



## Afsprakenkader Detailhandel in de Peel



Juni 2015

Gemeente Asten  
Gemeente Deurne  
Gemeente Gemert-Bakel  
Gemeente Helmond  
Gemeente Laarbeek  
Gemeente Someren



## Inhoudsopgave

Inleiding .....	3
1. Karakteristieken Subregio de Peel .....	5
2. Trends en ontwikkelingen .....	11
3. Typering winkelgebied/PDV locatie.....	15
4. Perspectief per winkelgebied .....	16
5. Perspectief PDV locatie (Engelseweg) .....	20
6. Visie op de toekomstige detailhandelsstructuur.....	21
7. Afsprakenkader .....	27
Bronnenlijst .....	30
Bijlage 1: Plannen in de subregio.....	31
Bijlage 2: Beleid per gemeente.....	33
Bijlage 3: Definities typering winkelgebieden Locatus .....	38
Bijlage 4: Verslag bustour .....	39
Bijlage 5: Verslag workshop.....	41

## Inleiding

Een aantrekkelijk leef-, woon- en vestigingsklimaat is een van de belangrijkste pijlers onder de Agenda van Brabant, waarin de provincie haar ambities voor de toekomst van Noord-Brabant heeft verwoord. De detailhandelsstructuur is hiermee onlosmakelijk verbonden. Een gezonde en vitale detailhandel is van groot belang voor de ruimtelijke kwaliteit en leefbaarheid van onze steden en dorpen. (Noord Brabant, 2012)

Echter, de detailhandel staat de laatste jaren steeds verder onder druk. Enerzijds is er sprake van een economische teruggang, anderzijds is er ook sprake van een veranderend consumentenpatroon. Ontwikkelingen als online shoppen hebben grote invloed op het winkelklimaat. Toenemende leegstand en afnemende leefbaarheid in de Brabantse dorpen en steden zijn het gevolg. Om deze ontwikkeling in goede banen te leiden heeft de provincie Noord Brabant in 2013 een elftal uitgangspunten opgesteld waaraan de verschillende (sub)regionale afsprakenkaders moeten voldoen. Deze punten zijn als volgt:

1. *Streef naar concentratie van detailhandel en voorkom gespreide bewinkeling;*
2. *Scherp de toepassing van de 'ladder van duurzame verstedelijking' aan door detailhandelsontwikkelingen in of aansluitend aan bestaande winkelgebieden te accommoderen;*
3. *Wees terughoudend met perifere detailhandelsontwikkelingen (zowel wat uitbreiding als branchering betreft);*
4. *Voeg per saldo géén extra winkelmeters toe;*
5. *Benoem perspectiefrijke en perspectiefarme winkelgebieden;*
6. *Investeer in perspectiefrijke gebieden en bied alternatieven voor perspectiefarme gebieden;*
7. *Speel in op de ruimtelijke effecten van internetwinkelen: bestem showrooms of afhaalpunten van internetwinkels zo veel mogelijk in of aansluitend aan winkelgebieden (geen showrooms buiten bestaande winkelgebieden);*
8. *Bied ruimte aan innovatieve concepten;*
9. *Verbind nieuwe ontwikkelingen met (de effecten op) de bestaande Detailhandelsstructuur;*
10. *Laat detailhandelsinitiatieven aansluiten bij de specifieke kwaliteit en uniciteit (het DNA) en de ambities van de regio;*
11. *Betrek marktpartijen, kennisinstellingen en centrummanagement bij de opstelling van regionale detailhandelsvisies en de vormgeving van nieuwe Detailhandelsontwikkelingen.*

Met deze uitgangspunten als randvoorwaarden zijn de zes Peelgemeenten (Asten, Deurne, Gemert-Bakel, Helmond, Laarbeek, Someren) gezamenlijk aan de slag gegaan om een visie en afsprakenkader op te stellen. Bij dit proces zijn marktpartijen (zoals centrummanagement, detaillisten en vastgoedeigenaren) door middel van een bustour en workshop nadrukkelijk betrokken.

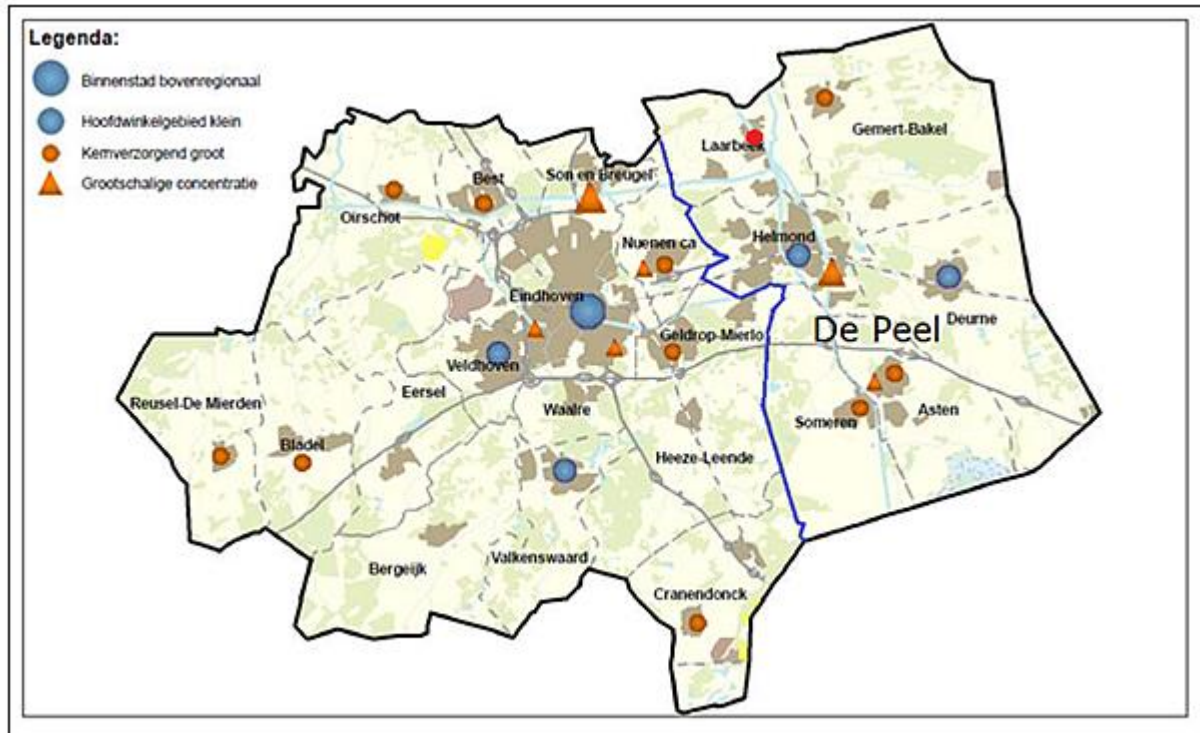
Deze verschillende subregionale visies dienen als input voor een overkoepelende regionale visie die door het MRE wordt opgesteld.

Vooraf aan het uiteindelijke afsprakenkader vindt u in dit document een beschrijving van de subregio, de belangrijkste trends & ontwikkelingen en wordt het perspectief per locatie benoemd. Bij het opstellen van deze beleidsvisie is gebruik gemaakt van de voor de Peel meest recente cijfers.

# 1. Karakteristieken Subregio de Peel

De gemeenten Asten, Deurne, Gemert-Bakel, Helmond, Laarbeek en Someren vormen samen subregio de Peel. Gezamenlijk telt deze subregio 206.000 inwoners (Bron: Peel 6.1, 2014). De Peel maakt onderdeel uit van de grotere Metropoolregio Eindhoven.

**Figuur 1.**  
**Positionering van de afzonderlijke winkelgebieden in het totale MRE-gebied**



Bron: Stedelijk gebied Regio Eindhoven

In figuur 1 is door het toenmalige SRE (thans MRE) de positionering van de afzonderlijke winkelgebieden in de Peel aangegeven. Om voor het gebied tot een completer beeld te komen is daar het Piet van Thielplein in Beek en Donk aan toegevoegd (rode stip).

De Peel kent verder een aantal kleinere winkelconcentraties in onder andere Bakel en Lieshout.

## 1.1 Winkelaanbod in de Peel

In totaal omvat het winkelaanbod in de Peel volgens Locatus<sup>1</sup> 351.189 m<sup>2</sup> winkelvloeroppervlak (wvo). Er is onderscheid tussen de detailhandel in de dagelijkse artikelen en de niet-dagelijkse artikelen. Bij de dagelijkse detailhandel moet bijvoorbeeld worden gedacht aan supermarkten, bakkers, slaggers en drogisterijen. In de dagelijkse sector is in de Peel een lichte stijging waarneembaar in het aantal wvo.

De niet-dagelijkse detailhandel is een meer diverse en beduidend grotere groep en omvat winkels uit de branches mode & luxe (zoals kledingwinkels, warenhuizen, opticiens en kunsthandelaren), in & om het huis (zoals meubelzaken, tuincentra en bouwmarkten) en

<sup>1</sup> Locatus verzamelt informatie over alle winkels en consumentgerichte, dienstverlenende bedrijven in Nederland.

vrije tijd (zoals sport-, hobby- en mediawinkels). In de niet-dagelijkse sector is een lichte daling waarneembaar in het aantal wvo.

Als wordt gekeken naar het aantal wvo per inwoner, dan valt op de in de groep dagelijks het aantal m<sup>2</sup> wvo in de Peel per inwoner met 0,36 gemiddeld en stuk hoger is dan landelijk (0,28 m<sup>2</sup> wvo per inwoner).

Voor de Non-Food is het aantal wvo per inwoner met 1,35 m<sup>2</sup> per inwoner in de Peel ongeveer gelijk aan het landelijk gemiddelde. In de regio komen Deurne, Someren en Helmond boven dit gemiddelde uit.

**Figuur 2.**  
**Inventarisatie Winkelaanbod de Peel**

	Asten	Deurne	Gemert-Bakel	Helmond	Laarbeek	Someren	Peel Totaal	Nederland
Aantal inwoners (Bron: CBS, peildatum 1-2-2013)	16.392	31.773	29.101	89.023	21.767	18.628	206.684	16,8 mln
m <sup>2</sup> wvo dagelijks totaal	6.372	10.799	10.066	32.240	7.531	6.560	73.568	4,8 mln
m <sup>2</sup> wvo niet-dagelijks totaal	23.376	48027	30.042	130.322	19.675	28.179	232.074	22,6 mln
m <sup>2</sup> wvo niet-dagelijks in centrum	7.913	17.372	13.673	34.490	6.108	9.631	89.187	-
percentage niet dagelijks in centrum	34%	36%	46%	26%	31%	34%	32%	-
m <sup>2</sup> per inwoner dagelijks	0,39	0,34	0,35	0,36	0,35	0,35	0,36	0,28
m <sup>2</sup> wvo per inwoner niet-dagelijks	1,13	1,51	1,03	1,46	0,9	1,51	1,35	1,34
m <sup>2</sup> wvo per inwoner niet-dagelijks in centrum	0,48	0,55	0,47	0,39	0,28	0,52	0,43	-

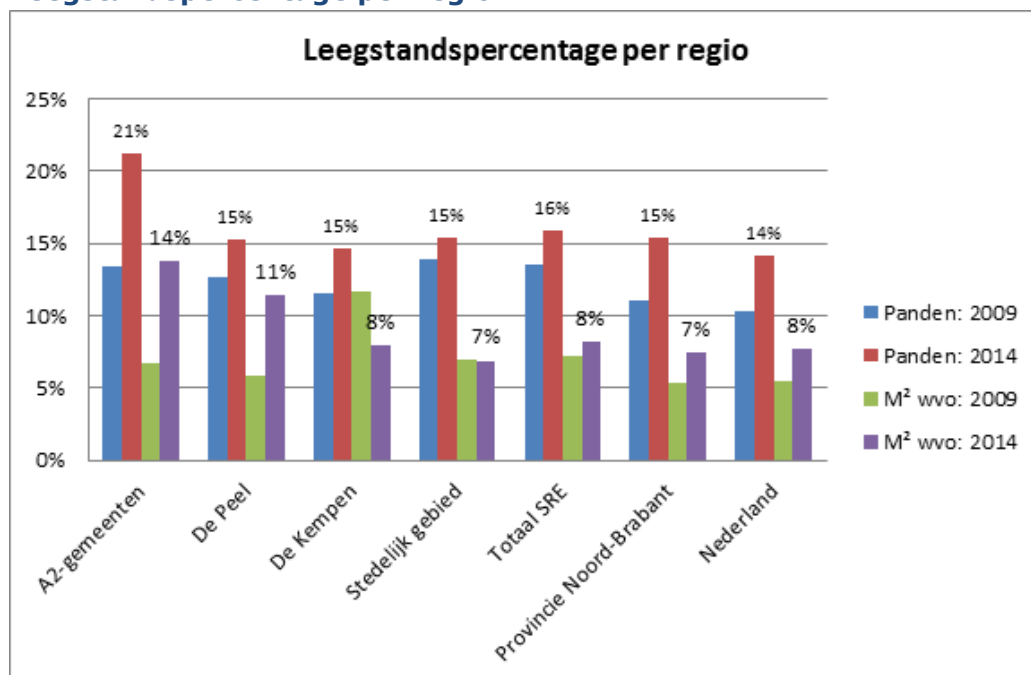
Bron: Locatus

## 1.2 Leegstand in de Peel

In de subregio de Peel staat ongeveer 11% van het winkelvloeroppervlak leeg. Een gezonde (frictie) leegstand ligt tussen de 2 en 5%.

