

Dronten, Retailvisie 2018

Gemeente Dronten



Dronten, Retailvisie 2018

Gemeente Dronten

Rapportnummer: 204X00614_11

Datum: 2 oktober 2018

Contactpersoon opdrachtgever: Sonja de Vries

Projectteam BRO: Robin van Lieshout, Marc Majolee, Maartje Verhulst

Trefwoorden: Dronten, visie, detailhandel

Bron foto kaft: BRO

BRO
Hoofdvestiging
Bosscheweg 107
5282 WV Boxtel
T +31 (0)411 850 400
E info@bro.nl

Voorwoord

Beste Lezer,

Voor u ligt de Retailvisie 2018. Het hebben van een breed en gedragen Retailvisie voor de lange termijn is één van de eerste producten om te komen tot vitale centra. Deze visie is een uitwerking van de Sociaal Economische Visie, die de gemeenteraad van Dronten in de zomer van 2017 heeft vastgesteld.

In de detailhandel vinden veel veranderingen plaats. Het 'nieuwe winkelen' stelt onze centra voor uitdagingen, maar creëert ook kansen. Door bijvoorbeeld ondernemers de ruimte te bieden en in te zetten op creatieve invullingen van de leegstaande panden. Samen met St. Does, winkeliersvereniging SuyderSee, de winkeliersverenigingen van Swifterbant en Biddinghuizen, ondernemers, vastgoedeigenaren, dorpsbelangen en gemeente zijn we als partners aan de slag gegaan. We hebben kansen en uitdagingen in beeld gebracht en onze ambities benoemd. In de Retailvisie zijn keuzes gemaakt hoe om te gaan met actuele trends in de retail. Het helpt onze ambities waar te maken.

Deze visie is samen met onze partners ontwikkeld. Zij hebben in het kader van ondernemersparticipatie hun ideeën en advies uitgebracht. Met als rode draad het komen tot een breed draagvlak bij onze partners. Dat draagvlak is belangrijk, want onze centra dienen als belangrijke plekken waar inwoners hun (dagelijkse) boodschappen doen, maar ook waar inwoners elkaar ontmoeten en evenementen worden georganiseerd. Van pure aankoopplaatsen naar ontmoetingsplaatsen waar gastvrijheid, service en beleving centraal staan. Dit houdt in een evenwichtige functiemix en een diversiteit van winkels, horeca, dienstverlening, wonen en zorg, waarbij elk centrum in zijn functie en schaal datgene biedt wat de inwoners wensen en gemak biedt. Met als doel de vitaliteit van de centra in Swifterbant, Biddinghuizen en Dronten te versterken.

Dit vraagt samenwerking zowel op lokaal niveau als op gemeenteniveau, (nieuwe) verbindingen en lef. De visie is een dynamisch document. Dit stelt ons in staat om samen met onze partners snel in te kunnen spelen op ontwikkelingen en adequaat antwoord te kunnen bieden aan nieuwe kansen. De uitvoering van de visie vindt plaats door samen met onze partners actieplannen per kern op te stellen. In het opstellen en uitvoeren van de actieplannen vervullen winkeliers en gemeente een belangrijke rol, maar ook vastgoedeigenaren dienen in het proces hun verantwoordelijkheden te nemen. De nieuwe SEA-groep Vitale Centra neemt het voortouw om de dynamiek en acties uit de Retailvisie te waarborgen.

Het college vindt het van belang de Retailvisie door de raad te laten vaststellen om te komen tot een breed gedragen visie. Hiermee wordt van de raadsmotie afgeweken waarin de raad aangeeft dat de Retailvisie door middel van een raadsinformatiebrief aan de raad mag worden aangeboden.

Graag wil ik iedereen bedanken die heeft meegewerkt aan deze Retailvisie. Ik wens de nieuwe SEA-groep Vitale Centra veel succes en plezier om samen aan de slag te gaan. We bewegen daarin graag met onze vitale centra mee.

Irene Korting, MSc
Wethouder Economische zaken



Inhoudsopgave

pagina

1. INLEIDING	3	6. VISIE OP SAMENWERKING	26
1.1 Introductie	3	6.1 Uitgangssituatie	26
1.2 Uitgangspositie	3		
1.3 Evaluatie beleid	6		
1.4 Essentie nieuwe visie	6	7. AANVULLENDE VORMEN VAN RETAIL	28
		7.1 Inleiding	28
2. VISIE OP DE BOODSCHAPPENSTRUCTUUR	8	7.2 Nieuwe vormen	28
2.1 Uitgangspunten	8	7.3 Bijzondere vormen	29
2.2 Visie	8		
		BIJLAGEN	
3. VISIE OP HET HOOFDCENTRUM	12	Bijlage 1: Definities	
3.1 Uitgangspunten	12	Bijlage 2: Proces	
3.2 Visie	12	Bijlage 3: Instrumenten	
3.2.1 Ruimtelijk-functionele kwaliteit	13		
3.2.2 Gastvrijheid en beleving	17		
3.2.3 Samenwerking	20		
4. VISIE OP DE DORPEN	21		
4.1 Uitgangspunten	21		
4.2 Visie	21		
5. VISIE OP PERIFERE DETAILHANDEL	23		
5.1 Uitgangspunten	23		

1. INLEIDING

1.1 Introductie

Aanleiding

Het detailhandelsbeleid van de gemeente Dronten dateert uit 2006 en is op onderdelen toe aan herijking. Sinds 2016 zijn vraag- en aanbod aanzienlijk veranderd: aankopen via internet zijn fors toegenomen, kleinere en middel-grote centra staan landelijk onder druk door concurrentie met grotere binnensteden, etc. Landelijke trends en ontwikkelingen hebben ook betrekking op Dronten en daardoor is actueel beleid noodzakelijk om het retailaanbod in de gemeente toekomstbestendig te maken. Daarnaast is in de Sociaal Economische Visie “Vitale Centra” als belangrijk speerpunt benoemd en zijn ambities uitgesproken. In dit kader is BRO gevraagd in samenwerking met stakeholders (de gemeente Dronten, ondernemers, samenwerkingsverbanden, vastgoedeigenaren en bewoners) een visie op te stellen voor het retailaanbod in de gemeente Dronten. De visie gaat primair in op detailhandel, horeca en consumentgerichte dienstverlening.

Totstandkoming en proces

De onderhavige visie is via een intensieve samenwerking met stakeholders tot stand gekomen. De visievorming is begeleid door de Stuurgroep, met vertegenwoordigers van de gemeente Dronten, het centrummanagement van Suydersee, de dorpen, ondernemers (Ondernemersvereniging De Driehoek) en de perifere detailhandelsvestigingen (PDV). Daarnaast zijn in totaal twee werksessies georganiseerd om input op te halen en resultaten en keuzes te toetsen:

- Brede Brainstormsessie: voor alle betrokken stakeholders;
- Stuurgroep plus sessie: voor leden in de Stuurgroep en enkele andere key-stakeholders.

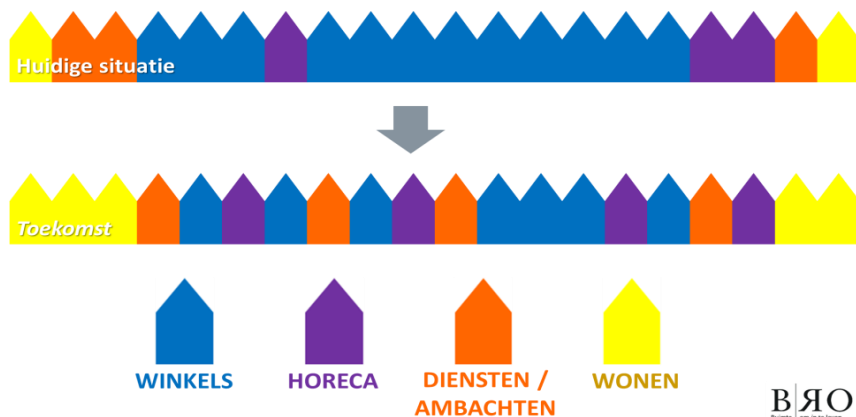
1.2 Uitgangspositie

Algemeen

Als onderdeel van onderhavige visie is een uitgebreide analyse uitgevoerd. De resultaten van deze analyse zijn vastgelegd in “Dronten, Retailvisie analyse”. De analyse kan worden beschouwd als onderbouwing voor de visie. Navolgend zijn de belangrijkste conclusies uit de analyse uiteengezet:

- Om het winkelaanbod op niveau te kunnen laten functioneren is in brede zin behoefte aan minder fysieke winkelruimte, als gevolg van diverse trends:
 - De consument koopt steeds meer via het internet, met name voor kleding, mode, bruin- en witgoed en media.
 - De consument oriënteert zich voor recreatief en doelgericht winkelen steeds meer op plaatsen zoals Zwolle, Lelystad, Kampen en Harderwijk met veel keuzemogelijkheden en beleving.
 - Belangrijke nuance is dat kwantitatieve uitbreiding van winkelruimte wel ingezet kan worden voor het verhogen van de kwaliteit. Kwaliteit gaat altijd boven kwantiteit.
- Hoewel er minder behoefte is aan fysieke winkelmeters in met name de recreatieve en doelgerichte branches, blijft food zeer populair. Bovendien kan food ook beleving aan gebieden toevoegen en vergroot het de gastvrijheid: eten is het nieuwe winkelen.
- In Dronten moet rekening worden gehouden met een bovengemiddelde vergrijzing. Ouderen hebben behoefte aan lokale ontmoetingsplekken, waar een functiemix met winkels, horeca, diensten, zorg en maatschappelijke functies centraal staan. De centrumgebieden kunnen hierop in spelen door te transformeren van aankoopplaats naar ontmoetingsplaats (zie figuur 1.1).

Figuur 1.1: Schematische weergave te verwachten ontwikkeling centrumgebieden



Per winkelgebied

In het analyserapport (april 2018) is per winkelgebied de weerbaarheid in beeld gebracht. De weerbaarheidsscore geeft aan in hoeverre het winkelgebied toekomstbestendig is. Daarnaast zijn per winkelgebied op basis van de analyse kansen benoemd om weerbaar te worden. Navolgend zijn de belangrijkste conclusies per winkelgebied opgenomen.

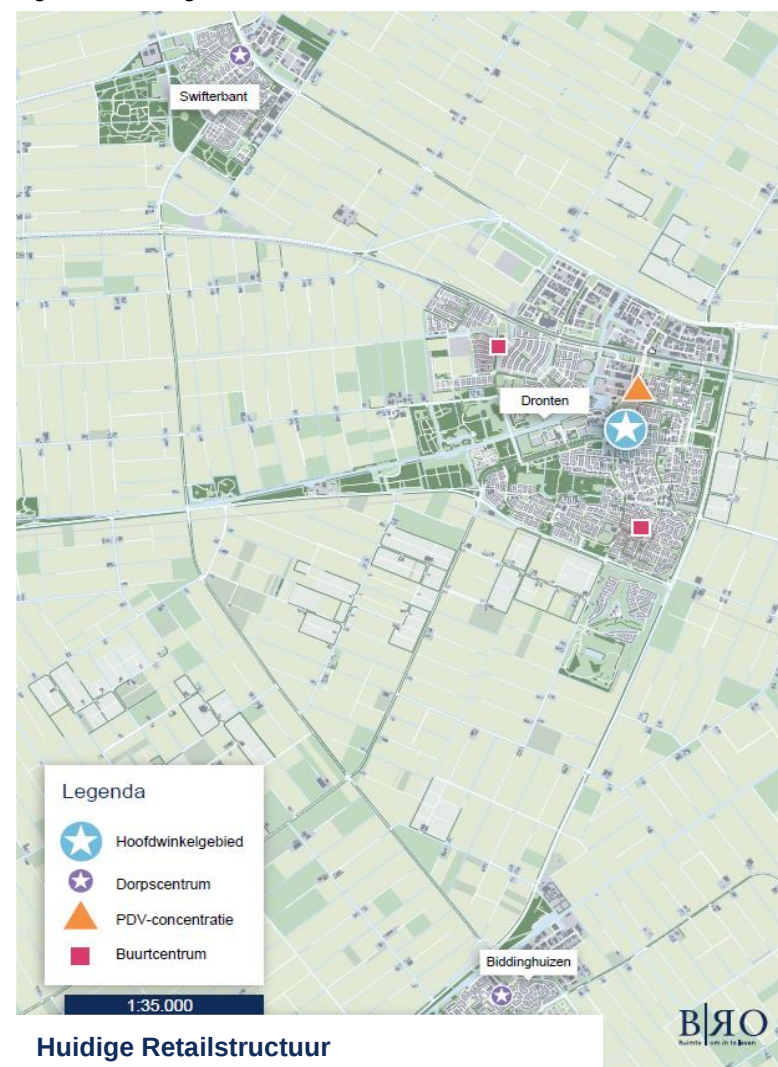
Tabel 1.1: Weerbaarheidsanalyse per winkelgebied

✓ Weerbaar	Toelichting
✓ Centrum Dronten	Het centrum heeft diverse kwaliteiten, zoals het gratis parkeren, de ruimtelijke structuur (winkelrondje), het zelfstandig aanbod, het Meerpaalplein en het ruime dagelijkse aanbod. De sterke boodschappenfunctie in combinatie met efficiënt recreatief winkelen (gemak, comfort en keuzemogelijkheden) vormt het onderscheid van andere centra.

