

# Regionale detailhandelstructuurvisie Rivierenland

Kiezen voor een toekomstbestendige  
winkelstructuur

Opdrachtgever: Regio Rivierenland

Rotterdam, 5-2-2014





# Regionale detailhandelstructuurvisie Rivierenland

Kiezen voor een toekomstbestendige winkelstructuur

Versie: Definitief rapport

Opdrachtgever: Regio Rivierenland

Bart Stek  
Viek Verdult

Rotterdam, 5-2-2014

## Over Ecorys

Met ons werk willen we een zinvolle bijdrage leveren aan maatschappelijke thema's. Wij bieden wereldwijd onderzoek, advies en projectmanagement en zijn gespecialiseerd in economische, maatschappelijke en ruimtelijke ontwikkeling. We richten ons met name op complexe markt-, beleids- en managementvraagstukken en bieden opdrachtgevers in de publieke, private en not-for-profit sectoren een uniek perspectief en hoogwaardige oplossingen. We zijn trots op onze 80-jarige bedrijfsgeschiedenis. Onze belangrijkste werkgebieden zijn: economie en concurrentiekracht; regio's, steden en vastgoed; energie en water; transport en mobiliteit; sociaal beleid, bestuur, onderwijs, en gezondheidszorg. Wij hechten grote waarde aan onze onafhankelijkheid, integriteit en samenwerkingspartners. Ecorys-medewerkers zijn betrokken experts met ruime ervaring in de academische wereld en adviespraktijk, die hun kennis en best practices binnen het bedrijf en met internationale samenwerkingspartners delen.

Ecorys Nederland voert een actief MVO-beleid en heeft een ISO14001-certificaat, de internationale standaard voor milieumanagementsystemen. Onze doelen op het gebied van duurzame bedrijfsvoering zijn vertaald in ons bedrijfsbeleid en in praktische maatregelen gericht op mensen, milieu en opbrengst. Zo gebruiken we 100% groene stroom, kopen we onze CO<sub>2</sub>-uitstoot af, stimuleren we het OV-gebruik onder onze medewerkers, en printen we onze documenten op FSC- of PEFC-gecertificeerd papier. Door deze acties is onze CO<sub>2</sub>-voetafdruk sinds 2007 met ca. 80% afgenomen.

ECORYS Nederland BV  
Watermanweg 44  
3067 GG Rotterdam

Postbus 4175  
3006 AD Rotterdam  
Nederland

T 010 453 88 00  
F 010 453 07 68  
E [netherlands@ecorys.com](mailto:netherlands@ecorys.com)  
K.v.K. nr. 24316726

**W [www.ecorys.nl](http://www.ecorys.nl)**

# Inhoudsopgave

|       |                                                                        |    |
|-------|------------------------------------------------------------------------|----|
| 1     | Inleiding                                                              | 5  |
| 1.1   | Aanleiding                                                             | 5  |
| 1.2   | Vraagstelling                                                          | 5  |
| 1.3   | Centrale thema's voor regio Rivierenland                               | 5  |
| 1.4   | Proces naar een regionale detailhandelsvisie                           | 5  |
| 1.5   | Leeswijzer                                                             | 6  |
| 2     | Analyse winkellandschap Rivierenland                                   | 7  |
| 2.1   | Winkelstructuur Rivierenland                                           | 7  |
| 2.1.1 | Aanbod per gemeente                                                    | 7  |
| 2.1.2 | Hiërarchie in winkelgebieden                                           | 10 |
| 2.1.3 | Regionale positie Rivierenland                                         | 12 |
| 2.2   | Ontwikkeling toekomstige vraag naar detailhandel                       | 13 |
| 2.3   | Toekomstige mogelijkheden detailhandel                                 | 15 |
| 2.3.1 | Uitbreidingspotentieel                                                 | 15 |
| 2.3.2 | Bestaande plannen in Rivierenland                                      | 16 |
| 2.3.3 | Concrete mogelijkheden detailhandel Rivierenland                       | 17 |
| 2.4   | Inspelen op belangrijke trends en ontwikkelingen in de detailhandel    | 17 |
| 2.5   | Conclusies                                                             | 18 |
| 3     | Kaders voor nieuw detailhandelsbeleid                                  | 19 |
| 3.1   | Provinciaal beleidskader: Omgevingsvisie Gelderland                    | 19 |
| 3.1.1 | Detailhandel                                                           | 19 |
| 3.2   | Juridisch-planologisch kader                                           | 21 |
| 3.2.1 | Europese dienstenrichtlijn                                             | 21 |
| 3.2.2 | Jurisprudentie                                                         | 21 |
| 3.2.3 | Duurzame ontvricting                                                   | 22 |
| 3.2.4 | Ruimtelijke ordeningsmotieven                                          | 23 |
| 3.2.5 | Ladder voor duurzame verstedelijking                                   | 23 |
| 4     | Visie op toekomstige winkelstructuur                                   | 24 |
| 4.1   | Algemeen                                                               | 24 |
| 4.2   | Vertaling naar beleid: Thema's detailhandelsvisie Rivierenland         | 25 |
| 4.2.1 | Regionale samenhang en hiërarchie                                      | 25 |
| 4.2.2 | Leefbaarheid in kleine kernen                                          | 27 |
| 4.2.3 | Fysieke vestiging internetwinkels                                      | 28 |
| 4.3   | Randvoorwaarden voor goed werkend detailhandelsbeleid                  | 29 |
| 5     | Bijlagen                                                               | 31 |
| 5.1   | Benchmarkvergelijking horeca                                           | 31 |
| 5.2   | Locatus definities winkelgebieden                                      | 31 |
| 5.3   | Betrokken personen detailhandelsvisie Rivierenland                     | 33 |
| 5.3.1 | Ambtelijke projectgroep                                                | 33 |
| 5.3.2 | Vertegenwoordigers ondernemers- en winkeliersverenigingen Rivierenland | 33 |
| 5.4   | Indeling detailhandelsgroepen naar hoofdbanches                        | 34 |
| 5.5   | Elementen Ruimtelijke effectstudie                                     | 34 |

|        |                                   |    |
|--------|-----------------------------------|----|
| 5.6    | Factsheets Rivierenland gemeenten | 35 |
| 5.6.1  | Buren                             | 35 |
| 5.6.2  | Culemborg                         | 37 |
| 5.6.3  | Druten                            | 38 |
| 5.6.4  | Geldermalsen                      | 39 |
| 5.6.5  | Lingewaal                         | 41 |
| 5.6.6  | Maasdriel                         | 42 |
| 5.6.7  | Neder-Betuwe                      | 44 |
| 5.6.8  | Neerijnen                         | 46 |
| 5.6.9  | Tiel                              | 47 |
| 5.6.10 | West Maas en Waal                 | 48 |
| 5.6.11 | Zaltbommel                        | 50 |

# 1 Inleiding

## 1.1 Aanleiding

De gemeenten in regio Rivierenland worden geconfronteerd met belangrijke ontwikkelingen op het gebied van de detailhandel die invloed hebben op het functioneren van winkelgebieden. Het aantal webwinkels neemt toe, terwijl de omzet van de fysieke winkels daalt en de leegstand mede als gevolg daarvan toeneemt. Het winkelvoorzieningsniveau komt hierdoor onder druk te staan, vooral in de kleine kernen.

Regio Rivierenland heeft behoefte aan een regionale detailhandelsvisie. Een eenduidige gezamenlijke visie op de detailhandelsstructuur is de voorwaarde om een toekomstbestendig aantrekkelijk regionaal winkelvoorzieningsniveau in Rivierenland te waarborgen. De regionale visie moet leiden tot versterking van de koopkrachtbinding binnen Rivierenland en een omgeving waarin marktpartijen en overheid durven en kunnen investeren.

## 1.2 Vraagstelling

De centrale vraagstelling in het kader van de nieuwe regionale detailhandelsvisie is als volgt:

***Hoe ziet de optimale toekomstige detailhandelstructuur van regio Rivierland er uit, waarbij ingespeeld wordt op structurele ontwikkelingen in de detailhandel en regio en tevens een kader biedt voor nieuwe winkelontwikkelingen?***

## 1.3 Centrale thema's voor regio Rivierenland

In de vraagstelling die is opgesteld door de regio is een aantal centrale thema's geformuleerd die de belangrijkste beleidspunten voor deze detailhandelsvisie bepalen. De volgende thema's c.q. onderwerpen staan centraal in het toekomstig beleid:

- Streven naar een optimale samenhang in de regio
- Toekomstige positie van de perifere detailhandel
- Behouden van de leefbaarheid in kernen
- Inspelen op de fysieke vestiging van internetbedrijven c.q. webwinkels

## 1.4 Proces naar een regionale detailhandelsvisie

In het proces naar een nieuwe detailhandelsvisie voor Rivierenland heeft een aantal interactieve sessies plaatsgevonden met vertegenwoordigers van de gemeenten. In deze sessies is een gezamenlijke koers bepaald ten aanzien van het toekomstig beleid op het gebied van detailhandel. De gemeenten hebben de volgende randvoorwaarden voor deze detailhandelsvisie bepaald:

- Compacte visie, met focus op thema's die regionaal invloed hebben (bijv. XL supermarkten, Retail parken, IKEA, etc.)
- (On)mogelijkheden voor nieuwe detailhandel
- Toekomstige winkelstructuur Rivierenland, waarbij gemeenten elkaar versterken en niet beconcurreren
- Rekening houden met verhoudingen binnen de regio en oriëntatie consument (onder en boven de rivieren)

- Oog hebben voor buiten-regionale invloeden en ontwikkelingen en innemen gezamenlijk standpunt
- Inzicht geven waar mogelijk in de toekomst problemen ontstaan in detailhandel
- Beginnen met regionale visie: een afwegingskader voor nieuwe initiatieven (wat is waar in de toekomst mogelijk) is voor sommige gemeenten een brug te ver

Daarnaast heeft er een bijeenkomst plaatsgevonden met een groep vertegenwoordigers van ondernemers- en/of winkeliersverenigingen uit de verschillende regio gemeenten. Ook in deze bijeenkomst is zeer interessante informatie en zijn belangrijke standpunten ten aanzien van de detailhandel over het voetlicht gebracht.

## 1.5 Leeswijzer

De detailhandelsvisie Rivierenland begint in hoofdstuk 2 met de analyse van de winkelstructuur van de regio en vergelijkt dit met het Nederlands gemiddelde. Daarbij wordt stil gestaan bij de bijzondere positie en ligging van Rivierenland in de grotere regio. In hoofdstuk 3 worden vervolgens de kaders beschreven waarbinnen het nieuwe detailhandelsbeleid geformuleerd dient te worden. Daarna wordt in hoofdstuk 4 de visie op de detailhandelstructuur gegeven en de vertaling naar beleid. Tevens komen de randvoorwaarden aan bod, om er voor te zorgen dat het beleid ook goed zal gaan werken.



## 2 Analyse winkellandschap Rivierenland

### 2.1 Winkelstructuur Rivierenland

#### 2.1.1 Aanbod per gemeente

Regio Rivierenland bestaat officieel uit tien gemeenten, maar in het kader van deze detailhandelsvisie wordt ook de gemeente Druten tot de regio gerekend. Binnen deze elf gemeenten liggen in totaal 81 woonplaatsen. In 75 van de 81 woonplaatsen zijn detailhandelsvestigingen aanwezig. Dit geeft aan dat het winkelaanbod in regio Rivierenland zeer verspreid is binnen de regio, met sterke verschillen per gemeente en tevens tussen de woonplaatsen binnen de gemeenten.

Tabel 2.1 Winkelaanbod per gemeente (in m<sup>2</sup> wvo)

|                   | Leegstand     | Dagelijks     | Mode & Luxe   | Vrije Tijd    | In/Om Huis     | Overig        | Totaal         |
|-------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|----------------|---------------|----------------|
| Buren             | 656           | 6.615         | 1.107         | 1.125         | 15.063         | 235           | 24.801         |
| Culemborg         | 4.683         | 9.162         | 8.572         | 5.821         | 36.608         | 760           | 65.606         |
| Druten            | 3.361         | 6.165         | 9.431         | 2.581         | 13.497         | 712           | 35.747         |
| Geldermalsen      | 911           | 8.608         | 6.549         | 1.196         | 21.657         | 623           | 39.544         |
| Lingewaal         | 249           | 1736          | 638           | 418           | 10422          | 882           | 14.345         |
| Maasdriel         | 2.917         | 9.335         | 3.804         | 1.095         | 16.007         | 957           | 34.115         |
| Neder-Betuwe      | 2.437         | 6.027         | 5.432         | 1.575         | 34.886         | 856           | 51.213         |
| Neerijnen         | 235           | 2.104         | 446           | 140           | 7.655          | 20            | 10.600         |
| Tiel              | 4.302         | 14.323        | 20.651        | 3.839         | 42.418         | 3.012         | 88.545         |
| West Maas En Waal | 6.022         | 6.220         | 4.385         | 2.604         | 23.239         | 1.951         | 44.421         |
| Zaltbommel        | 2.977         | 10.045        | 7.932         | 1.471         | 26.319         | 1.010         | 49.754         |
| <b>Totaal</b>     | <b>28.750</b> | <b>80.340</b> | <b>68.947</b> | <b>21.865</b> | <b>247.771</b> | <b>11.018</b> | <b>458.691</b> |

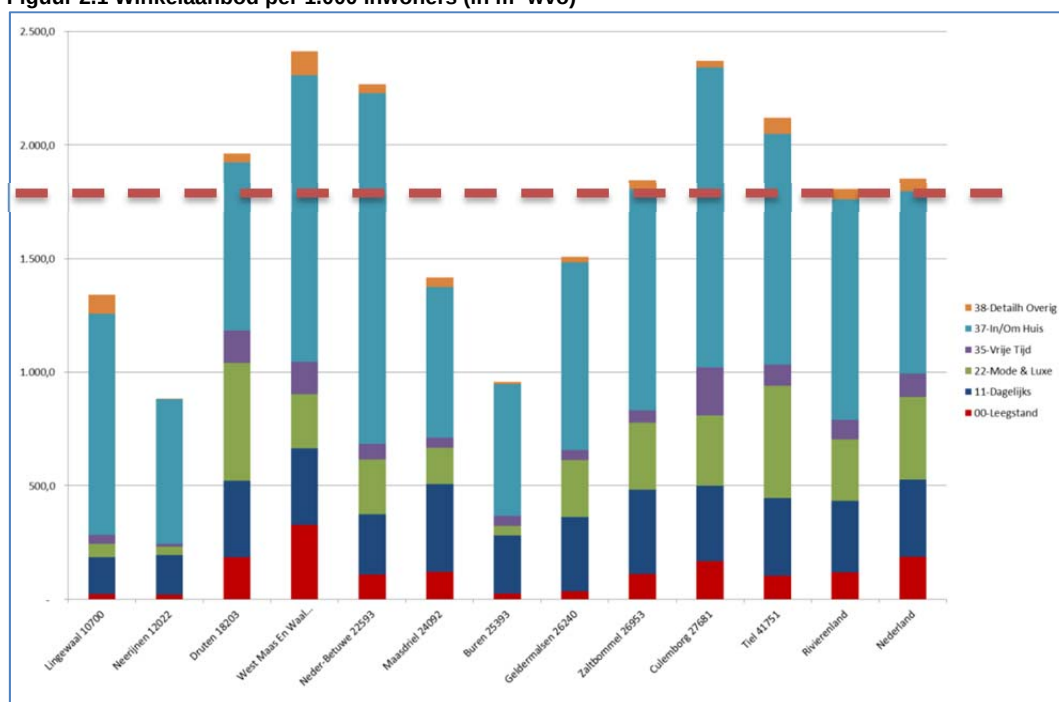
Bron: Locatus Retailverkenner, bewerking Ecorys

In tabel 2.1 is te zien dat het winkelaanbod in de regio het sterkst vertegenwoordigd is in de gemeente Tiel, gevolgd door Culemborg, Neder-Betuwe Zaltbommel en West-Maas en Waal. Ten aanzien van het winkelaanbod in de regio vallen de volgende aspecten op:

- Relatief lage leegstand (ca. 6%) in de regio vergeleken met het Nederlands gemiddelde (6,5%)
- Groot verschillen in winkelaanbod tussen gemeenten
- Sterk recreatief winkelaanbod (Mode & Luxe) in de gemeente Tiel
- Het totale winkelvloeroppervlak in regio Rivierenland beslaat bijna 460.000 m<sup>2</sup>. Ter vergelijking, dit metrage is kleiner dan het totale metrage in de gemeente Utrecht (540.000 m<sup>2</sup> wvo). Wel is het aantal inwoners in Utrecht (ca. 310.000) hoger dan in regio Rivierenland (ca. 254.000).

In de onderstaande figuur<sup>1</sup> is het winkelaanbod in de regio relatief gemaakt, door het winkelvloeroppervlak per 1.000 inwoners te berekenen. Hierdoor is een onderlinge vergelijking mogelijk tussen gemeenten binnen de regio en de regio ten opzichte van het Nederlands gemiddelde.

**Figuur 2.1 Winkelaanbod per 1.000 inwoners (in m<sup>2</sup> wvo)**



Bron: Locatus Retailverkenner, bewerking Ecorys

In figuur 2.1 valt op dat het winkelaanbod (per 1.000 inwoners) in regio Rivierland op het zelfde niveau ligt als het Nederlands gemiddelde. In de grafiek vallen de volgende aspecten op:

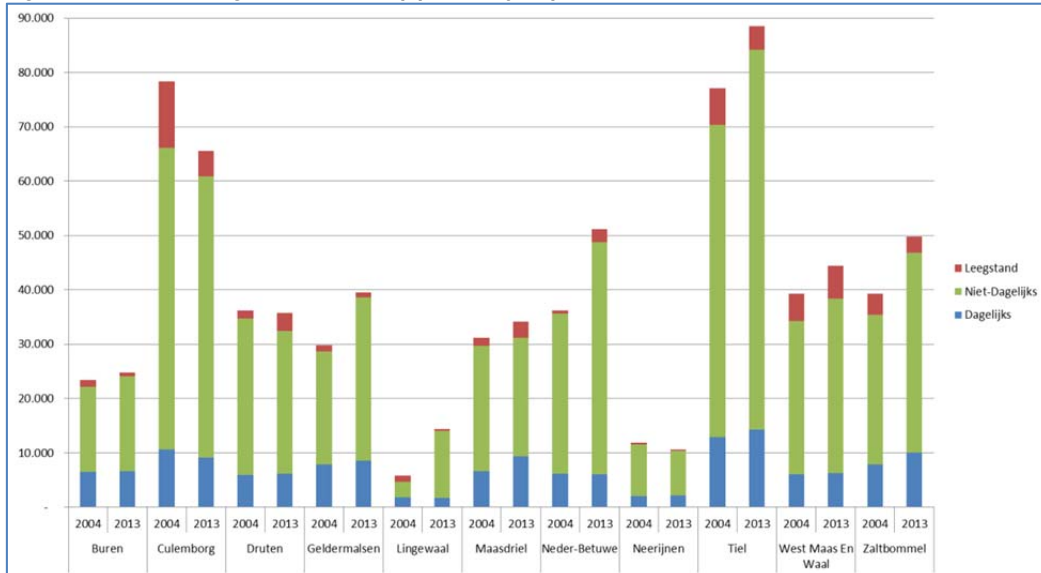
- Vergeleken met het Nederlands gemiddelde is de groep Mode & Luxe beperkt vertegenwoordigd in Rivierland. Druten en Tiel hebben relatief veel aanbod in de groep Mode & Luxe. Daarentegen is de leegstand lager en is het aanbod in de groep In/Om Huis aanzienlijk groter.
- Er zijn grote verschillen in het winkelaanbod (per 1.000 inwoners) tussen de gemeenten in de regio. Deze verschillen zijn met name te vinden in de groep Mode & Luxe en In/Om Huis.
- De gemeente Neerijnen en Buren hebben, ten opzichte van de andere gemeenten in de regio, een zeer beperkt winkelaanbod, dat vooral gericht is op de dagelijkse voorzieningen en In/Om Huis.
- Dat een aantal gemeenten 'achterloopt' met het winkelaanbod (vergeleken met het Nederlands gemiddelde) wil op voorhand niet zeggen dat er automatisch mogelijkheden bestaan voor het uitbreiden van het winkelaanbod. Regio Rivierland kent naast de afvloeiing in de niet-dagelijkse sector, sterke onderlinge verschillen tussen gemeenten op het gebied van koopstromen, mede als gevolg van de rivieren en snelwegen, waardoor (op hoofdlijnen) een deel op het noorden en een deel op het zuiden georiënteerd is.