Het landelijk gemiddelde leegstandspercentage bedraagt momenteel 8%. Daarmee ligt het percentage in de Peel hoger dan gemiddeld. Opvallend is dat Helmond relatief minder wvo aan leegstand heeft. Dit valt te verklaren doordat Helmond de laatste jaren nauwelijks heeft uitgebreid. Zeker als dit in relatie wordt gebracht tot de stijging van het inwoneraantal in deze gemeente.

**Figuur 3.**  
**Leegstandspercentage per regio**



Bron: Aanbod detailhandel BRO september 2014

**Figuur 4.**  
**Leegstandspercentage per gemeente**

	Verkooppunten	Verkooppunten	m² wvo	m² wvo
Gemeente	Panden: 2009	Panden: 2014	m² wvo: 2009	m² wvo: 2014
Asten	16%	13%	5%	14%
Deurne	15%	16%	8%	13%
Gemert-Bakel	8%	16%	3%	11%
Helmond	14%	15%	8%	7%
Laarbeek	13%	14%	9%	9%
Someren	9%	15%	4%	8%
<b>Totaal MRE</b>	<b>13%</b>	<b>16%</b>	<b>7%</b>	<b>8%</b>
<b>Provincie Noord-Brabant</b>	<b>11%</b>	<b>15%</b>	<b>5%</b>	<b>7%</b>
<b>Nederland</b>	<b>10%</b>	<b>14%</b>	<b>5%</b>	<b>8%</b>

Bron: Aanbod detailhandel BRO september 2014

### 1.3 Binding en toevloeiing in de Peel

Koopkrachtbinding geeft de mate weer waarin de inwoners van een bepaalde gemeente hun bestedingen doen bij winkels die in diezelfde gemeente gevestigd zijn.

Koopkrachttoevloeiing geeft aan in hoeverre bewoners van buiten een bepaald gebied hun bestedingen doen bij de in dat bepaalde gebied gevestigde winkels.

**Figuur 5.**  
**Binding en toevloeiing per gemeente**

Gemeente	Binding			Toevloeiing		
	Totaal	Dagelijks	Niet-dagelijks	Totaal	Dagelijks	Niet-dagelijks
Asten	65%	74%	52%	33%	26%	43%
Deurne	79%	82%	74%	25%	13%	37%
Gemert-Bakel	64%	79%	44%	25%	17%	39%
Helmond	74%	83%	63%	22%	11%	36%
Laarbeek	66%	79%	48%	26%	19%	39%
Someren	58%	72%	43%	42%	41%	43%

Bron: Aanbod detailhandel BRO september 2014

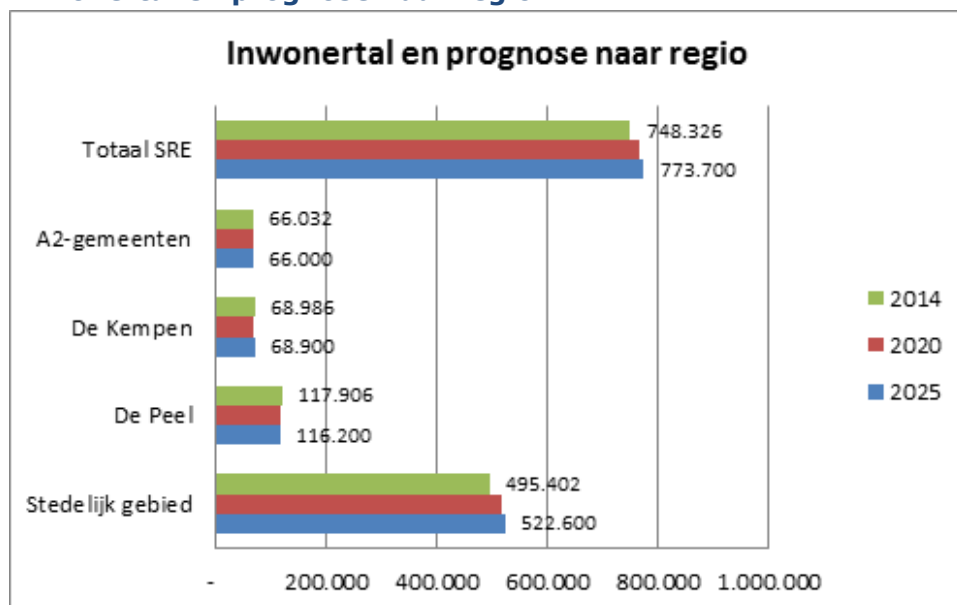
De cijfers in figuur 5 zijn gebaseerd aan de hand van het meest actuele koopstromenonderzoek. Dit onderzoek dateert uit 2013. Er hebben zich sindsdien wijzigingen voorgedaan in het winkelbestand van de Peel die van invloed zijn op de koopstromen. Bijvoorbeeld door de toevoeging van een tweetal supermarkten in Someren.

### 1.4 Bevolkingsontwikkeling

De afnemende vraag naar winkelvloeroppervlakte is voor een belangrijk deel toe te schrijven aan de toenemende verkoop via internet (zie hoofdstuk 2: trends en ontwikkelingen). Op landsniveau wordt dit effect nog deels gecompenseerd door de verwachte bevolkingsgroei. De helft van de Peel gemeenten krijgt in de periode tot 2025 echter (volgens de prognose) te maken met bevolkingskrimp. In die gemeenten versterkt de demografische ontwikkeling het negatieve effect van de toenemende verkoop via het online kanaal. (Roots, 2014). Onderstaand de prognoses voor zowel de regio als voor de Peelgemeenten afzonderlijk.



**Figuur 6.**  
**Inwonertal en prognose naar regio**



Bron: Aanbod detailhandel BRO september 2014

**Figuur 7.**  
**Inwonertal en prognose naar gemeente**

Gemeente/Regio	2014	2020	2025
Asten	16.440	16.500	16.600
Someren	18.690	18.100	18.100
Deurne	31.659	30.900	30.300
Gemert Bakel	29.315	29.700	30.300
Laarbeek	21.802	20.900	20.900
<b>De Peel (excl. Helmond)</b>	<b>117.906</b>	<b>116.100</b>	<b>116.200</b>
Helmond	89.256	94.600	96.500
<b>De Peel (incl. Helmond)</b>	<b>207.162</b>	<b>210.700</b>	<b>212.700</b>

Bron: Aanbod detailhandel BRO september 2014

## 1.5 Conclusie

De regio de Peel kent een goed verzorgingsniveau als het gaat om de detailhandel. Gemiddeld is er in de food meer winkelvloeroppervlak per inwoner dan landelijk en in de non-food is het aantal wvo per inwoner gelijk aan het landelijk gemiddeld.

De leegstand in de Peel is tegelijkertijd hoog en een stuk hoger dan landelijk gemiddeld. Het gaat dan in het bijzonder om het aantal leegstaande vierkante meters wvo. Het percentage leegstaande winkelpanden ligt rond het landelijk gemiddelde.

De bindingsgraad van de detailhandel food is tussen de 72% en 82%. Dit wijkt niet sterk af van het landelijk gemiddelde, dat rond 80% zit. De dagelijkse boodschappen worden dan ook over het algemeen dichtbij huis gedaan.

De bindingsgraad voor non-food varieert sterk tussen gemeenten van 43% tot 74%. Dit is laag in vergelijking tot steden, maar past wel bij soortgelijke landelijke kernen. De

bindingsgraad voor non-food hangt meestal samen met de compleetheid van het winkelaanbod.

De behoefte aan winkelmeters hangt nauw samen met de bestedingen van burgers. Demografie is daarom voor een belangrijke voorspellende factor als het gaat om de behoefte aan winkels voor de komende jaren. De demografische prognoses laten zien dat de landelijke Peelgemeenten de komende 5 tot 10 jaar te maken zal krijgen met een stabilisatie van het inwoneraantal en zelfs met een lichte krimp. Een lichte groei van het aantal inwoners wordt nog wel voorzien in de gemeente Helmond en Gemert-Bakel. Voor de landelijke Peelgemeenten is er vanuit demografisch oogpunt daarom de komende jaren geen behoefte meer aan uitbreiding van winkelmeters.

## 2. Trends en ontwikkelingen

Het winkellandschap is de laatste jaren aanzienlijk in beweging. Trends als E-shoppen, schaalvergroting en branchevervaging hebben grote invloed op deze economische sector. Onderstaand worden de belangrijkste trends en ontwikkelingen, die ook de Peel niet ontgaan, nader beschouwd.

### 2.1 E-shoppen

De afgelopen jaren is het aantal e-shoppers steeds verder toegenomen. Nederlanders kopen ook steeds vaker producten via internet. Het aantal frequente e-shoppers is gestegen van 3,9 miljoen in 2005 naar 7,1 miljoen in 2012. Deze stijging van de afgelopen jaren was vooral te zien in de non-food sector.

Reizen, vakanties en accommodaties vormden ook in 2012 de grootste categorie online aankopen, op de voet gevolgd door kleding en sportartikelen. In 2012 kocht ruim de helft van de frequente e-shoppers kleding en sportartikelen online, vrouwen beduidend vaker dan mannen. Mannen kochten juist vaker software, hardware en andere elektronica. (CBS, 2013) Supermarkten als Jumbo en Albert Heijn gaan zich steeds nadrukkelijker richten op de onlinemarkt.

De Peelgemeenten hebben op dit moment geen eenduidig beleid ten aanzien van internetwinkels. De tendens is wel dat internetwinkels met een publieksfunctie enkel zijn toegestaan in een winkelgebied. Voor meer informatie over het beleid per gemeente: zie bijlage 2.

### 2.2 Branchevervaging

Bij branchevervaging gaan detailhandelsbedrijven artikelen verhandelen die niet tot het hoofdassortiment behoren. Dit wordt bijvoorbeeld veel gezien bij bouwmarkten die als nevenassortiment speelgoed, bruin- en witgoed en fietsen verkopen. Andere voorbeelden zijn Bol.com die naast boeken ook elektronica en speelgoed aanbiedt of aan Calvin Klein die naast kleding ook parfums in het assortiment opneemt. Ook supermarkten als Albert Heijn verkopen steeds meer luxe artikelen naast de dagelijkse boodschappen en drogisterijen als Kruidvat verkopen kleding, speelgoed en elektronica en opereren steeds meer als warenhuis.

### 2.3 Filialisering

Een andere ontwikkeling is die van zelfstandige winkeliers naar filiaalbedrijven en franchiseketens. Dit wordt 'filialisering' genoemd. De term filiasering is een overigens een versimpeling van de diverse structuren die er onder winkelketens kunnen schuilgaan: ondernemers kunnen bijvoorbeeld zelfstandig opereren onder de vlag van een keten of inkooporganisatie, franchisenemers zijn (met de subcategorieën hard en soft franchise, en single of multifranchiser) of in dienst zijn van het overkoepelende winkelbedrijf. In Nederland is de filialisering vooral de laatste paar decennia snel opgelopen. Er zijn verschillende drijvende krachten achter dit fenomeen. Filiaalbedrijven kunnen een grotere marketingkracht ontwikkelen dan kleinere winkeliers (en zo meer klanten binden), prijzen en kwaliteitseisen afdwingen bij producenten en hogere huurprijzen betalen. (Raatgever, 2014)

## 2.4 Schaalvergroting supermarkten

De laatste jaren zijn supermarkten gegroeid. Kon een kleine supermarkt tien jaar geleden nog bestaan bij 600 -700 m<sup>2</sup> wvo, tegenwoordig is 1.200 m<sup>2</sup> wvo de gewenste omvang. Tegelijkertijd worden er op diverse locaties megasupermarkten gebouwd. Dit zijn supermarkten met tenminste 2.500 m<sup>2</sup> wvo en soms oplopend tot 6.000 m<sup>2</sup> (Jumbo XL Breda). In steeds meer grote steden verschijnen deze XL's. Deze grote supermarkten hebben een heel breed assortiment en fungeren bovendien deels als warenhuis.

Deze supermarkten hebben een grote aantrekkingskracht op consumenten. Keerzijde is echter dat de omzet in food die hier wordt gerealiseerd grotendeels ten koste gaat van de omzet in de lokale, in het centrum gelegen, supermarkt. Uiteindelijk gaat dit ten koste van de omzet van het gehele 'lokale' centrum.

Wellicht is in de toekomst in totaliteit minder m<sup>2</sup> voor supermarkten nodig vanwege de groei in het afhalen van dagelijkse artikelen.

## 2.5 Perifere detailhandel

Gebieden met grootschalige winkels bij snelwegafslagen of uitvalswegen zijn een vast onderdeel van de Nederlandse stad geworden, de zogenoemde perifere detailhandelsmilieus. Deze milieus zijn relatief nieuw maar snel in opkomst: tussen 2000 en 2006 nam het oppervlak toe met liefst 21%; ook is er sprake van een bescheidende intensivering. Hoewel de meubelbranche nog altijd dominant is op perifere detailhandelsmilieus nam het aandeel als percentage in de afgelopen jaren licht af. (planbureau voor de leefomgeving, 2010)

Subregio de Peel kent één grootschalige PDV-locatie aan de Engelseweg in Helmond. Daarnaast zijn er plannen voor kleinschaligere PDV-locaties in de verschillende gemeenten. Detailhandel op bedrijventerreinen, buiten PDV locaties, is in subregio de Peel ongewenst. Voor meer informatie over het beleid per gemeente: zie bijlage 2.