	- Er ligt een opgave om primair de binding van de eigen inwoners op het recreatieve winkel-aanbod op peil te houden. Afvloeiing naar aankoopplaatsen in de regio neemt toe, evenals naar internet. - Er is enige leegstand (zie analyserapport). Er is behoefte aan minder fysieke winkelruimte, waardoor moet worden ingezet op een afname van de winkelfunctie en meer op functiemix met niet-winkelen om de gastvrijheid en beleving te verhogen. - De koppeling van deelgebieden aan (vol-doende) parkeergelegenheid als bronpunt is niet evenwichtig; dit is ook herkenbaar in de vorm van leegstand en lager druktebeeld op die locaties.
✓ Centrum Biddinghuizen	- Goed uitgangspunt als boodschappenfunctie, met onder andere twee completere supermarkten. Behoud van supermarkten en dagelijks aanbod is essentieel voor de leefbaarheid in het dorp. - Toekomstperspectief overige winkels is beperkt. Er ligt een kans voor een centrumgebied met een mix aan voorzieningen gericht op de eigen inwoners, zoals horeca, diensten, maatschappelijke functies en zorg. - Ruimtelijke opzet, uitstraling panden en openbare ruimte behoeven aandacht.
✓ Centrum Swifterbant	Goed uitgangspunt als boodschappenfunctie, met onder andere twee supermarkten. Behoud van supermarkten en dagelijks aanbod is essentieel voor de leefbaarheid in het dorp.

	• Toekomstperspectief overige winkels is beperkt. Er ligt een kans voor een centrumgebied met een mix aan voorzieningen gericht op de eigen inwoners, zoals horeca, diensten, maatschappelijke functies en zorg. Aandachtspunt hierbij is de eenzijdige winkelfunctie met supermarkten 'op de koppen'. • Aandachtspunt is de parkeer- en verkeerssituatie, die momenteel leidt tot gevaarlijke situaties.
✓ Dronten-West	• Het buurtcentrum functioneert als supermarktcentrum. De huidige fullservice supermarkt bedient een eigen verzorgingsgebied en met toenemende woningbouw in de wijk nabij het centrum, neemt het potentiële draagvlak toe.
✓ Dronten-Zuid	• Dronten-Zuid functioneert in tegenstelling tot Dronten-West meer als ontmoetingsplek voor inwoners uit de buurt. Het behoud van ten minste een supermarkt en enkele speciaalzaken is essentieel voor het functioneren van het centrum. • Parkeersituatie verdient aandacht.
✓ De Noord	• De leegstand op De Noord is fors en het aanbod is beperkt. Hierdoor kan eigenlijk niet worden gesproken over een PDV-concentratiegebied. • In Dronten is het perifere detailhandelsaanbod sterk versnipperd aanwezig op onder andere Business Zone Delta en het omliggende bedrijventerrein. • De consument is voor doelgerichte aankopen sterk op aankoopplaatsen in de regio georiënteerd (zie analyserapport). Een regionale verzorgingsfunctie is niet langer haalbaar.

Figuur 1.2: Huidige Retailstructuur



Huidige Retailstructuur

1.3 Evaluatie beleid

Detailhandelsvisie 2006

Het oude detailhandelsbeleid dateert uit 2006. Hierin waren de volgende doelstellingen c.q. keuzes opgenomen:

- Ingezet op een sterke en heldere detailhandelsstructuur;
- Uitbreiding en modernisering van Dronten-centrum als winkelgebied;
- Beperken van de ontwikkelingsmogelijkheden op de perifere locaties ten aanzien van detailhandel buiten de klassieke PDV (bouwmarkten, tuincentra, woninginrichting en auto's, boten en caravans (ABC));
- Een uitbreiding van de perifere detailhandelsbranches met de zogenaamde PDV+ branches (rijwielen/automotive, babywoonwarenhuis, verlichting, dierenbenodigdheden en outdoor/kamperen) is op termijn mogelijk;
 - aan De Noord in de toekomst een ruimere programmering met PDV en PDV+ branches mogelijk;
 - op Business Zone Delta zijn de 'klassieke' PDV branches wonen, doe-het-zelf en tuin toegestaan;
 - buiten de beide concentratiegebieden is de vestiging van groot-schalige detailhandel niet wenselijk.

Evaluatie

Het detailhandelsbeleid uit 2006 gaf duidelijkheid over de detailhandelsstructuur, met Dronten-centrum voorop. Anno 2018 is het toekomstperspectief voor detailhandel in de gemeente Dronten echter aanzienlijk gewijzigd, waardoor de toekomst van detailhandel in samenhang met andere voorzieningen bekeken moet worden. Waar in 2006 de uitbreiding en modernisering van Dronten-centrum nog centraal stond, speelt er momenteel meer de discussie hoe de leegstand kan worden teruggedrongen en het centrumgebied toekomstbestendiger kan worden door het inzetten op meer functiemix met niet-winkels.

Het oude beleid bood relatief veel vestigingsmogelijkheden voor detailhandel in de periferie. Er is niet gekozen voor één voorkeurslocatie en de klassieke PDV-branches waren verruimd met PDV+ branches. De effecten hiervan zijn zichtbaar: er is veel versnippering aanwezig in de periferie en de leegstand is bijzonder groot.

1.4 Essentie nieuwe visie

Hoofddoelstelling

De partijen in de gemeente Dronten (ondernemers, eigenaren en de gemeente) gaan samen werken aan het volgende.

De kernen in de gemeente Dronten hebben levendige en compacte centrumgebieden, waar mensen elkaar ontmoeten, evenementen plaatsvinden en voorzieningen elkaar versterken. Het op peil houden van de leefbaarheid en vitaliteit staat centraal. Dit wordt bereikt door een heldere en evenwichtige retailstructuur, waarbij primair wordt ingezet op de tot de hoofdstructuur behorende centrumgebieden. De complementariteit tussen de verschillende centrumgebieden wordt geborgd door het bezoeks-motief als leidraad te beschouwen.

Van detailhandelsvisie naar retailvisie

In tegenstelling tot de detailhandelsvisie uit 2006 gaat onderhavige visie in op het volledige retailaanbod. Dit betekent dat naast een visie op het detailhandelsaanbod ook rekening wordt gehouden met horeca en dienstverlening. De retailvisie is daardoor een meer integrale visie. De volgende pijlers staan centraal in de onderhavige visie:

- **Leefbaarheid:** behoud c.q. versterking leefbaarheid in de kernen. Van pure aankoopplaatsen naar ontmoetingsplaatsen;
- **Ruimtelijk-functionele kwaliteit:** een evenwichtige verdeling van het retailaanbod over de centra met een nadruk om compacte centra;

- **Compact, compleet en comfortabel:** elk centrum moet in zijn functie en schaal datgene bieden wat de consument wenst en gemak biedt;
- **Bereikbaarheid en parkeren:** aandacht voor bewegwijzering naar de centra en voldoende en veilige van parkeervoorzieningen;
- **Gastvrijheid:** centrumgebieden voor iedere doelgroep, met veel beleving en een hoge mate van service en kwaliteit;
- **Flexibiliteit:** de visie moet dynamisch genoeg zijn om te kunnen blijven inspelen op een snel veranderende markt;
- **Samenwerking:** een versterking en professionalisering van integrale samenwerking op gebiedsniveau tussen gebieden en winkeliers;
- **Profilering en marketing:** benoemen van de identiteit en het profiel per gebied en dit ook uitdragen c.q. uitventen.



Interpretatie visie

De interpretatie en daarmee het doel van onderhavige visie is tweeledig:

- Toetsingskader nieuwe retailinitiatieven;
- Inspiratiedocument voor uitvoering.

Toetsingskader

De beleidsmatige keuzes voor retail zijn vastgelegd in onderhavige visie en deze kan daardoor worden beschouwd als retailstructuurvisie. Met de komst van de nieuwe Omgevingswet zal het onderhavig document deze

functie behouden. Vanuit de Omgevingswet ligt het voor de hand dat de visie wordt beschouwd als Programma, maar dit zal op dat moment door de gemeente Dronten worden besloten. Benadrukt moet worden dat in dit kader niet alleen naar de letter maar ook naar de bedoeling van de visie gekeken moet worden. De Retailvisie is geen document waarmee direct gehandhaafd wordt. Handhaving vindt plaats op basis van het APV.

Inspiratiedocument

Onderhavige visie geeft naast beleidsmatige keuzes ook adviezen ten aanzien van de uitvoering. Zo worden diverse mogelijke acties en maatregelen uitgewerkt, die mogelijk kunnen worden ingezet om bepaalde beleidsmatige keuzes te bereiken. In een latere fase (gefaseerd) zullen de uitvoeringselementen nader uitgewerkt worden en moeten concrete keuzes worden gemaakt. Dit hangt immers ook af van prioriteit, budget en capaciteit. Kortom, de uitvoeringselementen in deze visie zijn op dit moment richtinggevend / adviserend.

2. VISIE OP DE BOODSCHAPPENSTRUCTUUR

2.1 Uitgangspunten



Boodschappen doen

Het draait om de aankopen van de consument voor het primaire levensonderhoud. Deze aankopen worden met een hoge frequentie gedaan en veelal in de nabijheid van de woonomgeving (levensmiddelen, drogist/persoonlijke verzorging, lectuur, bloemen).

- In de gemeente Dronten zijn 47 dagelijkse artikelenzaken aanwezig, met een totale omvang van 14.154 m² wvo. Dit is vergelijkbaar met het landelijk gemiddelde.
- Het boodschappen aanbod is vooral sterk op het gebied van het supermarktaanbod. De omvang van de winkelruimte ligt momenteel ook iets bovengemiddeld.
- Er is sprake van een fijnmazige supermarktstructuur, waardoor de consument boodschappen kan doen binnen aanvaardbare afstand tot de eigen woning.
- Het supermarktaanbod bestaat primair uit (full)service supermarkten. In Dronten-centrum (vier supermarkten) en Biddinghuizen (twee supermarkten) is sprake van een complementair supermarktaanbod, wat positief is voor de aantrekkingskracht en het combinatiebezoek. De buurtcentra Dronten-West en –Zuid hebben ieder één fullservice supermarkt. Swifterbant heeft twee supermarkten, maar deze zijn niet complementair aan elkaar.
- Het boodschappenaanbod in de kern Dronten functioneert rond het landelijk gemiddelde (zie analyse). Dit betekent dat het aanbod momenteel in evenwicht is. In de dorpen functioneert het aanbod beneden

het landelijk gemiddelde. Dit is echter normaal voor supermarkten in kleinere dorpen. Met name het functioneren van de supermarkten in Swifterbant staat momenteel onder druk.

- Op basis van een gemiddelde bevolkingsgroei en een versterking van het aanbod in de kern Dronten is beperkte distributieve uitbreidingsruimte te berekenen (zie analyse).
- Een discountsupermarkt is voornemens zich te vestigen in Dronten-West. Het college van burgemeester en wethouders staat positief tegenover het initiatief, maar heeft wel voorwaarden gesteld, zoals een maximale omvang (maximaal 1.200 m² wvo) en dat appartementen gerealiseerd moeten worden.

2.2 Visie



Toekomstbestendige boodschappenstructuur

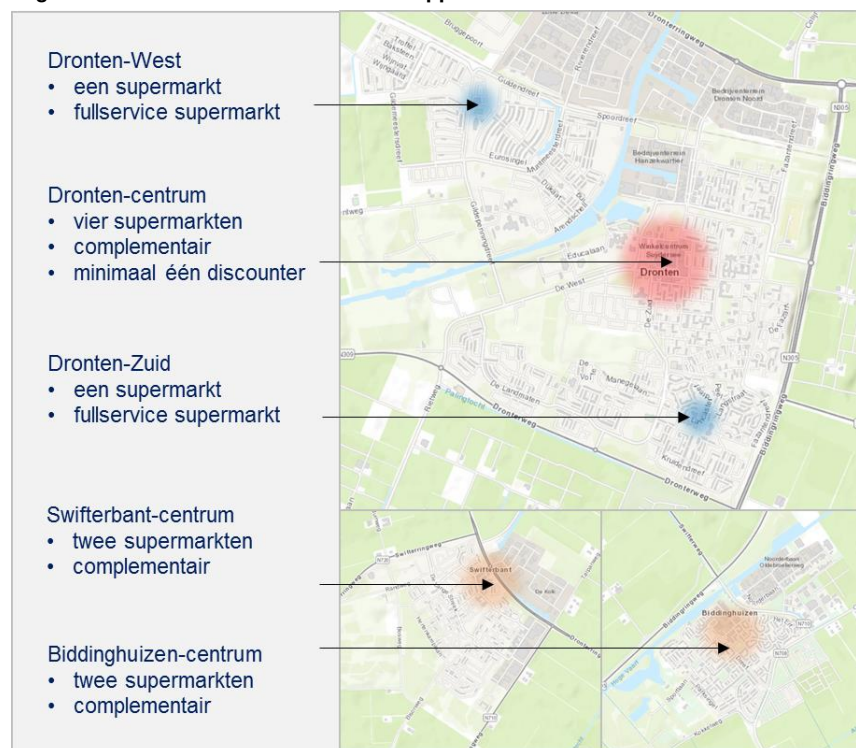
Een goed en modern boodschappenaanbod is essentieel voor de leefbaarheid in de kernen en het functioneren van het retailaanbod in de centra. Dit bestaat in de basis uit een combinatie en mix van elkaar aanvullende supermarkten en speciaalzaken. Een evenwichtige samenhang van het supermarktaanbod tussen de centra in de gemeente Dronten, zowel in omvang als segment, is essentieel voor een goede consumentenverzorging en het economisch functioneren van deze supermarkten. Onderhavige visie zet in op een evenwichtige en moderne (goed bereikbaar, voldoende parkeren en supermarkten met een toekomstbestendige omvang) boodschappenstructuur in de bestaande centra.



