



# DETAILHANDELSVISIE 2023

## Hendrik-Ido-Ambacht

### Visie-rapport

## Detailhandelsvisie Hendrik-Ido-Ambacht 2023

OPDRACHTGEVER

Gemeente Hendrik-Ido-Ambacht

TITEL

Detailhandelsvisie Hendrik-Ido-Ambacht

Visie-rapport concept

KENMERK

Hendrik-Ido-Ambacht Detailhandelsvisie

DATUM

12 maart 2019

PROJECTTEAM EXPERTTEAM WINKELGEBIEDEN

Marc Majolée

Jaap Kaai



# INHOUDSOPGAVE

Samenvatting	4
Leeswijzer	7
1. Inleiding	8
2. Uitgangssituatie	10
3. Functioneren detailhandel	15
4. Visie op detailhandel	20
5. Uitvoeringskader	30
Bijlagen	35

## SAMENVATTING

De detailhandelsvisie geeft de gemeentelijke visie op de gewenste ruimtelijke en functionele detailhandelsstructuur in Hendrik-Ido-Ambacht en het toekomstbestendig houden en maken van de detailhandel. Daarbij gaat het primair om de detailhandel, de winkels, maar ook om de wisselwerking hiervan met andere publieksgerichte voorzieningen, zoals horeca, diensten, ambachten en cultuur.

De detailhandelsvisie gaat in op de volgende punten:

- Het regionale krachtenveld en trends en ontwikkelingen.
- De huidige detailhandelsstructuur en het functioneren daarvan.
- De opgave voor de detailhandel en de gewenste detailhandelsstructuur.
- Een beleidskader voor nieuwe ruimtelijke detailhandelsplannen.
- Aanbevelingen om de detailhandelsstructuur en de winkelgebieden daarbinnen te versterken.

### *Regionaal krachtenveld en trends en ontwikkelingen bepalen aanbod*

De ligging in de regio Drechtsteden heeft zijn weerslag op de regionale detailhandelsstructuur en de verzorgingspositie van de verschillende winkelgebieden daarbinnen. De hoofdcentra in de regio zoals Zwijndrecht, Ridderkerk en Dordrecht, zijn groter, hebben een regionaal verzorgende functie en oefenen aantrekkingskracht uit op inwoners in Hendrik-Ido-Ambacht. De kansen voor de lokale detailhandel zijn hier meer dan voorheen een afgeleide van.

De belangrijkste trends en ontwikkelingen die mede het toekomstig functioneren van winkelgebieden bepalen zijn:

- consumentengedrag (vergrijzing, dagelijkse aankopen meer lokaal en recreatief winkelen in de grotere centra);
- aanbodzijde (ketens trekken zich terug in de grotere centra, schaalvergroting en schaalverkleining);
- effecten internet (meer online aankopen);
- groeiende behoefte aan beleving en ontmoeten.

### *Overzichtelijke detailhandelsstructuur*

De huidige detailhandelsstructuur in Hendrik-Ido-Ambacht is heel overzichtelijk. Er zijn vier winkelgebieden, De Schoof, Hoog Ambacht, Louwersplein en Reeweg. Daarnaast zijn er twee grootschalige winkels en zijn er relatief weinig verspreide winkels. De winkelgebieden geven een goede basisverzorging aan omliggende woonomgeving op het vlak van de dagelijkse boodschappen. Bewoners geven duidelijk aan hier behoefte aan te hebben en dit te waarderen. De supermarkt(en) zijn de trekkers in de winkelgebieden en worden aangevuld met enkele of meerdere andere winkels.

### *Het functioneren wisselt per winkelgebied*

Op gemeenteniveau gezien is in de dagelijkse sector de afgelopen jaren meer aanbod toegevoegd dan dat de markt in theorie aan kan. Hierdoor staat de vloerproductiviteit van winkels onder druk. In de niet-dagelijkse sector is het aanbod juist wat gekrompen waardoor er nu minder aanbod is dan een paar jaar geleden. Per winkelgebied is het functioneren wisselend. Louwersplein en Reeweg functioneren redelijk goed, met een goede omzet en goede verwachtingen over de ontwikkeling daarbij. Bij De Schoof en Hoog Ambacht blijft de omzet achter bij de verwachting of is de omzet per m<sup>2</sup> wvo laag, voor in de niet-dagelijkse sector. Afgezet tegen het functioneren kan worden geconcludeerd dat er in Hendrik-Ido-Ambacht (te) veel aanbod is.

### *De opgave: minder kwantiteit en meer kwaliteit*

De hiërarchische detailhandelsstructuur in de regio in combinatie met inzicht in het koop- en bezoekgedrag van

consumenten, bepalen de mogelijkheden voor detailhandel in Hendrik-Ido-Ambacht. Op basis hiervan is geconcludeerd dat naar de toekomst toe niet kan en moet worden ingezet op een uitbreiding van het aanbod aan detailhandelsoppervlak: er is eerder behoefte aan minder winkeloppervlak. De focus bij het toekomstbestendig maken van de detailhandelsstructuur ligt dan ook primair bij verbeteren van de kwaliteit en uitstraling van de centra en niet-winkelfuncties, versterken van de samenwerking tussen de ondernemers onderling en met de gemeente en vastgoedeigenaren en inzet op profilering richting de consument.

### *Ambitie*

Met de visie op de detailhandelsstructuur heeft de gemeente de volgende ambitie:

- concentratie van detailhandel en andere voorzieningen in de winkelgebieden;
- het compacter maken van de winkelgebieden;
- een completer passend aanbod bieden in de winkelgebieden;
- meer comfort en gemak te realiseren in de winkelgebieden en de openbare ruimte, de looproutes, de parkeergelegenheid, uitstraling, voorzieningen etc.
- meer beleving creëren door een (evenementen, branche- en activiteiten-) programma op te zetten en betere inrichting, presentatie en meer sfeer. Zowel on- als offline. Immers, de consument oriënteert zich voor 95% online thuis op de bank.

### *Hoofdlijn visie*

In de visie op een toekomstbestendige detailhandelsstructuur en bij het uitwerken aan een sterke ruimtelijke en functionele structuur stelt de gemeente de volgende punten centraal:

- Voortbouwen op bestaande structuur en concentratie aanbod: de bestaande structuur is goed en wordt niet veranderd. Binnen deze structuur worden ontwikkelingen mogelijk gemaakt en aanbod geconcentreerd.
- Minder kwantiteit: het toevoegen van (veel) nieuw detailhandelsoppervlak is niet aan de orde.
- Meer kwaliteit: ingezet wordt op het verbeteren van de kwaliteit van het detailhandelsoppervlak, binnen de contouren van de detailhandelsstructuur.
- Sterke compacte en complementaire winkelgebieden: inzetten op het verbeteren van de ruimtelijke en functionele structuur van de winkelgebieden, met een sterke onderscheidende onderlinge positionering.
- Faciliteren van dynamiek, ondernemerschap en innovatie.
- Stimuleren van het samenwerken tussen ondernemers, vastgoed en gemeente.
- Monitoren van ontwikkelingen en uitvoeringsgerichte acties.

### *Toekomstige detailhandelsstructuur*

Het detailhandelsaanbod in Hendrik-Ido-Ambacht heeft voornamelijk een functie voor de dagelijkse boodschappen, aangevuld met alledaagse niet-dagelijkse producten. De structuur wordt gevormd door de volgende winkelgebieden:

- **De Schoof** is en blijft het belangrijkste en grootste winkelgebied in de gemeente. In de provinciale detailhandelsstructuur is De Schoof als te versterken winkelcentrum benoemd. Ingegeven door het regionale speelveld is de insteek het detailhandelsoppervlak niet uit te breiden, maar voor versterking in te zetten op niet-winkelfuncties en het leggen van een ruimtelijk-fysieke relatie met het ontwikkelgebied Graaf Willemlaan;

- **Hoog Ambacht** is en blijft een wijkwinkelcentrum met een bovenwijks karakter. De inzet is gericht op 'vers' in een compacter en meer samenhangend gebied, onder andere door clustering van winkels vs niet-winkels;
- **Louwersplein** is een sterk wijkwinkelcentrum met een compleet pakket aan dagelijkse boodschappen. Hier is behoefte aan verbetering van de ruimtelijke structuur op het gebied van bereikbaarheid en parkeren;
- **Reeweg** behoudt zijn positie als buurtwinkelcentrum met een sociaal-maatschappelijke functie voor de buurt. Ook in de toekomst is daarbij vestiging van een trekker in de dagelijkse sfeer zoals de huidige supermarkt of niet-dagelijkse sfeer wenselijk en noodzakelijk.

Voor het detailhandelsaanbod buiten deze winkelgebieden wordt gestreefd naar concentratie naar één van deze gebieden. Dit is geen actieve inzet, maar reactief op marktontwikkelingen. Enige uitzondering wordt gemaakt voor enkele grootschalige en volumineuze detailhandel, onder andere het grote tuincentrum en de bouwmarkt. Daarvoor is onder voorwaarde vestiging buiten de aangewezen winkelgebieden mogelijk. Uitbreiding van dit aanbod is echter niet aan de orde. In kwantitatieve zin zet de gemeente in op consolidatie.

Aanbevelingen voor versterking van de winkelgebieden via vergroten van de leefbaarheid en attractiviteit, zijn uitgewerkt aan de hand van de volgende 3-deling in de hardware (fysiek) respectievelijk software (overig):

- Ruimtelijk-functionele aspecten, kwantitatief en kwalitatief;
- Organisatorische aspecten, waaronder samenwerking en mogelijkheden voor ondernemersfonds;
- Profilering en positionering, bijvoorbeeld via evenementen, onlinepresentatie, marketing & promotie.

### *Beleidskader*

De geschetste gewenste toekomstige detailhandelsstructuur is feitelijk het beleidskader voor planinitiatieven en een nadere invulling van gemeentelijk beleid en visies en overige ontwikkelingen. Het realiseren van de structuur wordt ingestoken vanuit het principe positief sturen. Daarbij is het een gezamenlijke verantwoordelijkheid, voor gemeente, ondernemers en vastgoedeigenaren, om de ambities, doelstellingen, uitgangspunten en randvoorwaarden uit de visie te realiseren.

Het afwegingsprincipe bij nieuwe initiatieven luidt: "ja, doen... in de winkelgebieden behorend tot de detailhandelsstructuur en draag bij aan de versterking van deze gebieden":

- Nieuwe initiatieven worden gefaciliteerd binnen de contouren van de winkelgebieden, overeenkomstig de typering van het betreffende gebied en de gestelde randvoorwaarden.
- Nieuwe initiatieven dragen positief bij aan het versterken van het profiel en de attractiewaarde van het gebied.
- Indien een initiatief een vastgoedontwikkeling betreft dient met dit initiatief tevens gestreefd te worden naar een kwalitatieve structuurverbetering van het gebied.
- Daarnaast dienen initiatieven te streven naar het terugdringen van leegstand.

## LEESWIJZER

Onderliggende rapportage betreft het visierapport. Gestart wordt met een beknopt weergaven van de punten die de basis voor de visie vormen op basis van een uitgebreide analyse van de uitgangssituatie, zowel in getal als via de schouw en beoordeling van de fysieke situatie. Met de kennis van de regionale context en het beschikbare cijfermateriaal is het huidige en toekomstig functioneren bepaald en daarmee inzicht ontstaan in de marktsituatie, de beperkte mogelijkheden voor uitbreiding en daarmee op het belang niet van kwantitatieve maar inzet op kwalitatieve verbetering richting de toekomst. Met deze constatering en de kaders vanuit de gemeente als vertrekpunt is de ambitie, opgave op hoofdlijnen en per winkelgebied opgesteld. Ten behoeve van alle stakeholders (gemeente, vastgoedeigenaren en gemeente) zijn vervolgens concrete punten en maatregelen benoemd die in het Actieplan Lokale Economie kunnen worden uitgewerkt.

Hoofdstuk 1 geeft weer de aanleiding, doel en het doorlopen traject en proces om te komen tot onderhavige visie. Hoofdstuk 2 bevat de kernpunten van de analyse en daarmee inzicht in de huidige situatie, het vertrekpunt. Aansluitend brengt hoofdstuk 3 in beeld de huidige en toekomstige vraag- en aanbodsituatie, oftewel inzicht in het functioneren en de marktmogelijkheden en de opgave die er ligt. In hoofdstuk 4 wordt vervolgens de visie en het beleid uitgewerkt voor de detailhandelsstructuur als geheel en per winkelgebied. Het laatste hoofdstuk 'uitvoeringskader' bevat aanbevelingen waarmee de gemeente en de ondernemers en eigenaren aan de slag kunnen gaan en het beleidskader dat hierbij hoort voor nieuwe initiatieven.

Het separate analyserapport vormt de basis voor de visie. Het biedt op basis van een uitgebreide analyse met betrekking tot de vraag- en aanbod situatie in de gemeente en per winkelgebied en de algemene landelijke trends en ontwikkelingen de kernpunten voor de visie voor de toekomst zoals verwoord in onderliggend rapport. In de achtergrondrapportage zijn ook opgenomen de uitkomsten van de peiling onder de bewoners en bezoekers en de ondernemersverenigingen van de winkelgebieden.

# 1. INLEIDING

## *Nieuwe detailhandelsvisie*

In december 2017 heeft de gemeenteraad van Hendrik-Ido-Ambacht, na het beëindigen van de bestemmingsplanprocedure voor het uitbreiden van winkelcentrum De Schoof, aangegeven de geldende detailhandelsstructuurvisie uit 2014 niet langer als beleidskader voor nieuwe detailhandelsplannen te gebruiken. De gemeenteraad heeft besloten: *'het volgende College op te roepen om na de gemeenteraadsverkiezingen van maart 2018 een voorstel te ontwikkelen voor de opstelling van een nieuwe detailhandelsstructuurvisie en met dit voorstel nadrukkelijk in te gaan op de wijze waarop inwoners en winkeliers hierbij betrokken worden'*.

