



Detailhandelsstructuurvisie Gemeente Neder-Betuwe

Droogh Trommelen en Partners (DTNP)

Adviseurs voor Ruimte en Strategie

Graafseweg 109

6512 BS Nijmegen

T 024 - 379 20 83

E info@dtnp.nl

W www.dtnp.nl

Opdrachtgever: Gemeente Neder-Betuwe

Contactpersoon: Mevrouw K. van der Velden - Hendriks

Projectteam DTNP: De heer W. Frielink

De heer K. Trommelen

Projectnummer: 1664.1215

Datum: 6 juli 2016

Detailhandelsstructuurvisie Gemeente Neder-Betuwe

·dtnp·

Inhoudsopgave

1 Context

- 1.1 Aanleiding
- 1.2 Feiten en cijfers
- 1.3 Plannen en ontwikkelingen
- 1.4 Neder-Betuwe in de regio

2 Veranderende winkelmarkt

- 2.1 Landelijke trends
- 2.2 Kansrijke en kwetsbare centra
- 2.3 Kansen en bedreigingen Neder-Betuwe

3 Detailhandelsstructuurvisie

- 3.1 Beleidsambities
- 3.2 Drie uitgangspunten
- 3.3 Gewenste winkelstructuur
- 3.4 Toekomst centrum Opheusden
- 3.5 Toekomst centrum Ochten
- 3.6 Toekomst centrum Kesteren
- 3.7 Toekomst centrum Dodewaard

4 Uitvoeringskader

- 4.1 Beleidskader
- 4.2 Vervolgproces en acties

1

Bijlagen

- 2 Bijlage 1 Klankbordgroep 51
- 4 Bijlage 2 Begrippenlijst 51
- 13 Bijlage 3 Overzicht winkelaanbod Neder-Betuwe 55
- 15 Bijlage 4 Distributieve mogelijkheden 56

16

- 17
- 19
- 21

23

- 24
- 24
- 26
- 28
- 32
- 35
- 37

39

- 40
- 43



1 Context

1.1 Aanleiding

Wijzigende omstandigheden

Door de economische recessie, demografische ontwikkelingen (krimp, vergrijzing) en internet wijzigt het gedrag van consumenten. Binnen de detailhandelssector leiden het grote aanbod, schaalvergroting en teruglopende winkelbestedingen tot krimp. Winkelgebieden kampen met stagnatie en leegstand, de economische vitaliteit en attractiviteit ervan staan onder druk.

Ondanks de (nog) beperkte leegstand in de dorpskernen zijn de gewijzigde omstandigheden ook in de gemeente Neder-Betuwe merkbaar. Het voorzieningenniveau, en daarmee de leefbaarheid in de kernen, dreigt onder druk te komen staan. Neder-Betuwe staat voor de uitdaging om ook op langere termijn een gezonde voorzieningestructuur te behouden.

Regionale visie

Begin 2014 is er in de regio Rivierenland samen met regiogemeenten gewerkt aan een detailhandelsstructuurvisie. Deze regionale visie is (onder andere) door de gemeenteraad van Neder-Betuwe vastgesteld. Daarbij is de wens uitgesproken om als vervolg hierop een

lokale detailhandelsstructuurvisie voor de eigen gemeente op te stellen.

Actief detailhandelsbeleid

Zowel de Structuurvisie Neder-Betuwe 2010-2020 als het Coalitie-akkoord 2014-2018 spreken de ambitie uit om het voorzieningenniveau in de kernen ook op langere termijn op peil te houden. Hiervoor wenst de gemeente Neder-Betuwe een actief detailhandelsbeleid te voeren en, in samenwerking met stakeholders, te bepalen op welke wijze beleidsmatig ingespeeld kan worden op de autonome trends in de detailhandel en het consumentengedrag. De gemeente heeft aan DTNP gevraagd dit onderzoek uit te voeren.

Uitgangspunt

Binnen de gemeente Neder-Betuwe bestaan verschillende plannen voor supermarkten met verschillende (juridische) statussen (zie par. 1.3). De plannen waarover de gemeenteraad reeds een besluit heeft genomen (2x Aldi) of met bestuurlijk toezegging (MCD, Spar/Plus), zijn als uitgangspunt voor deze visie meegegeven.



Behoefte aan actief detailhandelsbeleid

Hoofdvraag

De hoofdvraag die de gemeente aan DTNP heeft gesteld is:

- Welk beleid is nodig voor behoud en versterking van een gezond voorzieningen-niveau, teneinde de leefbaarheid en vitaliteit van de dorpskernen op peil te houden, en welke maatregelen zijn daarvoor nodig?

Deelvragen

In dit rapport wordt antwoord gegeven op de volgende deelvragen:

1. Welke autonome trends en ontwikkelingen doen zich voor in de detailhandel en het consumentengedrag?
2. Hoe ziet de vraag- en aanbodstructuur van detailhandel in Neder-Betuwe eruit?
3. Wat is de huidige concurrentiepositie van detailhandel in Neder-Betuwe in relatie tot het aanbod in de regio?
4. Wat zijn de sterke en zwakke punten, kansen en bedreigingen voor de detailhandel in Neder-Betuwe in relatie tot autonome trends en ontwikkelingen en het aanbod in de omgeving?
5. Wat is de haalbare en gewenste functie en positie (ambitieniveau) van de verschillende winkelgebieden in Neder-Betuwe, ten opzichte van elkaar en ten opzichte van de regio?

6. Wat is de haalbare en gewenste hoofdstructuur en afbakening van de verschillende centrumgebieden?
7. Welke strategie is nodig voor de aanpak van kansarme winkellocaties en leegstand?
8. Welke concrete maatregelen kunnen per winkelgebied worden benoemd voor behoud van vitale dorpscentra (aanbod, bereikbaarheid, parkeren, openbare ruimte, samenwerking, etc.)?
9. Hoe ziet het uitvoeringsprogramma eruit?

Proces

De volgende processtappen zijn gezet om tot deze detailhandelsstructuurvisie te komen:

- meerdere klankbordbijeenkomsten met een afvaardiging van ondernemersverenigingen;
- gesprekken met sleutelinformanten; (afgevaardigden van ondernemersverenigingen);
- brede discussie-avond voor alle ondernemers uit de gemeente;
- tussentijdse terugkoppeling met het college van Burgemeester en Wethouders.

Rol klankbordgroep

De klankbordgroep heeft er op toegezien dat het onderzoek zorgvuldig werd uitgevoerd en heeft lokale kennis ingebracht. In de klankbordgroep namen afgevaardigden van de

ondernemersverenigingen deel, aangevuld met vertegenwoordigers van regio Rivierenland, Helicon (school) en het Regionaal Bureau voor Toerisme Rivierenland.

Leeswijzer

In het vervolg van dit hoofdstuk wordt ingegaan op feiten en cijfers van de vraag- en aanbodstructuur in Neder-Betuwe, plannen voor nieuwe winkelontwikkelingen in de gemeente en de positie in de regio.

Hoofdstuk 2 geeft een beeld van de belangrijkste trends en ontwikkelingen in de winkelmarkt.

In hoofdstuk 3 wordt vervolgens op basis van de huidige situatie, trends in de winkelmarkt en (gemeentelijke) ambities en uitgangspunten, en wordt een visie gegeven op de toekomst van de detailhandelsstructuur in Neder-Betuwe. Het betreft enerzijds een visie op hoofdlijnen voor de hele gemeente, en anderzijds een uitwerking op hoofdlijnen voor elk van de vier grotere dorpen.

Hoofdstuk 4 gaat ten slotte in op het beleid, gericht op realisatie van de visie, en geeft een overzicht van acties en maatregelen.

1.2 Feiten en cijfers

Inwoners

In de gemeente Neder-Betuwe wonen circa 23.000 inwoners*, verspreid over zes kernen (kaart 1, p. 5):

- Opheusden - ca. 6.100 inwoners;
- Kesteren - ca. 5.200 inwoners;
- Ochten - ca. 4.900 inwoners;
- Dodewaard - ca. 4.400 inwoners;
- Echteld - ca. 1.100 inwoners;
- IJzendoorn - ca. 1.000 inwoners.

Volgens de bevolkingsprognoses van het CBS en de provincie Gelderland is sprake van een lichte krimp van het aantal inwoners in Neder-Betuwe tot ongeveer 21.600 (CBS) of 22.800 (Gelderland) in 2025.

Veel inwoners van Neder-Betuwe zijn religieus. Hierdoor is de (koop)oriëntatie op de eigen gemeente naar verwachting ook hoog.

Ligging

De gemeente Neder-Betuwe is een landelijke gemeente in Rivierenland met relatief veel fruitteelt (Betuwe). De gemeente wordt aan de noord- en zuidzijde begrensd door de rivieren Nederrijn (noord) en Waal (zuid). De relatief

langgerekte gemeente (oost-west) wordt doorsneden door de rijksweg A15 en de spoorlijnen van de Betuweroute en de lijn Elst-Dordrecht. Ten noorden van deze infrastructuur-as liggen de twee grootste dorpskernen van de gemeente (Opheusden en Kesteren), de overige dorpskernen liggen ten zuiden van de as.

Omvang en branchering winkelaanbod

Het winkelaanbod in de gemeente Neder-Betuwe is circa 48.000 m² winkelvloeroppervlak (wvo) groot**, verspreid over bijna 120 winkels. Er zijn zes, gemiddeld kleine, supermarkten (ca. 4.350 m² wvo) en ongeveer 25 overige dagelijkse winkels (ca. 1.350 m² wvo), waaronder bakkers, slaggers en drogisten. In de gemeente zijn verder niet-dagelijkse winkels gevestigd, variërend van mode (18 winkels, ca. 3.200 m² wvo) tot overige niet-dagelijkse winkels (34 winkels, ca. 8.300 m² wvo) zoals huishoudelijke artikelen, boeken, bloemen, optiek en fietsen. Het overige ruim 30.000 m² wvo grote aanbod bestaat uit circa 40 grootschalige winkels in de volumineuze sector (doe-het-zelf, tuincentra en woninginrichting). Slechts 700 m² wvo van het aanbod staat leeg (circa 7 panden).

* StatLine (2016), CBS

** Locatus (2016) Verkooppuntenbestand, jan. 2016

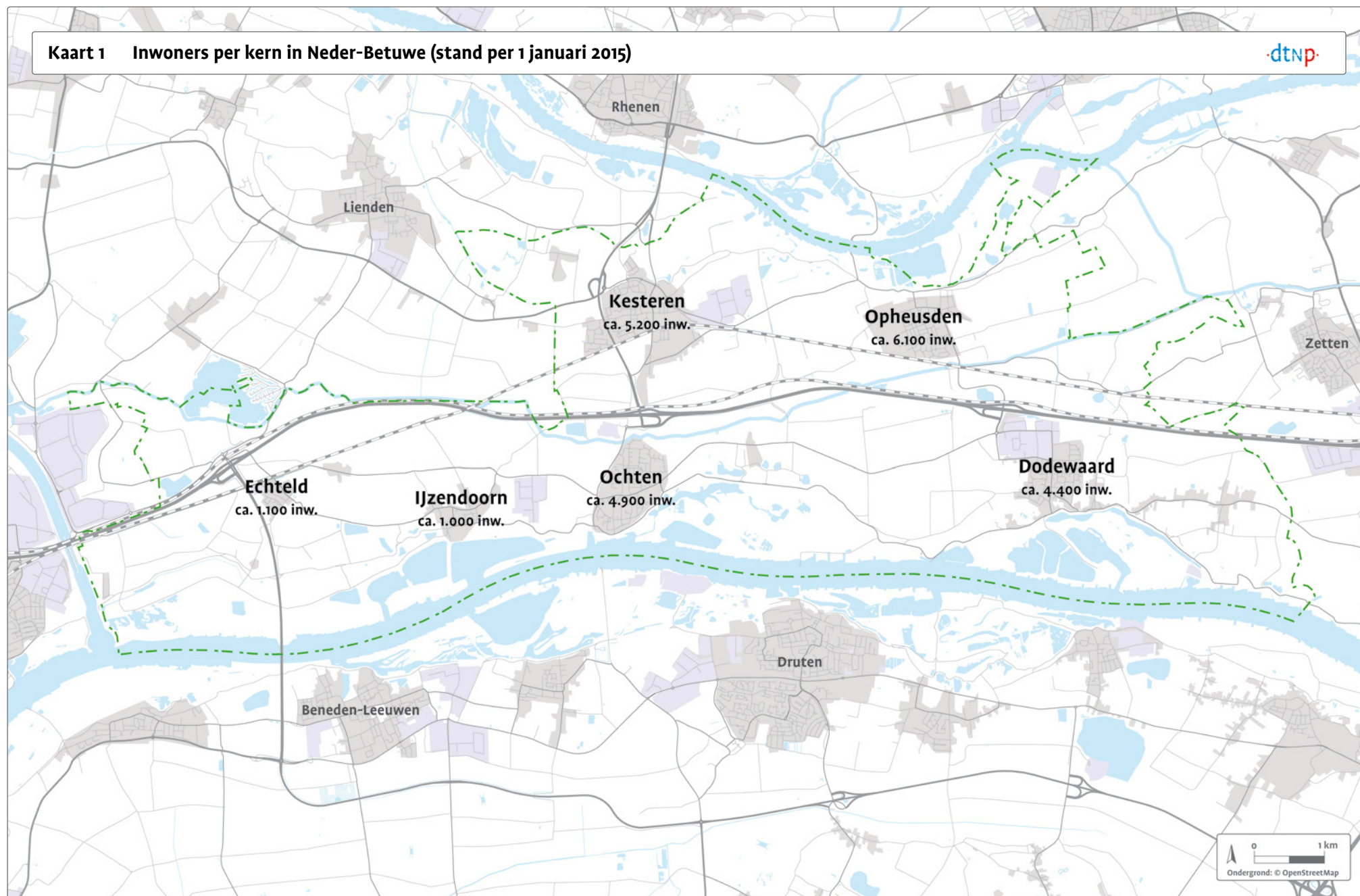


Neder-Betuwe is een landelijke gemeente

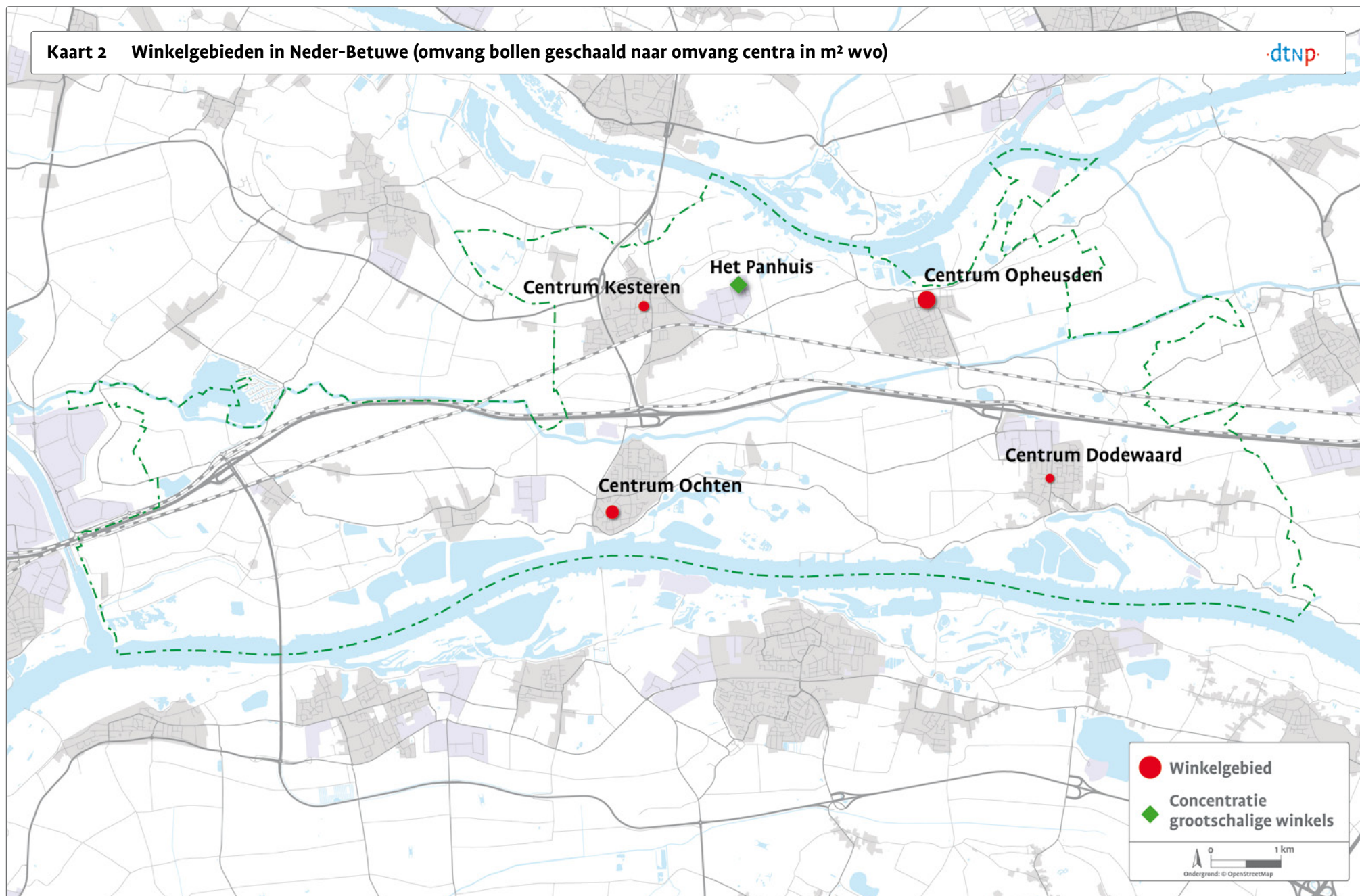


De gemeente telt vier centrumgebieden

Kaart 1 Inwoners per kern in Neder-Betuwe (stand per 1 januari 2015)



Kaart 2 Winkelgebieden in Neder-Betuwe (omvang bollen geschaald naar omvang centra in m² wvo)



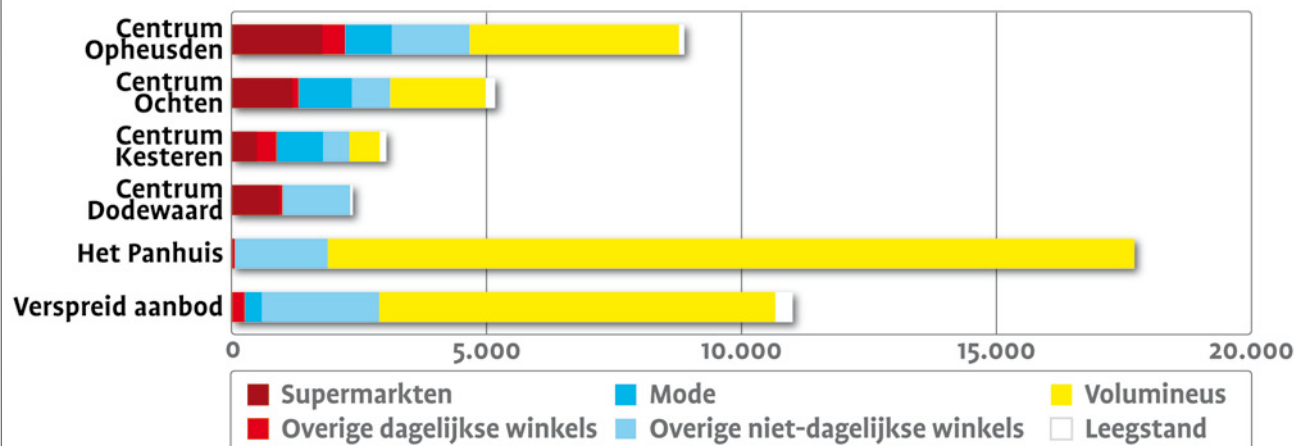
Voorzieningenstructuur

De voorzieningenstructuur van de gemeente Neder-Betuwe is opgebouwd rondom vier dorpscentra (Opheusden, Kesteren, Ochten en Dodewaard) en het bedrijventerrein Het Panhuis (figuur 1 en 2; kaart 2, p. 6). Circa tweederde van de Neder-Betuwse winkels zijn in deze winkelgebieden gevestigd. De overige winkels zijn verspreid aanwezig in de kernen, op de overige bedrijventerreinen of in het buitengebied. De kleine kernen Echteld en IJzendoorn hebben geen centrumgebied.