Theoretische ideale supermarktstructuur

Op verzoek van de stakeholders is door BRO advies gegeven over de theoretisch meest ideale supermarktstructuur (figuur 2.1). Dit plaatje moet worden beschouwd als de meest ideale structuur, zonder dat rekening is gehouden met de feitelijke situatie en autonome ontwikkelingen. Belangrijke ontwikkeling is wat dat betreft de komst van een discountsupermarkt in Dronten-West, waarvoor vergaande plannen zijn uitgewerkt en waarvoor een bestemmingsplanprocedure wordt voorbereid en nog besluitvorming door de gemeenteraad gaat plaatsvinden. Deze ontwikkeling is buiten deze ideale supermarktstructuur gelaten, maar mag niet onvermeld blijven. Het doel van dit kaartbeeld is om eventuele kansen ten aanzien van een optimale structuur waar mogelijk te benutten.

Figuur 2.1: Theoretisch ideale boodschappenstructuur



De ontwikkeling van de komst van een discountsupermarkt naar Dronten-West is buiten het figuur gelaten

Toelichting

Aangezien de uitbreidingsruimte beperkt is moet primair worden ingezet op het optimaliseren van de huidige structuur en consumentenverzorging. In de visie wordt een beperkte kwantitatieve uitbreiding niet uitgesloten, mits de effecten van deze uitbreiding positief bijdragen aan een duurzame boodschappenstructuur en consumentenverzorging. Op basis van het uitgangspunt van goed functionerend aanbod en een versterking van de leefbaarheid in de dorpen, ziet de supermarktstructuur er idealiter als volgt uit:

- **Dronten-centrum:** heeft een ruim supermarktaanbod en bovendien is er sprake van een goede mix in formules en segment (discount, midden en fullservice)¹. Door de aantrekkingskracht van het centrum in algemene zin heeft het aanbod primair een functie voor de inwoners van de gemeente Dronten. Het behoud van vier supermarkten met ten minste één discounter is het uitgangspunt in onderhavige visie. Het eventueel in evenwicht brengen van de segmenten door vervanging van een bestaande servicesupermarkt met een discounter is positief.
- **Biddinghuizen:** telt een discounter en een fullservice supermarkt. Beide supermarkten versterken elkaar via combinatiebezoek. Bovendien zorgt specifiek de discounter ook voor enige toevloeiing uit Dronten naar Biddinghuizen. De afvloeiing uit Biddinghuizen naar Dronten is relatief beperkt. Het behoud van twee complementaire supermarkten is het uitgangspunt in onderhavige visie.
- **Swifterbant:** telt twee fullservice supermarkten. Beide supermarkten zijn niet complementair aan elkaar, waardoor synergiewerking beperkt is dan in Biddinghuizen. Het aanbod functioneert primair op de eigen inwoners, omdat er nauwelijks toevloeiing is uit Dronten. Anderzijds is er momenteel wel relatief veel afvloeiing naar Dronten, wat per saldo het functioneren onder druk zet. De visie zet primair in op het behoud van twee supermarkten in Swifterbant. Op basis van figuur 2.1 bestaat er een kans om één van beide supermarkten te vervangen met een discounter. Hierdoor neemt het toekomstperspectief van beide supermarkten toe, omdat deze meer van elkaar kunnen profiteren.
- **Dronten-West:** heeft momenteel een fullservice supermarkt. Vanuit het perspectief van de theoretisch ideale supermarktstructuur is het behoud van een supermarkt het uitgangspunt, om de inwoners van de omliggende wijk (en beoogde nieuwbouw) voldoende te kunnen voorzien van dagelijkse artikelen.

¹ Een discounter is een winkel die producten systematisch voor een lagere prijs aanbiedt dan conventionele winkels in dezelfde branche. Voorbeelden van discountsupermarkten zijn Aldi en Lidl.

- **Dronten-Zuid:** heeft een fullservice supermarkt. In tegenstelling tot Dronten-West is Dronten-Zuid een meer volwaardig buurtcentrum met diverse aanpalende zaken. Dit betekent dat de aanpalende zaken momenteel profiteren van de aantrekkingskracht van de supermarkt. Dronten-Zuid is een ontmoetingsplek voor de inwoners van de wijk. Het behoud van een fullservice supermarkt is het uitgangspunt in onderhavige visie.



Uitvoering en instrumenten

Om de theoretisch ideale supermarktstructuur te kunnen bereiken, spelen diverse factoren een rol waar in het kader van de uitvoering niet overal invloed op uit te oefenen is. Wat is de behoefte van supermarktondernemers/-formules, van de vastgoedeigenaren, van de consument? Alles hangt immers met elkaar samen. Er wordt voorgesteld om eventuele kansen die zich voordoen die bijdragen aan een ideale boodschappenstructuur te benutten. Het bereiken van de meest ideale structuur, mag echter niet ten koste gaan van een versterking van de consumentenverzorging. Op basis van gesprekken met de markt komen drie mogelijke kansen naar voren:

1. De supermarkten in Swifterbant functioneren momenteel matig. Door in te zetten op een complementair aanbod kan het functioneren worden verbeterd, omdat de binding en toevloeiing op het dorp zal versterken en de supermarkten meer van elkaar kunnen profiteren (in plaats van elkaar beconcurreren). Wellicht is er een supermarkt in Swifterbant die open staat voor eventuele uitkoop van de bestaande winkel of is er reeds een voornemen voor bedrijfsbeëindiging. Indien een discountformule ook bereid is zich te vestigen in Swifterbant, betekent dit een win-win situatie waarmee de leefbaarheid en kwaliteit in het dorp versterkt

kan worden evenals de consumentenverzorging en keuzemogelijkheden. Dit vraagt wellicht ook om een financieel commitment van andere partijen. Het is mogelijk om bijvoorbeeld een fonds op te richten die vanuit de gemeente en de markt wordt gevuld om de ideale boodschappenstructuur te bereiken. Dit is immers in ieders belang.

2. Vanuit de versterking van Dronten-centrum bestaat er ook eens kans voor het in evenwicht brengen van het supermarktaanbod in serviceniveau en segment. Dit kan eventueel bereikt worden door een bestaande servicesupermarkt te sluiten en hiervoor in de plaats een discountformule te huisvesten. Hiervoor kunnen dezelfde instrumenten worden toegepast als de optie voor Swifterbant.
3. Het discountsegment is momenteel beperkt aanwezig. Het toevoegen van discount aanbod in de dagelijkse artikelsector zal een bijdrage leveren aan de consumentenverzorging, omdat de keuzemogelijkheden toenemen.

3. VISIE OP HET HOOFDCENTRUM

3.1 Uitgangspunten



Boodschappen en efficiënt recreatief winkelen

Boodschappen doen in combinatie met efficiënt recreatief winkelen staat centraal in het hoofdcentrum van de gemeente Dronten: Dronten-centrum. Daarnaast kan er efficiënt recreatief worden gewinkeld in combinatie met een hapje en een drankje en vinden er regelmatig evenementen en activiteiten plaats.



- De primaire locatie voor de inwoners van de gemeente Dronten ten aanzien van recreatief winkelen is Dronten-centrum. Het aanbod bestaat uit relatief kleinschalige kleding- en modezaken (totaal circa 5.200 m² vvo) en schoenenzaken (totaal bijna 1.400 m² vvo). Ook zijn er enkele trekkers binnen de huishoudelijke artikelenbranche aanwezig, waaronder Action. Daarnaast zijn er enkele zaken in de branches hobby, media, plant en dier en in en om het huis aanwezig. Dronten-centrum heeft een relatief ruim winkelaanbod ten opzichte van vergelijkbare plaatsen. Het winkelaanbod wordt aangevuld met diverse horeca en dienstverleners.
- Uit de koopstromen blijkt dat inwoners van de gemeente Dronten voor recreatieve aankopen naast Dronten-centrum ook sterk op Zwolle, Lelystad en Harderwijk zijn georiënteerd. Circa 45% van het koopkracht-potentieel aan modische artikelen vloeit af naar aankoopplaatsen elders en daarnaast vloeit nog circa 7% af naar het internet.
- Op basis van trends en ontwikkelingen moet ook in Dronten rekening worden gehouden met extra druk op de koopstromen als gevolg van

veranderend consumentengedrag: de consument is steeds sterker georiënteerd op de grotere (historische) binnensteden met een hoge mate van beleving en internetaankopen zullen nog verder toenemen.

- Het modisch aanbod in Dronten functioneert momenteel rond het landelijk gemiddelde. Vraag en aanbod zijn daardoor enigszins in evenwicht. In de toekomst moet rekening worden gehouden met minder behoefte aan fysieke modische winkelruimte. Tot 2025 ontstaat er op basis van het huidige aanbod een overschot van de winkelruimte van circa 10%.
- Recreatief winkelen wordt steeds meer gecombineerd met andere activiteiten, zoals het bezoek aan horeca, diensten, cultuur, etc. De consument heeft behoefte aan een totaal beleving ten aanzien van winkelen, waarbij het prikkelen van alle zintuigen centraal staat.

3.2 Visie

Kiezen voor één hoofdcentrum

De onderhavige visie zet in op Dronten-centrum als hét bruisende hart van de gemeente Dronten. In het kader van retailontwikkelingen betekent dit dat het primaat ligt bij Dronten-centrum. Nieuwe initiatieven in de recreatieve winkelbranches (zoals mode, luxe en vrije tijd) moeten worden gefaciliteerd in Dronten-centrum. Dit betekent dat ontwikkelingen elders in Dronten binnen deze branches niet worden toegestaan, met uitzondering van ontwikkelingen in de dorpscentra van Biddinghuizen en Swifterbant.

Hoofddoelstelling

De partijen in de gemeente Dronten (ondernemers, eigenaren en de gemeente) gaan samen werken aan het volgende.

Dronten-centrum onderscheidt zich ten opzichte van grotere centra in de regio door haar kwadrant. Het centrum biedt de consument mede hierdoor gemak, gastvrijheid, een compact autovrij gebied, een goede bereikbaarheid en gratis en voldoende parkeren. Boodschappen doen in combinatie met efficiënt recreatief winkelen staat centraal. Daarnaast zijn op strategische plekken goede (dag)horecavoorzieningen aanwezig en biedt het centrum nog diverse andere voorzieningen die de leefbaarheid en reuring ten goede komt. De doelstelling is dat de binding op Dronten-centrum toeneemt en er meer bezoekers worden aangetrokken. Daarnaast verblijven deze bezoekers langer en wordt er meer besteed.

Drie hoofdpijlers

In de visie wordt ingezet op drie hoofdpijlers om Dronten-centrum te versterken:

- **Ruimtelijk-functionele kwaliteit:** een goede ruimtelijk-functionele kwaliteit is het fundament van een goed functionerend centrumgebied². Voor Dronten-centrum wordt de ruimtelijk-functionele kwaliteit versterkt door in te zetten op het compactiseren van het centrumgebied en bepaalde gebieden aan te pakken / te transformeren. Daarnaast wordt ingezet op een opwaardering van de gevels van een deel van het centrum. Door het aanwijzen van themagebieden kan een optimale branchering worden bereikt.
- **Gastvrijheid en beleving:** een gastvrij centrumgebied met veel beleving is de toekomst. Door middel van diverse acties, maatregelen en instrumenten en klantvriendelijk ondernemerschap wordt via onderhavige visie ingezet op Dronten-centrum als bruisende ontmoetingsplek.
- **Samenwerking:** om de ambities voor Dronten-centrum te kunnen bereiken is een effectieve en efficiënte samenwerking noodzakelijk.

² De basis op orde is volgens grootschalig bezoekersonderzoek in Nederland essentieel om goed te kunnen functioneren als centrumgebied (bron: Sia e.a., 2018, Handboek het verbonden winkelgebied).

3.2.1 Ruimtelijk-functionele kwaliteit



Compactiseren en thematiseren

Dronten-centrum zit momenteel te ruim in z'n jasje. Dit blijkt onder andere uit de leegstand die verspreid door het gebied aanwezig is. Hoewel de leegstand momenteel niet op een onaanvaardbaar niveau ligt, moet wel rekening worden gehouden met het verdwijnen van modische zaken als gevolg van trends. Een compact winkelgebied kan de leegstand terugdringen en levert voor de consument gemak op. Daarnaast zijn sommige winkels momenteel niet op logische plekken aanwezig. Er is geen sprake van duidelijke thema- annex sfeergebieden. Door te thematiseren via bijvoorbeeld een brancheringsaanpak kan synergie tussen zaken worden geoptimaliseerd, wat positief is voor zowel de ondernemers als de consument.