Het nieuwe College heeft dit besluit bevestigd en het proces voor een nieuwe detailhandelsvisie in gang gezet. Hiervoor zijn de volgende uitgangspunten meegegeven:

- *De nieuwe detailhandelsvisie doet uitspraken over de toekomstbestendigheid van de detailhandel van Hendrik Ido Ambacht;*
- *De Schoof wordt niet uitgebreid, wel verbeterd;*
- *De eigenaars en winkeliers van De Schoof hebben een belangrijke verantwoordelijkheid in de verbetering van het winkelcentrum.*

Onderliggende rapportage is het resultaat van het gelopen proces en geeft de visie op de detailhandelsstructuur in de gemeente Hendrik-Ido-Ambacht tot 2023. De visie geeft tevens input voor de nader uit te werken gebiedsvisie voor de Graaf Willemlaan. Daarin is de samenhang tussen De Schoof en de Graaf Willemlaan op het vlak van functionele invulling, verkeer, parkeren, zichtrelaties en uitstraling een belangrijk gegeven.

## *Inhoudelijke kaders en inzichten*

De nieuwe detailhandelsvisie geeft ruime aandacht aan de gewenste structuur en een visie op het toekomstbestendig houden van de detailhandel. Daarbij gaat het niet alleen om de winkels, maar ook om de wisselwerking hiervan met andere publieksgerichte voorzieningen, zoals horeca, (sociaal-maatschappelijke) diensten, ambachten en cultuur. Verder gaat de visie op de inhoudelijke kaders en geeft antwoord op:

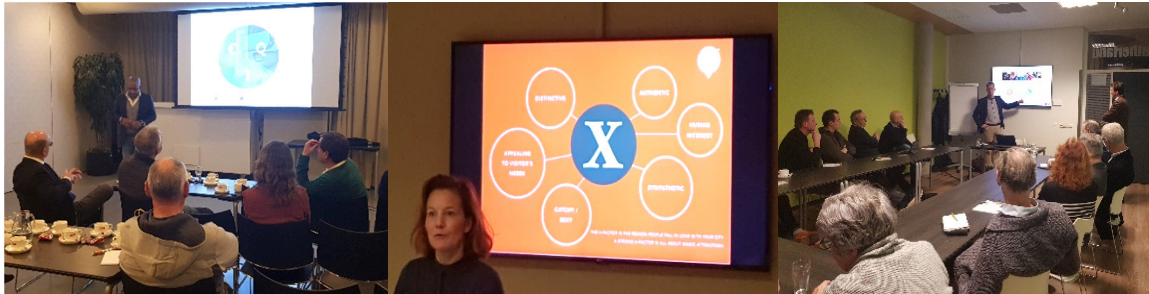
1. De trends en ontwikkelingen in de detailhandelssector
2. Het bieden van een beleidskader voor nieuwe ruimtelijke detailhandelsplannen. Met als centraal thema: vasthouden aan de huidige structuur of aanpassing van de structuur?
  - Houden alle winkelcentra een positie in de (toekomstige) detailhandelsstructuur?
  - Wat is de positie van de detailhandel t.o.v. de omringende gemeenten en winkelgebieden?
  - Welke keuzes worden gemaakt rond, perifere detailhandel, pick-up-points, kringloopwinkels, ondergeschikte detailhandel en verspreide of versnipperde detailhandel?
3. Richting geven aan de versterkingsmogelijkheden van de winkelgebieden, gericht op leefbaarheid en attractiviteit en uitgewerkt naar:
  - Ruimtelijk-functionele aspecten, kwantitatief en kwalitatief;
  - Organisatorische aspecten, waaronder samenwerking en mogelijkheden voor ondernemersfonds;
  - Profileren en positionering, bijvoorbeeld via evenementen, onlinepresentatie, marketing & promotie.



### Proces en participatie

De betrokkenheid van bewoners (inwoners, omwonenden en consumenten) en ondernemers (vastgoedeigenaren en winkeliers (inclusief horeca, ambacht en dienstverlening)) wordt door het College en de raad erg belangrijk gevonden. Bij de totstandkoming zijn deze partijen dan ook op een passende wijze en op verschillende momenten betrokken. Voor het opstellen van de visie is het volgende proces doorlopen:

- Er is gewerkt met een projectorganisatie van een kernteam en een klankbordgroep. Het kernteam, bestaande uit ambtenaren van de gemeente, was verantwoordelijk voor inhoudelijke begeleiding en het algehele proces. De klankbordgroep, met vertegenwoordigers van de winkeliers- en ondernemersverenigingen en lokale intermediairs, reflecteerde op de inhoud en gaf feedback op de uitkomsten. Daarnaast zijn enkele individuele gesprekken gevoerd met belanghebbenden.
- De bevolking is betrokken door middel van een online peiling. In de peiling is gevraagd naar een beoordeling van de winkelgebieden en het koopgedrag. Totaal hebben ca. 600 mensen deelgenomen.
- De besturen en vertegenwoordigers van de winkelgebieden zijn, middels een schriftelijke enquête, gevraagd naar het functioneren van de winkelgebieden en een beoordeling van deze gebieden.
- Een werkconferentie is gehouden met een brede vertegenwoordiging van stakeholders in de gemeente, waaronder ondernemers, raadsleden en inwoners. Tijdens de conferentie zijn in deelsessies verschillende thema's verder uitgediept, in samenwerking met externe deskundigen. Dit waren de thema's 'levendigheid in winkelgebieden'(Urban Solutions), 'de consument centraal' (*HISA / Discvision*) en 'nieuwe vormen van detailhandel' (*WYNE*).



Bij aanvang is de raad betrokken in proces in een bijeenkomst waarin het proces en project inhoudelijk is toegelicht. Afstemming met de wethouder heeft tussentijds op diverse momenten plaatsgevonden.

Voor De Schoof is de relatie met en afstemming op de gebiedsontwikkeling Graaf Willemlaan nadrukkelijk onderzocht en meegenomen bij het bepalen van de toekomstmogelijkheden. Daarbij heeft afstemming plaatsgevonden met de ondernemers en vastgoedeigenaren van De Schoof en is aandacht besteed aan de samenhang en relatie in functioneel, verkeerskundig en visueel opzicht. Dit vanuit het streven een veilige, attractieve en goede relatie tussen beide gebieden te bewerkstelligen.

## 2. UITGANGSSITUATIE

In onderliggend hoofdstuk is de huidige detailhandelsstructuur in Hendrik-Ido-Ambacht omschreven. Er wordt ingegaan op de vraag- en aanbodsituatie. Hoeveel inwoners telt de gemeente, wat is het draagvlak, hoeveel winkelaanbod, wat is de spreiding van dit aanbod en wat zijn de sterke en zwakke kanten? Het hoofdstuk geeft daarmee inzicht in de opgaven en kansen die er zijn om de detailhandelsstructuur te versterken. De hoofdlijnen en belangrijkste punten zijn omschreven. De separate analyserapportage geeft meer uitgediepte informatie met inbegrip van de uitkomsten van de bewoners- en ondernemerspeiling.

### Vraagsituatie

#### *Aantal inwoners en ontwikkeling*

De gemeente Hendrik-Ido-Ambacht telde in 2018 ongeveer 30.700 inwoners. Dit aantal inwoners is de afgelopen jaren sterk gestegen door de realisatie van woningbouw in Vinex-wijk Volgerlanden. Daar is de bevolking toegenomen met ruim 3.500 inwoners. In andere wijken is de bevolking stabiel of licht gedaald. Voor de komende jaren geven prognoses aan dat het aantal inwoners nog licht blijft toenemen.

*Tabel 2.1: bevolkingsontwikkeling gemeente Hendrik-Ido-Ambacht<sup>1</sup>*

	Aantal Inwoners
2010	26.880
2018	30.680
2020	31.181
2023	32.385

#### *Bevolkingssamenstelling*

De bevolking van de gemeente Hendrik-Ido-Ambacht vertoont de volgende karakteristieken:

- Relatief jonge bevolking: 21% is jonger dan 15 jaar, tegen gemiddeld 17% in de regio (Drechtsteden<sup>2</sup>).
- Deze jonge bevolking woont vooral in de wijk Volgerlanden: 25% van de bevolking is jonger dan 15 jaar. In andere wijken is de leeftijdsopbouw meer gemiddeld;
- Relatief weinig senioren: 16% is ouder dan 65 jaar, tegen 19% in de regio. Alleen in de wijk Krommeweg wonen relatief veel senioren;
- De gemeente kent een relatief welvarende bevolking met verhoudingsgewijs veel gezinnen met een bovengemiddeld inkomen;
- Er zijn relatief veel huishoudens met kinderen, die op basis van hun levensfase bovengemiddeld besteden.

<sup>1</sup> Bron: gemeente Hendrik-Ido-Ambacht kadernota

<sup>2</sup> De regio Drechtsteden omvat de gemeenten: Alblasterdam, Dordrecht, Hardinxveld-Giessendam, Hendrik-Ido-Ambacht, Papendrecht, Sliedrecht en Zwijndrecht

## Aanbodsituatie

### *Regionaal krachtenveld*

De detailhandel in Hendrik-Ido-Ambacht wordt sterk beïnvloed door het regionale speelveld. Hendrik-Ido-Ambacht is onderdeel van de provinciale detailhandelsstructuur, waarin De Schoof als te versterken winkelcentrum is benoemd. Vanuit deze structuur is ook de regionale detailhandelsstructuur beschreven in de regionale detailhandelsstructuurvisie. De ligging in de regio Drechtsteden heeft zijn weerslag op de regionale detailhandelsstructuur en de verzorgingspositie van de verschillende winkelgebieden daarbinnen.

De positie van te versterken winkelcentrum legitimeerde het plan voor kwantitatieve versterking van De Schoof uit 2017. Met het schrappen van de versterkingsplannen voor de Schoof, de ontwikkelingen in de detailhandel van de afgelopen twee jaar en in de toekomst, is de afhankelijkheid van de regionale detailhandelsstructuur met de grotere winkelgebieden in omliggende gemeenten toegenomen. De kansen voor de lokale detailhandel zijn hier meer dan voorheen een afgeleide van. De hoofdcentra in de regio zoals Zwijndrecht, Ridderkerk en Dordrecht, zijn groter, hebben een regionaal verzorgende functie en oefenen aantrekkingskracht uit op inwoners in Hendrik-Ido-Ambacht.

### *Detailhandelsstructuur met drie karakteristieken*

Hendrik-Ido-Ambacht telt in totaal iets meer dan 37.000 m<sup>2</sup> aan winkelvloeroppervlak (wvo), verdeeld over 92 winkels. In vergelijking tot het aantal inwoners en afgezet tegen landelijke gemiddelden is dit weinig. Per 1.000 inwoners is er ca. 1.200 m<sup>2</sup> wvo t.o.v. bijna 2.000 m<sup>2</sup> wvo voor vergelijkbare plaatsen met 30.000 inwoners.

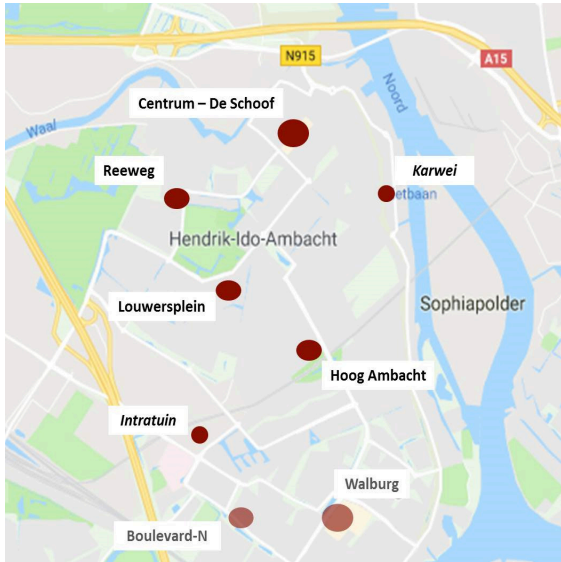
*Tabel 2.2: detailhandelsaanbod gemeente Hendrik-Ido-Ambacht<sup>3</sup>*

	dagelijks		niet-dagelijks		totaal	
	Aantal winkels	M <sup>2</sup> wvo	Aantal w.	M <sup>2</sup> wvo	Aantal w.	M <sup>2</sup> wvo
Centrum – De Schoof	14	3.479	28	5.460	42	8.939
Reeweg	3	836	1	60	4	896
Louwersplein	8	1.729	2	172	10	1.901
Hoog Ambacht	8	3.307	7	1.094	15	4.401
Overig	3	189	18	20.961	21	21.150
<b>Totaal</b>	<b>36</b>	<b>9.540</b>	<b>56</b>	<b>27.747</b>	<b>92</b>	<b>37.287</b>

<sup>3</sup> Bron: Onderzoekscentrum Drechtsteden

De huidige detailhandelsstructuur en spreiding van het aanbod is samen te vatten in drie karakteristieken.