<sup>1</sup> Tot de groep 'Detailhandel overig' worden winkels gerekend zoals een tweedehandswinkel, legerdump, feestartikelen, etc.

### Ontwikkeling van het winkelaanbod per gemeente

In Nederland is het winkelvloeroppervlak met een groei van 3,9 miljoen m<sup>2</sup> in de periode 2004 – 2013 sterk toegenomen. Een dergelijke procentuele groei heeft in Rivierenland niet plaatsgevonden, hoewel het totale winkelvloeroppervlak met circa 53.000 m<sup>2</sup> is gestegen. In figuur 2.2 is de groei in de detailhandel van Rivierenland weergegeven. Hierin is een duidelijke ontwikkeling in veel gemeenten zichtbaar op het gebied van de niet-dagelijkse sector. In de dagelijkse sector is een beperkte groei zichtbaar. Ook de ontwikkeling van de leegstand laat geen zorgelijke ontwikkeling zien en neemt in een aantal gemeenten zelfs af.

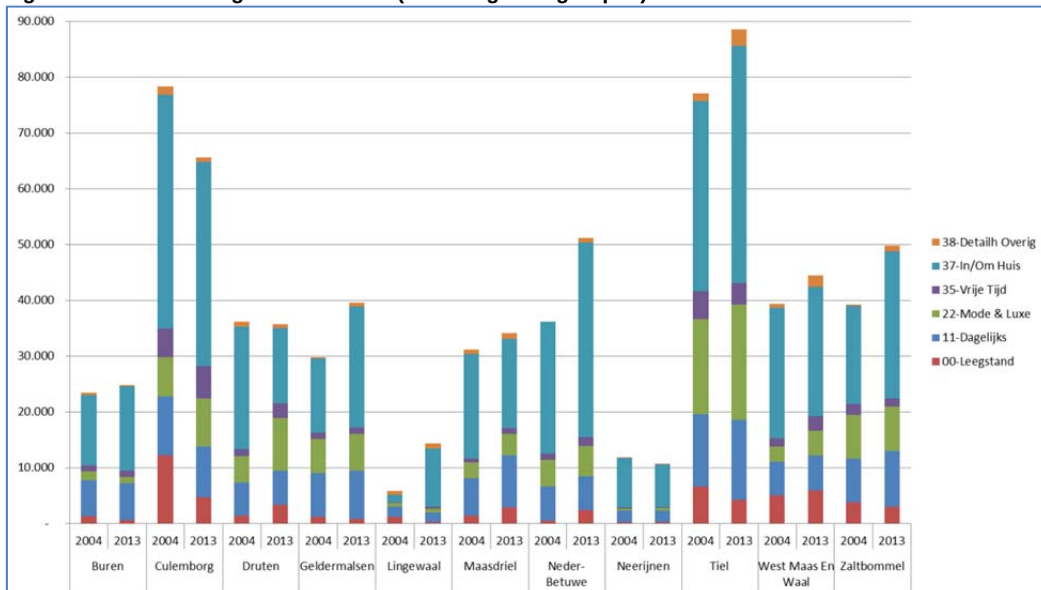
**Figuur 2.2 Ontwikkeling winkelaanbod (op hoofdlijnen)**



Bron: Locatus Retailverkenner, bewerking Ecorys

In de onderstaande figuur is een verdere uitsplitsing naar hoofdgroepen gemaakt. Hierin valt met name op dat de groei van het winkelvloeroppervlak in de groep In/Om Huis heeft plaatsgevonden. Het winkelaanbod in de Mode & Luxe groep blijft in veel gemeenten beperkt aanwezig.

**Figuur 2.3 Ontwikkeling winkelaanbod (verdeling naar groepen)**



Bron: Locatus Retailverkenner, bewerking Ecorys

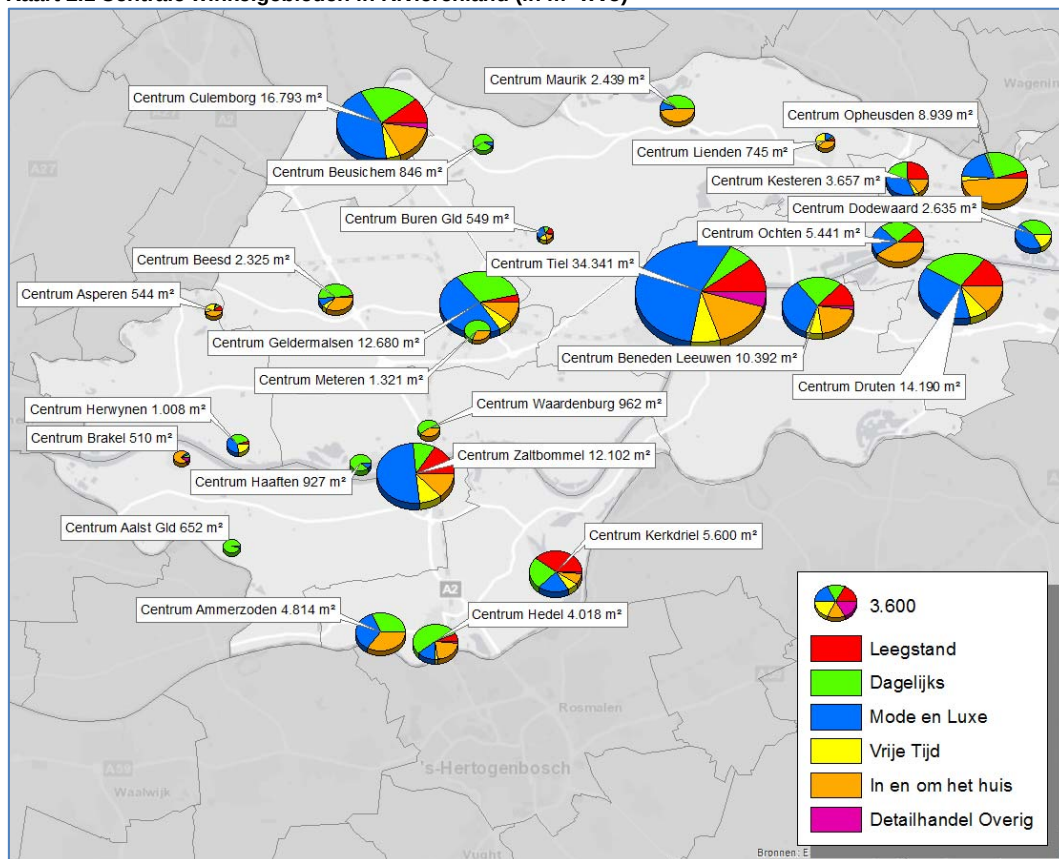
### 2.1.2 Hiërarchie in winkelgebieden

In deze paragraaf ligt de focus op de centrale winkelgebieden en grootschalige concentraties, omdat deze type winkelgebieden vaak invloed hebben op de koopstromen tussen gemeenten, in tegenstelling tot de dagelijkse winkelveorzieningen die vooral een lokale verzorgingsfunctie hebben.

#### Centrale winkelgebieden

Binnen de regio is een sterke hiërarchische structuur aanwezig ten aanzien van de centrale winkelgebieden. Met centrale winkelgebieden bedoelen we de binnensteden c.q. centrumgebieden in de verschillende gemeenten en kernen (een uitgebreide toelichting op de definities van winkelgebieden is opgenomen in de bijlage).

Kaart 2.1 Centrale winkelgebieden in Rivierenland (in m<sup>2</sup> vwo)



Bron: Locatus Retailverkenner, bewerking Ecorys

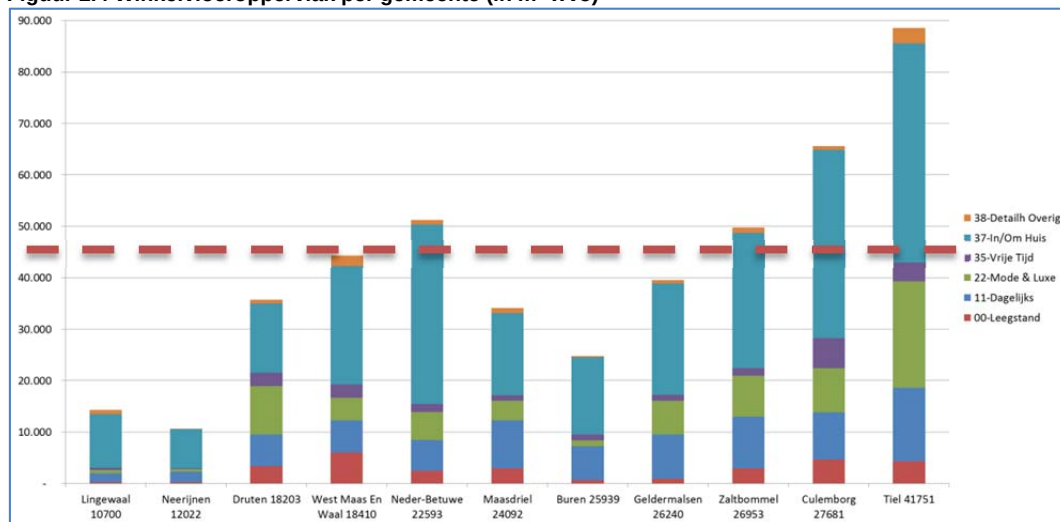
In regio Rivierenland staat het centrum van Tiel aan de top van de hiërarchie. Het centrum heeft een aantrekkingskracht op consumenten in de nabij gelegen gemeenten (o.a. o de gemeente Buren, Neder-Betuwe en Neerijnen<sup>2</sup>). Hieronder staan de centrumgebieden van Zaltbommel, Culemborg, Geldermalsen en Druten. Deze winkelgebieden hebben een bredere verzorgingsfunctie (boven-lokaal) en weten ook consumenten uit nabijgelegen gemeenten aan te trekken.

Ten aanzien van de bestaande hiërarchie in de centrale winkelgebieden zien we dat er relatief veel (zeer) kleine winkelgebieden (< 1.500 m<sup>2</sup> vwo) bestaan die mogelijk in de toekomst verder onder druk komen te staan als gevolg van afnemend draagvlak en toenemende concurrentie in de detailhandel. Het is niet onwaarschijnlijk dat deze 'onderkant' in de toekomst zal verdwijnen.

<sup>2</sup> Bron: Koopstromen- en passantenonderzoek Tiel 2011, DTNP

In figuur 2.4 is het winkelaanbod per gemeente gesorteerd op het aantal inwoners van de gemeenten. Hierin valt op dat er geen duidelijke relatie is in Rivierenland tussen het aantal inwoners binnen de gemeente en het winkelaanbod. Dit kan enerzijds duiden op veel intergemeentelijke koopstromen of anderzijds een groot aantal winkels dat of heel goed of heel slecht functioneert. Wij gaan uit van het eerste, getuige de relatieve lage winkelleegstand in de gemeenten. Wel verwachten we dat ook in Rivierenland de omzetten in de detailhandel onder druk staan, vooral in de groep In/Om Huis. De gestippelde lijn geeft het gemiddelde winkelvloeroppervlak in de regio per gemeente aan.

**Figuur 2.4 Winkelvloeroppervlak per gemeente (in m<sup>2</sup> vvo)**



Bron: Locatus Retailverkenner, bewerking Ecorys

#### *Grootschalige winkelclusters en verspreide bewinkeling*

Het aantal grootschalige winkelgebieden in regio Rivierenland is zeer beperkt. In totaal zijn er twee grootschalige winkelgebieden, te weten Latenstein in Tiel (ca. 10.000 m<sup>2</sup> vvo) en de Anthony van Diemenstraat in Culemborg (ca. 13.000 m<sup>2</sup> vvo). Voor Latenstein zijn er mogelijkheden om het bestaande metrage uit te breiden naar in totaal 30.000 m<sup>2</sup> bvo<sup>3</sup>.

**Tabel 2.2 Verspreide bewinkeling in Rivierenland (in m<sup>2</sup> vvo)**

|                   | Bebouwde kom   | Bedrijfsterrein | Buiten bebouwde kom |
|-------------------|----------------|-----------------|---------------------|
| Buren             | 12.106         | 1.590           | 6.526               |
| Culemborg         | 10.259         | 16.707          | 2.836               |
| Druten            | 13.825         | 4.807           | 2.925               |
| Geldermalsen      | 15.102         | 6.933           | 1.183               |
| Lingewaal         | 3.432          | 1.000           | 8.361               |
| Maasdriel         | 10.092         | 2.490           | 5.129               |
| Neder-Betuwe      | 2.657          | 18.464          | 9.420               |
| Neerijnen         | 4.796          | 1.338           | 2.577               |
| Tiel              | 6.438          | 16.422          | 9.376               |
| West Maas En Waal | 9.810          | 4.960           | 6.630               |
| Zaltbommel        | 18.424         | 11.724          | 2.206               |
| <b>Totaal</b>     | <b>106.941</b> | <b>86.435</b>   | <b>57.169</b>       |

Bron: Locatus Retailverkenner, bewerking Ecorys

<sup>3</sup> Bron: Detailhandelsnota Tiel 2012-2017, DTNP

Een ander opvallend aspect van de winkelstructuur in Rivierenland is de hoge mate van verspreide bewinkeling. Dit betekent dat relatief veel winkels in de regio solitair gelegen zijn buiten de bestaande winkelgebieden. Van het totale winkelvloeroppervlak in Rivierenland ligt bijna 55% buiten de winkelgebieden, terwijl dit in Nederland gemiddeld circa 30% is. Dit maakt een deel van deze winkelvoorzieningen extra kwetsbaar, waardoor de kans op leegstand groter is naar de toekomst toe. Daarnaast profiteren deze winkels te weinig van elkaar en dient er gekeken te worden naar mogelijke kansen voor meer clustering.

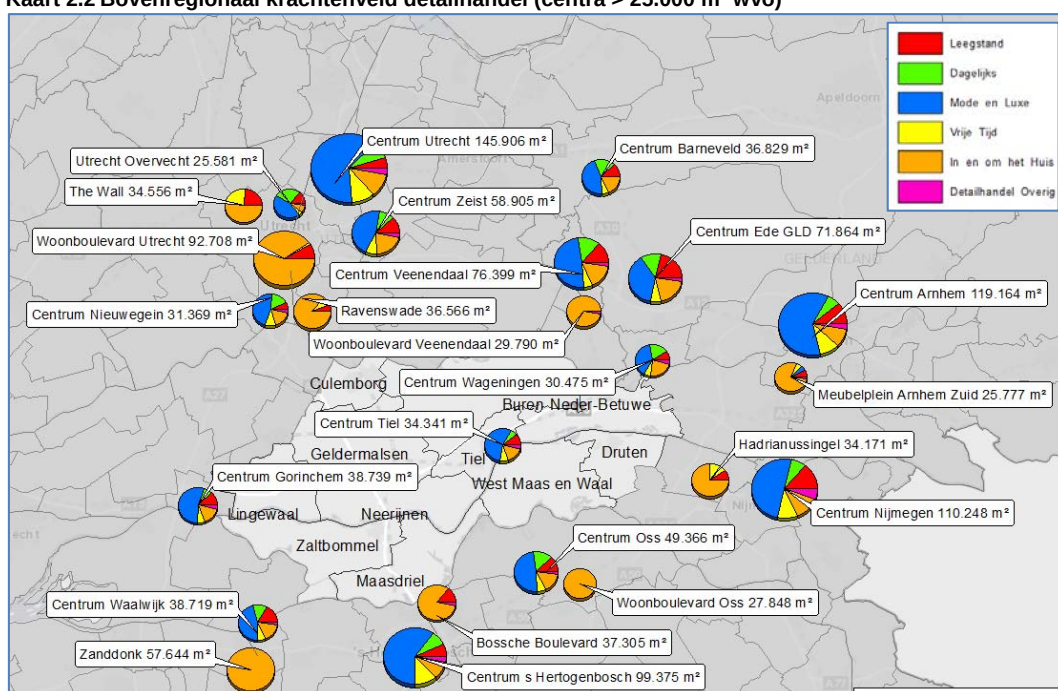
De winkels die tot de verspreide bewinkeling gerekend worden behoren met name tot de groep In/Om Huis. Van de verspreide bewinkeling op bedrijventerreinen en buiten de bebouwde kom valt 86-87% tot deze groep. Voor verspreide winkels binnen de bebouwde kom is dit 62%.

### 2.1.3 Regionale positie Rivierenland

Regio Rivierenland is een bijzondere regio, onder meer op het gebied van detailhandel. In de onderstaande kaart is duidelijk te zien hoe het speelveld buiten regio Rivierenland er uit ziet ten opzichte van het grootste recreatieve winkelgebied (centrum Tiel) binnen de regio.

Regio Rivierenland heeft geen grootschalige (recreatieve) winkelgebieden met uitzondering van Tiel. Daarnaast is de regio omringd door winkelgebieden met een hoog recreatief karakter en sterke aantrekkingskracht zoals het centrum van Utrecht, Arnhem, Nijmegen, Veenendaal en Den Bosch.