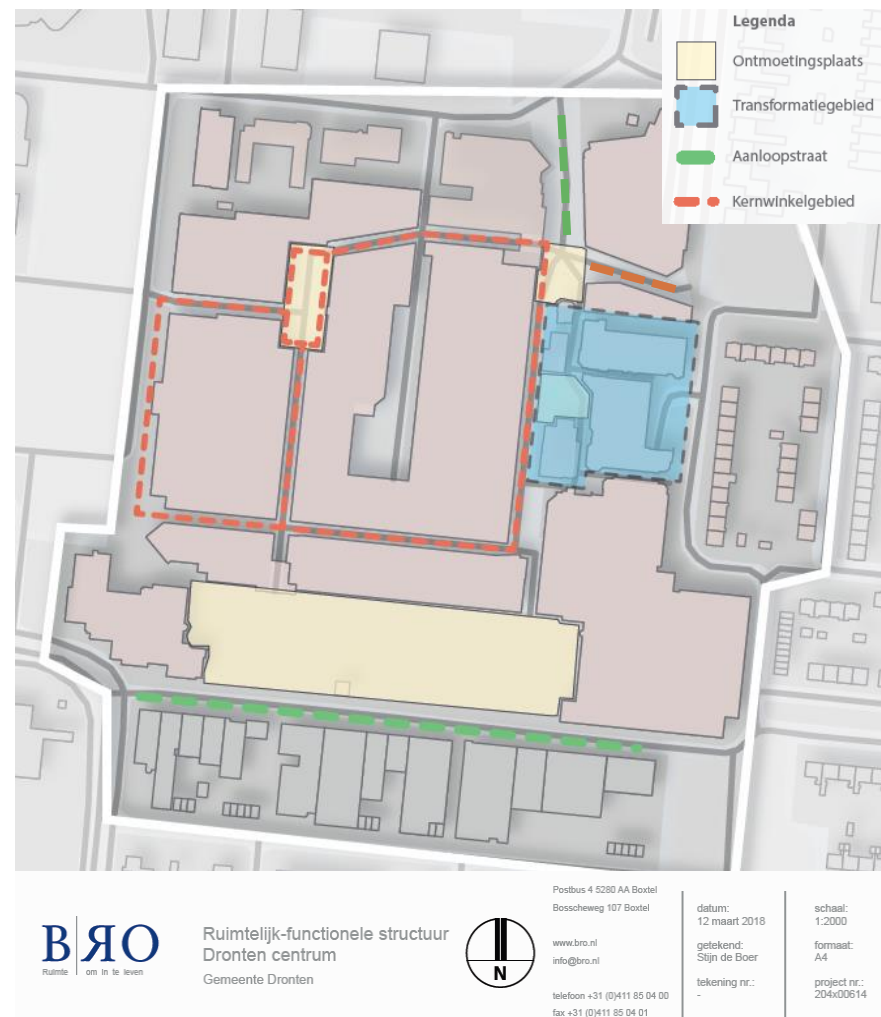
De ambitie is te komen tot een compact winkelgebied, zonder 'gaten'. Daarnaast wordt ingezet op themagebieden binnen het centrum om combinatiebezoek en synergiewerking tussen ondernemers te optimaliseren en de consument helderheid te geven.

- **Kernwinkelgebied:** het winkelrondje in combinatie met een spreiding van de trekkers (kwadrant) en de bronpunten (in het bijzonder parkeren), is essentieel voor een goede doorstroom. Op basis van deze structuur is het kernwinkelgebied vastgelegd (zie figuur). In het kernwinkelgebied wordt primair ingezet op winkelfuncties in combinatie met winkelondersteunende horeca, zoals lunchrooms en koffiezaken.
- **Aanloopstraat:** het voorzieningenaanbod aan De Rede bestaat primair uit dienstverleners en overige voorzieningen. Deze doelgericht bezochte voorzieningen sluiten goed aan bij de kwaliteit van de straat, namelijk een goede autobereikbaarheid met voor de deur parkeren.

Doelgerichte voorzieningen en dienstverleners worden geconcentreerd aan De Rede. Voorbeelden zijn restaurants, makelaars, ambachten, zorgverleners, rijwielzaken, doe-het-zelfzaken, etc. De Kop van Het Ruim wordt ook beschouwd als aanloopstraat, omdat dit buiten de 'loop' van het kernwinkelgebied valt. In dit gebied liggen ook kansen voor meer doelgerichte voorzieningen en horeca.

- **Transformatiegebied:** het gebied tussen Het Ruim en de Schouwstraat is aangewezen als transformatiegebied. Het vastgoed heeft een lage kwaliteit, oogt rommelig en sluit niet aan op de kwaliteit van de rest van het centrum. In onderhavige visie zijn enkele mogelijke transformatiescenario's aangegeven. De voorwaarde van een eventuele transformatie is dat de bestaande vastgoedeigenaren en ondernemers een goed alternatief hebben of wordt geboden. Insteek is dat het kwadrant qua winkelfunctie blijft behouden met voor dit deel een karakter dat bepaald wordt door vooral zelfstandige ondernemers. De invulling en opzet kan anders zijn dan het overige winkelgebied, maar dient wel daarop aan te sluiten in kwaliteitsniveau en uitstraling.
- **Ontmoetingsplaats:** rustpunten/pleinen in een centrumgebied zijn belangrijk om de verblijfsduur te verlengen en meer beleving en gastvrijheid te kunnen bieden aan de consument. In het centrum zijn momenteel een aantal pleinen aan te wijzen, namelijk het Havenplein, Het Ruim, Kop van Het Ruim en het Meerpaal-plein. Deze gebieden lenen zich voor (dag)horeca met terrassen. Daarnaast dragen openbare bankjes, groen en kunst en evenementen ook bij aan de kwaliteit.

Figuur 3.1: Ruimtelijk-functionele structuur Dronten-centrum





Actieve verplaatsingsstrategie

Enkele winkels die momenteel buiten de primaire 'loop' van het centrum liggen (buiten het kernwinkelgebied) moeten worden verplaatst naar kansrijkere locaties binnen het kernwinkelgebied. Hierdoor kan leegstand in het kernwinkelgebied worden ingevuld en biedt het meer kansen voor de ondernemers. Anderzijds moet de vastgoedeigenaar van het achterblijvende pand een alternatief geboden worden. De visie zet concreet in op twee locaties:

- De Rede: Winkels (met name modisch) aan De Rede worden verleid om te verplaatsen naar het kernwinkelgebied.
- Kop van Het Ruim: Winkels (met name modisch) buiten het kernwinkelgebied aan de Kop van Het Ruim worden verleid om te verplaatsen naar het kernwinkelgebied.



Een eerste stap is om gesprekken te voeren met de ondernemers. Een stap verder is het opstellen van een verplaatsings- en transformatiefonds om de verhuizing van de winkels en transformatie van de achterblijvende locaties te subsidiëren. De kosten hiervoor zijn in het algemeen belang van een goed functionerend centrumgebied, waardoor deze gedragen en gevoed zouden moeten worden door alle relevante stakeholders overheid (gemeente en provincie), ondernemers en vastgoedeigenaren. Alternatieven op de achterblijvende locaties kunnen gezocht worden in meer doelgerichte functies, zoals diensten, maatschappelijke functies en zorg.

Op termijn is het verstandig ook het bestemmingsplan aan te passen op de nieuwe beoogde werkelijkheid van een compact centrumgebied. Aan de Noordzijde van Het Ruim moeten geen winkels meer worden toegestaan. Aan De Rede kunnen eventueel nog PDV-winkels worden toegestaan, vanwege de grootschalige omvang van enkele panden en het parkeren voor de deur.

Inspiratie voorbeeld

Winschoten - verplaatsingsfonds

In Winschoten is via een verplaatsingsfonds ingezet op het actief verplaatsen van winkels uit de perifere delen van het centrum naar het kernwinkelgebied om problematische leegstand te bestrijden en het winkelgebied compacter te maken. Daarnaast is concreet winkelruimte wegbestemd in het bestemmingsplan. Bedrijven konden een subsidie ontvangen voor het verbeteren van hun pand of gevel, voor het verplaatsen van een winkel/bedrijf naar het kernwinkelgebied, of voor het realiseren van woonruimte boven de winkel. In totaal werd € 700.000 subsidie uitgekeerd aan 45 projecten, wat betaald werd door de gemeente, de provincie, ondernemers en vastgoedeigenaren samen. Dit heeft geleid tot additionele investeringen (bovenop de subsidie) in winkelpanden van in totaal € 1,3 miljoen (vliegwieleffect). Het resultaat is dat de leestand aantoonbaar fors is teruggedrongen.



Integrale transformatieaanpak

Het gebied tussen Het Ruim en de Schouwstraat vraagt concrete aandacht, vanwege de slechte uitstraling van het vastgoed en de slechte ruimtelijke-structuur. Ook oogt het gebied rommelig met de kiosken en is de routing onduidelijk. In de onderhavige visie is het gebied aangemerkt als transformatiegebied, wat betekent dat de mogelijkheden voor een nieuwe invulling onderzocht moet worden. Uit verschillende gesprekken met de betrokken stakeholders zijn de diverse scenario's naar voren gekomen. Benadrukt moet worden dat deze verder onderzocht moeten worden en dat daarbij goede alternatieven geboden moeten worden voor bestaande ondernemers (verplaatsing) en vastgoedeigenaren.



- *Scenario: sloop en parkeren:* In dit scenario wordt het bestaande vastgoed gesloopt en wordt hiervoor parkeren met groen (park) in de plaats gerealiseerd. Het voordeel is dat hiermee (leegstaande)units uit de markt worden genomen, en de winkels aan Het Ruim kunnen profiteren van de verbeterde bereikbaarheid. De consument kan voor de deur parkeren en dit trekt aanbod aan dat hierbij gebaat is (doelgericht).
- *Scenario: sloop en nieuwbouw:* In dit scenario wordt het bestaande vastgoed eveneens gesloopt, maar komt hier een gemengd gebied voor terug, met in de plint een strip voor voorzieningen die attractiviteit kunnen bieden aan het centrumgebied (bijvoorbeeld daghoreca met terrasfunctie om de aantrekkelijkheid van het plein te vergroten). Een alternatief kan zijn het toevoegen van één grootschalige trekker in de dagelijkse of niet-dagelijkse artikelensector (bijvoorbeeld een discount-supermarkt). Ook het toevoegen van meer groen in dit gebied kan bijdragen aan de kwaliteit en sfeer. Op verdieping kan wonen worden gerealiseerd om een ontwikkeling meer rendabel te maken en ook in de avonden meer reuring te krijgen in het kader van de leefbaarheid en veiligheid.



Transformatie van het gebied betekent dat voldoende perspectief geboden moet worden aan zowel bestaande ondernemers als vastgoedeigenaren. Er dient allereerst geïnterviewd te worden in hoeverre ondernemers in het transformatiegebied bereid zijn te verplaatsen naar locaties elders in Dronten-centrum en tegen welke voorwaarden. Eventuele verhuiskosten moeten vanuit de algehele middelen worden vergoed, via een verplaatsingsfonds. Vastgoedeigenaren zullen bereid moeten zijn te investeren in het gebied. Investeren is alleen kansrijk indien er een goed transformatieplan op tafel ligt. Voor een vastgoedeigenaar betekent dit dat de ontwikkeling rendabel moet zijn, bijvoorbeeld door het toevoegen van extra volume (wonen boven winkels) en/of via een transformatiesubsidie.

Figuur 3.2: Eigendomssituatie transformatiegebied en aanpak



Figuur 3.3: Voorbeeld scenario sloop en parkeren



3.2.2 Gastvrijheid en beleving



Ontmoeten

In Dronten-centrum ligt er een opgave om te transformeren van pure aankoopplaats waar winkels domineren, naar een ontmoetingsplaats waar gastvrijheid, service en beleving centraal staan. In functionele zin betekent dit een evenwichtige functiemix met winkels, horeca, commerciële dienstverlening en eventueel ook aanpalende centrumfuncties, zoals zorg en maatschappelijke dienstverlening.

Gastvrijheid en beleving zijn containerbegrippen die uitsluitend bereikt kunnen worden via een integrale aanpak, waarbij verschillende acties en maatregelen gezamenlijk leiden tot een aangenamer verblijfsklimaat. Gastvrijheid begint bij goed ondernemerschap. Het aanbieden van hoogwaardige service, specialisme en vakmanschap zijn elementen waar ondernemers in Dronten-centrum zich mee kunnen onderscheiden ten opzichte van het internet en andere centra in de regio. Mede op basis van de input van stakeholders wordt in de visie ingezet op de navolgende acties en maatregelen om de sfeer, beleving en gastvrijheid te verhogen.