*Kaart 2.1: detailhandelsaanbod*



1. De **vier winkelgebieden**, De Schoof, Reeweg, Louwersplein en Hoog Ambacht, vormen de **basis van de detailhandelsstructuur**. Dit zorgt voor een overzichtelijke en duidelijk afgebakend structuur.
2. Bijna de helft van al het winkelloppervlak is in één van deze gebieden gevestigd. In de dagelijkse sector (supermarkten, vers speciaalzaken en drogisterijen) is vrijwel al het aanbod hier gevestigd. Het winkelaanbod is daarmee **sterk geconcentreerd**. Een kleine 5.500 m<sup>2</sup> wvo is verspreid gevestigd, ofwel solitair ofwel in een kleine winkelstrip, zoals Brederodehof. Dit is 'slechts' 25% van het totaal. Landelijk gezien is vaak 30% tot 40% van het aanbod verspreid gevestigd.
3. Er zijn **twee grootschalige winkels**, het tuincentrum Intratuin (9.500 m<sup>2</sup> wvo) en bouwmarkt Karwei (6.000 m<sup>2</sup> wvo). Samen beslaan deze winkels 40% van het oppervlak in de gemeente en leggen daarmee een groot beslag op de totale omvang van het aanbod.

### *Horeca- en leisure-aanbod*

Hendrik-Ido-Ambacht beschikt over weinig aanbod aan horeca, cultuur en leisure-voorzieningen; in alle segmenten bedraagt het aanbod de helft van wat in vergelijkbare kernen met 20.000 tot 30.000 inwoners wordt aangetroffen. Opgemerkt moet worden dat Hendrik-Ido-Ambacht in een sterk verstedelijkt gebied ligt en hierdoor een sterke onderlinge uitwisseling heeft met omliggende gemeenten. Ook op het vlak van voorzieningen. Dit kan een verklaring zijn voor het beperkte aanbod.

Binnen de trends van de opkomst van de flex- en diensteneconomie en het steeds meer uit huis eten en drinken, is het beperkte aanbod een indicatie voor marktruimte. Het beperkte aanbod aan horeca en diensten/ambachten biedt kansen voor nieuwe aanbieders.

## Kwaliteiten winkelgebieden

Onderstaande beoordeling van de kwaliteiten van de winkelgebieden in de huidige situatie zijn gebaseerd op een combinatie van een schouw van de winkelgebieden aan de uitkomsten van de peiling onder bewoners en bezoekers van de centra en de ondernemers zelf en de uitkomsten van KSO 2018.

**De Schoof** biedt, zo blijkt uit de online bevolkingspeiling, volgens bewoners een goede basis voor de dagelijkse boodschappen, met veel gemak, goede bereikbaarheid en parkeermogelijkheden. De supermarktcombinatie wordt als sterk ervaren. De ondernemers geven aan dat het functioneren en de omzet van het dagelijkse aanbod voldoende is. In de niet-dagelijkse sector blijft de omzet volgens hen achter. Toch zijn ondernemers positief en waarderen vooral de bereikbaarheid en samenhang van het aanbod. Horeca is er onvoldoende en de leegstand is groot. Leegstand is een momentopname en dit oordeel is gegeven voor de komst van Action

waarmee de leegstand verminderd; 'de kans op leegstand' blijft groot gelet op de landelijke ontwikkelingen. Ondernemers vinden zelf dat de sfeer en profilering van het gebied beter kunnen. Hierover zijn de bewoners het eens met de ondernemers.

Veel inwoners vinden dat De Schoof het centrumhart van Hendrik-Ido-Ambacht is of kan worden. Om dit te bewerkstelligen moet volgens hen wel het aanbod aan voorzieningen worden verbeterd. Daarnaast zijn meer kwaliteit, meer diversiteit, meer beleving, gezelligheid en horeca volgens de bewoners nodig om De Schoof nog beter als centrumhart te positioneren.

**Hoog Ambacht** onderscheidt zich, volgens de online peiling, vanwege enkele goede specifieke winkels en geeft tevens een goede basis voor de dagelijkse boodschappen. De bereikbaarheid, parkeermogelijkheden en uitstraling (onder andere de ruimtelijke opzet en moderne presentatie) worden als goed beoordeeld. Ondernemers beamen dit. Zij vinden de samenhang van het aanbod echter minder sterk en de ligging van de winkels is niet optimaal. Bovendien, zo geven zij aan, blijft de omzet achter bij de verwachtingen. Voor de toekomst verwachten ondernemers wel een stijging.



**Het Louwersplein** geeft, volgens de inwoners, eveneens een goede basis voor de dagelijkse boodschappen, met name voor de direct omwonenden. De supermarkt wordt gezien als de trekker, evenals enkele sterke lokale speciaalzaken. Ondernemers zijn evenzo positief over het aanbod en de samenhang daarvan. Het functioneren is volgens hen goed net als de omzet en het toekomstperspectief. Het grootste knelpunt volgens ondernemers is het parkeren rondom het winkelgebied.

**Reeweg** is het kleinste winkelgebied van Hendrik-Ido-Ambacht, met een (kleine) supermarkt als trekker. Voor bewoners heeft deze winkel (en de andere) een belangrijke dagelijkse verzorgingsfunctie voor omliggende buurten. Dit wordt beaamd door de ondernemers. Volgens hen is het aanbod passend bij de verzorgingsfunctie van het winkelgebied. De bereikbaarheid en parkeermogelijkheden zijn goed en de omzet evenals de ontwikkeling daarvan stemt gunstig.

De waardering van de winkelgebieden door bewoners en bezoekers van de centra (bron: KSO 2018) leidt tot de volgende constatering:

- Men is goed te spreken over netheid, bereikbaarheid en parkeren van de centra. Minder tevreden is men over het winkelaanbod, maar vooral over het horeca-aanbod, de evenementen en voorzieningen;
- Ten opzichte van 2016 is de waardering voor het aanbod en de evenementen behoorlijk afgenomen;
- De eigen inwoners beoordelen hun winkelgebieden op deze onderdelen nadrukkelijk minder positief dan bezoekers van elders.

Tabel 2.3: Rapportcijfers winkelgebieden Hendrik-Ido-Ambacht met benchmark en vergelijking 2016 (bron: KSO 2018)

Rapportcijfers winkelvoorzieningen	inwoners	overige bezoekers	totaal	benchmark	totaal 2016
<b>Totaal oordeel</b>	7,5	7,8	7,6	7,7	7,6
Winkelaanbod	6,9	7,5	7,0	7,3	7,0
Sfeer en uitstraling	7,0	7,4	7,1	7,3	7,2
Veiligheid	7,8	7,8	7,8	7,8	7,8
Netheid (schoonmaak/onderhoud)	7,8	7,8	7,8	7,8	7,9
Parkeermogelijkheden auto	7,8	8,2	7,9	7,8	8,1
Stallingsmogelijkheden voor de fiets	7,3	7,9	7,4	7,6	7,6
Bereikbaarheid per auto	8,1	8,3	8,1	8,0	8,3
Bereikbaarheid per openbaar vervoer	5,9	6,1	5,9	6,6	6,7
Horeca-aanbod	5,6	6,6	5,7	6,5	5,9
Evenementen	5,1	6,3	5,3	6,0	5,9
Faciliteiten bijv. wc, wifi, afhaalpunt, bankjes	5,5	6,3	5,6	6,0	5,9

## Resumé

De detailhandelsstructuur is heel overzichtelijk. Er zijn vier winkelgebieden, twee grootschalige winkels en relatief weinig verspreide winkels. De winkelgebieden geven een goede basisverzorging voor de dagelijkse boodschappen. Bewoners geven duidelijk aan hier behoefte aan te hebben en dit te waarderen. Het aanbod is daarmee passend. De supermarkt(en) zijn de trekkers in de winkelgebieden aangevuld met enkele of meerdere andere winkels. Het functioneren van de winkelgebieden is wisselend. Louwersplein en Reeweg functioneren redelijk goed, met een goede omzet en goede verwachtingen over de omzontontwikkeling. Bij De Schoof en Hoog Ambacht blijft de omzet achter bij de verwachting of is de omzet per m<sup>2</sup> wvo laag, voor in de niet-dagelijkse sector.

### 3. FUNCTIONEREN DETAILHANDEL

Het Randstand koopstromenonderzoek<sup>4</sup> geeft goed inzicht in het koopgedrag van inwoners van Hendrik-Ido-Ambacht en de regio. Waar kopen mensen en waarom. Op basis hiervan kan, tezamen met de online peiling onder de inwoners en de analyse van het detailhandelsaanbod, een benadering worden gemaakt van het economisch functioneren van de detailhandel. Dit functioneren geeft een indicatie van de kwantitatieve marktmogelijkheden. Met andere woorden hoeveel detailhandelsoppervlak is reëel voor Hendrik-Ido-Ambacht.

#### Koop- en bezoekgedrag

##### *Dagelijkse boodschappen dicht bij huis*

De dagelijkse boodschappen worden, conform landelijk beeld, veelal dicht bij huis gedaan. Het gemak van de nabijheid en de goede bereikbaarheid zijn belangrijke bezoekmotieven. De winkelgebieden in Hendrik-Ido-Ambacht worden gewaardeerd vanwege het (passende) basisaanbod, de supermarkt(en) en de aanwezigheid van goede specifieke winkels.

Van de dagelijkse bestedingen wordt 80% gedaan bij detailhandel in de gemeente zelf, 20% wordt daarbuiten uitgegeven. In vergelijking met provinciale gemiddelden is dat laatste percentage relatief hoog, maar verklaarbaar. Hendrik-Ido-Ambacht ligt dicht tegen plaatsen als Ridderkerk en Zwijndrecht. Consumenten zien geen gemeentegrenzen en doen met hetzelfde gemak boodschappen in een andere gemeente. Andersom doen ook inwoners van Zwijndrecht en Ridderkerk weer boodschappen in Hendrik-Ido-Ambacht.

##### *Niet-dagelijkse sector; vooral alledaagse producten*

In de niet-dagelijkse sector is de koopkrachtbinding laag. Het aanbod in de gemeente wordt vooral gebruikt voor doorsnee alledaagse producten, zoals bloemen, huishoudelijke artikelen, algemeen textiel. Dit uit oogpunt van gemak, routine, bekendheid, etc. Ook de winkelcentra Walburg (Zwijndrecht) en Ridderhof (Ridderkerk) spelen hierin een rol. Voor het echte recreatieve winkelen of shoppen gaan mensen naar Dordrecht of Rotterdam.

De winkelgebieden in Hendrik-Ido-Ambacht hebben dus vooral een lokaalverzorgende functie. Enige uitzondering hierop vormt de Schoof waar 28% van de bestedingen in de niet-dagelijkse sfeer van buiten de gemeente komen te weten uit Zwijndrecht, Ridderkerk en Alblasserdam.

In de niet-dagelijkse sector is internet een belangrijk aankoopkanaal geworden. Inmiddels gaat bijna een kwart van de bestedingen via internet. Voor de dagelijkse sector is deze rol nog marginaal. Dit is in Hendrik-Ido-Ambacht niet anders dan elders in Nederland.

<sup>4</sup> Randstad Koopstromenonderzoek 2018, I&O Research

### *Nabijheid, bereikbaarheid en aanbod belangrijk*

Uit de peiling onder inwoners blijkt dat zij vooral kiezen voor een winkelgebied vanwege de nabijheid, bereikbaarheid en het aanbod. Wat betreft nabijheid en bereikbaarheid, gaat het niet om de specifieke ligging, ofwel 'het centrum dat het meest dichtbij ligt'. Het gaat om de perceptie en de ervaring van het gemak van winkels in de buurt. In feite kan dit ook een winkelcentrum zijn dat net wat verder ligt, maar wel makkelijker bereikbaar is of op de route ligt. De keuze voor een winkelgebied wordt in mindere mate bepaald door de sfeer of inrichting.

### *Bezoek horeca en leisure*

Wat betreft horeca- en leisure-oriëntatie is er een duidelijk lokale/regionale contour van Hendrik-Ido-Ambacht, Ridderkerk, Zwijndrecht, Alblasterdam en Dordrecht, zo blijkt uit de online peiling. Hier worden restaurants bezocht, een hapje gegeten en een bezoek aan het theater gedaan. Barendrecht en omgeving evenals Papendrecht en Sliedrecht staan veel minder in deze scope. Dit beeld wijkt niet veel af van landelijke gemiddelden. Alleen in grote steden en onder 'jong volwassenen' is het bezoek aan restaurants hoger<sup>5</sup>.

Het bezoek aan cafés is laag. Hierbij moet worden opgemerkt dat de landelijke trend van het pure (traditionele) cafébezoek, net als het aantal cafés in Nederland<sup>6</sup>, afneemt. Het bezoek verschuift naar een breder spectrum van eet- en drinkgelegenheden, zoals koffiebars, biercafés/brouwerijen, ijssalons, lunchcafés, foodhallen en tal van blurring-concepten (combinaties van detailhandel en horeca onder één dag). Dit gaat gepaard met verschuiving naar meer bezoeken overdag en vroege avond.

De bezoekfrequentie aan bioscoop of het theater is laag. Voor het theaterbezoek heeft de Cascade een belangrijke functie en daarnaast wordt doelgericht Dordrecht en vooral Rotterdam of elders gekozen. Voor de bioscoop gaat men naar de regiogemeenten (hoofdzakelijk Alblasterdam, Landvast) of naar Rotterdam en deels naar Dordrecht.

## Huidig functioneren

### *Huidig functioneren*

De confrontatie van de huidige vraag- en aanbodsituatie geeft een indicatie van het functioneren van het detailhandelaanbod in de gemeente, uitgedrukt in omzet per m<sup>2</sup> vwo ofwel vloerproductiviteit. De benadering is gebaseerd op de informatie over draagvlak, bestedingen en koopstromen, die uit de vraag- en aanbodanalyse en het KSO2016 en KSO2018 naar voren komen.

