

Actualisering detailhandelsbeleid Roosendaal 2015

Gemeente Roosendaal

Concept

Inhoudsopgave	pagina
1. INLEIDING	3
2. SAMENVATTING	5
3. ALGEMENE UITGANGSPUNTEN VOOR DE VISIE OP DE DETAILHANDELSSTRUCTUUR	13
4. VERTALING VISIE NAAR BELEID PER WINKELGEBIED	17
4.1 Binnenstad: versterken	17
4.2 Wijkcentra	19
4.3 Buurtcentra	21
4.4 Dorpscentra	23
4.5 De Oostpoort (Go Stores)	24
4.6 Rosada Factory Outlet	26
4.7 Solitaire supermarkten	26
4.8 Overige detailhandel	27
5. TOETSINGSKADER	29
5.1 Provinciale- en regionale beleidskaders	29
5.2 Toetsing aan visie op de detailhandelsstructuur	29
5.3 Toetsing aan de hand van de Ladder	30
5.4 Concrete initiatieven en de Ladder	32

1. INLEIDING

In 2008 is het detailhandelsbeleid¹ van de gemeente Roosendaal vastgesteld. Dit beleid blijkt een goed handvat te zijn geweest om detailhandelsbeleid uit te kunnen voeren waarbinnen de winkelstructuur van Roosendaal goed kan functioneren. De tijden zijn echter sterk veranderd en de ontwikkelingen in de detailhandel gaan razendsnel. De veranderingen hebben enerzijds een conjunctureel aspect (lage bestedingen en laag consumentenvertrouwen) maar ook een structureel aspect (wijzigend perspectief winkelgebieden, verandering bevolkingssamenstelling, sterke opkomst online bestedingen en vergrijzing ondernemersbestand). Deze ontwikkelingen vragen om een herijking van het detailhandelsbeleid, met name waar het gaat om het toekomstperspectief van de in de gemeente gelegen winkelcentra.

In voorliggende nota wordt het detailhandelsbeleid voor de gemeente Roosendaal gepresenteerd voor de komende jaren. Dit beleid geeft richting aan de ontwikkeling van de gewenste winkelstructuur in Roosendaal en vormt het toetsingskader voor detailhandelsinitiatieven. Deze nota biedt daarmee een helder kader voor zowel gemeente als marktpartijen over de gewenste ontwikkelingsrichting van de detailhandel in Roosendaal voor de komende jaren.

Proces

Tijdens de totstandkoming van het detailhandelsbeleid hebben marktpartijen de ruimte gekregen opmerkingen te plaatsen bij de conceptversie. Deze konden zowel mondeling, tijdens een inspraakavond, als schriftelijk, via de gemeentelijke website worden ingediend. De reacties zijn verwerkt in een inspraaknotitie, waarin is weergegeven hoe de opmerkingen verwerkt zijn in het beleid. De inspraaknotitie wordt als bijlage bij het raadsvoorstel voor vaststelling van het detailhandelsbeleid gevoegd.

Wvo versus bvo

In het detailhandelsbeleid wordt winkelvloeroppervlak² (wvo) als uitgangspunt gehanteerd omdat dataverstrekker Locatus deze gegevens voor heel Nederland inventariseert. Dit is dus een gebruikelijke maatvoering. Voor omrekening van wvo naar bvo wordt in het algemeen de 80% - 20% regel toegepast. In het beleid wordt dit als uitgangspunt gesteld.

Leeswijzer

In voorliggende nota is in hoofdstuk 2 allereerst een samenvatting gegeven van het detailhandelsbeleid en achterliggende analyse. Vervolgens wordt in hoofdstuk 3 de algemene uitgangspunten van de visie op detailhandel in de gemeente gepresenteerd. In hoofdstuk 4 vindt de vertaling plaats naar een beleid in de afzonderlijke winkelgebieden. Tot slot wordt in hoofdstuk 5 het toetsingskader voor toekomstige detailhandelsontwikkelingen gepresenteerd.

¹ Detailhandelsnota gemeente Roosendaal; BRO, 19 december 2007.

² Onder wvo wordt verstaan de voor publiek toegankelijke, zichtbare, overdekte en ommuurde winkelruimte (dus excl. magazijn, kantoor, etalage, etc.).



2. SAMENVATTING

Inleiding

Dankzij de razendsnelle ontwikkelingen in de detailhandel de afgelopen jaren heeft de gemeente Roosendaal behoefte aan een herijking van het tot nu toe succesvol gebleken detailhandelsbeleid uit 2008. Het herijkte beleid schept een helder kader voor zowel gemeente als marktpartijen over de gewenste ontwikkelingsrichting van de detailhandel in Roosendaal voor de komende jaren. Navolgend wordt het nieuwe beleid samenvattend uiteengezet, waarbij allereerst wordt stil gestaan bij de uitgangssituatie van de detailhandelsstructuur in Roosendaal anno 2015.

Detailhandelsaanbod Roosendaal

De gemeente Roosendaal beschikt momenteel over ca. 154.400 m² wvo detailhandel. Hiervan behoort ruim 26.000 m² wvo tot de dagelijkse sector en ca. 128.300 m² wvo tot de niet-dagelijkse sector. Ten opzichte van de referenties beschikt Roosendaal in de niet-dagelijkse sector over een omvangrijk aanbod en blijft het aanbod in de dagelijkse sector enigszins achter. Wanneer het aanbod anno 2015 met het aanbod in 2008 vergeleken wordt, is het winkelvloeroppervlak met circa 5.500 m² winkelvloeroppervlak (wvo) toegenomen en het aantal winkels is met circa 59 afgenomen. In lijn met de landelijke ontwikkeling is de leegstand de afgelopen jaren toegenomen. Het leegstandspercentage in Roosendaal ligt op dit moment wat boven het gemiddelde: 10% op pandniveau en 11% in winkelvloeroppervlak (wvo) t.o.v. 9% in referentiegemeenten (zowel in aantal als in omvang). De leegstand concentreert zich in de binnenstad. In de buurt- en wijkwinkelcentra is de leegstand ten opzichte van referenties laag. Dit wordt ook bevestigd door marktpartijen, de wijkcentra blijken goed te functioneren. Ook op Oostpoort en in de verspreide bewinkeling is de leegstand ten opzichte van de referenties beduidend laag.

Ontwikkelingen en uitdagingen per winkelgebied

De afgelopen jaren heeft er zowel op binnenstadsniveau als op buurt- en wijkniveau de nodige dynamiek plaatsgevonden, mede dankzij het structureel nastreven van de beleidslijnen zoals deze in 2008 zijn vastgelegd. Er kan gesteld worden dat een substantieel deel van de doelstellingen en ambities uit de detailhandelsnota van 2008 behaald is. We staan kort stil bij de belangrijkste ontwikkelingen sinds 2008 en de uitdagingen voor de toekomst:

- In de **binnenstad** zijn de ambities deels verwezenlijkt. De gemiddelde schaal van de winkels is gestegen en er zijn zowel grootschalige als kleinschalige formules aange trokken. Daarnaast wordt de Nieuwe Markt volledig heringericht. De upgrading van de Roselaar en de Biggelaar wordt thans uitgevoerd. In lijn met de algemene ontwikkeling is de leegstand de afgelopen jaren helaas stijgende. Het verder versterken van de ruimtelijke structuur en de brede kwaliteitsslag in de binnenstad zijn sterk noodzakelijk om de positie naar de toekomst te waarborgen. Binnen het uitvoeringspro-

gramma 'Roosendaal: gezonde stad' zal dit onder regie van de binnenstadsorganisatie, een samenwerkingsverband van marktpartijen, gemeente en bewoners, vorm krijgen. De **Oostpoort** is de afgelopen jaren zowel ruimtelijk als functioneel versterkt. De ontwikkeling van **Go Stores** heeft de aantrekkingskracht fors vergroot, er zijn nieuwe formules gevestigd en de Gamma is uitgebreid. Het meer multifunctionele karakter van de concentratie, de eigentijds ruimtelijke opzet en uitstraling en de verbeterde bereikbaarheid en parkeren passen volledig in de lijn van de visie uit 2008. Wel kan het gebied rondom Oostplein nog een facelift gebruiken.

- De uitgangssituatie van **Rosada Factory Outlet** is de afgelopen jaren verbeterd. In 2008 werd ingezet op het versterken van de bovenregionale functie, onder meer door het vergroten van het aanbod. Anno 2015 is de leegstand sterk teruggedrongen en zijn de plannen voor uitbreiding concreet gemaakt. De bouw van de tweede fase vindt dit jaar plaats en wordt in 2015-2016 afgerond.
- In **Tolbergcentrum** heeft anno 2015 de gewenste ruimtelijke kwaliteitsimpuls nog niet plaatsgevonden, wel hebben Plus en Albert Heijn een schaa sprong gemaakt.
- **Dijkcentrum** heeft een flinke ontwikkeling doorgemaakt. Zoals vastgelegd in de visie in 2008 is de ruimtelijke uitstraling verbeterd, de Plus is verplaatst en heeft een schaa sprong gemaakt, een discounter is ingepast en de koppeling met andere functies (zorg en welzijn) is gemaakt.
- In 2008 was voor de **Rembrandtgalerij** aangegeven dat revitalisering wenselijk zou zijn. Vandaag de dag is de supermarkt nog altijd klein van schaal en hebben er geen grootschalige ruimtelijke en functionele aanpassingen plaatsgevonden.
- **Kroevencentrum** functioneerde in 2008 matig. Vanwege de uitbreidingsplannen van de nabij gelegen Agrimarkt werd het toekomstperspectief als zorgelijk aangemerkt. Anno 2015 staat het winkelcentrum er heel anders voor. De komst van Lidl heeft het buurtcentrum een enorme boost gegeven. Wel kan de verkeerssituatie, het parkeren en de uitstraling nog worden verbeterd.
- Voor **Lindenburg** waren in 2008 geen grote ambities voorzien, o.a. de supermarkt zou opgeschaald worden. De schaalvergroting van de supermarkt heeft inmiddels plaatsgevonden.
- Voor **Kalsdonk** is de visie uit 2008 nog steeds actueel. Toen werd er op deze locatie al een klein buurtcentrum voorzien, middels een schaa sprong en verplaatsing van Aldi en de inzet op een verdere concentratie van speciaalzaken rond de Philipslaan. Binnenkort wordt gestart met de bouw van een nieuw buurthuis en de verplaatsing van Aldi naar de locatie tussen de Philipslaan en Lorentzstraat.
- De **Jumbo** aan de Van Beethovenlaan heeft sinds 2008 plannen om de bestaande supermarkt te optimaliseren tot een grootschalige supermarkt. Tot op heden zijn de plannen nog niet gerealiseerd.
- In **Wouw, Nispen en Heerle** zijn er in de winkelstructuur geen structurele wijzigingen opgetreden.

