meestal vooral een showroomfunctie heeft. Op dit moment is vestiging op vrijwel alle bedrijventerreinen toegestaan, maar er is met name in de autobranche een spontane tendens naar clustering waarneembaar. Voorgesteld wordt in het beleid alleen clustering na te streven voor de grotere, meer representatieve zaken (showroom > 500 m<sup>2</sup> wvo). Voor de kleinere zaken geldt de tendens tot clustering nauwelijks. Het beleid ten aanzien van detailhandel in automaterialen (in relatie met inbouw) sluit hierbij aan (alleen in voor clustering van de automotive branche aangegeven zones).
- **Keukens, badkamers, sanitair en tegels:** Hoewel het aankoopgedrag in deze branche veel overeenkomsten vertoont met woninginrichting, is het aanbod dusdanig diffuus, dat een sterke mate van concentratie geen hoge prioriteit heeft. Voor de grootste, meest publiek trekkende zaken (1.000 m<sup>2</sup> wvo of meer) wordt wel een concentratiebeleid gevoerd (clustering op of in de nabijheid van de Woonboulevard). Voor kleinere zaken geldt geen concentratiebeleid. Zij worden rechtstreeks toegestaan op PDV-zones.
- **Bouwmarkten:** Concentratie is geen uitgangspunt. Waar mogelijk spreiding over het stedelijke gebied, zodat naast de Woonboulevard en de aangewezen PDV-zones ook nader onderzocht kan worden of een vestiging in het noord-westelijke deel van Oss mogelijk is. Er geldt een minimum van 1.000 m<sup>2</sup> wvo.
- **Tuincentra:** Dit is een bijzondere vorm van detailhandel die conform het provinciale beleid specifiek bestemd dient te worden. Gelet op het specifieke karakter en voorkomen, evenals het ruimtebeslag,

heeft een vestiging in de kernrandzone de voorkeur en dus niet op een bedrijventerrein. Clustering met een bouwmarkt of ander PDV-aanbod wordt echter niet uitgesloten. Concrete initiatieven worden op basis van de locatievoorwaarden beoordeeld.

- **Brand- en explosiegevaarlijke stoffen, grove bouwmaterialen, landbouwwerktuigen en diversen (zonwering etc.):** Voor deze branches is clustering geen uitgangspunt en gelden ook geen omvangbeperkingen. Zij kunnen zich, al of niet via een vrijstelling, blijven vestigen op de verschillende bedrijventerreinen of andere perifere locaties waar dat nu ook kan.
- **Megazaken:** De schaalvergroting in de detailhandel zet door en er verschijnen, met name ook in de PDV-branches, formules voor megawinkels. Dergelijke zaken kunnen en grote invloed hebben op de (beoogde) structuur in de branche: ze worden in dit verband wel 'category killers' genoemd. Om ongewenste effecten te voorkomen wordt voorgesteld winkels in de PDV-branches groter dan 5.000 m<sup>2</sup> wvo op perifere locaties slechts met vrijstelling toe te staan (toetsingscriterium: aantonen dat er geen onevenredige verstoring van de voorzieningestructuur optreedt).

#### **Uitwerking detailhandel als nevenactiviteit**

Op sommige perifere locaties is met vrijstelling detailhandel als nevenactiviteit bij een bedrijf met een andere hoofdactiviteit toegestaan. De voorwaarden zijn:

- Het gaat specifiek om aan de hoofdactiviteit productie en/of installatie gerelateerde of die hoofdactiviteit ondersteunende detailhandel.
- De detailhandel is ondergeschikt in termen van omzet en/of benutte bedrijfsruimte.
- De verkoopprijs mag maximaal 250 m<sup>2</sup> wvo omvatten.

Hierbij geldt dat als de detailhandel niet (meer) ondergeschikt is, er sprake is van een echte winkel. In dat geval gelden de eerder genoemde uitgangspunten voor perifere detailhandel.

#### **4.4.2 Locaties voor perifere detailhandel**

In deze paragraaf is het beleid voor perifere detailhandel gebiedsgericht uitgewerkt. In bijlage 3 is een overzicht opgenomen van deze beleidslijnen per PDV-branche. Aangegeven is ook in hoeverre er veranderingen optreden ten opzichte van de bestaande situatie. Bij het aangeven van de ontwikkelingsmogelijkheden voor detailhandel op de verschillende perifere locaties, is rekening gehouden met de volgende aspecten:

- aard van de branche/soort winkel en met name de aankoopfrequentie van de gevoerde artikelen;
- de relatie van de uitoefening van detailhandel met andere bedrijfsmatige activiteiten;
- de vigerende bestemmingsplanbepalingen;
- de autobereikbaarheid vanuit het stedelijke gebied en de omringende dorpen;
- kenmerken van de locaties (aanwezige functies, zichtmogelijkheden, ligging in de structuur, etc.);
- ten aanzien van parkeren geldt de voorwaarde dat ten behoeve van vestiging van perifere detailhandel in voldoende parkeermogelijkheden moet worden voorzien op eigen terrein.

In z'n algemeenheid geldt dat de vestiging van detailhandel op bedrijventerreinen voor grootschalige, zware en/of watergebonden bedrijvigheid niet gewenst is. Het betreft:

- Moleneind;

- Noordelijke delen Elzenburg;
- Noordelijke delen De Geer;
- Vorstengrafdonk.

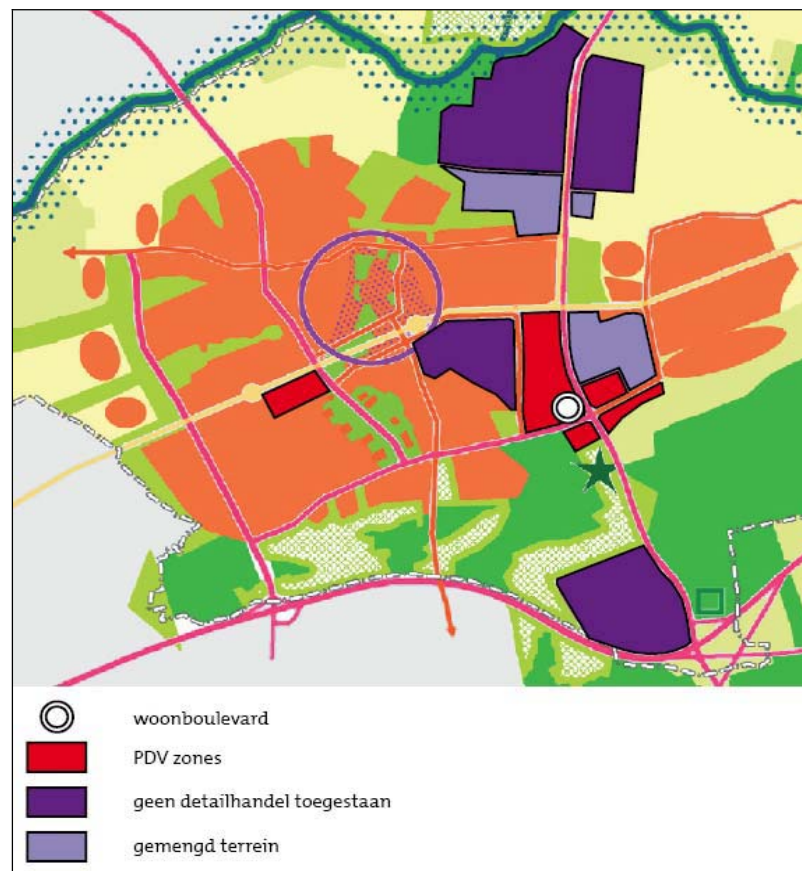
De andere bedrijventerreinen hebben een meer gemengd karakter en bieden wel mogelijkheden voor vormen van detailhandel. Hierbij wordt zoals gezegd gestreefd naar clustering. In het bijzonder gebieden die goed bereikbaar zijn vanuit het stedelijke gebied Oss en de omringende regio, en dus gelegen zijn aan of in de directe omgeving van hoofdontsluitingswegen, komen in aanmerking. Andere relevante aspecten zijn, zicht vanaf doorgaande routes en een representatieve omgeving.