De dagelijkse sector in Hendrik-Ido-Ambacht functioneert momenteel met een gemiddelde omzet € 7.350,-. Dit is lager dan het landelijk gemiddelde van ca € 8.000,- per m<sup>2</sup> vwo. Het aanbod in niet-dagelijkse sector functioneert met een omzet ver onder het gewogen landelijk gemiddelde. Een omzet die nu rond de € 1.475,- ligt, ongeveer 16% onder het gemiddelde.

---

<sup>5</sup> Bron: informatie van Koninklijke Horeca Nederland

<sup>6</sup> Bron: Van Spronsen & partners, branche-informatie



Een eerste conclusie uit deze berekening is dat er in de dagelijkse sector de afgelopen jaren meer aanbod is toegevoegd dan dat de markt in theorie aan kan. Hierdoor is er een overschot van zo'n 8% en staat de vloerproductiviteit van winkels onder druk. In de niet-dagelijkse sector is het aanbod juist wat gekrompen waardoor er nu minder aanbod is dan een paar jaar geleden. Dit neemt niet weg dat er nog steeds een overschot is aan winkelmeters, zo'n 16%. De groei van het aantal inwoners heeft er zodoende niet toe geleid dat er meer draagvlak is ontstaan voor het detailhandelsaanbod.

*Tabel 3.1: economisch functioneren detailhandel gemeente Hendrik-Ido-Ambacht 2016 en 2018*

	Dagelijkse sector		Niet-dagelijkse sector	
	2016	2018	2016	2018
Inwoners	29.408	30.680	29.408	30.680
Omzet per hoofd (€ mln.)	2.590	2.641	2.495	2.538
Totaal omzetspotentieel (€ mln.)	76,2	81,0	73,4	77,9
Koopkrachtbinding	81%	77%	35%	35%
Gebonden omzet (€ mln.)	61,7	62,4	25,7	27,3
Koopkrachttoevoeiing	14%	11%	32%	33%
Omzet door toevoeiing (€ mln.)	10,0	7,7	12,1	13,4
Totale omzet (€ mln.)	71,7	70,1	37,8	40,7
Totaal oppervlak (m <sup>2</sup> wvo)	8.976	9.540	28.919	27.747
Gemiddelde vloerproductiviteit	8.000	7.350	1.325	1.475
Gewogen landelijke vloerproductiviteit	8.036	8.036	1.646	1.646
Verschil te kort/overschot	- 0,4%	- 8,5%	-24%	- 16%

## Marktmogelijkheden

### *Toekomstig functioneren in scenario's*

Een doorkijk is gemaakt naar de toekomstige mogelijkheden, uitgewerkt in scenario's en opgesteld aan de hand van onderstaande uitgangspunten en parameters:

- Volgens de prognoses kan het aantal inwoners iets toenemen tot afgerond ca. 32.000 tot 32.500 inwoners.
- de consumentenbestedingen in de detailhandel stabiliseren doordat consumenten hun prioriteiten en verleggen en meer kwijt zijn aan onder meer zorgkosten en huisvesting.
- de bestedingen via internet nemen toe. Voor de dagelijkse sector wordt uitgegaan van een aandeel van 5% tot 10% in 2025 (nu 3%). In de niet-dagelijkse sector wordt uitgegaan van een aandeel van 30% tot 35% in 2025 (nu ca 24%).
- Wat betreft de koopstromen wordt in de dagelijkse sector uitgegaan van de huidige stand met een binding van rond de 80% en toevoeiing van ca. 10%. En in de niet-dagelijkse sector wordt uitgegaan van een binding en toevoeiing van ongeveer 32 à 34%, gelijk aan de huidige situatie.

**Tabel 3.2: scenario's economisch functioneren detailhandel gemeente Hendrik-Ido-Ambacht in 2025**

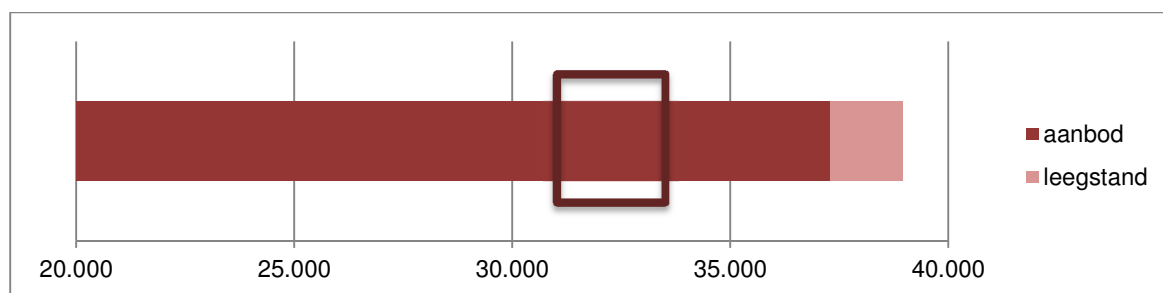
	Dagelijkse sector		Niet-dagelijkse sector	
	Laag	Hoog	Laag	Hoog
Inwoners	32.000	32.500	32.000	32.500
Omzet per hoofd (€ mln.)	2.456	2.588	2.259	2.386
Totaal omzetspotentieel (€ mln.)	78,6	84,1	72,3	77,5
Koopkrachtbinding	80%	80%	35%	35%
Gebonden omzet (€ mln.)	62,9	67,3	25,3	27,1
Koopkrachttoevoeiing	10%	10%	34%	32%
Omzet door toevoeiing (€ mln.)	7,0	7,0	13,0	13,0
Totale omzet (€ mln.)	69,9	74,3	38,3	40,1
Totaal oppervlak (m <sup>2</sup> wvo)	9.540	9.540	27.747	27.747
Gemiddelde vloerproductiviteit	7.325	7.800	1.400	1.450
Gewogen landelijke vloerproductiviteit	8.036	8.036	1.646	1.646
Verschil te kort/overschot	- 9%	- 3%	-18%	- 14%

### Toekomstige marktmogelijkheden

De doorrekening van de scenario's laat zien dat het overschot aan winkelmeters de komende jaren verder zal toenemen, indien de verwachtingen omtrent de toenemende oriëntatie op internet en de teruglopende bestedingen uitkomen. Dit komt uit op een overschot in de dagelijkse sector van bijna 10% en in de niet-dagelijkse sector rond de 20%. Als daarbij ook de bestaande leegstand (ca. 1.600 m<sup>2</sup> wvo) wordt opgeteld, is er dus meer detailhandelsruimte beschikbaar dan dat de markt kan opnemen.

**Tabel 3.3: aanbod en marktmogelijkheden**

	M <sup>2</sup> wvo
Huidig aanbod dagelijks	9.540
Huidig aanbod niet-dagelijks	27.747
Huidig aanbod totaal	37.287
Leegstand	1.660
Aanbod totaal inclusief leegstand (afgerond)	39.000
Marktruimte laag scenario (afgerond)	32.000
Marktruimte hoog scenario (afgerond)	33.600



De tabel en grafiek geven een weerslag van de detailhandelsruimte. Het vierkant in de grafiek is de feitelijke bandbreedte van het haalbare detailhandelsoppervlak binnen de gemeente. Ongeveer 5.000 tot 7.000 m<sup>2</sup> wvo (inclusief de huidige leegstand) aan detailhandelsruimte zou in Hendrik-Ido-Ambacht moeten worden onttrokken aan de markt om de vraag en aanbod beter in evenwicht te laten zijn. Het huidige aanbod is te ruim waardoor winkels een (te) lage omzet per m<sup>2</sup> realiseren. De omzet is te mager en staat niet in verhouding tot de kosten die worden gemaakt om de winkels rendabel te exploiteren.

## Resumé

### *Het functioneren*

In de dagelijkse sector is de afgelopen jaren meer aanbod toegevoegd dan dat de markt in theorie aan kan. Hierdoor staat de vloerproductiviteit van winkels onder druk. In de niet-dagelijkse sector is het aanbod juist wat gekrompen waardoor er nu minder aanbod is dan een paar jaar geleden. Dit neemt niet weg dat ook in deze sector de winkels functioneren met een relatief lage omzet per m<sup>2</sup> wvo. De groei van het aantal inwoners in de afgelopen jaren heeft er niet toe geleid dat er meer draagvlak is ontstaan voor de detailhandel.

De informatie van ondernemers bevestigt dit totaal beeld. Per winkelgebied zijn er wel verschillen. Ondernemers van De Schoof zijn positief over hun eigen functioneren. Ondanks dat de gemiddelde omzet in de niet-dagelijkse sector laag is, verwachten zij wel een toename. In Hoog Ambacht zijn ondernemers negatief over het functioneren en de omzet, toch verwachten ze ook hier een toename. De ondernemers van Louwersplein en Reeweg zijn redelijk positief over het functioneren en de omzetontwikkeling.

### *De invloed van het regionale krachtenveld*

Ten aanzien van het detailhandelsaanbod en het functioneren worden twee constatering gedaan. Enerzijds is er in Hendrik-Ido-Ambacht weinig detailhandelsaanbod, afgezet tegen het aantal inwoners. Anderzijds er is (te) veel aanbod als wordt gekeken naar het functioneren en de gemiddelde vloerproductiviteit. Deze situatie wordt veroorzaakt door het regionale krachtenveld en de hoge stedelijkheid. De vergelijking van het aanbod naar het aantal inwoners moet daarom voor een reëel verhouding binnen deze regionale context worden geplaatst. Er is veel koopkrachtuitwisseling tussen de gemeenten en een sterke oriëntatie vanuit Hendrik-Ido-Ambacht op grotere winkelgebieden in de regio.

De hiërarchische detailhandelsstructuur bepaald de mogelijkheden voor detailhandel in Hendrik-Ido-Ambacht. Gezien de relatief lage vloerproductiviteit is er geen ruimte voor een schaa sprong of substantiële uitbreiding van het oppervlak. Er is eerder sprake van een 'overaanbod'.

### *Veranderende markt*

Naar de toekomst toe zal dit 'overaanbod' eerder toe dan afnemen, zeker als de consumentenbestedingen blijven teruglopen en de oriëntatie op internet groter wordt. De verwachte lichte toename van het aantal inwoners kan dit niet compenseren. Er is een structurele verandering van de markt gaande, vooral in de niet-dagelijks sector. Consumenten kopen anders en bezoeken andere winkelgebieden. De detailhandel reageert hierop, maakt andere keuzes en zoekt andere locaties. Veel landelijke ketens bijvoorbeeld sluiten vooral de winkels in kleinere gemeenten c.q. winkelgebieden om zich te concentreren in grotere winkelgebieden.

## 4. VISIE OP DETAILHANDEL

De detailhandelsvisie geeft de visie op het toekomstbestendig maken van de detailhandel binnen de gemeente Hendrik-Ido-Ambacht. Deze toekomstbestendigheid heeft te maken met het bieden van een goede verzorging aan en inspelen op de behoefte van de inwoners van de gemeente enerzijds en anderzijds het creëren van een aantrekkelijk investerings- en vestigingsklimaat voor de ondernemers. Een belangrijke uitgangspositie voor de detailhandel is de regionale inbedding in de regio Drechtsteden. Deze bepaalt samen met de trends- en ontwikkelingen de toekomstige positionering.

### Hoofdpijn visie

De visie heeft een scope van maximaal vier jaar. Mede door de landelijke trend dat boodschappen lokaal worden gedaan en winkelen steeds meer in de grote steden, is meer nog dan in de voorgaande detailhandelsvisie de relatie met het regionale krachtenveld van belang. Andere (grotere) winkelgebieden in de Drechtsteden (en daarbuiten) bepalen mede de toekomst van de winkelgebieden in Hendrik-Ido-Ambacht.

#### *Ambitie*

Met de visie op de detailhandelsstructuur heeft de gemeente de volgende ambitie:

- concentratie van detailhandel en andere voorzieningen in de winkelgebieden;
- het compacter maken van de winkelgebieden;
- een completer passend aanbod bieden in de winkelgebieden;
- meer comfort en gemak te realiseren in de winkelgebieden en de openbare ruimte, de looproutes, de parkeergelegenheid, uitstraling, voorzieningen etc.
- meer beleving creëren door een (evenementen, branche- en activiteiten-) programma op te zetten en betere inrichting, presentatie en meer sfeer. Zowel on- als offline. Immers, de consument oriënteert zich voor 95% online thuis op de bank.

#### *Uitdagingen en kansen*

In de visie op een toekomstbestendige detailhandelsstructuur en bij het uitwerken aan een sterke ruimtelijke en functionele structuur stelt de gemeente de volgende punten centraal:

##### **1. Voortbouwen op bestaande structuur en concentratie aanbod**

De bestaande opbouw van de detailhandelsstructuur in Hendrik-Ido-Ambacht en de spreiding van winkelgebieden over de gemeente voldoen goed. Hierop wordt verder gebouwd. Het vergroten of aanpassen van het winkelaanbod moet primair binnen of aan de rand van de bestaande winkelgebieden worden gerealiseerd en geconcentreerd.

### 2. Van minder kwantiteit...

Het toevoegen van (veel) nieuwe vierkante meters detailhandel of nieuwe winkelgebieden is niet aan de orde. De verwachting voor Hendrik-Ido-Ambacht is dat er, conform de landelijke trend, geleidelijk minder winkels nodig zijn in de gemeente. Het op voorhand actief saneren van detailhandel is echter niet aan de orde. De gemeente gaat geen winkels sluiten. De gemeente stuurt alleen in de ruimtelijke ordening via omgevingsvisie, bestemmingsplan, etc. (oftewel waar wel en waar niet), de daadwerkelijke invulling is aan de markt.