Kaart 2.2 Bovenregionaal krachtenveld detailhandel (centra > 25.000 m<sup>2</sup> wvo)



Bron: Locatus Retailverkenner, bewerking Ecorys

Op basis van deze positie ten opzichte van het gebied rondom Rivierenland en het (zeer) kleinschalige karakter van winkelgebieden binnen de regio, is het verstandig om kritisch te kijken naar plannen voor nieuwe winkelgebieden met een recreatieve functie. Wel denken we dat de verdere versterking van het winkelaanbod in de binnenstad van Tiel een positieve en noodzakelijke bijdrage levert aan de regionale positie.



### Winkelplannen buiten de regio

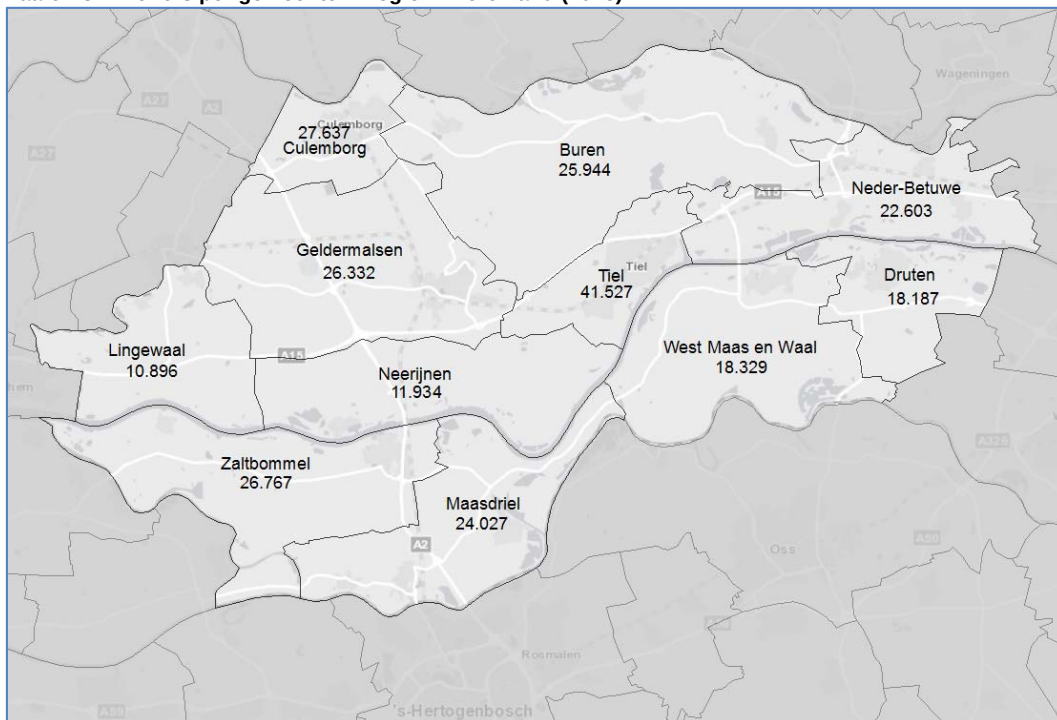
Buiten de regio spelen verschillende concrete winkelontwikkelingen. Deel gaat het om uitbreiding c.q. vergroting van bestaande winkelgebieden. Daarnaast speelt ook een aantal perifere ontwikkelingen op nieuwe locaties. Het is verstandig om met de regio een gezamenlijk standpunt in te nemen voor of tegen dergelijke ontwikkelingen, omdat de kans bestaat dat bepaalde ontwikkelingen een negatief effect hebben op de winkelstructuur. De winkelontwikkelingen die op dit moment spelen in de nabijheid van Rivierenland zijn:

- Duiven: Uitbreiding met vestiging van Saturn
- Rijnhal Arnhem: vestiging Decathlon
- Ressen: vestiging Hornbach
- Centrum Utrecht (Hoog Catharijne)
- Utrecht Kanaleneiland Woonboulevard (o.a. uitbreiding IKEA)
- Centrum Den Bosch (GZG terrein)
- Ontwikkeling wijkwinkelcentrum Gorinchem-Oost

## 2.2 Ontwikkeling toekomstige vraag naar detailhandel

De toekomstige vraag naar detailhandel is sterk afhankelijk van de ontwikkeling van het draagvlak c.q. het aantal inwoners. In de onderstaande kaart is het huidige aantal inwoners per gemeente in Rivierenland weergegeven. Alle gemeenten zijn wat betreft inwoneraantal relatief klein.

**Kaart 2.3 Inwoners per gemeente in regio Rivierenland (2013)**



Bron: CBS

In tabel 2.3 is de bevolkingsprognose van de provincie Gelderland per gemeente weergegeven. Hierbij is ook gebruik gemaakt van provinciale bevolkingsprognoses, omdat deze bron specifiek ingaat op de ontwikkeling dan het CBS. Hierin is te zien dat het in zeven gemeenten de bevolking nog toeneemt, hoewel dit een relatief beperkte groei is. Daarentegen vindt er bevolkingskrimp plaats in Culemborg, Geldermalsen, West Maas en Waal en Druten. Deze bevolkingskrimp zal direct invloed hebben op het functioneren van de detailhandel in deze gemeenten. In het licht van

de krimp is het verstandig om toekomstige plannen voor uitbreiding van het winkelaanbod in de krimp gemeenten extra kritisch te beoordelen, waarbij gedacht kan worden aan bepaalde eisen waar plannen aan moeten voldoen.

**Tabel 2.3 Bevolkingsontwikkeling gemeenten Rivierenland**

|                   | 2013           | 2020           | 2030           | 2013 - 2030  |
|-------------------|----------------|----------------|----------------|--------------|
| Buren             | 25.944         | 26.017         | 26.104         | 160          |
| Culemborg         | 27.637         | 27.921         | 27.365         | -272         |
| Geldermalsen      | 26.332         | 26.652         | 26.173         | -159         |
| Lingewaal         | 10.896         | 11.303         | 11.999         | 1.103        |
| Maasdriel         | 24.027         | 24.121         | 24.163         | 136          |
| Neder-Betuwe      | 22.603         | 23.135         | 22.734         | 131          |
| Neerijnen         | 11.934         | 12.211         | 12.826         | 892          |
| Tiel              | 41.527         | 41.934         | 41.705         | 178          |
| West Maas en Waal | 18.329         | 18.286         | 17.997         | -332         |
| Zaltbommel        | 26.767         | 27.971         | 27.913         | 1.146        |
| Druten            | 18.187         | 18.264         | 17.769         | -418         |
| <b>Totaal</b>     | <b>254.183</b> | <b>257.815</b> | <b>256.748</b> | <b>2.565</b> |

Bron: CBS en prognose Provincie Gelderland



## 2.3 Toekomstige mogelijkheden detailhandel

### 2.3.1 Uitbreidingspotentieel

Er bestaan verschillende methoden om te bepalen of er uitbreidingspotentieel in de detailhandel aanwezig is. Vaak wordt gebruik gemaakt van traditionele distributieplanologische berekeningen op basis van koopstromenonderzoeken, Locatus en kengetallen van het Hoofdbedrijfschap Detailhandel. Voor regio Rivierenland zijn geen koopstromen beschikbaar, zodat we hier gekozen hebben om het winkelaanbod in de regio te vergelijken met het Nederlands gemiddelde.

**Tabel 2.4 Winkelaanbod Rivierenland vergeleken met Nederlands gemiddelde (in m<sup>2</sup> / 1.000 inw.)**

| Hoofdbranches                    | Rivierenland | Nederland    | Vershil   |
|----------------------------------|--------------|--------------|-----------|
| Leegstand                        | 113          | 187          | 74        |
| Levensmiddelen                   | 284          | 293          | 9         |
| Persoonlijke Verzorging          | 31           | 47           | 16        |
| Warenhuis                        | 26           | 51           | 25        |
| Kleding & Mode                   | 132          | 188          | 55        |
| Schoenen & Lederwaren            | 26           | 46           | 20        |
| Juwelier & Optiek                | 11           | 15           | 4         |
| Huishoudelijke- & Luxe Artikelen | 55           | 54           | -1        |
| Antiek & Kunst                   | 20           | 9            | -12       |
| Sport & Spel                     | 45           | 67           | 22        |
| Hobby                            | 23           | 14           | -9        |
| Media                            | 18           | 21           | 3         |
| Plant & Dier                     | 253          | 168          | -85       |
| Bruin & Witgoed                  | 35           | 45           | 11        |
| Auto & Fiets                     | 47           | 40           | -7        |
| Doe-Het-Zelf                     | 191          | 161          | -30       |
| Wonen                            | 448          | 390          | -58       |
| Detailhandel Overig              | 43           | 55           | 12        |
| <b>Totaal</b>                    | <b>1.802</b> | <b>1.853</b> | <b>51</b> |

Bron: Locatus Retailverkenner, bewerking Ecorys

Op basis van de bovenstaande (relatieve) vergelijking ontstaat het beeld dat er in veel hoofdbranches uitbreidingspotentieel aanwezig is in Rivierenland. Dit is vooral in de recreatieve winkelbranches zoals warenhuis, Kleding & Mode, Schoenen & Lederwaren en Juwelier en Optiek. Daarentegen zijn er ook veel branches waarvan het winkelaanbod in Rivierenland het gemiddelde van Nederland overstijgt. Dit 'overaanbod' is vooral te vinden in de doelgerichte winkelbranches, zoals Plant & Dier, Auto & Fiets, Doe-Het-Zelf en Wonen. De gemiddelde omzet per vierkante meter zal in deze branches relatief laag liggen, waardoor de kans op leegstand in de toekomst groter is, mede gelet op de afnemende bestedingen in deze sectoren en de schaalvergroting die plaats.

### 2.3.2 Bestaande plannen in Rivierenland

In het kader van de uitbreidingsmogelijkheden van de detailhandel in Rivierenland is het van belang om het overzicht te hebben van de bestaande winkelprojecten. In tabel 2.5 zijn deze winkelprojecten per gemeente weergegeven.

**Tabel 2.5 Winkelplannen Rivierenland**

| Gemeente          | Project                                                                                                | Bereik                  |
|-------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|
| West-Maas en Waal | Ontwikkeling dorpshart Dreumel                                                                         | Lokaal                  |
| Buren             | Verplaatsing Emte in Beusichem                                                                         | Lokaal                  |
|                   | MCD in Buren wil uitbreiden                                                                            | Lokaal                  |
|                   | Mogelijke uitbreiding C1000/Jumbo in Maurik                                                            | Lokaal                  |
|                   | Ontwikkeling cluster Lienden (drieslag)                                                                | Bovenlokaal             |
| Neerijnen         | Verplaatsing COOP in Waardenburg buiten het centrum                                                    | Lokaal                  |
| Culemborg         | Verplaatsing AH buiten het centrum (stationsgebied) in combinatie met herontwikkeling diverse functies | Lokaal / Bovenlokaal    |
|                   | Herontwikkeling winkelcentrum Chopinplein                                                              | Lokaal                  |
|                   | Uitbreiding winkelcentrum Parijsch                                                                     | Lokaal                  |
| Geldermalsen      | Uitbreiding MCD in Beesd                                                                               | Lokaal                  |
|                   | Verplaatsing en uitbreiding Coop supermarkt                                                            | Lokaal                  |
|                   | Ontwikkeling Hondsgemet (bestemd volumineuze detailhandel)                                             | Bovenlokaal / Regionaal |
|                   |                                                                                                        |                         |
| Zaltbommel        | Plan Spoorveste – Leisure en detailhandel                                                              | Bovenlokaal             |
|                   | Wildeman: 4,5 ha (bestemd volumineuze detailhandel)                                                    | Bovenlokaal             |
| Tiel              | Ontwikkeling 3 Poorten in centrum Tiel                                                                 | Bovenlokaal / Regionaal |
|                   | Retail Park Latenstein (16.000 m2 uitbreiding)                                                         | Bovenlokaal / Regionaal |
|                   | Verplaatsing en uitbreiding winkelcentrum Kwadrant                                                     | Lokaal                  |
| Maasdriel         | Centrumplan Kerkdriel                                                                                  | Lokaal                  |
| Neder-Betuwe      | Winkelconcentratie Kesteren                                                                            | Lokaal                  |
|                   | Winkelconcentratie Ochten                                                                              | Lokaal                  |
|                   | Verplaatsing en uitbreiding Aldi Opheusden                                                             | Lokaal                  |
| Druten            | Herontwikkeling van de Markt                                                                           | Lokaal                  |

Bron: Gemeenten regio Rivierenland

In de bovenstaande tabel vallen de volgende aspecten op:

- De meeste winkelplannen in de regio hebben een lokaal bereik en zijn van beperkte omvang (o.a. uitplaatsing en schaalvergroting supermarkten);
- De uitbreiding van het winkelaanbod ligt voornamelijk in de dagelijkse sector. Uitzondering hier op is Tiel die met de plannen voor het centrum en Latenstein inzet op de recreatieve en doelgerichte winkelbranches;
- Er is een aantal potentiële projecten in de regio met mogelijke gemeente overschrijdende effecten die reden van overleg zijn geweest binnen de regio. Het gaat daarbij onder meer om de ontwikkeling van een winkelcluster (incl. supermarkt) in Lienden en een retailpark in Geldermalsen op bedrijventerrein Hondsgemet. Ten aanzien van de ontwikkeling op Hondsgemet heeft het college besloten om geen medewerking te verlenen aan de gevraagde brancheverruiming ( o.a. grootschalige detailhandel zoals Action, Bristol, Sport2000 etc.). De gemeente heeft wel een positieve grondhouding ingenomen voor een clustering van volumineuze detailhandel zoals auto's, boten, caravans, meubels, doe-het-zelf en tuin, mits hier voldoende kandidaten kunnen worden aangetoond. Het betreft een plan van 12.000 m². Het

bestemmingsplan laat deze vrijstellingsmogelijkheid ook toe en past binnen het bedrijventerreinbeleid van de gemeente Geldermalsen;

- Uit onderzoek (Bedrijven Onder Dak Rivierenland 2013) van de Kamer van Koophandel blijkt dat er voor circa 9.000 m<sup>2</sup> vraag is naar winkelruimte in Rivierenland. Dit ligt onder het totale metrage van de bestaande plannen en betekent dat de vraag grotendeels binnen de bestaande plannen en leegstaande winkelpanden geacommodeerd zal kunnen worden.
- De grootschalige projecten vinden vooral buiten de regio plaats.

### 2.3.3 Concrete mogelijkheden detailhandel Rivierenland

Uit de benchmarkvergelijking (tabel 2.4) komt duidelijk naar voren dat het winkelaanbod in de dagelijkse sector en de recreatieve winkelbranches kleiner is dan het landelijk gemiddelde. Vanwege de bestaande (harde) winkelprojecten (tabel 2.5) die inspelen op deze aanwezige 'leemte', de stabilisatie van het aantal inwoners, de toenemende (voor niet-dagelijkse) bestedingen op het internet en de versterking van de grote recreatieve centra buiten de regio, is het niet verstandig om naast de bestaande winkelplannen, nieuwe winkelprojecten met een boven-lokaal of regionaal karakter toe te staan.

Wij raden aan om het 'nee, tenzij principe' te hanteren voor nieuwe winkelprojecten, waarbij 'tenzij' van toepassing is op:

- Het clusteren van bestaande verspreide winkelvoorzieningen, in combinatie met
- Project(en) waar oude, niet courante winkelmeters herbestemd en/of herontwikkeld worden
- Het functioneren van een centrumgebied versterkt wordt en dit bewuste bestuurlijke keuze is
- Mogelijkheden om in te spelen op schaalvergroting van dagelijkse winkelvoorzieningen

***In deze regionale detailhandelsvisie staan de bestaande plannen in tabel 2.5 niet ter discussie en hebben de voorwaarden in deze visie betrekking op nieuwe detailhandelsplannen die niet in tabel 2.5 zijn opgenomen.***

## 2.4 Inspelen op belangrijke trends en ontwikkelingen in de detailhandel

Er is veel dynamiek in de Nederlandse detailhandel en er is een aantal ontwikkelingen die sterke invloed (zullen) hebben op het functioneren van de detailhandel. De belangrijkste ontwikkelingen waar in het kader van de regionale detailhandelsvisie rekening mee gehouden moet worden, zijn volgens ons:

- Polarisatie tussen recreatieve winkelgebieden; verschillen tussen zwakke en sterke winkelgebieden worden groter, door:
  - aanzienlijke investeringen in grote winkelgebieden
  - vestiging nieuwe (buitenlandse) retailers vooral in grote steden (ook pure online spelers)
  - filiaalbedrijven gericht op deze winkelgebieden
  - meer 'couleur locale' in grote winkelgebieden
- Afname van het niet-dagelijks recreatief winkelaanbod kleine kernen als gevolg van beperkt draagvlak en sterke concurrentie met grote(re) winkelgebieden;
- Schaalvergroting in supermarktenbranche, doe-het-zelf, sport-outdoor en tuincentra
- Supermarkten zijn steeds belangrijker als publiekstrekker voor winkelcentra. Zij zorgen voor grote bezoekersstromen (± 10.000 bezoekers per week) waar speciaalzaken van kunnen profiteren<sup>4</sup>;

<sup>4</sup> Bron: Detailhandelsnota Tiel 2012-2017, DTNP

- Het aantal supermarkten in kernen tot 2.000 inwoners is sterk afgenomen in de periode 2004-2012. Met de aanblijvende schaalvergroting onder supermarkten is de verwachting dat deze ontwikkeling verder doorzet. Hierdoor ontstaan mogelijk wel kansen voor clustering;
- Oriëntatie en bestedingen op het internet blijven toenemen. Een multi-channel strategie voor retailers is vaak essentieel. Daarnaast zijn ook steeds meer winkelstraten, -gebieden en -steden online vertegenwoordigd;
- Bedrijfsvoering van zelfstandige winkeliers/ondernemers zal in de toekomst verder onder druk komen te staan als gevolg van vergrijzing/opvolging, internet en koopzondagen
- De groep In/Om Huis heeft te maken met (sterk) afnemende bestedingen en een sterke toename van het winkelvloeroppervlak. Hierdoor staat het functioneren van veel winkels in deze groep onder druk en zal het aantal faillissementen toenemen;
- Demografische ontwikkelingen als vergrijzing en krimp hebben direct invloed op de detailhandelsbestedingen. In veel gebieden waar krimp en vergrijzing optreedt, zal het winkelaanbod afnemen als gevolg van dalende bestedingen.