Inspiratie voorbeeld

Oosterhout – trainingen gastvrijheid

Het traject 'Dat wil ik ook!' heeft tot doel de ondernemers in de binnenstad te inspireren om hun winkelactiviteiten zodanig te optimaliseren dat deze een positieve bijdrage leveren aan de klantbeleving van het winkelend publiek. Dit geeft kwaliteit, vertrouwen en verbinding waardoor er meer gewinkeld en besteed wordt in het centrum. Hierdoor zullen de ondernemers doelstellingen groei, winst en continuïteit gewaarborgd worden.



Om dit te realiseren zal een traject ontwikkeld worden dat het groter geheel beslaat, maar voor iedere ondernemer afzonderlijk op maat gesneden wordt.



Versterken evenementen

Evenementen dragen bij aan de beleving in het centrumgebied. Goede evenementen kunnen er bovendien toe leiden dat bezoekers worden aangetrokken die normaal nauwelijks Dronten-centrum bezoeken. Er kan onderscheid worden gemaakt in drie verschillende typen:

- Gemeentebrede evenementen: door het opzetten van een gezamenlijke evenementenkalender (afstemming tussen kernen) in de gemeente Dronten, kunnen evenementen worden afgestemd en kan er meer worden ingespeeld op deze evenementen.
- Centrumbrede evenementen: momenteel worden in Dronten-centrum al veel centrumbrede evenementen georganiseerd, zoals de Meerpaaldagen, Koningsdag, maar ook de weekmarkt.
- Lokale evenementen (door ondernemers en bewoners): individuele ondernemers en/of bewoners moeten de ruimte krijgen om evenementen te kunnen organiseren in of aansluitend aan de zaak. Dit zijn dan meer laagdrempelige evenementen, zoals een demonstratie, lancering van een product, een modeshow, etc. STADronten (vrijwilligersorganisatie) is momenteel reeds actief voor lokale evenementen.



Het organiseren van evenementen is een taak van ondernemers of bewoners. Echter, het resultaat van een evenement in het kader van beleving en bestedingen levert veelal het collectief ook iets op. Hierdoor moet een evenwichtige verdeling van de kosten plaatsvinden tussen de betrokken stakeholders (dus ook de gemeente en vastgoedeigenaren). Evenementen worden momenteel vooral

gefinancierd door ondernemers(collectieven). Het voorstel is om het bestaande fonds voor evenementen uit te breiden, met daarin een investering van alle stakeholders. Individuele ondernemers moeten ook aanspraak kunnen doen op dit fonds voor lokale evenementen. Anderzijds moet de gemeente flexibel omgaan met het faciliteren van evenementen. Voor zelfstandige ondernemers zijn de procedures en kosten (leges) vaak een drempel om een lokaal evenement te organiseren.

Evenementen moeten bovendien ook tussen de verschillende centra in Dronten goed op elkaar worden afgestemd. Idealiter is er één overkoepelde evenementenkalender. Alle evenementen moeten dan ook gezamenlijk worden gecommuniceerd naar bezoekers via villagemarketing. Hier ligt een opgave voor één duidelijk marketingkanaal (villagemarketing) naar bezoekers. Zie hiervoor ook meer in paragraaf 3.2.3 en hoofdstuk 6: visie op samenwerking.

Inspiratie voorbeeld

Oosterhout - van handhavers naar gastheren

In de steden om ons heen zien we dat de functie van handhavers aan het veranderen is. Steeds vaker krijgen zij de rol van gastheren. De ervaringen van bezoekers met deze nieuwe 'gastheren' zijn erg positief. In het centrum van Oosterhout (NB) heeft dit geleid tot een concreet project. Bekeken zal moeten worden welke competenties de nieuwe functie vraagt en welke opleiding/training nodig is om de competenties te ontwikkelen. De gastheren zijn er voor de bezoeker, om vragen te beantwoorden, service te verlenen, etc. Vooral voor de ouderen heeft dit een positief effect op de mate van beleving en gastvrijheid.



'Smart' toepassingen

Onderdeel van beleving is ook het integreren van nieuwe digitale toepassingen. Voor ondernemers zelf ligt hierin een taak om binnen de zaak optimaal in te spelen op internet en digitalisering, zoals bijvoorbeeld het mogelijk maken van online aankopen in de winkel (via digitaal scherm), afhalen in de winkel van online aankopen, digitale etalage, etc. Naast digitalisering in de winkel, draagt ook digitalisering buiten de winkel bij aan de belevingswaarde. Voor Dronten-centrum zijn enkele voorbeelden interessant:

- Digitale en interactieve fysieke informatiepunten in Dronten-centrum, om de bezoeker te informeren over de laatste acties, evenementen, vindplaats zaken, openingstijden, plattegrond, etc. De informatie is tegelijk toegankelijk via één website en een app.
- Een versterking van De Pas van Dronten (online spaarsysteem).
- Inspelen op zintuiglijke waarnemingen door het toevoegen van bijvoorbeeld smart light, interactieve speelelementen in het centrumgebied voor kinderen (bijvoorbeeld water), groen, etc.

Inspiratie voorbeeld

Veghel - Smartlight

'Veghel achter digitale stadsmuren', zo heet het ambitieuze plan om van het Veghelse winkelhart een belevingsgebied te maken. Bijzonder onderdeel daarvan is 'Het Steegje', een veel gekozen toegangsroute naar het centrum waar gevelverlichting en gerichte dynamische verlichting geïntegreerd zijn toegepast. Dynamische verlichting van Philips dat zich aanpast aan het moment, de bezoekers en die de groenvoorziening accentueert. Een totaalpakket dat letterlijk kleur geeft aan de beleving van bezoekers.



3.2.3 Samenwerking



Efficiënt en effectief

Een centrum floreert als ondernemers eenheid uitstralen. Gezamenlijk moeten zij zorgen voor een op de doelgroep toegesneden aanbod en assortiment met klantvriendelijk en gastvrije bediening. Waarbij samenwerking gericht op de behoefte van de klant voorop staat. Elkaar aanprijzen en samen acties en evenementen organiseren past daar bij. Binnen Dronten-centrum wordt redelijk goed samengewerkt tussen met name de ondernemers en de gemeente. Echter, vastgoedeigenaren zijn helaas nog weinig betrokken. Hier ligt een opgave. In de dorpen is nauwelijks sprake van een effectieve samenwerking tussen verschillende stakeholders. Hier ligt eveneens een opgave. Daarnaast dient helderheid te worden verkregen over de belangenbehartiging vanuit de verschillende partijen.

Vastgoedcollectief

Het vastgoed moet zichzelf verenigen in een collectief, waarbij een vertegenwoordiging ook actief moet zijn in bestaande integrale overlegorganen. Idealiter zijn in dit collectief ook bedrijfsmakelaars aanwezig. Door samenwerking kan mogelijk onderlinge concurrentie tussen eigenaren worden beperkt. De huurprijzen staan in Dronten-centrum al jaren onder druk door enerzijds de leegstand en anderzijds het feit dat eigenaren een steeds goedkopere huurprijs moeten aanbieden, omdat de ondernemer anders elders binnen Dronten-centrum verhuist vanwege de lagere huurprijs.



Actieve bijdrage (financieel) door vastgoedeigenaren

Het is belangrijk dat ook vastgoedeigenaren financieel bijdragen aan het collectiefbelang van het centrum. Immers, een goed functionerend centrumgebied zorgt ook voor meer kansen op herinvulling van leegstand en biedt meer perspectief voor het vast-

goedrendement. Een mogelijkheid om vastgoedeigenaren structuur te laten bijdragen aan het centrumgebied is het opzetten van een BIZ. Dit geldt overigens ook voor ondernemers. Een BIZ wordt altijd opgericht op initiatief van ondernemers, vastgoedeigenaren of een combinatie daarvan. Een gemeente treedt altijd op als facilitator en kan ondernemers en vastgoedeigenaren stimuleren een BIZ op te richten. De lokale overheid int de contributie bij alle ondernemers en/of vastgoedeigenaren via de WOZ-bijdrage. De betreffende inkomsten gaan direct naar de BIZ-stichting of -vereniging. De BIZ-stichting of -vereniging zorgt voor de uitvoering van vooraf afgesproken plannen in de BIZ. Het voordeel van een BIZ is dat alle eigenaren (en/of ondernemers) worden verplicht financieel bij te dragen aan het collectief. Momenteel is er een reclamebelasting, waardoor niet alle ondernemers en eigenaren bijdragen aan het collectief. Met een BIZ kunnen 'free riders' worden voorkomen.



Profilering en marketing

De coördinatie tussen de centrumgebieden binnen de gemeente Dronten, met name ten aanzien van evenementen, kan ook beter. Hier wordt in het volgende hoofdstuk nader op ingegaan. Idealiter is er een overkoepelende samenwerkingsorganisatie die de verantwoordelijkheid neemt ten aanzien van profilering en marketing van alle centra binnen de gemeente Dronten. De identiteit van Dronten en meerwaarde van het kwadrant moet on- en offline aan de klant duidelijk worden gemaakt. De consument heeft behoefte zijn vrije tijd zo aantrekkelijk mogelijk te besteden. Maar heeft veel te kiezen, dus Suydersee moet zorgen dat zij in het oriëntatie en bezoeklustje van de consument bovenaan staat!

4. VISIE OP DE DORPEN

4.1 Uitgangspunten



Boodschappen en ontmoeten

Boodschappen doen staat centraal in de dorpscentra van de gemeente Dronten: Swifterbant en Biddinghuizen. Een complementair supermarktaanbod is het fundament van het voorzieningenaanbod. Daarnaast functioneren de dorpscentra als ontmoetingsplaatsen voor de dorpsbewoners, met een mix van voorzieningen ten aanzien van retail, zorg, maatschappelijk en leisure.



- Twee supermarkten in het dorp is een goed uitgangspunt. Echter, in Swifterbant ligt een kans om het supermarktaanbod te versterken door in te zetten op een complementair aanbod. De aanvullende dagelijkse artikelenwinkels zijn een pré
- Op basis van trends en ontwikkelingen staat het functioneren van de dorpscentra als winkelgebieden onder druk. Het draagvlak voor winkels neemt af (met uitzondering van levensmiddelen), omdat deze vooral naar Dronten-centrum gaan of elders in de regio. Bovendien is er nauwelijks sprake van bevolkingsgroei en moet rekening worden gehouden met een forse vergrijzing.
- Kansen zijn initiatieven in de markt die een bijdrage kunnen leveren aan de kwaliteit van de centrumgebieden.
- In beide dorpscentra is sprake van hardnekkige leegstand met weinig perspectief op herinvulling met winkels (zie analyse, twee beeldbepalende leegstaande panden in elk dorpscentrum). Daarnaast is de verkeer- en parkeersituatie in beide dorpen een belangrijk aandachtspunt.

4.2 Visie

Hoofddoelstelling

De partijen in de gemeente Dronten (ondernemers, eigenaren en de gemeente) gaan voor de centra van Biddinghuizen en Swifterbant samen werken aan het volgende.

Een bruisend dorpscentrum om de leefbaarheid in het dorp te versterken is het uitgangspunt. Biddinghuizen- en Swifterbant-centrum functioneren primair als boodschappencentrum. Het complementair supermarktaanbod in beide dorpen bedient een eigen verzorgingsgebied en het dis-countaanbod trekt enige koopkracht van buiten. De overige voorzieningen profiteren van deze aantrekkingskracht. Het centrum heeft een compacte, duidelijke en overzichtelijke structuur, is goed bereikbaar met voldoende parkeren en is een ontmoetingsfunctie voor bewoners.

Bovenstaande doelstelling betekent dat retailontwikkelingen in Swifterbant of Biddinghuizen buiten de centra niet worden toegestaan. Daarnaast moeten initiatieven ten aanzien van niet-retailfuncties, zoals zorg, maatschappelijk en leisure/cultuur eveneens worden geconcentreerd in de dorpscentra. Alleen als aantoonbaar geen ruimte is in of rondom het dorpscentrum, kunnen niet-retailontwikkelingen in dorpen buiten de centra plaatsvinden.



Verkeer- en parkeersituatie

Een goede verkeer- en parkeersituatie is onderdeel van de basis op orde. Zeker in relatie tot de bovengemiddelde vergrijzing in de dorpen is veiligheid en gemak essentieel. Met name in Swifterbant is het parkeren rond de supermarkten momenteel niet optimaal. Voor beide dorpscentra wordt het volgende voorgesteld:

- *Herinrichting openbare ruimte:* vanuit de gemeente moet er een nieuw stedenbouwkundig plan worden opgesteld, om de openbare ruimte te verbeteren. Er moet meer aandacht zijn voor fietsers en voetgangers

(bijvoorbeeld met het concept 'auto te gast') en de loopverbinding tussen de supermarkt en parkeerplaats moet via een loper worden versterkt. Daarnaast moeten de parkeervakken ruimer, voor meer manoeuvreerruimte.



Versterken uitstraling vastgoed

De gevels van veel panden zijn toe aan vernieuwing. De uitstraling van beide dorpscentra, zeker in relatie tot Dronten-centrum, blijft achter. Bovendien zijn er sommige aandachtspunten, zoals de luifels/overkappingen, waarvoor niemand de verantwoordelijkheid neemt om deze op te knappen (wie is eigenaar/verantwoordelijk?). Een investering in vastgoed is noodzakelijk om de aantrekkelijkheid van het centrum te versterken, wat positief is voor zowel de consument, de ondernemers als de vastgoedeigenaren. Bovendien kan een investering in vastgoed leiden tot een vliegwieleffect, waardoor ook ondernemers weer bereid zijn te investeren.