### PDV-zones

Op meerdere locaties in Oss zijn al clusters van (vormen van) detailhandel toegestaan en aanwezig. Voor de verdere ontwikkeling en versterking van perifere detailhandel wordt hier zoveel mogelijk bij aangesloten. Met name de rondom de Kantsingel en de Julianasingel/HartogHartogsingel gelegen delen van de bedrijventerreinen Landweer/Moleneind en Danenhoef bieden goede perspectieven. De N329 is niet als PDV-zone opgenomen. Hoewel deze verkeersas enkele goede vestigingsvoorwaarden biedt voor perifere detailhandel, zoals zicht, is er geen sprake van een rechtstreekse bereikbaarheid. De verwachting is dat de voorgenomen herstructurering van de N329 hier ook geen verandering in brengt.

De insteek is dat de betreffende zones, de zogenaamde PDV-zones, zich geleidelijk kunnen ontwikkelen tot bedrijventerreinen met een sterk op consumenten gericht karakter. Een nadere afbakening en inpassing

van de zones voor perifere detailhandel zal in het kader van de structuurvisie Moleneind-Landweer-Danenhoef plaats moeten vinden.



Naar locatie zijn de beleidsvoorstellen als volgt:

#### **Landweer: de Woonboulevard en omgeving**

Het gebied rondom de Woonboulevard wordt aangewezen als PDV-concentratiegebied. In eerste instantie gaat het hierbij om een verdere concentratie en uitbreiding van de woninginrichtingsbranche. Maar in het gebied aansluitend op de Woonboulevard zelf wordt ook de vestiging van de andere beschreven perifere detailhandel mogelijk gemaakt (zonder vrijstelling).

Met deze keuze wordt ingespeeld op de schaalvergroting die momenteel gaande is op het gebied van woonboulevards (steeds groter en uitgebreider). Om de concurrerende ontwikkelingen het hoofd te kunnen blijven bieden, zal de Woonboulevard Oss op termijn ook meer keuze moeten gaan bieden. De aanwezigheid van andere soorten PDV dan woninginrichting draagt bij aan de levendigheid, uitstraling en naamsbekendheid van het gebied als winkelcluster. De synergie met het woonaanbod is dus vooral indirect. Over de uitbreiding van de Woonboulevard is regionale afstemming wel gewenst, omdat anders het risico bestaat dat wel erg veel van hetzelfde op korte afstand van elkaar gerealiseerd wordt. De regionale verzorgingsstructuur is daarmee niet gediend.

#### **Landweer Kantsingel /Zuid en Danenhoef Zuid**

Op de bedrijventerreinen langs de oostzijde van de Kantsingel, langs de Parallelweg en ten zuiden van de Julianasingel en de HartogHartogsingel, wordt de vestiging van perifere detailhandel toegestaan, met uitzondering van de woninginrichtingsbranche. Hier kunnen meer thematische clusters ontstaan, met name in de automotive-branchen en aan-

verwante bedrijven, waaronder ook boten, caravans en aanhangwagens.

Hiermee wordt ingespeeld op de al ingezette trend: diverse garagebedrijven hebben zich al in het gebied gevestigd en recente initiatieven voor een locatie aan de Kantsingel zijn ook gericht op de automotive branche. Het huidige bestemmingsplan maakt de vestiging reeds via vrijstelling mogelijk, maar het rechtstreekse toestaan, zoals nu bij de meeste andere bedrijventerreinen het geval is, is gewenst. Voorgesteld wordt de vestiging van automaterialenhandel, gekoppeld aan inbouw en/of reparatie, hier ook mogelijk te maken.

Ook voor bouwmarkten of bijvoorbeeld keukenzaken kan hier ruimte geboden worden. Dergelijke activiteiten kunnen eveneens rechtstreeks toegestaan worden.

#### **Danenhoef: locatie Heijmans**

Voor de locatie Heijmans op de hoek N329-HartogHartogsingel (Danenhoef) is het volgens het vigerende bestemmingsplan mogelijk een themacentrum (outdoor)sport en recreatie te realiseren, waaronder de verkoop van tenten, kampeerartikelen en aanverwante materialen. Ter versterking van het thema (outdoor)sport- en recreatie wordt voorgesteld aan het thema verwante branches, zoals rijwielen en tuinmeubelen toe te staan. Ook een bouwmarkt is hier mogelijk.

#### **Oss Noord-west**

Vanuit de uitgangspunten voor clustering en spreiding wordt op dit moment onderzocht of een nieuwe PDV-locatie aan de noord- of westzijde van de kern gewenst en haalbaar is (uitsluitend bedoeld voor de vesti-

ging van bouwmarkten en/of tuincentra). Hiermee kan de modernisering van enkele hier al gevestigde zaken eventueel geaccommodeerd worden, en behouden deze zaken een zekere 'stadsdeelverzorgende' functie. De stedenbouwkundige mogelijkheden zullen echter eerst nader bezien moeten worden.

### **De Ruwaard/Euterpelaan**

Het kleinere bedrijventerrein de Ruwaard/Euterpelaan is vanwege de centrale ligging, het bereikbaarheidsprofiel en de verkaveling met name geschikt voor perifere detailhandel met een beperkter verzorgingsbereik (stedelijk gebied Oss, Oss-West), dus veelal de (relatief) kleinschaligere aanbieders. De vestiging van meer grootschalige aanbieders, zoals een bouwmarkt, hoeft echter niet uitgesloten te worden, maar met name de parkeersituatie zal dan veel aandacht vragen. De vestiging van alle PDV-branches is in principe toegestaan, uitgezonderd woninginrichting (tenzij als nevenactiviteit bij een andere bedrijfsactiviteit, zoals reparatie of productie).

### **Overige bedrijventerreinen (gemengde terreinen)**

Tot de overige bedrijventerreinen worden gerekend:

- de hiervoor niet benoemde delen van Landweer en Danenhoef;
- het zuidelijke deel van De Geer;
- zuidelijk en westelijk Elzenburg.

Voorgesteld wordt hier een meer restrictief beleid ten aanzien van de toegestane perifere detailhandel te voeren. Achtergrond hiervan is het streven om met name de woninginrichting en de grotere PDV-detailhandel (waaronder bouwmarkten, autohandel en keukens) te clusteren bij de woonboulevard en de PDV-zones. Dit betekent dat op de

overige bedrijventerreinen detailhandel in woninginrichting, keukens, sanitair en tegels slechts onder vrijstelling als nevenactiviteit mogelijk is. Ook detailhandel in abc-goederen (auto's, boten, caravans) is slechts onder vrijstelling mogelijk (omvang beperking). Bouwmarkten zijn niet toegestaan.

### **Het tussengebied Oss-Berghem**

Tussen de bebouwde kom van Oss en Berghem ligt nog een open gebied dat door de centrale ligging, bereikbaarheid en beschikbaarheid interessant is voor de vestiging van publieksgerichte voorzieningen. De plannen voor dit gebied richten zich vooral op specifieke functies voor het stedelijk gebied Oss-Berghem. Ter voorkoming van een (verdere) versnippering van het aanbod wordt voorgesteld hier geen perifere detailhandel toe te staan.

### **Bijzondere detailhandelsontwikkelingen**

De detailhandel is een dynamische branche en niet alle nieuwe ontwikkelingen zijn te voorzien. Zo kunnen er specifieke redenen zijn om af te wijken van de aangegeven branchebeperkingen voor perifere detailhandelsvestiging.

Grootschalig winkelaanbod in andere dan de aangegeven PDV-branches dient zich, zoals gezegd, in de reguliere winkelcentra te vestigen, met name in het centrum van Oss. Uitgangspunt hierbij is versetrinking van de structuur van het hoofdwinkelcentrum. Het is echter niet uit te sluiten dat het gaat om een dusdanig grote winkel dat deze ruimtelijk niet in te passen is in of aan de rand van het centrum. In dat geval kan er onder voorwaarden bezien worden of perifere vestiging een optie is. Aspecten die hierbij van belang zijn, zijn:

- de bereikbaarheid vanuit stad en regio;
- mogelijkheden tot parkeren;
- de ruimtelijk-functionele opbouw en kwaliteit van de omgeving van de locatie (bijdrage aan clustering detailhandel, impact op omgevingskwaliteit, etc.).