## 2.5 Conclusies

De belangrijkste conclusies die kunnen worden getrokken op basis van de analyse van het winkellandschap in Rivierenland, zijn:

- Er is een duidelijke regionale hiërarchie tussen de bestaande winkelgebieden (met top piramide buiten de regio);
- De regio en de winkelgebieden hebben te maken met een zeer sterk krachtenveld van buiten regio, met daarbij tevens veel winkelplannen;
- Er zijn veel lokaal verzorgende winkelgebieden aanwezig in regio, waarbij een afname van het dagelijks en recreatief winkelaanbod in de kleinste kernen waarneembaar is;
- De leegstand in de regio is aanzienlijk lager dan de gemiddelde leegstand in Nederland.
- Het aandeel verspreide bewinkeling (winkels die buiten winkelgebieden liggen) is zeer hoog in Rivierenland en maakt deze winkels extra kwetsbaar. Inzetten op clustering van detailhandelsfunctie ligt in de regio nog meer voor de hand;
- Er zijn veel winkelplannen met een lokaal karakter en van beperkte omvang (uitplaatsing en schaalvergroting supermarkten) in de regio. Alleen de gemeente Tiel kent twee projecten met een boven-lokale of zelfs regionale verzorgingsfunctie;

Rekening houdend met de bestaande hiërarchie, de geplande winkelplannen in de verschillende gemeenten en stabiliserende bevolking en de algemene ontwikkelingen in de detailhandel, zien wij geen mogelijkheden of kansen voor verschuivingen in de bestaande hiërarchie. Dit betekent concreet dat de centrale winkelgebieden niet in verzorgingsfunctie c.q. bereik zullen kunnen toenemen. Daarmee is het volgens ons raadzaam om de focus te verleggen van kwantiteit naar kwaliteit van winkelgebieden en op regionaal niveau keuzes te maken te maken over nieuwe winkelprojecten met een bovenlokale impact en verzorgingsfunctie.

## 3 Kaders voor nieuw detailhandelsbeleid

### 3.1 Provinciaal beleidskader: Omgevingsvisie Gelderland

#### 3.1.1 Detailhandel

De provincie en haar partners streven samen naar een evenwichtige en toekomstbestendige detailhandel die bijdraagt aan vitale, aantrekkelijke steden en dorpen. De bestaande detailhandelsstructuur staat daarbij centraal. Door trends als internetwinkelen, schaalvergroting en branchevervaging verandert de winkelmarkt en neemt de vraag naar winkels aanzienlijk af. Dit vraagt om vernieuwing en aanpassing van bestaande winkelgebieden. De provincie en haar partners willen overcapaciteit aan winkels terugdringen. Dit voorkomt leegstand en aantasting van de sociale en economische vitaliteit van winkelgebieden in dorpen en steden.

#### Ambitie en rol van de provincie

Evenwichtige regionale detailhandelsstructuur: versterken van kansrijke locaties. De provincie wil een evenwichtige ontwikkeling van de regionale detailhandelsstructuur die toekomstbestendig is. Hiervoor is op regionaal niveau evenwicht nodig tussen vraag en aanbod zodat overcapaciteit en leegstand voorkomen worden. Dit vraagt om heldere ruimtelijke keuzen gericht op het versterken van kansrijke locaties en het omvormen van kansarme locaties naar andere functies.

#### Transformatie en vernieuwing van bestaande winkelgebieden

De provincie zet in op transformatie en vernieuwing van bestaande winkelgebieden. Winkelgebieden met weinig toekomstwaarde, zoals een verouderde meubelboulevard, kleine buurtcentra of een aanloopstraat met veel leegstand, moeten worden omgevormd naar andere functies. Ook veel winkelcentra in dorpen en steden moeten worden vernieuwd en worden verkleind tot compacte winkelgebieden. Het gaat om een mix van vernieuwen, herstructureren, transformeren en sloop van bestaande winkelgebieden. De provincie stelt de bestaande voorraad voor detailhandel centraal.

Rolopvatting provincie:

- Normerend
- Inspirerend
- Verbindend

#### Aanpak

##### Perifere detailhandelslocaties

De provincie ziet voor zichzelf een rol om (boven)regionale afstemming te faciliteren en desgevraagd te regisseren. Daarnaast wil de provincie normeren: de provincie houdt de rem op nieuwe plannen voor grootschalige perifere locaties en zet de verordening in om deze ontwikkeling tegen te houden. Op perifere locaties mag alleen (lokale) detailhandel komen die moeilijk ruimtelijk inpasbaar is in binnensteden vanwege het volume van de goederen of vanwege veiligheidseisen. Op een beperkt aantal grote perifere locaties in de provincie wordt, onder voorwaarden ruimte geboden aan grootschalige detailhandel met een regionale verzorgingsfunctie. Het betreft hier overwegend bestaande locaties die al dan in ontwikkeling zijn, uitgebreid of geherstructureerd worden. Over de kwalitatieve voorwaarden waaronder ruimte wordt geboden dienen regionale afspraken gemaakt te worden. Daarbij gaat het om afspraken over: omvang, fasering, branche, profiel van de locatie, ruimtelijke kwaliteit. Daarbij is het van belang dat:

- partijen een zorgvuldige afweging maken met de Gelderse ladder voor duurzaam ruimtegebruik als leiden principe,

- het proces ernaartoe transparant en duidelijk is,
- overheden en marktpartijen actief betrokken zijn bij het afwegingsproces.

De provincie houdt in ogenschouw de bevindingen uit de PlanMER over: Grootchalige bedrijventerreinen buiten stadscentra.

#### *E-commerce en afhaalpunten*

E-commerce wordt steeds belangrijker en is volop in ontwikkeling. Het doet zich op verscheidene manieren voor. Er zijn bijvoorbeeld tussenvormen van e-commerce en fysieke winkels. E-commerce heeft gevolgen voor ruimtelijke ordening en voor logistiek en vervoer. De provincie wil samen met partners de komende tijd meedenken over hoe hiermee omgegaan kan worden.

#### *Transformatie en vernieuwing van bestaande winkelgebieden*

- De provincie stimuleert en ondersteunt de vernieuwing en transformatie van winkelgebieden om leegstand en verpaupering te voorkomen.
- Aanpak leegstand: prikkels en instrumenten gericht op eigenaren en stimuleren van functieverandering en tijdelijke bestemmingen.
- Pilot kernwinkelgebieden in krimpgebieden (Achterhoek), inhoudelijke en juridische ondersteuning, verplaatsing van winkels, functieverandering winkels.

Rolopvatting provincie:

- Normerend
- Inspirerend
- Verbindend

#### *Instrumenten*

- pilots,
- begeleiding,
- verordening,
- zienswijze,
- reactieve aanwijzing.

## 3.2 Juridisch-planologisch kader

In het kader van een goede ruimtelijke ordening is het van belang om rekenschap te nemen van de bestaande wet- en regelgeving, aangevuld met relevante jurisprudentie op de gebied van detailhandel. In deze paragraaf wordt ingegaan op het juridisch-planologisch kader en zijn dit de randvoorwaarden waar nieuwe winkelontwikkelingen in de regio aan moeten voldoen.

### 3.2.1 Europese dienstenrichtlijn

In het kader van de invoering van de Europese dienstenrichtlijn is uitsluiting van een nieuwe vestiging op basis van economische gronden c.q. concurrentiebeperking een niet rechtsgeldig argument. Derhalve is de uitkomst van de distributieplanologische berekening ondergeschikt bij de beoordeling van een vestigingsvoornemen en een noodzakelijke aanpassing van het bestemmingsplan in het licht hiervan. De factor leegstand en de kans hierop kan wel worden gezien als ruimtelijk relevant argument.

Het is op basis van de Dienstenrichtlijn verboden om de toegang tot of de uitoefening van een dienstenactiviteit (waaronder begrepen detailhandel) afhankelijk te stellen van de toepassing per geval van economische criteria:

- Waarbij de verlening van de vergunning afhankelijk wordt gesteld van het bewijs dat er een economische behoefte of marktvraag bestaat;
- Van een beoordeling van de mogelijke of actuele gevolgen van de activiteit of;
- Van een beoordeling van de geschiktheid van de activiteit in relatie tot de door de bevoegde instantie vastgestelde doelen van economische planning.

In het Besluit ruimtelijke ordening wordt nog eens bevestigd dat strijdigheid met de Dienstenrichtlijn moet worden voorkomen. Hieruit volgt dat aan de volgende besluiten in beginsel ruimtelijke ordeningsmotieven ten grondslag moeten liggen: aan het stellen van regels in een bestemmingsplan of beheersverordening, aan het nemen van een projectbesluit en aan de beslissing op een aanvraag om een ontheffing van een bestemmingsplan (of van een beheersverordening). Dit betekent echter niet dat een distributieplanologisch onderzoek niet meer geoorloofd is. Uit jurisprudentie<sup>5</sup> is gebleken dat een distributieplanologisch onderzoek stand houdt, mits gebaseerd op de juiste motivatie, zoals bijvoorbeeld het voorkomen van ontwikkelingen die ongewenst zijn vanuit overwegingen van ruimtelijke kwaliteit en niet het reguleren van concurrentieverhoudingen.

### 3.2.2 Jurisprudentie

#### *Gronsveld, Eijsden-Margraten*

Op 27 juni 2012 heeft de Raad van State, afdeling bestuursrechtspraak, een positieve uitspraak<sup>6</sup> gedaan over de bestemmingsplanwijziging in de gemeente Eijsden-Margraten ten behoeve van detailhandel op de locatie Gronsveld. In de uitspraak zijn verschillende overwegingen van de Raad van State opgenomen op het gebied van een goede ruimtelijke ordening en onderbouwing, inzake de bestemmingsplanwijzigingen voor detailhandel. Naast de aspecten die in de eerdere onderdelen zijn genoemd, zijn de volgende aspecten van belang bij de keuze om wel of niet de bestemming detailhandel mogelijk te maken:

- Afweging tussen locaties en een goede verdeling van de aanwezige marktruimte is van belang bij het toestaan van nieuwe initiatieven;

<sup>5</sup> Afdeling bestuursrechtspraak Raad van State 10-8-2011, No. 201000203/1/M3 LJN: BR4596 (Bestemmingsplan Veenendaal).

<sup>6</sup> LJN: BW9573, Raad van State, 201108336/1/R1.



- De gemeente komt een ruime mate van eigen beleidsvrijheid toe. Dit in relatie tot onder meer het detailhandelsbeleid dat wordt gevoerd door provincies en/of regio's en de mate waarin gemeenten hier van af mogen c.q. kunnen wijken;
- Bij detailhandelsontwikkelingen met een bovenlokale verzorgingsfunctie is het van belang om te streven naar afstemming en overeenstemming hierover. Initiatief vanuit de gemeente waar het ontwikkelplan speelt is essentieel;
- Bij de toetsing op marktruimte is het van belang om primair uit te gaan van het bestaande winkelaanbod en het toekomstig winkelaanbod dat planologisch mogelijk is gemaakt in bestemmingsplannen;
- De gemeente dient bij de keuze voor bestemming een afweging te maken van alle belangen die betrokken zijn bij de vaststelling van het plan. De voor- en nadelen van alternatieven en het plan dienen in die afweging te worden meegenomen;
- Het is van belang om de randwoorden op te nemen onder welke omstandigheden een winkelontwikkeling mogelijk is.

#### *Emmeloord-De Deel, Stadshart*

Op 5 december 2012 heeft de Afdeling bestuursrechtspraak van de Raad van State een tussenuitspraak<sup>7</sup> gedaan over het bestemmingsplan Emmeloord-De Deel, Stadshart dat voorziet in de mogelijkheid om in Emmeloord ruim 10.000 m<sup>2</sup> bruto vloeroppervlak detailhandel te realiseren, waardoor er ten opzichte van de behoefte aan detailhandelsruimte in het berekende behoudende scenario een overcapaciteit ontstaat van bijna 9%. Geoordeeld is dat niet is uitgesloten dat de overcapaciteit kan leiden tot toename van de leegstand in het centrum van Emmeloord, hetgeen tot negatieve gevolgen voor het woon- en leefklimaat en het ondernemersklimaat. De raad heeft volgens de Afdeling onvoldoende zorgvuldigheid betracht bij de in het kader van een goede ruimtelijke ordening af te wegen belangen.

#### *3.2.3 Duurzame ontvruchting*

Naast de dienstenrichtlijn is de (invulling van de) term duurzame ontvruchting van belang bij ruimtelijke afwegingen. Indien door de uitbreiding van het winkelaanbod in een gemeente, de omzet van andere winkels daalt of faillissement optreedt als gevolg hiervan, hoeft er nog geen sprake te zijn van duurzame ontvruchting van de detailhandelsstructuur. De Afdeling Bestuursrechtspraak van de Raad van State acht verder onderzoek naar de beschikbare ruimte en (duurzame) ontvruchting van de winkelstructuur nog steeds gerechtvaardigd vanuit het oogpunt van consumentenbescherming. De redenering is dat er door de komst van nieuwe winkels niet zoveel bestaande winkels mogen sluiten dat er voor de consument een onvoldoende voorzieningenniveau met keuzemogelijkheden overblijft. De Raad van State heeft in geen enkel van de gevallen die bij de Raad aanhangig waren duurzame ontvruchting vastgesteld. Ook niet bij plannen waarmee de beschikbare marktruimte tot 20% werd overschreden.

#### *Eerste levensbehoeften*

Bij uitspraak van 18 september 2013, zaaknummer 201208105/1/R2, heeft de Afdeling bestuursrechtspraak van de Raad van State haar vaste jurisprudentie over wanneer sprake kan zijn van een duurzame ontvruchting van het voorzieningenniveau, nog verder aangescherpt. Volgens de Afdeling is enkel nog doorslaggevend of een nieuwe voorziening ertoe leidt, dat inwoners van een bepaald gebied niet langer op aanvaardbare afstand van hun woning kunnen voorzien in *eerste levensbehoeften*.

<sup>7</sup> LJN: BY5093, Raad van State, 201200385/1/R2

### 3.2.4 Ruimtelijke ordeningsmotieven

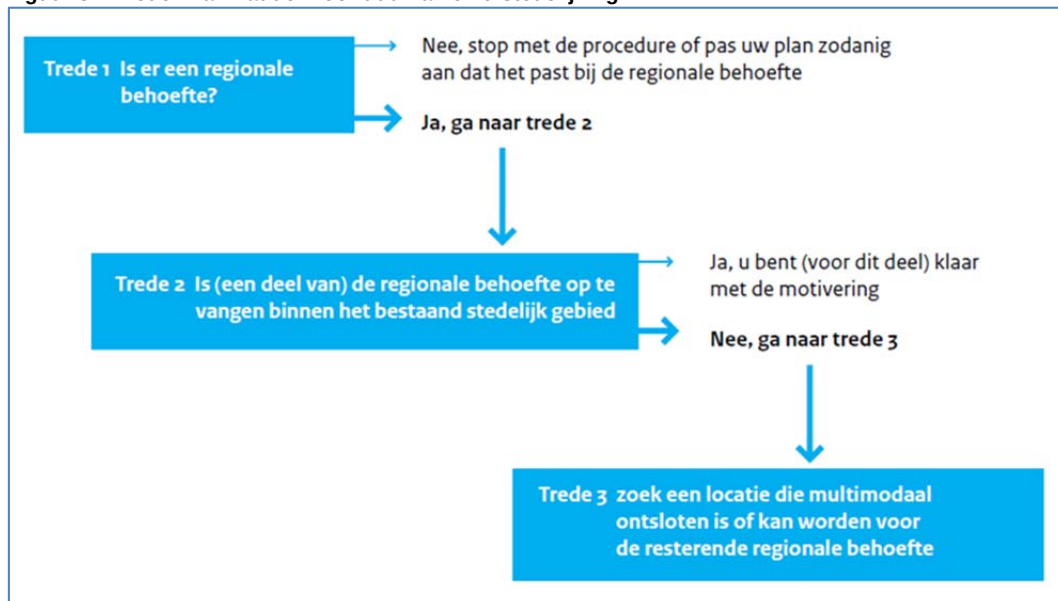
In het kader van goede ruimtelijke ordening is het van belang om te weten op basis waarvan ruimtelijk geordend mag worden, nu duidelijk is geworden dat (economische) argumenten van concurrentiebeperking in het geheel geen rol mogen spelen bij het stellen van eisen aan de vestiging van detailhandel. Een goede ruimtelijke ordening moet in een ruimtelijke onderbouwing worden aangetoond, waarbij in beeld is gebracht welke effecten de toevoeging van detailhandel heeft op:

- Duurzame ruimtelijke kwaliteit;
- Woon- en leefklimaat;
- Detailhandelsstructuur.

### 3.2.5 Ladder voor duurzame verstedelijking

Het Rijk heeft de verantwoordelijkheid voor ruimtelijke ordening neergelegd bij lagere overheden. Het locatiebeleid van het Rijk is daarmee komen te vervallen. De structuurvisie Infrastructuur en Ruimte noemt de termen detailhandel en winkels niet. Wel is op 1 oktober 2012 het Besluit ruimtelijke ordening gewijzigd (artikel 3.1.6, lid 2 Bro). Hierin is de ladder voor duurzame verstedelijking opgenomen. Op grond hiervan dienen overheden nieuw te realiseren stedelijke ontwikkelingen (niet alleen detailhandel) te motiveren met behulp van een drietal opeenvolgende stappen (zie figuur 3.1). De stappen schrijven geen vooraf bepaald resultaat voor, omdat het optimale resultaat moet worden beoordeeld door het bevoegd gezag dat de regionale en lokale omstandigheden kent en de verantwoordelijkheid draagt voor de ruimtelijke afweging in relatie tot de betreffende ontwikkeling(en).

Figuur 3.1 Treden van Ladder voor duurzame verstedelijking



Bron: Ministerie van Infrastructuur en Milieu

Nieuwe detailhandelsinitiatieven in Rivierenland dienen langs de ladder gelegd te worden. De stappen die doorlopen moeten worden zijn in de bovenstaande figuur opgenomen. Daarbij dient in eerste instantie de regionale behoefte aanwezig te zijn, wil men doorgaan naar trede 2 waar wordt ingegaan op de locatie van de nieuwe winkelontwikkeling. Vervolgens dient men de voorwaarden van trede 3 te doorlopen op het moment dat bij trede 2 geen opvang binnen het bestaande stedelijk gebied plaats vindt. Een uitgebreide toelichting op de ladder voor duurzame verstedelijk is te vinden op: <http://ladderverstedelijking.mininm.nl>

## 4 Visie op toekomstige winkelstructuur

### 4.1 Algemeen

Het functioneren van de winkelmarkt staat, net als de woning- en kantorenmarkt, in toenemende mate onder druk als gevolg van de nieuwe economische werkelijkheid. Een werkelijkheid die wordt beheerst door enerzijds afnemende consumentenbestedingen en anderzijds een laag consumentenvertrouwen. In combinatie met trends zoals verdergaande schaalvergroting en toenemende keuzemogelijkheden voor de consument, niet alleen door internet maar ook door de sterk toegenomen winkelvoorraad, heeft dit de afgelopen jaren ertoe geleid dat een steeds groter deel van de in Nederland aanwezige winkelvoorraad onverhuurd blijft.

In de kleinere kernen is dit terug te zien in het afnemende voorzieningenniveau. Zo is het aantal supermarkten in kernen tot 2.000 inwoners duidelijk afgenomen in de periode 2004-2012. Dagelijkse voorzieningen zoals de supermarkt spelen vaak een cruciale rol in de leefbaarheidsproblematiek van kleine kernen. In Nederland worden dan ook steeds meer (lokale) initiatieven genomen om het minimum dagelijkse winkelaanbod te behouden dan wel opnieuw terug te brengen. In de grotere kernen staat het dagelijkse voorzieningenniveau minder onder druk.