Primair ligt er een opgave voor de eigenaren van het vastgoed. Echter, het perspectief van de units is matig en een (forse) investering is daardoor wellicht niet haalbaar (ook vanwege de lage huurprijs). Het oprichten van een vastgoedfonds om het vastgoed/de gevels te moderniseren is een kansrijk instrument om vernieuwing te stimuleren en bovendien eigenaren te prikkelen te investeren. De gemeente is de belangrijkste stakeholder die in financiële zin kan bijdragen aan een fonds voor het opwaarderen van het vastgoed in de dorpscentra. Landelijk gezien pakt de provincie ook vaak een rol ten aanzien van subsidieregelingen voor het verhogen van de kwaliteit in centrumgebieden.



Efficiënt en effectief

Een centrum floreert als ondernemers eenheid uitstralen. Gezamenlijk moeten zij zorgen voor een op de doelgroep toegesneden aanbod en assortiment met klantvriendelijk en gastvrije

bediening. Waarbij samenwerking gericht op de behoefte van de klant voorop staat. Elkaar aanprijzen en samen acties en evenementen organiseren past daar bij. Centrumondernemers kunnen hiervan profiteren. Dit blijkt onder andere uit toeristen in het zomerseizoen die vanuit de Randmeren Biddinghuizen bezoeken en daar ook de boodschappen doen.

Als onderdeel van de visie wordt voorgesteld om een geprofessionaliseerd samenwerkingsverband op te richten per dorp. Naast een vertegenwoordiging van ondernemers en vastgoedeigenaren zijn de bewoners een belangrijke doelgroep. Deze groep is momenteel vertegenwoordigd in Dorpsbelangen. De ondernemers zijn in Swifterbant reeds al actief in een samenwerkingsverband. Ook hier geldt dat het belangrijk is dat aan de voorkant duidelijkheid bestaat over de belangenbehartiging (wie, waarom, hoe, etc.).



Versterken ontmoetingsfunctie

Naast de winkelveorzieningen zijn overige niet-winkelveorzieningen (kerk, bibliotheek, etc.) belangrijke voorzieningen die bijdragen aan het ontmoeten van de bewoners. Voorbeelden zijn Multifunctionele centra/gebieden (MFG's en MFC's). Dergelijke voorzieningen dragen bij aan de ontmoetingsfunctie van het centrum en verhogen de leefbaarheid en –kwaliteit in de dorpen, zeker voor bepaalde doelgroepen zoals ouderen. Activiteiten en evenementen georganiseerd door bewoners en dorpscommissie dragen hier ook aan bij. Dit verhoogt ook de binding aan de eigen voorzieningen en ondernemers. Dergelijke voorzieningen en activiteiten moeten primair in de dorpscentra worden gefaciliteerd.

5. VISIE OP PERIFERE DETAILHANDEL

5.1 Uitgangspunten



Doelgerichte aankopen

Het betreft (duurzame en/of vervangings-) aankopen die met een lage frequentie en veelal doelgericht worden gedaan. De consument is bereid om een grote afstand af te leggen (doe-het-zelf, tuin en plant, wonen, auto)

- De gemeente Dronten heeft een zeer ruim winkelaanbod binnen het thema 'in en om het huis', zoals woonzaken, doe-het-zelf en tuincentra. Met name detailhandel in wonen ligt bijna een derde hoger dan het gemiddelde in Nederland.
- Het aanbod is sterk verspreid aanwezig. Een duidelijke concentratie van PDV-aanbod op gemeenteniveau ontbreekt momenteel.
- De consument is voor doelgerichte aankopen sterk op grootschalige concentraties in de regio georiënteerd waar een ruim aanbod aanwezig is. Op basis van trends en ontwikkelingen zijn alleen bovenregionale concentraties en zeer lokale concentraties toekomstbestendig.
- De perifere locaties in de gemeente Dronten (De Noord, Business Zone Delta en diverse verspreide locaties) zijn vanuit een bovenlokale c.q. regionale verzorgingsfunctie opgezet. Er blijft behoefte bestaan voor lokaal verzorgend PDV-aanbod, maar een ambitie voor regionaal verzorgend PDV-aanbod is niet langer haalbaar. Dit blijkt ook uit de forse leegstand in de periferie.
- Op De Poort zijn initiatieven voor de vestiging van een Drive-in Subway en Febo. Deze horeca-concepten passen binnen het profiel van

het gebied en concurreren qua aard en bezoekmotief niet met het reguliere horeca-aanbod in de centra.

- Het aanbod functioneert ver beneden het landelijk gemiddelde en er is sprake van een theoretisch overschot aan winkelruimte.



Business Zone Delta



De Noord

Beperkte mogelijkheden detailhandel in de periferie

De onderhavige visie zet primair in op de tot de hoofdstructuur behorende centrumgebieden. Dit betekent dat ontwikkelen buiten deze centra die afbreuk doen aan deze centra in principe niet worden toegestaan. Concreet gelden de volgende uitgangspunten:

- In de periferie worden uitsluitend winkels toegestaan in (zeer) volumieuze artikelen in de branches doe-het-zelf, tuincentra, woninginrichting (inclusief keukens en badkamers) en auto's, boten en caravans en deze dienen een minimale oppervlakte te hebben van 1.000 m² bvo.
- Indien er een initiatief is voor de vestiging van een winkel kleiner dan 1.000 m² op een perifere locatie, dient uit nader onderzoek te blijken dat er redelijkerwijs geen passende locatie in de centrumwinkelgebieden voor handen is.
- Horeca en consumentgerichte dienstverlening wordt niet toegestaan in de periferie, mits in het bestemmingsplan anders wordt aangegeven.

Deze functies worden in principe gefaciliteerd binnen de reguliere centrumgebieden.



Kiezen voor één concentratie: Business Zone Delta

De onderhavige visie heeft de ambitie om verspreide bewinkeling te beperken en concentratie te bevorderen. De enige manier om deze ambitie te bereiken is door te kiezen voor één centrale locatie voor perifere detailhandel. Dit is ook de uitkomst op basis van bilaterale gesprekken met stakeholders en de eerste Brainstormsessie. Eén locatie levert diverse voordelen op ten opzichte van verspreide bewinkeling. Ondernemers kunnen meer van elkaars trekkracht profiteren via combinatiebezoek en synergiewerking. Voor de consument wordt helderheid gecreëerd, wat gemak, meer keuzemogelijkheden op één locatie en efficiëntie oplevert. Voor vastgoedeigenaren ontstaat duidelijkheid. Bovendien kan een toekomstbestendiger concentratiegebied ook meer vastgoedrendement opleveren.

Op basis van de analyse en de input van stakeholders wordt de locatie Business Zone Delta als meest perspectiefrijke locatie voor perifere detailhandel beschouwd. In de visie op het Hanzekwartier (zie verbeeldingen) is aangegeven dat de westzijde van De Noord op termijn moet transformeren naar een gebied met een menging van kantoren, kleinschalige voorzieningen en wonen als aantrekkelijke entree naar Dronten-centrum. De transformatie van De Noord is reeds ingezet en het vigerende bestemmingsplan van De Noord kent ook een uitsterfconstructie voor detailhandel.

Belangrijke voorwaarde om deze keuze tot een succes te maken is een goede samenwerking tussen vastgoedeigenaren onderling, met hun huurders en met de gemeente. Dit gaat niet vanzelf. Daar is regie voor nodig. Per pand en ondernemer moet een perspectief worden besproken of en

hoe deze onderdeel wil gaan uitmaken van deze transformatie. Uitgangspunt is kansen creëren. Ook door samenwerking te stimuleren, bijvoorbeeld via een samenwerkingsverband of een BIZ.



Uitvoering en instrumenten

Winkels die momenteel perifeer gevestigd zijn maar niet vallen binnen bovenstaande branches, behouden de bestaande rechten. Het uitgangspunt van de onderhavige visie is om ondernemers te verleiden te verplaatsen naar de meest kansrijke locaties. Dit betekent dus niet dat alle winkels die momenteel verspreid aanwezig zijn moeten verplaatsen. In samenspraak met de desbetreffende ondernemers en vastgoedeigenaren wordt op termijn gezocht naar eventueel geschikte alternatieve locaties. Met name enkele verspreid aanwezige zaken in sport- en rijwielen die momenteel perifeer gevestigd zijn, zouden goed passen binnen Dronten-centrum.

De keuze voor één locatie heeft op termijn ook consequenties voor andere locaties. Door in de huidige visie voorzienbaarheid te creëren, bestaat er voor ondernemers en vastgoedeigenaren voldoende tijd om mogelijke transformatieopties te onderzoeken voor locaties die niet langer wenselijk zijn voor perifere detailhandel. Dit is daarmee ook een oproep aan de stakeholders in de periferie om actief een bijdrage te leveren aan de opgave,

met als doel een toekomstbestendig en goed functionerend perifeer detailhandelsaanbod in de gemeente Dronten.

De gemeente Dronten heeft naast het creëren van voorzienbaarheid via onderhavige visie meerdere instrumenten tot haar beschikking om het proces om te komen tot één perifere concentratie te faciliteren. Navolgend zijn enkele voorbeelden benoemd:

- *Subsidie*: in de vorm van bijvoorbeeld verhuiskostenvergoeding en/of een transformatiesubsidie. Ondernemers die bereid zijn te verplaatsen naar Dronten-centrum, kunnen gebruik maken van deze subsidie. De financiële middelen worden gedragen door de markt en de gemeente. Een vergelijkbaar voorbeeld is de subsidieregeling voor verplaatsters in Hoogeveen. Hier draagt de provincie echter ook bij.
- *Bestemmingsplanverruiming*: de gemeente moet bij transformatie van gebieden de mogelijkheid bieden om niet-PDV-functies toe te staan. Uiteraard moeten deze functies aantoonbaar wel een duurzame bijdrage leveren aan de structuur. Dit geldt met name voor de te transformeren locaties, zoals het Hanzekwartier.
- *Bemiddelen*: de gemeente of een andere partij kan ondernemers en vastgoedeigenaren bij elkaar brengen via bemiddeling. Dit kan verplaatsing bevorderen.

Nevenassortimenten

Branchevervaging in klassieke PDV-branches zoals de woon-, tuin- en doe-het-zelf-branchen komt veel voor, maar mag niet leiden tot onaanvaardbare effecten op de detailhandelsstructuur. Daarom moet hier weloverwogen mee om worden gegaan. In die overweging spelen aspecten zoals de aanvaardbaarheid van een bepaalde mate van branchevervaging, het belang van beleving in de winkel en eventuele effecten op reeds aanwezige

winkels een rol. Niet wenselijk zijn bijvoorbeeld woonwinkels met speelgoed in de schappen en tuincentra die levensmiddelen verkopen. De consument verwacht in dergelijke winkels echter ook een bepaalde mate van branchevervaging. Zo is bijvoorbeeld het dierenassortiment van tuincentra inmiddels een landelijk geaccepteerd onderdeel van het reguliere assortiment.

Branchevervaging bij de genoemde branches en soorten winkels is toegestaan tot maximaal 10% van het totaal gevoerde assortiment en een maximum van 100 m² vwo. Dit is landelijk een gangbare norm en dit voorkomt dat onaanvaardbare effecten ontstaan op het aanbod in de reguliere centra. Hierbij geldt verder het volgende:

- De artikelen die gevoerd mogen worden behoren direct of indirect tot het specifieke assortiment van de betreffende branche of soort winkel.
- Voor de aangewezen perifere locatie geldt dat het assortiment van alle toegestane branches en soorten winkels zonder beperkingen in alle hier aanwezige winkels verkocht mag worden.
- Modische artikelen³, levensmiddelen, en persoonlijke verzorgingsartikelen zijn expliciet niet toegestaan omdat dit de belangrijkste dragers zijn voor het functioneren van de reguliere winkelcentra.
- Kleinschalige horecavoorzieningen, die ondergeschikt zijn aan de winkelfunctie, worden toegestaan.
- Daar waar in het verleden andere rechten zijn toegekend, blijven die geldig.

³ Uitgezonderd bij de toegestane perifere winkels behorende werkkleding en -schoenen, zoals bijvoorbeeld overalls of tuinklompen.

6. VISIE OP SAMENWERKING

6.1 Uitgangssituatie

Bestaande samenwerkingsverbanden

In de gemeente Dronten zijn momenteel meerdere samenwerkingsverbanden aanwezig. De ene meer actief en effectief dan de ander. Op sommige thema's wordt goed samengewerkt, terwijl op andere thema's langs elkaar heen wordt gewerkt. De volgende belangenorganisaties/samenwerkingsverbanden zijn momenteel aanwezig in Dronten:

- **Winkeliersvereniging Suydersee:** komt op voor de belangen van winkeliers in Dronten-centrum.
- **Stichting DOES:** ondernemersfonds Dronten-centrum, belangenbehartiger ten behoeve van het economisch en ruimtelijk-functioneel versterken van het centrumgebied, waaronder het organiseren van evenementen.
- **OVDD:** komt op voor de belangen van ondernemers in de gemeente Dronten.
- **STADronten:** organisator evenementen en activiteiten in Dronten.
- **PRODronten:** organisator Meerpaaldagen.
- **Dorpsbelangen Swifterbant:** belangenorganisatie voor leefbaarheid in het dorp, de sociale cohesie en inwonersparticipatie.
- **Dorpsbelangen Biddinghuizen:** belangenorganisatie voor leefbaarheid in het dorp, de sociale cohesie en inwonersparticipatie.
- **Vitale centra:** overlegstructuur opgericht ten behoeve van het proces voor de totstandkoming van de onderhavige retailvisie, met

daarin het centrummanagement van Dronten-centrum, een vertegenwoordiging van de dorpen en de OVDD.