## 2.6 Innovatieve concepten

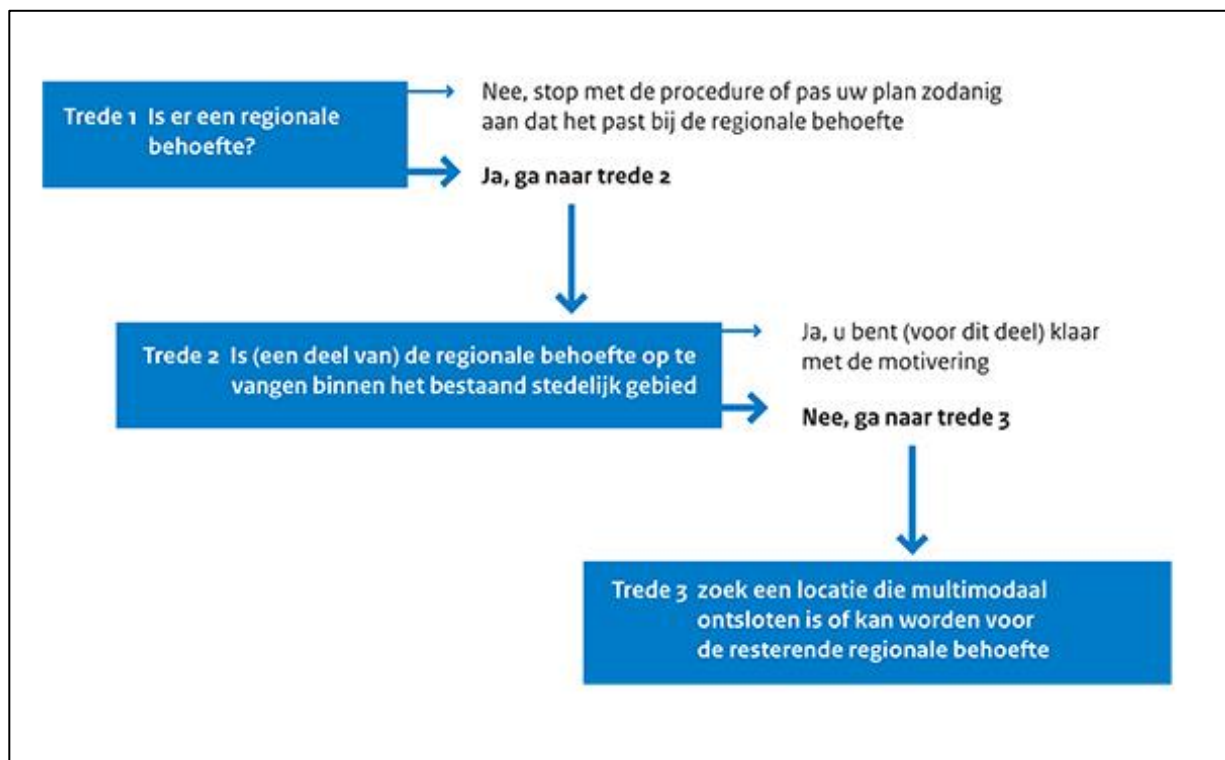
Het winkellandschap is erg dynamisch. Vanuit de markt wordt er continu nagedacht over nieuwe winkelconcepten. Dit kan heel breed zijn: van Pop-up winkel tot het organiseren van evenementen. Gemeenten gaan hier op dit moment op verschillende wijze mee om. Dit is ook lastig voor gemeenten. "Ondernemers zijn creatiever dan de overheid".

## 2.7 Ladder van duurzame verstedelijking

De 'ladder voor duurzame verstedelijking' is in de Structuurvisie Infrastructuur en Ruimte (SVIR) geïntroduceerd en vastgelegd als procesvereiste in het Besluit ruimtelijke ordening (Bro). Het Bro bepaalt dat voor onder meer bestemmingsplannen de treden van de ladder moet worden doorlopen. Deze handreiking ondersteunt decentrale overheden bij de toepassing van de ladder.

Doel van de ladder voor duurzame verstedelijking is een goede ruimtelijke ordening in de vorm van een optimale benutting van de ruimte in stedelijke gebieden. Met de ladder voor duurzame verstedelijking wordt een zorgvuldige afweging en transparante besluitvorming bij alle ruimtelijke en infrastructurele besluiten nagestreefd. (ministerie voor infrastructuur en milieu, 2013)

**Figuur 8.**  
**De ladder van duurzame verstedelijking**



Bron: Ministerie voor infrastructuur en milieu

De ladder van duurzame verstedelijking voor detailhandel vraagt van gemeenten bij nieuwe winkelontwikkelingen eerst naar herstructurering binnen of aan de rand van bestaande winkelgebieden te kijken, voordat een nieuwe perifere locatie wordt overwogen. Op deze wijze wordt een duurzame winkelstructuur met een beperkt aantal sterke winkellocaties nagestreefd, wordt winkelleegstand tegengegaan en wordt zuinig omgegaan met de schaarse ruimte. De provincie ziet toe op de toepassing van deze ladder door gemeenten. De provincie bepaalt zelf hoe zij dit toezicht uitoefent. Het Bro (art. 3.1.2, lid 2) biedt daarnaast de mogelijkheid om in bestemmingsplannen regels met betrekking tot branches van detailhandel op te nemen.

## 2.8 Conclusie

De ontwikkelingen in de detailhandel volgen elkaar in een hoog tempo op. Ontwikkelingen als Internetwinkelen, winkeltijdverruiming, schaalvergroting, branchevervaging en het veranderende consumentengedrag hebben hun weerslag op de bestedingen die in winkels worden gedaan én de locaties waar de bestedingen plaatsvinden.

De algemene inschatting is dat de behoefte aan winkels en winkelmeters onder invloed van deze trends de komende jaren zal afnemen. Dit is niet alleen in de Peel, maar ook landelijk zo. Sommige experts verwachten dat het winkelbestand met maar liefst een derde zal afnemen. Gezien het aantal grote winkelketens dat de laatste jaren is in de problemen is gekomen en is omgevallen, is dit waarschijnlijk niet eens zo onrealistisch. De ruimtelijke ordening is te weinig flexibel om de snelle veranderingen in de markt bij te houden. De ladder voor duurzame verstedelijking is wel een goed instrument om bij

nieuwe ontwikkelingen vooraf de behoefte goed in beeld te brengen en een afgewogen keuze te maken voor nieuwe winkellocaties.

### 3. Typering winkelgebied/PDV locatie

De subregio de Peel telt zes traditionele winkelgebieden. Helmond kent daarnaast ook nog wijkwinkelcentra. In verschillende kernen (bijvoorbeeld in Bakel en Lieshout) is er verder nog een behoorlijke concentratie aan winkels.

In het verleden hadden de peelgemeenten een behoorlijke ambitie op het gebied van detailhandel. Dit is uitgesproken in coalitieakkoorden en verankerd in de lokale detailhandelsvisies. Om duidelijk te maken dat de ambities niet meer passen bij deze tijd, is in Figuur 9 een overzicht van de uitgesproken ambitie (o.a. in coalitieakkoorden) en de feitelijke typering van de winkelgebieden volgens de typering van locatus. De definities van de Locatus-typering van het winkelgebied zijn bijgevoegd in bijlage 3.

**Figuur 9.**  
**Ambitie en feitelijke typering winkelgebied**

Winkelcentrum	Wat willen we zijn?	Wat zijn we feitelijk?
Helmond	Regionaal en bovenlokaal verzorgend Hoofdwinkelgebied in De Peel	Hoofdwinkelgebied groot (regionaal en bovenlokaal)
Deurne	Bovenlokaal	Hoofdwinkelgebied klein (regionaal en bovenlokaal)
Asten	Bovenlokaal	Kernverzorgend groot
Gemert-Bakel	bovenlokaal	Kernverzorgend groot
Someren	bovenlokaal	Kernverzorgend groot
Laarbeek	Lokaal	Kernverzorgend klein

Bron: structuur- en centrumvisies gemeenten en Locatus

Ook kent de subregio nog zes (deels geplande) PDV locaties. Figuur 10 geeft een overzicht van de per gemeente uitgesproken ambitie per PDV-locatie (o.a. in coalitieakkoorden) en de feitelijke typering die het volgens de door Locatus gehanteerde definities heeft. Enkel de Engelseweg in Helmond is op dit moment daadwerkelijk een grootschalige PDV concentratie.

**Figuur 10.**  
**Ambitie en feitelijke typering PDV locaties**

Perifere locaties	Wat willen we zijn?	Wat zijn we feitelijk?
Helmond	Regionaal en bovenlokaal verzorgend	Grootschalige concentratie Engelseweg lokaal tot regionaal
Deurne	Bovenlokaal plan boerenbondterrein	Geen grootschalige concentratie
Asten	Bovenlokaal	Geen grootschalige concentratie
Gemert-Bakel	Bovenlokaal	Geen grootschalige concentratie
Someren	Lokaal en bovenlokaal plan Witvrouwenbergweg	Geen grootschalige concentratie
Laarbeek	Lokaal	Geen grootschalige concentratie

Bron: structuur- en centrumvisies gemeenten en Locatus

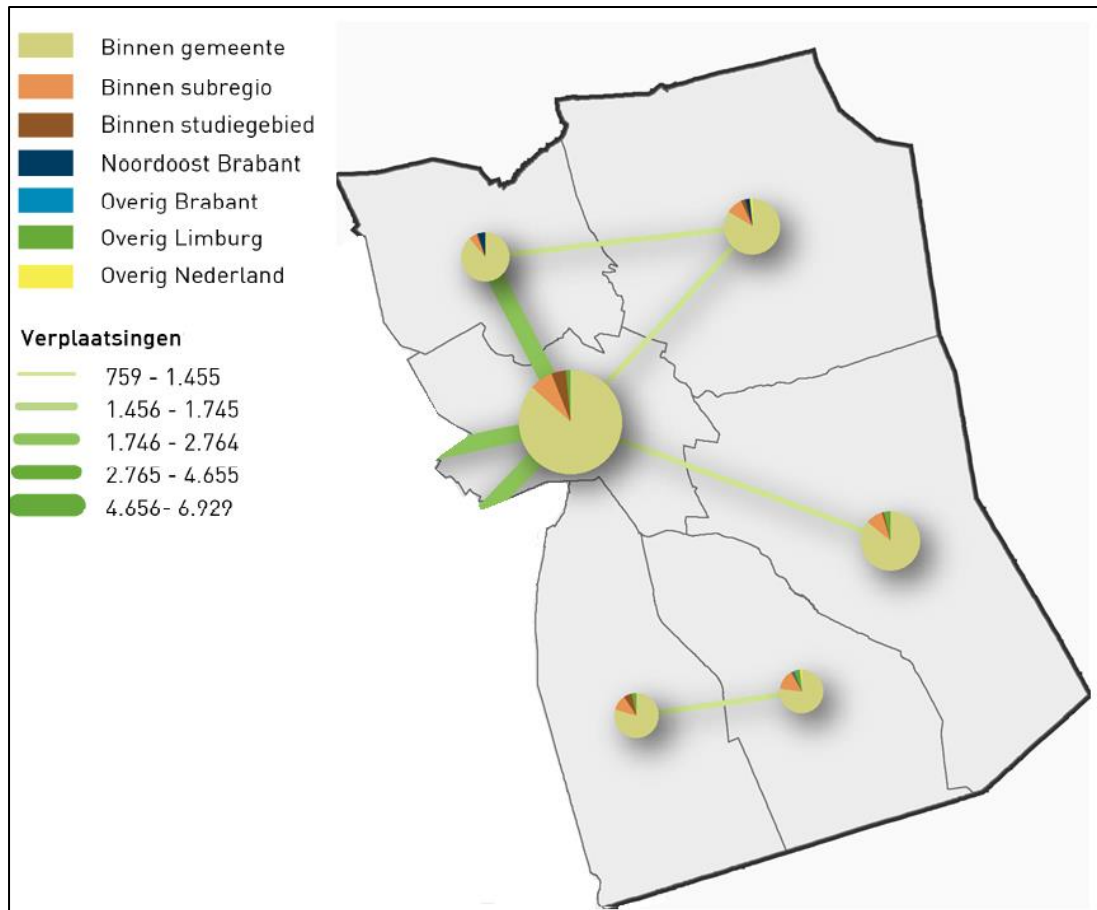
#### Conclusie

Duidelijk is dat diverse gemeenten in visies en ambities uit het verleden soms een andere perceptie hebben van de kracht, omvang en mogelijkheden van de eigen winkelgebieden in vergelijking tot hetgeen op basis van objectieve criteria kan worden vastgesteld.

## 4. Perspectief per winkelgebied

De verschillende winkelcentra in de subregio de Peel kennen allemaal hun eigen dynamiek en perspectief. Het perspectief is bepaald aan de hand van het regionaal Koopstromen onderzoek uit 2009, Rabobank koopstromenonderzoek uit 2013, de Locatuscijfers uit 2014 en input vanuit de door de Peelregio in december 2014 georganiseerde bustour.

**Figuur 11.**  
**Gemeentelijk verplaatsing-patroon voor winkelen**



Bron: Ruimtelijke Atelier Tordoir

Het centrum van Helmond is ontegenzeggelijk het hoofdwinkelgebied van de subregio de Peel. Dit blijkt ook uit de door Atelier Tordoir gemaakte weergave van het verplaatsingspatroon voor winkelen (figuur 11). Zichtbaar in deze figuur zijn ook het groot aantal verplaatsingen voor winkelen richting de stad Eindhoven. Eindhoven is dan ook het hoofdwinkelgebied voor de gehele regio Zuidoost Brabant.

De overige winkelgebieden in de Peel zijn vooral lokaal verzorgend waarbij Deurne met zijn omvang meer aanbod heeft dan de overige winkelgebieden.

Onderzoek toont aan dat Zuidoost-Brabant in vergelijking met andere stadsregio's een opvallend uiteengelegde winkelstructuur kent. Hierdoor is er voor elk winkelgebied afzonderlijk voldoende perspectief om ook in de toekomst als zodanig te kunnen functioneren. Gezien de trends en ontwikkelingen in het totale detailhandellandschap zijn een aantal winkelgebieden wel als licht kwetsbaar aan te merken.