Echter, het niet-dagelijkse niveau van voorzieningen wordt wel in toenemende mate bedreigd. En met dit voorzieningenniveau eveneens de leefbaarheid en de kwaliteit van de winkelgebieden en de directe omgeving. Om de niet-dagelijkse bestedingen van de consument te trekken, zullen winkels en winkelgebieden beter moeten inspelen op de wens van de consument. Onze verwachting is dat met de toenemende behoefte van de consument aan beleving, kwaliteit en compleetheid aan voorzieningen er een verdergaande polarisatie zal optreden in het Nederlandse winkellandschap. Vanwege de sterke concurrentie van de grote steden en de mobiliteit van de consument, zullen de verschillen tussen kleine kernen, grote kernen en de grote winkelsteden toenemen.

Voor Rivierenland, gelegen tussen de grote steden Utrecht, 's Hertogenbosch, Arnhem en Nijmegen, gaat het om het vinden van de juiste balans wat betreft het voorzieningenniveau in de verschillende kernen binnen de regio. Van belang daarbij is het maken van de juiste keuzes op regionaal niveau en de doorvertaling hiervan op gemeente en kernniveau. Tiel heeft een regionaal verzorgende functie en weet dat het geen Arnhem, Nijmegen, Utrecht of 's Hertogenbosch zal worden.

Als gevolg van een structureel veranderende winkelmarkt dient de periode tot en met 2020 in het teken te staan van:

- Terughoudendheid ten aanzien van meer winkelmeters,
- Concentratie van (nu nog verspreide) winkelvoorzieningen,
- Focus op functionaliteit, bereikbaarheid en kwaliteit van winkelgebieden,
- Initiatieven primair binnen de bestaande winkelstructuur huisvesten,
- Samenwerking tussen de gemeenten en faciliterende rol van gemeenten in Rivierenland.

Hiervoor zijn keuzes noodzakelijk die in veel gevallen gezamenlijk genomen moeten worden, bijvoorbeeld op het moment dat een ontwikkeling invloed heeft op de detailhandel in meer dan één gemeente. Het uitgangspunt hierbij is transparantie en onderling overleg.

## 4.2 Vertaling naar beleid: Thema's detailhandelsvisie Rivierenland

Randvoorwaarde voor een goed functionerende detailhandel in de toekomst is het maken van duidelijke keuzes. In nog te veel gemeenten en regio's is te zien dat het ontbreken van een regionale detailhandelsvisie en onderlinge afstemming leidt tot onwenselijke situaties waarbij gemeenten hun eigen gang gaan en geen rekening houden met gemeente-overschrijdende effecten van nieuwe winkelontwikkelingen. In deze paragraaf zijn de keuzes in het beleid op regionaal niveau geformuleerd. Dit beleid dient als basis voor een verdere uitwerking en toepassing op gemeentelijk niveau.

### 4.2.1 Regionale samenhang en hiërarchie

De regionale samenhang en hiërarchie heeft betrekking op verschillende onderdelen van de detailhandelstructuur. In de paragraaf komt het beleid ten aanzien van de drie hoofdonderdelen van de structuur aan bod, deze zijn:

- Recreatieve centra<sup>8</sup> - centrumgebieden
- Perifere winkelvoorzieningen<sup>9</sup>
- Dagelijkse winkelvoorzieningen<sup>10</sup>

#### Recreatieve centra (centrumgebieden)

Uit hoofdstuk twee volgt dat er een duidelijke hiërarchie in Rivierenland (zie kaart 2.1 op pag. 14) is tussen de recreatieve centra. De bestaande recreatieve centra hebben voornamelijk een gemeentelijke functie, waarbij een aantal een bovengemeentelijke verzorgingsfunctie, of in het geval van Tiel een regionale verzorgingsfunctie heeft. Buiten de regio zijn recreatieve centra gevestigd die een sterke aantrekkingskracht hebben op de consument uit Rivierenland. Het beleid ten aanzien van de recreatieve winkelgebieden is als volgt:

- In Rivierenland zal men inspelen op verwachte stabilisatie (of zelfs krimp) in de recreatieve detailhandelsbestedingen. Dit zal concreet leiden tot het minimaliseren van bestaande (zachte) winkelplannen en worden onbenutte meters detailhandel in bestemmingsplannen zoveel mogelijk herbestemd;
- Nieuwe vestigers in de recreatieve branches (kleding & mode, schoenen & lederwaren, warenhuis, juwelier & optiek, antiek & kunst, huishoudelijke & luxe artikelen, hobby, media, etc.) krijgen alleen de mogelijkheid om zich te vestigen in de bestaande centrumgebieden. Dit betekent dat er geen recreatieve winkelbranches op perifere locaties worden gehuisvest<sup>11</sup>, ook al neemt de leegstand hierdoor toe op perifere locaties;
- Vanzelfsprekend staat het nieuwe vestigers in de recreatieve branches vrij om zich te vestigen binnen winkelgebieden waar de bestemming dit toelaat. Naast de bestaande mogelijkheden voor nieuwe vestigers in Tiel zijn er meerdere bestaande winkellocaties (op regionaal en op sub-regionaal niveau) aan te wijzen;
- Er zijn geen mogelijkheden voor nieuwe recreatieve winkelgebieden buiten de bestaande winkelstructuur van Rivierenland;

<sup>8</sup> Recreatieve centra: Het belangrijkste winkelgebied (veelal het centrumgebied) in een woonplaats met een aanzienlijke component niet-dagelijkse detailhandel in de groep Mode & Luxe en Vrije Tijd

<sup>9</sup> Perifere winkelvoorzieningen: Grootchalige winkelconcentraties en grootchalige winkels die buiten recreatieve en dagelijkse winkelgebieden zijn gelegen, veelal aan de rand van een plaats op een goed bereikbare locatie.

<sup>10</sup> Winkels of een cluster van winkels in de dagelijkse sector, zijnde de branches Levensmiddelen en Persoonlijke verzorging

<sup>11</sup> Dit is niet van toepassing op locaties waar dit reeds in het bestemmingsplan of de detailhandel structuurvisie mogelijk is gemaakt.

- Nieuwe initiatieven en bestemmingsplanwijzigingen in bestaande recreatieve centra vanaf een minimale omvang ( >2.000 m<sup>2</sup> wvo) worden vooraf aan het besluit door de desbetreffende gemeente getoetst door de regio<sup>12</sup>. Dit gebeurt op basis van de inzichten uit een ruimtelijke effectstudie over het winkelplan;
- Er zijn geen mogelijkheden voor bestaande recreatieve winkelgebieden om een schaa sprong te maken in verzorgingsfunctie door een buitenproportionele<sup>13</sup> toevoeging van het winkelvloeroppervlak;
- Het is een gemeentelijke taak om te bepalen welke centrumgebieden (of delen daarvan zoals aanloopstraten) of wijkwinkelcentra in de toekomst niet meer levensvatbaar zijn en hoe in deze gevallen het veranderproces naar een andere functie of verbreding van functie(s) wordt ingezet.

### Perifere winkelvoorzieningen

De bestaande perifere (grootschalige) winkelgebieden in Rivierenland nemen een bescheiden rol binnen de detailhandelstructuur van Rivierenland. Er zijn namelijk maar twee perifere winkelgebieden, waarvan er een moeite heeft de beoogde schaalgrootte te behalen. Wel is er een hoge mate van 'verspreide bewinkeling' in Rivierenland en zal naar verwachting het functioneren van dit winkelaanbod in de toekomst verder onder druk komen te staan en afnemen. Op basis van de analyse en de voorkeuren binnen de regio zijn de volgende beleidspunten ten aanzien van perifere winkelvoorzieningen en verspreide bewinkeling geformuleerd:

- Binnen de regio wordt onder meer ingezet op het invullen van de beschikbare detailhandelsruimte op Latenstien in Tiel. Daarnaast wordt er geen mogelijkheid geboden voor het ontwikkelen van een extra (nieuw) perifeer winkelgebied binnen regio Rivierenland (uitgaan van bestemde winkellocaties)<sup>14</sup>;
- Binnen de regio zoveel mogelijk streven naar het clusteren van slecht functionerende en/of solitaire perifere winkels<sup>15</sup> (oud voor nieuw) naar bestaande winkelgebieden. In de vrijgekomen leegstaande winkelpanden is een verruiming van de bestaande branchering (bijv. naar dagelijkse detailhandel) niet toegestaan. Hier wordt op toegezien en gehandhaafd door de gemeente.
- Nieuwe grootschalige vestigers<sup>16</sup> (met een winkelvloeroppervlak tot 4.000 m<sup>2</sup>) dienen altijd binnen de bestaande detailhandelstructuur c.q. winkelgebieden gehuisvest te worden op locaties die hiervoor een specifieke bestemming hebben;
- Nieuwe super-grootschalige vestigers<sup>17</sup> (>4.000 m<sup>2</sup> wvo) in de niet-dagelijkse sector binnen de bestaande detailhandelstructuur c.q. winkelgebieden huisvesten. Indien hiervoor geen geschikte locatie binnen de bestaande detailhandelstructuur is te vinden kan gekeken worden naar de mogelijkheden buiten de bestaande winkelstructuur. Voor een initiatief buiten de bestaande structuur gelden de voorwaarden die zijn opgenomen onder paragraaf 4.3;
- Ten aanzien van de super-grootschalige vestigers zijn goede procedurele voorwaarden c.q. afspraken binnen regio Rivierenland cruciaal. Deze zijn vastgelegd in de regionale detailhandelsvisie.

<sup>12</sup> Dit is niet van toepassing op locaties waar dit reeds in het bestemmingsplan of de detailhandelstructuurvisie mogelijk is gemaakt.

<sup>13</sup> Een toename van het winkelvloeroppervlak en/of het aantal winkels van circa 50% of meer.

<sup>14</sup> Behoudens lopende (her)ontwikkelplannen, zoals bijvoorbeeld in Culemborg

<sup>15</sup> Hieronder verstaan we verspreide bewinkeling

<sup>16</sup> Voorbeelden hier van zijn: H&M, Media Markt/BCC, Bristol, Blokker, Keuken Concurrent, etc.

<sup>17</sup> Voorbeelden hier van zijn: IKEA, Hornbach, Van Cranenbroek, Intratuin, etc.

### Dagelijkse winkelvoorzieningen

De dagelijkse winkelvoorzieningenstructuur in met name de kleine kernen staat onder druk. Het aanbod supermarkten in kernen kleiner dan 2.500 inwoners neemt al jaren af. Er dient rekening te worden gehouden met de verschillen tussen de kleine en grote(re) kernen. Binnen de regio streeft men naar het in stand houden van deze fijnmazige voorzieningenstructuur. Dit betekent dat er beperkte mogelijkheden zijn om substantiële toevoegingen in het dagelijks winkelaanbod te realiseren, mede gelet op de bestaande winkelpunten in de dagelijkse sector. Omdat de dagelijkse winkelvoorzieningen vooral een lokale verzorgingsfunctie hebben, ligt de verantwoordelijkheid hiervoor primair bij de individuele gemeenten. Het regionale beleid op de dagelijkse winkelvoorzieningen (in kernen groter dan 2.500 inwoners) is als volgt:

- Supermarkten zijn bij voorkeur in de kern als onderdeel van een winkelgebied gevestigd. Het uitplaatsen van supermarkten die in een winkelgebied zijn gelegen, naar een locatie buiten de winkelstructuur, los van de bestaande overige voorzieningen, is niet toegestaan, mits wordt voldaan aan alle volgende punten:
  - schaalvergroting niet mogelijk is binnen het winkelgebied
  - aantakking op een ander winkelgebied plaats vindt of de achter blijvende winkeliers de (reële) mogelijkheid hebben om zich te verplaatsen naar de supermarktplaat
  - er geen negatieve gemeente overstijgende effecten ontstaan
- Binnen Rivierenland is het niet mogelijk een XL-supermarkt (> 2.500 m<sup>2</sup> vwo) te realiseren, omdat dit negatieve ruimtelijke effecten heeft op de fijnmazige structuur in Rivierenland. Er wordt wel rekening gehouden met een toekomstige situatie waarin er minder maar grotere supermarkten gevestigd zijn in de regio;
- Nieuwe vestigers in de dagelijkse sector huisvesten binnen de bestaande winkelstructuur. Het initiatief voldoet aan het besluit ruimtelijke ordening. Ten behoeve van de gemeentelijke besluitvormingen zijn de ruimtelijke effecten inzichtelijk gemaakt en is de Ladder voor duurzame verstedelijking (opgenomen in het Bro) doorlopen.
- Bij elke initiatief voor uitplaatsing, vergroting en vestiging van een (nieuwe) supermarkt dient een ruimtelijke effectstudie<sup>18</sup> te worden uitgevoerd.

#### 4.2.2 Leefbaarheid in kleine kernen

De leefbaarheid in de kleine kernen staat onder druk als gevolg van afnemende (winkel)voorzieningen. De bestaande (winkel)voorzieningen worden gekoesterd door de regio en dienen zoveel mogelijk in stand te worden gehouden. Wel dient er realistisch gekeken te worden naar de houdbaarheid van dagelijkse winkelvoorzieningen in de kleine kernen. Dit betekent concreet dat niet krampachtig zal worden vastgehouden en geïnvesteerd in het behouden van de bestaande structuur. Er zal maatwerk plaats moeten vinden waarbij men gehouden is aan de onderstaande beleidspunten:

- Gemeenten dragen zorg voor het feit dat supermarkten en dagelijkse winkelvoorzieningen in kleinere kernen (>2.500 inwoners) zoveel mogelijk behouden blijven en dat een minimum niveau aan functies in kleine kernen gehandhaafd blijft, onder meer door zaken slim te organiseren. De gemeente kan dit beïnvloeden door kritisch te kijken naar uitbreiding van het dagelijkse winkelaanbod in nabij gelegen kernen.
- Desalniettemin zal men accepteren dat het supermarktaanbod in kernen met minder dan 2.500 inwoners zal afnemen. Hierbij zetten de gemeenten in op het clusteren van dagelijkse

<sup>18</sup> Bij een dergelijke studie worden de ruimtelijke effecten van een winkelontwikkeling, zijnde o.a. leegstand, ondernemersklimaat en voorzieningenniveau, parkeren en verkeersbewegingen, op de bestaande winkelstructuur inzichtelijk gemaakt. Dit is een uitgebreidere studie dan het traditionele distributieplanologisch onderzoek waarbij de focus vooral ligt op de 'marktruimte' in een gebied.

voorzieningen (incl. supermarkten) in de bestaande winkelstructuur, waarbij een afweging plaats vindt voor de bestaande winkelgebieden die in de toekomst niet meer zullen bestaan en de winkelgebieden die worden versterkt en een positie behouden in de detailhandelstructuur. Voorwaarde hierbij is dat inwoners in de kleinste kernen op een redelijke afstand boodschappen kunnen blijven doen.

- Kleinschalige detailhandel (max. 100 m<sup>2</sup> vwo) als ondergeschikte functie is toegestaan bij agrarische bedrijven in het buitengebied. Het gaat dan om de verkoop van (eigen) agrarische producten, boerderij- en streekproducten.
- De regio zet in op het faciliteren (geen rechtstreekse subsidies om voorziening open te houden) van een combinatie van voorzieningen in kleine kernen, waarbij onder meer gedacht wordt aan:
  - Pick-up points / Kiala punten in combinatie met andere voorzieningen (op centrale locaties)
  - Roulatiesysteem voor (financiële) voorzieningen, gezondheidszorg en cultuur onder kernen opzetten
  - In stand houden of stimuleren van horecavoorzieningen, daar waar het aanbod nihil is of er mogelijkheden zijn tot uitbreiding met als doel om de verblijfskwaliteit van een centrum te verbeteren, c.q. te versterken
  - Multifunctioneel gebruik van dorpshuizen

#### 4.2.3 Fysieke vestiging internetwinkels

Het gebruik van internet voor het oriënteren op en bestellen van producten en diensten heeft de afgelopen 10 jaar een enorme vlucht genomen. De verwachting is dat de bestedingen in webwinkels verder zal toenemen. Winkelen op het internet heeft ook ruimtelijke effecten, onder meer ten aanzien van afhaalpunten en de fysieke vestiging van internetwinkels. Voor beide categorieën zijn verschillende verschijningsvormen waarneembaar in Nederland en in regio. Er wordt onderscheid gemaakt in vier categorieën van internetwinkels en de mogelijkheden waar deze winkels zich kunnen vestigen:

- **Een internetwinkel met alleen administratieve handelingen**  
Een internetwinkel met alleen administratieve handelingen zijn de goederen alleen via internet te bekijken en te bestellen. Deze verschijningsvorm heeft geen ruimtelijke uitstraling (volgens vaste jurisprudentie). Hierdoor is deze functie geschikt als beroep aan huis (bestemming Wonen), dan wel als (neven)activiteit binnen de hoofdbestemmingen 'Bedrijf', 'Bedrijventerrein' en/of 'Detailhandel'.
- **Een internetwinkel met opslag en verzending**  
Een internetwinkel met, naast administratieve handelingen, opslag en verzending kan niet meer worden aangemerkt als alleen een virtuele internetwinkel, omdat het qua uiterlijk en inrichting steeds meer de vorm van een bedrijf aanneemt. De goederen zijn alleen via het internet te bekijken en te bestellen. Alleen bij deze vorm worden de goederen ook op de locatie opgeslagen en na betaling verzonden. De verzending van de producten geeft meer (arbeids)productiviteit aan, die er in de voorgaande variant minder aanwezig was. Een dergelijke internetwinkel is passend binnen de bestemming 'Wonen', mits het een nevenfunctie is en de hoofdfunctie primair behouden blijft. Binnen de bestemmingen 'Bedrijf' en 'Bedrijventerrein' is een internetwinkel met opslag en verzending als hoofdfunctie en als nevenfunctie passend. Binnen de bestemming 'Detailhandel' is een internetwinkel met opslag en verzending alleen mogelijk als het gaat om een nevenactiviteit met als voorwaarden dat de hoofdfunctie primair behouden blijft.