Centrum Opheusden

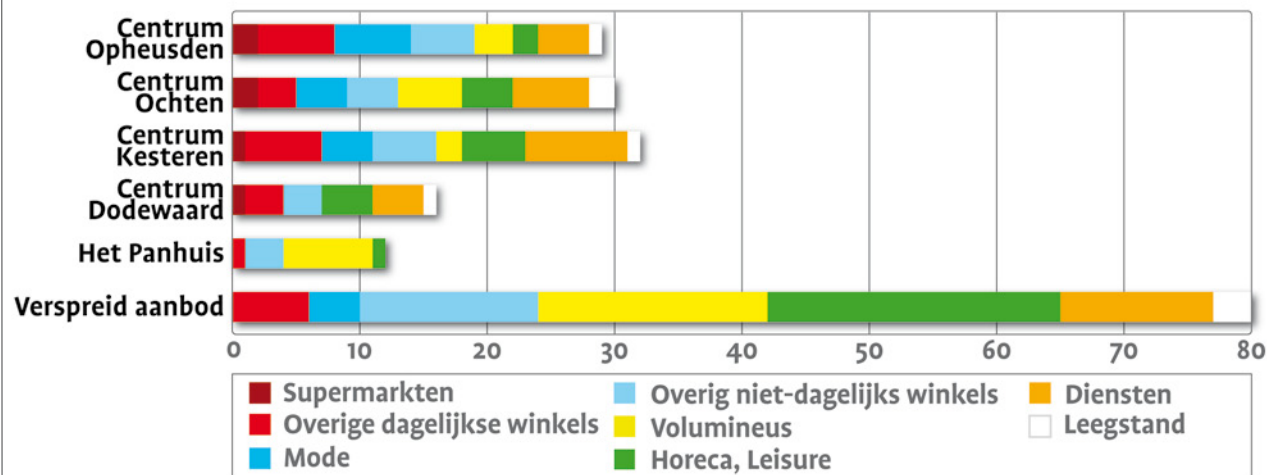
Het centrum van Opheusden (kaart 3, p. 8) is met ruim 20 winkels en circa 8.800 m² wvo het grootste centrum van de gemeente. Met twee supermarkten (Albert Heijn, ca. 1.050 m² wvo; Aldi, ca. 700 m² wvo) en enkele andere dagelijkse winkels (bakkers, slager, slijter, tabak en drogist, samen circa 450 m² wvo) is het boodschappenaanbod redelijk compleet. Dit aanbod wordt aangevuld met circa zes mode-winkels, enkele overige niet-dagelijkse winkels (huishoudelijke artikelen, kantoorboekhandel, speelgoed, bloemen), drie winkels in de volumieuze branches (woninginrichter, woondeco, ijzerwarenhandel), en enkele dienstverlenende en horecabedrijven.

Figuur 1 Winkelaanbod centra gemeente Neder-Betuwe (m² wvo)

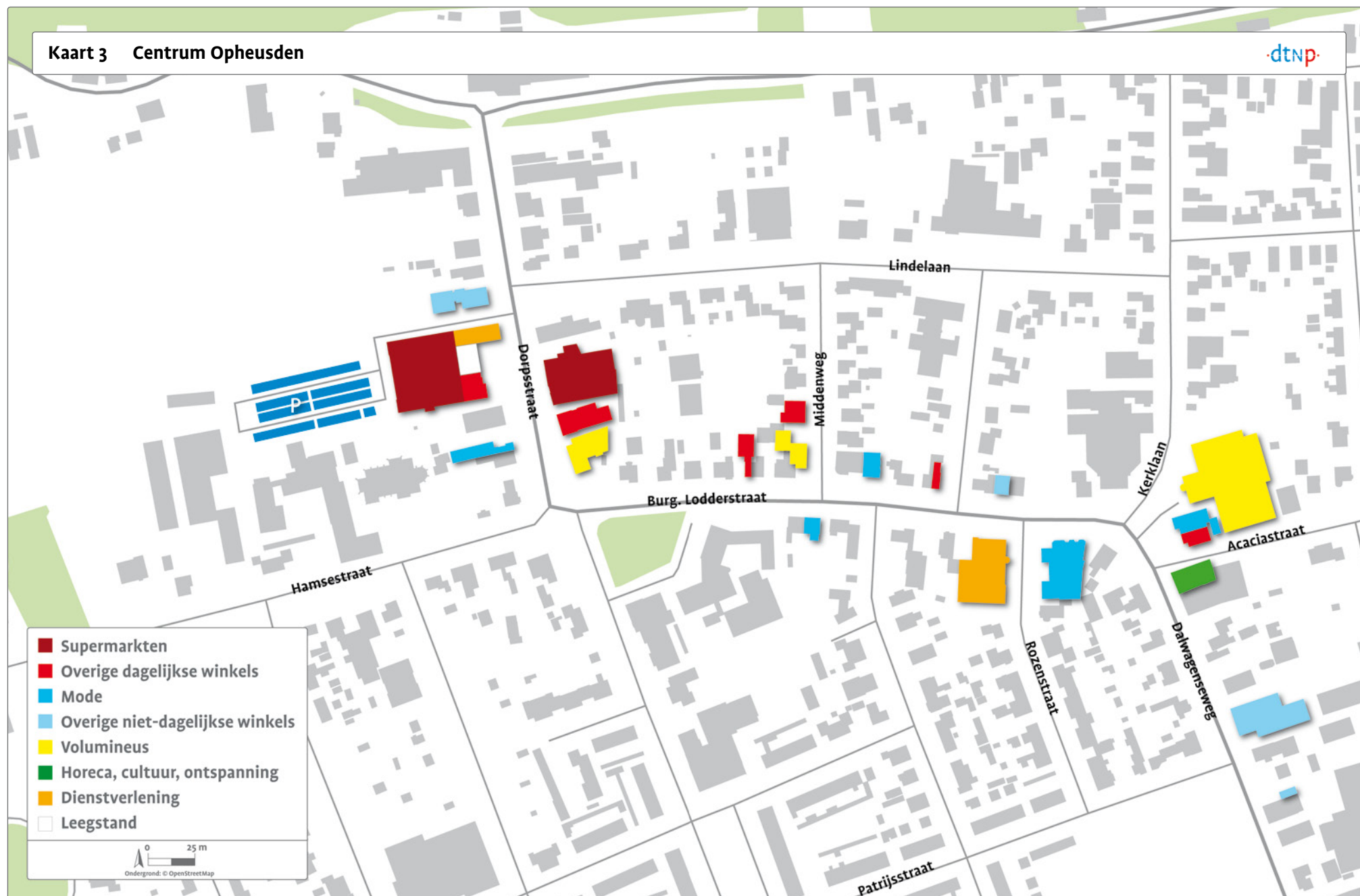


Bron: Locatus, januari 2016

Figuur 2 Voorzieningenaanbod centra gemeente Neder-Betuwe (aantal verkooppunten)



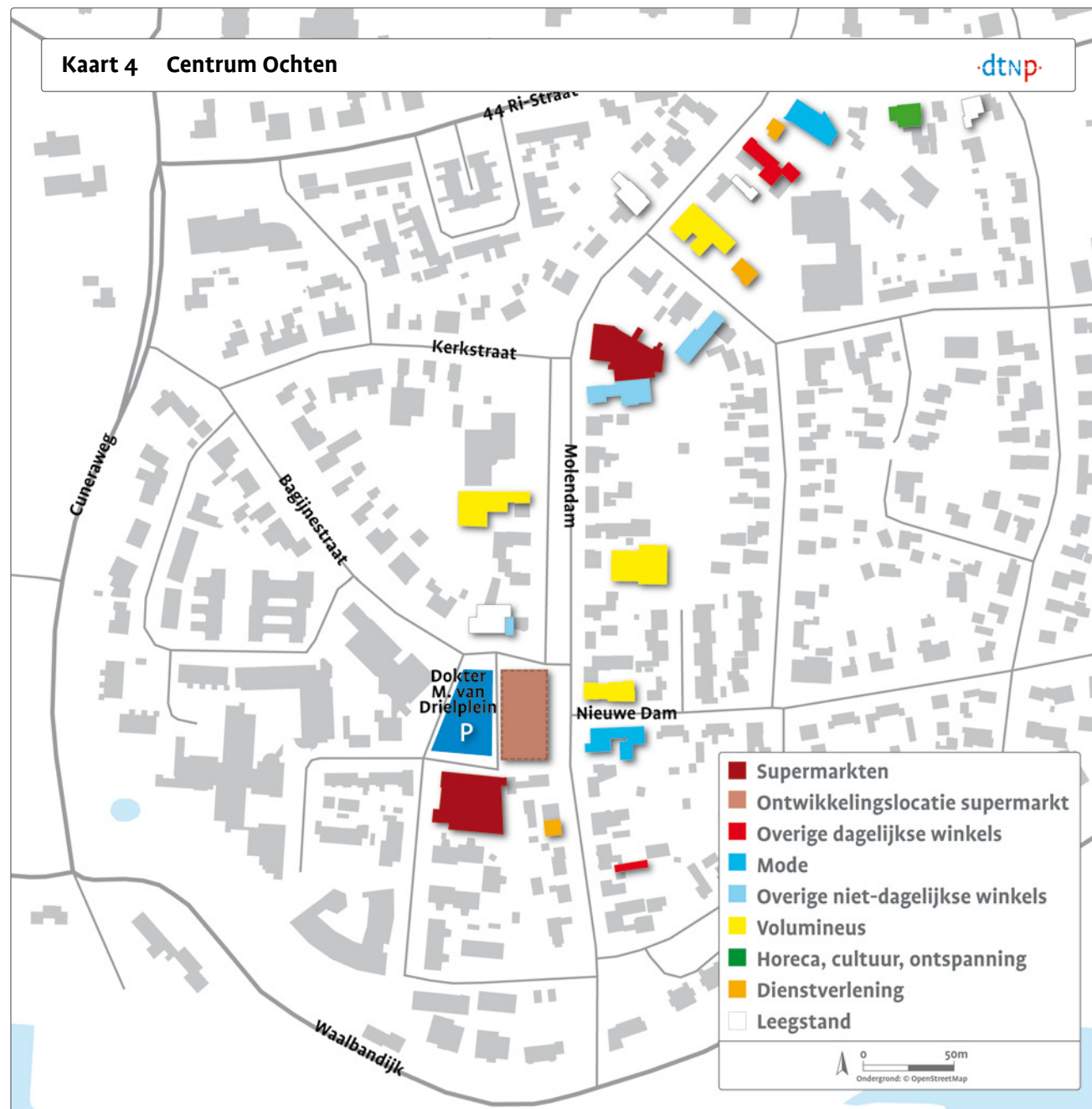
Bron: Locatus, januari 2016



De leegstand in het centrum is beperkt tot één pand aan het pleintje aan de Dorpsstraat. Op korte termijn komt echter ook het grote pand van woonwinkel Van Hunnik beschikbaar (hoek Burg. Lodderstraat-Dalwagenseweg). Het centrum ligt in het noordelijk deel van de kern, bijna tegen de dijk aan. Er is sprake van een concentratiegebied rondom de Dorpsstraat (o.a. Aldi, Etos) met aan 'de achterkant' een groot parkeerplein met Albert Heijn, en aansluitend een gemêleerde woon/winkelstraat (Burg. Lodderstraat) met afwisselend winkels, publieke voorzieningen (o.a. bank, gemeentehuis) en woningen. Dit gemengde functieprofiel loopt door tot in de Dalwagenseweg, waar de woonfunctie meer de overhand heeft.

Centrum Ochten

Het centrum van Ochten is in omvang (ca. 5.200 m² wvo en ca. 18 winkels) het tweede centrum van de gemeente. Voor de dagelijkse boodschappen zijn er twee supermarkten van beperkte omvang aanwezig (Aldi, ca. 475 m² wvo; MCD, ca. 700 m² wvo) en een bakker en een slijter. Een drogist en slager zijn enige tijd geleden gestopt met hun bedrijf. Het grootste deel van het aanbod in Ochten bestaat uit uiteenlopende niet-dagelijkse winkels, met per branche vaak maar één winkel. Voorbeelden van winkels zijn een modewinkel, schoenen-



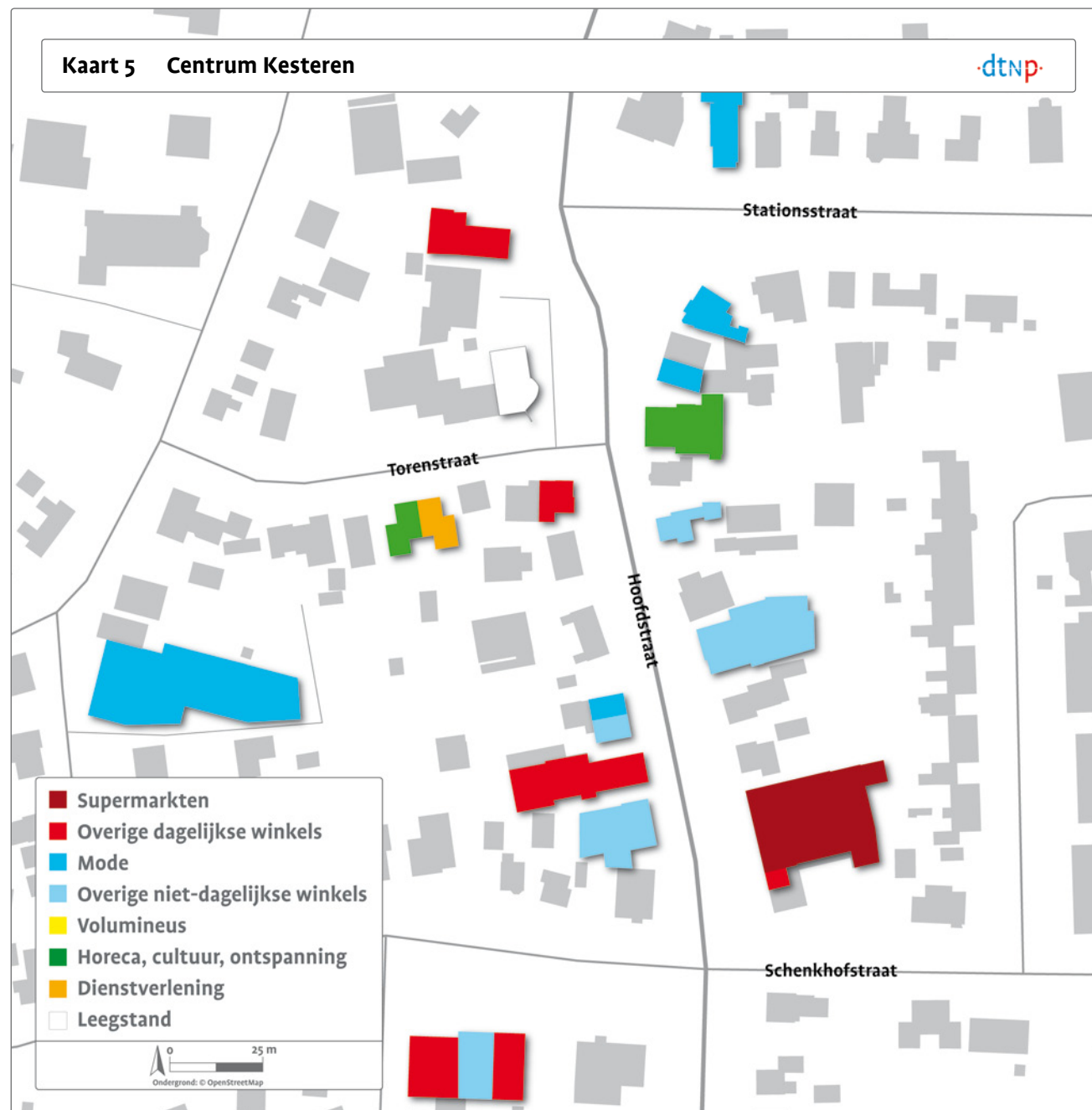
winkel, bloemenwinkel, fietsenwinkel en opvallend veel (vier) woninginrichters.

In totaal staan in het centrum twee panden leeg, waaronder de voormalige slager (Liniestraat). De voormalige drogist aan Molendam is recent omgebouwd tot woonhuis.

Het centrum van Ochten bestaat uit Molendam, de oude hoofdweg van het oude dorp, en het Dokter M. van Drielplein. Aan Molendam zijn de meeste winkels en andere publieke voorzieningen gevestigd, afgewisseld met woningen; aan het Van Drielplein ligt de supermarkt (en de inaanbouwzijnde nieuwe winkel van Aldi). Hier ligt het zwaartepunt van het centrum.

Centrum Kesteren

Het centrum van Kesteren is in aantal winkels (18) even groot als het centrum van Ochten, maar in winkelvloeroppervlak een stuk kleiner (ca. 3.000 m² wvo). Wel zijn er meer overige publieke functies in het centrum gevestigd. In het centrum is één kleine supermarkt gevestigd (Spar, ca. 500 m² wvo), aangevuld met twee bakkers, een slager, slijter, drogist en apotheek (samen circa 400 m² wvo). Er zijn aanvullend ruim 10 andere winkels (ca. 2.100 m² wvo), waaronder huishoudelijke artikelen, mode- en schoenen (o.a. een groot modewarenhuis),

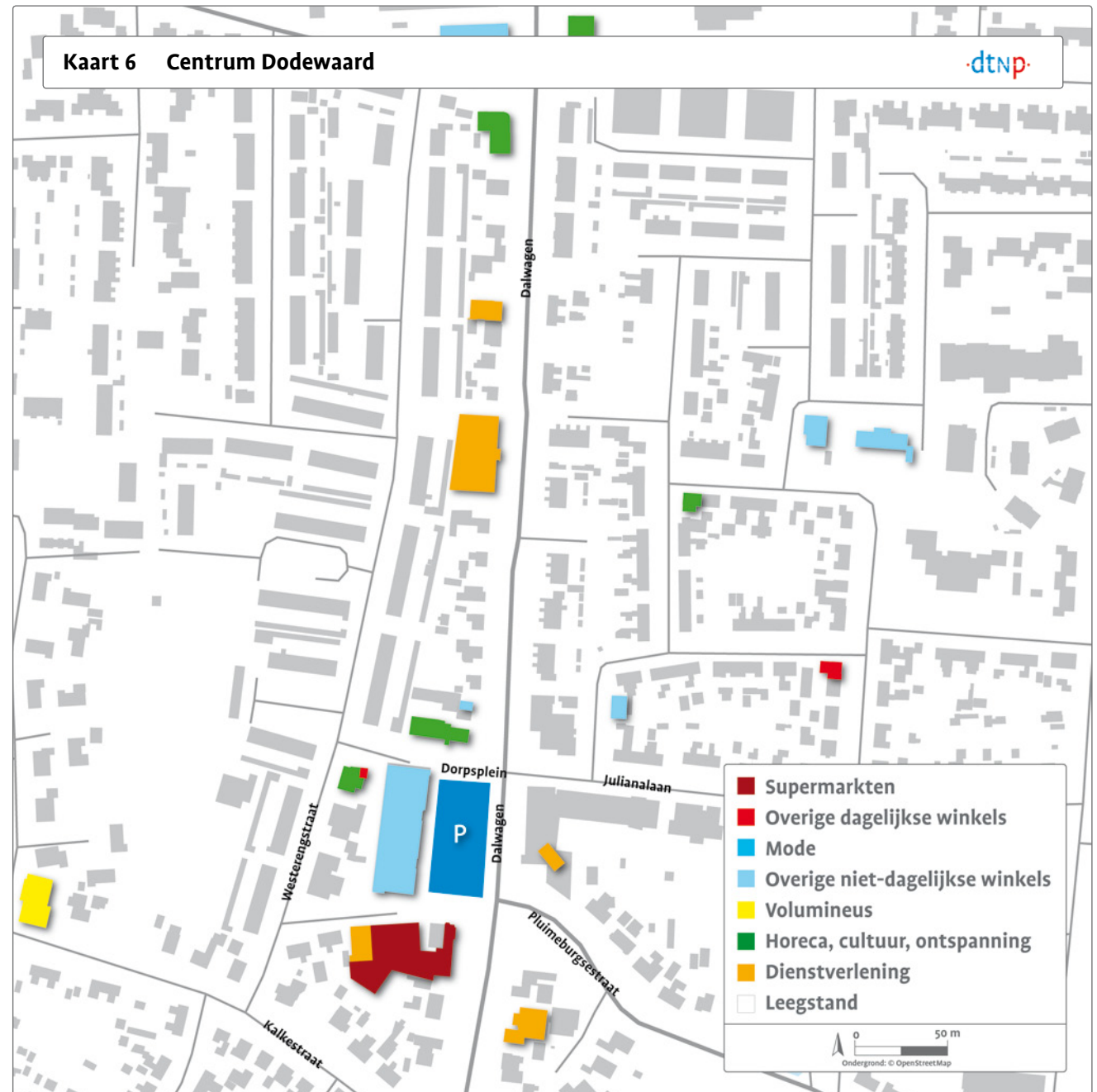


bloemen, boeken en optiek. Aanvullend zijn er twee horecagelegenheden (Chinees restaurant en pizzeria) en is er een kapper. In het centrum staat één pand leeg: de oude Rabobank.