Maar bovenal gaat het om de impact op de beoogde detailhandelsstructuur: is er per saldo wel of geen sprake van structuurverstoring? Hierbij gaat het er met name om dat er geen blijvende, zeer aanzienlijke afname van de keuzemogelijkheden of variatie in het aanbod (van de betreffende branche) plaats vindt. Daarenboven dient de vestiging versterkend te zijn voor de detailhandelsstructuur van Oss. Dit vraagt om een aparte beleidsafweging.

In het licht van de geformuleerde uitgangspunten ten aanzien van het PDV-beleid zal de omgeving van de Woonboulevard (Landweer-Zuid) de eerst aangewezen locatie zijn voor vestiging.

#### **4.4.3 Voorkomen van ongewenste brancheverbreiding PDV**

Voor de bedrijfsvoering van de PDV-zaken kan het gewenst zijn dat naast het kernassortiment ook andere assortimenten gevoerd worden (ontwikkeling tot branchegericht warenhuis, de klant verrassen en ideeën laten opdoen, etc.). Om enerzijds het voeren van nevenassortimenten mogelijk te maken, maar anderzijds te voorkomen dat de (cluster van) perifere detailhandelsvestigingen door verschuivingen in het assortiment van deze winkels, uiteindelijk een winkelaanbod ontstaat dat in totaliteit gaat concurreren met de bestaande winkelcentra, wordt voorgesteld gebruik te maken van op de aangewezen locaties (en dus bij-

behorende soort winkels/branches) toegesneden assortimentslijsten. Een voorbeeld voor een meer algemene PDV-locatie zoals het gebied Landweer-Zuid is in de bijlage opgenomen. De consequentie is dat de verschillende PDV-zaken ook elkaars assortimenten mogen verkopen. Dit is in de praktijk overigens veelal al het geval (bijvoorbeeld meubels en doe-het-zelf bij tuincentra en tuinartikelen en meubels bij bouwmarkten).

Voor specifiek aangewezen locaties voor tuincentra en/of bouwmarkten kunnen meer op het thema toegespitste lijsten opgesteld worden, evenals voor de beoogde thematische ontwikkelingen.

Ten aanzien van de beperking in omvang van toegestane nevenassortimenten geldt dat hierbij per winkel een percentage van 10% van de verkoopprijsruimte genomen kan worden met een maximum van 100 m<sup>2</sup> vvo. In zeer specifieke gevallen kan hier, evenals bij de lijsten, in het bestemmingsplan van afgeweken worden.

Een nadeel van de brancheringslijsten is het statische karakter. Daarom wordt aangeraden om met enige regelmaat (om de vijf jaar) de lijsten te checken op actualiteit, en eventueel aan te passen.

De verkoop van artikelen, die niet voorkomen op de genoemde assortimentslijsten, zijn in principe niet op de perifere locaties toegestaan. In de bestaande praktijk blijkt echter dat verkoop hiervan wel met enige regelmaat in ondergeschikte vorm voorkomt, meestal in de vorm van incidentele en kortdurende verkoop bij de reguliere PDV-detailhandel (bouwmarkten e.d.). Hoewel dit ongewenst is, is het in de praktijk niet doenlijk of effectief om tegen elke vorm van deze verkoop handhavend op te treden. Een vorm om deze dynamiek in de perifere detailhandel in goede banen te leiden, is het introduceren van een regeling voor inci-

dentele detailhandel. Naar aanleiding van een gerechtelijke uitspraak in een handhavingzaak is in 2005 door de gemeente Oss een dergelijke regeling opgesteld.

In hoofdlijnen komt deze regeling erop neer dat slechts zéér beperkt en op incidentele basis (begrenzing van de duur van de verkoop) dit soort verkoop toelaatbaar is, als onderdeel van de reguliere PDV-detailhandel. Voorgesteld wordt nu om deze regeling te combineren met het gebruik van assortimentslijsten. Dit houdt in dat de bestaande regeling voor incidentele detailhandel geldt voor de zogenaamde ‘zwarte lijst’, de niet toegestane artikelen. Om het incidentele en beperkte karakter te verscherpen is voor incidentele verkoop een verlaging van de maximale verkoopruimte tot 25 m<sup>2</sup> wvo gewenst. De tijdsduur van verkoop blijft bepaald op maximaal 2 weken. De gemeente is van mening dat deze regeling de kerndoelen van het detailhandelsbeleid niet aantast maar juist bekrachtigd, terwijl wel rekening wordt gehouden met de dynamiek binnen de detailhandel.

## 4.5 Overig

### **Vliegende winkels**

Met vliegende winkels wordt bedoeld een kortdurende detailhandelsverkoop tegen dumprijzen vanuit locaties waar normaliter geen detailhandel plaatsvindt, bijvoorbeeld horecagelegenheden of bedrijfspanden. Vliegende winkels kunnen voor de consument soms aantrekkelijk zijn, maar de gevestigde detailhandel kan er ernstig door benadeeld worden. Op de lange duur is dat ook nadelig voor de consument. Dit is een goede reden om zeer voorzichtig om te springen met vliegende

winkels, zeker daar waar het de verkoop van nieuwe artikelen betreft. Een echte ‘rommelmarkt’ heeft overigens geen negatieve invloed op de detailhandelsstructuur (mits de regels goed gehandhaafd worden).

Voor de gemeente Oss stellen wij het verbieden van deze zogenaamde vliegende winkels voor en een strikte handhaving van dit verbod. Om vliegende winkels snel te treffen –en dit is nodig in verband met het kortstondig opereren– kan het gemeentebestuur gebruik maken van een specifieke bevoegdheid, namelijk de mondelinge bestuursdwangaanzegging met directe ten uitvoerlegging. Via aanpassing van bestaande of regeling in nieuwe bestemmingsplannen wordt de mogelijkheid van verkoop op plaatsen waar dat ongewenst is, tegengegaan. Uitzonderingen kunnen gemaakt worden voor incidentele verkopen in samenhang met evenementen of bijzondere gebeurtenissen.

### **Verkoop aan huis**

Detailhandelsactiviteiten in de vorm van verkoop vanuit een woning zijn niet toegestaan in verband met het voorkomen van een versnippering van het aanbod en het oproepen van ongewenste verkeersbewegingen. Via een vrijstellingsbepaling in het bestemmingsplan kan daar waar er (onder meer) geen sprake is van een verstoring van de evenwichtige opbouw van de voorzieningenstructuur eventueel een uitzondering gemaakt worden voor een zeer beperkte verkoop (kleinschalig), in verband met een bedrijfsmatige activiteit bij een woning in het kader van de regelingen aan huisgebonden beroepen/bedrijvigheid.

### **Boerderijverkoop**

Het behoud van agrarische activiteiten op het platteland is uit het oogpunt van werkgelegenheid een essentieel element in het beleid. De

reguliere bedrijfsvoering is niet altijd voldoende om te voorzien in een economisch renderend bedrijf. Naast de reguliere bedrijfsvoering wordt dan ook naar alternatieve inkomstenbronnen gezocht, zoals de verkoop van eigen producten rechtstreeks aan consumenten.

#### *Kenmerken van boerderijverkoop<sup>7</sup>*

Uit onderzoek blijkt dat veel boerderijverkopers een breed assortiment aanbieden met veelal unieke producten. Om extra klanten te trekken en de marge te vergroten bieden boerderijverkopers naast producten ook diensten aan, zoals recreatie en horeca. Het blijkt dat met verse en lekkere producten meer en ook nieuwe klanten worden aangetrokken. 'Vers' kan voor de boerderijverkoop een belangrijk onderscheidend element zijn ten opzichte van supermarkten en speciaalzaken. Boerderijwinkels kunnen op deze manier positief bijdragen aan de aantrekkelijkheid en de leefbaarheid van het platteland. Maar hoe wordt beleidsmatig voorkomen dat boerderijverkoop uitgroeit tot een complete supermarkt op het platteland?

#### *Beleid ten aanzien van boerderijverkoop*

Uitgangspunt in het detailhandelsbeleid is dat de boerderijverkoop geen verstorend effect mag hebben op de detailhandelsstructuur. Voorwaarde voor een boerderijwinkel is dat er zoveel mogelijk eigen producten verkocht worden, aangevuld met andere lokale en streekproducten. Daarbij wordt ervan uitgegaan dat de boerderijverkoop ondergeschikt is aan de reguliere agrarische activiteiten, zowel naar omzet als in oppervlakte.