- **Een internetwinkel met opslag, verzending en afhaalmogelijkheid**

Naast de administratieve handelingen, opslag en verzending wordt bij deze variant de mogelijkheid tot het afhalen en/of afrekenen van de producten door afnemers toegevoegd aan de bedrijfsactiviteiten. Deze afhaal-/ afrekenmogelijkheid kan tot overlast leiden bij omwoners omdat het aantal verkeersbewegingen bij deze variant kan toenemen. Een internetwinkel met opslag, verzending en afhaalmogelijkheid is niet passend binnen de bestemming 'Wonen'. Binnen de bestemmingen 'Bedrijf' en 'Bedrijventerrein' is een internetwinkel met opslag, verzending en afhaalmogelijkheid (afhalen en/of retourneren) passend, indien het gaat om een nevenactiviteit. Hierbij is het niet mogelijk om de goederen te bezichtigen. Hiernaast moet de inrichting van het perceel zoals parkeren op eigen terrein hierin voorzien. Een internetwinkel met opslag, verzending en afhaalmogelijkheid als hoofdfunctie (= afhaalpunt) is mogelijk op regionale bedrijventerreinen, maar vestigen bij voorkeur binnen bestaande winkelgebieden. Voor afhaalpunten met een kleinere omvang zal een bestemmingsplanprocedure moeten worden doorlopen. Binnen de bestemming 'Detailhandel' is een internetwinkel met opslag, verzending en afhaalmogelijkheid alleen mogelijk als het gaat om een nevenactiviteit met als voorwaarden dat de hoofdfunctie primair behouden blijft.

- **Een internetwinkel met opslag, verzending, afhaalmogelijkheid en showroom**

Deze meest uitgebreide vorm van internetwinkel gaat steeds meer op reguliere detailhandel lijken. Een internetwinkel met opslag, verzending, afhaalmogelijkheid en showroom is niet passend binnen de bestemmingen 'Wonen' en 'Bedrijf'. Een internetwinkel met opslag, verzending, afhaalmogelijkheid en showroom is passend binnen de bestemming 'Bedrijventerrein' indien bij deze bestemming 'Perifere detailhandel' mogelijk is. De voorwaarden uit het bestemmingsplan voor 'Perifere detailhandel' zijn ook van toepassing op een internetwinkel met opslag, verzending, afhaalmogelijkheid en showroom. Binnen de bestemming 'Detailhandel' is een internetwinkel met opslag, verzending, afhaalmogelijkheid en showroom passend.

#### 4.3 Randvoorwaarden voor goed werkend detailhandelsbeleid

Het geformuleerde beleid over de verschillende thema's zijn de basis voor een toekomstbestendige detailhandelstructuur in Rivierenland. Het formuleren van het beleid is een ding, het uitvoeren en vasthouden van dit beleid een tweede. Het succes voor een goed werkend detailhandelsbeleid is afhankelijk van een aantal aspecten. De gemeenten in Rivierenland zullen inspelen op de volgende randvoorwaarden:

- Openheid en communicatie tussen gemeenten over nieuwe winkelplannen. Er vindt een actieve informatie-uitwisseling plaats (via de RO en EZ lijn) door gemeenten waar een nieuw initiatief speelt;
- Inzicht verkrijgen in de (gemeente overschrijdende) effecten van nieuwe winkelplannen;
- Samenwerking op gemeentelijk niveau met betrokken partijen (winkeliers, vastgoedeigenaren, horeca, corporaties, etc.);
- Ondersteuning door gemeenten op het verbeteren van individuele winkelgebieden (faciliterende rol);
- Naleving van het beleid en handhaving van de voorwaarden in bestemmingsplannen door gemeenten. Dit geldt zowel voor gemeenten als de provincie.



## Informeren, afstemmen, instemmen

### *Omgaan met nieuwe winkelprojecten binnen de regio*

Een belangrijk onderdeel van het detailhandelsbeleid is het omgaan met nieuwe winkelinitiatieven, vooral als deze gemeente overstijgende effecten hebben. De gemeenten in Rivierenland zullen met de vaststelling van dit beleid in de toekomst de volgende stappen doorlopen bij nieuwe winkelprojecten:

1. Vroegtijdig informeren over alle winkelprojecten die spelen (in een herhalend overleg waarbij alle gemeenten aanwezig is);
2. Voor elk winkelinitiatief groter dan 500 m<sup>2</sup> wvo (nieuwe vestiging of uitbreiding) dienen de ruimtelijke effecten<sup>19</sup> onderzocht te worden;
3. Voor elk winkelinitiatief (met gemeente overstijgende effecten) is instemming vereist van een meerderheid van de gemeenten binnen Rivierenland.

Nieuwe super-grootschalige vestigers<sup>20</sup> (>4.000 m<sup>2</sup> wvo) in de niet-dagelijkse sector dienen binnen de bestaande detailhandelstructuur c.q. winkelgebieden gehuisvest te worden. Indien hiervoor geen geschikte locatie binnen de bestaande detailhandelstructuur is te vinden, kan gekeken worden naar de mogelijkheden buiten de bestaande winkelstructuur. Voor een initiatief buiten de bestaande detailhandelstructuur gelden de volgende voorwaarden:

- Afstemming en instemming over het wel of niet toestaan van het initiatief heeft plaatsgevonden binnen de regio en met de provincie. Ten behoeve van de besluitvorming wordt een ruimtelijke effectstudie uitgevoerd;
- Het gaat om 1 winkelvestiging (geen heel nieuw cluster van meerdere winkels);
- Het initiatief voldoet aan de Ladder voor Duurzame verstedelijking;
- De ruimtelijke effecten zijn voor alle gemeenten acceptabel (o.a. ontstaan leegstand in winkelgebieden, ondernemersklimaat, verkeersbewegingen/ontsluiting/parkeren, binnen bestaande stedelijk gebied);
- Onttrekken van bestaand(e) winkelpand(en) uit de markt – nieuw voor oud principe (bijv. leegstaande winkelpanden of –meters gelegen buiten de winkelstructuur);
- Positief netto werkgelegenheidseffect;

### *Omgaan met nieuwe winkelprojecten buiten de regio*

Voor winkelinitiatieven die buiten de regio spelen maar die effecten hebben op de winkelstructuur van Rivierenland gelden de volgende stappen:

1. Vanuit de regio zal met één stem gesproken worden
2. Er zal afstemming plaatsvinden met de provincies over nieuwe projecten buiten de regio

<sup>19</sup> In de bijlage zijn de elementen opgenomen die aan bod dienen te komen in een ruimtelijke effectstudie c.q. een ruimtelijke onderbouwing

<sup>20</sup> Voorbeelden hier van zijn: IKEA, Hornbach, Van Cranenbroek, Intratuin, etc.

## 5 Bijlagen

### 5.1 Benchmarkvergelijking horeca

**Tabel 5.1 Vergelijking horeca aanbod Rivierenland (in aantal vestigingen per 10.000 inwoners)**

| Hoofdbranches     | Rivierenland | Nederland   | Vershil    |
|-------------------|--------------|-------------|------------|
| Café              | 3,9          | 4,4         | 0,5        |
| Koffiehuis        | 0,0          | 0,2         | 0,2        |
| Coffeeshop        | 0,2          | 0,4         | 0,1        |
| Discotheek        | 0,1          | 0,2         | 0,1        |
| Seks/Nachtclubs   | 0,1          | 0,1         | 0,1        |
| Fastfood          | 3,8          | 3,5         | -0,3       |
| Bezorg/Halen      | 0,3          | 1,3         | 0,9        |
| Grillroom/Shoarma | 1,3          | 1,2         | -0,0       |
| Hotel             | 0,1          | 0,5         | 0,4        |
| Hotel-Restaurant  | 0,6          | 0,9         | 0,4        |
| IJssalon          | 0,2          | 0,4         | 0,2        |
| Lunchroom         | 1,0          | 1,6         | 0,6        |
| Pannenkoeken      | 0,3          | 0,2         | -0,1       |
| Café-Restaurant   | 2,4          | 3,0         | 0,6        |
| Restaurant        | 4,2          | 5,5         | 1,3        |
| Partycentrum      | 0,6          | 0,3         | -0,3       |
| Horeca Overig     | 0,0          | 0,2         | 0,1        |
| <b>Totaal</b>     | <b>19,1</b>  | <b>24,0</b> | <b>4,9</b> |

### 5.2 Locatus definities winkelgebieden

#### Centraal winkelgebied

Het belangrijkste winkelgebied in een woonplaats wordt aangeduid als centraal winkelgebied.

Binnen de database van Locatus worden zes centrale winkelgebieden onderscheiden:

#### *Binnenstad meer dan 400 winkels*

In feite gaat het hier om de top-17 winkelgebieden van Nederland, waarvan de binnensteden van Amsterdam, Rotterdam, Den Haag, Utrecht, Groningen en Maastricht een onderdeel vormen.

#### *Hoofdwinkelgebied Groot 200-400 winkels*

Een hoofdwinkelcentrum is het grootste winkelgebied in de woonplaats. Het aantal verkooppunten in de detailhandel bedraagt 200 tot 400 winkels. Voorbeelden zijn Bussum centrum of Delft-centrum.

#### *Hoofdwinkelgebied Klein 100-200 winkels*

Een hoofdwinkelcentrum is het grootste winkelgebied in de woonplaats. Het aantal verkooppunten in de detailhandel bedraagt 100 tot 200 winkels. Voorbeelden zijn Franeker centrum of Putten-centrum.

#### *Kern verzorgend winkelgebied Groot 50-100 winkels*

Een kernverzorgende centrum groot is het grootste winkelgebied in een woonplaats. Het gaat hier om centra met minder dan 100, maar meer dan 50 winkels in de detailhandel.

#### *Kern verzorgend winkelgebieden Klein 5-50 winkels*

Een kernverzorgende centrum klein is het grootste winkelgebied in een woonplaats. In dit geval gaat het om centra met maximaal 50 verkooppunten in de detailhandel.

#### *Kern verzorgend supermarktcentrum 3-4 winkels*

Dit is een winkelconcentratie die het grootste winkelgebied in een woonplaats is en 3 of 4 winkels heeft waaronder in ieder geval 1 supermarkt van 500 m<sup>2</sup> wvo of meer.

#### **Ondersteunende winkelgebieden**

Naast één centraal winkelgebied kunnen in een woonplaats een of meerdere ondersteunende winkelgebieden worden onderscheiden. Binnen de categorie "ondersteunende winkelgebieden" worden de volgende zes type winkelgebieden onderscheiden:

#### *Stadsdeelcentrum meer dan 50 winkels*

Een stadsdeelcentrum is altijd een aanvulling op een binnenstad of een hoofdwinkelcentrum. Bovendien is hier het merendeel van het centrum planmatig ontwikkeld. Voorbeelden van stadsdeelcentra zijn Amsterdam-Osdorpplein of Nijmegen-Dukenburg.

#### *Binnenstedelijke winkelstraat\* > 50 winkels*

Ook hier gaat het om ondersteunende winkelgebieden van meer dan 50 winkels maar in tegenstelling tot de stadsdeelcentra zijn deze winkelgebieden niet planmatig ontwikkeld maar de winkelstraten in grote steden. Voorbeelden zijn de Steenstraat in Arnhem, Amsterdamsestraatweg Utrecht en de Overtoom in Amsterdam.

#### *Wijkcentrum (groot) 25- 50 winkels*

Een groot wijkcentrum bestaat naast een binnenstad of een hoofdwinkelcentrum en heeft minder winkels dan een stadsdeelcentrum.

#### *Wijkcentrum (klein) minder dan 25 winkels*

Deze centra hebben een specifiek ondersteunende functie. Tot een klein wijkcentrum worden enerzijds winkelconcentraties gerekend met 5 tot 10 winkels en 2 of meer supermarkten. Anderzijds worden hiertoe winkelgebieden met 10 tot 25 winkels in de detailhandel gerekend.

#### *Buurtcentrum*

Dit is een winkelconcentratie met minimaal 5 winkels en maximaal 9 winkels in de detailhandel. Daarnaast is er een of geen supermarkt in dit type winkelgebied aanwezig.

#### *Supermarktcentrum\**

Dit is een winkelconcentratie met 3 of 4 winkels waaronder in ieder geval 1 supermarkt van 500 m<sup>2</sup> wvo of meer.

#### **Overig**

Onder de categorie 'overig' worden grootschalige concentraties en speciale winkelgebieden verstaan.

#### *Grootschalige concentratie*

Concentratie van 5 of meer verkooppunten in de detailhandel met een gemiddeld winkelverkoopvloeroppervlak per winkel van minimaal 500 m<sup>2</sup>. Het aanbod moet minimaal voor 50% doelgericht zijn. Dit betekent dat minimaal de helft van het winkelverkoopvloeroppervlak van het betreffende winkelgebied zich richt op de branches "dier en plant", "bruin en witgoed", "fietsen- en autoaccessoires", "doe-het-zelf" of "wonen".

### *Speciaal winkelgebied*

Winkelgebieden die niet tot een van de voorgaande categorieën behoren, worden aangemerkt als speciaal winkelgebied. Veelal zijn dit winkelgebieden rondom een station of winkelgebieden met een speciaal thema. Designer Outlet Center in Roermond, Stationsplein Breda en Luchthaven Schiphol zijn bijvoorbeeld in deze categorie opgenomen.

Alle verkooppunten die buiten een van deze concentraties vallen, worden tot de verspreide bewinkeling gerekend.

## 5.3 Betrokken personen detailhandelsvisie Rivierenland

### 5.3.1 *Ambtelijke projectgroep*

| Gemeente          | Persoon                       |
|-------------------|-------------------------------|
| Buren             | Dhr. van Olderen              |
| Culemborg         | Dhr. Rotink                   |
| Druten            | Mevr. Berkers                 |
| Geldermalsen      | Dhr. van Lith                 |
| Lingewaal         | Dhr. Kramer                   |
| Maasdriel         | Mevr. van Amersfoort          |
| Neder-Betuwe      | Mevr. Meullenbruck            |
| Neerijnen         | Mevr. van Esterik             |
| Tiel              | Mevr. Meeuwsen<br>Dhr. Bevers |
| West Maas En Waal | Mevr. Hattu                   |
| Zaltbommel        | Dhr. van Opstal               |

### 5.3.2 *Vertegenwoordigers ondernemers- en winkeliersverenigingen Rivierenland*

| Persoon                      | Organisatie                                  |
|------------------------------|----------------------------------------------|
| R. van IJzendoorn            | Bestuur Hart van Tiel                        |
| Karl Maier                   | Ondernemers Platform Buren                   |
| Frank van Coolwijk           | Verrassend Leeuwen                           |
| Johan van Schijndel          | Ondernemersvereniging Maasdriel (OVM)        |
| Van de Boom junior en senior | C1000 Haaften                                |
| G. Smits                     | Winkeliersvereniging Parijsch/Plus Culemborg |
| Clemens Bosman               | Gastvrij Geldermalsen                        |
| Pieter Mens                  | Hart van Tiel/Hema Tiel                      |
| R. van IJzendoorn            | Bestuur Hart van Tiel                        |

## 5.4 Indeling detailhandelsgroepen naar hoofdbranches

| Groep       | Hoofdbranches                                                                                                                   |
|-------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Leegstand   | Leegstand                                                                                                                       |
| Dagelijks   | Levensmiddelen<br>Persoonlijke verzorging                                                                                       |
| Mode & Luxe | Warenhuis<br>Kleding & Mode<br>Schoenen & Lederwaren<br>Juwelier & Optiek<br>Huishoudelijke- & Luxe Artikelen<br>Antiek & Kunst |
| Vrije tijd  | Sport & Spel<br>Hobby<br>Media                                                                                                  |
| In/Om Huis  | Plant & Dier<br>Bruin & Witgoed<br>Auto & Fiets<br>Doe-Het-Zelf<br>Wonen                                                        |
| Overig      | Detailhandel overig                                                                                                             |

## 5.5 Elementen Ruimtelijke effectstudie

Hieronder zijn de elementen die aan bod dienen te komen in een ruimtelijke effectstudie c.q. een ruimtelijke onderbouwing, opgenomen:

- Beschrijving winkelplan (omvang, branchering, winkelformules, locatie, etc.)
- Bepalen verzorgingsgebied winkelplan
- Analyse detailhandel(structuur) in verzorgingsgebied
- Toetsen winkelplan aan beleid (provinciaal, regionaal, gemeentelijk)
- Bepalen 'regionale' marktbehoefte (kwantitatief en kwalitatief) d.m.v. distributieplanologische berekening en/of benchmark methode
- Ruimtelijke effecten van het plan op de detailhandelstructuur inzichtelijk maken:
  - Invloed op voorzieningenniveau
  - Effect op leegstand
  - Effect op ondernemersklimaat
- Doorlopen Ladder voor duurzame verstedelijking (op basis van resultaten voorgaande elementen)

## 5.6 Factsheets Rivierenland gemeenten

### 5.6.1 Buren

**Tabel 5.2**Detailhandelsaanbod per woonplaats in de gemeente Buren

| Woonplaats          | Beusichem   | Buren       | Eck En<br>Wiel | Erichem    | Ingen       | Kerk-<br>Avezaath | Lienden     | Maurik      | Ommeren    | Rijswijk<br>Gld | Zoelen     | Zoelmond  | Totaal        |
|---------------------|-------------|-------------|----------------|------------|-------------|-------------------|-------------|-------------|------------|-----------------|------------|-----------|---------------|
| Leegstand           | 80          | 88          |                |            | 125         | 180               | 40          |             | 143        |                 |            |           | 656           |
| Levensmiddelen      | 821         | 652         | 1093           | 110        | 330         |                   | 1907        | 1212        |            | 45              | 150        | 30        | 6.350         |
| Pers. Verzorging    |             |             |                |            |             |                   | 225         | 40          |            |                 |            |           | 265           |
| Kleding & Mode      |             |             |                |            | 40          |                   | 105         | 170         |            |                 |            |           | 315           |
| Juwelier & Optiek   |             |             |                |            |             |                   | 45          |             |            |                 |            |           | 45            |
| Huish.- & Luxe Art. |             | 120         | 30             |            |             |                   | 45          | 60          |            |                 | 25         |           | 280           |
| Antiek & Kunst      | 60          | 260         |                |            | 25          |                   |             |             |            |                 | 122        |           | 467           |
| Sport & Spel        |             | 711         |                |            |             |                   | 274         | 140         |            |                 |            |           | 1.125         |
| Plant & Dier        | 631         | 225         | 240            |            | 435         |                   | 713         | 120         |            |                 | 187        |           | 2.551         |
| Bruin & Witgoed     |             |             |                | 146        |             |                   | 426         |             |            |                 |            |           | 572           |
| Auto & Fiets        | 165         | 450         |                |            | 165         |                   | 162         | 200         |            |                 |            |           | 1.142         |
| Doe-Het-Zelf        |             |             | 150            |            | 50          |                   | 682         | 510         |            | 60              |            |           | 1.452         |
| Wonen               |             | 425         |                |            | 470         |                   | 3220        | 5151        | 80         |                 |            |           | 9.346         |
| Detailhandel Overig |             | 165         |                |            |             |                   |             | 70          |            |                 |            |           | 235           |
| <b>Totaal</b>       | <b>1757</b> | <b>3096</b> | <b>1513</b>    | <b>256</b> | <b>1640</b> | <b>180</b>        | <b>7844</b> | <b>7673</b> | <b>223</b> | <b>105</b>      | <b>484</b> | <b>30</b> | <b>24.801</b> |