Het grootste deel van de winkels in het centrum van Kesteren is gevestigd in de Hoofdstraat. Van alle centra in de gemeente Neder-Betuwe voelt de Hoofdstraat het meest als een centrumstraat. Op enige afstand van de Hoofdstraat is ook nog aanbod gevestigd (waaronder een modewaren-huis, doe-het-zelfzaak Hubo en de bibliotheek). De ruimtelijke relatie van die winkels en voorzieningen met het centrumgebied is matig.

Centrum Dodewaard

Het centrum van Dodewaard is van alle centra in de gemeente het kleinst (ca. 2.400 m² wvo, ca. zeven winkels). Bovendien is het aanbod nauwelijks geconcentreerd. Verspreid door het hele dorp zijn voorzieningen aanwezig. Dalwagen en het Dorpsplein vormen het 'oude' centrum. Daar zijn in totaal circa zeven winkels gevestigd. Supermarkt Coop (ca. 925 m² wvo) en Action (ca. 940 m² wvo) zijn veruit de grootste winkels. Samen met enkele andere voorzieningen in de directe omgeving van het Dorpsplein (o.a. café, snackbar, apotheek, bloemen) vormen zij het zwaartepunt in het



centrum. Andere voorzieningen verspreid aan Dalwagen en de rest van het dorp, zijn onder andere een drogist, sportwinkel, fotografie-winkel, textielwinkel, en enkele horecabedrijven, ambachten en diensten.

Het Panhuis

Bedrijventerrein Het Panhuis ligt ten oosten van Kesteren. Op het bedrijventerrein zijn circa 10 winkels gevestigd, waarvan de meeste in de volumieuze sector (woninginrichting, doe-het-zelf, tuincentra). Veruit het grootste deel van het winkelaanbod bestaat uit het bijzondere complex dat wordt gevormd door het Baby- en Meubelpark. Op dit terrein zijn meerdere winkels gevestigd met een gezamenlijk oppervlak van ruim 15.000 m² wvo, aangevuld met horeca. Behalve dit complex zijn nog enkele andere winkels op Het Panhuis gevestigd, waaronder bouwmarkt Formido en een winkel in telefoonaccessoires.

Verspreid aanbod

Buiten de vier centrumgebieden en Het Panhuis zijn nog ruim 40 winkels gevestigd (circa eenderde van het totaal), met een gezamenlijk oppervlak van circa 11.000 m² wvo. Het betreft voor een relatief groot deel tuincentra, woninginrichters, doe-het-zelfwinkels en fietsenwinkels. Daarnaast zijn er in de kernen

enkele verspreid gelegen kledingwinkels en verssspecialzaken.

Conclusie huidige situatie

De gemeente Neder-Betuwe bestaat uit relatief kleine kernen, met daardoor ook een beperkt draagvlak voor winkels en overige voorzieningen. Daar bovenop komt dat het aantal inwoners in de gemeente volgens prognoses de komende jaren nog licht zal dalen. In de gemeente Neder-Betuwe speelt religie een relatief grote rol in het dagelijks leven. Hierdoor is naar verwachting ook sprake van een hoge (koop)oriëntatie op de eigen gemeente.

Er is binnen de gemeente een heldere detailhandelsstructuur, maar er is relatief veel verspreid winkelaanbod. De centra van Opheusden en Ochten hebben voor kernen van hun omvang een relatief groot winkelaanbod in met name de niet-dagelijkse sector, met name door het vrij grote aantal woonwinkels (grote winkels). Het dagelijkse aanbod in Ochten is daarentegen beperkt in omvang. Dit geldt ook voor het aanbod in Kesteren en Dodewaard (waar het aanbod sowieso relatief klein is). Een belangrijke verklaring daarvoor is de relatief kleinschalige structuur van de supermarkten. De meeste supermarkten in Neder-Betuwe zijn naar hedendaagse maatstaven klein.



Het draagvlak voor voorzieningen is beperkt



Kleinschalige supermarktstructuur

Opvallend is dat in de gemeente Neder-Betuwe de leegstand, met slechts 5 à 10 leegstaande panden (6%) en een leegstaand oppervlak van circa 800 m² wvo (2%), zeer beperkt is. Dergelijke lage percentages zijn in de huidige tijd, met een gemiddelde leegstand van circa 11%, uitzonderlijk. Wel zal de leegstand in de (nabije) toekomst toenemen, zowel door 'verborgen' leegstand (winkels met evident weinig klanten en omzet, en winkels die op korte termijn stoppen) als doordat winkels naar nieuw te bouwen panden verplaatsen (o.a. supermarkten).

1.3 Plannen en ontwikkelingen

Een van de aanleidingen voor een nieuwe detailhandelsvisie zijn recente plannen en ontwikkelingen in de lokale winkelmkt. Het betreft vooral supermarktontwikkelingen die plaatsvinden in Opheusden, Ochten en Kesteren.

Opheusden

In Opheusden bestaat een plan voor verplaatsing van supermarkt Aldi naar het parkeerterrein bij Albert Heijn. De supermarkt komt op het huidige Damcon-terrein, achter De Hervormde School. Het plan behelst een supermarkt van circa 1.000 m² wvo (uitbreiding van circa 300 m² wvo) en een vergroting van de parkeercapaciteit. Het bestemmingsplan dat het plan mogelijk maakt, is bij besluit van de raad op 17 maart 2016 vastgesteld. Het plan is daarmee een uitgangspunt voor de visie. Voor het achterblijvende pand van Aldi is nog geen nieuwe bestemming gevonden.

Voor het leegkomende pand van meubelwinkel Van Hunnik heeft de eigenaar een initiatief voor vestiging van supermarkt Lidl. Voor dit initiatief is afwijking dan wel wijziging van het bestemmingsplan nodig. De gemeenteraad van Neder-Betuwe heeft op 20 november 2014 besloten geen medewerking te verlenen aan dit initiatief.

Ochten

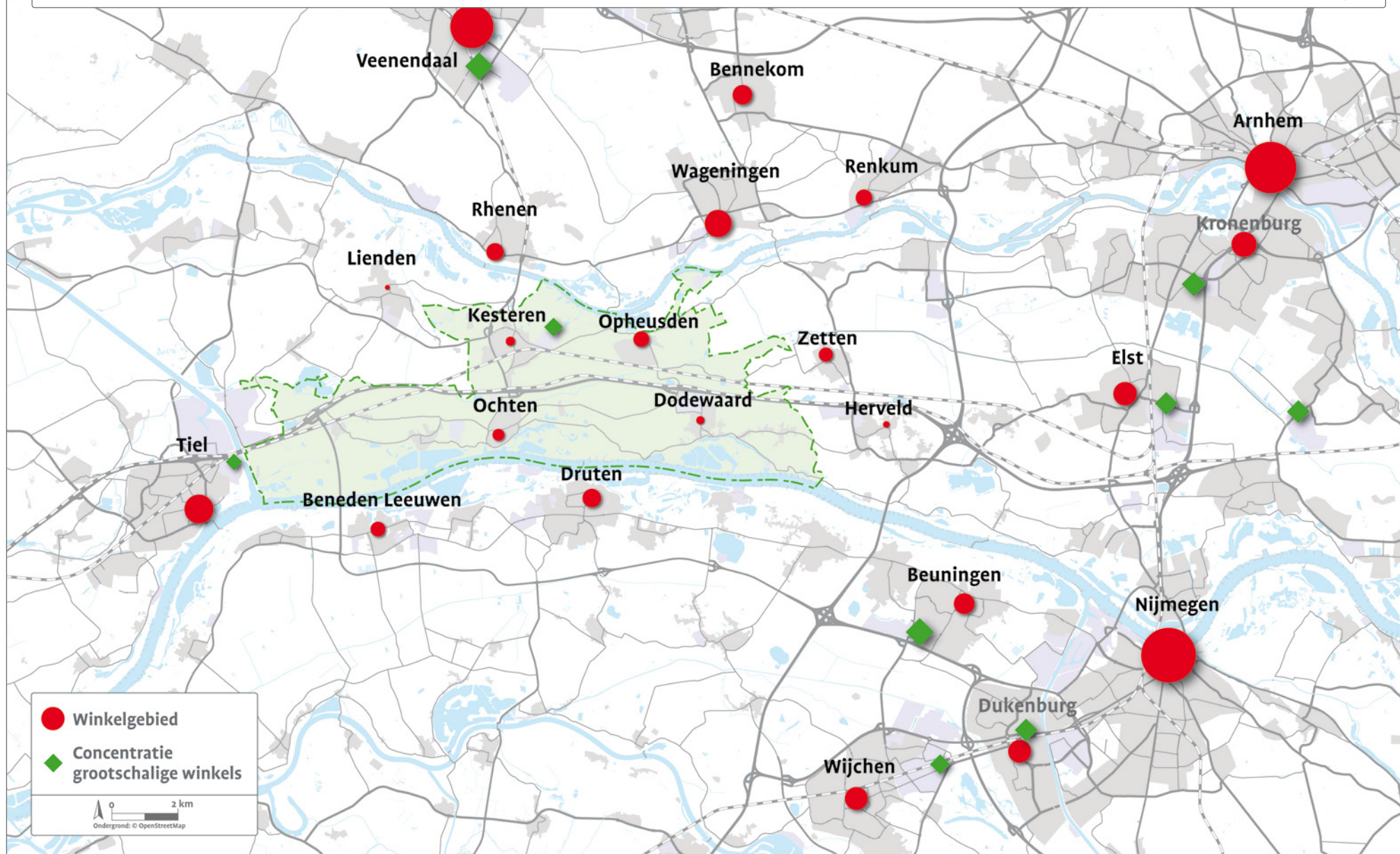
Op dit moment wordt aan het Dokter M. van Drielplein (op de locatie van het oude gemeentehuis) gebouwd aan een nieuwe vestiging voor Aldi. Bij oplevering zal Aldi circa 1.050 m² wvo groot zijn. Voor het huidige pand is nog geen nieuwe bestemming gevonden.

Ook voor supermarkt MCD in Ochten bestaat een ontwikkelingsplan (ontwerpfase). Het huidige zalencentrum De Vicary aan het Van Drielplein zal (deels) worden gesloopt en er kan een nieuwe supermarkt gerealiseerd worden van circa 1.000 m² wvo (+300 m² wvo). Ook zal het parkeerterrein worden vergroot. Voor dit plan is bestuurlijke toezegging.

Kesteren

Voor het centrum van Kesteren is een aantal jaren terug een masterplan opgesteld. Doelen van dit plan zijn onder andere de schaalvergroting van de supermarkt, het verbeteren van de openbare ruimte en het verbeteren van de parkeersituatie. Op dit moment wordt toegewerkt naar de planologische procedure om een supermarkt van circa 1.000 m² wvo te realiseren aan de noordzijde van de Hoofdstraat. De huidige Spar zal dan verplaatsen en een PLUS worden. Voor de achterblijvende locatie van Spar wordt nog gezocht naar een

Kaart 7 Winkelgebieden in en rondom de gemeente Neder-Betuwe (geschaald naar omvang centra in m² wvo)



nieuwe invulling. Gelijktijdig met de ontwikkeling van de nieuwe supermarkt zal ook een nieuw parkeerterrein worden gerealiseerd en zal (een deel van) de Hoofdstraat opnieuw worden ingericht.

Situatie na realisatie van plannen

Na realisatie van de plannen in uitvoering of waarvoor bestuurlijk toezegging is, is het supermarktaanbod met bijna 2.000 m² wvo gegroeid tot 6.025 m² wvo (tabel 1). Alle supermarkten hebben dan min of meer een moderne maat.

1.4 Neder-Betuwe in de regio

De gemeente Neder-Betuwe is een landelijke gemeente. Het aanbod van Neder-Betuwe heeft op het Baby-/Meubelpark na nauwelijks een regionale functie. Het aanbod is vooral gericht op de eigen inwoners.

De aanwezigheid van grotere centra in de omgeving (kaart 7, p. 14) betekent voor de inwoners van de gemeente dat zij relatief eenvoudig over een ruimer winkelaanbod kunnen beschikken. Voor Kesteren hebben Rhenen en Lienden een belangrijke aankoopfunctie voor de dagelijkse boodschappen. Voor niet-dagelijkse aankopen ligt Tiel (voor het westelijk deel van de gemeente) het dichtstbij. Met circa 30.000 m² wvo

aanbod is dat centrum ruim drie keer zo groot als het aanbod in het centrum van Opheusden. Het mode- en overig niet-dagelijkse aanbod is met ruim 22.000 m² wvo zelfs bijna tien keer zo groot. Op wat grotere afstand liggen Wageningen (vergelijkbaar met Tiel) en Veenendaal (circa 60.000 m² wvo). Beide plaatsen zijn met name vanuit Kesteren en omgeving goed te bereiken. Op nog wat grotere afstand liggen ten oosten van Neder-Betuwe de grote binnensteden van Arnhem en Nijmegen (ca. 90.000 m² wvo). Deze twee steden hebben een regionale functie en voorzien in de behoefte aan een dagje winkelen.

Tabel 1 Huidige supermarktstructuur, en toekomstige na realisatie plannen met bestuurlijke toezegging*

Huidige situatie	Toekomstige situatie
Opheusden	
AH - 1.050 m ² wvo	AH - 1.050 m ² wvo
Aldi - 700 m ² wvo	Aldi - 1.000 m ² wvo
Ochten	
MCD - 700 m ² wvo	MCD - 1.000 m ² wvo
Aldi - 475 m ² wvo	Aldi - 1.050 m ² wvo
Kesteren	
Spar - 500 m ² wvo	Plus - 1.000 m ² wvo
Dodewaard	
Coop - 925 m ² wvo	Coop - 925 m ² wvo
TOTAAL	
6 supermarkten 4.350 m ² wvo	6 supermarkten 6.025 m ² wvo

* De afgevaardigden van de winkeliersvereniging Opheusden hebben in de klankbordgroep aangegeven (in tegenstelling tot het advies in deze detailhandelsvisie) de mogelijkheid open te willen houden voor een vestiging van een discount-supermarkt in het pand van woonwinkel Van Hunnik (Kerklaan 2).



2 Veranderende winkelmarkt

2.1 Landelijke trends

Het consumentengedrag wijzigt, mede als gevolg van de opkomst van internet, smartphones en andere technologische innovaties. Dit heeft gevolgen voor het functioneren van fysieke winkels en winkelgebieden. Waar tot een paar jaar terug sprake was van een steeds maar groeiend aanbod vindt nu afname plaats van het aantal winkels. Behalve wijzigend consumentengedrag zijn er ook andere autonome trends die effecten hebben op de winkelstructuur in Nederland.

In dit hoofdstuk worden de landelijke trends in de detailhandel beschreven en wordt aangegeven welke gevolgen dit heeft voor de Neder-Betuwe.

Sterk wijzigend consumentengedrag

Internet heeft er toe geleid dat consumenten zich heel anders zijn gaan gedragen en andere keuzes (kunnen) maken. Voor efficiënt aankopen doen hebben consumenten met internet een nieuw (en gemakkelijk) alternatief gekregen, waardoor fysiek winkelbezoek voor sommige aankopen niet meer nodig is. Wanneer een consument nog wel een keuze maakt om naar winkelgebieden te gaan, dan verwacht hij dat die winkelgebieden iets te

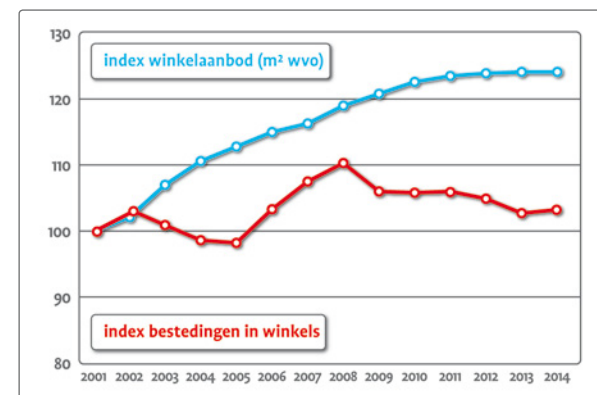
bieden hebben dat ergens anders niet kan worden gevonden. Dit uit zich onder andere in een toenemende behoefte aan een aantrekkelijk verblijfs- en ontmoetingsgebied. Het belang van horeca, cultuur, en ontspanning en vermaak in centrumgebieden neemt toe, waarbij de aanwezigheid van winkels overigens nog steeds van groot belang blijft. Winkels blijven in grote mate bepalend voor de aantrekkelijkheid van een centrumgebied.

Van groei naar krimp

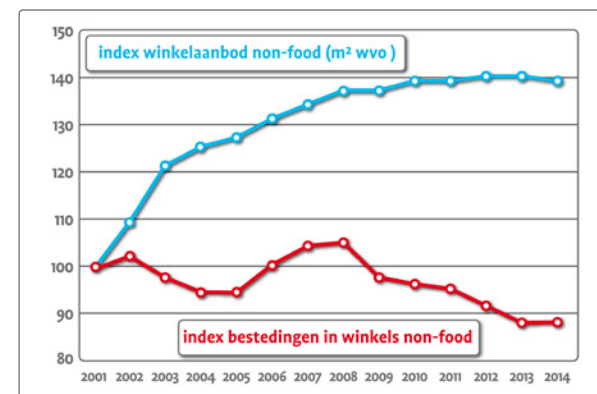
Het winkelvloeroppervlak in Nederland is sinds 2001 met circa 25% toegenomen, in de non-food-sector zelfs met maar liefst 40%. Deze enorme groei is veroorzaakt door schaalvergroting van winkels en door de grote hoeveelheid planmatig ontwikkelde winkelprojecten die de afgelopen jaren op de markt zijn gekomen. Inmiddels is de groei van het vloeroppervlak gestagneerd. In de non-food-sector is het vloeroppervlak zelfs voor het eerst in de afgelopen 15 jaar afgenomen.

Stagnerende bestedingen in winkels

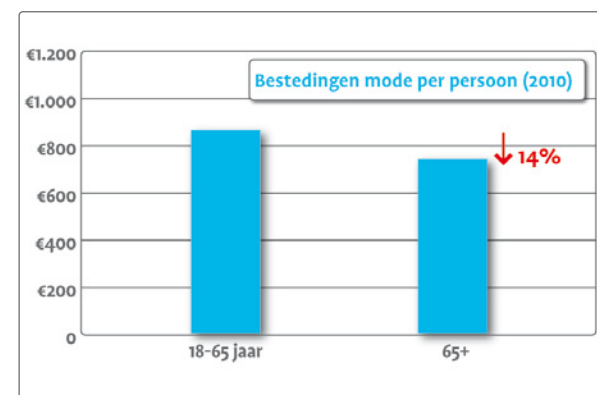
Tegenover het fors gegroeide aanbod staat een stagnerende vraag, met name sinds de economische crisis in 2008. Oorzaken zijn onder andere internet, vergrijzing van consumenten en bevolkingskrimp.



Structurele scheefgroei tussen vraag en aanbod...



... met name in de non-foodsector



Vergrijzing: bestedingen in winkels onder druk

Ook de vergrijzing van consumenten heeft een nadelig effect op de omzet: ouderen besteden gemiddeld minder in winkels dan de leeftijdsgroepen tussen de 20 en 65 jaar (gezinsvorming, carrière, groter wonen, etc.). In sommige gebieden leidt ook bevolkingskrimp tot een afnamen van het bestedingspotentieel.

Invloed internet op besteding in fysieke winkels

Internetverkoop leidt tot een verschuiving van bestedingen, weg van fysieke winkels. Het markt-aandeel van internet in de totale detail-handelsbestedingen groeide van minder dan 1% in 2002 naar bijna 10% in 2015. In de niet-dagelijkse sector heeft internet inmiddels een marktaandeel van al bijna 15%. Vooral in deze sector wordt nog een forse groei van het internetwinkelen verwacht, met volgens sommige prognoses een marktaandeel van 20 à 30% in 2020.