<sup>7</sup> Bron: Wat je vers haalt is lekker, Thuisverkoop op het Platteland, Wageningen Universiteit en Researchcentrum juni 2006.

Oplossingsmogelijkheden voor enkele knelpunten ten aanzien van beleid voor detailhandel in streekproducten in het buitengebied zijn:

- Voor de definitie van streekproducten kan de volgende definitie van de stichting Streekeigen Product Nederland (SPN) gehanteerd worden: streekproducten zijn door boeren, verwerkers en ambachtslieden gemaakt van de lokale grondstoffen. Hierbij worden de aloude tradities en recepten gecombineerd met de nieuwste inzichten in productie, verwerking en hygiëne. De stichting Streekeigen Producten Nederland (SPN) heeft een landelijk keurmerk voor streekproducten ontwikkeld<sup>8</sup>.
- Daarbij wordt ervoor gekozen dat niet perse alleen producten uit de eigen streek verkocht hoeven te worden. Wanneer voldaan wordt aan het keurmerk wordt op het product duidelijk verwezen naar de streek van herkomst. Daarbij sluiten professionele boerderijwinkels zich regelmatig aan bij de coöperatie Landwinkel. Het assortiment van deze coöperatie Landwinkel bestaat uit producten die een regionale herkomstgarantie bieden. Dit betekent ook de verkoop van producten uit andere dan de eigen regio.
- Aan de boerderijverkoop heeft de provincie Noord-Brabant in het buitengebied een maximum metrage van 100 m<sup>2</sup> wvo gesteld. Voorgesteld wordt om in de gemeente Oss ook het maximum van 100 m<sup>2</sup> wvo in het buitengebied te hanteren. Het is dan onmogelijk dat een boerderijwinkel uitgroeit tot een (volwaardige) supermarkt. In het kader van de herziening bestemmingsplan buitengebied kunnen nadere locatievoorwaarden worden gesteld of specifieke gebieden worden aangewezen.

<sup>8</sup> Bron: [www.erkendstreekproduct.nl](http://www.erkendstreekproduct.nl).

### **Tankstationshops**

De laatste tijd neemt het aantal onbemande tankstations en snellere betaal mogelijkheden aan de pomp toe. Ondanks deze ontwikkeling hebben bijna alle tankstations een shop, in verschillende maten, waarbij alles in het teken staat om de gehaaste weggebruiker van dienst te zijn. Tankstationshops in de bebouwde kom vervullen daarnaast vaak een functie als buurtsteunpunt. Gemak is voor tankstationshops het kernwoord (convenience). De aanwezigheid van verschillende horecaconcepten in tankstations neemt toe, evenals het aantal diensten, zoals foto's ontwikkelen, stomerij e.d. Ook ontstaan er samenwerkingsvormen met supermarktorganisaties (b.v. AH-to-go). Onderscheidende kenmerken van een tankstationshop zijn ruime openingstijden, goede bereikbaarheid en dienstverlening.

#### *Beleid tankstationshops*

Het bestemmingsplan is het belangrijkste instrument om beleid ten aanzien van tankstationshops vast te stellen. De aanwezigheid en omvang van een shop (supermarkt) en andere voorzieningen kunnen hierin vastgelegd worden. De gemiddelde omvang van een tankshop ligt tussen 20 tot 60 m<sup>2</sup> wvo. De gemeente Oss hanteert voor tankstationshops een maximummaat van 75 m<sup>2</sup> bruto oppervlakte (ca. 60 m<sup>2</sup> wvo), wat goed aansluit op de gemiddelde omvang. Naar de toekomst wordt voorgesteld deze maat aan te houden. Daarmee hebben tankstations geen verstorend effect op de detailhandelsstructuur.

### **Ambulante handel**

Tussen gevestigde detailhandel en ambulante handel bestaat een onderlinge wisselwerking. Zo heeft de warenmarkt in de binnenstad een duidelijke meerwaarde in die zin dat het zorgt voor sfeer en levendig-

heid en daarnaast extra bezoek aan de binnenstad genereert. In de kleine kernen kan de ambulante handel soms een goed alternatief vormen voor het ontbreken van aanbod in bepaalde branches. Daarbij geldt dat waar in de reguliere detailhandel een daling is te zien in het aantal aanbieders van groenten, vis en brood, deze in de ambulante handel juist een groei doormaken.

### **Waarde van de warenmarkt**

De warenmarkt trekt een breed publiek, soms regionaal. Daarbij vindt, bij een centrale ligging in een winkelgebied, wisselwerking plaats met de winkels. Het is een sfeerelement, ontmoetingsplaats, een startplaats voor beginnende ondernemers, werkgelegenheidsfactor en de warenmarkt is vaak aanvullend op de diversiteit van het winkelaanbod (versproducten, exotische artikelen e.d.). Dit geldt vooral voor de kleinere aankoopplaatsen Berghem, Herpen en Ravenstein, met een beperkt winkelaanbod. Kortom de warenmarkt is een belangrijk element voor de detailhandelsstructuur, ook in Oss.

#### *Warenmarkt in Oss centrum*

De warenmarkt in het centrum van Oss is van toegevoegde waarde voor het hele centrumgebied. Deze warenmarkt vraagt een behoorlijke fysieke ruimte, die ook in de toekomst geboden moet worden. Daarnaast liggen er kansen voor de warenmarkt door meer bijzondere producten te bieden, een hoger 'snuffel' gehalte te realiseren, met een aantrekkelijke aankleding en routing etc. Enkele randvoorwaarden voor het goed functioneren van de warenmarkt zijn een goede positie bij het (kern)winkelgebied, goede zichtbaarheid, ligging in de loopstromen, kwaliteit in het aanbod, een goede marktopzet (routing, trekkers, toegankelijkheid) en mogelijkheden voor pinnen en chippen. Uiteraard zijn

een goede bereikbaarheid en voldoende parkeermogelijkheden essentieel. In de actualisatie van het Masterplan moet met name aan deze randvoorwaarden voor de warenmarkt aandacht besteed worden.

### **Standplaatsenbeleid**

Naast de warenmarkt zijn er solitaire standplaatsen, vast (onbepaalde tijd) en tijdelijk (bepaalde tijd b.v. seizoenen). Standplaatsen hebben met name een aanvullende rol op de reguliere detailhandel, bijvoorbeeld in kleinere dorpskernen en in buurtcentra, waar nauwelijks versspeciaalzaken gevestigd zijn. Voorwaarde voor standplaatsen is dat daarmee de detailhandelsstructuur niet wordt aangetast.

Uitgangspunten voor beleid:

- de gemeente zou gebieden moeten kunnen aanwijzen waar standplaatsen (en daarmee ook gebieden waar deze niet) toegestaan zijn;
- gebieden waar standplaatsen worden toegestaan dienen een directe relatie te hebben met de reguliere detailhandel, om van elkaar te kunnen profiteren;
- per gebied zou een maximum aantal standplaatsen moeten worden vastgesteld, waarbij standplaatsen goed kunnen functioneren;
- tevens zou op branchering gestuurd moeten worden om de detailhandelsstructuur niet aan te tasten.

Enkele algemene voorwaarden die daarnaast gelden zijn dat afgifte van een standplaatsvergunning niet mag leiden tot:

- overlast en verstoring van de openbare ruimte;
- aantasting van het uiterlijk en aanzien van de omgeving;
- een nadelige invloed op de verkeersveiligheid of – vrijheid.

### **Internetverkoop en postorderbedrijven**

Bedrijven die verkopen via internet en postorderbedrijven zijn toegestaan buiten de winkelconcentratiegebieden in de gemeente Oss, onder de voorwaarde dat er geen fysiek klantencontact plaatsvindt. Is dat wel het geval, dan worden deze bedrijven gezien als detailhandel, waarvoor vestiging buiten de concentratiegebieden beperkingen gelden in de gemeente Oss.

Indien internetverkoop c.a. beoogd wordt binnen een woonbestemming gelden de bepalingen aangaande de huisgebonden beroepen/-bedrijfsactiviteiten. De aard van de artikelen en de bedrijfsvoering bepalen de passendheid binnen de woonomgeving. De woonbestemming moet als hoofdbestemming gehandhaafd blijven en er mag geen overlast voor de woonomgeving plaatsvinden, onder andere door bevoorradings- en distributie. Ook bij deze internetverkoop is detailhandel niet toegestaan.