Bron: Locatus Retailverkenner, bewerking Ecorys

**Tabel 5.3 Horeca aanbod per woonplaats in de gemeente Buren**

| Woonplaats        | Asch     | Beusich<br>em | Buren Gld | Eck En<br>Wiel | Erichem  | Ingen    | Kerk-<br>Avezaath | Lienden  | Maurik    | Ommeren  | Rijswijk<br>Gld | Zoelen   | Totaal    |
|-------------------|----------|---------------|-----------|----------------|----------|----------|-------------------|----------|-----------|----------|-----------------|----------|-----------|
| Café              |          | 1             |           | 1              |          | 2        | 1                 | 1        | 2         |          | 1               | 1        | 10        |
| Discotheek        |          |               |           |                |          |          |                   |          |           | 1        |                 |          | 1         |
| Fastfood          |          | 1             | 1         |                |          | 2        |                   | 2        | 1         | 1        | 1               |          | 9         |
| Grillroom/Shoarma |          | 1             |           |                |          |          |                   |          | 1         |          |                 |          | 2         |
| Hotel-Restaurant  |          |               | 1         |                |          |          |                   |          |           |          |                 |          | 1         |
| Lunchroom         |          |               | 2         |                |          |          |                   |          | 1         |          |                 |          | 3         |
| Pannenkoeken      |          |               | 1         |                |          |          |                   |          | 1         |          |                 |          | 2         |
| Café-Restaurant   | 1        | 3             | 1         |                |          | 1        |                   | 1        | 1         |          |                 | 1        | 9         |
| Restaurant        |          | 1             | 1         |                | 1        |          |                   |          | 3         |          |                 |          | 6         |
| Partycentrum      |          |               | 1         |                |          |          |                   |          |           |          |                 |          | 1         |
| <b>Totaal</b>     | <b>1</b> | <b>7</b>      | <b>8</b>  | <b>1</b>       | <b>1</b> | <b>5</b> | <b>1</b>          | <b>4</b> | <b>10</b> | <b>2</b> | <b>2</b>        | <b>2</b> | <b>44</b> |

Bron: Locatus Retailverkenner, bewerking Ecorys



### 5.6.2 Culemborg

**Tabel 5.4 Detailhandelsaanbod per type winkelgebied in de gemeente Culemborg**

| Type winkelgebied        | Centraal      | Onder-<br>steunend | Overig        | Verspreide<br>bewinkeling | Totaal        |
|--------------------------|---------------|--------------------|---------------|---------------------------|---------------|
| Leegstand                | 1727          | 163                | 1500          | 1293                      | <b>4.683</b>  |
| Levensmiddelen           | 3464          | 3808               |               | 848                       | <b>8.120</b>  |
| Pers.Verzorging          | 535           | 507                |               |                           | <b>1.042</b>  |
| Warenhuis                | 1004          |                    |               |                           | <b>1.004</b>  |
| Kleding & Mode           | 3803          |                    |               |                           | <b>3.803</b>  |
| Schoenen &<br>Lederwaren | 1171          |                    |               |                           | <b>1.171</b>  |
| Juwelier & Optiek        | 415           | 55                 |               |                           | <b>470</b>    |
| Huish.- & Luxe Ar        | 787           | 337                | 1000          |                           | <b>2.124</b>  |
| Sport & Spel             | 557           |                    | 246           | 924                       | <b>1.727</b>  |
| Hobby                    | 170           |                    |               | 3500                      | <b>3.670</b>  |
| Media                    | 298           | 126                |               |                           | <b>424</b>    |
| Plant & Dier             | 561           | 257                |               | 5809                      | <b>6.627</b>  |
| Bruin & Witgoed          | 684           | 35                 | 400           | 161                       | <b>1.280</b>  |
| Auto & Fiets             | 443           | 148                |               | 179                       | <b>770</b>    |
| Doe-Het-Zelf             | 423           |                    | 3800          | 457                       | <b>4.680</b>  |
| Wonen                    | 404           |                    | 6216          | 16631                     | <b>23.251</b> |
| Detailhandel Overig      | 347           | 413                |               |                           | <b>760</b>    |
| <b>Totaal</b>            | <b>16.793</b> | <b>5.849</b>       | <b>13.162</b> | <b>29.802</b>             | <b>65.606</b> |

Bron: Locatus Retailverkenner, bewerking Ecorys

**Tabel 5.5 Horeca aanbod per type winkelgebied in de gemeente Culemborg**

| Type winkelgebied | Centraal  | Onder-<br>steunend | Overig   | Verspreide<br>bewinkeling | Totaal    |
|-------------------|-----------|--------------------|----------|---------------------------|-----------|
| Café              | 5         |                    |          |                           | <b>5</b>  |
| Coffeeshop        | 2         |                    |          |                           | <b>2</b>  |
| Fastfood          | 2         | 3                  |          |                           | <b>5</b>  |
| Bezorg/Halen      | 1         |                    |          |                           | <b>1</b>  |
| Grillroom/Sh      | 3         | 1                  |          |                           | <b>4</b>  |
| IJssalon          | 2         |                    |          |                           | <b>2</b>  |
| Lunchroom         | 3         |                    | 1        |                           | <b>4</b>  |
| Café-Restaurant   | 5         |                    |          | 1                         | <b>6</b>  |
| Restaurant        | 6         | 1                  | 1        | 2                         | <b>10</b> |
| Partycentrum      | 1         |                    |          |                           | <b>1</b>  |
| <b>Totaal</b>     | <b>30</b> | <b>5</b>           | <b>2</b> | <b>3</b>                  | <b>40</b> |

Bron: Locatus Retailverkenner, bewerking Ecorys

### 5.6.3 Druten

**Tabel 5.6 Detailhandelsaanbod per woonplaats in de gemeente Druten**

| Woonplaats            | Afferden   | Deest       | Druten       | Horssen     | Puiflijk   | Totaal       |
|-----------------------|------------|-------------|--------------|-------------|------------|--------------|
| Leegstand             | 44         | 531         | 2271         |             | 515        | <b>3361</b>  |
| Levensmiddelen        | 245        | 30          | 5131         | 165         | 35         | <b>5606</b>  |
| Pers.Verzorging       |            | 40          | 519          |             |            | <b>559</b>   |
| Warenhuis             |            |             | 425          |             |            | <b>425</b>   |
| Kleding & Mode        |            |             | 3268         |             |            | <b>3268</b>  |
| Schoenen & Lederwaren |            |             | 538          |             |            | <b>538</b>   |
| Juwelier & Optiek     |            |             | 470          |             |            | <b>470</b>   |
| Huish.- & Luxe Art.   |            | 180         | 550          |             |            | <b>730</b>   |
| Antiek & Kunst        |            |             |              | 4000        |            | <b>4000</b>  |
| Sport & Spel          |            |             | 1419         | 80          |            | <b>1499</b>  |
| Hobby                 |            |             | 500          |             |            | <b>500</b>   |
| Media                 |            |             | 582          |             |            | <b>582</b>   |
| Plant & Dier          | 90         |             | 2360         | 200         |            | <b>2650</b>  |
| Bruin & Witgoed       | 300        |             | 391          |             |            | <b>691</b>   |
| Auto & Fiets          |            |             | 1580         | 1400        |            | <b>2980</b>  |
| Doe-Het-Zelf          |            | 665         | 3285         |             |            | <b>3950</b>  |
| Wonen                 |            |             | 3176         |             | 50         | <b>3226</b>  |
| Detailhandel Overig   |            | 120         | 592          |             |            | <b>712</b>   |
| <b>Totaal</b>         | <b>679</b> | <b>1566</b> | <b>27057</b> | <b>5845</b> | <b>600</b> | <b>35747</b> |

Bron: Locatus Retailverkenner, bewerking Ecorys

**Tabel 5.7 Horeca aanbod per woonplaats in de gemeente Druten**

| Woonplaats        | Afferden | Deest    | Druten    | Horssen  | Puiflijk | Totaal    |
|-------------------|----------|----------|-----------|----------|----------|-----------|
| Café              | 1        | 2        | 2         |          | 1        | <b>6</b>  |
| Fastfood          | 1        | 1        | 4         |          | 1        | <b>7</b>  |
| Bezorg/Halen      |          |          | 1         |          |          | <b>1</b>  |
| Grillroom/Shoarma |          |          | 2         |          |          | <b>2</b>  |
| Hotel-Restaurant  |          |          | 1         |          |          | <b>1</b>  |
| Lunchroom         |          |          | 3         |          |          | <b>3</b>  |
| Café-Restaurant   |          | 1        | 2         | 1        |          | <b>4</b>  |
| Restaurant        |          |          | 3         |          | 1        | <b>4</b>  |
| Partycentrum      |          |          | 1         |          |          | <b>1</b>  |
| <b>Totaal</b>     | <b>2</b> | <b>4</b> | <b>19</b> | <b>1</b> | <b>3</b> | <b>29</b> |

Bron: Locatus Retailverkenner, bewerking Ecorys

#### 5.6.4 Geldermalsen

**Tabel 5.8** Detailhandelsaanbod per woonplaats in de gemeente Geldermalsen

| Woonplaats            | Beesd       | Deil        | Geldermalsen | Gellicum  | Meteren     | Rhenoy     | Rumpt     | Tricht     | Totaal       |
|-----------------------|-------------|-------------|--------------|-----------|-------------|------------|-----------|------------|--------------|
| Leegstand             | 200         |             | 480          |           |             |            |           | 231        | <b>911</b>   |
| Levensmiddelen        | 1290        | 200         | 4762         |           | 1010        | 50         | 25        | 138        | <b>7475</b>  |
| Pers. Verzorging      | 190         |             | 943          |           |             |            |           |            | <b>1133</b>  |
| Warenhuis             |             |             | 1235         |           |             |            |           |            | <b>1235</b>  |
| Kleding & Mode        | 50          |             | 2974         |           |             |            |           |            | <b>3024</b>  |
| Schoenen & Lederwaren |             |             | 574          |           |             |            |           |            | <b>574</b>   |
| Juwelier & Optiek     |             |             | 342          |           |             |            |           |            | <b>342</b>   |
| Huish.- & Luxe Art.   | 90          |             | 956          |           | 60          |            |           |            | <b>1106</b>  |
| Antiek & Kunst        | 40          |             | 228          |           |             |            |           |            | <b>268</b>   |
| Sport & Spel          |             |             | 390          | 40        |             | 97         |           |            | <b>527</b>   |
| Hobby                 |             |             | 320          |           |             |            |           | 40         | <b>360</b>   |
| Media                 | 120         |             | 189          |           |             |            |           |            | <b>309</b>   |
| Plant & Dier          | 3354        | 776         | 1616         |           | 508         | 60         |           | 241        | <b>6555</b>  |
| Bruin & Witgoed       | 398         |             | 310          |           |             |            |           |            | <b>708</b>   |
| Auto & Fiets          | 193         |             | 177          |           | 276         |            |           | 40         | <b>686</b>   |
| Doe-Het-Zelf          |             | 50          | 5965         |           |             |            | 74        |            | <b>6089</b>  |
| Wonen                 | 250         |             | 7179         |           | 190         |            |           |            | <b>7619</b>  |
| Detailhandel Overig   |             |             | 623          |           |             |            |           |            | <b>623</b>   |
| <b>Totaal</b>         | <b>6175</b> | <b>1026</b> | <b>29263</b> | <b>40</b> | <b>2044</b> | <b>207</b> | <b>99</b> | <b>690</b> | <b>39544</b> |

Bron: Locatus Retailverkenner, bewerking Ecorys

**Tabel 5.9 Horeca aanbod per woonplaats in de gemeente Geldermalsen**

| Woonplaats        | Acquoy   | Beesd     | Deil     | Enspijk  | Geldermalsen | Meteren  | Rhenoy   | Rumpt    | Tricht   | Totaal    |
|-------------------|----------|-----------|----------|----------|--------------|----------|----------|----------|----------|-----------|
| Café              | 1        | 1         | 1        |          | 2            |          |          | 1        | 1        | 7         |
| Discotheek        |          | 1         |          |          |              |          |          |          |          | 1         |
| Fastfood          |          | 2         | 1        | 1        | 3            | 1        | 1        |          | 1        | 10        |
| Bezorg/Halen      |          |           |          |          | 1            |          |          |          |          | 1         |
| Grillroom/Shoarma |          | 1         |          |          | 2            |          |          |          |          | 3         |
| Hotel             |          |           |          |          | 1            |          |          |          |          | 1         |
| Hotel-Restaurant  |          |           | 1        |          |              |          |          |          |          | 1         |
| Lunchroom         |          | 1         |          |          |              |          |          |          |          | 1         |
| Pannenkoeken      |          | 1         |          |          |              |          |          |          |          | 1         |
| Café-Restaurant   |          | 2         |          | 1        | 1            |          |          |          |          | 4         |
| Restaurant        | 1        | 3         |          | 1        | 5            | 1        | 1        | 1        | 2        | 15        |
| Partycentrum      |          | 2         |          |          |              |          | 1        |          |          | 3         |
| Horeca Overig     |          |           |          |          |              |          |          |          | 1        | 1         |
| <b>Totaal</b>     | <b>2</b> | <b>14</b> | <b>3</b> | <b>3</b> | <b>15</b>    | <b>2</b> | <b>3</b> | <b>2</b> | <b>5</b> | <b>49</b> |

Bron: Locatus Retailverkenner, bewerking Ecorys

### 5.6.5 Lingewaal

**Tabel 5.10 Detailhandelsaanbod per woonplaats in de gemeente Lingewaal**

| Woonplaats          | Asperen    | Herwijnen   | Heukelum    | Spijk Gem Lingewaal | Vuren       | Totaal       |
|---------------------|------------|-------------|-------------|---------------------|-------------|--------------|
| Leegstand           | 64         | 40          |             |                     | 145         | 249          |
| Levensmiddelen      | 220        | 412         | 621         |                     | 378         | 1631         |
| Pers. Verzorging    |            | 105         |             |                     |             | 105          |
| Kleding & Mode      |            | 182         |             |                     |             | 182          |
| Huish.- & Luxe Art. | 12         | 180         | 84          |                     |             | 276          |
| Antiek & Kunst      |            |             | 180         |                     |             | 180          |
| Sport & Spel        | 174        | 244         |             |                     |             | 418          |
| Plant & Dier        | 65         | 240         |             | 8238                | 250         | 8793         |
| Auto & Fiets        |            |             | 65          |                     |             | 65           |
| Doe-Het-Zelf        | 92         | 165         |             |                     |             | 257          |
| Wonen               | 97         |             | 20          | 110                 | 1080        | 1307         |
| Detailhandel Overig |            |             | 499         | 45                  | 338         | 882          |
| <b>Totaal</b>       | <b>724</b> | <b>1568</b> | <b>1469</b> | <b>8393</b>         | <b>2191</b> | <b>14345</b> |

Bron: Locatus Retailverkenner, bewerking Ecorys

**Tabel 5.11 Horeca aanbod per woonplaats in de gemeente Lingewaal**

| Woonplaats       | Asperen  | Herwijnen | Heukelum | Spijk Gem Lingewaal | Vuren    | Totaal    |
|------------------|----------|-----------|----------|---------------------|----------|-----------|
| Café             |          | 1         | 3        |                     |          | 4         |
| Fastfood         |          | 1         |          |                     | 3        | 4         |
| Hotel-Restaurant | 1        |           |          |                     |          | 1         |
| Lunchroom        |          | 1         |          |                     | 1        | 2         |
| Pannenkoeken     |          |           |          |                     | 1        | 1         |
| Restaurant       | 1        |           |          | 1                   | 2        | 4         |
| <b>Totaal</b>    | <b>2</b> | <b>3</b>  | <b>3</b> | <b>1</b>            | <b>7</b> | <b>16</b> |

### 5.6.6 Maasdriel

**Tabel 5.12 Detailhandelsaanbod per woonplaats in de gemeente Maasdriel**

| Woonplaats            | Alem      | Ammerzoden  | Hedel       | Hurwenen  | Kerkdriel   | Rossum      | Velddriel   | Well        | Totaal       |
|-----------------------|-----------|-------------|-------------|-----------|-------------|-------------|-------------|-------------|--------------|
| Leegstand             |           | 100         | 321         |           | 2339        |             | 157         |             | <b>2917</b>  |
| Levensmiddelen        |           | 1277        | 3461        | 60        | 2352        | 901         | 320         |             | <b>8371</b>  |
| Pers. Verzorging      |           | 239         | 195         |           | 530         |             |             |             | <b>964</b>   |
| Warenhuis             |           |             |             |           | 540         |             |             |             | <b>540</b>   |
| Kleding & Mode        |           | 802         | 292         |           | 528         |             |             |             | <b>1622</b>  |
| Schoenen & Lederwaren |           |             |             |           | 176         |             |             |             | <b>176</b>   |
| Juwelier & Optiek     |           |             | 50          |           | 50          |             |             |             | <b>100</b>   |
| Huish. & Luxe Art.    |           | 765         | 304         |           | 297         |             |             |             | <b>1366</b>  |
| Sport & Spel          | 60        |             |             |           | 365         | 320         | 50          |             | <b>795</b>   |
| Hobby                 |           |             |             |           | 95          |             | 30          |             | <b>125</b>   |
| Media                 |           |             | 100         |           | 75          |             |             |             | <b>175</b>   |
| Plant & Dier          |           | 4074        | 290         |           | 498         | 375         | 390         | 1500        | <b>7127</b>  |
| Bruin & Witgoed       |           |             |             |           | 295         |             | 315         |             | <b>610</b>   |
| Auto & Fiets          |           | 125         | 90          |           | 244         | 380         | 80          | 80          | <b>999</b>   |
| Doe-Het-Zelf          |           |             | 750         |           | 640         |             | 285         |             | <b>1675</b>  |
| Wonen                 |           | 1718        | 1653        |           | 329         | 699         | 897         | 300         | <b>5596</b>  |
| Detailhandel Overig   |           |             | 50          |           | 485         |             | 422         |             | <b>957</b>   |
| <b>Totaal</b>         | <b>60</b> | <b>9100</b> | <b>7556</b> | <b>60</b> | <b>9838</b> | <b>2675</b> | <b>2946</b> | <b>1880</b> | <b>34115</b> |