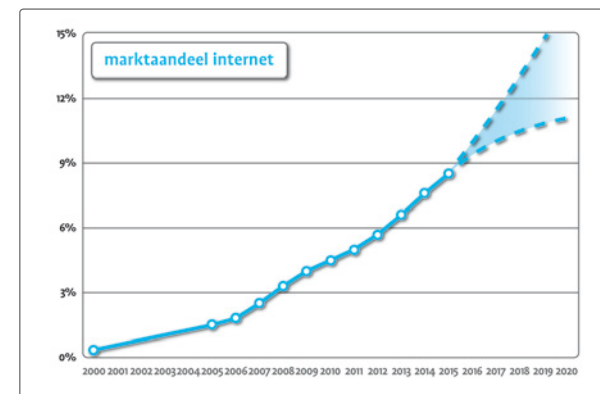
Het marktaandeel van internet in food is tot nu toe zeer klein ($\pm 1\%$), mede door de fijnmazige structuur, de aard van het product (vers), de lagere marges en de complexere logistiek. Als gevolg van innovaties in logistiek (o.a. pick-up points, solitair en bij winkels) en technologie, en in de wijze waarop vers online wordt aangeboden (o.a. maaltijdboxen) is de invloed van internet ook in deze branche het afgelopen jaar fors gegroeid.

Toekomst: afname winkelaanbod

Per saldo is het winkelaanbod inmiddels structureel te groot in vergelijking tot de vraag, met name in de non-foodsector. Hierdoor neemt het aantal winkels af en de leegstand toe. De verwachting is dat de afname van het winkelaanbod de komende jaren verder zal doorzetten. Het feit dat een aanzienlijk deel van de MKB-ondernemers de komende jaren met pensioen gaat, vaak zonder opvolging, zal deze ontwikkeling nog verder versterken.

Horeca en cultuur steeds belangrijker

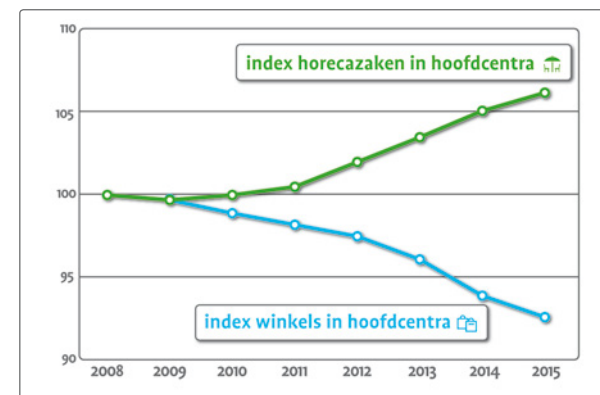
Mede dankzij de sterk wijzigende winkelmarkt en de toenemende digitalisering zullen centrumgebieden in toenemende mate gaan functioneren als hart van de samenleving, waar ontmoeten en verblijven belangrijke bezoek-motieven zijn. Een centrum is de plek waar 'fysieke' ontmoetingen plaatsvinden. Het bieden van een aangename sfeer en beleving en een aantrekkelijk horeca- en cultureel aanbod spelen daarbij een steeds grotere rol. Illustratief voor het toenemende belang van ontmoeting en verblijf is de ontwikkeling van het horeca-aanbod in centra. Terwijl het aantal winkels afneemt, stijgt het aantal horecabedrijven in centrumgebieden.



Webshops: verschuiving omzet naar online kanalen



Ook in modische branches is internet belangrijk



Horeca steeds belangrijker voor centrumgebieden

2.2 Kansrijke en kwetsbare centra

Kansrijke gebieden: beleving en boodschappen

Centra met voldoende onderscheidende sfeer en beleving blijven kansrijk. Met name de grote binnensteden hebben een sterke uitgangspositie door het grote aanbod. Consumenten blijven de behoefte houden om recreatief te winkelen. Met de opkomst van internetwinkelen wordt het bezoek aan een centrum meer een dagje uit, dan een vooraf bedacht koopdoel. Niet meer 'the place to buy', maar 'the place to be'. In de omgeving van Neder-Betuwe geldt dit vooral voor de grote centra van Arnhem en Nijmegen.

Ook grote dorps- en wijkcentra blijven komend decennium kansrijk. Consumenten willen gemakkelijk en efficiënt de dagelijkse boodschappen kunnen doen. In de dagelijkse sector heeft internet nog maar beperkt effect. Consumenten willen hun eigen versproducten kunnen uitzoeken. Bovendien kost het de gemiddelde consument weinig tijd en moeite om in fysieke winkels boodschappen te doen, omdat dit aanbod nooit ver weg is.

Kwetsbare gebieden: kleinschalig en 'run'

Kwetsbaar zijn centra die te klein zijn en/of centra met weinig onderscheidend vermogen (middelgrote centrumgebieden met doorsnee aanbod). Op termijn zal het aantal winkels hier blijven teruglopen. Ook kwetsbaar zijn centra die zich specifiek richten op prijs en 'run' (grootschalige locaties in de periferie zonder duidelijk thema zoals 'wonen'). Deze functie is door internet overgenomen (meest makkelijke en goedkope aankooplocatie). In Neder-Betuwe is dit type centrum niet aanwezig.

Kansrijke en kwetsbare marktsegmenten

Ook wat betreft het winkelaanbod zelf is onderscheid te maken in kansrijke en kwetsbare segmenten. Winkels die zich onderscheiden door hoogwaardigheid, authenticiteit of het bieden van beleving zijn kansrijk. Zo zijn de afgelopen jaren diverse nieuwe concepten ontstaan die daarop inspelen (o.a. winkel in combinatie met horeca, conceptstores). Aan de andere kant blijven ook winkels in het harddiscountsegment, met een hoge doorloop-snelheid van het assortiment, interessant voor consumenten (o.a. Action, Primark).

Het winkelaanbod in het middensegment is erg kwetsbaar. De toegevoegde waarde (ten opzichte van internet) is beperkt. Als gevolg van

de wijzigende winkelmarkt is met name in dit segment de afgelopen jaren een groot aantal nationale winkelketens failliet gegaan, waaronder V&D, Schoenenreus, Halfords en It's. Ook andere landelijke ketens (bijvoorbeeld Blokker en Hema) hebben het erg zwaar. Dit soort winkels, ooit de vlaggenscheppen van de Nederlandse detailhandel, zitten nu in de hoek waar de klappen vallen en zijn exemplarisch voor de huidige situatie in de Nederlandse winkelmarkt.

Kansrijke winkelgebieden



Grotere binnensteden: sfeer en beleving

Consumenten blijven de behoefte houden om recreatief te winkelen. Zij kiezen voor winkelgebieden met de meeste sfeer en beleving.



Frequente aankopen: dagelijks en gemak

Snel de boodschappen doen. Er is voldoende keuze (aanbod), de locatie is goed bereikbaar en er zijn voldoende parkeerplaatsen.



Bijzondere centra: onderscheidend

Centra die zich door uniek aanbod en/of bijzondere entourage en sfeer weten te onderscheiden blijven aantrekkelijk.



Grote dorpscentra: dagelijks en ontmoeting

Hart van de samenleving. Voor dagelijkse boodschappen en om elkaar te ontmoeten en te verblijven in aantrekkelijke omgeving.

Kwetsbare winkelgebieden



Kleine dorps- en buurtcentra: weinig keuze

Onaantrekkelijke gebieden door weinig keuze (weinig aanbod). Mobiele consumenten gaan naar completere centra op grotere afstand.



Runshoppingcentra: concurrentie van internet

Deze winkelgebieden kunnen zich slecht onderscheiden van internet. Internet biedt meer keuze en de laagste prijs.

2.3 Kansen en bedreigingen Neder-Betuwe

De veranderingen in het consumentengedrag en de structurele verandering van de winkelmarkt leiden bij filiaalbedrijven tot een gewijzigd vestigingsgedrag (zie kader p. 22). Er treedt hierdoor een verdere concentratie op van winkels in de grotere verzorgingsgebieden.

Voor de centra van Neder-Betuwe zijn de ontwikkelingen in de winkelmarkt op de eerste plaats een bedreiging. Door de verdere schaalvergroting en de stagnerende bestedingen in fysieke winkels kiezen landelijke filiaalbedrijven, in vooral de niet-dagelijkse sector, niet meer voor kleine verzorgingsgebieden zoals Neder-Betuwe. In de gemeente moet derhalve niet uit worden gegaan van een groei van het niet-dagelijkse aanbod, maar eerder van een krimp. Initiatieven voor nieuwe winkels zullen vooral van lokale ondernemers (moeten) komen.

Met name de centra van Kesteren en Opheusden kunnen te maken krijgen met deze terugloop van niet-dagelijks aanbod. Die centra hebben tenslotte het meest gevarieerde niet-dagelijkse aanbod en doordaar ook aanbod dat mogelijk verschaalt.

Ook in de centra van Ochten en Dodewaard is niet-dagelijks winkelaanbod gevestigd, maar dat is minder uitgebreid dan in Kesteren en Opheusden. De focus in deze centra ligt al sterk op het dagelijks winkelaanbod. De centra hebben daardoor ook relatief weinig te verliezen.

Kansen voor de centra van Neder-Betuwe liggen onder andere bij een goede kwaliteit en het bieden van service, waarmee op de lokale klant wordt aangesloten, en op een versterking van horeca en beleving in de centra. Mengvormen tussen horeca en detailhandel, bijvoorbeeld een terras bij of koffiehokje in een bakker, spelen in op de behoeftes van hedendaagse consumenten én bieden winkels een aanvullend verdienmodel. In kleine verzorgingsgebieden als die van de kernen in Neder-Betuwe leidt dat er toe dat er net wat meer mogelijk. Daarvoor is een goede samenwerking tussen ondernemers onderling, en ondernemers, eigenaren en gemeente belangrijk.



Niet-dagelijks aanbod kwetsbaar



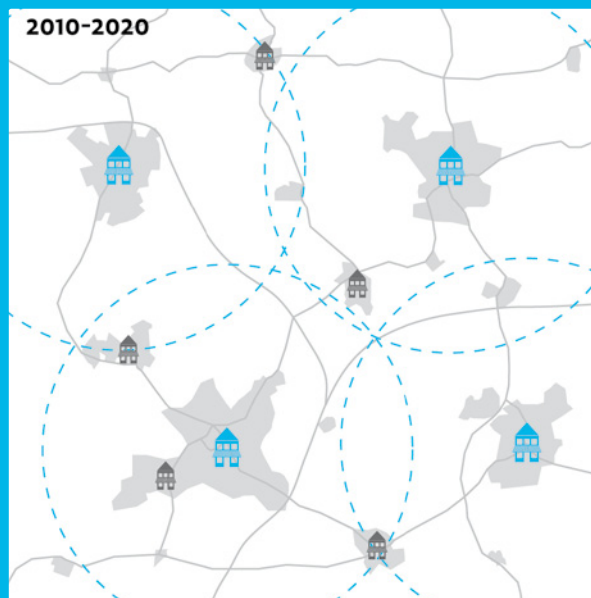
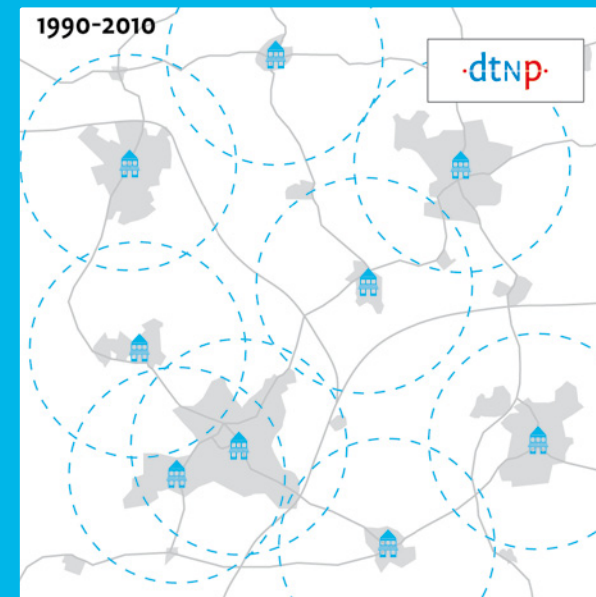
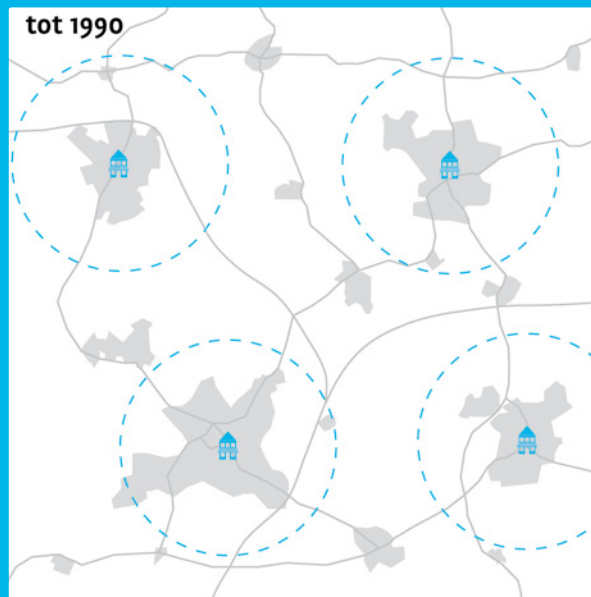
Basis van boodschappen wordt nog belangrijker

Gewijzigde vestigingsstrategie winkelformules

Ondanks toenemende internetverkoop blijft de fysieke winkel belangrijk. Wel wijzigen winkelformules hun vestigingsstrategie. Deze is niet langer gericht op expansie en het invullen van 'witte vlekken' (vestigingen in steeds meer winkelgebieden).

In toenemende mate focussen winkelformules zich op de grote centra met de sterkste positie in de regionale winkelstructuur. Daar wordt geïnvesteerd in uitbreiding. In grotere winkels kan meer worden ingespeeld op beleving en service: onderscheidende kwaliteiten ten opzichte van internet.

Op overige (bestaande) locaties wordt nauwelijks nog geïnvesteerd, steeds vaker worden vestigingen gesloten. Met de winkels in de grootste steden, in combinatie met de steeds belangrijker wordende webshop, kunnen consumenten uit kleinere steden en grote dorpen ook worden bereikt. De economische crisis en demografische ontwikkelingen (krimp en vergrijzing) zijn andere redenen om niet (meer) te investeren in middelgrote centra.





3 Detailhandelsstructuurvisie

3.1 Beleidsambities

1. Behoud basisvoorziening per grote kern

In het coalitie-akkoord 2014-2018 van het college van Burgemeester en Wethouders van de gemeente Neder-Betuwe is de ambitie uitgesproken een adequaat voorzieningen-niveau op peil te houden in de vier grotere kernen Dodewaard, Kesteren, Ochten en Opheusden. Supermarkten voorzien door hun aanbod (breed assortiment artikelen voor de primaire levensbehoeften) in het basisniveau. In concreto betekent de ambitie uit het coalitie-akkoord dat ten minste één moderne supermarkt in elk van de vier kernen aanwezig is. Ambitie blijft daarnaast om bovenop het supermarktaanbod een zo compleet en divers mogelijk aanbod voor de verschillende doelgroepen te bieden.

2. Goed ondernemersklimaat

Een tweede ambitie is te zorgen voor een goed ondernemersklimaat. Ondernemers zorgen tenslotte voor het gewenste aantrekkelijke aanbod voor consumenten. Duidelijke keuzes in de ruimtelijke detailhandelsstructuur geeft ondernemers en investeerders helderheid en zekerheid.

3. Goed woon- en leefklimaat

Ten slotte is het streven naar een kwalitatief goed en aantrekkelijk woon- en leefklimaat voor bewoners een belangrijke ambitie van deze beleidsvisie. Dit betekent dat het beleid gericht is op het behouden en zo nodig creëren van aantrekkelijke centra en ontmoetingsplekken voor inwoners van de gemeente Neder-Betuwe.

3.2 Drie uitgangspunten

1. Supermarktstructuur ligt in hoofdlijnen vast

Na realisatie van de supermarktplannen hebben alle supermarkten in de gemeente een min of meer moderne maat. Een indicatieve berekening van marktruimte laat zien dat de markt voor supermarkten na realisatie van de plannen verzadigd is (bijlage 4). Extra aanbod (bovenop de plannen) zal leiden tot minder omzet bij de overige supermarkten, waardoor de ambitie van één supermarkt per grotere kern onder druk komt te staan. Verdere uitbreiding van het aantal supermarkten (per kern) is derhalve ongewenst.

2. Beperkt draagvlak voor niet-dagelijks aanbod

Voor niet-dagelijks aanbod is een betrouwbare berekening nauwelijks meer te maken (grote invloed internet, kengetallen diffuus en onzeker). Het draagvlak voor niet-dagelijks



Ambitie 1: Behoud basisvoorziening per grote kern



Ambitie 2: Goed ondernemersklimaat

aanbod in Neder-Betuwe is bovendien al beperkt en zal in de toekomst door meerdere ontwikkelingen (bevolkingsdaling, vergrijzing, internet) verder afnemen. Ambitie voor de toekomst is gericht op behoud en versterking van de kwaliteit van het aanwezige winkel-aanbod.

3. Rekening houden met afname aanbod

Ondanks de ambities dient rekening te worden gehouden met (op termijn) een langzaam afnemend winkelaanbod. In de detailhandelsvisie zal hier op voorgesorteerd worden.

Keuzes noodzakelijk

Om binnen deze uitgangspunten de gewenste ambities te realiseren, zijn voor het toekomstige detailhandelsbeleid van de gemeente Neder-Betuwe de volgende twee zaken van groot belang:

1. Kiezen voor een heldere hoofdwinkelstructuur, waarbinnen nieuwe (winkel) initiatieven worden gestimuleerd (paragraaf 3.3);
2. Verbetering van het vestigings- en ondernemersklimaat van de centra, onder andere door concentratie van nieuwe (winkel)initiatieven (paragrafen 3.4 t/m 3.7).

Ondubbelzinnig inzetten op concentratiebeleid

In de Structuurvisie 2010-2020 is gekozen voor een concentratiebeleid van (winkel)voorzieningen in de centra, zodat winkels en overige voorzieningen zoveel mogelijk van elkaars nabijheid kunnen profiteren. Gelet op de ontwikkelingen in de detailhandelssector, aan zowel de vraag- als aanbodzijde, is het noodzakelijk om ondubbelzinnig te blijven inzetten op dit concentratiebeleid. Alleen op deze wijze kan een behoorlijk voorzieningen-aanbod in de kernen behouden blijven.

In de volgende paragraaf (3.3) wordt de keuze voor de hoofdwinkelstructuur gemaakt. Voor de vier centra van de grotere kernen wordt vervolgens aangegeven welk(e) maatregelen en uitvoeringsprogramma gewenst zijn om het vestigings- en ondernemersklimaat te versterken (paragraaf 3.4 tot en met 3.7).



Ambitie 3: Goed woon- en leefklimaat



Ondubbelzinnig inzetten op concentratiebeleid

3.3 Gewenste winkelstructuur

Rekening houdend met de ambities en uitgangspunten uit de vorige twee paragrafen en met trends en ontwikkelingen in de winkelmarkt wordt ingezet op de volgende hoofdwinkelstructuur in de gemeente Neder-Betuwe (zie kaart 8, p. 27):

- **Vier dorpscentra:** winkelvoorzieningen worden geconcentreerd in de dorpscentra van Dodewaard, Kesteren, Ochten en Opheusden. Deze centra zijn de locaties waar inwoners van de gemeente hun dagelijkse aankopen kunnen doen. Tussen de vier centra bestaat een verschil in verzorgingsfunctie. Opheusden en Kesteren hebben door de grotere diversiteit en het grotere aanbod ook een functie voor inwoners van Ochten en Dodewaard. Behalve een winkelfunctie hebben de vier centra ook een bredere maatschappelijke functie. Ze vormen het hart van de woonplaats en zijn daarmee een ontmoetings- en verblijfsgebied, met, waar mogelijk, ruimte voor horeca, terrassen en cultuur. Om deze functies optimaal te kunnen (blijven) vervullen is het nodig om zoveel mogelijk bezoekers in de centra te krijgen. Daarom worden ook andere publieksgerichte functies

(o.a. ambachten, diensten en cultuur) zoveel mogelijk in de vier dorpscentra gevestigd.

- **Het Panhuis:** bedrijventerrein Het Panhuis is een bijzondere detailhandelslocatie en primair bedoeld voor volumineuze detailhandel, met name bouwmarkten en (grote) woonwinkels. Vooral het Baby-/Meubelpark heeft door het bijzondere aanbod en de omvang een regionaal en mogelijk zelfs landelijk verzorgingsbereik. Ondanks deze bijzondere positie is dit winkelgebied in het regionale detailhandelsbeleid onbenoemd gebleven. In lijn met de regionale visie is een toename van het aantal regionale aanbieders op deze locatie ongewenst. Gemeenteverzorgende initiatieven in de volumineuze sector zijn wel mogelijk (zie hiernaast).