## 5. UITVOERINGSASPECTEN

### 5.1 Inleiding

Om de in de vorige hoofdstukken aangegeven ontwikkelingsrichting ook daadwerkelijk te realiseren, is een vertaling naar acties en maatregelen nodig. Daarnaast moet het beleid vorm gegeven worden, het moet uitgevoerd worden. Naast het flankerend beleid wordt kort ingegaan op de organisatie. Vervolgens zijn in dit hoofdstuk een aantal acties en maatregelen benoemd. In de bijlage is een paragraaf opgenomen met het instrumentarium, bestemmingsplannen en mogelijkheden voor handhaving.

### 5.2 Flankerend beleid

#### Fysieke verbeteringen omgevingsaspecten

Bewoners en consumenten kennen in het algemeen bij verbeteringstrajecten voor winkelomgevingen vooral aan tastbare, fysieke projecten hoge prioriteit toe. De directe belevingswaarde staat hierbij centraal. In dit verband is het van belang dat de atmosfeer van winkelconcentraties sterk wordt beïnvloed door het te voeren gevelbeleid op *pandniveau* én het beleid ten aanzien van beheer en onderhoud van de openbare ruimte (het *straatniveau*). De atmosfeer bepaalt zowel het belevingsklimaat van bewoners als het bedrijfsklimaat voor ondernemers. Elementen van de winkelomgeving waar specifiek beleid op gemaakt kan worden zijn:

- gevelreclame;
- uitstallingen;
- fietsparkeren;
- openbare ruimte.

#### Schoon, heel, veilig

Vanuit de directe belevingswaarde én de mogelijkheid van directe sturing en aanpak hiervan is het nemen van concrete maatregelen tegen allerlei vormen van overtreding en overlast eveneens belangrijk. Hiervoor kan per centrum- of deelgebied een maatregelenmatrix worden opgesteld: een overzicht van het streefbeeld (toekomstprofiel), juridische en financiële mogelijkheden (subsidies) en rolverdeling tussen partijen (verantwoordelijkheden: wie, wat, waarvoor). Hiermee worden de (on)mogelijkheden inzichtelijk gemaakt om vanuit het huidige straat- en gevelbeeld te kunnen komen tot het (economische) streefbeeld.

#### Binnenstadsmanagement

Voor het centrum van Oss is binnenstadsmanagement in het leven geroepen. Met de constatering dat de Osse binnenstad opwaardering behoeft, neemt het belang toe van met name de projecten die zich richten op het verbeteren van het 'klimaat' van ondernemen. Klimaat heeft hier de betekenis van ondernemersgezindheid, betrokkenheid, draagvlak, interesse en geloof in samenwerking om tot resultaten te kunnen komen. De aandacht van het binnenstadsmanagement in Oss moet dan ook uitgaan naar:

- een gezamenlijke koers;
- het aanjagen en uitvoeren van projecten;
- afstemming, coördinatie, communicatie en betrokkenheid.

### **Bereikbaarheid en parkeren**

Essentieel voor het goed functioneren van een winkelcentrum is de bereikbaarheid en parkeermogelijkheid. Hier wordt door de bezoekers veel waarde aan gehecht. Hierin is een onderscheid te maken tussen lokale en regionale bezoekers. Regionale bezoekers komen vooral met de auto. Zij bezoeken met name de binnenstad. Dit aspect moet dan ook verwerkt worden in het op te stellen Masterplan voor de binnenstad. Ook de grotere buurt- en wijkcentra met meerdere supermarkten, zoals De Ruwert en Wolfskooi/Ussen, worden veelal met de auto bezocht om in één keer de boodschappen te doen voor de hele week. Beide centra hebben te maken met parkeerdruk waarvoor een oplossing gezocht moet worden.

### **Woningbouw**

Woningbouw kan worden ingezet om het afnemend draagvlak in bijvoorbeeld sommige buurten of wijken tegen te gaan. Versterking van het consumentendraagvlak op het laagste verzorgingsniveau kan noodzakelijk zijn om bepaalde voorzieningen in stand te houden.

## **5.3 Organisatie**

### **Eenduidig en consequent beleid**

De minimumvoorwaarde voor een goed overheidsbeleid in het algemeen en in het kader van deze studie ten aanzien van detailhandel in het bijzonder, is een eenduidig, schriftelijk en vastgesteld beleid, dat in ruime mate bekend is gemaakt en dat ook consequent wordt uitgevoerd. Niet alleen bij het toedelen van initiatieven, maar ook in de uitvoering én de handhaving van het beleid is communicatie over de gewenste ontwikke-

lingen en het optreden tegen ongewenste ontwikkelingen een belangrijk aspect.

De doelstellingen en de wijze waarop men deze wil bereiken moeten niet alleen voor de burger en marktpartijen duidelijk zijn en consequent worden toegepast. Ook binnen de gemeentelijke organisatie gaat deze werkwijze op. In de organisatie tussen afdelingen moet daarom aandacht besteed worden aan de gekozen beleidslijn. Eventuele consequenties voor andere beleidsterreinen moeten inzichtelijk worden gemaakt.

Vanuit de beschreven visie op de detailhandel betekent dit onder andere:

- prioriteit geven aan de doelstellingen voor de detailhandelsstructuur boven bijvoorbeeld de uitgifte van grond, verkoop van terreinen of het meewerken aan voorkeuren van marktpartijen voor locaties die in het omschreven beleid niet (meer) passen;
- terughoudend optreden met het (blijven) toestaan van detailhandel buiten de aangegeven concentratiegebieden;
- vertalen van het beleid en het toepassen van een passend instrumentarium om het gewenste eindbeeld te bereiken.

De gehele gemeentelijke organisatie is hiervoor verantwoordelijk, maar de coördinatie kan bij één afdeling gelegd worden.

## 5.4 Actie en maatregelen

Om de gewenste detailhandelsstructuur in de gemeente Oss te bereiken zijn naast het beleid en de handhaving hiervan ook concrete acties en maatregelen nodig. Een actieve houding is vereist. Deze acties worden onderstaand verder uitgewerkt, waarbij tevens prioriteiten en verantwoordelijkheden worden benoemd. In algemene zin kan gesteld worden dat de prioriteiten liggen in:

- actieve versterking van de positie van de binnenstad;
- regulering ten aanzien van verspreide perifere ontwikkelingen;
- versterking van de voorgestelde detailhandelsstructuur.

| Wat                                                                                                                       | Wie                                           |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------|
| <b>A: Algemeen detailhandelsbeleid</b>                                                                                    |                                               |
| • Vaststelling status detailhandelsbeleid                                                                                 | Gemeente, betrokkenen                         |
| • Bestuurlijke besluitvorming                                                                                             | Gemeente                                      |
| • Handhaving beleid                                                                                                       | Gemeente                                      |
| • Standplaatsenbeleid                                                                                                     | Gemeente, ondernemers                         |
| • Ondernemersgerichte (gemeentelijke) dienstverlening: ondernemersloket, startersbegeleiding, bedrijfscontactfunctionaris | Gemeente, KvK                                 |
| • Monitoring detailhandelsbeleid                                                                                          | Gemeente, KvK                                 |
| <b>B: Binnenstad</b>                                                                                                      |                                               |
| • Actualiseren Masterplan Binnenstad                                                                                      | Gemeente, ondernemers, eigenaren, betrokkenen |
| • Actief beleid voor optimalisatie bereikbaarheid en parkeren                                                             | Gemeente                                      |
| • Versterken branchering, door werving en startersbegeleiding                                                             | Ondernemers, gemeente                         |