Trends en ontwikkelingen in detailhandel

De nota uit 2008 is nog opgesteld in een periode van hoogconjunctuur. Jaarlijks groeiden de bestedingen van de consument en werden nieuwe centra opgeleverd. Hoe anders staan we ervoor in 2015: de detailhandel staat onder druk vanwege een aantal bepalende factoren. Sinds 2009 zien we een terugloop van het consumentenvertrouwen en in het verlengde daarvan de bestedingen. Gelukkig zien we in 2015 een voorzichtig herstel optreden. Echter, de situatie zal zich naar verwachting niet meer herstellen naar de situatie van voor 2009, want de vergrijzing van de consument en retailer en het internetwinkelen hebben een structurele weerslag op de detailhandel. Tegelijkertijd zien we aan de aanbodzijde dat aanbieders veel bewuster kiezen voor bepaalde vestigingslocaties. Achtergrond van dit fenomeen is dat de consument in toenemende mate (boven)regionaal actief is en steeds bewuster kiest tussen winkelgebieden. Hierdoor neemt de concurrentie tussen winkelgebieden toe, staan middelgrote binnensteden zoals Roosendaal onder druk en verdwijnt er aanbod aan de onderkant van de markt (o.a. buurtwinkelstrips, solitaire locaties). Dit heeft tot gevolg dat de leegstand naar verwachting nog gaat toenemen.

Maar er is gelukkig ook een keerzijde. In tegenstelling tot een groot deel van Nederland gaat het inwonertal in Roosendaal de komende jaren licht stijgen met circa 900 inwoners naar 77.900 inwoners in 2025. Daarnaast veranderen binnensteden en winkels in belevenisplekken, door o.a. nieuwe technologieën, een toenemende functiemix, branche- en sectorvervaging (concepten waarin bijvoorbeeld detailhandel en horeca geïntegreerd zijn) en de komst van nieuwe formules op de markt. Bovendien voegt internet een nieuwe dimensie toe aan het winkelen. Steeds meer winkels zetten nieuwe technologieën in om het aankoopproces transparanter en aantrekkelijker te maken, internetwinkels gaan meer en meer over tot het openen van een fysieke winkel en de combinatie online en offline groeit.

Ontwikkelingsmogelijkheden detailhandel anno 2015

Wanneer bovenstaande uitgangspunten vertaald worden naar kwantitatieve ontwikkelingsmogelijkheden voor detailhandel in Roosendaal, dan zijn er in de dagelijkse artikelensector tot 2025 circa 1.400 – 2.300 m² wvo. Hieronder vallen levensmiddelen (waaronder reguliere supermarkten, versspecialzaken en etnische supermarkten) en drogisterijartikelen. Deze mogelijkheden ontstaan dankzij de bevolkingsontwikkeling en een optimalisering van de lokale aantrekkingskracht. Hoewel de bestedingen in de dagelijkse artikelensector nog steeds stijgende zijn is hier geen rekening mee gehouden, vanwege de opkomst van online concepten zoals maaltijdboxen. In de niet-dagelijkse artikelensector zijn er kwantitatief gezien nauwelijks uitbreidingsmogelijkheden vanwege het reeds aanwezige omvangrijke aanbod in Roosendaal en de algemene ontwikkelingen in deze sector (o.a. internetwinkelen en toenemende leegstand). Echter, kwaliteit dient altijd leidend te zijn boven kwantiteit, wat wil zeggen dat eventuele kansen voor kwaliteitsverbetering en verdere optimalisatie wel aangegrepen moeten worden om vernieuwing in de perspectiefrijke winkelgebieden te kunnen faciliteren.

Ambities en uitgangspunten voor de visie op de detailhandelsstructuur

Op basis van de stand van zaken in de winkelgebieden in Roosendaal, de trends en ontwikkelingen in de retailsector en de (beperkte) marktmogelijkheden zijn de volgende uitgangspunten geformuleerd voor de ontwikkeling van de detailhandelsstructuur in Roosendaal:

- De doelstelling van het detailhandelsbeleid is om de lokale consument zo goed mogelijk te bedienen in Roosendaal. De centrale doelstelling is de lokale binding te vergroten door een optimale invulling van de consumentenbehoefte in de Roosendaalse perspectiefrijke winkelgebieden. Daar waar mogelijk wordt zoveel mogelijk geprofiteerd van regionaal / bovenregionaal bezoek.
- Waar mogelijk wordt vernieuwing gefaciliteerd, door medewerking te verlenen aan kwalitatieve impulsen, innovatieve concepten of vervanging van oud door nieuw. Nieuwe ontwikkelingen dienen plaats te vinden in of aansluitend op bestaande concentraties waarbij leegstand / bestaande bebouwing zoveel mogelijk wordt ingezet om tot kwaliteitsverbetering te komen.
- Omdat de ontwikkelingsmogelijkheden niet eindeloos zijn en de detailhandel onder druk staat, dienen er keuzes gemaakt te worden. De perspectiefrijke detailhandelsstructuur en het type koopgedrag wordt hierbij als leidend beschouwd. Door in te zetten op een bepaald bezoekmotief (recreatief, boodschappen, doelgericht) kunnen winkelgebieden zich duidelijk profileren en hun eigen identiteit uitdragen. Dit draagt weer bij aan het onderscheidend vermogen van de winkelgebieden. Hiermee wordt er gestreefd naar een heldere, evenwichtige en duurzame voorzieningenstructuur, waarbij de winkelgebieden complementair aan elkaar worden gepositioneerd en zij ieder een eigen taak binnen de structuur vervullen:
 - Omdat een sterke **binnenstad** als huiskamer van de stad van groot belang is voor de profilering van de gemeente Roosendaal en de positie van de binnenstad onder druk staat, wordt er **prioriteit** gegeven aan het versterken van de aantrekkingskracht van de binnenstad. De binnenstad wordt actief aangepakt met als doel 'het hart weer te laten kloppen'. O.a. het inzetten op een compacte binnenstad, leegstandsbestrijding, het intensiveren van de samenwerking en het verbeteren van de bereikbaarheid vormen hierbinnen belangrijke speerpunten. De aanpak van de binnenstad staat onder regie van de binnenstadsorganisatie, een samenwerkingsverband van marktpartijen, gemeente en bewoners.
 - De **perspectiefrijke centra in de wijken, buurten en dorpen** vervullen een functie voor de dagelijkse boodschappen in het eigen verzorgingsgebied. Vanwege de beperkte marktmogelijkheden wordt uitbreiding enkel op een aantal plekken in beperkte mate mogelijk gemaakt, wanneer dit noodzakelijk is om de consumentenverzorging voor de dagelijkse boodschappen in het verzorgingsgebied op peil te kunnen houden.
 - **Rosada** wordt ten opzichte van de binnenstad complementair gepositioneerd als themacentrum gericht op designer outlet.
 - Op **Oostpoort** wordt enkel ruimte geboden aan aanbod wat direct gerelateerd is aan het **woonthema** of wat ruimtelijk niet in te passen is in andere winkelgebie-

den. Hieronder worden o.a. verstaan winkels in de wooninrichtingsbranche > 500 m² wvo en winkels die gerelateerd zijn aan het thema 'in en om het huis' > 1.000 m² wvo (bruin-, wit- en grijsgoedzaken, detailhandel in rijwielen en automaterialen, speciaalzaken op het gebied van tuin, groen en dier en speciaalzaken op het gebied van bouw- en inrichtingsmaterialen).

- **Verspreid gelegen bewinkeling** wordt zoveel mogelijk teruggedrongen. Dit betekent dat detailhandelsfuncties op nieuwe locaties buiten de perspectiefrijke structuur niet worden toegestaan en dat clustering van detailhandel in de perspectiefrijke winkelgebieden (zoals de binnenstad) zoveel mogelijk wordt nagestreefd. Hier is verdere uitwerking aan gegeven in het plan van aanpak 'detailhandel en horeca buiten de centrumring'.

Vertaling visie naar beleid per winkelgebied

De algemene uitgangspunten van de visie zijn vertaald naar een detailhandelsbeleid op winkelgebiedsniveau. In navolgend schema is de positionering, de strategie en de belangrijkste ontwikkelopgaven per winkelgebied samengevat weergegeven.