Geen nieuwe bewinkeling buiten centra

Naar verwachting zal de winkelmarkt de komende jaren over de hele breedte te maken krijgen met een verdere afname van aanbod. Om de huidige winkelstructuur in stand te houden is het gewenst om eventuele nieuwe winkelontwikkelingen zoveel mogelijk te concentreren in de vier dorpscentra. Daarom worden buiten de gewenste winkelstructuur geen nieuwe winkelontwikkelingen toegestaan.

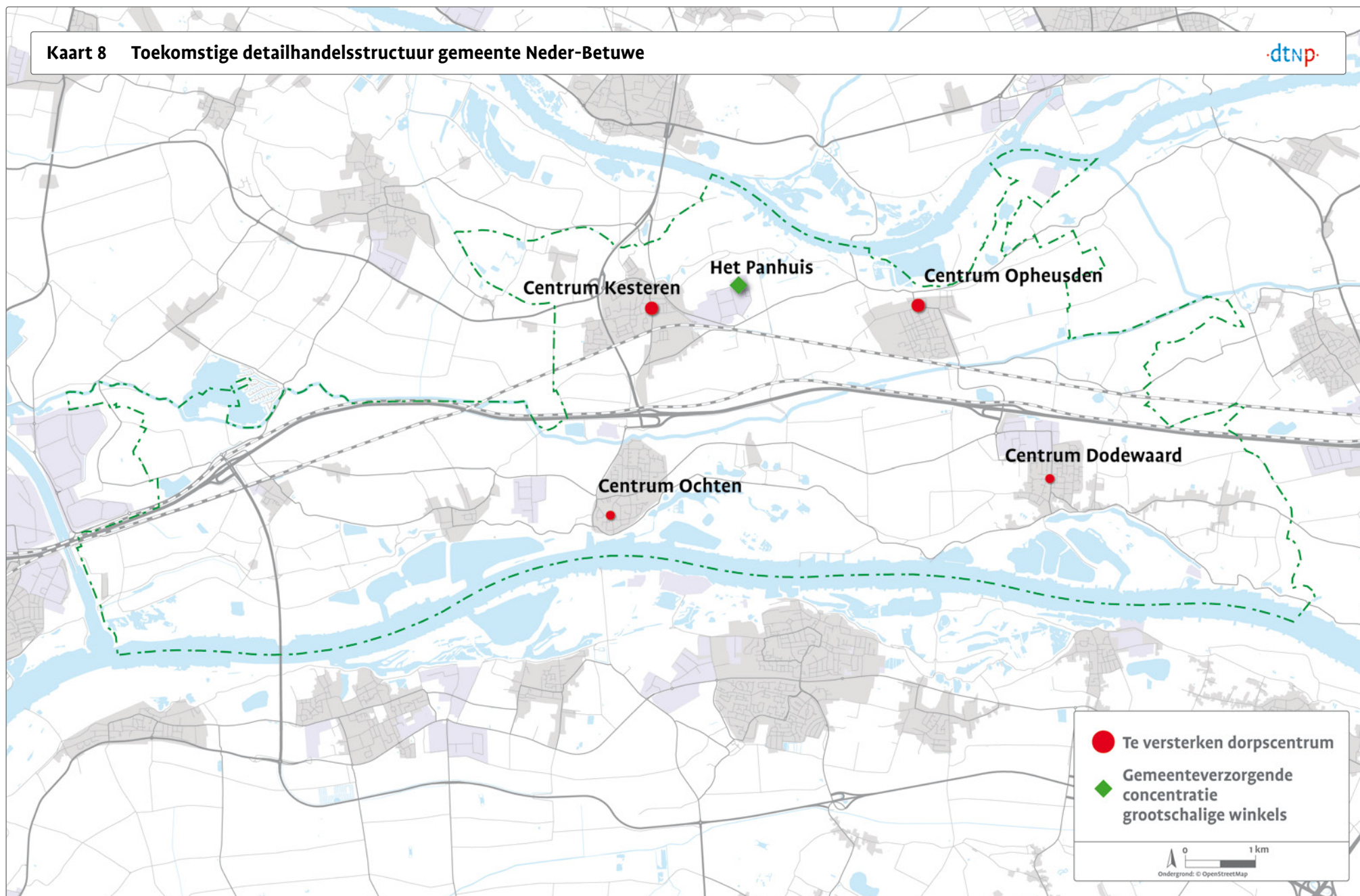
Bestaande winkels buiten centrumgebieden

Bestaande winkels die buiten de benoemde winkelgebieden zijn gelegen, kunnen gewoon blijven bestaan. Zij leveren echter geen bijdrage aan de nagestreefde winkelstructuur. Er wordt dan ook niet meegewerkt aan substantiële schaalvergroting of andere versterking van deze aanbieders en locaties. Wel wordt desgewenst meegewerkt aan verplaatsing naar een van de vier centra, waarbij de gemeente een open grondhouding heeft voor transformatie van het achterblijvende vastgoed.

Volumineuze detailhandel

Vanwege aard en omvang van de gevoerde artikelen kan voor volumineuze detailhandel een uitzondering worden gemaakt. Het gaat hierbij met name om bouwmarkten, tuincentra en winkels in woninginrichting, auto's, boten en caravans, brand- en explosiegevaarlijke goederen en grove bouwmaterialen. Vestiging van deze branches is ook toegestaan op de bedrijventerreinen van de verschillende kernen. Uitgangspunt is hier dat een winkel, zoals een bouwmarkt of woonwinkel, zich primair op de eigen woonplaats richt. Initiatieven met een verzorgingsfunctie voor de hele gemeente worden geconcentreerd op Het Panhuis.

Kaart 8 Toekomstige detailhandelsstructuur gemeente Neder-Betuwe



3.4 Toekomst centrum Opheusden

Lokaal dorpshart creëren

Voor het centrum van Opheusden blijft de inzet een lokaal dorpscentrum waar inwoners uit Opheusden, en in beperktere mate de omliggende dorpen, hun boodschappen en andere frequente aankopen kunnen doen. Daarnaast is het ook de plek waar dorpsbewoners in een aangename omgeving moeten kunnen verblijven en waar (spontane) ontmoetingen plaatsvinden.

Beleid en maatregelen

Het beleid en de maatregelen voor het centrum van Opheusden zijn gericht op:

1. Behoud van het boodschappenaanbod, met dagelijkse en frequentbezochte niet-dagelijkse winkels, diensten en ambachten;
2. Behoud van een gemêleerde dorps straat, met een sterke mix van functies (publieksgericht en niet-publieksgericht);
3. Goede bereikbaarheid van en parkeren in het hele centrum;
4. Nieuwe invulling voor leegstaande en leegkomende panden;
5. Creëren van beperkte verblijfsruimte ter vergroting van de verblijfskwaliteit.

1. Behoud boodschappenaanbod

Het doen van frequente aankopen (dagelijkse boodschappen) is en blijft de hoofdfunctie van het centrum van Opheusden. Het streven naar een zo compleet en divers mogelijk aanbod hiervoor begint bij een sterk supermarktaanbod. Supermarkten zorgen gedurende de hele week voor een continue stroom van consumenten. Het overige winkelaanbod kan van deze bezoekersstromen profiteren. Uit onderzoek blijkt dat een groot deel van supermarktbezoekers (tot 75%) ook andere winkels bezoekt, mits er een goede ruimtelijke verbinding is, met korte loopafstanden en een goede zichtrelatie, en zonder barrières (zie kader op p. 31).

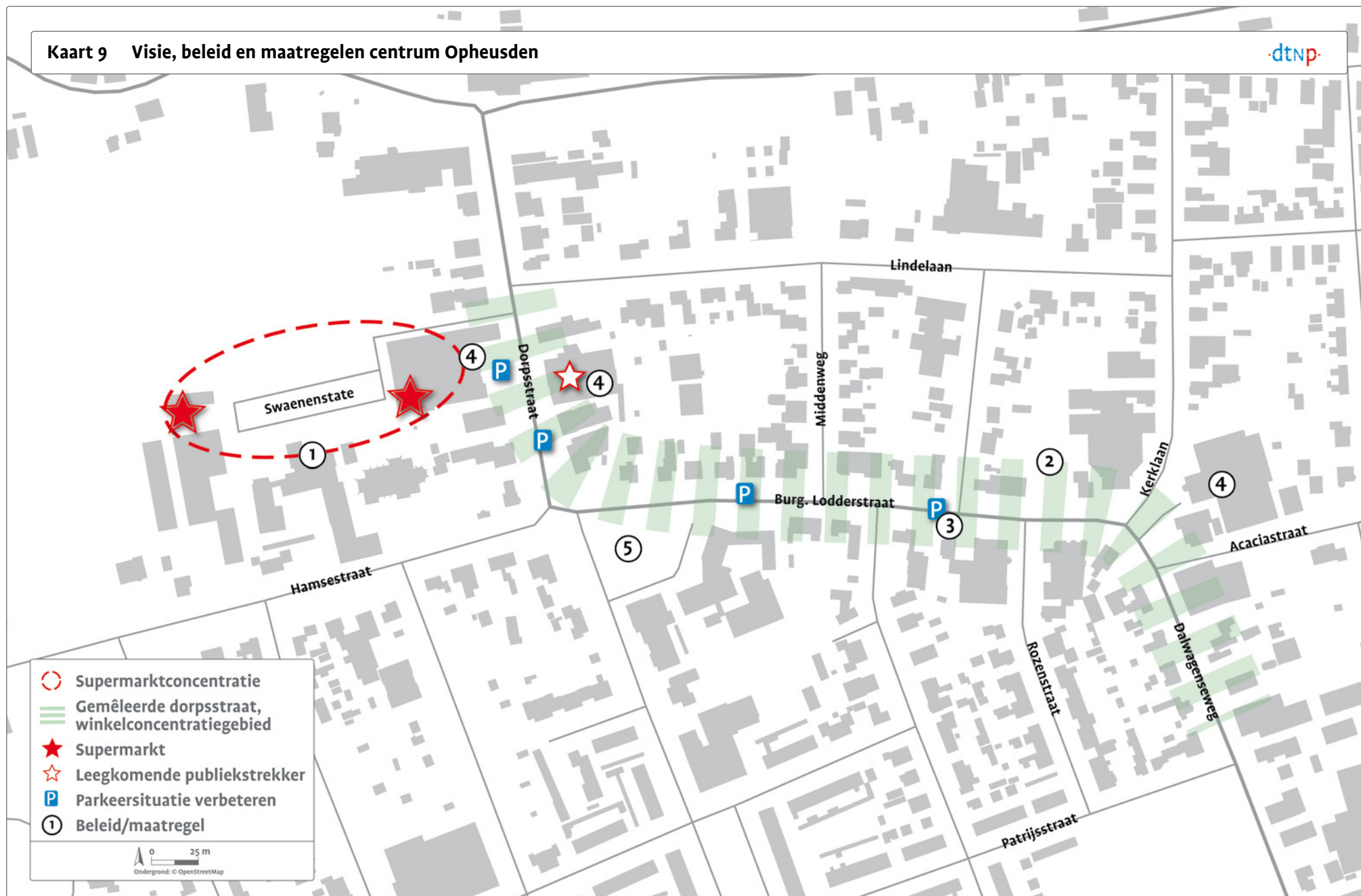
Door de verplaatsing van Aldi naar het Damconterrein ontstaat een sterke supermarktconcentratie aan het parkeerterrein Swaenenstate. De combinatie van een service- en discount-supermarkt aan een parkeerplein is voor consumenten aantrekkelijk en daardoor sterk en duurzaam. Een basisvoorziening in Opheusden is daarmee ook op langere termijn veilig gesteld. Deze supermarktconcentratie biedt een goede basis om zoveel mogelijk inwoners (en koopkracht) aan de eigen kern te blijven binden. Dit biedt dan weer kansen voor behoud of vestiging van overige winkels en voorzieningen, gericht op frequente aankopen.



Er komt een sterke, duurzame supermarktconcentratie



Behoud van gemêleerde dorps straat



De supermarkten in het centrum van Opheusden zijn na de relocatie van Aldi beide voldoende groot. Om het functioneren van supermarktaanbod in de andere dorpen in Neder-Betuwe niet onder druk te zetten, is (verdere) uitbreiding van het aanbod (aantal supermarkten) in Opheusden ongewenst.

2. Behoud gemêleerde dorpsstraat

Door de relocatie van Aldi verdwijnt een belangrijke trekker voor de Dorpsstraat. Voor een deel van de consumenten die boodschappen aan het doen zijn, bestaat er daardoor geen aanleiding meer om van het parkeerterrein de Dorpsstraat in te lopen. De Dorpsstraat verschilt in functionele zin daarmee weinig van de Burgemeester Lodderstraat of het noordelijke deel van de Dalwagenseweg.

Voor veel ondernemers die niet in de Dorpsstraat gevestigd zijn, is verplaatsing naar de Dorpsstraat of bijvoorbeeld naar een nieuw te bouwen pand aan het parkeerterrein Swaenenstate niet haalbaar (veelal sprake van eigen panden of lage huur). Het is derhalve voor het centrum van Opheusden niet reëel te streven naar een verdere concentratie van voorzieningen rondom de Dorpsstraat of Swaenenstate.

Voor behoud van een gevarieerd en zo compleet mogelijk aanbod in Opheusden zal ingezet moeten worden op een gemêleerde dorpse straat, waar winkels afgewisseld worden met andere publieksgerichte (o.a. horeca, diensten, ambacht) en niet-publieksgerichte (o.a. woningen, kantoren) functies. Dit is ook typerend voor het huidige dorp. Dit gemêleerde centrumgebied wordt beperkt tot Dorpsstraat, Burgemeester Lodderstraat en het noordelijk deel van de Dalwagenseweg (zie kaart 9, p. 30). Daar zijn nu al de meeste voorzieningen aan-wezig en heerst ook het meest een centrum-gevoel. Nieuwe ontwikkelingen met centrum-functies worden in dit gebied geconcentreerd.

3. Goede bereikbaarheid en parkeren

Gebruiksgemak en efficiëntie zijn van groot belang voor het behoud van een zo sterk mogelijk winkelaanbod. Zeker voor winkels in de dagelijkse sector is parkeren in de directe nabijheid belangrijk. Nu zijn de parkeermogelijkheden voor deze winkels (m.n. bakkers, slager) soms beperkt of zelfs afwezig. In de Burgemeester Lodderstraat leidt dat er onder andere toe dat auto's op de straat worden neergezet. Dit haalt weliswaar de snelheid uit het verkeer, maar kan ook leiden tot gevaarlijke situatie (minder overzichtelijk) en tot opstoppingen. Het is wenselijk (opnieuw) onderzoek te doen naar mogelijkheden om op strategische locaties enkele parkeervakken te

realiseren die gebruikt kunnen worden voor korte doelgerichte bezoeken.

4. Invulling leegstaande en -komende panden

In het centrum staat nu één pand leeg (Dorpsstraat). Op (korte) termijn komen in ieder geval de huidige locaties van Aldi en woonwinkel Van Hunnik beschikbaar. Voor deze drie panden zal gezocht moeten worden naar een nieuwe invulling, passend bij de locatie van het pand. Voor de Dorpsstraat wordt bij voorkeur gedacht aan een publieksgerichte functie. Voor het pand van Van Hunnik kan ook gedacht worden aan transformatie naar wonen of een andere bedrijfsmatige, publieksgerichte functie, zoals detailhandel en dienstverlening.

5. Creëren van beperkte verblijfsfunctie

Het creëren van een beperkte verblijfsfunctie in een deel van het centrum verhoogd de verblijfskwaliteit in het centrum. Locaties die zich hier voor lenen zijn onder andere het pleintje aan de Dorpsstraat en het groen op de hoek van de Dorpsstraat en Burgemeester Lodderstraat. Een van beide locaties kan een plek zijn waar consumenten even kunnen gaan zitten of waar ruimte geboden kan worden aan kleinschalige evenementen. Voor het pleintje aan de Dorpsstraat zou vergroening gewenst zijn, voor het gemeentehuis behoud van het groene karakter.

Combinatiebezoek supermarkten en overige winkels

Het combinatiebezoek tussen supermarkten en dagelijkse speciaalzaken is groot. Uit grootschalig onderzoek* onder 4.750 supermarktbezoekers in 30 dorps- en wijkcentra in Nederland blijkt dat gemiddeld 65% van de supermarktklanten één of meer andere winkels binnenloopt tijdens hetzelfde bezoek aan het winkelgebied.

In centra waar de supermarkt op zeer korte afstand (tot 50 meter) van het overige winkelaanbod ligt (met de entree in het zicht) is het combinatiebezoek aanzienlijk hoger (tot 75%) dan in situaties waar de ruimtelijke relatie minder goed is. Het combinatiebezoek neemt dan heel snel af.

Uit het onderzoek blijkt tevens dat de omvang van de supermarkt geen invloed heeft op het aandeel (%) supermarktklanten dat het bezoek combineert met andere winkels. Een grotere supermarkt trekt meer klanten, en is dus ook voor speciaalzaken gunstig.

* DTNP (2010), Combinatiebezoek supermarkten en dagelijkse speciaalzaken



3.5 Toekomst centrum Ochten

Lokaal dorpshart creëren

Voor het centrum van Ochten blijft de inzet een lokaal dorpscentrum, waar inwoners uit Ochten hun boodschappen kunnen doen. Daarnaast is het ook de plek waar dorpsbewoners in een aangename omgeving moeten kunnen verblijven en waar (spontane) ontmoetingen met dorpsgenoten plaatsvinden.

Beleid en maatregelen

Het beleid en de maatregelen voor het centrum van Ochten zijn gericht op:

1. Behoud van het boodschappenaanbod;
2. Concentratie van nieuwe winkelinitiatieven aan het Dokter M. van Drielplein;
3. Transformatie van panden buiten concentratiegebied;
4. Goede bereikbaarheid van en parkeren in het hele centrum;
5. Nieuwe invulling voor huidige supermarktpanden;
6. Aantrekkelijke uitstraling achterkant supermarkt;
7. Samenwerking tussen ondernemers.

1. Behoud boodschappenaanbod

Het doen van dagelijkse boodschappen is en blijft de hoofdfunctie in het centrum van Ochten.

Het streven naar een zo compleet en divers mogelijk aanbod hiervoor begint bij een sterk supermarktaanbod.

Rondom het Dokter M. van Drielplein ontstaat na realisatie van de plannen van Aldi en MCD een sterke supermarktconcentratie met aantrekkingskracht op consumenten uit Ochten en IJzendoorn. De supermarkten hebben na hun relocatie en schaalvergroting een vergelijkbare omvang en zijn daarmee 'aan elkaar gewaagd'. Om te voorkomen dat een van beide de ander uit de markt duwt, is het wenselijk dat de supermarkten een aan elkaar gelijke omvang behouden. (Verdere) uitbreiding van het aanbod in Ochten zal bovendien het functioneren van supermarktaanbod in de andere dorpen in Neder-Betuwe onder druk zetten en is ook daarom niet gewenst.

2. Concentratie van nieuwe initiatieven

Door de publieksaantrekkende werking van de supermarkten liggen voor andere dagelijkse (en niet-dagelijkse) winkels in de buurt daarvan de beste kansen. Doordat aan het Van Drielplein winkelruimte beschikbaar zal komen (o.a. oude MCD en de leegstaande garage aan de noordzijde van het plein) liggen daar potenties voor een concentratiegebied voor detailhandel. Rekening houdend met het beperkte



Er komt een sterke, duurzame supermarktconcentratie



Transformatie van panden buiten concentratiegebied

verzorgingsgebied van Ochten moet echter niet uitgegaan worden van veel nieuwe winkels*, maar mogelijk zijn lokale ondernemers wel geïnteresseerd in verplaatsing naar het Van Drielplein. Desondanks moet men zich ook hier realiseren dat de bedrijfsvoering bij veel ondernemers het naar verwachting niet toelaat te verplaatsen naar het Van Drielplein (eigen pand, lage huur, geen middelen voor grote investering).