#### 4.1 Centrum Helmond: weerbaar



Het centrum van Helmond heeft de afgelopen jaren een positieve ontwikkeling doorgemaakt. De uitstraling is sterk verbeterd met als gevolg dat het publiek weer graag in het centrum verblijft. De geplande uitbreiding van het winkelhart is gewenst om de eigen inwoners te blijven binden aan het eigen centrum en de regionale verzorgingsfunctie te versterken. Met name in de recreatieve branches. Dat resulteert tevens in een impuls voor het bestaande centrum. (BRO, 2013) De leegstand is de laatste jaren tegen de landelijke en regionale trend in gedaald.

#### 4.2 Centrum Deurne: licht kwetsbaar



Het centrum van Deurne heeft in 2008 een stevige impuls gehad met de ontwikkeling van de Wolfsberg. Door deze ontwikkeling is de uitstraling van het Deurnese centrum sterk verbeterd. Het lukt het centrum van Deurne goed om de eigen bevolking aan zich te binden in zowel de dagelijkse- als niet dagelijkse sector. Aandachtspunten zijn de bovengemiddelde leegstand en het uitblijven van bevolkingsgroei. De leegstand is voornamelijk gesitueerd in de aanloopstraten van het centrum.

#### 4.3 Centrum Asten: weerbaar



Het centrum van Asten wordt positief beoordeeld door de eigen inwoners en kent een opvallend hoge toevloeiing. De binding in met name de dagelijkse boodschappen is aan de lage kant te noemen. Het centrum scoort over de breedte goed met als uitschieters de kwaliteit van de winkels en de bereikbaarheid. Minpunt is de uitgestrektheid van het gebied. De twee gezichtsbepalende locaties (de in 2009 fraai vernieuwde winkelpassage Midas en het winkelplein Kompas) liggen verspreid van elkaar. Ingezet wordt op herbestemming van de aanloopstraten om het winkelgebied verder te centraliseren. In de zomer profiteert het centrum aanzienlijk van de nabij gelegen grootschalige camping. Deze combinatie van factoren maakt het centrum van Asten weerbaar.

#### 4.4 Centrum Gemert: licht kwetsbaar



Het centrum van Gemert heeft in 2013 een vernieuwingsslag doorgemaakt. De ondernemers hebben een plan van aanpak gemaakt voor een digitale winkelstraat, het organiseren van publieksactiviteiten en het organiseren van de eigen branche. De gemeente heeft het plein en de winkelstraat heringericht met open historisch concept zonder trottoirs en autoluw. De historische beleefbaarheid van de openbare ruimte is veel beter beleefbaar geworden wat een positieve impuls geeft aan het centrum. Dit maakt het centrum licht kwetsbaar.

#### 4.5 Centrum Someren: licht kwetsbaar



De gemeente heeft in 2013 door middel van een herinrichting het openbaar gebied aanzienlijk verbeterd. Door de kwaliteit van de gevels kent het centrum echter weinig sfeer en ruimtelijke kwaliteit. Het centrum van Someren scoort bovengemiddeld goed op toevloeiing vanuit andere gemeenten maar juist slecht op binding vanuit de eigen gemeente. De leegstand is momenteel lager als het gemiddelde in de Peelregio maar breidt de laatste jaren wel langzaam uit.

#### 4.6 Piet van Thielplein: licht kwetsbaar



Het Piet van Thielplein in Beek en Donk is qua m<sup>2</sup> WVO het kleinste centrum van subregio de Peel. Het centrum scoort minder op het gebied van sfeer en gezelligheid. Daarentegen scoort het wel goed op bereikbaarheid en parkeermogelijkheden. Door de beperkt omvang en de zwakke score op het gebied van sfeer en gezelligheid is het centrum aan te merken als licht kwetsbaar.

Verder kent de Peel nog kleinere winkelconcentraties in kernen als Bakel en Lieshout. Voor deze concentraties wordt geen apart perspectief beschreven. Uiteraard zijn de afspraken uit hoofdstuk 6 en 7 wel van toepassing op deze winkelgebieden.

#### 4.7 Conclusie

In zijn algemeenheid hebben de winkelgebieden in de hoofdkernen van de verschillende gemeenten een duidelijk lokaal verzorgend karakter. Helmond heeft bovendien een duidelijke functie voor de regio. Zeker voor de voorzieningen ten aanzien van de dagelijkse boodschappen zitten de kernen in de regio elkaar door de relatief grote afstanden niet direct in elkaars vaarwater. Alle winkelgebieden hebben dan ook naar de toekomst toe zeker bestaansrecht en mogelijkheden.

Toch is in de Peel een aantal winkelgebieden licht kwetsbaar. Door het veranderend consumentengedrag lopen de bestedingen in veel winkelgebieden terug. Het gevolg is dat diverse winkels het niet meer kunnen bolwerken en sluiten. De leegstand loopt hierdoor op en zoals in figuur 3 te zien is, is deze in de Peel hoger dan landelijk gemiddeld. Een toename van de leegstand is van negatieve invloed op de aantrekkelijkheid van de winkelgebieden. De verwachting is dat deze leegstand steeds meer van structurele aard zal zijn dan in het verleden door zowel demografie als trends en ontwikkelingen in de detailhandel.

Om naar de toekomst toe aantrekkelijk te blijven zal daarom moeten worden gewerkt aan meer compacte, aantrekkelijke winkelgebieden die inspelen op de wens van de consument. Zaken als gevarieerd aanbod, bereikbaarheid, parkeren, sfeer en uitstraling spelen daarin een belangrijke rol. Dit is een gezamenlijke uitdaging voor gemeenten en centrumondernemers samen. Gemeenten hebben daarbij het bestemmingsplan als belangrijkste sturingsinstrument.

Ondernemers moeten hun winkel klaar maken voor de toekomst en de handen ineenslaan als het gaat om het verhogen van sfeer en evenementen.

## 5. Perspectief PDV locatie (Engelseweg)

Subregio de Peel kent momenteel één grootschalig PDV cluster: De Engelseweg te Helmond. Het perspectief is bepaald aan de hand van het regionaal Koopstromen onderzoek uit 2009, Rabobank koopstromenonderzoek uit 2013 en input vanuit de door de Peelregio in december 2014 georganiseerde bustour.

### 5.1 Engelseweg: weerbaar



De Engelseweg in Helmond is een traditioneel gegroeid PDV cluster. De omvang is conform het gemiddelde voor grootschalige concentraties. Het aanbod bestaat grotendeels uit bouwmarkten en wooninterieurzaken in het middensegment. Het verzorgingsniveau is lokaal tot beperkt regionaal. De laatste jaren is er door de gemeente geïnvesteerd in de aantrekkelijkheid van het gebied. Met name door te investeren in de openbare ruimte, de ontwikkelpotentie van het vastgoed en de samenhang van de winkels binnen het gebied. Hierdoor is de omvang en daardoor de aantrekkingskracht voor de consument toegenomen. Feit blijft echter dat het cluster is gelegen aan een doorgaande weg wat een belemmering vormt voor de verblijfskwaliteit en passantenbewegingen tussen de winkels. Positief is de groei van het primaire draagvlak de komende jaren waardoor de basis voor het functioneren van de voorzieningen. Naar verwachting blijft hierdoor een prima basis bestaan voor een lokaal/beperkt regionaal verzorgend cluster. (BRO, 2013)

Verder kent de Peel nog kleinere (deels geplande) PDV concentraties in bijvoorbeeld Someren en Deurne. Voor deze concentraties wordt geen apart perspectief beschreven. Uiteraard zijn de afspraken uit hoofdstuk 6 en 7 wel van toepassing op deze winkelgebieden.

## **6. Visie op de toekomstige detailhandelsstructuur**

Bij de totstandkoming van deze visie en afsprakenkader is 'de markt' nadrukkelijk betrokken. Om een goed beeld te krijgen van het bestaande winkelaanbod in de Peel is er op 1 december 2014 een bustour georganiseerd. Samen met onder andere vastgoedorganisaties, centrummanagers en detaillisten is er een rondrit gemaakt langs de zes winkelgebieden. Ook is de PDV locatie op de Engelseweg bezocht.

Verder is op 29 januari 2015 voor dezelfde stakeholders een workshop georganiseerd. Aan de hand van presentaties en stellingen is er ingezoomd op de in hoofdstuk twee omschreven trends & ontwikkelingen en gevolgen hiervan voor de Peelregio. De verslagen van deze beide bijeenkomsten zijn opgenomen in de bijlagen

Het beleid van de Peel is gericht op het behoud/versterken van de bestaande hoofdstructuur, dat wil zeggen de winkelgebieden met veelal een lokale aantrekkingskracht. Daar waar er nieuwe detailhandelsontwikkelingen zijn die het bovenlokale niveau overstijgen, is regionale afstemming gewenst.

In dit hoofdstuk zijn de uitgangspunten voor de subregionale detailhandelsvisie De Peel geformuleerd. Hierbij wordt zoveel mogelijk aansluiting gezocht bij de door de Provincie Noord-Brabant geformuleerde uitgangspunten detailhandelsbeleid en de gestelde eisen volgens de ladder voor duurzame verstedelijking. Vervolgens wordt de wijze waarop nieuwe ontwikkelingen worden afgestemd geschetst. (BRO, 2013)

### **6.1 Er wordt gestreefd naar ruimtelijke concentratie van detailhandel en het voorkomen van gespreide bewinkeling**

Bij concentratie c.q. clustering van winkels ontstaat een meerwaarde voor de betreffende bedrijven. De bedrijven kunnen profiteren van elkaars nabijheid, aantrekkingskracht en gemeenschappelijke faciliteiten. De consument heeft het voordeel van gemak, overzichtelijkheid en veel keuzemogelijkheden. Een indirect effect is dat winkels bekend raken bij het publiek en dus bij potentiële klanten.

De clustering van detailhandel in winkelgebieden en het afbouwen van verspreide bewinkeling staat centraal. Om dit te realiseren wordt het vervangen, saneren en functiewijziging van winkelvastgoed op plekken waar structurele leegstand optreedt gefaciliteerd.

### **6.2 Detailhandelsgebieden in of aansluitend aan bestaande winkelgebieden worden geacommodeerd**

Hiermee kunnen herstructureringsopgaven worden gerealiseerd en wordt de bestaande winkelstructuur versterkt. Bij nieuwe planologische ontwikkelingen moet sprake zijn van een regionale behoefte en mogen geen blijvende negatieve effecten hebben op de bestaande detailhandelsstructuur. Door middel van onderzoek, motivering en afweging moet dit worden aangetoond. Een dergelijke ontwikkeling zal worden afgestemd op subregionaal niveau.

### **6.3 Er wordt terughoudend omgegaan met perifere detailhandelsontwikkelingen**

De grootste perifere detailhandelslocatie in de Peel is gelegen aan de Engelseweg in Helmond. De verzorgingsfunctie is met name lokaal (tot beperkt) regionaal en het aanbod bij benadering doorsnee (discount- en middensegment). Voor deze locaties geldt dat de uitgangssituatie gerespecteerd wordt en dat bestemmingsplanmatig vastgelegde vestigingsmogelijkheden gehandhaafd blijven. Een verdere brancheverbreiding is niet wenselijk. Een vastgoedprobleem (leegstand) mag geen reden zijn om brancheverbreiding te accepteren. Uitzondering daarop is de vestiging van bruin- en witgoed op de locatie Engelseweg in Helmond. Aanbod (mits niet met een bovenregionale aantrekkingskracht) in deze branche past bij de omvang van het cluster en versterkt de eigen positie in de structuur.

Naast de Engelseweg in Helmond komen in de Peel meerdere vormen van perifere detailhandel voor. In de harde plannen zit nog uitbreidingsruimte. Het beleid is er op gericht winkelvoorzieningen te clusteren en een verdere verspreiding van de detailhandel op perifere locaties te voorkomen. Vestigingsmogelijkheden voor perifere detailhandel op bedrijventerreinen zullen worden beperkt. Dit wordt gedaan door in het kader van de actualisatie van bestemmingsplannen voor een of enkele locaties de vestigingsmogelijkheden middels afwijkingsbevoegdheden te handhaven, maar voor anderen de mogelijkheden te schrappen.

#### **6.3.1 Algemeen toegestane branches, soorten winkels**

Detailhandel die zich in alle peelgemeenten in principe op de daartoe aangewezen perifere locaties (bedrijventerreinen of delen daarvan) mag vestigen, mits qua omvang passend bij de verzorgingsfunctie van de kern of de locatie, is:

- detailhandel in auto's motoren, boten, caravans en tenten (beide laatste in combinatie met kampeerartikelen);
- detailhandel in automaterialen (in relatie met inbouw);
- detailhandel in keukens, badkamers, sanitair, tegels;
- bouwmarkten en andere allround doe-het-zelf zaken;
- tuincentra (inclusief dierenbenodigdheden en –voeding en woondecoratie);
- detailhandel in (zeer) volumineuze artikelen zoals zonwering, tuinhuisjes, buitenspeeltoestellen, zwembaden, tuinbeelden, haarden en kachels, grafzerken, (paarden)trailers, aanhangwagens, etc.;
- Brand- en explosiegevaarlijke stoffen, grove bouwmaterialen, landbouwwerktuigen.

In het licht van de voorgestane clustering is vestiging van winkels behorende tot de woninginrichtingsbranche (meubelen, vloerbedekking, woningtextiel, verlichting, babywoonwinkels), indien er sprake is van een regionale behoefte en passend is binnen de regionale detailhandelsstructuur is voorbehouden aan de perifere detailhandelslocatie aan de Engelseweg in Helmond.