| Wat                                                                                         | Wie                                           |
|---------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------|
| • Onderzoek herontwikkelingsmogelijkheden binnenstad gericht op schaalvergroting            | Gemeente                                      |
| • Verbeteren gevelkwaliteit en terugdringen overdadige reclame                              | Ondernemers, gemeente                         |
| • Actieve rol binnenstadsmanagement                                                         | Gemeente, ondernemers, eigenaren, betrokkenen |
| • Binnenstadspromotie en marketingbeleid                                                    | Ondernemers, gemeente                         |
| <b>C: Perifere ontwikkelingen</b>                                                           |                                               |
| • Vertalen visie in bestemmingsplannen voor bedrijventerreinen                              | Gemeente                                      |
| • Opstellen assortimentslijsten passend bij profielen van locaties                          | Gemeente, ontwikkelaar                        |
| • Stimuleren clustering detailhandel                                                        | Gemeente                                      |
| • Actief handhaven regeling incidentele detailhandel en nevenassortiment                    | Gemeente                                      |
| • Onderzoek naar haalbaarheid en wenselijkheid PDV-locatie noord-westzijde van Oss          | Gemeente                                      |
| <b>D: Overige winkelgebieden</b>                                                            |                                               |
| • Ruimte bieden aan modernisering en (beperkte) schaalvergroting van bestaande supermarkten | Gemeente, ondernemers                         |
| • Onderzoek naar verbering van de parkeermogelijkheden De Ruwert en Wolfskooi/Ussen         | Gemeente                                      |
| • Onderzoek mogelijkheden verdere clustering winkelveorzieningen in Oss-Zuid                | Gemeente, ondernemers                         |
| • Uitvoering plannen voor Berghem-centrum                                                   | Gemeente, ondernemers                         |
| • Ruimte geven aan initiatieven Ravenstein en Herpen voor verbetering leefbaarheid          | Gemeente, ondernemers                         |
| • Stimuleren nieuwe initiatieven op laagste niveau voor leefbaarheid in de kernen           | Gemeente, ondernemers                         |

## 5.5 Tot slot

In deze rapportage is aangegeven hoe in het gemeentelijke beleid met detailhandel en met name de detailhandel op bedrijventerreinen kan worden omgegaan, opdat de in de visie aangegeven doelen ook bereikt worden. Inspelen op de dynamiek in de detailhandel en clustering zijn daarbij de kernbegrippen geweest. Maar het hoofddoel is toch te zorgen dat de inwoners van de gemeente (blijven) beschikken over een zo uitgebreid en gevarieerd mogelijk pakket aan detailhandelsvoorzieningen passend, bij de aard, omvang en de (haalbare en gewenste) verzorgende functie van de afzonderlijke kernen in de gemeente.

Een eerste nu te nemen stap is het creëren van draagvlak binnen de gemeente en bij de andere betrokken partijen voor de doelstellingen en ontwikkelingsrichting, zoals in de visie op de detailhandelsstructuur is aangegeven. Vervolgens dient er formele besluitvorming over plaats te vinden (vaststelling beleid), en kunnen de vervolgstappen ter hand genomen worden.

Dit laatste omvat onder andere het aanwijzen van meerdere locaties voor clustering van het PDV-aanbod, waarbij de verschillende locaties ook verschillende profielen hebben. Voor de bedrijventerreinen in de kern Oss betekent dit met name het vertalen van de visie in de bestemmingsplannen en andere regelingen. Diverse bestemmingsplannen voor bedrijventerreinen zullen moeten worden aangepast. Vooral de structuurvisie voor het gebied Moleneind-Landweer-Danenhoef die momenteel wordt opgesteld en vervolgens vertaald zal worden in een nieuw bestemmingsplan is dit verband van groot belang. Daarnaast zal onderzocht moeten worden of inpassing van een nieuwe PDV-locatie

(met beperkte functie) aan de noord-westzijde van de stad stedenbouwkundig (of anderszins) haalbaar en gewenst is.

De belangrijke keuze in de visie is wellicht het prioriteit geven aan een verdere versterking van de binnenstad. Het hier faciliteren van de schaalvergroting in het overgrote deel van de branches vormt, samen met het verder vorm geven van de binnenstad als centrum gericht op recreatief winkelen, dé opgave voor de komende jaren. Om dit te bereiken volstaat de functionele insteek niet. Er zullen met name ruimtelijk-stedenbouwkundige keuzes gemaakt moeten worden (aangeven ruimtelijk-functionele structuur, ontwikkelingslocaties, maatregelen op het gebied van verkeer/parkeren, etc.). De complexiteit van de binnenstad met haar vele gebruikersgroepen vraagt om een integrale benadering, en in dit verband is het aan te bevelen op korte termijn de procedure voor het maken van een nieuw Masterplan Binnenstad op te starten.

### Behoud flexibiliteit en monitoring

Het is belangrijk dat het voorgestelde beleid flexibel is. Trends en ontwikkelingen in de detailhandel gaan snel en ook de ontwikkeling van bijvoorbeeld de bestedingen of de bevolking kan anders lopen dan verwacht. Het is ook niet ondenkbaar dat potentiële ontwikkelingslocaties of onderdelen daarvan vanuit detailhandelsoptiek niet met de gewenste functie in te vullen zijn of met andere functies of voorzieningen worden ingevuld.

Het is daarom nodig ontwikkelingen te monitoren en het beleid tussentijds te blijven evalueren en eventueel bij te sturen. Een tussentijdse evaluatie is sowieso raadzaam, zodat duidelijk wordt of, en zo ja in welke mate, het hernieuwde beleid tot de gewenste ontwikkelingen leidt.

**BIJLAGEN**



## Bijlage 1: Begrippenlijst

|                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|----------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Detailhandel                           | Verkoopkanaal voor goederen rechtstreeks aan de eindgebruiker.                                                                                                                                                                                                      |
| Detailhandel (als activiteit)          | Het bedrijfsmatig te koop aanbieden, alsmede de uitstalling ter verkoop, het verkopen en/of leveren van goederen aan diegene die deze goederen kopen voor gebruik, verbruik of aanwending, anderszins dan in de uitoefening van een beroeps- of bedrijfsactiviteit. |
| Reguliere detailhandel                 | De detailhandel die in de bebouwde kom en in de gangbare winkelcentra gevestigd is. Reguliere detailhandel wordt aangeduid om het verschil aan te geven met GDV- en PDV-aanbod op perifere locaties.                                                                |
| Overige publieksgerichte voorzieningen | consument verzorgende bedrijven die rechtstreeks diensten aanbieden aan particulieren en die beschikken over een vast verkooppunt, dat doorgaans zonder beperkingen toegankelijk is voor alle consumenten.                                                          |
| Bruto vloer oppervlak (bvo)            | De totale bedrijfsruimte, inclusief de niet direct met de detailhandelsactiviteit verband houdende ruimten, zoals kantines, toiletten, kantoor, magazijn, etc.                                                                                                      |
| Winkeloppervlak (wvo)                  | De voor publiek toegankelijke, zichtbare, overdekte en ommuurde winkelruimte (dus excl. magazijn, kantoor, etalage, ed.).                                                                                                                                           |
| Vloerproductiviteit                    | Gemiddelde omzet in gevestigde winkels per m <sup>2</sup> winkelvloeroppervlak (wvo).                                                                                                                                                                               |

|                           |                                                                                                                                                                                                                                                    |
|---------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Dagelijkse artikelen      | Voedings- en genotmiddelen (vgm) en artikelen op het gebied van persoonlijke verzorging. In de praktijk gaat het hierbij om supermarktaanbod, aanbod in vgm-speciaalzaken, drogisterij- en parfumeriezaken.                                        |
| Niet-dagelijkse artikelen | Alle artikelen die niet behoren tot de dagelijkse artikelensector.                                                                                                                                                                                 |
| Bestedingspotentieel      | Totaal aan winkelbestedingen die door de inwoners van een bepaald gebied gedaan kunnen worden. Gebaseerd op inwoneraantal en gemiddelde (landelijke) toonbankbesteding per hoofd van de bevolking. Groepering daarvan noemt men bestedingsvolumes. |
| Koopkrachtafvloeiing      | Mate waarin inwoners van een bepaald gebied hun detailhandelsbestedingen plaatsen bij gevestigde winkels <b>buiten</b> dat gebied.                                                                                                                 |
| Koopkrachtbinding         | Mate waarin inwoners van een bepaald gebied hun detailhandelsbestedingen plaatsen bij winkels die <b>in</b> dat gebied gevestigd zijn.                                                                                                             |
| Koopkrachttoevoeiing      | Mate waarin inwoners van <b>buiten</b> een bepaald gebied detailhandelsbestedingen plaatsen bij winkels die <b>in</b> dat gebied gevestigd zijn. Meestal uitgedrukt als aandeel van de totale detailhandelsomzet in het betrokken gebied.          |