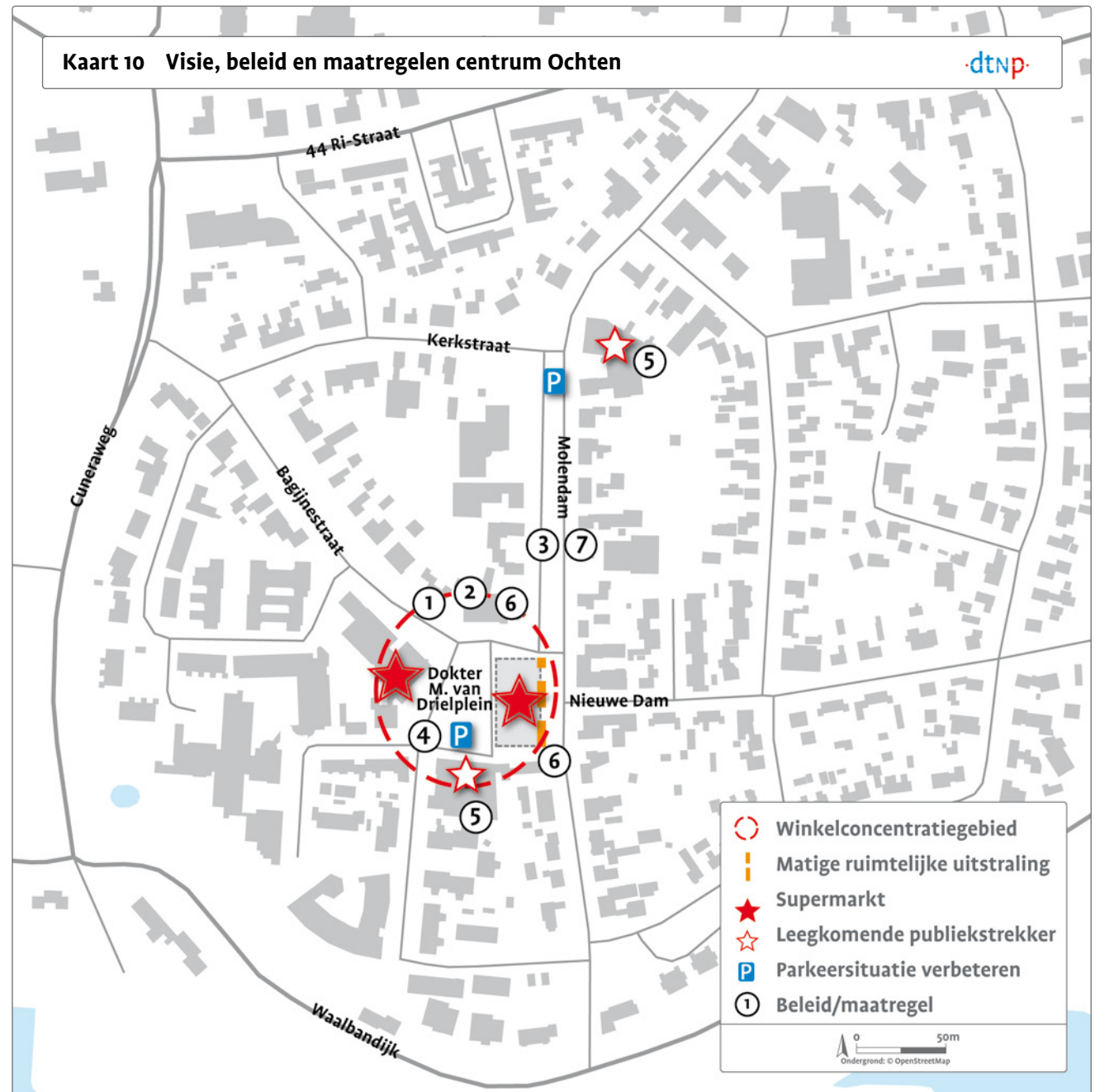
3. Transformatie overig centrumgebied

Winkels die niet aan het Dokter M. van Drielplein zijn gelegen moeten het vooral op eigen kracht doen. Doordat nieuwe initiatieven geconcentreerd worden rondom het plein zal de winkelfunctie van onder andere Molendam op termijn langzaam verdwijnen. Voor alle panden die niet aan het Van Drielplein zijn gelegen, geldt dat meegewerkt kan worden aan transformatie naar andere functies, waaronder wonen.

4. Goede bereikbaarheid en parkeren

Voor het functioneren van winkels in vooral de dagelijkse sector is parkeren voor de deur

* Een primair verzorgingsgebied van circa 4.900 inwoners is in ieder geval voor de meeste filiaalbedrijven te weinig om in de huidige winkelmarkt een nieuwe vestiging te openen.



belangrijk. De parkeermogelijkheden in Molendam zijn nu beperkt. Om de ondernemers in die straat zoveel mogelijk te ondersteunen kan, indien ondernemers daartoe een verzoek indienen, de gemeente meewerken aan onderzoek naar de haalbaarheid en realisatie van enkele parkeerplaatsen nabij de winkel.

De parkeercapaciteit op en ontsluiting van het Dokter M. van Drielplein is bij realisatie van de supermarktplannen een belangrijk aandachtspunt, doordat het nieuwe supermarktcluster veel meer bezoekers naar het Van Drielplein zal trekken en tot meer vrachtverkeer zal leiden. Er zijn ten minste 100 parkeerplaatsen nodig.

5. Invulling huidige supermarktpanden

Voor beide huidige supermarktpanden is nog geen nieuwe bestemming gevonden. Langdurige leegstand en onzekerheid over het hergebruik van de panden heeft een negatieve uitstraling op de omgeving en het ondernemersklimaat. Het pand aan het Dokter M. van Drielplein wordt bij voorkeur opnieuw ingevuld door winkels of andere publieksfuncties; voor het pand aan Molendam kan gelet op de ligging ook gedacht worden aan transformatie naar een andere functie (o.a. wonen).

6. Uitstraling achterkant supermarkt Aldi

De ingang van het inaanbouwzijnde pand voor Aldi is georiënteerd op het plein. Daarmee ontstaat een achterkantensituatie aan Molendam. Molendam is echter een belangrijke centrumstraat, waar ook nog enkele andere ondernemingen zijn gevestigd. Het is derhalve gewenst de uitstraling aan de achterkant, ter hoogte van de bevoorrading van Aldi, zo aantrekkelijk mogelijk te maken.

7. Samenwerking tussen ondernemers

De ondernemers in Ochten werken maar in zeer beperkte mate samen en de ondernemersvereniging is in ruste. Ochten blijft daarmee achter bij de andere dorpen. Om de lokale consument zo goed mogelijk aan te spreken, is het verstandig als ondernemers samen optrekken. Samenwerking kan in eenvoudige vorm (bijv. gezamenlijke openingstijden afspreken), maar kan ook intensiever (bijv. door samen acties te organiseren).

Daarnaast is het voor de communicatie naar buiten toe, onder andere richting de gemeente, goed om als ondernemers een samenwerkingsverband te hebben (bijvoorbeeld ondernemersvereniging) die de gezamenlijke belangen behartigt en het aanspreekpunt van en de ingang naar de ondernemers in Ochten vormt.



Nieuwe invulling voor supermarktpanden nodig



Betere samenwerking tussen ondernemers

3.6 Toekomst centrum Kesteren

Lokaal dorpshart creëren

Voor het centrum van Kesteren is de inzet om de lokale dorpsbewoner meer dan nu hun boodschappen in Kesteren te laten doen. Daarnaast is het de plek waar dorpsbewoners in een aangename omgeving kunnen verblijven en waar (spontane) ontmoetingen met dorpsgenoten plaatsvinden.

Beleid en maatregelen

Het beleid en de maatregelen voor het centrum van Kesteren zijn gericht op:

1. Versterking van het supermarktaanbod;
2. Concentratie van nieuwe winkelinitiatieven in de Hoofdstraat;
3. Nieuwe invulling voor huidig supermarktpand;
4. Herinrichting van de Hoofdstraat.

1. Versterking van het supermarktaanbod

Het doen van dagelijkse boodschappen is en blijft de hoofdfunctie in het centrum van Kesteren. Het streven naar een zo compleet en divers mogelijk aanbod hiervoor begint bij een sterk supermarktaanbod.

Van alle grotere dorpen in de gemeente is Kesteren het enige zonder een supermarkt van

moderne omvang. Met een omvang van circa 500 m² wvo kan de huidige supermarkt niet voorzien in een compleet assortiment. Hierdoor vindt bovenmatige afvloeiing van koopkracht plaats naar onder andere Lienden en Rhenen.

Schaalvergroting en verplaatsing van de huidige supermarkt, zoals ook in de plannen voor het dorp is opgenomen, is voor het hele centrum en dorp van groot belang. Belangrijk is dat de supermarkt een goede inpassing in het centrum krijgt (korte afstand tot andere winkels, zichtrelatie) en voldoende groot wordt om de huidige inwoner aan zich te binden. De beoogde omvang van circa 1.000 m² wvo is passend bij de gewenste lokale verzorgingsfunctie.

2. Concentratie in Hoofdstraat

Aanvullend aan een vergrote supermarkt blijft de ambitie een gevarieerd dagelijks en niet-dagelijkse aanbod te behouden. Hiervoor is concentratie van aanbod in de Hoofdstraat een belangrijke randvoorwaarde. De Hoofdstraat blijft in de toekomst het kernwinkelgebied van het centrum. Daar wordt zoveel mogelijk gestreefd naar een compact gebied met veel publieke voorzieningen. Ondernemers kunnen daardoor van elkaars nabijheid profiteren. Nieuwe initiatieven worden dan ook alleen in de Hoofdstraat gefaciliteerd.



Versterking van het supermarktaanbod gewenst



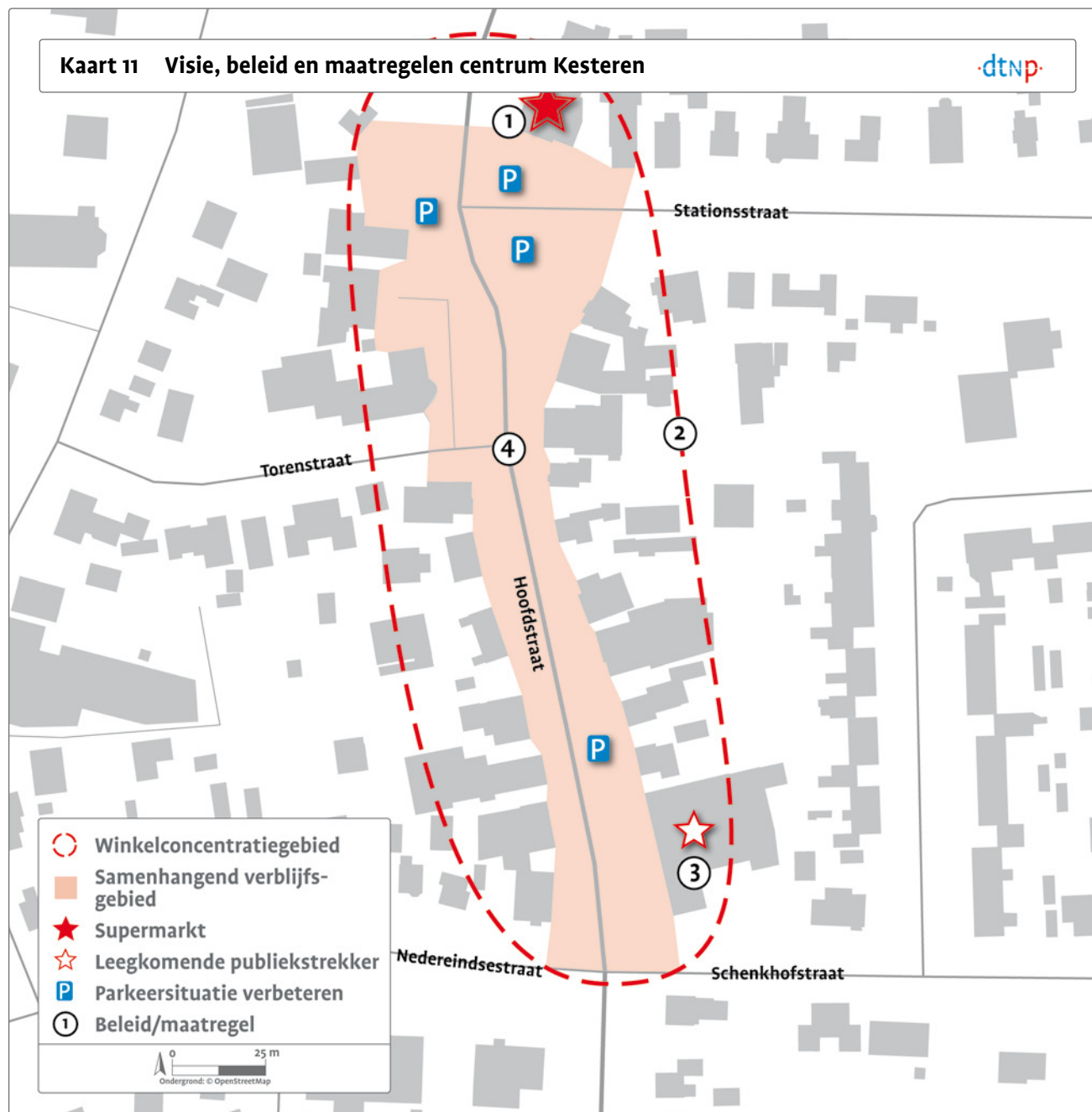
Herinrichting van de hele Hoofdstraat nodig

3. Nieuwe invulling supermarktpand

Door de verplaatsing van de Spar ontstaan hier nieuwe mogelijkheden voor concentratie van het aanbod in de Hoofdstraat. Het pand wordt bij voorkeur opnieuw ingevuld door een publiekstrekker, zodat zowel de noord- als zuidkant van de Hoofdstraat over een publiekstrekker beschikt. Gedacht kan worden aan onder andere verplaatsing van de huidige winkels aan de Nedereindsestraat (bakker, boekhandel, drogist). Dat zorgt voor een compacter kernwinkelgebied (maatregel 2) en nieuwe trekkracht in het zuidelijk deel van de Hoofdstraat.

4. Herinrichting Hoofdstraat

Om de bedrijven in het kernwinkelgebied goed te laten functioneren, is herinrichting van de hele Hoofdstraat gewenst. De uitstraling van de straat kan sterk verbeteren en er dient vooral een infrastructureel probleem te worden aangepakt. Bij de nieuwe supermarkt dient voldoende parkeergelegenheid gerealiseerd te worden. Dat kan als bronpunt voor de rest van het centrum fungeren. Gelijktijdig dient ook (in lijn met het masterplan uit 2012) de parkeer-capaciteit en -kwaliteit in de rest van de Hoofdstraat verbeterd te worden. Enerzijds voor een meer heldere verkeerssituatie in de straat, anderzijds om het bezoekgemak van consumenten te vergroten.



3.7 Toekomst centrum Dodewaard

Lokaal boodschappenaanbod behouden

Voor het centrum van Dodewaard is de inzet primair een boodschappenaanbod te behouden. Daarnaast is het ook de plek waar spontane ontmoetingen tussen dorpsgenoten plaatsvinden.

Beleid en maatregelen

Het beleid en de maatregelen voor het centrum van Dodewaard zijn gericht op:

1. Concentratie van nieuwe winkelinitiatieven aan Dorpsplein;
2. Transformatie van winkels buiten concentratiegebied;
3. Ontsluiting parkeerterrein verbeteren;
4. Duidelijkere verkeerssituatie bij aansluiting Molenpad op Dalwagen;
5. Verbeteren ruimtelijke uitstraling inrichting voor supermarkt.

1. Concentratie nieuw aanbod aan Dorpsplein

Het winkelaanbod in Dodewaard is sterk versnipperd, waardoor winkels minder van elkaar bezoekers kunnen profiteren (men moet weten waar je zit en bereid zijn daarnaar toe te gaan). Bovendien is het voor consumenten minder goed mogelijk efficiënt boodschappen te doen.

Het realiseren van een sterk concentratiegebied in Dodewaard is een moeilijke opgave. Veel winkels zitten in eigen panden, al dan niet gecombineerd met hun eigen woning. Verplaatsing is daardoor veelal financieel niet mogelijk, of leidt tot een ongewenste situatie voor de ondernemer (minder makkelijke koppeling woning en winkel).

Desondanks is het voor de toekomst gewenst een concentratiebeleid te voeren. Ook huidige ondernemers in Dodewaard zien toegevoegde waarde in een concentratiebeleid, ondanks dat zij zelf vaak niet kunnen of willen verplaatsen. In een compact concentratiegebied kunnen winkels van elkaar profiteren en is het voor consumenten aantrekkelijker boodschappen doen. De functie als boodschappencentrum wordt dan zo goed en duurzaam mogelijk vervuld. Het dorp als geheel is daarbij gebaat.

Het Dorpsplein is het meest logische concentratiegebied. Daar zijn nu al de twee sterkste publiekstrekkingen van het centrum gevestigd (Coop, Action). Nieuwe initiatieven zijn gewenst rondom en aan het Dorpsplein, zodat die initiatieven ook de beste kans op succes hebben.

2. Transformatie verspreid gelegen winkels

Winkels die buiten het concentratiegebied liggen, zijn in de huidige situatie van grote toegevoegde waarde voor de leefbaarheid in het dorp. Gelet op de wens tot concentreren is het echter niet wenselijk dat nieuwe winkels buiten het concentratiebeleid ontstaan. Als een buiten de gewenste structuur gelegen winkel stopt, dan wordt die winkellocatie bij voorkeur getransformeerd naar andere functies. In de meeste gevallen zal een woning de meest logische keuze zijn voor transformatie.

3. Ontsluiting parkeerterrein

Om een concentratiegebied te laten slagen, dienen in dit gebied de randvoorwaarden voor winkels te worden geoptimaliseerd. Voor het parkeerterrein houdt dit in dat de ontsluiting verbeterd moet worden, zodat eenvoudiger dan nu auto's het parkeerterrein op en af kunnen draaien bij Dalwagen. Nu is de ontsluiting krap en onduidelijk.

4. Verkeerssituatie Molenpad-Dalwagen

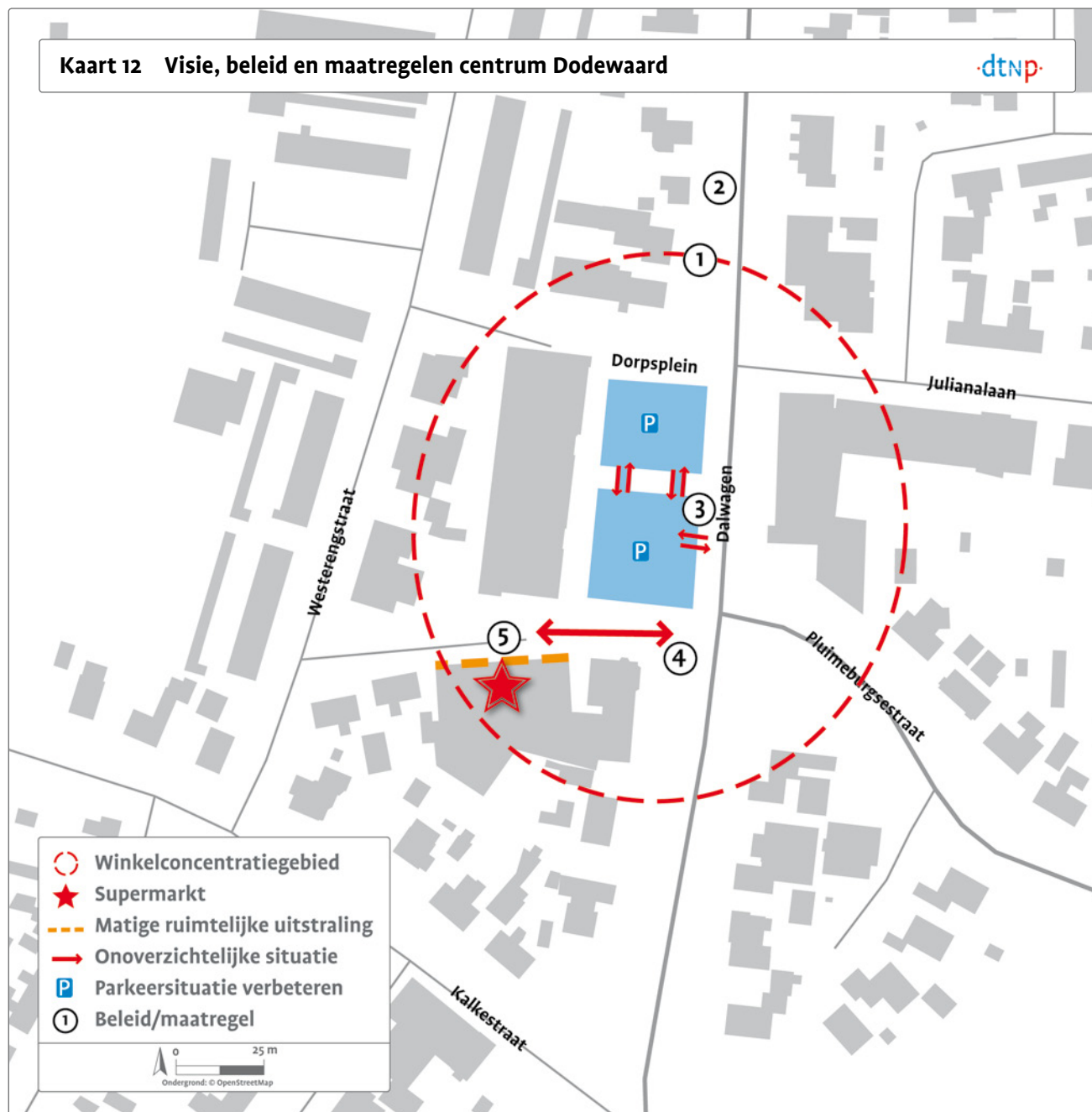
Een andere onduidelijke verkeerssituatie, waarvan het gewenst is die te verbeteren, is het voetpad van de ingang van de supermarkt naar Dalwagen. Dit voetpad is breed en ligt in het verlengde van het Molenpad. Vanuit Molenpad en Dalwagen is niet voor alle consumenten

duidelijk dat hier niet met de auto gereden en geparkeerd mag worden. Hierdoor ontstaan situaties waarvan voetgangers en fietsers overlast ondervinden en die onduidelijk en soms zelfs gevaarlijk zijn.