Ontwikkelingsrichting winkelcentra Roosendaal

Type	Winkelgebied	Strategie	Opgaven
Binnenstad	Hoofdwinkelgebied	Versterken	<ul style="list-style-type: none"> • Versterken van de recreatieve functie en de boodschappenfunctie • Verbreden en creëren samenhang van binnenstedelijke functies binnen een compact(er) gebied • Vergroten ruimtelijke kwaliteit (m.n. meer groen, verweven oud-nieuw, herinrichten Nieuwe Markt) • Bepaling ontwikkelingsperspectief en mogelijkheden voor functietransformatie aanloopstraten. • Aanpakken van leegstand (o.a. door huisvesting van pop-up stores, transformatie naar bijvoorbeeld wonen) • Inzetten op een digitale stadsontwikkeling (Smart Retail City) • Inzetten op 'blurring' van functies (concepten die diverse sectoren verbinden zoals retail, horeca, cultuur, ambacht en/of dienstverlening). • Verbeteren bereikbaarheid en parkeren (o.a. nieuwe centrumring)

Type	Winkelgebied	Strategie	Opgaven
Tolbergcentrum	Wijkwinkelcentrum	Vitaal houden	<ul style="list-style-type: none"> • Ruimtelijke kwaliteitsimpuls i.c.m. sociale veiligheid bevorderen • Een bescheiden uitbreiding kan onder voorwaarden aan de orde zijn
Dijkcentrum	Wijkwinkelcentrum	Vitaal houden	<ul style="list-style-type: none"> • Verbeteren uitstraling zuidzijde centrum + plein • Evt. schaalvergroting fullservicesupermarkt tot ca. 1.500 m² wvo
Rembrandtgalerij	Buurtwinkelcentrum	Vitaal houden	<ul style="list-style-type: none"> • Ruimtelijke kwaliteitsimpuls winkelcentrum • Schaalvergroting fullservicesupermarkt tot maximale maat van circa 1.000 - 1.200 m² wvo • Geen toevoeging tweede supermarkt •
Lindenburg	Buurtwinkelcentrum	Vitaal houden	<ul style="list-style-type: none"> • Aandacht voor ruimtelijke uitstraling buitenzijde
Kroevencentrum	Buurtwinkelcentrum	Vitaal houden	<ul style="list-style-type: none"> • Optimalisering supermarkt tot max. ca. 1.000 - 1.200 m² wvo onder voorwaarde dat dit parkeertechnisch mogelijk is • Ruimtelijke revitalisering
Kalsdonk	Buurtsteunpunt	Vitaal houden	<ul style="list-style-type: none"> • Verplaatsen en vergroten Aldi tot ca. 1.000 m² wvo • Clustering overige winkels nastreven zonder dat detailhandelsfunctie per saldo wordt uitgebreid
Wouw, Nispen en Heerle	Dorpscentrum	Vitaal houden	<ul style="list-style-type: none"> • Behoud supermarkt wanneer deze aanwezig is en evt. optimalisatie d.m.v. beperkte schaalvergroting • Behoud overige bewinkeling • Initiatieven die bijdragen aan clustering winkels ondersteunen
Oostpoort	Concentratie PDV en grootschalig	Vitaal houden	<ul style="list-style-type: none"> • Geen verdere brancheverbreiding. • Verbetering ruimtelijke uitstraling Oostplein in lijn met 'Go Stores' • Geen grootschalige uitbreiding, wel positieve houding ten aanzien van schaalvergroting en verplaatsing van solitair gelegen aanbod
Rosada	Bijzondere concentratie	Vitaal houden	<ul style="list-style-type: none"> • Geen verdere uitbreiding aan de orde
Supermarkten centrumrand	Binnenstad	Versterken	<ul style="list-style-type: none"> • Optimaliseren Jumbo tot grootschalige supermarkt (max. uitbreiding + 900 m² wvo)

Bijzondere vormen detailhandel

- **Afhaalpunten:** er wordt nagestreefd afhaalpunten onder te brengen in de bestaande winkelgebieden. Daarbuiten zijn afhaalpunten alleen onder voorwaarden toegestaan.
- **Ambulante handel:** het streven is er op gericht het sterke aanbod aan warenmarkten te behouden.

Toetsingskader

Toekomstige initiatieven dienen getoetst te worden aan de hierboven gepresenteerde detailhandelsbeleid. Hierbij wordt allereerst beoordeeld of een initiatief van meerwaarde kan zijn voor de versterking van de recreatieve aantrekkingskracht van de binnenstad. Indien het antwoord hierop positief is, dan is de binnenstad de enige aangewezen plek voor de ontwikkeling. Wanneer dit niet het geval is, dan staat de vraag centraal of het initiatief van meerwaarde kan zijn voor versterking van het profiel en de positionering van een van de overige perspectiefrijke winkelgebieden, zonder dat de positie en het perspectief van de binnenstad belemmerd wordt. Enkel wanneer dit het geval is, dan is honorering van het initiatief buiten de binnenstad mogelijk binnen de kaders van het detailhandelsbeleid.

Wanneer een initiatief passend is binnen de kaders van het detailhandelsbeleid, dan dient vervolgens de toets plaats te vinden of een initiatief passend is binnen de kaders van de **'Ladder voor duurzame verstedelijking'**. Wanneer een bestemmingsplanwijziging noodzakelijk is wordt verplicht gesteld de LvDV te doorlopen. Dit betekent dat er per initiatief aangetoond dient te worden dat er sprake is van een regionale behoefte en dat beschreven dient te worden in hoeverre deze behoefte binnen het bestaand stedelijk gebied kan worden opgevangen door benutting van beschikbare gronden door herstructurering, transformatie of anderszins. Indien dit niet mogelijk blijkt te zijn, dient de locatie passend multimodaal ontsloten te zijn.

De ontwikkelingsrichting per winkelgebied zoals deze gepresenteerd is, past op hoofdlijnen binnen het gepresenteerde toetsingskader. Een nadere toetsing aan de hand van de LvDV is echter wel noodzakelijk omdat de parameters voor het aantonen van de 'actuele regionale behoefte' constant aan verandering onderhevig zijn. Wanneer er bijvoorbeeld de komende jaren diverse plannen gehonoreerd worden (bijvoorbeeld supermarktplannen), dan zal de behoefte aan uitbreiding langzaam gaan verzadigen en dan komt er een moment dat eventuele uitbreiding de structuur kan aantasten. De regionale behoefte en de effecten op de perspectiefrijke structuur dienen daarom in het kader van de LvDV altijd zorgvuldig afgewogen te worden.

3. ALGEMENE UITGANGSPUNTEN VOOR DE VISIE OP DE DETAILHANDELSSTRUCTUUR

Voor de toekomstige ontwikkeling van de detailhandelsstructuur in Roosendaal worden de volgende uitgangspunten als leidend beschouwd.

Optimalisering consumentenverzorging centraal

De lokale consument (kritisch, zeer mobiel, goed geïnformeerd) dient zo goed mogelijk te worden bediend in Roosendaal. De centrale doelstelling is de lokale binding te vergroten door een optimale invulling van de consumentenbehoefte in de Roosendaalse perspectiefrijke winkelgebieden en daar waar mogelijk te profiteren van regionaal / bovenregionaal bezoek. Dit betekent een doorontwikkeling van de hoofdstructuur met een zo compleet en gevarieerd mogelijk pakket van winkels en aanverwante publieksgerichte voorzieningen voor de inwoners van de gemeente Roosendaal en de regio.

Vernieuwing faciliteren

Ondanks dat de bestaande structuur prioriteit heeft en dat grote uitbreidingen kritisch beoordeeld dienen te worden op de toegevoegde waarde, gaat de vernieuwing in de detailhandel in een hoog tempo door. Het is belangrijk deze vernieuwing in Roosendaal een plek te geven. Dat betekent dat er waar mogelijk medewerking verleend dient te worden aan kwalitatieve impulsen, innovatieve concepten of vervanging van oud door nieuw. Het meest kansrijk daarvoor zijn de perspectiefrijke winkelgebieden in de structuur. Daar zijn de overlevingskansen voor ondernemers het grootst.

Duurzaam ruimtegebruik

Bij stedelijke ontwikkelingen in het algemeen en detailhandel in het bijzonder wordt steeds meer waarde gehecht aan een duurzaam ruimtegebruik en het voorkomen van substantiële leegstand. Dat wil zeggen dat nieuwe ontwikkelingen plaats dienen te vinden in of aansluitend op bestaande concentraties waarbij leegstand / bestaande bebouwing zoveel mogelijk wordt ingezet om tot kwaliteitsverbetering te komen. Dit uitgangspunt sluit sterk aan bij de 'Ladder voor duurzame verstedelijking', een instrument wat de Rijksoverheid als motiveringseis voor o.a. detailhandelsontwikkelingen heeft geïntroduceerd in het Besluit ruimtelijke ordening.

Type koopgedrag leidend voor keuzes en positionering winkelgebieden

Omdat de ontwikkelingsmogelijkheden niet eindeloos zijn, dienen er keuzes gemaakt te worden. De perspectiefrijke detailhandelsstructuur en het type koopgedrag wordt hierbij als leidend beschouwd. Door in te zetten op een bepaald bezoekmotief (recreatief, boodschappen, doelgericht) kunnen winkelgebieden zich duidelijk profileren en hun eigen identiteit uitdragen. Dit draagt weer bij aan het onderscheidend vermogen van de winkelgebieden. Het streven is immers te komen tot een heldere, evenwichtige en duurzame

voorzieningsstructuur, waarbij de winkelgebieden elkaar aanvullen en ieder een eigen taak binnen de structuur heeft. Wel moet opgemerkt worden dat er in winkelcentra vrijwel altijd sprake zal zijn van gerichtheid op een combinatie van soorten aankoopgedrag. Het gaat daarom om de *nadruk* op een bepaald bezoekmotief.

Hiërarchie van winkelgebieden in Roosendaal

De bezoekmotieven zijn vertaald naar een visie op de hiërarchie van winkelgebieden in Roosendaal. Deze ziet er als volgt uit. In figuur 3.1 is deze visie geïllustreerd.