### 3. ...naar meer kwaliteit

Het realiseren van meer kwaliteit is een gezamenlijke uitdaging voor ondernemers, vastgoedpartijen en gemeente. Vastgoedeigenaren en ondernemers zullen proactief het met elkaar moeten hebben over de kwaliteit en invulling van het vastgoed. En waar de markt flexibiliteit in aanbod van commerciële ruimten naar grootte en uitstraling kan bieden, kan de gemeente meedenken over functionele invulling om zo de dynamiek te faciliteren. Passend binnen de bestemmingsmogelijkheden en aansluitend bij de wensen van de doelgroepen.

Meer kwaliteit houdt ook in dat er voorzichtig wordt omgegaan met nieuwe plannen voor substantiële uitbreiding van het winkeloppervlak. Plannen voor nieuwe winkelometers moeten uniek zijn, een echt duidelijke toegevoegde waarde hebben en/of structurele knelpunten oplossen, wil de gemeente hieraan meewerken. Hierdoor wordt voorkomen dat er een verdere verdunning van de detailhandelsomzet optreedt en wordt leegstand tegengegaan.

### 4. Sterke en complementaire winkelgebieden: de consument moet iets te kiezen hebben!

Primair wordt ingezet op een goede verzorgingsfunctie van de winkelgebieden voor de eigen bevolking. En waar mogelijk voor bezoekers van buiten. Daarbij is een scherpere onderlinge positionering en complementariteit nodig. Niet méér van hetzelfde. Enerzijds verlangt de consument in veel winkelgebieden een vergelijkbare basis. Anderzijds is het voor elk individueel gebied belangrijk een eigen onderscheidende positionering op te bouwen, zodat er sprake is van herkenbaarheid en eigenheid. Dit kan door focus op doelgroepen en onderscheidt (trekkers, promotie, evenementen) ten opzichte van andere gebieden.

De ambitie is gericht op het verbeteren van de ruimtelijke en functionele structuur door concentratie van het aanbod: de bestaande winkelgebieden zijn dé vestigingslocaties voor retailers. Hier zijn volop mogelijkheden en worden kansen geboden. Voor de Schoof denken we verhoudingsgewijs aan meer inzet op ketens in de niet-dagelijkse sfeer en niet-winkelfuncties, voor de overige wijk- en buurtcentra kunnen speciaalzaken in vooral de dagelijkse sfeer en klantgerichtheid per centrum het verschil maken. Concentratie van detailhandelsactiviteiten in de winkelgebieden, betekent dat afhaalpunten of pick-up-points van internetwinkels, binnen de bestaande gebieden kunnen worden gevestigd.

### 5. Faciliteren van dynamiek, ondernemerschap en innovaties in retail

Het is een gezamenlijk belang dat ondernemers inspelen op het veranderende consumentengedrag, de trends en de ontwikkelingen. Wij faciliteren dit onder andere door ruimte te geven aan innovatieve concepten van detailhandel, horeca en diensten en passende regelgeving. Onze impliciete ambitie hierbij is het zorgen voor een 'gelijk speelveld'. Het is aan de ondernemers de consument te bedienen met service, gastheerschap, specialisatie en uniforme openingstijden voor de consument. Afhaalpunten (supermarkten, pakketten, horeca etc.) worden primair bij en in winkelgebieden gesitueerd.

### 6. Samenwerken stimuleren en versterken

Een goede samenwerking is essentieel om de gestelde doelen en ambities te bereiken. Het versterken van de samenwerking via structureel overleg, zowel tussen ondernemers onderling als tussen gemeente, ondernemers en vastgoedeigenaren, vinden wij belangrijk. Op winkelgebiedsniveau, in het bijzonder voor de Schoof, is professionalisering van de samenwerking via en vorm van centrummanagement, al dan niet met aanstellen van een centrummanager en instellen van ondernemersfonds (via BIZ, reclamebelasting etc.), wenselijk.

### 7. Monitoring en actieplannen

Omdat het koopgedrag voortdurend verandert, is het belangrijk de trends en ontwikkelingen te monitoren: meten is weten. Actuele inzichten in de ontwikkelingen maken anticiperen op veranderingen mogelijk, zowel voor ons als gemeente als voor de marktpartijen. Voor vrijwel alle centra die tot de winkelstructuur behoren, moet uiteindelijk een actieplan opgesteld. Dit gebeurt bij het Actieplan Lokale Economie. In de Uitvoeringsagenda (hoofdstuk 5) zijn hiervoor enkele aanbevelingen opgenomen.

## Toekomstige detailhandelsstructuur

### *Regionaal kader*

Zoals eerder aangegeven (aanbodssituatie hoofdstuk 2) worden de huidige en toekomstige mogelijkheden van de detailhandel in Hendrik-Ido-Ambacht sterk beïnvloed door het regionale speelveld. Binnen deze regionale context voorzien grotere winkelgebieden, door omvang en samenstelling van het aanbod, in de behoefte om recreatief te winkelen of te shoppen. Met name de binnenstad van Dordrecht heeft hierin een prominente rol. Daarnaast zijn inwoners ook sterk georiënteerd op de binnenstad van Rotterdam.

De ligging in de regio Drechtsteden in combinatie met de ontwikkelingen in consumentengedrag (ontgroening en vergrijzing), aan de aanbodkant (ketens trekken zich terug in de grotere centra, schaalvergroting en schaalverkleining), effecten van internet (meer online aankopen) en groei in behoefte aan beleving en ontmoeten, heeft zijn weerslag op de regionale detailhandelsstructuur en de verzorgingspositie van de winkelgebieden in Hendrik-Ido-Ambacht. Voor De Schoof wordt ingezet op behoud en versterking als hoofdwinkelcentrum. Hoog Ambacht is een wijkwinkelcentrum met een lokale bovenwijkse verzorgingsfunctie. De overige kleinere winkelgebieden zien de regio weliswaar als kwetsbaar, maar hebben uit oogpunt van leefbaarheid in de wijken een belangrijke rol.

Door in te spelen op de trend waarbij consumenten vooral boodschappen dicht bij huis willen doen, kan de detailhandelsstructuur in Hendrik-Ido-Ambacht, met min of meer de huidige omvang als het gaat om vierkante meters detailhandelsoppervlak, een bepalende rol behouden en toekomstbestendig functioneren. In dit profiel ligt het meeste economisch perspectief voor de winkelgebieden. De niet-dagelijkse sector is daarop aanvullend, middels enkele ketens en 'local heroes', maar heeft geen prominente rol in de gemeente.

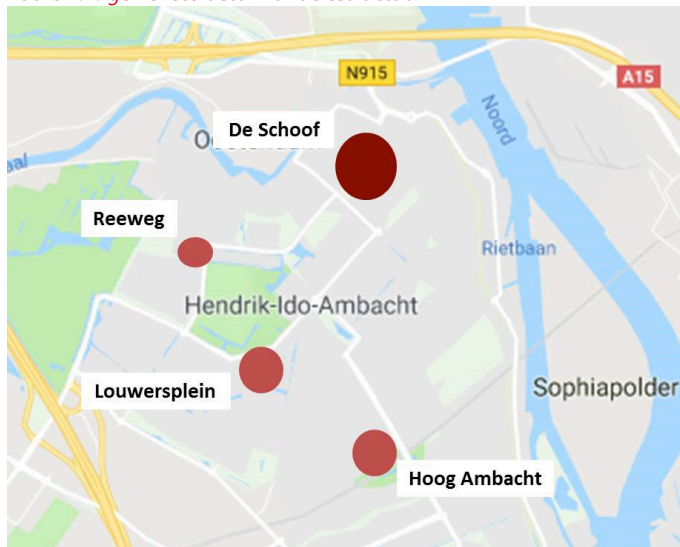
### *Positie winkelgebieden in de detailhandelsstructuur*

Het detailhandelsaanbod in Hendrik-Ido-Ambacht heeft voornamelijk een functie voor de dagelijkse boodschappen, aangevuld met alledaagse niet-dagelijkse producten. De huidige detailhandelsstructuur functioneert goed en wordt goed gewaardeerd door de inwoners. De structuur wordt gevormd door de volgende winkelgebieden:

- **De Schoof** is en blijft het belangrijkste en grootste winkelgebied in de gemeente. Ingegeven door het regionale speelveld is de insteek het detailhandelsoppervlak niet uit te breiden, maar voor versterking in te zetten op niet-winkelfuncties;
- **Hoog Ambacht** is een wijkwinkelcentrum met een bovenwijks karakter. De inzet is gericht op een compacter en meer samenhangend gebied, onder andere door clustering van het dagelijks aanbod;
- **Louwersplein** is een prima wijkwinkelcentrum met een compleet pakket aan dagelijkse boodschappen;
- **Reeweg** is een buurtwinkelcentrum met een sociaal-maatschappelijke functie voor de buurt.

Het detailhandelsaanbod buiten deze winkelgebieden, wordt beschouwd als 'verspreid aanbod'.

*Kaart 4.1: gewenste detailhandelsstructuur*



## Visie per winkelgebied

### *Hoofdcentrum De Schoof*

#### *Verzorgingsfunctie en toekomstbestendigheid*

Vanuit de regionale context met Dordrecht-centrum als belangrijkste recreatief winkelgebied en Walburg als groot stadsdeelcentrum, is de keuze gemaakt om De Schoof niet verder te laten groeien in omvang als het gaat om detailhandel. De Schoof is het grootste winkelgebied in Hendrik-Ido-Ambacht met het meeste aanbod in de dagelijkse en niet-dagelijkse sfeer. Dit is tegelijk de kracht van het gebied waarmee het zich onderscheidt van de andere winkelgebieden in de gemeente. Het wordt algemeen gezien en ervaren als het hoofdcentrum van de gemeente. De huidige concentratie van twee supermarkten aangevuld met een compleet aanbod aan vers speciaalzaken en aanvullende niet-dagelijkse winkels, biedt voldoende 'concentratie' binnen de gemeente en het centrum zelf voor de consument als het gaat om gemak en keuzemogelijkheden.

In het profiel van De Schoof als belangrijkste winkelcentrum van Hendrik-Ido-Ambacht staan verblijven, ontmoeten en samenkomen centraal. De toekomstbestendigheid van het centrum vraagt om in te zetten op:

1. een functionele verbreding van het aanbod
2. toevoeging van niet-winkelfuncties.
3. ruimtelijke verbetering en versterking van de uitstraling
4. organisatie van evenementen en activiteiten doelgroep gericht op sfeer en gezelligheid
5. inzetten van goed ondernemerschap gericht op gastvrijheid.



### *Ruimtelijke versterking*

Een attractieve De Schoof vraagt in de eerste plaats om versterking in kwalitatief ruimtelijk-functioneel opzicht. Mogelijkheden zijn de volgende:

- Momenteel is het winkelgebied sterk naar binnen georiënteerd. Meer openheid en integratie met de directe omgeving bevordert de zichtbaarheid van winkels. Een mogelijke oplossing kan bijvoorbeeld zijn het openbreken van de toegangspoort aan de westkant. Zo ontstaat een betere meer open verbinding met het binnen gedeelte. Dit biedt tegelijk ook kansen om de gewenste fysieke- en zichtrelatie te leggen met de gebiedsontwikkeling aan de 'overzijde 'Graaf Willemlaan'.
- Versterken van de verblijfswaarde in het gebied, zowel binnen als buiten rondom het winkelgebied. In het verleden is gedacht aan overkapping van een deel van het centrum. Dit past minder in de huidige tijdgeest waarin centra juist meer open worden gemaakt en om zo de harde scheiding met de omgeving te slechten. In aansluiting op de gedachten die leeft bij ondernemers zou de ontmoetings- en verblijfswaarde van het centrum kunnen worden vergroot door het creëren van een plein met een prettige inrichting en mogelijkheden voor enige horeca, terrassen en standplaatsen. De zijde aan de Graaf Willemlaan, met een inrichting die communiceert met de gebiedsontwikkeling aldaar, biedt hiervoor kansen.
- Voor de doorbloeding van het winkelgebied is een goede spreiding van parkeervoorzieningen van belang. Dit zoveel mogelijk gekoppeld aan de openingstijden van de verschillende functies: supermarkten, overig aanbod, horeca en dienstverlening.
- Parallel aan het voorgaande zijn goede fietsparkeerfaciliteiten wenselijk. Bij de entrees, geconcentreerd, voldoende veilig en diefstalbestendig. De fiets wordt steeds belangrijker voor de korte afstanden. Goede faciliteiten zijn daarom van belang, ook om overlast op ongewenste plekken te voorkomen.

De relatie met en afstemming op de gebiedsontwikkeling Graaf Willemlaan kan ertoe leiden dat (een deel) van de dienstverlening vanuit het centrum naar de overzijde verplaatst. In functioneel opzicht wordt voor dit gebied niet gedacht aan winkelaanbod; dienstverlening in commercieel en maatschappelijk opzicht zou daar goed passen. Daarnaast dient de weg ter hoogte van het winkelcentrum om de relatie en oversteekbaarheid te bevorderen qua inrichting, snelheid etc. te worden aangepast. En het is wenselijk een goede zichtrelatie tussen beide gebieden te bewerkstelligen.



### *Functionele versterking*

Ten aanzien van detailhandel kan aanvulling worden gezocht in de sport, kleding en schoenenbranche. Met name in deze laatste sector ontbreekt het momenteel aan aanbod. In algemene zin ontbreekt keuze-aanbod op het vlak van 'vrije tijd' en 'in en om het huis'. Dit zijn echter branches die fysiek sterk onder druk staan. Vestiging van dergelijke winkels is een wens, maar ook een grote uitdaging. Daarnaast wordt het deelsegment ook ingevuld door HEMA en Action. Wellicht dat hier alternatieven kunnen worden gevonden door nieuwe concepten. Bijvoorbeeld een formule waarbij de verkoop van huishoudelijke artikelen en speelgoed wordt gekoppeld aan workshopactiviteiten en presentaties. Dergelijke dubbelfuncties kunnen leiden tot haalbare businessmodellen. Dit vraagt al snel om een invulling via (lokaal) ondernemerschap.