Ruimte voor verbetering

In de operationele sfeer is de samenwerking met name in Dronten-centrum momenteel goed op orde. Dit uit zich ook in de samenwerking tussen het centrummanagement, het ondernemersfonds (op basis van reclamebelasting) en de winkeliersvereniging. Op strategisch niveau is de samenwerking eigenlijk alleen binnen Dronten-centrum geregeld. In de periferie is geen sprake van samenwerking. De samenwerking betreft vooral ondernemers. Structurele samenwerking tussen gemeente en ondernemers heeft als onderdeel van het proces van onderhavige visie in de groep Vitale centra plaatsgevonden. Een meer integrale samenwerking waarin ook vastgoedeigenaren en consumenten/bewoners betrokken zijn, is niet aanwezig⁴. Het betrekken van deze stakeholders is echter wel noodzakelijk. Ook hier geldt dat het belangrijk is dat aan de voorkant duidelijkheid bestaat over de belangenbehartiging (wie, waarom, hoe, etc.)

Een goede samenwerking is essentieel voor goed functionerende centrumgebieden. De gezamenlijke stip op de horizon en acties vergroot inzicht in elkaars en gezamenlijk belang. Taken kunnen efficiënt en tegen lagere kosten worden verdeeld en informatie aan de consument kan op een eenduidige wijze worden gecommuniceerd. Alle betrokken stakeholders hebben uitgesproken de samenwerking te optimaliseren. Op basis van dit speerpunt zet de visie in op de volgende twee onderdelen.

⁴ Met uitzondering van een enkele vastgoedeigenaar in Stichting DOES.



Professionalisering samenwerking

Allereerst moet de samenwerking binnen de individuele centra op orde zijn. Deze samenwerking is vooral gericht op meer operationele thema's zoals de organisatie van activiteiten voor de eigen bevolking en evenementen, samenwerking tussen ondernemers detailhandel, horeca en diensten onderling, etc. In Dronten-centrum is dit reeds op orde, maar hier ligt met name een opgave voor de dorpen.

Samenwerking tussen gebieden/centra is eveneens belangrijk om de complementariteit tussen gebieden te borgen en de identiteit te kunnen uitdragen. De consument moet wat te kiezen hebben! Wij stellen voor een overkoepelend samenwerkingsverband op te richten / aan te wijzen, met daarin een evenwichtige vertegenwoordiging van elk centrumgebied en stakeholders, waarin de meer strategische lijn wordt uitgezet en samenhang geoptimaliseerd wordt. Dit overkoepelende samenwerkingsorgaan heeft primair de volgende taken:

- Profileren en marketing centra;
- Beheer evenementenkalender;
- Bewaker van het uitvoeringsprogramma

De SEA-groep Vitale Centra, zoals centraal stond in de tweede stakeholdersessie van onderhavige visie, is een goed uitgangspunt voor het overkoepelende samenwerkingsorgaan. Eventueel aangevuld met een directe vertegenwoordiging van de buurtcentra. Het uitgangspunt is een werkbare en slagvaardige samenwerking, waardoor een maximum van circa 8 personen aan te bevelen is.

⁵ Uiteraard kan ook een bestaand overlegorgaan deze taak op zich nemen, bijvoorbeeld de reeds aanwezige (inactieve) brancheadviescommissie (BAK), met als aanvulling

De SEA-groep Vitale Centra zorgt er voor dat de geplande acties en maatregelen met betrekking tot bijvoorbeeld het opvullen van leegstand, stimuleren ondernemerschap, etc. door de juiste partijen worden uitgevoerd en bovendien de gewenste kwaliteit opleveren. Uiteraard zullen er op operationeel niveau werkgroepen worden aangewezen met personen die concrete projecten trekken. Hier zijn reeds al enkele voorbeelden van, bijvoorbeeld de werkgroep aantrekkelijk stadscentrum, die zich voor Dronten-centrum bezighoudt met branchering en leegstand en de werkgroep activiteiten en marketing voor evenementen in Dronten-centrum.



Revitalisatie (branche)adviescommissie

De dynamiek in retailand is groot en daardoor is een flexibel toetsingskader noodzakelijk. Dit is een oproep vanuit de stakeholders. Als onderdeel van onderhavige visie wordt een (branche)adviescommissie opgericht⁵ met daarin een vertegenwoordiging van de belangrijkste stakeholders (gemeente, ondernemers en vastgoedeigenaren) van de centrumgebieden die aan de hand van onderhavige visie een advies uitbrengen ten aanzien van nieuwe initiatieven. De commissie heeft primair twee taken:

- Het **beoordelen** van een initiatief in hoeverre dit past binnen de visie en of voldoende is aangetoond dat de nieuwe ontwikkeling geen onaanvaardbare effecten heeft op de retailstructuur, de consumentenverzorging en de leegstand. De commissie brengt advies uit aan gemeente. Mede op basis van dit advies beslist de gemeente of een bestemmingsplanwijziging wel of niet aanvaardbaar is. Het voordeel van een dergelijke adviescommissie is dat een initiatief zorgvuldig kan worden afgewogen op basis van diverse perspectieven en overwegingen.

een bredere vertegenwoordiging vergelijkbaar met de Vitale Centra en aanvullend ook een extern onafhankelijk kennis- en adviesorgaan.

7. AANVULLENDE VORMEN VAN RETAIL

7.1 Inleiding

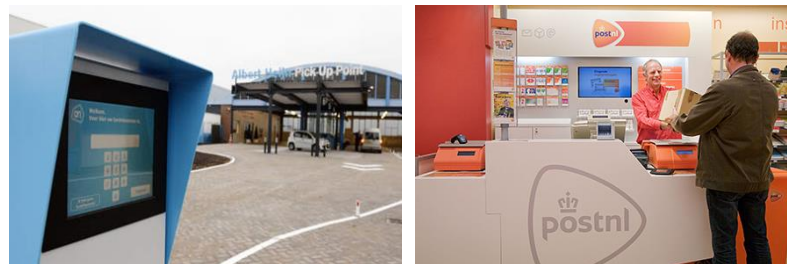
In dit hoofdstuk staan aanvullende en nieuwe vormen van detailhandel centraal, zoals hoe wordt omgegaan met internethandel en pick-up points, branchevervaging/-vermenging, tijdelijke winkels, blurring, ambulante handel, land- en boerderijwinkels, detailhandel en horeca bij recreatiegebieden, detailhandel bij tankstations en detailhandel en horeca bij specifieke overige bedrijfslocaties en sportvoorzieningen.

7.2 Nieuwe vormen

Internethandel

Webwinkels met een afhaalpunt en/of showroom moeten worden gefaciliteerd in bestaande centra. Dergelijke zaken hebben een winkelachtige uitstraling en de bezoekers die gegenereerd wordt kan een positief effect hebben op de centra, aangezien andere zaken hiervan ook kunnen profiteren via combinatiebezoek. Een webwinkel zonder afhaalpunt en/of showroom, kan worden beschouwd als bedrijfsfunctie. Deze kunnen ook in centrumgebieden aanwezig zijn, maar ook op de daarvoor bestemde locaties, zoals bedrijventerreinen. Afhaalpunten (pick-up-points) worden toegestaan in de centra. Solitaire afhaalpunten worden slechts bij hoge

uitzondering toegestaan op traffic-locaties⁶, mits er geen negatieve effecten op de consumentenverzorging, detailhandelsstructuur en winkel-leegstand te verwachten zijn.



Tijdelijke winkels

Tijdelijke winkels zoals pop-up stores of seizoenswinkels en tijdelijke niet-winkelfuncties op het gebied van bijvoorbeeld horeca, dienstverlening of cultuur, kunnen een bijdrage leveren aan de aantrekkelijkheid, diversiteit en kwaliteit in een centrumgebied. Bovendien kan het zorgen voor (een tijdelijke) invulling van leegstand. Tijdelijke winkels worden gestimuleerd in centrumgebieden. Er wordt gestreefd naar korte procedures en flexibiliteit in bestemmingsplannen. De tijdelijke verkoop van artikelen op locaties zonder detailhandelsbestemming of buiten de hoofdstructuur is echter niet toegestaan omdat dit ongewenste concurrentie oplevert voor de reguliere centra. Verkoop aan huis wordt daarom ook niet toegestaan.

⁶ Hiermee worden vervoersknooppunten bedoeld, zoals stations, auto(snel)wegknooppunten (bijvoorbeeld tankstation) of vliegvelden.



Blurring

De ambitie is de kansen met betrekking tot blurring te benutten, mits deze aansluiten bij zowel de kaders van de onderhavige retailvisie als de drank- en horecawetgeving. Vanuit de markt neemt de vraag naar mengvormen tussen met name detailhandel en horeca steeds verder toe. Ook de consument verlangt naar meer beleving en verrassing in de vorm van mengvormen. Dit wordt ook wel blurring genoemd. Hoewel blurring functioneel gezien veel kansen biedt, stelt de drank- en horecawetgeving bepaalde juridische kaders. In principe wordt een initiatief dat betrekking heeft op blurring gestimuleerd, mits deze aansluit bij zowel de kaders van de onderhavige detailhandelsvisie als de drank- en horecawetgeving.



7.3 Bijzondere vormen

Ambulante handel

Een sterke weekmarkt draagt bij aan de beleving, de sfeer, de kwaliteit en de reuring van een centrumgebied. Een weekmarkt zorgt bovendien voor extra aantrekkingskracht, waar bestaande ondernemers ook van kunnen profiteren via synergiewerking. Anderzijds kan ambulante handel ook resulteren in extra concurrentie met fysieke winkels. Er moet daarom zorgvuldig worden omgegaan met het afgeven van vergunningen en daarom wordt ambulante handel uitsluitend toegestaan op daarvoor aangewezen (geconcentreerde) standplaatsvoorzieningen. Aanvragen voor nieuwe standplaatsen worden onder meer op hun consequenties voor de verzorgingsstructuur beoordeeld. De ambitie is om de positie te versterken en te komen tot een kwalitatieve opwaardering van de weekmarkten in Dronten, Biddinghuizen en Swifterbant, met als uitgangspunt dat de weekmarkt complementair is aan de vaste voorzieningen. Enkele kansen zijn:

- behoud c.q. versterking profiel van specialistische en hoogwaardige versspecialzaken;
- bij lege standplaatsen flexibel omgaan met de positionering om compactheid te vergroten;
- Verkennen mogelijke verplaatsing weekmarkt Dronten-centrum heeft plaatsgevonden en wordt aan de Raad voorgelegd. Het gaat hier om een afweging waarbij belangen van ondernemers, marktkoopliden en consumenten verschillend zijn en het budgetrecht voor de verplaatsing bij de Raad ligt;
- inzetten op acquisitie om de markt te versterken.

Boerderij- en landwinkels

Verkoop van met name dagelijkse artikelen vindt in beperkte mate plaats bij landwinkels (met name boerderijen). Boerderij- of landwinkels zijn toegestaan als er sprake is van rechtstreekse verkoop van op het bedrijf vervaardigde of geteelde producten dan wel gerelateerde producten. In het bestemmingsplan worden uiteindelijke keuzes gemaakt. Doorgaans worden de volgende gebruiksregels gehanteerd:

- Er moet sprake zijn van een agrarisch bedrijf.
- De detailhandel is ondergeschikt aan het bedrijf.
- Maximaal 100 m² vvo mag voor detailhandel worden gebruikt.
- Het eigen vervaardigde product moet in de winkel verkocht worden.
- Naast het eigen product is het ook toegestaan om Nederlandse streekproducten met het keurmerk 'Erkend Streekproduct' te verkopen.
- Er dient een bedrijfsplan te zijn waaruit blijkt hoe de winkelvoering plaats zal vinden, bijvoorbeeld met welk soort assortiment.

Leisure en recreatie

In de gemeente Dronten zijn diverse leisure- en recreatievoorzieningen aanwezig, met name nabij het Veluwemeer. Het betreft met name bungalowparken, campings en attractiepark Walibi World. Hier zijn vooral kleinschalige levensmiddelen- en horecazaken aanwezig, die uitsluitend een functie hebben voor de dag- en verblijfstoeristen. De opening en sluiting van deze zaken zijn immers ook seizoensgebonden en de afstand tot Biddinghuizen en Dronten-centrum is relatief groot. Dergelijke voorzieningen zijn noodzakelijk voor goed functionerende leisure-voorzieningen. Ook is er een jachthaven aanwezig (Ketelhaven).