- De ambitie is om in Roosendaal te komen tot een afgewogen structuur waarbinnen **topprioriteit** wordt gegeven aan het versterken van de **aantrekkingskracht** van de **binnenstad**. Er wordt prioriteit gegeven aan de binnenstad omdat de positie van de binnenstad onder druk staat en een sterke binnenstad als huiskamer van de stad van groot belang is voor een goede consumentenverzorging en de profilering van de gemeente Roosendaal. De binnenstad wordt actief aangepakt met als doel 'het hart weer te laten kloppen'. O.a. het inzetten op een compacte binnenstad, leegstandsbestrijding, het intensiveren van de samenwerking en het verbeteren van de bereikbaarheid vormen hierbinnen belangrijke speerpunten. Eventuele versterking van de overige winkelgebieden dienen de ontwikkeling van de binnenstad niet te belemmeren.
- De perspectiefrijke centra in de **wijken, buurten en dorpen** vervullen een functie voor de dagelijkse boodschappen in het eigen verzorgingsgebied. Vanwege de beperkte marktmogelijkheden wordt uitbreiding enkel op een aantal plekken in beperkte mate mogelijk gemaakt, wanneer dit noodzakelijk is om de consumentenverzorging voor de dagelijkse boodschappen in het verzorgingsgebied op peil te kunnen houden.
- Ten opzichte van de binnenstad wordt **Rosada** complementair gepositioneerd als **themaparc gericht op designer outlet**. De uitbreiding die momenteel gerealiseerd wordt draagt er aan bij dat het gebied aantrekkelijk blijft voor de consument en de bovenregionale aantrekkingskracht versterkt wordt. Door zuiver te blijven in de branchering kunnen de binnenstad en Rosada elkaar aanvullen en kan de binnenstad profiteren van de grotere bezoekersaantallen in Roosendaal door middel van synergiebezoek.
- Op de **Oostpoort** wordt enkel ruimte geboden voor aanbod wat direct gerelateerd is aan het woonthema of wat ruimtelijk niet in te passen is in de binnenstad en op wijk- en buurtniveau. Branches met een recreatief of boodschappengericht bezoekdoel horen hier niet thuis.
- Nieuwe ontwikkelingen vinden plaats in de bestaande perspectiefrijke winkelgebieden. **Verspreid gelegen bewinkeling** wordt zoveel mogelijk geconsolideerd en waar mogelijk teruggedrongen. Er is sprake van een toenemende druk voor detailhandelsfuncties op nieuwe locaties zoals bedrijventerreinen en vervoersknopen. Dit kan negatieve gevolgen hebben voor de bestaande perspectiefrijke structuur. Tegelijkertijd is de meerwaarde van concentratie c.q. clustering in winkelgebieden dat de bedrijven kunnen profiteren van gemeenschappelijke faciliteiten, elkaars nabijheid en aantrekkingskracht. Op deze manier worden bezoekmotieven geclusterd. De consument

heeft als voordelen gemak, overzichtelijkheid en ruimere keuzemogelijkheden. Clustering resulteert daardoor in meer bezoekers. Daarnaast draagt concentratie ook bij aan een beperking van verkeersbewegingen. In het kader van de concentratiegedachte wordt momenteel onderzocht hoe omgegaan kan worden met detailhandel en horecabestemmingen buiten de winkelconcentratiegebieden. Winkels die zich buiten de structuur bevinden worden bij voorkeur verplaatst naar de perspectiefrijke winkelgebieden, waaronder de binnenstad.

Figuur 3.1: Hiërarchie winkelgebieden gemeente Roosendaal



4. VERTALING VISIE NAAR BELEID PER WINKELGEBIED

In dit hoofdstuk wordt de ontwikkelrichting van het detailhandelsaanbod in Roosendaal per winkelgebied gepresenteerd, passend binnen de algemene uitgangspunten van de visie op detailhandel zoals gepresenteerd in hoofdstuk 3. Bij het bepalen van de ontwikkelrichting is rekening gehouden met de huidige samenstelling van het aanbod naar kwaliteit en aanbod en bestaand profiel, de detailhandelsstructuur, de trends in de detailhandelssector, de mutaties in de afgelopen jaren, draagvlak(ontwikkeling) en de plannen en initiatieven. Per winkelgebiedstypering wordt allereerst een algemeen ontwikkelingsbeeld geschetst. Vervolgens wordt nader ingezoomd op de diverse winkelgebieden.

Per winkelgebied zijn er drie toekomstige ontwikkelingsrichtingen te onderscheiden, te weten:

- **Versterken:** een stevigere positie binnen de toekomstige structuur, niet alleen als het gaat om het voorzieningenaanbod maar ook in de randvoorwaardelijke sfeer (uitstraling, openbare ruimte, parkeren, bereikbaarheid etc.).
- **Vitaal houden:** eventuele ruimtelijke danwel functionele ontwikkelingen zijn ter behoud van de positie in de structuur. Kwaliteitsversterking boven kwantiteit. Zorgvuldige toetsing is hierbij noodzakelijk.
- **Anders:** er zijn verschillende mogelijkheden zoals de afbouw van het aanbod, functieverandering, verplaatsen van het cluster etc.

4.1 Binnenstad: versterken

Algemeen ontwikkelingsbeeld

Hoofdwinkelgebied – Binnenstad

- Versterken van de recreatieve functie en de boodschappenfunctie.
- In de binnenstad nadrukkelijk inzetten op recreatief winkelen en versterking van de boodschappenfunctie.
- Voldoende kritische massa (keuze, variëteit) in een bijzondere ambiance (karakter, identiteit).
- Unicité en onderscheidend vermogen door het faciliteren van grootschalige winkels en tegelijkertijd (vernieuwende) specialistische winkels.
- Compacte structuur door intensivering van ruimtegebruik en combinatie van functies.
- Ruimte bieden voor gemixte functies (o.a. combinatie retail en horeca) en nieuwe concepten.
- Het belevenis- en betekenisaspect moet in het gehele winkelgebied tot uiting komen, zowel in de openbare ruimte als door de aanwezigheid van functies als horeca en cultuur.
- Inspelen op de kansen van digitalisering / het 'cross channel' gedrag van de consument.
- Het winkelgebied maar ook individuele retailers dienen online zichtbaar en vindbaar te zijn.
- Kleinere winkels creëren die beter aansluiten op online winkels die ook een fysieke winkel wensen.
- Bereikbaarheid en parkeren is een belangrijk aandachtspunt.
- Mogelijkheden bezien voor aanpassen / flexibiliseren van parkeertarieven in samenwerking met ondernemers, zodat dit geen belemmerende factor blijft / wordt voor winkelen in de binnenstad.

Voor de visie op de binnenstad wordt aangesloten bij de integrale visie die geschetst is in het rapport 'Roosendaal: gezonde stad'. Deze visie is uitgewerkt in nauw overleg met marktpartijen en bewoners en kan rekenen op draagvlak van alle partijen. Het motto luidt: 'Een binnenstad die compacter wordt, maar grootser aanvoelt'. In deze visie staat het aanpassingsvermogen van de binnenstad centraal en wordt diversiteit in de functiemix gehanteerd als succesfactor voor de vitaliteit op langere termijn. De consument staat daarbij centraal.

Meer concreet wordt er ingezet op een compactere binnenstad, die wordt omgeven door een nieuwe centrumring. Functioneel gezien dient binnen de nieuwe centrumring een breder aanbod geboden te worden dan nu het geval is. Naast winkels dient er meer ruimte te zijn voor vrijetijdsbesteding, horeca, cultuur, tentoonstellingen en evenementen en mengfuncties. Ruimtelijke opgaven zijn onder meer het toevoegen van nieuw en het toegankelijker maken van bestaand groen in de binnenstad, het verweven van de oude en de nieuwe stad, de Nieuwe Markt herinrichten en hier meer ruimte bieden voor beleving (evenementen, groen, etc.) en herontwikkeling en -invulling van en verbinding met het klooster Mariadal.

In de toekomst vormt het gebied binnen de nieuwe centrumring het nieuwe hart van de binnenstad. De bereikbaarheid en het parkeren worden verbeterd door allerlei ingrepen, centraal hierin staat de nieuwe centrumring die ervoor gaat zorgen dat de verkeerskundige structuur beter gekoppeld wordt aan de ruimtelijk-economische structuur van de binnenstad. Tot slot wordt naast de fysieke stadsontwikkeling ingezet op een digitale stadsontwikkeling, middels het Smart Retail City-Concept.

Het succes van de visie 'Roosendaal: gezonde stad' valt of staat met de uitwerking die de binnenstadsorganisatie aan dit omvangrijke, complexe project gaat geven. Hierin zullen onder andere nog nadere keuzes gemaakt moeten worden voor het uitvoerings- en investeringsprogramma. Het verkennen van nieuwe mogelijkheden in het bestemmingsplan (o.a. het toestaan van mengfuncties en andere type voorzieningen) vormt hier tevens een onderdeel van. Daarnaast is een vernieuwde strategie wenselijk om het synergiebezoek tussen Rosada en de binnenstad te versterken. O.a. gratis vervoer tussen beide winkelgebieden, gezamenlijke promotiecampagnes en arrangementen (zoals gratis parkeren in de binnenstad voor 2 uur wanneer men een bezoek brengt aan Rosada) zouden hier een bijdrage aan kunnen leveren.

Om de regeldruk te verminderen, doet de binnenstad mee aan de pilot 'Verlichte regels winkelgebieden'. In deze pilot wordt in een aantal winkelgebieden in Nederland geëxperimenteerd met het anders toepassen, wijzigen of schrappen van knellende regels. Het doel van de pilot is om het ondernemerschap en de innovativiteit van retailers en winkelgebieden te versterken en onnodige regels die dit tegengaan op te sporen en aan te pakken.

Visie binnenstad: versterken

- Verbreden en creëren samenhang van binnenstedelijke functies binnen een compact(er) gebied.
- Vergroten ruimtelijke kwaliteit (m.n. meer groen, verweven oud-nieuw, herinrichten Nieuwe Markt).
- Bepaling ontwikkelingsperspectief en mogelijkheden voor functietransformatie aanloopstraten.
- Aanpakken van leegstand (o.a. door huisvesting van pop-up stores, transformatie naar bijvoorbeeld wonen).
- Inzetten op een digitale stadsontwikkeling (Smart Retail City).
- Inzetten op 'blurring' van functies (concepten die diverse sectoren verbinden zoals retail, horeca, cultuur, ambacht en/of dienstverlening).
- Verbeteren bereikbaarheid en parkeren (o.a. nieuwe centrumring).