5. Ruimtelijke uitstraling voor supermarkt

Een laatste aandachtspunt voor het centrum van Dodewaard is het verbeteren van de ruimtelijke uitstraling van het gebied voor de supermarkt. Dit gebied kenmerkt zich door hoogteverschillen en heeft een enigszins rommelige en gedateerde uitstraling. Een aantrekkelijkere inrichting zorgt voor een prettigere winkelbeleving.

De supermarktondernemer heeft aangegeven het gebied te willen herinrichten en zou ook enkele parkeerplaatsen voor de ingang willen realiseren. Aan het plan van de supermarkt om de gevel hoger te maken, kan medewerking worden verleend, omdat daardoor de stedenbouwkundige kwaliteit van het plein wordt verbeterd.





4 Uitvoeringskader

4.1 Beleidskader

Vasthouden aan ruimtelijke keuzes visie

Om de detailhandelsstructuur van Neder-Betuwe in een krimpmarkt (minder winkels) te versterken en in elke grote kern een basisvoorziening (supermarkt) te laten behouden, zijn en blijven scherpe keuzes noodzakelijk. Door winkelaanbod en andere publieksgerichte voorzieningen te concentreren in de centra van Dodewaard, Kesteren, Ochten en Opheusden behouden deze centra de grootste meerwaarde voor consumenten en bieden de beste kansen voor synergie en een zo sterk mogelijke structuur.

Binnen deze winkelgebieden worden nieuwe ontwikkelingen gestimuleerd. Buiten de centra wordt niet meegewerkt aan nieuwe winkelontwikkelingen. Ook wordt terughoudend omgegaan met detailhandel als ondergeschikte nevenactiviteit, detailhandel bij trafficlocaties (zoals station, tankstations) en internetwinkels, voor zover deze vormen van detailhandel zich buiten een van de aangewezen winkellocaties willen vestigen.

Vasthouden aan de gekozen ruimtelijke detailhandelsstructuur biedt helderheid en duidelijkheid voor alle marktpartijen, zodat er

zekerheid voor deze partijen ontstaat en ze van de gemeente weten waar ze van uit mogen gaan als ze overwegen te (blijven) investeren in een van de centra.

Regelmatig evalueren en actualiseren

Deze visie vormt het toetsingskader voor toekomstige (nieuwe) ontwikkelingen. Ontwikkelingen in de winkelmarkt gaan snel. Daarom is het verstandig tussentijds, en in ieder geval na 5 jaar, de visie te evalueren en eventueel op onderdelen te herijken. Wijzigingen in de winkelstructuur zullen altijd in het licht van de totale ruimtelijke detailhandelsstructuur moeten worden afgewogen.

Koppeling Ladder en regionale visie

Om dynamiek in de winkelmarkt en verbeteringen van het aanbod te stimuleren (pro-actief) kiest de gemeente Neder-Betuwe voor de beste locaties in bestaand stedelijk gebied, die reeds gebruikt worden voor detailhandel en andere publieksgerichte commerciële centrumfuncties (duurzaam ruimtegebruik). Deze lijn sluit aan bij het afwegingsprincipe van de Ladder voor duurzame verstedelijking. Tevens wordt hiermee aangesloten op de Regionale detailhandelsstructuurvisie Rivierenland.



Scherpe ruimtelijke keuzes (blijven) noodzakelijk



Regelmatig evalueren en actualiseren

Vertaling naar bestemmingsplannen

Op basis van deze visie worden initiatieven getoetst aan de gewenste detailhandelsstructuur. Het bestemmingsplan (en handhaving) is het meest krachtige instrument dat de gemeente tot haar beschikking heeft om ruimtelijk beleid te voeren. Hierin wordt door middel van bestemmingen en voorschriften structureel bepaald waar wel en waar geen detailhandel is toegestaan. In voorliggende nota wordt voor sommige locaties een ruimer of stringenter beleid voorgesteld dan in de huidige bestemmingsplannen is opgenomen. Het is derhalve wenselijk het beleid uit deze nota te vertalen naar bestemmingsplannen en bestemmingsplannen en beleidsregels door te lichten op afwijkende regels.

Nadere planvoorschriften

Aanvullend aan de bestemming detailhandel in centrumgebieden zijn nadere planvoorschriften gewenst voor specifieke vormen van detailhandel. Het betreft voorschriften over:

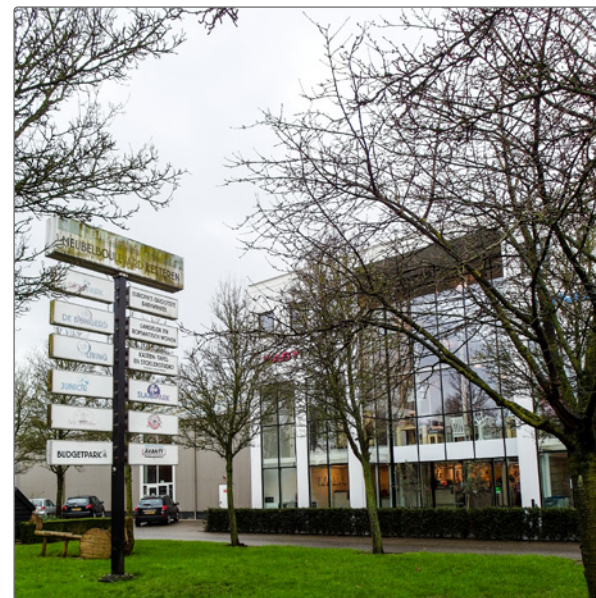
1. Branchering op bedrijventerreinen;
2. Branchevreemd aanbod op perifere locaties;
3. Detailhandel als ondergeschikte nevenactiviteit;
4. Internetwinkels en afhaalpunten.

1. Branchering op bedrijventerreinen

Vanwege de omvang en aard van de gevoerde artikelen kan voor bepaalde typen winkels een uitzondering worden gemaakt voor vestiging buiten centra. Het gaat dan om detailhandel in brand- en explosiegevaarlijke stoffen, scooters en vergelijkbare gemotoriseerde voertuigen, boten en caravans, zwembaden, grove bouwmaterialen, keukens en sanitair, woninginrichting, en om tuincentra en bouwmarkten. Deze detailhandel is alleen toegestaan op bedrijventerreinen als ook sprake is van een grootschalige winkel ($> 1.000 \text{ m}^2 \text{ wvo}$). Bovendien moet ook sprake zijn van een initiatief dat primair op de eigen kern gericht is. Nieuwe winkels met een gemeenteverzorgende functie zijn alleen op Het Panhuis in Kesteren toegestaan. Nieuwe winkels met een verzorgingsfunctie die de gemeente overstijgt worden conform het regionale detailhandelsbeleid van Rivierenland doorgestuurd naar Latenstein in Tiel.

2. Branchevreemd aanbod op perifere locaties

Perifeer gelegen winkels in volumineuze branches hebben de neiging om naast hun volumineuze hoofdassortiment ook een nevenassortiment te voeren (grotere winstmarges per m^2). Zo zijn er bouwmarkten die kleding verkopen, en tuincentra met



Volumineuze detailhandel op Het Panhuis



Branchevreemd aanbod op perifere locaties beperken

huishoudelijke artikelen en speelgoed. Dit leidt tot brancheervaging. Bij voorkeur wordt de verkoop van branchevreemde artikelen op perifere locaties zoveel mogelijk beperkt. Vanwege de aard en schaal van het neven-assortiment zijn er geen goede argumenten voor verkoop van branchevreemd aanbod op perifere locaties.

3. Detailhandel als ondergeschikte neven-activiteit

Buiten de aangewezen winkellocaties zijn nieuwe winkels niet toegestaan. Er zijn echter situaties waarin detailhandel plaatsvindt als productiegebonden ondergeschikte neven-activiteit op een locatie met een andere activiteit. Vanwege het streven naar aantrekkelijke centra wordt zeer terughoudend omgegaan met deze vormen van detailhandel. Buiten de aangewezen winkellocaties wordt detailhandel als ondergeschikte nevenactiviteit in een pand zonder winkelbestemming slechts zeer beperkt toegestaan en alleen onder alledrie de volgende voorwaarden:

- Er is sprake van ter plaatse vervaardigde artikelen (bijvoorbeeld appels bij de boer) en/of er is geen sprake van een naar buiten toe zichtbare uitstraling als winkel (winkeltje in verzorgingshuis, shampoo bij de kapper);

- De detailhandelsactiviteit blijft beperkt tot direct aan de hoofdactiviteit gerelateerde artikelen (wel eigen appels bij de boer en geen 'landwinkel' met versproducten van elders, geen (fysieke) verkoop aan consumenten vanuit huis). Op bedrijven-terreinen is detailhandel alleen toegestaan als een ondergeschikte productiegebonden activiteit;
- De fysieke uitstalruimte die gericht is op en/of toegankelijk is voor consumenten beperkt zich tot maximaal 25 m² (het is immers een ondergeschikte nevenactiviteit).

4. Internetwinkels en afhaalpunten

Indien een consument in een pand artikelen kan bekijken, betalen of afhalen is sprake van een ruimtelijke detailhandelsactiviteit die planologisch als zondanig wordt beoordeeld. Showrooms, afhaalpunten en internetwinkels waar je als consument naar toe kan, zijn alleen toegestaan in panden met een detailhandelsbestemming of brede centrumbestemming waarbinnen detailhandel is toegestaan. Internetwinkels waar alleen sprake is van opslag en logistiek zijn op bedrijventerrein toegestaan.



Buiten centra geen detailhandel vanuit woningen



Webshops waar consumenten komen naar centra

4.2 Vervolgproces en acties

Van visie naar uitvoering

In deze Detailhandelsstructuurvisie Neder-Betuwe worden belangrijke keuzes gemaakt in de ruimtelijke winkelstructuur, die cruciaal en noodzakelijk zijn om de winkelstructuur vitaal te kunnen houden. Het bevorderen van de vitaliteit van deze winkelgebieden die onderdeel zijn van de gewenste winkelstructuur vraagt om een uitvoeringsstrategie op maat.

De visie biedt het ontwikkelingskader waarmee komende jaren ondernemers, eigenaren en gemeente aan de slag kunnen. Op basis van de keuzes in de visie worden hierna op hoofdlijnen aandachtspunten voor de gewenste acties meegegeven.

Vaststellen van beleidskader, afstemmen met andere beleidssectoren

Om de gewenste winkelstructuur en daarbinnen de positie van winkelgebieden te realiseren, is het in de eerste plaats van belang dat de visie wordt vastgesteld door de gemeenteraad. Bij het tot uitvoering brengen van de detailhandelsvisie wordt aansluiting gezocht met andere beleidssectoren (o.a. toerisme en recreatie, verkeer en parkeren, beheer en onderhoud openbare ruimte, evenementen en horeca).

Nauwe samenwerking cruciaal

Naast de vaststelling van het actuele beleidskader en de afstemming met andere beleidssectoren is een nauwe samenwerking tussen ondernemers, vastgoedeigenaren en de gemeente cruciaal om uitvoering te geven aan de visie. De gemeente biedt de randvoorwaarden (beleid, openbare ruimte) waarbinnen marktpartijen invulling kunnen geven aan de ambities.

Periodiek (structureel) overleg (enkele keren per jaar) tussen alle betrokken partijen bevordert de samenwerking en communicatie en draagt bij aan het realiseren van de gewenste invulling van panden en de profilering van deelgebieden.

Creëren van draagvlak

Van belang is dat de visie voor alle betrokken partijen het uitgangspunt vormt en er afstemming plaatsvindt van activiteiten en maatregelen in het centrum. Om tot de gewenste samenwerking te komen is het allereerst verstandig om draagvlak te creëren voor de visie. Alleen als de verschillende betrokkenen in de visie geloven en erachter staan, kan een brede samenwerking tot stand komen en kan de gewenste ontwikkeling uitgevoerd worden.

Tijdens de totstandkoming van dit rapport is meerdere malen overleg geweest met (een deel) van de ondernemers uit de gemeente Neder-Betuwe. Zij zijn daardoor inmiddels bekend met deze detailhandelsvisie. Brede communicatie over deze visie blijft belangrijk.

Aan de slag met acties en maatregelen

Naast bovenstaande algemene maatregelen vloeien uit deze visie diverse specifieke acties voort. De meeste acties vragen om een nadere uitwerking (zoals herinrichting Hoofdstraat in Kesteren). Zowel ondernemers, eigenaren als gemeente kunnen (veelal gezamenlijk) hun bijdrage leveren. In de tabellen hierna worden eerst algemene acties beschreven en vervolgens per kern acties genoemd. Per actie is aangegeven welke actoren betrokken zijn, welke tijdspanne bij het project past en wordt een indicatie van de kosten weergegeven. Voor de kosten kunnen zowel publieke als private investeringen nodig zijn.

Toetsingsschema

Om nieuwe initiatieven waarvoor afwijking danwel wijziging van het bestemmingsplan noodzakelijk is te toetsen aan de visie is een toetsingsschema (p. 49) opgesteld dat doorlopen kan worden bij de beoordeling van een initiatief.

Tabel 2 Algemene acties en projecten Detailhandelsstructuurvisie Neder-Betuwe

Nr.	Doel	Maatregel	Wie	Wanneer	Hoe en wat	Kosten-indicatie
Algemeen						
1.	Winkelstructuur behouden en versterken	Detailhandelsvisie vaststellen als toetsingskader voor markt-initiatieven en als uitnodigend beleidskader voor (nieuwe) ondernemers en eigenaren.	Gemeente (-raad)	22-09-2016	In te behouden/versterken winkel-/concentratie-gebieden meewerken aan nieuwe initiatieven met een publiek karakter en versterking van bestaande aanbod, en buiten winkelgebieden geen nieuwe detailhandelsontwikkelingen (meer) toestaan.	n.v.t.
2.1	Bestemmingsplannen en beleidsregels aanpassen	Vorbereiden van doorvertaling van visie en beleid naar bestemmingsplannen en relevante beleidsregels.	Extern bureau	2 ^e helft 2016	In een onderzoek bestemmingsplannen en beleidsregels doorlichten op afwijkingen ten aanzien van detailhandelsstructuurvisie.	€ 20.000
2.2	Bestemmingsplannen en beleidsregels aanpassen	De detailhandelsvisie doorvertalen naar bestemmingsplannen en relevante beleidsregels.	Extern bureau	2017 (doorloop 2018)	Bij actualisatie van bestemmingsplannen (2017 en doorloop in 2018): 1. De concentratiegebieden een brede centrubestemming geven. 2. Nieuwe winkels buiten de concentratiegebieden verbieden. 3. Winkelpanden buiten de concentratiegebieden de mogelijkheid geven te transformeren naar andere functies, waaronder wonen. 4. Beleidsregels voor perifere detailhandel, brancheervanging bij perifere detailhandel, detailhandel als ondergeschikte neven-activiteit, en internetwinkels en afhaalpunten, opnemen voor locaties buiten de concentratiegebieden.	Geen aanvullende kosten bij gelijktijdige uitvoering actualisatie bestemmingsplannen.
3.	Handhaving winkelstructuur	De uitgangspunten van de visie handhaven.	Gemeente, ondernemers	Doorlopend	Ondernemers melden bij de gemeente activiteiten die niet conform de visie en beleidsregels zijn, de gemeente controleert dat en handhaaft zo nodig.	n.v.t.

Tabel 3 Specifieke acties en projecten Detailhandelsstructuurvisie Neder-Betuwe voor centrum Opheusden

Nr.	Doel	Maatregel	Wie	Wanneer	Hoe en wat	Kosten-indicatie
Centrum Opheusden						
1.	Goede bereikbaarheid en parkeren	Verbetering van parkeer-voorzieningen voor de winkels (ten behoeve van bezoekgemak voor lokale consumenten).	Extern bureau, in overleg met gemeente en ondernemers	1 ^e helft 2017	Onderzoek doen naar de noodzaak van, en mogelijkheden voor, het optimaliseren van de parkeermogelijkheden ten behoeve van het goed functioneren van winkels en andere ondernemingen in de Burgemeester Lodderstraat en de Dorpsstraat.	€ 7.500
2.	Invulling leegstaande en -komende panden	Nieuwe invulling voor leegstaande en -komende panden met functie die passen bij hun locatie. Voor de Dorpsstraat zijn publieksgerichte functies gewenst, voor het pand van Van Hunnik kan naast de detailhandelsbestemming (m.u.v. supermarkt) ook gedacht worden aan transformatie naar wonen.	Eigenaar, (gemeente)	2016-2018	Direct kan gestart worden met het zoeken van een geschikte nieuwe invulling voor het huidige leegstaande pand aan de Dorpsstraat. Voor de huidige Aldi en Van Hunnik kan ook alvast gezocht worden naar een nieuw toekomstig gebruik. De pandeigenaren hebben daarin zelf het initiatief. De rol van de gemeente is het faciliteren van initiatieven die nu niet mogelijk zijn, maar wel binnen de visie passen.	n.v.t.
3.	Creëren van beperkte verblijfsfunctie	In hart van het dorp een plek creëren waar inwoners even kunnen gaan zitten of waar ruimte geboden kan worden aan kleinschalige evenementen (meer beleving aan het centrum toevoegen).	Gemeente	2017 (na project 1)	Onderzoek doen naar mogelijkheden voor het creëren van een kwalitatief hoogwaardige verblijfsgebied met een beperkte verblijfsfunctie in het centrum. Daarbij vooral de mogelijkheden onderzoeken voor het pleintje aan de Dorpsstraat en het groene gebied op de hoek Burgemeester Lodderstraat-Dorpsstraat. Een en ander mede in relatie met project 1 (Goede bereikbaarheid en parkeren).	€ 10.000 à € 15.000

Tabel 4 Specifieke acties en projecten Detailhandelsstructuurvisie Neder-Betuwe voor centrum Ochten

Nr.	Doel	Maatregel	Wie	Wanneer	Hoe en wat	Kosten-indicatie
Centrum Ochten						
1.	Goede bereikbaarheid en parkeren	Goede bereikbaarheid en parkeren realiseren op Dokter M. van Drielplein	Gemeente, ontwikkelaar, ondernemers	2016-2018	Een inrichtingsplan maken voor het Dokter M. van Drielplein met voldoende parkeercapaciteit (ten minste 100 stuks) voor de supermarkten én overige (nieuwe) winkels en een goede ontsluiting en doorstroming van het parkeerterrein. Ontwikkeling van dit plan loopt mee met de (her)ontwikkeling van De Vicary.	Geen aanvullende kosten
2.	Nieuwe invulling huidige supermarktpanden	Nieuwe invulling voor de huidige panden van Aldi en MCD.	Eigenaar, (gemeente)	2016-2018	Zoeken naar geschikte nieuwe invulling voor de huidige panden van MCD en Aldi. Voor MCD bij voorkeur een invulling met een publiek karakter, voor Aldi is ook transformatie naar wonen mogelijk. De eigenaar van de panden hebben het initiatief. De rol van de gemeente is het faciliteren van initiatieven die nu niet mogelijk zijn, maar wel binnen de visie passen.	n.v.t.
3.	Aantrekkelijke uitstraling achterkant nieuwe Aldi	De nieuwe achterkant van Aldi grenst aan Molendam, de centrumstraat in Ochten. Het is derhalve gewenst de uitstraling van de achterkant, ter plaatse van de bevoorrading van Aldi, zo aantrekkelijk mogelijk te maken.	Eigenaar, ontwikkelaar	2016	Zoeken naar mogelijkheden voor een minder gesloten en onaantrekkelijke achterkant.	n.v.t.
4.	Samenwerking tussen ondernemers	Betere samenwerking tussen ondernemers om klanten te binden en naar buiten toe de gezamenlijke belangen te behartigen.	Ondernemers	Start 2016, doorlopend	Ondernemersvereniging Ochten nieuw leven inblazen en een actieve vertegenwoordiging in OVNB	n.v.t.