In het kader van versterking van de verblijfsfunctie is het streven verbreding met niet-winkels (o.a. horeca) als totaalpakket. Een verbreding van het aanbod met (enige) horeca, ambachten, diensten en sociaal-maatschappelijke functies zorgt voor meervoudige bezoekmotieven. Vooral **sociaal-maatschappelijke** functies zoals een zorgcluster, in combinatie met huisartsenpraktijk, apotheek, bieden perspectief. Inwoners hebben meer motieven het centrum te bezoeken en zullen er vaker en frequenter komen.

**Dienstverlening** zou in de toekomst goed een plek kunnen krijgen in de plinten of aan een te creëren plein in de nieuwe gebiedsontwikkeling. Het kan hier dan zowel gaan om financiële dienstverlening die nu in de Schoof gevestigd is als om nieuwe aanbieders. Ook op gebied van sport (fysio en fitness). De eventueel vrijkomende ruimte kan het beste worden ingevuld door bestaande winkels (via verplaatsing en/of uitbreiding) dan wel met ontbrekend, specialistisch en verrassend zelfstandig en kleinschalige winkelaanbod.

**Horeca** is een functie die in de Schoof niet sterk vertegenwoordigd is. Daarmee gaat de Schoof helemaal voorbij aan de landelijke trend: eten is het nieuwe winkelen! De Schoof heeft nu slechts één lunchroom en een snackbar. Een ijssalon of koffiebar zijn er niet gevestigd en ook avondhoreca ontbreekt. Wat betreft horeca wordt gedacht aan winkelondersteunende dag- en avondhoreca (tot maximaal vooravond, 21.00 uur), zoals een lunchroom, brasserie, ijssalon, koffiecorner, etc. De combinatie van eten en drinken verhoogt de verblijfstijd en daarmee uitgaven in het gebied. Harde (nacht) horeca is niet gewenst in het gebied. Dit past niet bij het winkelaanbod, maar stoort vooral bewoners.

Het toevoegen van horeca vereist keuzes en planologische afstemming als het gaat om geschikte locaties, soort horeca en inrichting openbare ruimte bijvoorbeeld als het gaat om terrasmogelijkheden. Daarnaast willen we met ondernemers nadenken over hoe in te spelen op de trend van 'blurring concepten', waarbij horeca, detailhandel, diensten en ambachten, binnen een formule worden gecombineerd. Sowieso zal ten aanzien van de vestiging en voorwaarden voor horeca met de eigenaar en potentiële ondernemers van gedachten worden gewisseld. Bij het beleidskader (hoofdstuk 5) is aangegeven op welke wijze we horeca kunnen en willen faciliteren als het gaat om 'juist horeca op de juiste plek'.

### *Projecten en maatregelen*

Door het Expertteam Winkelgebieden zijn projecten en maatregelen benoemd om daadwerkelijke uitvoering te geven aan de visie. Zo helder mogelijk zijn aanbevelingen gedaan voor projecten die wenselijk dan wel nodig zijn om het doel te bereiken of die nog verdere uitwerking behoeven.

Aanbeveling projecten	Betrokkenen (trekker dikgedrukt)	Termijn	Prioriteit
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aanpak ruimtelijke structuur (meer extrovert) inclusief pleinfunctie zijde Graaf Willemlaan</li> </ul>	Gemeente, <b>eigenaren</b>	Middellang	Midden
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Parkeercapaciteit en verdeling over centrum</li> </ul>	<b>Gemeente</b> , eigenaren	Middellang	Midden
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Uitstraling en verblijfskwaliteit openbare ruimte</li> </ul>	<b>Gemeente, eigenaren</b>	Kort	Hoog
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Professionaliseren samenwerking via invoer BIZ en/of centrummanagement</li> </ul>	Gemeente, <b>ondernemers</b> , eigenaren	Kort	Hoog
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Versterken marketing en promotie, organisatie evenementen en activiteiten afgestemd op bestaande en potentiële doelgroepen</li> </ul>	Gemeente, <b>ondernemers</b> , eigenaren	Middellang	Midden
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Stimuleren ondernemerschap, gastvrijheid en aantrekken (lokale) ondernemers</li> </ul>	Gemeente, <b>ondernemers</b> , eigenaren	Middellang	Hoog
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Profileren als hét hoofwinkelcentrum</li> </ul>	Gemeente, <b>ondernemers</b>	Kort	Midden
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Profileren als boodschappen aangevuld met niet-dagelijks aanbod, horeca, diensten en overige voorzieningen</li> </ul>	Ondernemers, <b>eigenaren</b>	Middellang	Midden

## Visie op buurt en wijkcentra

### Hoog Ambacht

Het winkelgebied Hoog Ambacht heeft een belangrijke verzorgingsfunctie voor de wijk Volgerlanden. Daarnaast, mede door de twee supermarkten en toegevoegde waarde van het park, heeft het ook een bovenwijkse aantrekkingskracht op bezoekers uit de rest van de gemeente Hendrik-Ido-Ambacht en uit Zwijndrecht. De supermarkten vormen een goede basis voor het aanbod en bepalen het profiel van het winkelgebied gericht op de dagelijkse boodschappen. Ze worden aangevuld met meerdere levensmiddelenwinkels en een drogisterij. Daarmee biedt het winkelgebied een vrij compleet pakket aan dagelijks vers.

In de afgelopen jaren is er redelijk wat verloop van ondernemingen geweest. Invulling met goede ondernemers en passend aanbod bij het concept 'vers' is een kans richting de toekomst. Dit vraagt om gerichte acquisitie op vers speciaalzaken, bijvoorbeeld een delicatessenwinkel, annex kaas- en notenwinkel en een slijter met landelijke formules dan wel (extra) vestigingen van bestaande ondernemers uit Hendrik-Ido-Ambacht of de regio. Hier ligt een duidelijke taak voor de eigenaar en beheerder, in afstemming met de zittende ondernemers.

De centrale ligging van het winkelgebied in de wijk en bieden een goede uitgangspositie met een goede bereikbaarheid en parkeren, zowel voor de auto als de fiets. De situering van het winkelgebied nabij het kindcentrum, gezondheidscentrum en andere sociaal-maatschappelijke voorzieningen, geven een duidelijk en sterk profiel als 'multifunctioneel cluster'. De clustering zorgt voor een duidelijke herkenbaarheid en praktische combinatiebezoeken. De ligging aan het Sophiapark geeft hier extra waarde aan. Dit is onderscheidend.



De opgave voor de toekomst voor Hoog Ambacht is anders omgaan met de ruimtelijke opzet en structuur.

1. Een ruimtelijk-functionele visie ontwikkelen die inzet op concentratie van winkels en horeca met terrassen aan de voorzijde en een opener passage met concentratie van supermarkten en vers specialzaken;
2. Zo veel mogelijk clustering van niet-winkelfuncties in de sfeer van (zorg en maatschappelijke) dienstverlening aan de zijde van de school en doelgericht aanbod aan de entreezijde parkeergarage;
3. Aanpassing van de (introverte) passage via interne herstructurering van supermarkten en winkelunits (met nu entree aan de buitenzijde) en clustering van branches rondom 'vers'.

Tot slot is het kansrijk te onderzoeken hoe meer gebruik te maken van de buitenruimte voor terrassen en programmeren van activiteiten en evenementen in relatie met het Sophiapark. Zeker in de zomer maakt de ligging aan het park dit tot een aantrekkelijke en unieke verblijfsplek voor jong en oud.

Aanbeveling projecten	Betrokkenen (trekker dikgedrukt)	Termijn	Prioriteit
• Versterken samenwerking eigenaar	Gemeente, <b>ondernemers</b> , eigenaar	Kort	Hoog
• Opstellen brede ruimtelijk- en functionele visie	<b>Gemeente</b> , ondernemers, eigenaar	Kort	Midden
• Stimuleren ondernemerschap	Gemeente, <b>ondernemers</b> , eigenaar	Middellang	Midden
• Aantrekken (lokale) ondernemers passende bij 'vers-concept'	<b>Gemeente</b> , ondernemers, eigenaar	Kort/Middellang	Midden

### Louwersplein

Een klein wijkcentrum, gericht op de omliggende wijk, met een compleet dagelijks aanbod en enige aanvullende winkels, horeca en overige voorzieningen. De supermarkt is ook hier een belangrijkste trekker. De kracht van het centrum vormen daarnaast de specialzaken, gastvrijheid, bekendheid, lokaal ondernemerschap met zelfstandige winkelier en het gemak van voorzieningen 'om de hoek'.



De opgave voor de toekomst ligt vooral in het realiseren van een **ruimtelijke verbetering van de rijrichting en de parkeerfaciliteiten in relatie tot de inrichting van de openbare ruimte**. De parkeercapaciteit is in kwantitatieve zin voldoende maar is onpraktisch gesitueerd en wordt inefficiënt gebruikt. Dit wordt veroorzaakt door de opdeling van het parkeerterrein in twee delen, een terrein voor het centrum en een terrein aan de overzijde van Avelingen. Daarbij komt dat het gebouw van de apotheek hier een barrière vormt. Een nadere studie moet worden gemaakt hoe deze parkeersituatie kan worden verbeterd en de openbare ruimte meer als verblijfsgebied kan worden ingericht.

Aanbeveling projecten	Betrokkenen (trekker dikgedrukt)	Termijn	Prioriteit
• Herinrichten openbare ruimte	<b>Gemeente</b> , eigenaar	Middellang	Midden
• Inrichtingsplan parkeren en verkeer	<b>Gemeente</b> , eigenaar	Kort	Hoog

### Reeweg

Dit kleine winkelgebied heeft blijvend perspectief als buurtcentrum, met een dubbelfunctie als steunpunt voor de buurt en als trafficlocatie. Met een supermarkt als basis van het centrum, aangevuld met enkele andere voorzieningen gericht op de buurt, gemak en efficiëntie. Een trekker van dit formaat in de dagelijkse sfeer of niet-dagelijkse sfeer op het vlak van 'vrije tijd' of 'in en om het huis' heeft Reeweg ook in de toekomst nodig. De opgave ligt in het benutten en **versterken van kwaliteiten** van het centrum op het vlak van **bereikbaarheid, parkeren en zichtbaarheid**. Dit kan via upgradering van de openbare ruimte en optimalisatie van de parkeermogelijkheden. Daarnaast zou een versterking van de profilering via een eigentijdse en meer extroverte kleurstelling met mogelijk enkele vlaggen of banieren de uitstraling van de plint kunnen vergroten.

Aanbeveling projecten	Betrokkenen (trekker dikgedrukt)	Termijn	Prioriteit
• Herinrichten openbare ruimte	<b>Gemeente</b> , eigenaar	Middellang	Midden
• Inrichtingsplan parkeren	<b>Gemeente</b> , eigenaar	Kort	Hoog

## Visie op overige detailhandel

### Verspreide detailhandel

De benoemde winkelgebieden binnen de detailhandelsstructuur zijn de aangewezen locaties voor vestiging van detailhandel. Het streven is detailhandel zoveel mogelijk daar te concentreren zodat combinatiebezoeken worden gestimuleerd en winkels van elkaar kunnen profiteren. Dit betekent dat nu nog verspreid gevestigde winkels (waaronder het aanbod Brederodehof) idealiter in een van de winkelgebieden worden gevestigd. De gemeente gaat echter geen actief verplaatsingsbeleid voeren of winkels sluiten.

Wij zetten in op vestiging van afhaalpunten en pick-up points in of nabij bestaande centra en niet solitair of op bedrijventerreinen. Enerzijds om toename van verkeersbewegingen en onderlinge hinder te voorkomen. Anderzijds om zo bestaande centra te versterken en combinatiebezoek te vergroten.

Een ontwikkeling die we overal zien is de toename en professionalisering van kringloopwinkels. Deze vestigen zich veelal op bedrijventerreinen. Dit geldt ook voor kringloopwinkel de Nieuwe Hoop (ca. 1.500 m<sup>2</sup>

winkelruimte), mede ingegeven door de koppeling met dagbesteding en re-integratie. Voor de toekomst denken we bij eventuele uitbreiding van het aanbod aan kringloopwinkels vanwege haar bezoek-aantrekkende werking aan vestiging in bestaande winkelgebieden. Bij de afweging van de locatievoorkeur zal samenstelling van het assortiment, grootte en combinatie met bedrijfsmatige functies bepalend zijn.

Verdere concentratie van winkels is geleidelijke marktwerking. Zittende ondernemers kunnen hun onderneming voortzetten. Indien een solitair gevestigde ondernemer wil verplaatsen of uitbreiden kan dit echter alleen in één van de winkelgebieden. Voor de achterblijvende locatie zetten we in omzetting van de bestemming gericht op alternatieve functies, niet zijnde detailhandel zoals wonen, dienstverlening of bedrijvigheid. Hiervoor is aanpassing van het bestemmingsplan nodig. Dit zal worden meegenomen in het traject van de omgevingsvisie.

### *Bedrijventerreinen*

De bedrijventerreinen in Hendrik-Ido-Ambacht zijn primair bedoeld voor bedrijven, niet zijnde detailhandel. De bedrijventerreinen bieden ruimte aan bedrijven waarvan vestiging in woongebieden niet wenselijk is vanwege overlast en uitstraling. Daarvoor moet voor dergelijke bedrijven ruimte beschikbaar blijven en niet worden ingenomen door detailhandel die ook elders gevestigd kan worden. Daarnaast heeft detailhandel een verkeer aantrekkende werking met een hoge intensiteit. Deze verkeersbewegingen kunnen conflicteren met het verkeersgebruik van bedrijvigheid. Denk aan het draaien en steken van grote vrachtwagens of andere bedrijfswagens, naast publiek vervoer van klein personenauto's en fietsen.