4.2 Wijkcentra

Algemeen ontwikkelingsbeeld

Wijkcentrum

- Verzorgingsfunctie voor de eigen wijk (niet wijkoverstijgend).
- Accent op dagelijkse artikelen (supermarkten en versspecialzaken) met frequent benodigd niet-dagelijks winkelaanbod (huishoudelijke artikelen, bloemen, boek&kantoor e.d.) en wijkverzorgende functies (enige horeca, diensten, ambachten en zorg).
- Trekkersrol wordt vervuld door maximaal twee bij voorkeur complementaire supermarkten (prijs/kwaliteit) van moderne omvang.
- De supermarkten hebben een moderne omvang naar huidige maatstaven (supermarkten ca. 1.000 - 1.500 m² vwo, maatvoering afhankelijk van verzorgingsfunctie).
- Kernwoorden zijn gemak, overzichtelijkheid en efficiëntie.
- Goede bereikbaarheid en voldoende parkeergelegenheid.
- Voldoende draagvlak in de directe omgeving.
- Centrale ligging in het verzorgingsgebied.
- Omvang varieert tussen 3.000 en maximaal 4.500 m² vwo, afhankelijk van het draagvlak in de wijk.

Tolbergcentrum: vitaal houden

Wijkwinkelcentrum Tolbergcentrum heeft een belangrijke boodschappenfunctie voor de wijk Tolberg. Functioneel gezien is de uitgangspositie goed (redelijk moderne omvang supermarkten, volledig boodschappenaanbod), maar het centrum is ruimtelijk gezien erg gedateerd. Niet voor niets dat al jaren plannen bestaan ter revitalisatie van het winkelcentrum. Ook in deze visie wordt daarom het belang van een ruimtelijke impuls onderschreven om het perspectief van Tolbergcentrum ook naar de toekomst toe te bewaken. Binnen de richtlijnen die gelden voor het algemeen ontwikkelingsbeeld in wijkcentra (zie hierboven), kan een bescheiden verdere uitbreiding aan de orde zijn. Randvoorwaarden voor uitbreiding zijn dat de uitbreiding zich richt op branches die momenteel nog niet in het wijkwinkelcentrum vertegenwoordigd zijn, de branchering passend is bij het profiel van een wijkwinkelcentrum, een eventuele uitbreiding aansluit bij de verzorgingsfunctie voor de wijk Tolberg (geen verzorgingsfunctie voor de omliggende wijken/dorpen) en de gevestigde leegstand in het winkelcentrum wordt afgewogen. Daarnaast dient vanzelf-

sprekend het toetsingskader zoals gepresenteerd in hoofdstuk 5 doorlopen te worden. Functionele versterking van het wijkwinkelcentrum kan in de visie van de gemeente plaatsvinden met de volgende functies:

- **Dagelijkse artikelensector.** Beperkte schaalvergroting supermarktaanbod (huidige omvang 1.150 en 1.225 m² wvo) tot beiden een maximale maat van 1.500 m² wvo. Gezien de relatief moderne omvang van de supermarkten en het feit dat supermarkten elders in Roosendaal nog niet over een dergelijke moderne schaal beschikken, wordt hieraan geen prioriteit gegeven. De eventuele aanwezigheid van een discount-supermarkt zou wenselijk zijn voor de consumentenverzorging zodat een complementair supermarktaanbod aangeboden wordt. De gevestigde supermarkten functioneren echter goed en passen tevens bij het profiel van de wijk, waardoor vervanging van één van beide weinig realistisch is. Vestiging van een derde supermarkt behoort niet tot de mogelijkheden. Aanvullende uitbreidingen in versspeciaalzaken en drogisterijartikelen zijn weinig realistisch omdat het aanbod met de aanwezigheid van een bakker, slager, kaaswinkel, slijter, apotheek en drogisterij al zeer compleet is. Bovendien is landelijk waar te nemen dat het aanbod aan versspeciaalzaken terugloopt en dat moderne fullservicesupermarkten ook een uitgebreid aanbod aan vers- en drogisterijartikelen huisvesten. Mochten bestaande versspeciaalzaken of drogisterijzaken willen uitbreiden, dan behoort dit eventueel wel tot de mogelijkheden.
- **Niet-dagelijkse artikelensector.** Met de aanwezigheid van een huishoudelijke artikelenzaak, damesmodezaak, boek&kantoorwinkel en bloemist zijn de meeste niet-dagelijkse branches binnen het profiel van een wijkwinkelcentrum vertegenwoordigd. Schaalvergroting van enkele bestaande aanbieders zou eventueel mogelijk kunnen zijn. Daarnaast is het denkbaar dat er enkele nieuwe zaken worden toegevoegd in ontbrekende branches, passend binnen het profiel van een wijkwinkelcentrum, zoals een dibevo-zaak.
- **In de aanvullende sectoren** is het aanbod met de aanwezigheid van een kapper en cafetaria al relatief compleet. Een tweede horecavestiging (lunchroom, bezorg/afhaal) zou eventueel tot de mogelijkheden behoren.

Om toe te zien dat er niet gebouwd wordt voor leegstand en de uitbreiding van het winkelcentrum ook een versterking betekent, kan een brancheadviescommissie toezien op de branchering die gehuisvest wordt in de uitbreiding. Hierover dienen nadere afspraken te worden gemaakt met de vastgoedeigenaar.

De (ruimtelijke) vernieuwing van het centrum is een uitgelezen kans om tevens de sociale veiligheid van het centrum (afsluitbaarheid), de routing naar de parkeerlocaties en de parkeercapaciteit te verbeteren.

Visie Tolbergcentrum: vitaal houden

- Ruimtelijke kwaliteitsimpuls i.c.m. sociale veiligheid bevorderen.
- Een bescheiden uitbreiding kan onder voorwaarden aan de orde zijn.

Dijkcentrum: vitaal houden

Het Dijkcentrum heeft enkele jaren geleden zowel ruimtelijk als functioneel een forse impuls gehad. Zeker ook gezien het relatief complete aanbod, waaronder een complementair supermarktkoppel, Zeeman en Blokker als niet-dagelijkse trekkers en de aanvullende maatschappelijke voorzieningen is het toekomstperspectief van het centrum als wijkwinkelcentrum goed. Vanwege het feit dat de Plus supermarkt voor een moderne fullservice-supermarkt nog niet over een echte moderne maat beschikt (nu 1.000 m² vvo) kan uitbreiding tot maximaal circa 1.500 m² vvo aan de orde zijn. Daarnaast heeft het Dijkcentrum een aantal ruimtelijke aandachtspunten. Het gaat met name om de uitstraling van de zuidzijde van het centrum en de verblijfskwaliteit van het plein. Voor dit winkelcentrum worden dan ook vooral ruimtelijke ingrepen voorzien. De passage is nu erg laag, smal en donker. Om dit te verbeteren zou idealiter eenzelfde open uitstraling gecreëerd moeten worden als aan de noordzijde van het plein, bij de Plus/Blokker. Dit betekent in ieder geval het opheffen van de (gedeeltelijke) overkapping en de doorgang waar mogelijk breder opzetten. Het plein oogt nu vooral erg stenig, waardoor het toevoegen van groen bijvoorbeeld in de vorm van bloembakken of boompjes al een wezenlijk verschil zou betekenen voor de uitstraling en verblijfskwaliteit.

Visie Dijkcentrum: vitaal houden

- Verbetering uitstraling zuidzijde centrum + plein.
- Eventuele schaalvergroting fullservicesupermarkt tot maximaal ca. 1.500 m² vvo.

4.3 Buurtcentra

Algemeen ontwikkelingsbeeld

Buurtcentrum

- Gericht op primair levensonderhoud voor inwoners uit de directe omgeving.
- Een volwaardig buurtcentrum moet in ieder geval beschikken over een supermarkt van circa 1.000 - 1.200 m² vvo (maatvoering afhankelijk van verzorgingsfunctie). Er kan enkel sprake zijn van toevoeging van een tweede supermarkt wanneer het een verplaatsing van een bestaande solitaire supermarkt uit de omgeving betreft.
- Er is ondersteuning van speciaalzaken met dagelijkse artikelen, eventueel enkele niet-dagelijkse artikelenwinkels en enige andere functies (zoals cafetaria, kapper, zorg en welzijn).
- Kernwoorden zijn nabijheid, gemak, uitstraling en prijs.
- Bereikbaarheid en parkeren (zij het vanwege de nabijheidsfactor in mindere mate dan bij wijkcentra).
- Omvang varieert tussen 1.500 en maximaal 3.000 m² vvo, afhankelijk van het draagvlak in de buurt.

Rembrandtgalerij: vitaal houden

Rembrandtgalerij is ruimtelijk gezien verouderd en bovendien is het centrum introvert van opzet. De trekker van het centrum, de Jumbo supermarkt, heeft een beperkte schaal voor een fullservice supermarkt (ca. 650 m² vvo). Als er op termijn niets veranderd, zowel in ruimtelijke als functionele zin, bestaat het gevaar dat de koopstromen naar dit centrum (verder) afkalven. Er zijn reeds verschillende plannen voor het centrum ontwikkeld, echter

geen van deze is tot uitvoering gebracht. In deze plannen en in de vorige visie werd gesproken van het opwaarderen van dit buurtcentrum tot een wijkcentrum, met twee (complementaire) supermarkten. Deze plannen waren mede gebaseerd op de voorziene bevolkingsgroei van de wijk Westrand tot ca. 9.300 inwoners. Gezien het feit dat het inwonertal nog steeds schommelt rond het niveau van 2007 (ca. 7.000 inwoners) is het draagvlak te klein voor uitbreiding tot volwaardig wijkwinkelcentrum. Wel verdient de huidige Jumbo supermarkt een schaalvergroting, denk hierbij aan een verdubbeling van het aantal meters tot een maximale omvang van circa 1.000 – 1.200 m² wvo. Om dit ook ruimtelijk mogelijk te maken, zou ingezet moeten worden op een herontwikkeling van het centrum. In dit centrum is ruimte voor een moderne fullservicesupermarkt, aangevuld met ander boodschappenaanbod zoals dat hier ook in de huidige situatie gevestigd is. Hierbij zou idealiter gekomen moeten worden tot een concentratie van de winkels en de nu in de omgeving van de Rembrandtgalerij gevestigde sociaal-maatschappelijke functies (o.a. huisarts, wijkcentrum). Enkel wanneer er mogelijkheden ontstaan om één van de solitaire supermarkten uit de omgeving naar dit centrum te verplaatsen, kan een tweede supermarkt in het winkelcentrum aan de orde zijn.