#### **6.3.2 Voorkomen ongewenste branchevervaging**

- In z'n algemeenheid geldt dat de artikelen gevoerd mogen worden die direct of indirect tot het specifieke assortiment van de betreffende branche of soort winkel behoren.
- Voor de aangewezen perifere locaties geldt dat het assortiment van alle toegestane branches en soorten winkels zonder beperkingen in alle hier aanwezige winkels verkocht mag worden.
- In bestemmingsplannen worden heldere omschrijvingen opgenomen van de toegestane branches en/of soorten winkels.
- Kleinschalige horecavoorzieningen, die ondergeschikt zijn aan de winkelfunctie, worden toegestaan.

## **6.4 Tuincentrum en megabouwmakten**

Tuincentra en megabouwmakten (voorbeeld Hornbach) zijn qua verschijningsvorm en ruimtegebruik bijzondere vormen van detailhandel. Uitgangspunt is een concentratie van winkelvoorzieningen. Indien een vestiging niet ruimtelijk inpasbaar is wordt een vestiging buiten de aangewezen winkelgebieden en perifere locaties niet op voorhand uitgesloten. Met name locaties in de randzones van de bebouwde kom van kernen kunnen eventueel in aanmerking komen. Concrete initiatieven worden op basis van de locatievoorwaarden en effecten op de detailhandelsstructuur beoordeeld.

## **6.5 Per saldo worden geen extra winkelmeters toegevoegd**

Om verder groei van de leegstand niet te stimuleren, worden er per saldo geen extra winkelmeters (met uitzondering van de thans bestaande harde plannen) aan het winkelaanbod in de Peel toegevoegd. Gemeenten spannen zich in om te komen tot afname van het aantal winkelmeters.

## **6.6 Het toekomstig profiel van de winkelgebieden**

De ontwikkelingen in de detailhandel gaan heel snel. Diverse ontwikkelingen zullen hoe dan ook een stempel drukken op het huidige winkellandschap. De verschijningsvorm van de ruimtelijke detailhandelsstructuur zal daardoor aanzienlijk veranderen. De lokale overheden en de regio kunnen hier enigszins in sturen, maar een krimp van het winkelaanbod in de peelregio is niet te voorkomen. We zullen de detailhandelsfunctie zien veranderen en dat heeft ruimtelijke gevolgen. Het is daarom van belang helderheid richting consumenten en andere marktpartijen te scheppen over het (beoogde) profiel en het perspectief van winkelgebieden. Op basis van de analyse van de winkelgebieden in het voorgaande hoofdstuk wordt per hoofdwinkelgebied in de Peel de toekomstige functie geschetst. Voor geen van de hoofdwinkelgebieden is het perspectief zodanig dat het betreffende winkelgebied een andere verzorgingspositie in de structuur gaat innemen. Een schaalessprong in die orde van grootte kan dus niet aan de orde zijn.

Er wordt onderscheid gemaakt tussen een:

1. Bovenregionaal centrum;
2. Regionaal verzorgend centrum;
3. Lokaal verzorgend centrum;

Ntb. De typering van de eerste categorie is voor de Peel niet verder uitgewerkt omdat deze in de subregio niet voorkomt.

### **6.6.1 Regionaal verzorgend centrum**

Binnen de categorie regionaal verzorgend centrum behoort in de toekomstige situatie enkel het centrum van Helmond. Helmondcentrum beschikt over een aanbod dat gemengd is. Het accent ligt op aanbod in het middensegment. In Helmond is een behoefte aan een kwantitatieve versterking van het aanbod. Waar de omvang van de bevolking de laatste 20 jaar is gegroeid met circa 30% (en deze trend zet zich door), is het winkelaanbod in het centrum nauwelijks uitgebreid. Het is belangrijk om de eigen inwoners te voorzien van een, passend bij de schaal, compleet mogelijk pakket aan voorzieningen. In dit licht is uitbreiding wenselijk. Uitgangspunt bij de uitbreiding is het faciliteren van dynamiek en kwaliteitsverbetering (niet meer van hetzelfde), waarbij de ontwikkelingen dienen te passen bij het profiel van Helmond-centrum.

### Richtbeeld regionaal verzorgend centrum

Verzorgingscategorie	Regionaal verzorgend centrum
<b>Type voorzieningen</b>	Gemengd, maar minder gevarieerd aanbod ten opzichte van het bovenregionaal verzorgend centrum. Gemengd aanbod, maar minder breed en diep ten opzichte van Eindhoven-centrum. Accent ligt op het middensegment en op doelgericht en efficiënt recreatief winkelen (gemak).
<b>Locatiekenmerken</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Algemeen: centrumlocatie met goede bereikbaarheid met de auto en het OV en goede parkeerfaciliteiten (kwantitatief en kwalitatief).</li> <li>• Compact en overzichtelijk, onderscheidend ten opzichte van Eindhoven-centrum dankzij het efficiëntrecreatieve karakter.</li> </ul>
<b>Dagelijks aanbod</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Uitbreiding naar meervoudig en complementair supermarktaanbod van moderne omvang.</li> <li>• Daarnaast aanbod gericht op passant.</li> </ul>
<b>Niet-dagelijks aanbod</b>	Compleet, breed en gevarieerd aanbod, met nadruk op het middensegment. Laagwaardig aanbod en hoogwaardig kwaliteitsaanbod, vernieuwende concepten en specialistisch aanbod afhankelijk van de vraag en de doelgroepen in het verzorgingsgebied. Hoge filialiseringsgraad.
<b>Horeca/vermaak</b>	Horeca-aanbod met name gericht op daghoreca, winkelondersteunend van aard. Eventueel avondhoreca mogelijk gezien de inzet op verblijfsduur verlening in deze centra. Vermaakconcepten gericht op verzorging regionale consument en afhankelijk van de marktmogelijkheden.
<b>Wensbeeld</b>	Doorgroei naar efficiënt recreatieve koopcentrum. Kwalitatieve doorgaan op de ingeslagen weg (verzorgd, groen, zitelementen et cetera). Ook aandacht voor het multifunctionele karakter.

### 6.6.2 Lokaal verzorgende centra (tot beperkt regionaal)

De overige hoofdwinkelgebieden binnen de Peelregio worden gecategoriseerd als lokaal verzorgende centra. Nabijheid is het belangrijkste bezoekmotief voor de consument. Binnen deze categorie is sprake van een historische gegroeid onderscheid.

Kenmerkend aan al deze centra is dat de karakteristieken van het aanbod overeen komen, evenals de verzorgingsfunctie. Het enige onderscheid is de kwantiteit (en dus de diepte van het assortiment). Dit houdt in dat deze centra beschikken over zowel een uitgebreid aanbod voor dagelijkse boodschappen en frequent benodigd niet dagelijks winkelaanbod (textiel, huishoudelijke artikelen). De omvang van het recreatief winkelaanbod is beperkt. Het boodschappenaanbod vervult een lokale verzorgingsfunctie. Enkel van deze centra zijn (in enige mate) planmatig ontwikkeld zoals Asten en Deurne. Anderen hebben historische kwaliteiten en vormen van oudsher het centrum zoals Gemert-Bakel en Someren. Uitgangspunt is het optimaliseren van de lokaal verzorgende functie van deze centra, zowel qua omvang en branchering als qua uitstraling. Een verdere versterking van de, in sommige gevallen, regionaal verzorgende functie wordt niet voorgestaan.

### Richtbeeld lokaal verzorgend centrum



<b>Verzorgingscategorie</b>	<b>Lokaal verzorgend centrum</b>
<b>Type voorzieningen</b>	Accent op detailhandel gericht op de dagelijkse boodschappen en frequent niet-dagelijkse artikelen. In de grotere centra aangevuld met aanbod gericht op efficiënt recreatief winkelen en winkelondersteunende horeca.
<b>Locatiekenmerken</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Parkeren in directe nabijheid van de voorzieningen.</li> <li>• M.u.v. Deurne gratis parkeren pluspunt met het oog op de aantrekkingskracht van de consument.</li> <li>• Compact en overzichtelijk: gericht op efficiënt boodschappen doen.</li> <li>• In de grotere centra aangevuld met aanbod in de recreatieve branches (met name in het middensegment).</li> </ul>
<b>Dagelijks aanbod</b>	Meervoudig en complementair supermarktaanbod van moderne omvang aangevuld met versspecialzaken.
<b>Niet-dagelijks aanbod</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Frequent benodigde niet-dagelijkse artikelen (drogisterij, textiel, huishoudelijke artikelen).</li> <li>• In de grotere plaatsen, zoals Deurne, daarnaast ook enkele 'recreatieve winkels' in het middensegment.</li> </ul>
<b>Horeca/vermaak</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Winkelondersteunende horeca accommoderen, mede met het oog op de steeds groter worden groep ouderen.</li> <li>• Avondhoreca afhankelijk van aard en omvang plaats.</li> </ul>
<b>Wensbeeld</b>	Optimaliseren van de lokale verzorgingsfunctie waarbij alles gericht is op het koopgemak voor de consument. Streven naar een compleet dagelijks aanbod in het centrum, aangevuld met frequent benodigde niet-dagelijkse artikelen.

## 6.7 Investeer in perspectiefrijke gebieden en bied alternatieven voor perspectiefarme gebieden

In een evenwichtige en duurzame voorzieningenstructuur vullen de verschillende winkelgebieden elkaar aan en heeft ieder gebied een eigen functie binnen de structuur. Ze dienen dus eigen kenmerken en kwaliteiten te hebben die ook bij voorkeur refereren aan de eigen identiteit. Zo kan ook het onderscheidend vermogen geëtaleerd worden bij de marketing van het winkellandschap. Dit schept duidelijkheid voor de consument, biedt aanknopingspunten voor strategie en investeringen van ondernemingen en biedt mogelijkheden voor elkaar versterkende effecten (doelgroepen, combinatiebezoeken).

Met betrekking tot het onderscheid in functie wordt met regelmaat aangesloten bij het koopgedrag van de consument. Helmond is binnen de Peel in een grotere hoofdwinkelconcentratie en daarbij ligt de nadruk op recreatief winkelen. Voor de overige peelgemeenten die zijn getypeerd als kleiner hoofdwinkelcentrum ligt de nadruk op boodschappen doen.

Dit is een houvast maar geen wetmatigheid. In de praktijk is ons winkelgedrag diffuus en worden soorten aankoopgedrag gecombineerd. Het gaat daarom om de nadruk op een bepaald type aankoopgedrag.

Uit de trends en ontwikkelingen blijkt dat er juist gevaar dreigt voor de grijze midden massa, clusters zonder onderscheid in segment, omvang of uitstraling. Dit vraagt om een regionale aanpak zodat ieder centrum een onderscheidende rol speelt in de structuur.

## 6.8 Er wordt ingespeeld op de ruimtelijke effecten van internetwinkelen

De ontwikkelingen op het gebied van internetwinkels gaan snel. De aard en verschijningsvorm is divers. De ruimtelijke effecten kunnen aanzienlijk zijn. Ook in de Peel worden we momenteel geconfronteerd met vestigingsverzoeken op allerlei locaties voor bezorgservices/showrooms/afhaalpunten. Binnen de Peel wordt zeer terughoudend omgegaan met vestiging van internetwinkels op bedrijventerreinen.

Het begrip internetwinkel wordt onderverdeeld in twee vormen:

1. Internetwinkels zonder fysieke bezoekmogelijkheid;
2. Internetwinkels met fysieke bezoekmogelijkheid.

Internetwinkels zonder fysieke bezoekmogelijkheid worden planologisch niet aangemerkt als zijnde winkel en zijn mogelijk op bedrijventerreinen. Vanwege de groei aan Internetwinkels met fysieke bezoekmogelijkheid, zoals afhaalpunten en internetwinkels met showrooms zijn, gezien vanuit de bestrijding van de leegstandsproblematiek, alleen mogelijk bij een bestemming detailhandel.

### **6.8.1 Pick Up points**

Pick-Up points zijn speciaal daarvoor ingerichte afhaalpunten langs de doorgaande weg. In subregio de Peel is op dit moment een soortgelijke voorziening niet aanwezig. Bij het inrichten van een Pick-Up point moet dit subregionaal worden afgestemd.

### **6.9 Innovatieve concepten**

Het detailhandellandschap is erg dynamisch. De laatste jaren zijn er tal van ontwikkelingen. Denk hierbij bijvoorbeeld aan de Pop-upstore en speciale events. "Ondernemers zijn creatiever dan de overheid". Als gemeenten moeten we, waar mogelijk, inspelen op deze ontwikkelingen. Mogelijk kan dit door middel van ontheffingen geregeld worden.

### **6.10 Nieuwe ontwikkelingen worden verbonden met de effecten op de bestaande detailhandelsstructuur**

Het recreatieve winkelen wordt binnen de Peel vooral ingevuld worden door Helmond en binnen de hele regio vooral Eindhoven. Als er winkelmeters in het stedelijk gebied worden toegevoegd heeft dit in bepaalde gevallen effecten voor de landelijke gemeenten. Regionale afstemming moeten deze gevolgen minimaliseren.

Dit neemt niet weg dat er ook in het landelijk gebied kansen moeten worden benut tot structuurversterking voor behoud van de lokale verzorgingsstructuur. Hierbij wordt gehandeld vanuit de eigen positie/functie binnen de structuur en de schaal van het winkelgebied. Hiervoor is subregionale afstemming noodzakelijk.

### **6.11 Supermarkten**

"Een supermarkt kan best zonder het centrum, maar het centrum niet zonder supermarkt". Daarom is het uitgangspunt dat supermarkten enkel in of aan de rand van een winkelgebied gesitueerd worden. Afwijkingen hiervan dienen te worden afgestemd in het Bestuurlijk economisch overleg De Peel.

### **6.12 Productiegebonden detailhandel en boerderijwinkels**

Productiegebonden detailhandel op bedrijventerreinen is toegestaan indien het goederen betreft die ter plaatse worden vervaardigd, gerepareerd en/of toegepast in het productieproces, waarbij de detailhandelsfunctie ondergeschikt is aan het productieproces.