## Bijlage 2: Voorbeeld assortimentslijsten PDV-locaties

### Witte lijst (PDV)

- Auto's
- Boten
- Caravans
- Motoren
- Brand- en explosie gevaarlijke stoffen
- Grove bouwmaterialen
- Kamerplanten
- Snijbloemen
- Droogbloemen
- Potten t.b.v. tuin en kamerplanten
- Gewasbescherming/verdelgsmiddelen
- Meststoffen
- Grondproducten
- Bollen/knollen/zaden
- Tuingereedschappen
- Barbecues en accessoires
- buitenverlichting
- Tuinmeubelen en kussens
- Bestratingsmaterialen
- Tuinhout
- Blokhutten/kassen
- Vijvermaterialen
- Bomen/heesters/coniferen
- Vaste planten, w.o. seizoengroen als geraniums, e.d.
- Vaste badkamer- en toiletartikelen
- IJzer- metaalwaren

- Hang- en sluitwerk
- Schakel- en installatiematerialen
- Plaatmaterialen
- Hout/houtwaren
- Keukens/kasten
- (Sier-)stenen
- Open haarden
- Wand- en vloertegels en sanitair
- Verf(-waren)/lijmen/kitten
- Vensterglas
- Deuren en ramen
- Isolatiematerialen
- Sanitair aansluitmaterialen
- Radiatoren en convectoren (en onderdelen)
- Gereedschappen
- Bouwmaterialen en grondstoffen
- Electriciteitsartikelen
- Klimmaterialen
- Zonneschermen
- Buizen (electro, pvc, koper)
- Baden- en badkuipen
- Fornuizen
- Geisers
- Kachels
- Wastafels
- Tenten/kampeertartikelen en accessoires i.c.m. caravans
- Accessoires van boten in combinatie met boten
- Buitenboordmotoren
- Autoaccessoires en auto-onderdelen

- Autobanden
- Invalidewagens
- Aanhangwagens
- Tapijten/perzen/karpetten/tapijttegels
- Kurk- en parket
- Vloerbedekking/matten
- Linoleum/vinyl
- Parket/laminaat
- (Rol-)gordijnen/vitrage/zonwering/jaloezieën/lamellen
- Woningtextielstoffen
- Wandbekleding
- Matrassen en bedbodems
- Meubelen/slaapkamerameubelen
- Kantoormeubelen
- Binnenverlichting

**Grijze lijst (enkel als nevenassortiment toegestaan, in totaal beperkte omvang)**

- Dekens/dekbedden/lakens/slopen/kussens
- Kerst- en Paasartikelen, in de vorm van een tijdelijke show voor een periode van maximaal 10 aaneengesloten weken
- Horeca, met dien verstande dat het gaat om een beperkte winkelondersteunende horecafunctie: koffie met gebak, frisdranken, ijs, etc., in elk geval geen restaurantfunctie
- Rijwielen, rijwielonderdelen en –accessoires
- Woonaccessoires
- Dieren, diervoeders en dierenbenodigdheden
- Werkkleding- en schoeisel (voor tuin en doe-het-zelf)

**Zwarte lijst (expliciet niet toegestaan)**

- Menselijke voedings- en genotmiddelen
- Kleding en textiel t.b.v. kleding, w.o. breiwol, handwerken, furnitu- ren
- Schoeisel
- Sport (uitgezonderd tenten/kampeeraartikelen)
- Hengelsport en ruitersport
- Speelgoed
- Snuisterijen en luxe artikelen
- Persoonlijke verzorging, w.o. huid- en haarverzorging, parfums, cosmetica, medicijnen
- Fotografie, optiek, juwelier
- Huishoudelijke artikelen, waaronder kaarsen en schilderij- en pos- terlijsten
- Geluids- en beelddragende (verkoop en verhuur)
- Boekhandel/kantoorbenodigdheden
- Lederwaren, reisartikelen
- Muziekinstrumenten
- Wit- en bruingoed, w.o. elektrische huishoudelijke artikelen, pla- fondventilatoren, zonnehemels, computers
- Naai- en breimachines
- Actie en feestartikelen

### Bijlage 3: Beleidslijnen per PDV-branche

|                                  | Branchering                                   | Beleid tot dusver                                       | Nieuw beleid                                                                                                               | Locaties                                                                                                                                                        |
|----------------------------------|-----------------------------------------------|---------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Detailhandel als hoofdactiviteit | Woninginrichting                              | alleen toegestaan op meubelboulevard                    | alleen toegestaan op de woonboulevard en gebied aangewezen voor uitbreiding woonboulevard                                  | woonboulevard en directe omgeving                                                                                                                               |
|                                  | tapijten (vaste vloerbedekking)               | via vrijstelling op veel bedrijventerreinen toelaatbaar | is onderdeel woninginrichting                                                                                              | woonboulevard en zone bij woonboulevard                                                                                                                         |
|                                  | keukens, sanitair, tegels                     | via vrijstelling op veel bedrijventerreinen toelaatbaar | kleinere zaken: concentratie geen prioriteit<br>grotere zaken: concentratie bij woonboulevard ( $\geq 1.000 \text{ m}^2$ ) | kleinere zaken: PDV-zones <sup>9</sup> en gemengde terreinen als nevenactiviteit (onder vrijstelling)<br>grotere zaken: woonboulevard en zone bij woonboulevard |
|                                  | auto's                                        | overal op bedrijventerreinen rechtstreeks toegestaan    | kleinere zaken: clustering, maar niet verplicht<br>grotere zaken: clustering (showroom $\geq 500 \text{ m}^2$ )            | kleinere zaken: PDV-zones en gemengde terreinen<br>grotere zaken: PDV-zones                                                                                     |
|                                  | tenten                                        | overal op bedrijventerreinen rechtstreeks toegestaan    | aanhaken bij trend clustering                                                                                              | PDV-zones                                                                                                                                                       |
|                                  | boten, banden, caravans                       | overal op bedrijventerreinen rechtstreeks toegestaan    | clustering prima, maar niet verplicht                                                                                      | PDV-zones en gemengde terreinen                                                                                                                                 |
|                                  | PDV-diversen: zonnewering, vijvers, zwembaden | niet geregeld                                           | clustering prima, maar niet verplicht                                                                                      | PDV-zones en gemengde terreinen                                                                                                                                 |
|                                  | bouwmarkt                                     | alleen toegestaan op specifiek aangewezen locaties      | concentratie geen uitgangspunt, waar mogelijk spreiding over gemeente                                                      | PDV-zones                                                                                                                                                       |
|                                  | tuincentrum                                   | alleen toegestaan op specifiek aangewezen locaties      | concentratie geen uitgangspunt, waar mogelijk spreiding over gemeente                                                      | alleen op specifiek aangewezen locaties                                                                                                                         |

<sup>9</sup> Zie kaart bij paragraaf 4.2.2.

|                                  | <b>Branchering</b>                                                    | <b>Geldend beleid</b>                                   | <b>Nieuw beleid</b>                                                  | <b>Locaties</b>                               |
|----------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------|
|                                  | brand- en explosiegevaarlijke stoffen                                 | via vrijstelling op veel bedrijventerreinen toelaatbaar | rechtstreeks op bedrijventerrein toelaatbaar                         | PDV-zones en gemengde terreinen               |
|                                  | stenen, zand, cement, grove bouwmaterialen, landbouwwerktuigen        | via vrijstelling op veel bedrijventerreinen toelaatbaar | rechtstreeks op bedrijventerrein toelaatbaar                         | PDV-zones en gemengde terreinen               |
| Detailhandel als nevenactiviteit | zelf geproduceerde, vernieuwde of gerestaureerde goederen             | algemene vrijstellingsbevoegdheid                       | algemene vrijstellingsbevoegdheid showroom $\leq$ 250 m <sup>2</sup> | regeling voor PDV-zones en gemengde terreinen |
|                                  | verkoop als zelfstandig onderdeel van toegelaten installatiebedrijven | algemene vrijstellingsbevoegdheid                       | algemene vrijstellingsbevoegdheid showroom $\leq$ 250 m <sup>2</sup> | regeling voor PDV-zones en gemengde terreinen |

## Bijlage 4: Instrumentarium

Voor de uitvoering van het beleid en het al dan niet toestaan van branches of assortimenten op perifere locaties zijn verschillende publiek- en privaatrechtelijke instrumenten beschikbaar. De twee hoofdgroepen zijn:

- Privaatrechtelijk: de overeenkomst.
- Publieksrechtelijk: het bestemmingsplan.