Bron: Locatus Retailverkenner, bewerking Ecorys

**Tabel 5.13 Horeca aanbod per woonplaats in de gemeente Maasdriel**

| Woonplaats        | Alem     | Ammerzoden | Hedel    | Heerwaarden | Hurwenen | Kerkdriel | Rossum   | Velddriel | Well     | Totaal    |
|-------------------|----------|------------|----------|-------------|----------|-----------|----------|-----------|----------|-----------|
| Café              | 1        | 3          | 1        | 1           |          | 7         | 1        | 1         |          | 15        |
| Seks/Nachtclubs   |          | 1          |          | 1           |          |           |          |           |          | 2         |
| Fastfood          |          | 2          | 2        | 1           |          | 6         | 1        | 1         |          | 13        |
| Grillroom/Shoarma |          | 1          |          |             |          | 1         |          |           |          | 2         |
| Hotel             |          |            |          |             |          | 1         |          |           |          | 1         |
| Hotel-Restaurant  |          |            |          |             |          |           | 2        |           | 1        | 3         |
| IJssalon          |          |            | 1        |             |          |           |          |           |          | 1         |
| Lunchroom         |          |            |          |             | 1        |           |          |           |          | 1         |
| Café-Restaurant   | 1        |            | 1        | 1           | 1        | 3         | 1        |           |          | 8         |
| Restaurant        |          | 4          | 2        | 1           |          | 6         |          |           | 1        | 14        |
| Partycentrum      |          |            |          |             |          | 2         |          |           |          | 2         |
| <b>Totaal</b>     | <b>2</b> | <b>11</b>  | <b>7</b> | <b>5</b>    | <b>2</b> | <b>26</b> | <b>5</b> | <b>2</b>  | <b>2</b> | <b>62</b> |

Bron: Locatus Retailverkenner, bewerking Ecorys

### 5.6.7 Neder-Betuwe

**Tabel 5.14 Detailhandelsaanbod per woonplaats in de gemeente Neder-Betuwe**

| Woonplaats            | Dodewaard   | Echteld    | Kesteren     | Ochten      | Opheusden    | Totaal       |
|-----------------------|-------------|------------|--------------|-------------|--------------|--------------|
| Leegstand             |             |            | 906          | 655         | 876          | <b>2437</b>  |
| Levensmiddelen        | 1010        | 50         | 772          | 1313        | 2129         | <b>5274</b>  |
| Pers. Verzorging      | 92          |            | 193          | 180         | 288          | <b>753</b>   |
| Warenhuis             |             |            |              |             | 743          | <b>743</b>   |
| Kleding & Mode        |             |            | 858          | 996         | 1030         | <b>2884</b>  |
| Schoenen & Lederwaren |             |            | 80           | 120         |              | <b>200</b>   |
| Juwelier & Optiek     |             |            | 140          |             |              | <b>140</b>   |
| Huish. & Luxe Art.    | 1165        |            | 230          |             |              | <b>1395</b>  |
| Antiek & Kunst        |             |            | 70           |             |              | <b>70</b>    |
| Sport & Spel          | 366         |            |              | 15          |              | <b>381</b>   |
| Hobby                 | 127         |            |              | 35          |              | <b>162</b>   |
| Media                 |             |            | 110          | 714         | 208          | <b>1032</b>  |
| Plant & Dier          | 565         | 35         | 3466         | 1730        | 277          | <b>6073</b>  |
| Bruin & Witgoed       | 125         |            | 150          |             | 30           | <b>305</b>   |
| Auto & Fiets          | 110         |            | 185          | 142         | 165          | <b>602</b>   |
| Doe-Het-Zelf          | 716         | 100        | 2075         | 270         | 683          | <b>3844</b>  |
| Wonen                 | 150         | 150        | 17702        | 1680        | 4380         | <b>24062</b> |
| Detailhandel Overig   | 362         |            |              |             | 494          | <b>856</b>   |
| <b>Totaal</b>         | <b>4788</b> | <b>335</b> | <b>26937</b> | <b>7850</b> | <b>11303</b> | <b>51213</b> |

Bron: Locatus Retailverkenner, bewerking Ecorys



**Tabel 5.15 Horeca aanbod per woonplaats in de gemeente Neder-Betuwe**

| Woonplaats        | Dodewaard | Echteld  | Kesteren | Ochten   | Opheusden | Totaal    |
|-------------------|-----------|----------|----------|----------|-----------|-----------|
| Café              | 1         | 1        | 2        | 1        | 2         | 7         |
| Fastfood          |           |          | 2        | 3        | 2         | 7         |
| Grillroom/Shoarma | 1         |          |          |          |           | 1         |
| Hotel-Restaurant  |           | 2        |          |          |           | 2         |
| Pannenkoeken      |           |          | 1        |          |           | 1         |
| Café-Restaurant   | 3         |          |          | 2        | 1         | 6         |
| Restaurant        | 2         |          | 3        | 2        | 1         | 8         |
| Partycentrum      |           | 1        |          |          |           | 1         |
| <b>Totaal</b>     | <b>7</b>  | <b>4</b> | <b>8</b> | <b>8</b> | <b>6</b>  | <b>33</b> |

Bron: Locatus Retailverkenner, bewerking Ecorys

### 5.6.8 Neerijnen

**Tabel 5.16 Detailhandelsaanbod per woonplaats in de gemeente Neerijnen**

| Woonplaats                  | Est         | Haften      | Hellouw    | Ophemert   | Opijnen    | Tuil      | Varik      | Waardenburg | Totaal       |
|-----------------------------|-------------|-------------|------------|------------|------------|-----------|------------|-------------|--------------|
| Leegstand                   |             | 120         | 50         |            |            | 25        | 40         |             | 235          |
| Levensmiddelen              | 40          | 824         |            | 238        | 101        |           | 283        | 598         | 2084         |
| Persoonlijke Verzorging     |             |             | 20         |            |            |           |            |             | 20           |
| Kleding & Mode              | 30          |             |            |            |            |           |            | 233         | 263          |
| Huishoudelijke- & Luxe Art. |             | 153         |            |            |            |           |            |             | 153          |
| Antiek & Kunst              |             | 30          |            |            |            |           |            |             | 30           |
| Hobby                       |             |             | 90         |            |            |           |            |             | 90           |
| Media                       |             | 50          |            |            |            |           |            |             | 50           |
| Plant & Dier                |             | 1749        |            |            |            |           | 25         | 199         | 1973         |
| Bruin & Witgoed             | 210         |             |            | 340        |            |           |            | 40          | 590          |
| Auto & Fiets                |             |             |            |            |            |           |            | 290         | 290          |
| Doe-Het-Zelf                | 1006        | 1338        |            |            |            |           |            | 64          | 2408         |
| Wonen                       |             | 1796        | 243        |            |            |           |            | 355         | 2394         |
| Detailhandel Overig         |             | 20          |            |            |            |           |            |             | 20           |
| <b>Totaal</b>               | <b>1286</b> | <b>6080</b> | <b>403</b> | <b>578</b> | <b>101</b> | <b>25</b> | <b>348</b> | <b>1779</b> | <b>10600</b> |

Bron: Locatus Retailverkenner, bewerking Ecorys

**Tabel 5.17 Horeca aanbod per woonplaats in de gemeente Neerijnen**

| Woonplaats        | Haften   | Hellouw  | Neerijnen | Ophemert | Opijnen  | Varik    | Waardenburg | Totaal    |
|-------------------|----------|----------|-----------|----------|----------|----------|-------------|-----------|
| Café              | 1        | 1        | 1         |          |          | 1        | 1           | 5         |
| Fastfood          | 1        |          |           |          |          | 1        | 3           | 5         |
| Grillroom/Shoarma | 1        |          |           |          |          |          |             | 1         |
| Café-Restaurant   |          |          |           | 1        | 1        |          |             | 2         |
| <b>Totaal</b>     | <b>3</b> | <b>1</b> | <b>1</b>  | <b>1</b> | <b>1</b> | <b>2</b> | <b>4</b>    | <b>13</b> |

### 5.6.9 Tiel

**Tabel 5.18 Detailhandelsaanbod per woonplaats in de gemeente Tiel**

| Woonplaats            | Kapel Avezaath | Tiel         | Wadenoijen  | Totaal       |
|-----------------------|----------------|--------------|-------------|--------------|
| Leegstand             |                | 4302         |             | <b>4302</b>  |
| Levensmiddelen        | 362            | 12013        |             | <b>12375</b> |
| Pers. Verzorging      |                | 1948         |             | <b>1948</b>  |
| Warenhuis             |                | 1189         |             | <b>1189</b>  |
| Kleding & Mode        |                | 12130        |             | <b>12130</b> |
| Schoenen & Lederwaren |                | 3174         |             | <b>3174</b>  |
| Juwelier & Optiek     |                | 757          |             | <b>757</b>   |
| Huish.- & Luxe Art.   |                | 3336         |             | <b>3336</b>  |
| Antiek & Kunst        |                | 65           |             | <b>65</b>    |
| Sport & Spel          |                | 2163         | 201         | <b>2364</b>  |
| Hobby                 |                | 308          |             | <b>308</b>   |
| Media                 |                | 1167         |             | <b>1167</b>  |
| Plant & Dier          | 3996           | 4169         | 3674        | <b>11839</b> |
| Bruin & Witgoed       |                | 1923         |             | <b>1923</b>  |
| Auto & Fiets          |                | 1936         |             | <b>1936</b>  |
| Doe-Het-Zelf          |                | 14137        |             | <b>14137</b> |
| Wonen                 |                | 12583        |             | <b>12583</b> |
| Detailhandel Overig   |                | 3012         |             | <b>3012</b>  |
| <b>Totaal</b>         | <b>4358</b>    | <b>80312</b> | <b>3875</b> | <b>88545</b> |

Bron: Locatus Retailverkenner, bewerking Ecorys

**Tabel 5.19 Horeca aanbod per woonplaats in de gemeente Tiel**

| Woonplaats        | Kapel Avezaath | Tiel      | Wadenoijen | Totaal     |
|-------------------|----------------|-----------|------------|------------|
| Café              |                | 21        |            | <b>21</b>  |
| Coffeeshop        |                | 4         |            | <b>4</b>   |
| Fastfood          | 1              | 18        |            | <b>19</b>  |
| Bezorg/Halen      |                | 5         |            | <b>5</b>   |
| Grillroom/Shoarma |                | 11        |            | <b>11</b>  |
| Hotel-Restaurant  |                | 1         |            | <b>1</b>   |
| Lunchroom         |                | 8         |            | <b>8</b>   |
| Café-Restaurant   | 1              | 7         |            | <b>8</b>   |
| Restaurant        | 1              | 21        | 1          | <b>23</b>  |
| Partycentrum      |                | 2         |            | <b>2</b>   |
| <b>Totaal</b>     | <b>3</b>       | <b>98</b> | <b>1</b>   | <b>102</b> |

Bron: Locatus Retailverkenner, bewerking Ecorys

#### 5.6.10 West Maas en Waal

**Tabel 5.20 Detailhandelsaanbod per woonplaats in de gemeente West Maas en Waal**

| Woonplaats            | Alphen     | Altforst   | Appeltern  | Beneden-<br>Leeuwen | Boven-<br>Leeuwen | Dreumel     | Maasbommel  | Wamel       | Totaal       |
|-----------------------|------------|------------|------------|---------------------|-------------------|-------------|-------------|-------------|--------------|
| Leegstand             |            | 300        | 400        | 3454                | 94                | 1399        |             | 375         | <b>6022</b>  |
| Levensmiddelen        | 186        |            | 110        | 3524                | 228               | 1125        | 233         | 303         | <b>5709</b>  |
| Pers. Verzorging      |            |            |            | 456                 |                   | 35          | 20          |             | <b>511</b>   |
| Warenhuis             |            |            |            | 390                 |                   |             |             |             | <b>390</b>   |
| Kleding & Mode        |            |            |            | 2310                |                   |             |             |             | <b>2310</b>  |
| Schoenen & Lederwaren |            |            |            | 174                 |                   |             |             |             | <b>174</b>   |
| Juwelier & Optiek     |            |            |            | 230                 |                   |             |             |             | <b>230</b>   |
| Huish.- & Luxe Art.   |            |            |            | 1256                |                   |             |             |             | <b>1256</b>  |
| Antiek & Kunst        |            |            | 25         |                     |                   |             |             |             | <b>25</b>    |
| Sport & Spel          |            |            |            | 1943                |                   |             | 100         |             | <b>2043</b>  |
| Hobby                 |            |            |            | 196                 |                   | 20          |             |             | <b>216</b>   |
| Media                 |            |            |            | 345                 |                   |             |             |             | <b>345</b>   |
| Plant & Dier          |            | 30         | 45         | 3144                |                   | 237         | 750         | 30          | <b>4236</b>  |
| Bruin & Witgoed       |            |            |            | 1392                | 45                | 104         |             |             | <b>1541</b>  |
| Auto & Fiets          |            | 440        |            | 436                 |                   | 50          |             |             | <b>926</b>   |
| Doe-Het-Zelf          |            |            |            | 2474                |                   | 356         |             |             | <b>2830</b>  |
| Wonen                 |            |            |            | 8061                | 4885              | 550         | 150         | 60          | <b>13706</b> |
| Detailhandel Overig   |            |            |            | 1221                | 60                | 55          |             | 615         | <b>1951</b>  |
| <b>Totaal</b>         | <b>186</b> | <b>770</b> | <b>580</b> | <b>31006</b>        | <b>5312</b>       | <b>3931</b> | <b>1253</b> | <b>1383</b> | <b>44421</b> |

Bron: Locatus Retailverkenner, bewerking Ecorys

**Tabel 5.21 Horeca aanbod per woonplaats in de gemeente West Maas en Waal**

| Woonplaats        | Alphen | Appeltern | Beneden-<br>Leeuwen | Boven-Leeuwen | Dreumel | Maasbommel | Wamel | Totaal |
|-------------------|--------|-----------|---------------------|---------------|---------|------------|-------|--------|
| Café              | 1      |           | 2                   | 1             | 3       | 3          | 1     | 11     |
| Fastfood          | 1      |           | 2                   | 3             | 2       |            | 1     | 9      |
| Grillroom/Shoarma |        |           | 2                   |               |         |            |       | 2      |
| Hotel-Restaurant  |        | 1         | 1                   |               |         | 1          | 1     | 4      |
| IJssalon          |        |           |                     | 1             |         |            |       | 1      |
| Lunchroom         |        |           | 1                   |               |         |            |       | 1      |
| Pannenkoeken      |        | 2         |                     |               |         |            |       | 2      |
| Café-Restaurant   | 2      |           |                     |               |         | 3          |       | 5      |
| Restaurant        |        |           | 3                   | 2             |         | 1          | 2     | 8      |
| Totaal            | 4      | 3         | 11                  | 7             | 5       | 8          | 5     | 43     |

Bron: Locatus Retailverkenner, bewerking Ecorys

### 5.6.11 Zaltbommel

**Tabel 5.22 Detailhandelsaanbod per woonplaats in de gemeente Zaltbommel**

| Woonplaats            | Aalst      | Brakel      | Bruchem     | Gameren     | Kerkwijk  | Nederhemert | Nieuwaal  | Poederoijen | Zaltbommel   | Zuilichem  | Totaal       |
|-----------------------|------------|-------------|-------------|-------------|-----------|-------------|-----------|-------------|--------------|------------|--------------|
| Leegstand             |            | 725         |             | 114         |           |             |           |             | 2028         | 110        | <b>2977</b>  |
| Levensmiddelen        | 707        | 1168        | 204         | 1699        |           | 373         |           | 50          | 4944         | 198        | <b>9343</b>  |
| Pers. Verzorging      |            |             |             |             |           |             |           |             | 633          | 69         | <b>702</b>   |
| Warenhuis             |            |             |             |             |           |             |           |             | 1065         |            | <b>1065</b>  |
| Kleding & Mode        | 118        |             |             |             |           | 267         |           |             | 3544         |            | <b>3929</b>  |
| Schoenen & Lederwaren |            | 30          |             |             |           |             |           |             | 565          |            | <b>595</b>   |
| Juwelier & Optiek     |            |             |             |             |           |             |           |             | 329          |            | <b>329</b>   |
| Huish.- & Luxe Art.   |            |             |             |             |           | 266         |           |             | 1641         |            | <b>1907</b>  |
| Antiek & Kunst        |            | 25          |             |             |           |             |           |             | 70           | 12         | <b>107</b>   |
| Sport & Spel          |            |             |             |             |           |             |           |             | 601          |            | <b>601</b>   |
| Hobby                 |            |             |             |             |           | 45          |           |             | 308          |            | <b>353</b>   |
| Media                 |            |             |             | 129         |           |             |           |             | 388          |            | <b>517</b>   |
| Plant & Dier          |            | 1924        | 257         |             | 50        | 265         | 40        |             | 3201         | 200        | <b>5937</b>  |
| Bruin & Witgoed       |            | 70          |             |             |           |             |           | 40          | 504          |            | <b>614</b>   |
| Auto & Fiets          |            | 80          | 488         | 60          |           | 100         | 45        |             | 859          |            | <b>1632</b>  |
| Doe-Het-Zelf          |            | 240         | 396         | 84          |           |             |           | 150         | 6387         |            | <b>7257</b>  |
| Wonen                 |            | 70          |             | 1212        |           | 600         |           |             | 8997         |            | <b>10879</b> |
| Detailhandel Overig   |            | 60          |             |             |           |             |           | 66          | 884          |            | <b>1010</b>  |
| <b>Totaal</b>         | <b>825</b> | <b>4392</b> | <b>1345</b> | <b>3298</b> | <b>50</b> | <b>1916</b> | <b>85</b> | <b>306</b>  | <b>36948</b> | <b>589</b> | <b>49754</b> |

Bron: Locatus Retailverkenner, bewerking Ecorys

**Tabel 5.23 Horeca aanbod per woonplaats in de gemeente Zaltbommel**

| Row Labels        | Aalst    | Brakel   | Bruchem  | Gameren  | Nederhemert | Nieuwaal | Poederoijen | Zaltbommel | Zuilichem | Totaal    |
|-------------------|----------|----------|----------|----------|-------------|----------|-------------|------------|-----------|-----------|
| Café              | 2        | 1        |          |          | 1           | 1        |             | 3          |           | 8         |
| Fastfood          |          |          | 2        |          | 1           |          |             | 7          |           | 10        |
| Grillroom/Shoarma |          |          |          |          |             |          |             | 4          |           | 4         |
| Hotel             |          |          |          |          |             |          |             | 1          |           | 1         |
| Hotel-Restaurant  |          |          |          |          |             |          |             | 1          |           | 1         |
| IJssalon          |          |          |          |          |             |          |             | 1          |           | 1         |
| Lunchroom         |          |          |          |          |             |          | 1           | 1          |           | 2         |
| Café-Restaurant   | 1        |          | 1        | 2        |             |          |             | 4          | 1         | 9         |
| Restaurant        | 1        |          | 1        |          | 1           |          |             | 11         | 2         | 16        |
| Partycentrum      |          |          |          | 1        |             |          |             | 2          | 1         | 4         |
| <b>Totaal</b>     | <b>4</b> | <b>1</b> | <b>4</b> | <b>3</b> | <b>3</b>    | <b>1</b> | <b>1</b>    | <b>35</b>  | <b>4</b>  | <b>56</b> |

Bron: Locatus Retailverkenner, bewerking Ecorys



Postbus 4175  
3006 AD Rotterdam  
Nederland

Watermanweg 44  
3067 GG Rotterdam  
Nederland

T 010 453 88 00  
F 010 453 07 68  
E [netherlands@ecorys.com](mailto:netherlands@ecorys.com)

W [www.ecorys.nl](http://www.ecorys.nl)

***Sound analysis, inspiring ideas***