Boerderijwinkels in het buitengebied zijn toegestaan mits sprake is van rechtstreekse verkoop van op het bedrijf vervaardigde of geteelde producten danwel gerelateerde producten. Het verkoopvloeroppervlak bedraagt maximaal 200 m<sup>2</sup>.

## 7. Afsprakenkader

Op basis van voorafgaande visie en uitgangspunten wordt binnen de Peel het volgende afsprakenkader gehanteerd om te komen tot subregionale afstemming van nieuwe initiatieven. :

1. Detailhandelsontwikkelingen vanaf 150 m<sup>2</sup> tot 1000 m<sup>2</sup> vvo, wordt gemeld aan de directe buurgemeenten. Daarbij wordt inzichtelijk gemaakt dat toetsing volgens de voorwaarden van de ladder voor duurzame verstedelijking heeft plaatsgevonden;
2. Detailhandelsontwikkelingen die onderbouwd moeten worden vanuit de ladder voor duurzame verstedelijking, tot een maximum van 2.500 m<sup>2</sup> vvo worden afgestemd in het bestuurlijk overleg economische zaken de Peel;
3. Detailhandelsontwikkelingen vanaf 2.500 m<sup>2</sup> vvo, worden afgestemd in de RACD (Regionale adviescommissie detailhandel) (BRO, 2013)

### 7.1 Detailhandelsontwikkelingen die onderbouwd moeten worden vanuit de ladder voor duurzame verstedelijking, tot een maximum van 3.500 m<sup>2</sup> vvo

Uiteraard gaat het dan ook alleen om initiatieven die niet passen binnen het vigerende bestemmingsplan. De toetsing geldt niet voor alle initiatieven. Gemeenten moeten immers ook zelf de regie kunnen houden over kleinschalige detailhandelsprojecten waarbij geen bovenlokale effecten te verwachten zijn. Dit bevordert tevens de lokale dynamiek.

#### 7.1.1 Beoordeling bij toepassing van de ladder voor Duurzame verstedelijking

De verslechterde situatie in de detailhandel heeft de afgelopen jaren er ook toe geleid dat het onderwerp meer in de aandacht van bestuur en politiek is gekomen. Dit heeft er ondermeer in geresulteerd dat In oktober 2012 het Besluit ruimtelijke ordening (Bro) is gewijzigd. Hierin is vastgelegd dat de toelichting bij een bestemmingsplan/projectafwijking dat een nieuwe stedelijke ontwikkeling met bovenlokale effecten (waaronder detailhandel) mogelijk maakt, moet voldoen aan de systematiek van de 'Ladder voor duurzame verstedelijking'. Ook de provincie Noord-Brabant onderstreept het belang van de toepassing van de Ladder voor duurzame verstedelijking.

Detailhandelsontwikkelingen die voor regionale afstemming worden voorgelegd, zijn veelal grootschalig van aard met mogelijk bovenlokale effecten. De toepassing van de 'Ladder voor duurzame verstedelijking' is daarmee verplicht. De RACD kan tijdens de toetsing van het detailhandelsinitiatief ook de toepassing van de Ladder voor duurzame verstedelijking van het betreffende initiatief beoordelen. Voordeel hiervan is dat de Provincie

reeds over de benodigde (voor)kennis van het initiatief beschikt voor dit behandeld dient te worden in het RRO. De Provincie neemt immers deel in de RACD.

Volgens de ladder voor duurzame verstedelijking, dient bij voorgenomen stedelijke ontwikkelingen aangetoond worden dat deze voorziet in een actuele regionale behoefte. Indien blijkt dat er sprake is van een regionale behoefte binnen bestaand stedelijk gebied van de betreffende regio kan worden voorzien door benutting van beschikbare gronden door herstructurering, transformatie of anderszins.

Indien sprake is van een stedelijke ontwikkeling zal dus afgestemd moeten worden of de ontwikkeling in bestaand stedelijk gebied van de betreffende regio kan worden voorzien.

### 7.1.2 Wanneer is sprake van een stedelijke ontwikkeling?

Bij elke ontwikkeling zal bekeken moeten worden wat het effectgebied is en in hoeverre de ontwikkeling heeft op de bestaande structuur in het effectgebied en zo ja of dit het gewenste effect heeft.

Geen ondergrens aangegeven

Op basis van uitspraken van de RvS worden grofweg de volgende kaders aangegeven wanneer sprake is van een nieuwe stedelijke ontwikkeling:

- Bij elke nieuwe ontwikkeling, ook binnen bestaand stedelijk gebied;
- Bouw van een winkel ter plaatse van een gesloopt bedrijfspand wordt aangemerkt als stedelijke ontwikkelingen;
- Bouw supermarkt op bestaand bedrijventerrein waar geen bebouwing was is een nieuwe stedelijke ontwikkeling;
- Zeer kleinschalige ontwikkelingen, onder de 150 m<sup>2</sup>, zijn geen nieuwe stedelijke ontwikkeling;

### 7.2 Afstemming in de Peel

Zoals eerder is aangegeven wordt in het stedelijk gebied gebruik gemaakt van een Regionale Adviescommissie Detailhandel. Om te komen tot een zo onafhankelijk mogelijke advisering, bestaat deze commissie uit een ambtelijke vertegenwoordiging met een aantal brancheorganisaties.

Voor kleinere initiatieven die ladderplichtig zijn, wordt gekozen voor afstemming in het bestuurlijk economisch overleg de Peel.

Om de (schijn) van belangenverstremming tegen te gaan worden hiervoor niet gewerkt met een commissie bestaande uit centrummanagers of individuele ondernemers. Wel kunnen zij gehoord worden vanwege hun deskundige inbreng.

### 7.3 Uitvoering Taken

#### 7.3.1 Toetsing detailhandelsinitiatieven

Het tijdstip van informeren is het moment dat voorlopige interne besluitvorming heeft plaatsgevonden (gemeente staat onder voorwaarden positief ten opzichte van het initiatief) of zoveel eerder als richting initiatiefnemers verantwoord is.

#### *Informatie aanleveren*

Om een initiatief te kunnen toetsen op effecten op de detailhandelsstructuur, wordt aan het bestuurlijk economisch overleg de Peel relevante informatie aangeleverd.

Het is aan de betreffende gemeente om de benodigde informatie op te vragen bij de initiatiefnemer en dit aan te leveren. Het is gebruikelijk dat dit in de vorm van een distributieplanologisch onderzoek of een effectenanalyse gebeurt. Hierin dienen minimaal de volgende elementen te zijn opgenomen:

- naam, adres en vestigingsplaatsgegevens van de aanvrager;
- locatie- en situatiebeschrijving van de beoogde nieuwe winkel of uitbreiding;
- de beoogde omvang van de ruimte naar m<sup>2</sup> wvo en m<sup>2</sup> bvo;
- de branche(ring) en van de vestiging(en), en indien reeds bekend de winkelformule(s);
- een raming van de kwantitatieve en kwalitatieve effecten voor de detailhandel( structuur) van het (stedelijk) MRE-gebied als gevolg van het initiatief;
- bij verplaatsing een omschrijving van de verwachte effecten voor de vrijkomende panden en omringende functies;
- de voorziene verkeerseffecten en de manier waarop men die oplost (modal split bezoekers,
- parkeercapaciteit, openbaar vervoer, bevoorrading, etc.).

Het is aan de betreffende gemeente om een ambtelijk advies voor te leggen aan het bestuurlijk economisch overleg de Peel.

Uiteindelijk ligt de formele besluitvorming over detailhandelsontwikkelingen bij de individuele gemeenten.

#### *Handhaving*

Omdat de formele beslissingsbevoegdheid over detailhandelsontwikkelingen bij de individuele gemeenten ligt, beschikken de gezamenlijke Peelgemeenten niet over rechtstreekse sanctiemogelijkheden bij het negeren van adviezen. Hooguit kunnen gemeenten aangesproken worden op hun gedrag. Wel kunnen buurgemeenten evenals de provincie Noord-Brabant eventueel zienswijzen inbrengen bij ontwerpbestemmingsplannen en kan de provincie bij vastgestelde bestemmingsplannen bezien of een reactieve aanwijzing of beroep nodig en mogelijk zijn.

#### **7.3.2. Overleg**

- Het bestuurlijk economisch overleg de Peel komt in principe maandelijks bijeen.
- Elke gemeente kan het bestuurlijk economisch overleg de Peel direct bijeenroepen (eventueel digitaal) als er voor de beoordeling van een nieuw detailhandelsinitiatief snelheid gewenst is;
- Een ambtenaar van de gemeente, waarvan de bestuurder voorzitter is van het overleg, fungeert als aanspreekpunt (coördinator) voor de peelgemeenten voor het bespreken van initiatieven;
- De voorzitter plant de bijeenkomsten in, bereidt deze voor en zorgt ervoor dat de benodigde informatie tijdig verzameld en verspreid is onder de leden van het bestuurlijk overleg.
- Het bestuurlijk overleg de Peel rapporteert waar nodig of gewenst aan de Regionale Adviescommissie detailhandel.

## Bronnenlijst

Provincie Noord-Brabant (2012), "*Discussienota detailhandel in Brabant*", 's-Hertogenbosch: Provincie Noord Brabant

BRO (2013), "*Detailhandelsvisie stedelijk gebied*", Eindhoven: Stedelijk gebied Eindhoven

BRO (2009), "*Regionaal Koopstromenonderzoek*", Eindhoven: SRE

CBS, "*Steeds meer mensen kopen online*". Geraadpleegd op 26 september 2014 via <http://www.cbs.nl/nl-NL/menu/themas/vrije-tijd-cultuur/publicaties/artikelen/archief/2013/2013-3850-wm.htm>

Economisch-begrippen, "*Parallelisatie*", Geraadpleegd op 30 oktober 2014 via <http://www.economische-begrippen.nl/parallellisatie-horizontale-integratie/>

Ministerie van Infrastructuur en Milieu. (2013), "*Handreiking ladder voor duurzame verstedelijking*", Den Haag: Ministerie van Infrastructuur en Milieu

Peel 6.1., "*Kerncijfers en factsheets peelregio*", Geraadpleegd op 25 september 2014 via [http://www.peel6-1.nl/peel/Site-Root/\(1004325\)-Welkom-op-de-Peel-61-site/\(1004325\)-Welkom-op-de-Peel-61-site-Peel-61/Wat-is-Peel-61/Kerncijfers-en-factsheets-Peelregio](http://www.peel6-1.nl/peel/Site-Root/(1004325)-Welkom-op-de-Peel-61-site/(1004325)-Welkom-op-de-Peel-61-site-Peel-61/Wat-is-Peel-61/Kerncijfers-en-factsheets-Peelregio)

Planbureau voor de Leefomgeving, "*Beleidsdossier detailhandel*", Geraadpleegd op 26 september 2014 via <http://themasites.pbl.nl/balansvandeleeftomgeving/2010/intensivering-verstedelijking-leefomgevingskwaliteit-en-woonwensen/bundeling-en-verdichting-verstedelijking/beleidsdossier-detailhandel>

Raatgever A., (2014), "*Winkelgebied van de toekomst*", Platform 31

Rabobank. (2013) "*Koopstromenonderzoek*", Rabobank

## Bijlage 1: Plannen in de subregio

Gemeente	Harde plannen	Zachte plannen
<b>Asten</b>		
	Geen plannen	Geen plannen
<b>Deurne</b>		
<b>Boerenbondterrein</b>	8.200 m <sup>2</sup> PDV	
<b>Centrum</b>	Uitbreidingsruimte +15% 10% uitbreidingsruimte	
<b>Gemert-bakel</b>		
	Geen plannen Geen uitbreidingsruimte in bestemmingsplannen	Geen plannen
<b>Helmond</b>		
	Geen plannen	Geen plannen
<b>Laarbeek</b>	De bestemmingsplannen in het centrum zijn flexibel. Functies in centrumgebied kunnen van bestemming veranderen. Wonen in winkel, winkel in wonen enzovoorts. Krimp- of uitbreidingspercentage niet te bepalen.	Herontwikkeling van het postkantoor op het Piet van Thielplein in Beek en Donk met 715 m <sup>2</sup> .
<b>Someren</b>		
<b>Centrum</b>	Bestemmingsplan biedt zeer beperkt uitbreidingsruimte voor bestaande detailhandel in het centrum: groeien tot 100% bebouwing op het perceel. In praktijk bijna niet uitvoerbaar. Uitbreidingsruimte dus nihil. Bestemmingsplan biedt wel omschakelingsmogelijkheden voor niet-detailhandel in het centrum naar detailhandel. In praktijk wordt hier geen gebruik van gemaakt en worden juist detailhandelsbestemmingen omgezet in andere functies	

<b>Witvrouwenbergweg</b>	(dienstverlening, horeca, sportfaciliteiten).	Maximaal 7.500 m2 PDV, enkel voor bedrijven uit Asten en Someren. Deze ruimte is grotendeels bedoeld voor uitplaatsers en saneringslocaties in de kernrand en en buitengebied.
--------------------------	---	--



## Bijlage 2: Beleid per gemeente

Tabel 5: Beleid per gemeente

Uitgangspunt en Visie	Asten	Deurne Uitgangspunten visie	Gemert-Bakel	Helmond	Laarbeek <sup>2</sup>	Someren
<b>Centrum</b>	<p>Bovenlokaal met bovengemiddelde aantrekkingskracht.</p> <p>Inzetten op 3 sterke horecapleinen te weten De Markt, het Eeuwig Leven Plein en het Koningsplein om aantrekkingskracht centrum verder te vergroten.</p>	Bovenlokaal	Een herkenbaar cultuurhistorisch centrum met een regionale aantrekkingskracht, maar het liefst ook bovenregionaal als versterking van toerisme en recreatie.	<p>Lokaal en regionaal verzorgende functie</p> <p>Binnen de Peelregio de rol van kernwinkelstad.</p>	<p>Lokaal verzorgende functie (eigenlijk zelfs kernverzorgend).</p> <p>Uitbreiding van het assortiment bij de bestaande detailhandel (Beek en Donk).</p> <p>Toevoegen van daghoreca en commerciële dienstverlening.</p>	<p>Structuurversterking van het centrum door kwalitatieve toevoegingen van branches.</p> <p>Een compleet, compact en comfortabel centrum.</p> <p>Investeren in de verblijfscomponent in het centrum (meer horeca, recreatief winkelen)</p> <p>Primair lokale functie, secundair bovenlokaal (ook gelet op toeristische ambities gemeente)</p>
	Detailhandel in de winkelcentra Kompas, MIDAS / de Markt. De 'derde pool' aan de	Uitbreidingsmogelijkheden in het kernwinkelgebied.	Detailhandel wordt geconcentreerd aan de Nieuwstraat, Haageijk en de achterkanten daarvan, zodat er een	Koopgedrag als leidraad voor positionering van winkelgebieden;	Streven naar concentratie van het centrum en deze centrumgebieden in bestemmingsplan	Mogelijkheden tot uitbreiding van en omschakeling naar detailhandelsfunctie in het centrum.