Visie Rembrandtgalerij: vitaal houden

- Ruimtelijke kwaliteitsimpuls winkelcentrum.
- Schaalvergroting fullservicesupermarkt tot maximale maat van circa 1.000 - 1.200 m² wvo.
- Geen toevoeging tweede supermarkt.
-

Lindenburg: vitaal houden

Winkelcentrum Lindenburg beschikt voor een buurtwinkelcentrum over een zeer compleet aanbod. Het centrum heeft hiermee een prima uitgangspositie. De omvang en branchering is bij de tijd. Wel vormt de ruimtelijke uitstraling van de buitenzijde van het winkelcentrum een aandachtspunt. Een verdere uitbreiding van het winkelcentrum wordt niet voorgestaan, tenzij er mogelijkheden ontstaan om één van de solitaire supermarkten uit de omgeving naar dit centrum te verplaatsen.

Visie Lindenburg: vitaal houden

- Aandacht voor ruimtelijke uitstraling buitenzijde.

Kroevencentrum: vitaal houden

Met de komst van discountformule Lidl heeft Kroevencentrum als buurtwinkelcentrum qua aanbod een goed toekomstperspectief gekregen. Met circa 890 m² wvo beschikt de supermarkt echter wel over een beperkte schaal. Daarnaast laat de ruimtelijke uitstraling van het winkelcentrum te wensen over en is er sprake van een hoge parkeerdruk. Een beperkte uitbreiding tot circa 1.000 - 1.200 m² wvo, passend binnen de ruimtelijke en parkeertechnische mogelijkheden, dient toegestaan te worden. Daarnaast is het van belang dat het winkelcentrum ruimtelijk gezien gerevitaliseerd wordt. Een verdere uitbrei-

ding van het winkelcentrum wordt niet voorgestaan, tenzij er mogelijkheden ontstaan om één van de solitaire supermarkten uit de omgeving naar dit centrum te verplaatsen.

Visie Kroevecentrum: vitaal houden

- Optimalisering supermarkt tot maximaal circa 1.000 - 1.200 m² wvo onder voorwaarde dat dit parkeer-technisch mogelijk is.
- Ruimtelijke revitalisering.

Kalsdonk: vitaal houden

Om daadwerkelijk te kunnen komen tot het gewenste 'hart' van de wijk Kalsdonk, is een concentratie van de nu aan de Philipslaan en Gastelseweg gevestigde voorzieningen onontbeerlijk. Immers, wanneer we een optelsom maken van de hier verspreid gevestigde zaken, is dit voldoende kritische massa voor een volwaardig buurtwinkelcentrum. Op korte termijn wordt gestart met het realiseren van de moderne, grotere Aldi tussen de Philipslaan en Lorentzstraat. Idealiter zou deze ontwikkeling als aanjager gebruikt moeten worden voor verplaatsing van enkele speciaalzaken naar de omgeving van de nieuwe Aldi, zonder dat per saldo een uitbreiding van detailhandel plaatsvindt. Alleen dan wordt gekomen tot een aantrekkelijk, toekomstbestendig hart voor de wijk, met tegelijkertijd positieve gevolgen voor het toekomstperspectief van de afzonderlijke zaken.

Visie Kalsdonk: vitaal houden

- Verplaatsen en vergroten Aldi tot circa 1.000 m² wvo.
- Clustering overige winkels nastreven zonder dat detailhandelsfunctie per saldo wordt uitgebreid.

4.4 Dorpscentra

Algemeen ontwikkelingsbeeld

Dorpscentrum

- Zo veel mogelijk behoud van voorzieningen voor leefbaarheid.
- Voldoende draagvlak in de directe omgeving.

Centrum Wouw: vitaal houden

Voor de inwoners van Wouw heeft het centrum een belangrijke boodschappen- en ontmoetingsfunctie. Vanuit leefbaarheidsoogpunt is het naar de toekomst toe voor het centrum van Wouw dan ook zaak om het boodschappenaanbod (dagelijks winkelaanbod en frequent benodigd niet-dagelijks), maar vooral de supermarkt, te behouden. Een eventuele uitbreiding van de supermarkt tot maximaal 1.200 m² wvo dient hierbij mogelijk te zijn. Ruimtelijk gezien verdient het de voorkeur de voorzieningen te concentreren zodat ze kunnen profiteren van elkaars aantrekkingskracht en de ontmoetingsfunctie vergroot wordt. Actief inzetten op concentratie is echter zowel vanuit ruimtelijk als financieel oogpunt niet reëel. Initiatieven die bijdragen aan clustering van voorzieningen dienen serieus in overweging te worden genomen. De basisvoorwaarden (parkeren, uitstraling, openbare ruimte) zijn verder op orde.

Overige dorpen: Nispen en Heerle

Een beperkte voorziening in de dagelijkse boodschappensfeer wordt in de overige dorpen voorgestaan voor het behoud van de leefbaarheid. De coöperatieve supermarkt in Heerle is hier een mooi voorbeeld van.

Visie dorpscentra: vitaal houden

- Behoud supermarkt wanneer deze aanwezig is en evt. optimalisatie d.m.v. beperkte schaalvergroting.
- Behoud overige bewinkeling.
- Initiatieven die bijdragen aan clustering winkels ondersteunen.

4.5 De Oostpoort (Go Stores)

Grootschalige concentratie

- Op grootschalige concentraties inzetten op doelgerichte en laagfrequente aankopen.
- Vestigen van winkels die door volumineuze karakter van de gevoerde artikelen en/of de aard en de schaal van de zaak niet of zeer moeilijk inpasbaar zijn in of aan de rand van de bestaande winkelcentra en winkels die sterk gerelateerd zijn aan het thema 'wonen'.
- Ruimtelijke clustering op een aangewezen locatie is uitgangspunt.
- Goede bereikbaarheid en voldoende parkeergelegenheid.

Voor De Oostpoort is het de ambitie om de lokaal en regionaal verzorgende functie in de perifere en grootschalige detailhandel te handhaven, waarbij het thema 'wonen' leidend is. Het streven is er hierbij op gericht dat De Oostpoort enkel ruimte biedt aan functies die niet inpasbaar zijn in bestaande / perspectiefrijke winkelgebieden binnen de structuur.

Het grootste deel van De Oostpoort is de afgelopen jaren vernieuwd onder de noemer 'Go Stores'. Hierdoor is de uitstraling aanzienlijk verbeterd en is het aanbod uitgebreid. Buiten het thema 'wonen' zijn er enkele nieuwe aanbieders gevestigd zoals Xenos, Action, Blokker Tuin en BCC waardoor er brancheverbreiding heeft opgetreden. De formules Xenos en Action zijn formules die vanwege aard, omvang (beiden circa 600 m² wvo) en bezoekdoel ook van meerwaarde zouden zijn voor versterking van de binnenstad en/of de wijk- en buurtwinkelcentra. Dankzij de toenemende druk op PDV-locaties is het de verwachting is dat het aantal aanvragen voor dergelijke type winkels gaat toenemen op De Oostpoort. Wanneer dit wordt toegestaan, dan zal De Oostpoort steeds sterker gaan concurreren met het centrum van Roosendaal en de wijk- en buurtwinkelcentra. Het is daarom niet wenselijk een verdere brancheverbreiding voor te staan. Het betreft de branches die ook een recreatief of boodschappengericht bezoekdoel kennen. Het gaat dan om de branches sport en spel, huishoudelijke artikelen, warenhuizen, modische branches en dagelijkse artikelen (supermarkten, versspeciaalzaken en drogisterijartikelen). Ter verduidelijking wordt voorgesteld de volgende branches bij nieuwvestiging op De Oostpoort toe te staan:

- Winkels in de wooninrichtingsbranche (o.a. meubelen, vloerbedekking, woningtextiel, verlichting, babywoonwinkels, keukens, badkamers, sanitair, tegels etc.). In deze branche wordt een minimumomvang per winkel van 500 m² wvo voorge-

steld. De reden voor het hanteren van een relatief kleine minimummaatvoering voor woonwinkels is gelegen in het feit dat in deze branche het 'kijken en vergelijken' belangrijk is en dat de aanwezigheid van speciaalzaken hier in belangrijke mate aan bij kan dragen. Woonspeciaalzaken (inclusief keukens en badkamerzaken) zijn gewoonlijk kleiner dan 1.000 of 1.500 m² wvo en daarom kan een kleinere minimummaat gehanteerd worden.

- Winkels die gerelateerd zijn aan het thema 'in en om het huis'. Het gaat om bruin-, wit- en grijsgoedzaken (detailhandel in audio- en videoapparatuur, grote en kleine elektrische huishoudelijke apparaten, computers en aanverwante apparaten en telecommunicatieapparaten), detailhandel in rijwielen en automaterialen, speciaalzaken op het gebied van tuin, groen en dier en speciaalzaken op het gebied van bouw- en inrichtingsmaterialen (deuren, ijzerwaren en gereedschappen, verf en behang, haarden, etc.). Hiervoor wordt geadviseerd een minimummaatvoering van 1.000 m² wvo aan te houden.
- Detailhandel in auto's, motoren, boten, caravans en tenten (beide laatste in combinatie met kampeerartikelen), 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 en landbouwwerktuigen. Er geldt geen algemeen geldende minimale maatvoering voor perifere vestiging van winkels in de bovengenoemde branches.

Daarnaast is het van belang dat het Oostplein net zoals de overige 2 deelgebieden (Go Stores) een ruimtelijke kwaliteitspuls krijgt door het aanpakken van het gevelbeeld en de overkapping. Een grootschalige uitbreiding van De Oostpoort wordt niet ondersteund, gezien de huidige leegstand en de algemene ontwikkeling op woonboulevards en PDV-locaties. Wel dient in het kader van ruimtelijke herstructurering schaalvergroting mogelijk te zijn en verplaatsing van solitaire detailhandelsvestigingen wanneer hiervoor marktinitiatieven worden ontplooid.