### Privaatrechtelijk: de overeenkomst

De overeenkomst is een instrument dat in de beginfase (bij de inrichting van een gebied, en minder bij uitvoering of handhaving van het beleid) vergaande mogelijkheden biedt. Dit middel is vooral toepasbaar wanneer de gemeente voor een actieve rol kiest, bijvoorbeeld via het grondbeleid. Het bestemmingsplan wordt vooral toegepast bij uitvoering en handhaving van beleid.

### Publieksrechtelijk: het bestemmingsplan

Verreweg het belangrijkste gemeentelijke instrument is het bestemmingsplan. Dit plan bindt zowel de overheid als de burgers. Met het bestemmingsplan kan vooraf sturing gegeven worden aan ruimtelijke ontwikkelingen. Over het algemeen moet er bij bestemmingsplanregelingen een duidelijk verband zijn tussen de bepaalde beperking en het naar buiten tredende effect (ruimtelijk), zoals:

- invloed op de ruimtelijk-economische structuur (structuurverstoring);
- oppervlakte perceel en/of gebouw (in relatie tot de branche);
- ruimtelijke uitstraling van de activiteit (op de omgeving);
- bezoekersintensiteit (in relatie tot de branche);

- mobiliteitseffecten, o.a. verkeersbewegingen, parkeerdruk, intensiteit vrachtbewegingen, bevoorrading (ruimtebeslag);
- volumineuze of niet volumineuze goederen.

### Hoe regel je detailhandel in een bestemmingsplan?

De vraag is nu hoe de verschillende vormen van detailhandel goed te regelen zijn in een bestemmingsplan. Afhankelijk van het type detailhandel kan een op maat gemaakte regeling opgesteld worden. Enkele mogelijke regelingen zijn:

- Een thematische bestemmingsplanregeling, zoals bijvoorbeeld voor een woonthemapcentrum.
- Een ruime detailhandelsbestemming om flexibiliteit te bevorderen en leegstand te voorkomen.
- Een specifieke PDV/GDV-bestemming. Met deze bestemming is het mogelijk expliciet te sturen op perifere en grootschalige locaties. Sommigen interpreteren het loslaten van het PDV/GDV-beleid in de Nota Ruimte als dat er geen bestemmingsplantitel meer is voor dergelijke bestemming. Ons inziens is dat onjuist, omdat er in de Nota Ruimte juist meer vrijheid geboden wordt aan decentrale overheden om hun detailhandelsbeleid te concretiseren op de manier die hen goeddunkt.
- Een minimale oppervlaktemaat per branche, omdat de ruimtelijke effecten per branche kunnen verschillen. Een relevant planologisch onderscheid is bijvoorbeeld het verschil tussen volumineuze en niet-volumineuze artikelen, omdat eerstgenoemde categorie andere aan- en afvoerproblemen met zich meebrengt en meer ruimte in beslag neemt.
- Bestaande ongewenste locaties specifiek bestemmen met afsterfconstructie.

- Een facetbestemmingsplan, waarin een specifieke regeling voor perifere en grootschalige detailhandel is opgenomen voor een bepaald gebied.
- Flexibiliteit in het bestemmingsplan inbouwen door middel van het koppelen van vrijstellingen en/of wijzigingen aan een distributieplanologisch onderzoek en andere ruimtelijke voorwaarden.
- Vaststellen van branchering van bestaande of nieuwe detailhandel met gebruik van assortimentslijsten.

## Bijlage 5: Bestemmingsplannen

### Bestemmingsplannen aanpassen en overgangsregelingen

Een belangrijk uitgangspunt in het voorgestane detailhandelsbeleid voor de gemeente Oss is te komen tot een verdere regulering en clustering van het PDV-aanbod. De vestiging van nieuwe, verspreid gelegen, solitaire vestigingen op niet gewenste locaties dient daarom voorkomen te worden.

Dit kan door bestemmingsplannen die nu nog ongewenste ontwikkelingen mogelijk maken, te herzien. Indien niet alle bestemmingsplannen 'waterdicht' worden gemaakt, blijft vestiging van perifere detailhandel op ongewenste locaties mogelijk. Idealiter zouden alle bestemmingsplannen dus moeten worden gecontroleerd en waar mogelijk, moeten worden aangepast. Dit hoeft echter niet allemaal tegelijkertijd. Een hoge prioriteit heeft echter wel het verruimen van de vestigingsmogelijkheden voor PDV op het bedrijventerrein Landweer (ten noorden van de Julianasingel, met verschil tussen zuidelijk deel en noordelijk deel).

De nu niet in het beleid passende PDV-vestigingen hoeven in principe niet 'wegbestemd' te worden (tenzij daar specifieke redenen voor zijn). Zij kunnen een aparte bestemming krijgen, en als de PDV-activiteiten worden gestaakt, worden alleen nog andere passende activiteiten toegestaan.

Het voorgaande neemt niet weg dat zeker daar waar het solitair gevestigde zaken met een bovenlokale uitstraling betreft, een actief stimuleringsbeleid voor verplaatsing gewenst is of de komende jaren wenselijk wordt. Behalve het aanbieden van goede alternatieve locaties zijn hiervoor meerdere instrumenten denkbaar, zoals subsidies, het bestemmingsplanmatig of anderszins mogelijk maken van bepaalde attractieve vormen van hergebruik van het te verlaten pand of herontwikkeling van de betreffende locatie, aankoop van het onroerend goed, etc.

### Privaatrechtelijk: (gebruiks)overeenkomsten

Indien de gemeente eigenaar is van de grond, kan zij met de projectontwikkelaar of met de daar te vestigen ondernemers, afspraken maken over het gebruik van de grond en de toegestane branches. Dit gebeurt meestal via een overeenkomst. Belangrijk daarbij is dat het gebruik van het privaatrecht de werking van het publiekrecht niet mag doorkruisen. Dit criterium komt in de jurisprudentie steeds terug<sup>10</sup>.

<sup>10</sup> M.n. HR 26 januari 1990, NJ 1991, 393 (Windmill).

## Bijlage 6: Handhaving

Net als de vaststelling van beleid en het codificeren daarvan, is ook 'handhaving' onderdeel van goed beleid. Het heeft geen enkele zin om een regeling vast te stellen om vervolgens te constateren dat niemand zich er iets van aantrekt, terwijl men niet optreedt tegen overtreding.

Dit maakt deel uit van de rechtszekerheidsgedachte; burgers en bedrijven mogen immers van een gemeentebestuur verwachten dat wanneer er regels worden vastgesteld, deze ook worden gehandhaafd. Sinds de professionalisering van de handhaving wordt elke nieuwe regeling getoetst op handhaafbaarheid en zo mogelijk ook op handhaafwaardigheid. Hierbij wordt gewaarborgd dat handhavend optreden tegen afwijkende situaties ook daadwerkelijk plaatsvindt.

### Bestuursrechtelijke handhaving

Als voorwaarden voor een goed handhavingsbeleid gelden:

- een duidelijk en schriftelijk vastgelegd detailhandelsbeleid;
- actuele bestemmingsplannen, met als aandachtspunt de handhaving;
- een goede voorlichting over de inhoud en de strekking van de in het bestemmingsplan opgenomen bestemmingsregeling is aan te raden;
- ook moet duidelijk worden gemaakt, dat van gemeentewege wordt opgetreden als de voorschriften van een bestemmingsplan niet worden nageleefd (communicatie).

Bij het uitoefenen van bestuursdwang op basis van vastgesteld handhavingsbeleid loopt de gemeente duidelijk minder risico's. Gedogen dient

met terughoudendheid te geschieden; als er al voor wordt gekozen te gedogen, dan dient dit altijd expliciet en schriftelijk te gebeuren.

De publiekrechtelijke handhaving van een bestemmingsplan kan geschieden door:

- het verlenen en weigeren/intrekken van de vergunning (in relatie tot de voorwaarden die verbonden zijn aan de bouwvergunning);
- het toepassen van bestuursdwang;
- het opleggen van een dwangsom.