<sup>2</sup> De detailhandelsnota van Laarbeek is uit 2000 en wordt vernieuwd. De in deze tabel genoemde uitgangspunten en visie kunnen daardoor gaan afwijken.

	zuidzijde van de Emmastraat (Aldi e.o) wordt (vooralnog) niet verder ontwikkeld.		winkelroute ontstaat die niet alleen uit de hoofdstraat bestaat.	Winkelgebieden vullen elkaar aan. Ieder eigen functie.	vastleggen. Integrale herontwikkeling mogelijk maken (klooster en postkantoor Beek en Donk)	Daarbuiten beperkt tot bestaande detailhandelsbestemmingen
	Streven naar een verdere concentratie van het centrum.	Streven naar concentratie van het centrum.		Stimuleren van ruimtelijke concentratie.	Binnen centrumgebied optimale ontplooiingsmogelijkheden bieden aan detailhandel, horeca en andere centrumgebonden commerciële functies.	Sterk concentratiebeleid in het kernwinkelgebied.
	In de aanloopstraten omschakelingsmogelijkheden naar andere functies.	Omschakeling ander functies in aanloopstraten		Verminderen van verspreide bewinkeling buiten de winkelcentra.	Verbreden assortiment bij huidige detailhandel in centrumgebieden.	
	Inzetten op 3 sterke horecapleinen te weten De Markt, het Eeuwig Leven Plein en het Koningsplein om aantrekkingskracht centrum verder te vergroten.	Functionele versterking van het centrum	Er wordt ruimte geboden voor daghoreca in de omgeving van de Nieuwstraat en de Elisabethplaats. Ook aan een nieuwe supermarkt of uitbreiding van bestaande supermarkten.	Functionele versterking van het centrum. Beleving staat centraal.	Toevoegen van daghoreca ter ondersteuning van de winkels.	Mix van winkels, horeca en dienstverlenende voorzieningen.
<b>Buurt- en wijkwinkelcentra</b>	Geen winkelconcentraties buiten het centrum gewenst. Daar waar sprake was van leegstand en gewijzigd gebruik is op de meeste plaatsen in de	Een zo compleet mogelijk dagelijks winkelaanbod op acceptabele afstand van de woning.  Kerkdorpen: geleidelijke afname winkelaanbod.	Voorzieningenniveau in alle kerkdorpen moet op orde blijven.	Thema 'dagelijkse voorzieningen'. Handhaven boodschappenaanbod dicht bij inwoners van de gemeente.	Compleet dagelijks boodschappenpakket moet in alle winkelkernen worden behouden.	Voorzieningenniveau in alle kerkdorpen moet op orde blijven.

	aanloopstraten in het centrum de bestemming detailhandel er af gehaald	Behoud van de aanwezige voorzieningen waar economisch haalbaar.				
<b>Perifere winkelconcentraties</b>	Afbakening (en handhaving) van geoorloofde branches.	Afbakening (en handhaving) van geoorloofde branches.	Is mogelijk op bedrijventerrein indien: Branche beperkt tot hoofdzakelijke volumineuze artikelen. Kleinere artikelen alleen in assortiment indien gerelateerd aan de volumineuze artikelen.	Perifere winkelconcentraties gekoppeld aan een thema.  Grootschaligheid in/om huis en wonen. ABC goederen. (engelseweg).  Autoboulevard gemotoriseerd vervoer.	PDV branches buiten centrumbgebied toestaan.	Perifere detailhandel is en blijft beperkt tot het huidige zoekgebied.  Geen specifieke afbakening van bedrijven/branches. Ruimte voor maatwerk.  Ruimte voor uitbreiding PDV locatie aan de Witvrouwenbergweg (ligt in zoekgebied).
	Ruimtelijke clustering binnen een beperkt aantal gebieden.	Ruimtelijke clustering van detailhandel binnen een beperkt aantal gebieden en waar mogelijk thematisering.			In bedrijventerreinvisie zijn locaties aangewezen voor PDV concentraties.	
	Uitwaaiering van winkels over bedrijventerreinen tegengaan.	Uitwaaiering van winkels over bedrijventerreinen tegengaan.				Detailhandelsbestemmingen worden niet actief gesaneerd.
	Geen nieuwe locaties voorzien.					
<b>Bedrijventerreinen</b>	Detailhandel niet toegestaan m.u.v. perifere detailhandelsvestigingen. Grootschalige detailhandel niet toegestaan.	Detailhandel niet toegestaan m.u.v. perifere detailhandelsvestigingen.	Grootschalige detailhandel is mogelijk indien: De omvang van de winkel min. 1000m2 is. Geen branchebeperking.	Pure detailhandel niet gewenst;  Herstructureringslocaties volgens verdien de ruimte principe om nieuw ondernemerschap te	PDV en ondergeschikte detailhandel op alle bedrijventerreinen mogelijk.	Ondergeschikte detailhandel is mogelijk bij bedrijven. Internetwinkels zijn niet toegestaan. Opslag voor internetwinkels wel.

			<p>Indien kleiner dan 1000m<sup>2</sup>, dient uit nader onderzoek te blijken dat er geen passende locatie in het centrumgebied voor handen is.</p> <p>Overige kleinschalige detailhandel is niet mogelijk. Hieronder wordt verstaan: Omvang winkel max. 1500 m<sup>2</sup>. Geen branchebeperking. Passend binnen het centrumgebied (ongeacht of er een geschikte locatie is gevonden door initiatiefnemer.</p>	<p>stimuleren. Mag detailhandelsbeleid niet doorkruisen.</p> <p>Nieuwe initiatieven Detailhandelsadviescommissie. Toepassing ladder duurzame verstedelijking.</p>		
<b>Internetwinkels</b>	postorder etc alleen mogelijk als er geen sprake is van publieksgerichte activiteiten.	Internetwinkels niet toegestaan (Internetactiviteiten alleen zonder afhaalmogelijkheden).	Hierbij wordt een onderscheid gemaakt in internetwinkels zonder fysieke bezoekmogelijkheid en internetwinkels met fysieke bezoekmogelijkheid. Internetwinkels 'zonder' zijn toegestaan op een bedrijventerrein indien: Detailhandel waarbij geen fysiek contact met de klant en geen bezoekmogelijkheid.	<p>Internetwinkels zonder fysieke bezoekmogelijkheid is geen internetwinkel;</p> <p>Afhaalpunt als hoofdactiviteit op goed bereikbare trafficlocaties</p> <p>Afhaalpunt als ondergeschikte activiteit bij bedrijven en kantoren onder voorwaarden mogelijk.</p>	Voor internetwinkels bestaat nog geen beleid	Internetwinkels vanuit huis toegestaan. Opslag tbv internetwinkels mag ook op bedrijventerrein.

			<p>Geen beperking soort bedrijf. Geen beperking omvang bedrijf.</p> <p>Internetwinkels 'met' het zogeheten afhaalpunt zijn mogelijk op een bedrijventerrein indien: Detailhandel waarbij uitsluitend afhalen en retourneren van goederen en geen uitstalling van goederen t.b.v. verkoop. Geen beperking soort bedrijf. Geen beperking omvang bedrijf.</p>	<p>Afhaalpunten met presentatiemogelijkheid en worden aangemerkt als reguliere detailhandel.</p>		
<b>Zondagopenstelling</b>	Algemene vrijstelling	Algemene vrijstelling	Algemene vrijstelling.		Algemene vrijstelling in het centrum, op bedrijventerreinen en in het buitengebied aanwezige detailhandel.	Algemene vrijstelling

## Bijlage 3: Definities typering winkelgebieden Locatus

- Binnensteden (meer dan 400 winkels)
- Hoofdwinkelgebied groot (200 – 400 winkels)  
Een hoofdwinkelgebied is tegelijkertijd ook het grootste winkelcentrum in de woonplaats. Het gaat hier om centra met 200 – 400 winkels.
- Hoofdwinkelgebied klein (100 – 200 winkels)  
Een hoofdwinkelgebied is tegelijkertijd ook het grootste winkelcentrum in de woonplaats. Het gaat hier om centra met 100 – 200 winkels.
- Kernverzorgende winkelgebieden groot (50 - 100 winkels)  
Kernverzorgende centra, zijn net als hoofdwinkelcentra, het grootste winkelgebied in een woonplaats. Het gaat hier om centra met 50 – 100 winkels.
- Kernverzorgende winkelgebieden klein (5 – 50 winkels)  
Kernverzorgende centra, zijn net als hoofdwinkelcentra, het grootste winkelgebied in een woonplaats. Het gaat hier om centra met 5 – 50 winkels.
- Grootschalige concentraties  
Concentratie met 5 of meer winkels met een gemiddeld winkelverkoopvloeroppervlak per winkel van minimaal 500 m<sup>2</sup> vvo. Het aanbod moet minimaal voor 50% doelgericht zijn. Dit betekent dat minimaal de helft van het winkelverkoopvloeroppervlakte van het betreffende winkelgebied zich richt op de branches 'dier en plant', 'bruin- en witgoed', 'fietsen- en autoaccessoires', 'doe-het-zelf' of 'wonen'.

Bron: Locatus.nl

## Bijlage 4: Verslag bustour



Maandag 1 december was het zover: de bustour door de Peelregio. Met een groep van ruim 30 bestuurders, winkeliers en vastgoedeigenaren hebben we de zes Peelgemeenten (Asten, Deurne, Gemert-Bakel, Helmond, Laarbeek en Someren) bezocht. De dag stond in het teken van elkaar beter leren kennen, ervaringen uitwisselen en een nog beter beeld krijgen van het Retail landschap in de regio. Iets wat ondanks de aanwezige herfstkou goed gelukt is.

Na het welkomstwoord door wethouder Lemlijn (Deurne) werden verschillende winkelgebieden bezocht. Daar werd uitgebreid stil gestaan bij de verschillende trends en ontwikkelingen in de sector zoals de groei van het E-shoppen, toename van de winkelleegstand, schaalvergroting van supermarkten en de verdere branchevervaging. Ook het thema perifere detailhandel (PDV) kwam deze dag uitgebreid aan bod.

Per gemeente zijn de volgende zaken besproken:

### Deurne

In de gemeente Deurne hebben we een bezoek gebracht aan het Boerenbond terrein. De bestaande Praxis en Welkoop winkel gaan hier vergroten en krijgen een andere plek op het terrein. Ook komt er (waarschijnlijk) een interieurwinkel over van een andere PDV locatie;

In het centrum van Deurne is er een behoorlijke zorg om de leegstand, vooral aandacht nodig voor de aanloopstraten. Daarnaast actieve rol centrummanagement voor gezamenlijke initiatieven (Verswinkeliers), WiFi en digitale vindbaarheid winkeliers.

### Asten

Asten kent een vernieuwd winkelhart en de nieuwe winkelpassage Midas. Het winkelhart ziet er mooi uit en kent op het oog weinig leegstand. Er is wel wat leegstand in de aanloopstraten met name omdat er in het bestemmingsplan nog de bestemming detailhandel op de panden zit. Deze panden hebben inmiddels wel een functiewijziging doorgemaakt naar

bijvoorbeeld woning of dienstverlening. Winkelpassage Midas is mooi herontwikkeld met het mooie concept van een open warenhuis waarbij de winkels natuurlijk in elkaar overvloeien.

### **Someren**

De nog te ontwikkelen PDV locatie aan de rand van Someren is niet van de grond gekomen. Daarom is op die locatie nu gekozen voor een andere invulling.

In het centrum van Someren is er vooral discussie over de locatie van de supermarkten. Jumbo wil groeien naar meer vierkante meters en naar een andere locatie. Gemeente kiest er vooralsnog voor om de supermarkten in het centrum te houden.

### **Helmond**

De Engelseweg is het enige grote PDV cluster in de Peelregio. In het stedelijke gebied is er de discussie of dit PDV cluster nog bestaansrecht heeft t.o.v. bijv. Ekkersrijt.

Helmond trekt samen met het centrummanagement hard aan het upgraden van het centrum. Er worden goede stappen gemaakt. Wel zit Helmond nog met de mogelijke invulling van het Obragaspark. Deze locatie blijft nu voorlopig in de reserve.

### **Laarbeek**

Het Piet van Thielplein is een lokaal, functioneel winkelcentrum. Het heeft weinig leegstand en het is er eigenlijk altijd druk. Het pand op de kop van het plein zou de gemeente het liefst gesloopt zien worden zodat er een vernieuwde toegang tot het plein kan ontstaan.