### *Grootschalige en volumineuze detailhandel*

Binnen de regio Drechtsteden zijn twee PDV-locaties (Perifere Detailhandel Vestiging) aangewezen, Nijverwaard in Sliedrecht en Woonboulevard Dordt. Dit zijn binnen de regio de locaties voor vestiging van grootschalige en volumineuze detailhandel. Verder concentratie van dergelijk aanbod op een van deze locaties heeft prioriteit.

In Hendrik-Ido-Ambacht is geen ruimte voor een dergelijk grootschalig of perifeer cluster. De distributieve mogelijkheden voor uitbreiding van het detailhandelsaanbod in de gemeente ontbreekt. In kwantitatieve zin zet de gemeente daarom in op consolidatie van het bestaande aanbod aan grootschalige en volumineuze detailhandel. Uitbreiding of toevoeging van nieuwe winkels in dit segment is niet aan de orde. Voor verdere toelichting op het beleid op dit vlak, ook in regionaal verband, zie beleidskader in hoofdstuk 5 en bijlage 2.

## Resumé

De ligging in de regio Drechtsteden in combinatie met de ontwikkelingen in consumentengedrag (ontgroening en vergrijzing), aan de aanbodkant (ketens trekken zich terug in de grotere centra, schaalvergroting en schaalverkleining), effecten van internet (meer online aankopen) en groei in behoefte aan beleving en ontmoeten, heeft zijn weerslag op de regionale detailhandelsstructuur en de verzorgingspositie van de winkelgebieden in Hendrik-Ido-Ambacht.

Voor De Schoof wordt ingezet op behoud en versterking als hoofdwinkelcentrum. Hoog Ambacht is een wijkwinkelcentrum met een lokale bovenwijkse verzorgingsfunctie. De overige kleinere winkelgebieden ziet de regio weliswaar als kwetsbaar, maar hebben uit oogpunt van leefbaarheid in de wijken een belangrijke rol.

De actiepunten om elk centrum toekomstbestendig te maken bestaan uit maatregelen gericht op versterking van de ruimtelijk-functionele structuur, verbeteren van de samenwerking en profilering van de centra onderling.

## 5. UITVOERINGSKADER

De detailhandelsvisie schetst de gewenste toekomstige detailhandelsstructuur voor de gemeente. Dit is feitelijk het kader voor toekomstige planinitiatieven en vraagt een nadere invulling van gemeentelijk beleid en visies en overige ontwikkelingen. Het beleidskader geeft een toelichting op de wijze van toetsing en de aspecten waaraan plannen, initiatieven en aanvragen, getoetst worden door de gemeente. Zo helder mogelijk zijn door het Expertteam Winkelgebieden aanbevelingen gedaan voor projecten en maatregelen die wenselijk dan wel nodig zijn om het doel te bereiken of die nog verdere uitwerking behoeven.

### Aanbevelingen

Onderstaande aanbevelingen zijn gedaan door het Expertteam Winkelgebieden. Het Expertteam Winkelgebieden acht deze projecten en/of actie relevant of noodzakelijk om op te pakken. Per project is aangegeven welke partijen een rol hebben en wie trekker kan zijn. Tevens is de specifieke rol voor de gemeente benoemd en is aangegeven op welke termijn en met welke prioriteit het project opgepakt moet worden.

Project	Betrokkenen (trekker dikgedrukt)	Rol gemeente	Termijn	Prioriteit
• Verkennen ontwikkelopgaven centra m.b.t. versterking winkelaanbod	<b>Gemeente</b> , vastgoedeigenaren, ondernemers	Initiërend samen met marktpartijen	Middellang	Midden
• Juridisch-planologische vertaling	<b>Gemeente</b>	Initiërend	Middellang	Midden
• Opnemen uitgangspunten visie in ander beleid (o.a. actieplan, horeca-terrassen- en standplaatsenbeleid)	<b>Gemeente</b>	Initiërend	Kort	Hoog
• Volgen ontwikkelingen openingstijden	<b>Gemeente</b> , winkeliersverenigingen	Initiërend	Middellang	Laag
• Afstemming ten aanzien van openbare ruimte (t.a.v. plannen en onderhoud / beheer)	<b>Gemeente</b> , winkeliersverenigingen	Initiërend samen met marktpartijen	Doorlopend	Midden
• Verkennen gemeente-brede collectieve financiering	<b>Gemeente</b> , ondernemersverenigingen	Faciliterend, mogelijk financiële ondersteuning	Lang	Laag
• Verkennen aanstellen gezamenlijke centrummanager	Gemeente, <b>ondernemersverenigingen</b>	Faciliterend, mogelijk financiële ondersteuning	Middellang	Midden
• Versterken samenwerking	Ondernemersverenigingen	Faciliterend	Middellang	Midden
• Uitwerking marketing en promotie gemeente-breed (collectief en lokaal)	Gemeente, <b>ondernemersverenigingen</b>	Faciliterend, mogelijk financiële ondersteuning	Middellang	Midden

## Beleidskader

### *Positief sturen*

Het realiseren van de gewenste structuur wordt ingestoken vanuit het principe van positief sturen en een gezamenlijke algemene verantwoordelijkheid om de ambities, doelstellingen, uitgangspunten en randvoorwaarden uit de visie te realiseren. Het beleidskader en de implementatie zijn gericht op het creëren van gunstige vestigingsvoorwaarden voor ondernemers op de gewenste locaties. Dan wel het sturen van planinitiatieven in die richting. Op niet gewenste locaties wordt het beleid gericht op het bieden van alternatieven voor her-invulling of herstructureringen.

Het afwegingsprincipe bij nieuwe initiatieven luidt: "ja, doen... in de winkelgebieden behorend tot de detailhandelsstructuur en draag bij aan de versterking van deze gebieden":

- Nieuwe initiatieven kunnen worden gefaciliteerd binnen de contouren van de winkelgebieden, overeenkomstig de typering van het betreffende gebied en de gestelde randvoorwaarden.
- Nieuwe initiatieven dragen positief bij aan het versterken van het profiel en de attractiewaarde van het betreffende gebied.
- Indien een initiatief een vastgoedontwikkeling betreft dient met dit initiatief tevens gestreefd te worden naar een kwalitatieve structuurverbetering van het gebied. Denk aan het compacter maken van het gebied of het creëren van een betere routing door het gebied.
- Daarnaast dienen initiatieven te streven naar het terugdringen van leegstand.

### *Grootschalige en volumineuze detailhandel*

Volumineuze detailhandel is als volgt gedefinieerd: vormen van detailhandel waarvan de fysieke winkels een assortiment voeren van overwegend veel ruimte vergende goederen. In ondergeschikte vorm is tevens de verkoop van niet-volumineuze artikelen in deze clusters aanvaardbaar. Hierbij wordt uitgegaan van maximaal 10% ten opzichte van het totale oppervlak, met een maximum van 100 m<sup>2</sup> wvo.

Momenteel zijn er in Hendrik-Ido-Ambacht enkele van dergelijke volumineuze detailhandelsvestigingen, zoals tuincentrum Intratuin. Voor grootschalige of volumineuze detailhandel worden geen nieuwe uitzonderingen gemaakt. Detailhandel kan zich primair vestigen in een van de winkelgebieden.

### *Internethandel*

Internethandel is feitelijk een vorm van detailhandel: verkoop van producten aan consumenten. Het bijzondere karakter is erin gelegen dat er in feite geen fysiek contact hoeft te zijn tussen retailer en klant. Tegenwoordig is steeds vaker een mix te zien van traditionele detailhandel en pure internethandel. Retailers en fabrikanten gebruiken steeds meer kanalen om in contact te komen met klanten en producten te verkopen of te tonen.

Het ruimtelijk beleid kan alleen sturen op het ruimtelijke voorkomen van de detailhandelssector en internethandel. Met andere woorden de huisvestingsbehoefte. De huisvestingsbehoefte van internethandel (en feitelijk ook detailhandel in het geheel) is in drie type ruimten te omschrijven:

- Verkoopruimte: een fysieke ruimte primair bedoeld voor het te koop aanbieden van goederen. Denk aan een (klassieke) winkel of showroom. Kenmerkend voor de verkoopruimte is dat er interactie is tussen de retailer en de consument en de feitelijke verkoop hier plaatsvindt.
- Distributieruimte: ruimte bedoeld voor distributie en/of tijdelijke opslag van goederen die eerder door

de consument (via internet of anderszins op afstand) zijn gekocht. Voorbeelden zijn een afhaalpunt of pick-up-point. De consument krijgt de mogelijkheid zijn goederen hier op te halen of terug te brengen, maar kan ter plekke geen (extra) goederen kopen.

- Bedrijfs- en kantoorruimte: ruimte voor distributie en/of opslag van goederen, logistiek, management, administratie, marketing-, promotie- en digitale verkoopactiviteiten. Er is in deze ruimte geen fysiek contact of interactie met de consument.

De detailhandelsvisie stuurt op de ruimtelijke fysieke verschijningsvorm van detailhandel. Het voornaamste onderscheid hierbij: kan de klant er komen of niet en vindt er verkoop plaats?

- Als de klant er kan komen en kopen is (fysieke) vestiging in een winkelgebied mogelijk. Dit om zoveel mogelijk publieksstromen te concentreren en combinatiebezoeken te stimuleren. Hierbij gaat het onder meer om winkels, conceptstores, pick-up-points, afhaalpunten en showrooms. In dit opzicht wordt deze vorm van internethandel beschouwd als een (gewone) winkel. Vestiging buiten de winkelgebieden is dan niet aan de orde.
- Als de klant er niet kan komen en niet kan kopen, zoals kantoorruimte of bedrijfsruimte voor opslag, dan is vanuit de optiek van het detailhandelsbeleid geen belemmering voor vestiging op andere locaties.

Deze richting impliceert dat vestiging van solitaire afhaalpunten (zoals pick-up-points) buiten de gewenste detailhandelsstructuur en centrumgebieden wordt voorkomen.

### *Detailhandel als ondergeschikte nevenactiviteit*

Nieuwe detailhandelsinitiatieven worden buiten de winkelgebieden niet toegestaan. Een uitzondering daarop is kleinschalige ondergeschikte detailhandel, als ondergeschikte gemaksfunctie bij een andere hoofdactiviteit (benzinstations, op scholen, op OV-knooppunten) of als ondergeschikte functie bij een verwante hoofdactiviteit (toerisme, leisure, boerderij, bedrijf of fabriek). Voorwaarde is dat deze vormen van retail ondersteunend en ondergeschikt zijn aan de hoofdfunctie en/of dat ze een gemaksfunctie hebben voor de bezoekers van de betreffende voorziening.

Het is uitdrukkelijk niet de bedoeling dat van dergelijke detailhandel op genoemde locaties een autonome attractie uitgaat op consumenten. Om deze reden is het gewenst een maximum metrage per vestiging te hanteren, van maximaal 10% van het totale oppervlak tot een maximum van 100 m<sup>2</sup> vvo per individuele vestiging.

### *Horeca*

Horeca is in het bestemmingsplan een officiële bestemming, dat wil zeggen een door de wet toegestane uitoefening van activiteit in de aangewezen ruimte. Voor de gemeente is het in het kader van goede ruimtelijke ordening wenselijk dat de juiste horeca in de juiste hoeveelheid op de juiste locatie wordt geëxploiteerd.



De gemeente wil bij haar visie op horeca inzetten op een gebiedsgerichte, typegerichte en doelgroepgerichte benadering. Dit is mogelijk door bij de beoordeling van horeca-aanvragen (een combinatie van) de volgende punten aan de orde te stellen<sup>7</sup>:

1. Bestemmingsplan: Dit is voor de gemeente het belangrijkste ruimtelijk-ordenend instrument. In het bestemmingsplan is opgenomen of en zo ja waar horeca is toegestaan.
2. Uitvoeringsregels: deze zijn er velerlei en vormen samen een duidelijk en concreet uitvoeringskader voor de vergunningverlening. Ze omvatten o.a. regels in de Algemene Plaatselijke Verordening (APV) en in de Drank- en Horecawet<sup>8</sup> (DHW) die van belang zijn bij het exploiteren van een openbare inrichting zoals een café, restaurant, snackbar, hotel, buurthuis of clubhuis. De uitvoeringsregels dienen als leidraad bij de vergunningverlening, toezicht en handhaving.
3. Horeca-exploitatievergunning en/of drank- en horecavergunning-voorschriften: de regels worden, indien van toepassing, opgenomen in de voorschriften van de horeca-exploitatievergunning. Deze vergunning is in het kader van de DHW vereist. Dit vereist toezicht op naleving van regels en handhaving bij het niet naleven.
4. Het hanteren van horecacategorieën: op basis van wat in een bepaald gebied voor soort horeca wenselijk dan wel niet-wenselijk is, is het mogelijk categorieën in het bestemmingsplan op te nemen. Landelijk worden in de regel 5 categorieën gehanteerd (grofweg: fastservice (1), nachthoreca (2), cafés (3), restaurants en winkelondersteunende lunchrooms, ijssalons etc.(4) en hotels (5).
5. Openings- en sluitingstijden van de horeca per horecagebied en /of horecatype aangeven. In winkelgebieden staan wij voor deze te laten aansluiten bij de winkeltijden.
6. Afstemming met eigenaar en ondernemers: als gemeente helpen wij op prominente plekken door het scheppen van goede randvoorwaarden. En in overleg met de eigenaar en ondernemers maken we afspraken omtrent de vestiging, exploitatie en uitstraling van horeca als ook over terrassen etc.