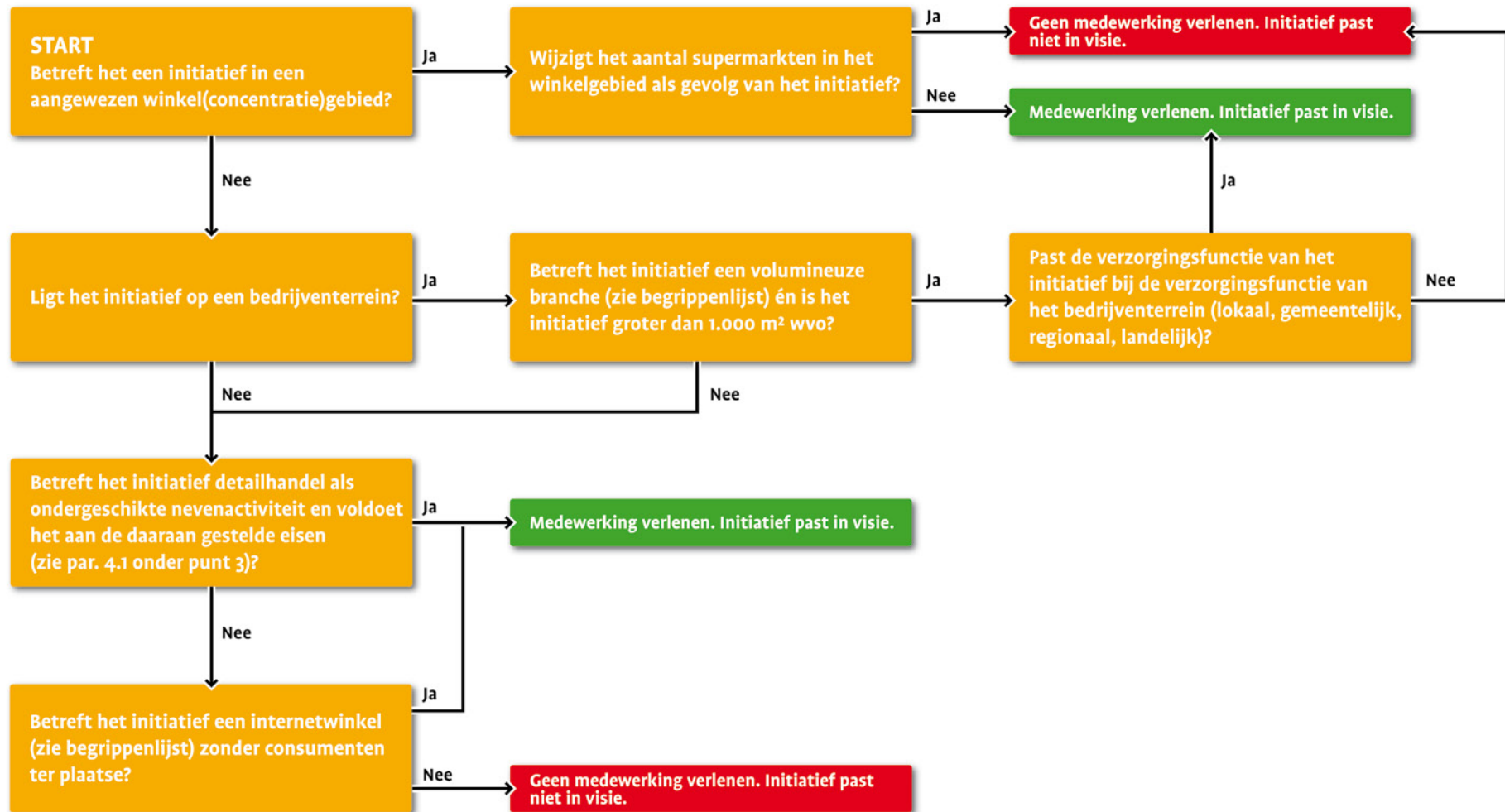
Tabel 5 Specifieke acties en projecten Detailhandelsstructuurvisie Neder-Betuwe voor centrum Kesteren

Nr.	Doel	Maatregel	Wie	Wanneer	Hoe en wat	Kosten-indicatie
Centrum Kesteren						
1.	Versterking supermarktaanbod	Realiseren van een supermarkt van moderne omvang, zodat inwoners van Kesteren meer dan nu hun aankopen in Kesteren kunnen en gaan doen.	Supermarkt, ontwikkelaar, (gemeente)	2016-2018	Uitvoering van plan voor relocatie en vergroting van supermarkt.	n.v.t.
2.	Nieuwe invulling huidige Spar	Nieuwe publieksgerichte invulling voor huidige Spar vinden.	Eigenaar, ondernemers, (gemeente)	2016-2018	Zoeken naar een nieuwe invulling voor de locatie van Spar. Herontwikkeling van de locatie is mogelijk nodig. (Lokale ondernemers zijn samen met een lokale investeerder een plan aan het opstellen voor verplaatsing van drie winkels aan Nedereindsestraat en transformatie van de achterblijvende units naar woningen. Dit draagt bij aan actie 2 (concentratie) en 3 (nieuwe invulling supermarktpand) van de visie op het centrum van Kesteren.)	n.v.t.
3.	Herinrichting Hoofdstraat	Betere en veiligere doorstroming en parkeersituatie in de hele Hoofdstraat én een aantrekkelijke uitstraling van de hele Hoofdstraat.	Gemeente, ondernemers	2017-2019	Plan opstellen en financiering regelen voor herinrichting van de hele Hoofdstraat. Fasering uitvoering: eerst project 1 (supermarkt) uitvoeren en het plein voor de nieuwe supermarkt herinrichten, dan de rest van de Hoofdstraat. Wel direct in samenspraak met ondernemers een plan voor de hele Hoofdstraat opstellen, met onder andere bredere parkeervakken en een betere ontsluiting van de parkeervakken.	€ 900.000

Tabel 6 Specifieke acties en projecten Detailhandelsstructuurvisie Neder-Betuwe voor centrum Dodewaard

Nr.	Doel	Maatregel	Wie	Wanneer	Hoe en wat	Kosten-indicatie
Centrum Dodewaard						
1.	Overzichtelijkere en veiligere verkeerssituatie	Het bezoekgemak aan het centrum van Dodewaard verbeteren door een ruimere en overzichtelijkere ontsluiting van het parkeerterrein en duidelijker en veiligere verkeerssituatie daar omheen.	Gemeente (supermarkt)	Start 1 ^e helft 2017	Onderzoek uitvoeren naar de verkeerskundige inrichting rondom het parkeerterrein. Problemen die opgelost moeten worden zijn: 1. De krappe ontsluiting van het parkeerterrein aan Dalwagen; 2. Een veiligere en overzichtelijkere verkeerssituatie bij de aansluiting van Molenpad op Dalwagen (rekening houdend met de bevoorrading van Coop en Action); 3. Inrichting voor Coop (in samenspraak met de supermarktondernemers). Onderzoek naar gewenste verkeersstructuur starten in 1e helft 2017. Uitvoering van ten minste verbreding van de ontsluiting van het parkeerterrein in 2^e helft 2017.	Onderzoeks-kosten: € 10.000 Kosten herbestrating ontsluiting parkeerterrein: € 15.000

Figuur 3 Toetsingsschema voor nieuwe initiatieven waarvoor afwijking of wijziging van een bestemmingsplan nodig is





Bijlagen

Bijlage 1 Klankbordgroep

De klankbordgroep die de totstandkoming van deze nota heeft begeleid, bestond uit de volgende personen:

- René van Eck, Platform OVNB
- Ruud Hoogendoorn, OV Bonegraaf Dodewaard
- Eric Damme, Winkeliersvereniging Kesteren
- Johan van de Wardt, Winkeliersvereniging Opheusden
- Johan Willemsen, Winkeliersvereniging Opheusden
- Cees Meijering, Winkeliersvereniging Opheusden
- Floor Peters, Fruitpark Ochten
- Henk Brienissen, Platform Recreatie en Toerisme
- Johan van Leeuwen, Het Panhuis Kesteren
- Johan den Hartog, OV De Heuning Ochten
- Dirkjan van Beem, OV De Heuning Ochten
- Jeroen van Noort, RBT Rivierenland
- Rob Herms, Regio Rivierenland
- Saskia van der Kooi, Helicon Kesteren

Bijlage 2 Begrippenlijst

Afhaalpunt

Een voor het publiek vrij toegankelijke locatie ten behoeve van de bedrijfsmatige levering van goederen aan particulieren, zonder het tonen van goederen.

Artikelgroep

Een groep van artikelen die qua aard en omvang een grote samenhang vertonen (bijvoorbeeld fitnessapparaten).

Branche

Een groep van bedrijven die zich richt op de verkoop van één (dominante) artikelgroep (bijvoorbeeld schoenen) of op de verkoop van een veel voorkomende combinatie van artikelgroepen (bijvoorbeeld sport).

Bouwmarkt

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

Brutovloeroppervlak (bvo)

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

Dagelijkse artikelen

Artikelen in de branches supermarkten, speciaalzaken (versspeciaalzaak, minisuper, slijter, tabak en lectuur) en persoonlijke verzorging.

Dagmarkt

Een warenmarkt die minimaal vier dagen per week op eenzelfde locatie wordt gehouden.

Detailhandel

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

Doe-het-zelf

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

Dienstverlening (publieksgericht commercieel)

Een bedrijf met uitsluitend of in hoofdzaak een dienstverlenende of verzorgende taak. Onder dienstverlening verstaan wij administratieve/ financiële dienstverlening (bijv. assurantiekantoor, bank etc.), publieksgerichte dienstverlening (bijv. stomerij, reisbureau) en ambachtelijke dienstverlening (bijv. schoenmaker, kapper etc.)

Filiaalbedrijf/grootwinkelbedrijf

Detailhandelsonderneming met 7 of meer eigen winkels.

Franchising

Contractuele samenwerking tussen formule-eigenaar (franchisegever) en de huurder van de formule (franchisenemer), waarbij de franchisenemer de winkelformule van de franchisegever voert voor eigen rekening en risico, tegen vergoeding en volgens voorwaarden van de franchisegever.

Frictieleegstand

De leegstand tussen twee verhuurperioden die maximaal één jaar belooft.

Groothandel

Het bedrijfsmatig te koop aanbieden, waaronder begrepen de uitstalling ten verkoop, het verkopen en/of leveren van goederen aan wederverkopers, bedrijven, instellingen of personen ter aanwending in een andere bedrijfsactiviteit.

Grootschalige detailhandel

Een winkel met een omvang van minimaal 1.000 m² winkelvloeroppervlak.

Horecabedrijf

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

Internetwinkel

Detailhandel die producten en diensten via internet aanbiedt.

Koopkrachtbinding

Het aandeel (%) van de totale bestedingen van inwoners dat wordt gedaan in het winkelapparaat in het eigen verzorgingsgebied, noemen we de koopkrachtbinding.

Koopkrachttoevloeiing

Het deel van de omzet dat van buiten het primaire verzorgingsgebied komt, ofwel het aandeel vreemde koopkracht.

Leegstand

Leegstaand commercieel vastgoed (te koop/te huur) waar detailhandel mag vestigen.

Leisure

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

Maatschappelijke voorzieningen

Educatieve, sociaal-medische, sociaal-culturele en levensbeschouwelijke voorzieningen, voorzieningen ten behoeve van sport en sportieve recreatie en voorzieningen ten behoeve van openbare dienstverlening, als ook ondergeschikte detailhandel en horeca ten dienste van deze voorzieningen.

Marktaandeel

Aandeel van de betreffende onderneming(en) in de consumptieve bestedingen aan artikelen/artikelgroepen, uitgedrukt in procenten.

Marktsegment

Op basis van samenstelling van het assortiment en prijsstelling van de artikelen kunnen commerciële bedrijven ingedeeld worden in verschillende marktsegmenten (discount, exclusief etc.)

Niet-dagelijkse artikelen

Alle artikelen, met uitzondering van artikelen in de branches supermarkten, speciaalzaken en persoonlijke verzorging.

Perifere detailhandel

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

Themacentrum

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

Tuincentrum

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

Verkooppunt (vkp)

Een detailhandelsvestiging met winkelpersoneel en een eigen kassa.

Verkoopvloeroppervlak (vvo)

Gelijk aan winkelvloeroppervlak (wvo).

Vloerproductiviteit

De gemiddelde omzet per m² winkelvloeroppervlak. Deze varieert per type winkelgebied, branche en winkelformule.

Volumineuze detailhandel

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

Warenhuis

Een winkel waarin ten minste zes van de volgende artikelgroepen worden aangeboden: voedings- en genotmiddelen, kleding/textiel, meubelen/ woninginrichting, verlichting, huishoudelijke artikelen, consumentenelektronica, doe-het-zelfartikelen, educatie- en vrijetijdsartikelen. De artikelgroep kleding/textiel is altijd aanwezig. De afzonderlijke artikelgroepen nemen tussen de 5% en 50% van het winkelvloeroppervlak in beslag.

Winkel

Een voor het publiek vrij toegankelijk pand ten behoeve van de bedrijfsmatige verkoop van goederen aan particulieren, met in ieder geval het tonen van goederen.

Winkelgebied

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

Winkelondersteunende horeca

Een horecabedrijf is winkelondersteunend wanneer het bedrijf voor wat betreft ligging ondersteunend is aan, en voor wat betreft openingstijden in het algemeen vergelijkbaar is met detailhandelsvestigingen. De bedrijfsactiviteit van winkelondersteunende horeca bestaat uit het verstrekken van in hoofdzaak kleinere maaltijden, lunch, koffie/thee en overige dranken.

Winkelvloeroppervlak (wvo)

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

Woninginrichting

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

Bijlage 3 Overzicht winkelaanbod Neder-Betuwe

Tabel I Overzicht aantal voorzieningen per winkellocatie

	Supermarkten	Overige dagelijkse winkels	Mode	Overige niet- dagelijkse winkels	Volumineus aanbod	Horeca, cultuur en ontspanning	Dienstverlening	Leegstand
Centrum Opheusden	2	6	6	5	3	2	4	1
Centrum Ochten	2	3	4	4	5	4	6	2
Centrum Kesteren	1	6	4	5	2	5	8	1
Centrum Dodewaard	1	3	0	3	0	4	4	1
Het Panhuis	0	1	0	3	7	1	0	0
Verspreid	0	6	4	14	18	23	12	3
Totaal gemeente	6	25	18	34	35	39	34	8

Tabel II Overzicht omvang winkelaanbod en leegstand per winkellocatie (in m² winkelvloeroppervlak)

	Supermarkten	Overige dagelijkse winkels	Mode	Overige niet- dagelijkse winkels	Volumineus aanbod	Leegstand
Centrum Opheusden	1.772	449	919	1.525	4.108	105
Centrum Ochten	1.188	125	1.042	752	1.875	186
Centrum Kesteren	492	388	911	520	594	128
Centrum Dodewaard	925	70	0	1.331	0	50
Het Panhuis	0	60	0	1.829	15.817	0
Verspreid	0	255	355	2.303	7.771	340
Totaal gemeente	4.377	1.347	3.207	8.260	30.165	809

Bron: Locatus Online, 01-01-2016

Bijlage 4 Distributieve mogelijkheden

Distributieplanologisch onderzoek (dpo)

In vroegere dpo's werd het haalbare winkelaanbod vaak nauwkeurig berekend. Door grote onderlinge verschillen in typen winkelgebieden, branches en winkelformules moeten dergelijke berekeningen genuanceerd worden beoordeeld. De haalbaarheid van winkels wordt veel meer bepaald door de potentiële functie en kwaliteit van het winkelgebied. Niettemin kan een kwantitatieve analyse van vraag en aanbod een indicatie geven van overbewinkeling of uitbreidingspotenties. In deze distributieve analyse gaan we alleen in op het haalbare aanbod voor supermarkten.

Variabelen

Bij deze kwantitatieve analyse gaat het om de verhouding tussen vraag en aanbod. De vraagzijde wordt bepaald door de omzet per hoofd, de omvang van het verzorgingsgebied (aantal inwoners), de mate waarin het omzetspotentieel terecht komt in het betreffende winkelgebied (koopkrachtbinding) en de mate waarin omzet van elders toevloeit (koopkrachtoevloeiing). Aan de aanbodzijde spelen de omvang (m² winkelvloeroppervlak) en benodigde omzet per m² wvo (vloerproductiviteit) een rol.

Verzorgingsgebied

Inwoners van de gemeente Neder-Betuwe vormen het primaire verzorgingsgebied voor supermarkten in de gemeente. Het inwonertal blijft komende jaren naar verwachting stabiel: circa 23.100 inwoners in Neder-Betuwe.

Gemiddelde omzet per inwoner

In distributieve berekeningen gaan we uit van de landelijk gemiddelde omzet per hoofd van de bevolking per jaar. Bij de gemiddelde omzet per hoofd van de bevolking zijn niet alleen bestedingen van consumenten meegenomen,

maar ook bestedingen van bedrijven in winkels. Voor de distributieve analyse voor supermarkten kijken we alleen naar bestedingen in supermarkten.

In Nederland is in 2015 de gemiddelde omzet per hoofd van de bevolking per jaar becijferd op circa € 2.017 omgezet in supermarkten*. Wanneer het gemiddeld besteedbaar inkomen per inwoner in het verzorgingsgebied afwijkt van het Nederlands gemiddelde is het gewenst de gemiddelde omzetcijfers per hoofd aan te passen. Voor winkels met dagelijks aanbod (waaronder supermarkten) is het gebruikelijk het omzetcijfer per hoofd aan te passen met een correctie van ¼ van het percentage dat het inkomen lager of hoger is dan het Nederlands gemiddelde. Omdat het gemiddeld besteedbaar inkomen in Neder-Betuwe circa 14% onder het landelijk gemiddelde ligt**, gaan we uit van een lager omzetcijfer per inwoner, namelijk € 1.947 ($€ 2.017 - (\frac{1}{4} \times 14\% \times € 2.017)$).

Koopkrachtbinding en -toevloeiing

Niet alle bestedingen van inwoners in Neder-Betuwe komen terecht in het eigen winkelapparaat. Het aandeel van de totale bestedingen van inwoners van de woonplaats dat terecht komt in de eigen winkels noemen we de koopkrachtbinding. Uitgaande van een sterk supermarktenaanbod kan een hoge binding worden aangehouden. Inwoners hebben immers geen aanleiding elders hun boodschappen te halen. Voor de situatie waarin alle harde supermarktplannen zijn gerealiseerd (zie tabel 1, paragraaf 1.3, p. 15) gaan we, mede op basis van ervaringen elders, uit van een maximale binding aan Neder-Betuwe van 90%.

Behalve bestedingen van inwoners van de eigen woonplaats (primair verzorgingsgebied) ontvangen supermarkten in Neder-Betuwe ook

* Detailhandel.info (2016), bewerking DTNP

** CBS (2013), StatLine databank

bestedingen van consumenten van buiten de eigen gemeente. Dit aandeel binnen de totale omzet noemen we de koopkrachttoevloeiing. Daarnaast kunnen winkels in de gemeente profiteren van bestedingen door verblijfstoeristen en dagrecreanten. Op basis van kengetallen en ervaringen elders gaan we uit van een haalbare toevloeiing van 10% van de totale omzet.

Gemiddelde omzet per m²

In Nederland bedraagt de gemiddelde omzet per m² (uit de verkoop aan consumenten en bedrijven) in supermarkten circa € 8.040,- (excl. BTW). Voor een gezond functionerend dagelijks winkelaanbod hanteren wij, gezien de huidige verdringingsmarkt op landelijk niveau waar het functioneren reeds onder druk staat, de gemiddelde omzet per m² als de minimaal benodigde vloerproductiviteit.

Indicatie distributieve mogelijkheden

Op basis van bovenstaande cijfers wordt een indicatieve berekening gemaakt van de distributieve mogelijkheden voor supermarktaanbod.

Tabel III Indicatie berekening marktruimte voor supermarkten in gemeente Neder-Betuwe

	Situatie na realisatie harde plannen
Aantal inwoners Neder-Betuwe	23.100
Omzet per inwoner (excl. BTW)	€ 1.950
Koopkrachtbinding	90%
Omzet uit Neder-Betuwe (excl. BTW)	€ 40,5
Koopkrachttoevloeiing	10%
Totale omzet (excl. BTW)	€ 45,0
Gemiddelde omzet per m² wvo (excl. BTW)	€ 8.040
Potentieel winkelaanbod in m² wvo	5.600
Aanwezig winkelaanbod in m² wvo	6.025
Indicatieve uitbreidingsruimte in m² wvo	nihil

Bronnen: CBS, Detailhandel.info, Locatus, berekening DTNP