Visie De Oostpoort: vitaal houden

- Geen verdere brancheverbreiding, branchering niet concurrerend aan binnenstad en buurt- en wijkwinkelcentra.
- Verbetering ruimtelijke uitstraling Oostplein in lijn met 'Go Stores'.
- Geen grootschalige uitbreiding, wel positieve houding ten aanzien van schaalvergroting en verplaatsing van solitair gelegen aanbod

4.6 Rosada Factory Outlet

Bijzondere concentratie; themacentrum

- Voldoende kritische massa in een heldere en aantrekkelijke structuur (circuitvorming).
- Een eigen profilering en identiteit is noodzakelijk voor aantrekkingskracht en beleving.
- Ruimtelijke component dient aan te sluiten op het functionele profiel.
- Verblijfskwaliteit door de aanwezigheid van o.a. rustpunten en horeca.
- Goede bereikbaarheid en voldoende parkeergelegenheid.

De positionering van Rosada als factory outletcentrum is een uniek concept binnen de Roosendaalse detailhandelsstructuur en de wijde regio. Om de regionale aantrekkingskracht te behouden en de bovenregionale aantrekkingskracht van Rosada te vergroten, is versterking noodzakelijk. In de huidige vorm is de kritische massa te beperkt om dit te bewerkstelligen. Ter vergelijking: in Bataviastad en Designer Outlet Roermond is respectievelijk 19.000 en 25.000 m² wvo aanwezig ten opzichte van 12.000 m² wvo in Rosada. Daarom wordt de uitbreiding van circa 5.000 m² wvo, die momenteel gerealiseerd wordt, onderschreven. Met de uitbreiding wordt er een grotere (boven)regionale aantrekkingskracht gecreëerd, waar ook de binnenstad deels van kan profiteren. Wel wordt aanbevolen om in de branchering wat nadrukkelijker in te zetten op het hogere segment omdat het gevestigde aanbod redelijk 'mainstream' is. Een eventuele verdere uitbreiding van Rosada is niet aan de orde.

Visie Rosada Factory Outlet: vitaal houden

- Geen verdere uitbreiding aan de orde.

4.7 Solitaire supermarkten

Supermarkten centrumrand

De supermarkten in de centrumrand (Albert Heijn en Jumbo aan de Van Beethovenlaan) vervullen vanwege omvang en ligging een wijkoverstijgende functie en hebben een synergie relatie met de binnenstad. Hierdoor vervullen zij een belangrijke rol binnen de perspectiefrijke structuur. Voor een wijkoverstijgende functie beschikt Jumbo reeds over een moderne schaal van circa 2.100 m² wvo, vanuit dit perspectief is de omvang van Albert Heijn (1.345 m² wvo) op niveau.

Toevoeging grootschalige supermarkt

Het project voor vestiging van een grootschalige supermarkt in Roosendaal speelt al langere tijd. In het verleden is door de gemeenteraad de keuze gemaakt om op de locatie van Jumbo aan de Van Beethovenlaan de mogelijkheid te bieden om tot ontwikkeling van een grootschalige supermarkt te komen. In voorliggende visie wordt deze keuze onderschreven. Een grootschalige supermarkt in de centrumrand komt de consumentenverzorging ten goede en heeft een versterkende werking op de positie van Roosendaal centrum.

Wel worden er een aantal randvoorwaarden gesteld voor vestiging van een grootschalige supermarkt:

- De supermarkt mag maximaal uitbreiden met circa 1.200 m² wvo, wat in lijn is met regionaal beleid. De marktruimte in Roosendaal is te beperkt om een grotere uitbreiding te verantwoorden, zonder dat er effecten optreden op de wijk- en buurtwinkelcentra.
- De locatie moet goed ontsloten zijn binnen de hoofdwegenstructuur van de gemeente, dit vanwege de verzorgingsfunctie voor een ruim gebied.

Daarnaast dient er een nadere onderbouwing plaats te vinden, zoals gepresenteerd in hoofdstuk 5.

Solitaire supermarkten

Roosendaal beschikt over de solitaire supermarktlocaties Agrimarkt (Streuvelslaan) en Dirk van den Broek (Laan van Henegouwen). De supermarkt Aldi Boulevard ligt in een perspectiefarm detailhandelscluster, waardoor deze ook als solitair wordt aangemerkt. Deze supermarkten zijn niet essentieel voor een goede consumentenverzorging. Daarom wordt in de detailhandelsvisie prioriteit gegeven aan versterking / optimalisering van de perspectiefrijke winkelgebieden. De solitaire supermarkten worden bij voorkeur verplaatst naar één van deze perspectiefrijke winkelgebieden. Anders vormt consolidatie op de huidige locatie uitgangspunt. Een verdere uitbreiding op de huidige locaties is niet mogelijk.

4.8 Overige detailhandel

Verspreide bewinkeling

Voor de oude winkelstrips en solitaire winkels die nog verspreid over de stad gevestigd zijn geldt dat het streven erop gericht is deze vormen van bewinkeling verder terug te dringen. Bij leegstand wordt herstructurering naar andere functies voorgestaan.

Afhaalpunten

Het webwinkelen heeft een grote vlucht genomen en heeft ook ruimtelijke consequenties. De bestelde artikelen worden niet alleen bezorgd, maar steeds vaker wordt ook de mogelijkheid geboden de goederen af te halen. Dit gebeurt bij woningen, winkels maar soms ook bij opslag- en/of distributiefaciliteiten op bedrijventerreinen. Ingezet wordt op het integreren van afhaalpunten in bestaande winkelgebieden. Afhaalpunten daarbuiten zijn enkel toegestaan onder de volgende voorwaarden:

- er geen sprake is van een showroom of de verkoop van de aangeboden goederen ter plekke.
- Er is geen sprake van een fysieke winkel .
- Er ontstaan geen ruimtelijke problemen (bereikbaarheid, parkeren etc)
- Er wordt geen overlast voor de omgeving veroorzaakt.
- Er zijn geen negatieve effecten op de (beoogde) detailhandelsstructuur.

Ambulante handel

De gemeente Roosendaal beschikt over een sterk aanbod aan warenmarkten zoals de grote reguliere markt op maandag (grote regionale aantrekkingskracht), de foodgerelateerde markt op zaterdag en de biologische markt op donderdag (allen in het centrum van Roosendaal). Het streven is erop gericht dit aanbod te behouden omdat dit een versterkend effect heeft voor de gevestigde detailhandel.

5. TOETSINGSKADER

5.1 Provinciale- en regionale beleidskaders

De gepresenteerde ontwikkelingsrichting per winkelgebied is passend binnen de Provinciale en regionale beleidskaders die vastgelegd zijn.

Op regionaal niveau is het centrum van Roosendaal gepositioneerd binnen de regionale hoofdstructuur van reguliere winkelcentra en geclassificeerd als regionaal verzorgend centrum (naast Breda, Roosendaal, Bergen op Zoom, Oosterhout en Etten-Leur). De ambitie om de concurrentiekracht van het regionale detailhandelsapparaat te versterken zal wat betreft het recreatieve winkelen in belangrijke mate in deze winkelgebieden ingevuld worden. Een verdere kwalitatieve en kwantitatieve groei van deze centra is in dit verband gewenst, maar mag niet ten koste gaan van elkaars ontwikkelingsmogelijkheden of die van de perspectiefrijke lokaal-verzorgende centra.

Rosada en de Oostpoort behoren tot de regionale hoofdstructuur van perifere clusters. Rosada is geclassificeerd als bovenregionaal themacentrum en de Oostpoort als regionaal cluster van perifere detailhandel. Behoud en versterking van de aanwezige structuur van perifere clusters is uitgangspunt. Nieuwe en vernieuwende winkelontwikkelingen met een regionale en/of bovenregionale uitstraling kunnen, behalve in de grotere hoofdwinkelcentra, in principe alleen in deze perifere centra plaats vinden (binnen de vastgestelde mogelijkheden qua branchering en omvang).

Eventuele nieuwe initiatieven, met een bovenlokale impact, dienen opnieuw aan de provinciale- en regionale richtlijnen getoetst te worden en regionaal te worden afgestemd³. Deze toetsing dient plaats te vinden naast de toetsing op lokaal niveau (paragrafen 5.2 en 5.3).