Volgens de Nederlandse Drank- en Horecawet mag alleen een horecabedrijf alcoholische drank voor consumptie ter plaatse aanbieden. Vanuit de behoefte bij de consument aan het nuttigen van een hapje en een (alcoholisch) drankje tijdens het winkelen, zijn de afgelopen jaren landelijk en lokaal verschillende pilots opgezet om te onderzoeken of en zo ja welke vormen van menging van horeca met andere functies ('blurring') waaronder detailhandel, diensten, cultuur etc. haalbaar en wenselijk en toelaatbaar is. Dit is voornamelijk nog niet wettelijk geregeld in de DHW. We volgen hierin de landelijke wet- en regelgeving.

### Openingstijden

Veranderingen in het consumentengedrag en algemene landelijke en regionale ontwikkelingen leiden tot behoefte bij consumenten aan meer, andere en/ of langere openingstijden. Ondernemers proberen zoveel mogelijk open te zijn op het moment dat de consument dat wil. Tegelijk zoeken ondernemers naar passende openingstijden aansluitend bij een haalbare en rendabele bedrijfsvoering. Het is belangrijk deze ontwikkelingen, ook als gemeente, in de gaten te houden.

Openingstijden bepalen mede de verzorgingsfunctie en het profiel van een winkelgebied. Ruimere openingstijden (ook door de weeks en zaterdag overdag, tussen de middag en avond) binnen de bestaande mogelijkheden, kunnen ervoor zorgen dat een winkelgebied een bredere verzorgingsfunctie krijgt. Dit kan ook

---

<sup>7</sup> Voor sommige punten zal hiervoor (eerst) nog een nadere uitwerking gemaakt moeten worden, met voorwaarden en uitgangspunten.

<sup>8</sup> Wet van 7 oktober 1964, tot regeling van de uitoefening van de bedrijven en de werkzaamheid, waarin of in het kader waarvan alcoholhoudende drank wordt verstrekt

incidenteel zijn bijvoorbeeld bij acties of evenementen, zoals modeshow, proeverij, braderie. Differentiatie tussen winkelgebieden is mogelijk. Belangrijk is dat ondernemers binnen een winkelgebied en gezamenlijk met de andere winkelgebieden onderling afspraken maken en afstemming zoeken. Passend binnen de kaders van de verordening winkelopeningstijden.

De regeling en afspraken, zoals opgenomen in de huidige verordening winkelopeningstijden, zijn het uitgangspunt binnen onderliggende visie.

# BIJLAGEN

## 1. Begrippen

- **Bestedingspotentieel:** Totaal aan winkelbestedingen die door de inwoners van een bepaald gebied gedaan kunnen worden. Gebaseerd op inwoneraantal en gemiddelde (landelijke) toonbankbesteding per hoofd van de bevolking. Groepering daarvan noemt men bestedingsvolumes.
- **Bruto vloeroppervlak (BVO):** De oppervlakte, gemeten op vloerniveau langs de buitenomtrek van de opgaande scheidingsconstructies, die de desbetreffende ruimte of groep van ruimten omhullen. Meten vindt plaats op basis van NEN 2580.
- **Dagelijkse artikelen:** Voedings- en genotmiddelen (vgm) en artikelen op het gebied van persoonlijke verzorging. In de praktijk gaat het hierbij om supermarktaanbod, aanbod in vgm-speciaalzaken, drogisterij- en parfumeriezaken
- **Detailhandel (als activiteit):** Het bedrijfsmatig te koop aanbieden, waaronder de uitstalling ten verkoop, verkopen en/of leveren van goederen aan de uiteindelijke gebruiker of verbruiker.
- **Koopstromen:** Het totale patroon van detailhandelsbestedingen naar uitsluitend gevestigde winkels. Koopstromen worden doorgaans uitgedrukt in drie verschillende begrippen: koopkrachtbinding, -afvloeiing en -toevloeiing (in percentages).
- **De koopkrachtbinding en -afvloeiing** tellen samen op tot 100% en hebben betrekking op het aandeel van het totale bestedingspotentieel van inwoners in een gebied.
- **De koopkrachttoevloeiing** is het aandeel van de totale omzet in de detailhandel in een gebied dat van buiten dat gebied komt. Navolgend zijn de begrippen gedefinieerd.
- **Koopkrachtbinding:** Mate waarin inwoners van een bepaald gebied hun bestedingen verrichten bij winkels die in dat gebied gevestigd zijn, uitgedrukt in het percentage van totale bestedingspotentieel.
- **Koopkrachtafvloeiing:** Mate waarin inwoners van een bepaald gebied hun detailhandelsbestedingen plaatsen bij gevestigde winkels buiten dat gebied, uitgedrukt in percentage van totale bestedingspotentieel.
- **Koopkrachttoevloeiing:** Mate waarin inwoners van buiten een bepaald gebied detailhandelsbestedingen plaatsen bij winkels die in dat gebied gevestigd zijn (aandeel omzet van buiten).
- **Niet-dagelijkse artikelen:** Alle artikelen die niet behoren tot de dagelijkse artikelensector.
- **PDV - Perifere Detailhandels Vestigingen:** Detailhandel op locaties buiten reguliere winkelcentra, bijvoorbeeld bedrijventerreinen, langs grote wegen, etc. Toegelaten branches in het tot voor kort geldende Rijksbeleid: auto's, boten, caravans, brand- en milieugevaarlijke stoffen, tuincentra, bouwmarkten, de gehele woninginrichtingsbranche, keukens en sanitair. Perifere detailhandel had de branchering als criterium. Met de Nota Ruimte is het PDV-beleid komen te vervallen.
- **Vloerproductiviteit:** Gemiddelde omzet in gevestigde winkels per m<sup>2</sup> verkoopvloeroppervlak (wvo).
- **Winkelvloeroppervlak (WVO):** De voor publiek toegankelijke, zichtbare, overdekte en ommuurde winkelruimte (dus excl. magazijn, kantoor, etalage, e.d.).

## 2. Algemene kaders

### *Provinciale en regionale beleidskaders*

De provincie Zuid-Holland ziet het belang van detailhandel in en is zich ervan bewust dat een vitale, diverse en evenwichtig opgebouwde detailhandelsstructuur bepalend is voor een goed woon- en leefklimaat van dorpen en steden. Ruimte voor uitbreiding is echter beperkt. De provincie gaat er vanuit dat de vraag naar fysieke winkelruimte de komende jaren verder afneemt, vanwege de opkomst van internet-winkelen, demografische ontwikkelingen en veranderende consumentenbehoeften. Daarom stelt de provincie strikte eisen aan uitbreidingsplannen en wil niet 'bouwen voor leegstand'.

Vanuit het regionale beleid van de Drechtsteden wordt ingezet op het behouden en versterken van vooral de centrale winkelgebieden. Deze vormen de basis van de detailhandelsstructuur en verdienen prioriteit bij de kwalitatieve versterking van hun positie. Voor Hendrik-Ido-Ambacht gaat het om De Schoof. Hoog Ambacht is een wijkwinkelcentrum met een lokale bovenwijkse verzorgingsfunctie, ook hier is versterking nodig. De overige kleinere winkelgebieden ziet de regio als kwetsbaar. Voor deze gebieden is de opgave eventuele reductie te begeleiden. Uit oogpunt van leefbaarheid in de wijken is de beschikbaarheid van winkels in de dagelijkse sector wel weer van groot belang. De regio acht de markt hierbij zelfsturend.

### *Provinciale Verordening Ruimte*

De provinciale Verordening Ruimte stelt verdere eisen ten aanzien van detailhandel. Samengevat gaat het om het volgende:

- Detailhandel mag zich alleen vestigen binnen of aansluitend aan een bestaande winkelconcentratie in de centra van steden, dorpen en wijken. Of binnen een nieuwe wijkgebonden winkelconcentratie in een nieuwe woonwijk.
- Nieuwe detailhandelontwikkelingen mogen het woon- en leefklimaat niet onevenredig aantasten of onaanvaardbare leegstand veroorzaken.
- Voor ontwikkelingen groter dan 2.000 m<sup>2</sup> bruto vloeroppervlak moet advies worden gevraagd aan de adviescommissie detailhandel Zuid-Holland.
- Alleen detailhandel in goederen die qua aard of omvang van de aangeboden goederen niet of niet goed inpasbaar zijn in de centra, mag zich daarbuiten vestigen;
  - detailhandel in brand- en explosiegevaarlijke goederen;
  - detailhandel in volumineuze goederen;
  - meubelbedrijven, inclusief in ondergeschikte mate een assortiment woninginrichting en stoffering, alsmede detailhandel in de volumineuze woongoederen: keukens, badkamers, vloeren, zonwering en jacuzzi's, voor zover de ontwikkeling plaatsvindt binnen de bedrijventerreinen met PDV-locaties waarvan de plaats geometrisch is bepaald en verbeeld op 'Kaart 2 Detailhandel';
  - tuincentra;
  - bouwmarkten;
  - kleinschalige detailhandel in de vorm van een gemak-winkel, of bij sport-, culturele, medische, onderwijs, recreatie- en vrije tijdsvoorzieningen, alsmede andere locaties met veel bezoekers of passanten, met een assortiment dat aansluit op de aard van deze voorzieningen of locaties;
  - ondergeschikte detailhandel in ter plaatse vervaardigde goederen bij een productiebedrijf; bij een beroep aan huis of bij een ambachtelijk of dienstverlenend bedrijf, met een assortiment dat aansluit bij de hoofdbestemming; bij een agrarisch bedrijf met een assortiment van producten uit eigen teelt;
  - afhaalpunten voor niet-dagelijkse artikelen op goed bereikbare locaties;
  - kringloopwinkels;
  - supermarkten net buiten het winkelconcentratiegebied in kleine kernen, als is aangetoond dat hiervoor onvoldoende ruimte is in een bestaande winkelconcentratie.

- Voorwaarden voor ontwikkelingen buiten de centra zijn dat het bestemmingsplan uitsluitend voorziet in de nieuwe detailhandel, bedoeld in het derde lid onder a en f, als is aangetoond dat het woon- en leefklimaat niet onevenredig wordt aangetast en geen onaanvaardbare leegstand ontstaat. Mede met het oog hierop is advies gevraagd aan de adviescommissie detailhandel Zuid-Holland, voor zover het gaat om de nieuwe detailhandel, bedoeld in het derde lid onder a, onderdelen iii, iv of v, of bedoeld in het derde lid onder f en voor zover die nieuwe detailhandel een omvang heeft van meer dan 1.000 m<sup>2</sup> bruto vloer oppervlak.
- Een bestemmingsplan dat voorziet in detailhandel als bedoeld in het derde lid, onder a stelt de volgende voorwaarden aan de nevenassortimenten: ten hoogste 20% van het netto verkoopvloeroppervlak wordt voor de verkoop van het nevenassortiment gebruikt, en het nevenassortiment past bij het hoofdassortiment.

Ten aanzien van detailhandel in volumineuze goederen stelt de provinciale verordening het volgende. In de centra is vestiging van volumineuze goederen, vanwege de aard en omvang van de goederen, moeilijk inpasbaar, mede vanwege de benodigde stallingsruimte. Het gaat bovendien om detailhandel die niet essentieel is voor de kwaliteit van de centra, mede gelet op het specifieke karakter van de goederen. Als volumineus worden in ieder geval de zogenaamde ABC-branches beschouwd: auto's, boten en caravans. Als volumineus kunnen ook worden beschouwd: grove bouwmaterialen, landbouwwerktuigen, motoren, zwembaden, buitenspeeltoestellen, fitnessapparatuur, piano's, orgels, surfplanken en tenten. Deze lijst is min of meer volledig, de provincie verwacht daarom van gemeenten terughoudendheid bij het toelaten van andere dan de hier genoemde volumineuze goederen. Verdere oprekking van het begrip 'volumineuze goederen' is niet wenselijk.

### *Definitie detailhandel*

De definitie voor detailhandel is als volgt:

- Detailhandel is het bedrijfsmatig te koop aanbieden (waaronder begrepen de uitstalling ten verkoop), aanprijzen, adviseren, verkopen en/of leveren van goederen aan consumenten die de goederen kopen voor eigen gebruik of verbruik.

Als we het hebben over detailhandel, hebben we het feitelijk over twee elementen. Enerzijds de bedrijfsactiviteit: *het detailhandelsbedrijf*. Anderzijds detailhandel in zijn (fysieke en ruimtelijke) verschijningsvorm: *de bedrijfsruimte* of te wel de fysieke winkel. Tegenwoordig gaat het hierbij ook om allerlei andere verschijningsvormen zoals, pick-up-points, servicepunten of blurring-concepten, al dan niet in combinatie met horeca, diensten, ambachten, etc.

Het detailhandelsbedrijf is de commerciële onderneming die feitelijk de detailhandel uitvoert. Zeg maar het bedrijf achter de winkel. Met deze definitie is internethandel (webwinkels) feitelijk een vorm van het detailhandelsbedrijf. De fysieke (ruimtelijke) verschijningsvorm van een webwinkel uit zich bijvoorbeeld in een pick-up-point, een kantoor, showroom, opslag- of distributieruimte. Met andere woorden de ruimten waar de daadwerkelijke activiteit plaatsvindt.

De detailhandelsvisie en het ruimtelijk beleid gaan in op de fysieke verschijningsvorm van detailhandel.

En geeft aan wat binnen de gemeente de mogelijke vestigingslocaties zijn, weergegeven in de gewenste toekomstbestendige detailhandelsstructuur en hoe deze structuur bereikt en gerealiseerd kan worden.