### **Gemert-Bakel**

Het winkelcentrum van de Kern Gemert is op basis van een centrumplan gerenoveerd. Er is gekozen voor een open concept, zonder trottoirs en 'zwaar' gemarkeerde parkeerplaatsen. Het is daardoor meer een openbare ruimte geworden. Centrumondernemers hebben samen met de gemeente gratis WiFi gerealiseerd en een app ontwikkeld. Op deze app is allerlei informatie over het centrum van Gemert verzameld zoals toeristische trekpleisters, wandelroutes en bezienswaardigheden. Ook heeft elke winkelier zijn profiel en kunnen consumenten zoeken op artikelen.

De kern Bakel kent een klein winkelgebied. De discussie gaat hier voornamelijk over het mogelijk verplaatsen en vergroten van de plaatselijke supermarkt naar net buiten het centrum. Kansen liggen er verder in het meer betrekken van het terrein van de zorginstelling bij de kern en als overloopgebied naar de golfbanen.



## Bijlage 5: Verslag workshop

*Op donderdag 29 januari 2015 is met detailhandelondernemers, vastgoedeigenaren, centrummanagers, wethouders en ambtenaren gediscussieerd over de subregionale visie detailhandel. We hebben dit op een andere manier gedaan dan gebruikelijk is. Aan de hand van een aantal stellingen werd de discussie gevoerd. Aanwezigen moesten op een stoel met een rode, groene of gele kaart gaan zitten, als ze het 'niet eens', 'eens' of 'geen mening' hadden.*

*De uitkomst van de discussie wordt als input gebruikt voor de subregionale detailhandelsvisie. De middag werd geleid door Felix Wigman van BRO.*

Wethouder Lemlijn heet iedereen welkom en geeft aan dat een subregionale visie en afsprakenkader niet vrijblijvend is maar dat de provincie dit verlangt. Als er voor het eind van dit jaar geen afsprakenkader ligt wordt geen enkel uitbreidingsplan meer goedgekeurd.

Felix Wigman van BRO, geeft een toelichting op de trends en ontwikkelingen op het gebied van detailhandel.

Thom Blankers van de gemeente Deurne geeft een toelichting op de situatie in de Peel. Hij benadrukt dat elk dorp zijn eigen voorzieningenniveau heeft en redelijk op zichzelf staat. De leegstand is bovengemiddeld maar moet worden genuanceerd omdat deze in een aantal gevallen buiten het centrum gelegen is.

De gemeente Someren benadrukt dat de binding in Someren in de dagelijkse artikelensector waarschijnlijk is toegenomen omdat er twee supermarkten zijn bijgekomen.

Deze nuance zal worden meegenomen in de visie.

Verder moeten we het doen met de cijfers die er op dit moment liggen. Opnieuw een koopstromenonderzoek uitvoeren is in het kader van de tijd en de kosten niet te doen.

<b>Stelling 1: Kansen voor ondernemers moeten gepakt worden ook al liggen ze buiten het kernwinkelgebied</b>		
--	--	--

Rood	Groen	Geel
18	2	5

De meerderheid is het niet eens met deze stelling.

Enkele gemaakte opmerkingen:

- Een voorstander is van mening dat een ondernemer creatiever is dan de overheid. Je kunt vooraf niet bepalen waar dat is;
- Tegenstanders geven aan dat vanuit het oogpunt van de consument het interessant is dat alles in het kernwinkelgebied zit;
- Het uitgangspunt moet zijn dat een winkelier in het kernwinkelgebied hoort maar incidenteel kun je andere keuzes maken;
- Geel: Vanuit het oogpunt van leefbaarheid en sociale samenhang zit een winkelier soms beter in een wijk;
- De stelling is te ongenueanceerd om een keuze te maken. Niet elke ondernemer hoort in het kernwinkelgebied (bijvoorbeeld een bouwmarkt);
- Onder kernwinkelgebied wordt ook een wijkwinkelcentrum verstaan;
- Buiten de aangewezen winkellocaties zou je dit niet moeten willen;

Conclusie stelling 1:

Buiten de aangewezen winkellocaties moet je geen winkels willen toevoegen.



**Stelling 2: De Peelregio zet in op concentratie en clustering van de winkels op de benoemde locaties. Daar moeten we van af**

Rood	Groen	Geel
18	0	7

Enkele gemaakte opmerkingen:

- Verbreding van functies moet mogelijk zijn;
- Daar waar gaten ontstaan in gebieden moeten functies bij kunnen komen;
- Niet te rigide. Als in kader van leefbaarheid een oplossing kan worden geboden voor een locatie moet daar aan kunnen worden meegewerkt;

Conclusie stelling 2:

Er moet ook ruimte zijn voor andere functies in de kernwinkelgebieden ter vergroting van de leefbaarheid.

**Stelling 3: Bestem winkels in de aanloopstraten weg;**

Rood	Groen	Geel
8	2	15

Enkele gemaakte opmerkingen:

- Winkels in aanloopstraten moeten aanzuigende werking hebben richting het centrum;
- Als de keuze moet worden gemaakt, stimuleren om naar het centrum te gaan;
- Het prijsbeleid lost het zelf op. Zolang de prijzen in de centra niet dalen blijven de aanloopstraten interessant;
- Niet alles wegbestemmen, wel indikken. De overheid moet hiervoor de voorwaarden scheppen dat het mogelijk wordt;
- Aanloopstraten moeten andere functie krijgen, een ander soort winkels. Meer bestemmingen in de aanloopstraten mogelijk maken;
- Stimuleren maar niet rigide vaststellen;
- Een belangrijk aandachtspunt is dat de gemeenten met vastgoedeigenaren mee moet denken en het gesprek aan te gaan om over een andere bestemming na te denken, wel een duidelijke visie om eigenlijk te concentreren;

- Hou de 'echte' detailhandel in het centrum. De consument wordt niet blij van een winkelstraat met een kapsalon/nagelstudio;
- Dit lijkt tegengesteld aan uitspraken bij de vorige stelling waar juist werd gezegd dat mening van functies mogelijk zou moeten zijn;
- Op het moment dat gemeente duidelijk een kernwinkelgebied definieert, heeft dit consequenties voor de waarde van het vastgoed in dat gebied. Daardoor blijven de huren in het kernwinkelgebied hoog;
- Zorg ook voor cultuur in het centrum. Niet alleen winkels maar zorg juist voor een mooie mening van functies;
- Op het moment dat keuzes worden gemaakt heeft dit effect op de markt. Niet te strak in hokjes. De huurder bepaald waar hij mag gaan zitten. Wel duidelijkheid geven aan ontwikkelaars.

Conclusie Stelling 3: Winkels niet actief wegbestemmen. Ondernemers moeten worden uitgenodigd naar een andere functie om te schakelen. Het gesprek met ondernemers moet worden aangegaan.

<b>Stelling 4: Nieuwe winkels mogen alleen in Helmond;</b>		
Rood	Groen	Geel
21	0	4

Conclusie stelling 4: Dit mag niet gebeuren. Het ligt wel aan wat voor winkel. maar het moet wel iets toevoegen (Bijvoorbeeld geen Hornbach in de kleinere kernen). Je hoeft daar niet op te sturen want de markt doet z'n werk;



<b>Stelling 5: Elke uitbreiding moet regionaal worden afgestemd en getoetst.</b>		
Rood	Groen	Geel
14	3	8

- Elke uitbreiding overleggen is geen haalbare kaart. Bij heel grote uitbreidingen moet eventueel regionaal worden afgestemd;
- Felix Wigman geeft aan dat gemeenten niet heel veel keus hebben. In het kader van de ladder voor duurzame verstedelijking moet bij uitbreiding regionaal worden afgestemd. De laatste jurisprudentie laat zien dat bij een uitbreiding van een supermarkt van 150 m2 zelfs moet worden afgestemd. Als gemeenten onderling iets anders afspraken mag bij een concreet initiatief wel worden verwezen naar dit beleid;
- Als een uitbreiding ten behoeve van de lokale verzorgingsfunctie is, hoeft niet te worden afgestemd;
- Afgestemd moet worden met de gemeenten die binnen het verzorgingsgebied vallen.

Conclusie Stelling 5: Als een initiatief passend is binnen de lokale verzorgingsfunctie van de kern dan is dit een lokale aangelegenheid, anders moet worden afgestemd. De grens

wat onder een lokale uitbreiding valt, zal in het kader van de ladder voor duurzame verstedelijking moeten worden vastgelegd.

**Stelling 6: Ophaalpunten voor webshops nemen in snel tempo toe. Deze mogen alleen in bestaande winkelgebieden gevestigd worden;**

Rood	Groen	Geel
13	5	7

- Afhalen van grotere spullen moet je een centrum niet mee belasten. Er moet rekening gehouden met mogelijk verkeersoverlast;
- In principe wel afhaalfuncties in het centrum proberen te situeren om toch mensen naar het centrum te halen. Dit is een kans voor het winkelgebied. Alle mogelijkheden aangrijpen om mensen naar het centrum te krijgen;

Conclusie Stelling 6: Definitie aanbrenge in type afhaalpunt. Als het alleen een logistieke functie is, zonder showroom, dus alleen afhalen, moet het ook elders mogelijk zijn.

**Stelling 7: Brancheverruiming, bijvoorbeeld horeca in winkels, moet mogelijk zijn;**

Rood	Groen	Geel
0	20	5

- Brancheverruiming moet meer gebeuren en meer worden gestimuleerd. Nieuwe concepten spelen daarop in en moet beleidsmatig worden ondersteund;
- Mogelijk moet de wetgeving hierop worden aangepast, want dit mag niet allemaal;
- Men mag niet elkaars concurrent worden;
- Arrangementen maken samen met ondernemers om tot nieuwe concepten te komen;
- De consument wil meer bediend worden dat is de nieuwe markt;

Conclusie stelling 7: In principe voor. Meer gebeuren en meer stimuleren.

**Stelling 8: Supermarkten kunnen het best aan de rand van het dorp gebouwd worden. Dat is wat de klant wil;**

Rood	Groen	Geel
17	0	8

- Een supermarkt heeft het centrum niet nodig maar een centrum heeft een supermarkt zeker wel nodig;
- De gemeente Gemert-Bakel geeft aan dat een supermarkt bij een kleine kern kan bijdragen aan de leefbaarheid. Wethouder Lemlijn geeft aan dat de koek niet groter worden en dit ten koste zal gaan van andere supermarkten en daarmee de kernen;
- Bij kernen tot 30.000 inwoners, versterkt een supermarkt een centrum. Bij grotere kernen kunnen supermarkten ook in de wijkwinkelcentra;
- Felix Wigman geeft aan dat in de toekomst wellicht minder m2 voor supermarkten nodig zijn vanwege de groei in het afhalen van dagelijkse artikelen. Gemeenten moeten vanuit dat oogpunt wellicht voorzichtig zijn met uitbreiding;

Conclusie stelling 8: Als basis geldt dat het centrum de supermarkt nodig heeft. Voor andere situaties moet heel kritisch gekeken worden.

**Stelling 9: Elke gemeente moet zijn eigen pdv locatie hebben;**

Rood	Groen	Geel
13	4	8

- Son is aangewezen als de grootschalige detailhandelsvestiging. In beperkte mate is er een functie voorzien in Helmond;
- Bij bepaalde dorpen kan eventueel een gezamenlijk locatie worden ontwikkeld. Uitgangspunt is de actieradius voor de inwoners (niet voor elk schroefje 10 km rijden);
- Om hier branchevervaging tegen te gaan moet bij de PDV locaties wel de branchering goed worden vastgelegd. In het beleid moet dit worden vastgelegd;



Er worden de volgende aandachtspunten meegegeven:

1. Wat is de eigen identiteit (USP) van elke kern, zodat ze onderscheidend zijn ten opzichte van elkaar. Dit kan als actiepunt worden meegenomen in de visie om verder uit te werken;
2. Kunnen we een inspiratiesessie houden met ondernemers om hen te inspireren en de helpende hand bieden om tot vernieuwing te komen? Ook dit kan als actiepunt worden meegenomen in de visie;
3. Let op voor afstemming op subregionaal niveau. De effecten van eventuele uitbreidingen gaan over de subregio en zelfs de regio heen. Er zijn genoeg kaders om dit op provinciaal niveau te doen.

**Overige onderwerpen**

Gevraagd wordt de analyse nog aan te scherpen. Er is geen rekening gehouden met bijvoorbeeld arbeidsmigranten. Deze gegevens zijn echter niet beschikbaar. Het is niet te doen een aantal gegevens te actualiseren. Er zijn wel voldoende argumenten om bepaalde uitspraken te doen.

- Betaald parkeren wordt ook nog als aandachtspunt genoemd. 19 maart is er een congres over parkeren in centrumgebieden. Parkeren is noodzakelijk kwaad. Je komt ergens heen voor de winkels die vertegenwoordigen een bepaalde waarde en de vraag is of men bereid is te betalen voor het parkeren. Er zijn mogelijkheden om meer uit parkeren te halen.
- Esther Paree geeft een korte toelichting op de planning.

- 9 februari is een bijeenkomst over dit onderwerp met de gemeenteraden in de Peel;
- In maart wordt de subregionale visie besproken in het subregionaal economisch overleg De Peel;
- Daarna wordt de subregionale visie aan de colleges en de raden in de Peel ter vaststelling aangeboden. (Voorlopige planning April in colleges, juli in commissie en vaststelling gemeenteraad september)
- 1 juli wordt in het Regionaal Ruimtelijk Overleg een concept van de regionale visie besproken.

De middag wordt afgesloten door wethouder Nicole Lemlijn onder dankzegging van de sprekers, de gespreksleider en de aanwezigen.

Esther Parea  
Thom Blankers  
3 februari 2015