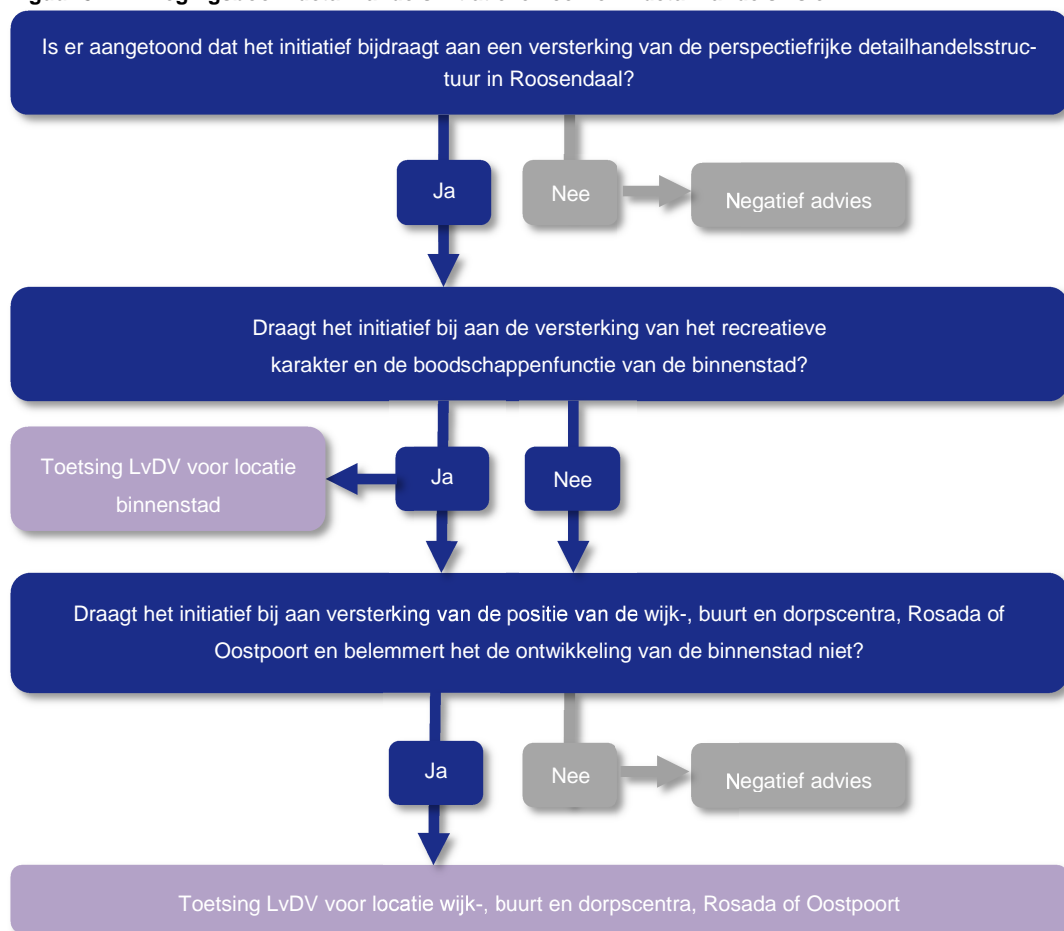
5.2 Toetsing aan visie op de detailhandelsstructuur

Toekomstige initiatieven op het gebied van detailhandel dienen getoetst te worden aan de visie op de detailhandelsstructuur zoals deze hierboven gepresenteerd is. Omdat er topprioriteit gegeven wordt aan de binnenstad en de marktmogelijkheden beperkt zijn, dient per initiatief allereerst beoordeeld te worden of een initiatief van meerwaarde kan zijn voor de versterking van de recreatieve aantrekkingskracht van de binnenstad. Indien het antwoord hierop positief is, dan is de binnenstad de enige aangewezen plek voor de ontwikkeling. Wanneer het antwoord hierop negatief is, dan staat de vraag centraal of het initiatief van meerwaarde kan zijn voor versterking van het profiel van de wijk-, buurt- of dorpscentra, Rosada of Oostpoort zonder dat de positie en het perspectief van de binnenstad belemmerd wordt. Wanneer deze vraag positief beantwoord kan worden, is ho-

³ Werk aan de winkel in de regio. Naar een regionale aanpak ter versterking van de detailhandelsstructuur in Noord-Brabant (25 november 2013) en Detailhandelsvisie West-Brabant 2014-2020.

norering van het initiatief buiten de binnenstad mogelijk binnen de kaders van het detailhandelsbeleid. In figuur 5.1 is de toetsing aan de visie op de detailhandelsstructuur gevisualiseerd. Wanneer dit schema positief doorlopen wordt, dan past het initiatief binnen de gepresenteerde visie op de detailhandelsstructuur. Een nadere onderbouwing aan de hand van de 'Ladder voor duurzame verstedelijking' (afgekort LvDV) is dan noodzakelijk. In de volgende paragraaf wordt hier nader bij stil gestaan.

Figuur 5.1: Afwegingsboom detailhandelsinitiatieven conform detailhandelsvisie



5.3 Toetsing aan de hand van de Ladder

Bij stedelijke ontwikkelingen in het algemeen en detailhandel in het bijzonder wordt steeds meer waarde gehecht aan een duurzaam ruimtegebruik en het voorkomen van substantiële leegstand. Om dit te borgen is door de Rijksoverheid de 'Ladder voor duurzame verstedelijking' per 1 oktober 2012 als motiveringseis in het Besluit ruimtelijke ordening opgenomen. Wanneer een bestemmingsplan gewijzigd dient te worden om een detailhandelsontwikkeling mogelijk te maken, dan is het in veel gevallen verplicht de

'Ladder voor duurzame verstedelijking' (hierna: LvDV) te doorlopen. Omdat er momenteel discussie bestaat over in welke gevallen de Ladder wel en niet verplicht is⁴ kiest de gemeente Roosendaal ervoor bij ieder detailhandelsinitiatief waarvoor een bestemmingsplanwijziging noodzakelijk is de LvDV te doorlopen.

Dit betekent dat voor ieder initiatief de treden van de LvDV doorlopen dienen te worden:

- a. Er wordt beschreven dat de voorgenomen stedelijke ontwikkeling voorziet in een actuele regionale behoefte.
- b. Indien uit de beschrijving, bedoeld in onderdeel a, blijkt dat sprake is van een actuele regionale behoefte, wordt beschreven in hoeverre in die behoefte binnen het bestaand stedelijk gebied van de betreffende regio kan worden voorzien door benutting van beschikbare gronden door herstructurering, transformatie of anderszins.
- c. Indien uit de beschrijving, bedoeld in onderdeel b, blijkt dat de stedelijke ontwikkeling niet binnen het bestaand stedelijk gebied van de betreffende regio kan plaatsvinden, wordt beschreven in hoeverre wordt voorzien in die behoefte op locaties die, gebruikmakend van verschillende middelen van vervoer, passend ontsloten zijn of als zodanig worden ontwikkeld.

In figuur 5.2 zijn de stappen van de LvDV gevisualiseerd.

Met name stap a en b behoeven een nadere toelichting met betrekking tot detailhandel:

- a. Uit de toelichting en de handreiking bij de Ladder komt naar voren dat de behoefte zowel kwantitatief als kwalitatief van aard kan zijn. Verder is aangegeven dat het begrip 'actueel' niet letterlijk opgevat moet worden, het gaat in feite om de toekomstige vraag. De kwantitatieve behoefte kan in kaart gebracht worden door het gevestigde detailhandelsaanbod in de regio in de betreffende sector (inclusief leegstand en harde plannen en initiatieven) te confronteren met de 'vraag' naar een bepaald type aanbod. De regio kan afgebakend worden aan de hand van de reikwijdte van het initiatief. Belangrijke parameters die de vraag c.q. behoefte onderbouwen zijn o.a. het inwonertal en de bevolkingsontwikkeling, de ligging en het verzorgingsbereik van een initiatief en het gemiddelde aanbod per inwoner. Vervolgens is het zaak dat de kwantitatieve bouwstenen geïnterpreteerd worden om de kwalitatieve behoefte en effecten van de voorgenomen initiatief zorgvuldig af te wegen. Denk hierbij aan de effecten op de gewenste ruimtelijk-functionele structuur, de leegstandsontwikkeling en ruimtelijke effecten (zoals parkeerbehoefte, bereikbaarheid, milieu, uitstraling). Maar ook de behoefte aan vernieuwing kan bijvoorbeeld een argument zijn om de kwalitatieve behoefte te onderbouwen. Voor een goede behoefteonderbouwing is het essentieel de kwalitatieve interpretatie centraal te stellen.
- b. Wanneer de regionale behoefte is aangetoond, dient beoordeeld te worden of het initiatief gehuisvest wordt in bestaand stedelijk gebied. Aangezien allereerst getoetst wordt aan de 'visie op de detailhandelsstructuur' (zie paragraaf 5.2, huisvesting in perspectiefrijke winkelgebieden) zal dit bijna altijd het geval zijn. Vervolgens dient be-

⁴ De Raad van State is er niet eenduidig over of bij enkel een functiewijziging van een pand de Ladder ook verplicht is.

keken te worden in hoeverre beschikbare gronden kunnen worden ingezet door herstructurering en/of transformatie. Afgewogen dient te worden of het initiatief redelijkerwijs ook in bestaande leegstaande panden gehuisvest kan worden (door bijv. transformatie of inbreiding) en of het initiatief geen onaanvaardbare effecten heeft op de ruimtelijke kwaliteit van de omgeving in het algemeen. Bij dit laatste gaat het in het bijzonder ook om de invloed van (structurele) leegstand. Uit de jurisprudentie komt naar voren dat hierbij met name de gevolgen voor het woon-, leef- en ondernemersklimaat centraal staan. Ter illustratie: over het algemeen heeft structurele leegstand in een hoofdwinkelcentrum een grotere ruimtelijke impact dan een leegstaand pand in het buitengebied. Indien er toch sprake is van een genomen risico op leegstand als gevolg van de geplande ontwikkeling, dan is het noodzaak zorgvuldig te onderbouwen waarom deze toch acceptabel wordt geacht.

Stap c zal bij de beoordeling van detailhandelsinitiatieven vrijwel nooit aan de orde zijn, omdat met initiatieven wordt aangesloten op de perspectiefrijke structuur van winkelgebieden zoals gepresenteerd in hoofdstuk 3.

5.4 Concrete initiatieven en de Ladder

De ontwikkelingen / initiatieven die gehonoreerd worden in voorliggend detailhandelsbeleid, passen op hoofdlijnen passend binnen de richtlijnen van de 'Ladder voor duurzame verstedelijking'. Echter, een nadere toetsing aan de hand van de LvDV is noodzakelijk op het moment dat een initiatief concreet wordt en een bestemmingsplanwijziging wordt aangevraagd. De reden hiervoor is, dat de parameters om de 'actuele regionale behoefte' te bepalen constant aan verandering onderhevig zijn (denk aan verandering aanbod, bevolkingsontwikkeling, veranderend consumentengedrag etc.). Wanneer er bijvoorbeeld de komende jaren diverse plannen gehonoreerd worden (bijvoorbeeld supermarktplannen), dan zal de behoefte aan uitbreiding langzaam gaan verzadigen en dan komt er een moment dat eventuele uitbreiding de structuur kan aantasten. De regionale behoefte en de effecten op de perspectiefrijke structuur dienen daarom in het kader van de LvDV altijd zorgvuldig afgewogen te worden.

Figuur 5.2: Stappen Ladder voor duurzame verstedelijking