Het is niet wenselijk dat (een verdere uitbreiding van) detailhandel bij recreatiebedrijven plaatsvindt. Alleen in zeer uitzonderlijke gevallen (bijvoorbeeld voor een grootschalig recreatiepark) kan detailhandel op recreatiebedrijven worden toegestaan, in het kader van eventuele toeristische ambities en doelstellingen. Uitbreiding van ondersteunende horeca is toegestaan indien dit aansluit bij de functie van het gebied en er geen onaanvaardbare effecten op de centra te verwachten zijn. Daar waar in het verleden andere rechten zijn toegekend, blijven die geldig.

De vele verblijfs- en dagrecreanten beiden bovendien kansen voor het centrum van Dronten. Daarom wordt de verbinding tussen de Oostkant en het winkelcentrum SuyderSee gezocht en gestimuleerd.



Detailhandel en horeca bij tankstations en traffic-locaties

Detailhandel en horeca op trafficlocaties, zoals een tankstation, kan bijdragen aan de kwaliteit en het gemak voor de consument. Zelfstandig functionerende detailhandel of horeca dat past binnen het profiel van de centra is echter niet wenselijk op deze locaties, omdat dit afbreuk doet aan de hoofdstructuur. Detailhandelsactiviteiten bij motorbrandstoffen-verkooppunten worden toegestaan, onder de voorwaarden dat de omvang beperkt is (maximumomvang van 200 m² vvo) en het assortiment

gericht is op automobilisten. Horeca gericht op automobilisten op traffic-locaties, zoals een drive-inbroodjeszaak of -snackbar, wordt toegestaan.

Detailhandel en horeca bij bedrijfslocaties en sportvoorzieningen

Dit betreft winkels en horeca in onder meer ziekenhuizen, scholen, sportaccommodaties, verzorgingstehuizen, etc. Eventuele detailhandels- en horeca-activiteiten worden slechts in beperkte mate toegestaan, indien het ondergeschikt is aan de hoofdactiviteit, het qua branchering en omvang aansluit op de hoofdactiviteit, het aansluit op de 'eigen' doelgroep en geen onaanvaardbare effecten heeft op de consumentenverzorging, de detailhandelsstructuur en de leegstand. Eventuele ongewenste effecten op de hoofdstructuur moeten immers beperkt worden.

Sportscholen en fitness

Sportscholen en fitness zijn leisure activiteiten die prima passen binnen de bestaande centrumgebieden in de gemeente Dronten. Dergelijke functies dragen bij aan de multifunctionele aard van de centra en zorgen voor meer reuring en leefbaarheid. De visie zet daardoor primair in op het vestigen van sportscholen en fitness in de reguliere centra. Dergelijke functies zijn uitsluitend buiten de reguliere centra toegestaan, indien aantoonbaar geen fysieke mogelijkheid bestaat in het centrumgebied binnen het verzorgingsgebied en de ruimtelijk-functionele effecten op de centra niet onaanvaardbaar zijn.

Winkelopeningstijden

In Nederland zijn er inmiddels veel gemeenten waar de winkels langer open zijn, op enkele zondagen per jaar open zijn of waar elke zondag sprake is van een koopzondag. Hoe om te gaan met de zondagsopenstelling is aan gemeenten.

De gemeente Dronten gaat uit van respect voor elkaars vrijheden. Dit betekent dat gewetensvrijheid, godsdienstvrijheid en ondernemersvrijheid elkaar vinden in de gezamenlijke maatschappelijke waarden. Waar het gaat om de balans tussen zondagsrust en zondagsopenstelling kijkt de gemeente goed naar de effecten van het meebewegen en hoe dit past bij de historie en toekomst. De gemeente Dronten heeft ontdekt hoe je met elkaar nog verder in gesprek gaat en elkaar betreft. Door geleidelijke verandering, openstelling vanaf 12.00 uur en passend om te gaan met aanlevertijden en het vergunnen van evenementen kan rekening worden gehouden met elkaars vrijheden. De gemeente start een pilot om deze weg te verkennen. De evaluatie gaat in goed overleg met samenleving, winkeliers, college en raad.

Bijlagen

Bijlage 1: Definities

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.

Commerciële dienstverlening

Alle vormen van dienstverlening die gericht zijn op de consument, zoals kappers, schoonheidssalons, (winkel)ambachten, enz., met uitzondering van detailhandel en horeca.

Consumentenverzorging

De mate waarin consumenten de beschikking hebben over voorzieningen in de omgeving die voorzien in een behoefte.

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 begrepen de uitstalling ten verkoop, het verkopen en/of leveren van goederen aan personen die

die goederen kopen voor gebruik, verbruik of aanwending anders dan in de uitoefening van een beroeps- of bedrijfsactiviteit.

Horeca

Bedrijfstaking die bestaat uit commerciële dienstverlenende ondernemingen die logies verstrekken en-of spijzen en dranken voor gebruik ter plaatse, zoals een hotel, restaurant, snackbar, café, lunchroom, enz.

Koopkrachtafvloeiing

Mate waarin inwoners van een bepaald gebied hun detailhandelsbestedingen plaatsen bij gevestigde winkels **buiten** dat gebied.

Koopkrachtbinding

Mate waarin inwoners van een bepaald gebied hun bestedingen verrichten bij winkels die in dat gebied gevestigd zijn.

Koopkrachttoevloeiing

Mate waarin inwoners van **buiten** een bepaald gebied detailhandelsbestedingen plaatsen bij winkels die **in** dat gebied gevestigd zijn (aandeel omzet van buiten).

Retail

Een containerbegrip waarmee activiteiten worden bedoeld binnen detailhandel, horeca en consumentgerichte dienstverlening.

Vloerproductiviteit

Gemiddelde omzet in gevestigde winkels per m² verkoopvloeroppervlak (wvo).

Winkelvloeroppervlak (WVO)

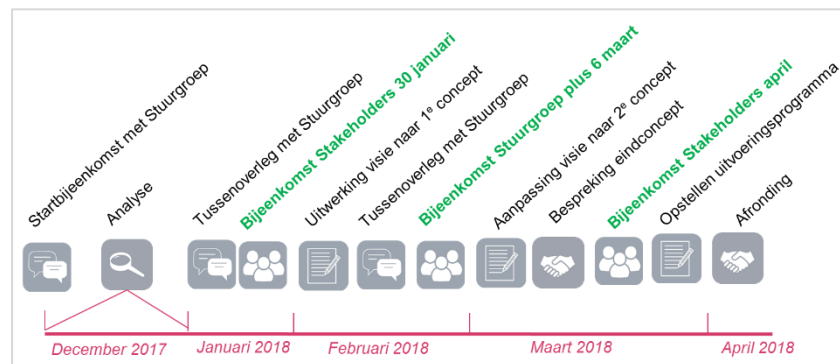
De voor publiek toegankelijke, zichtbare, overdekte en ommuurde winkelruimte (dus excl. magazijn, kantoor, etalage, e.d.).

Bijlage 2: Proces

Procestijdlijn

Navolgend is de tijdlijn weergegeven van het proces, met daarin de diverse overlegmomenten met de stakeholders. Let op: dit betreft uitsluitend het proces wat gecoördineerd is door BRO en niet het bestuurlijke proces.

Figuur 2A: Procestijdlijn



Stakeholders

De retailvisie en het uitvoeringsprogramma is nadrukkelijk is samenwerking met de belangrijkste stakeholders tot stand gekomen, namelijk de gemeente Dronten, ondernemers, vastgoedeigenaren en bewoners. Er zijn diverse momenten geweest waarop belanghebbenden konden participeren aan het proces:

- **Startoverleg:** het startoverleg is gebruikt om met stakeholders het traject af te stemmen. De Stuurgroep bestond uit een vertegenwoordiging van Dronten-centrum (Leo Hoksbergen), Swifterbant (Frank

Manders), Biddinghuizen (Jan Schuurhuis), gemeente Dronten (Sonja de Vries) en ondernemers in de gemeente Dronten (OVDD)

- **Analyse:** als onderdeel van de analyse zijn diverse key-stakeholders benaderd in bilaterale gesprekken voor input, waaronder Stichting DOES, enkele vastgoedeigenaren, de winkeliersvereniging van Dronten-centrum en ondernemers uit de dorpen.
- **Bijeenkomst Stakeholders 30 januari:** bij deze bijeenkomst stond het brainstormen met een brede groep centraal. Bijna alle ondernemers en vastgoedeigenaren zijn uitgenodigd, evenals enkele onafhankelijke partijen, zoals de Rabobank en diverse BOG-makelaars. Er was een hoge opkomst met circa 45 stakeholders.
- **Bijeenkomst Stuurgroep plus 6 maart:** in kleiner verband zijn met de leden van de Stuurgroep en enkele aanvullende key-stakeholders (plus) de hoofdlijnen van de visie besproken. Het doel van de sessie was om het advies van BRO te toetsen en aanvullende specifieke input op te halen, met als uitgangspunt een evenwichtige vertegenwoordiging van alle centra (inclusief PDV) in de gemeente Dronten.
- **Bijeenkomst Stuurgroep plus april:** met de Stuurgroep plus zijn de uitvoeringselementen uit de visie nader uitgewerkt op basis van prioritering en taakverdeling.
- **Tussentijdse overlegmomenten:** tijdens het proces zijn diverse tussentijdse overlegmomenten geweest met de Stuurgroep.

Bijlage 3: Instrumenten

A. De gemeente

Sturen op detailhandel: Europese Dienstenrichtlijn

Op 12 december 2006 is de Europese Dienstenrichtlijn in werking getreden. Op basis van jurisprudentie omtrent de Europese Dienstenrichtlijn blijkt dat ruimtelijke ordening op basis van economische motieven (bescherming van bestaande ondernemers) niet meer mag. De overheid mag alleen nog sturen op detailhandel wanneer redenen van algemeen belang doorslaggevend zijn: consumentenbescherming, ruimtelijke ordening en milieu. Consumentenbescherming / consumentenverzorging en ruimtelijke ordening worden als centrale uitgangspunten gehanteerd in het detailhandelsbeleid. De derde reden, milieu, is meer technisch en komt in andere beleidsstukken aan de orde.

Uitnodigingsplanologie

De gemeente is verantwoordelijk voor het formuleren van ruimtelijk beleid op basis van het omgevingsrecht. Zij stelt het detailhandelsbeleid vast en vertaalt dat in bestemmingsplannen. Omdat we niet weten wat de toekomst brengt, hanteren gemeenten tegenwoordig veelal het principe van *Uitnodigingsplanologie*. De lijn daarbij is dat de gemeente niet op voorhand ruimte geeft in bestemmingsplannen maar initiatieven toetst en waar mogelijk faciliteert. De gemeente beoordeelt marktinitiatieven op basis van de aanwezige beleidskaders, waaronder de onderhavige detailhandelsvisie. Dit betekent een positieve houding ten opzichte van gewenste ontwikkelingen en een terughoudende of afwijzende houding bij ongewenste ontwikkelingen.

Sturen op zorgvuldig ruimtegebruik: Ladder voor Duurzame Verstedelijking

Op 28 augustus 2012 is de 'ladder voor duurzame verstedelijking' opgenomen in het Besluit ruimtelijke ordening (Bro). Op grond hiervan zijn gemeenten en provincies verplicht om in de toelichting van een ruimtelijk besluit de 'ladder voor duurzame verstedelijking' op te nemen, wanneer een besluit een nieuwe stedelijke ontwikkeling mogelijk maakt. Dit betekent dat voor nieuwe ruimtelijke ontwikkelingen, ook op het gebied van detailhandel, gemeenten de treden van de ladder moeten motiveren. Hoewel per nieuw initiatief de ladder doorlopen zal moeten worden, is er in onderhavige visie al rekening gehouden met de uitgangspunten van de ladder. Bij de motivering kan verwezen worden naar de opgenomen beleidsuitgangspunten. Per 1 juli 2017 is de aangepaste Ladder voor Duurzame Verstedelijking in werking getreden.

Aanpassing bestemmingsplannen

De uitgangspunten die voortkomen uit de onderhavige visie moeten uiteindelijk doorvertaling vinden in bestemmingsplannen. Een uitgangspunt van de visie is dat de detailhandel geconcentreerd dient te worden in de tot de hoofdstructuur gerekende centra. Uit de marktruimtebenadering komt naar voren dat de behoefte aan fysieke winkelruimte afneemt. Terughoudendheid ten aanzien van het toestaan van nieuwe detailhandel is noodzakelijk om het huidige economisch functioneren van het bestaande aanbod te borgen en te zorgen voor een hogere belevingswaarde. Daarvoor kunnen de gemeenten actief beleid voeren om detailhandel op niet wenselijke plekken terug te dringen. Dit laatste kan immers de doelstelling om te komen tot compacte centra doorkruisen.

Voor ongunstig in de structuur gelegen locaties (waaronder de randgebieden van de centrumgebieden) waar bestemmingsplanmatig (ook) nog (andere) detailhandel gevestigd kan worden, kan de mogelijkheid in bestemmingsplannen opgenomen worden om de bestemming detailhandel rechtstreeks of via een wijzigingsbevoegdheid van het college te wijzigen.

Voorzienbaarheid creëren

Een bestemmingswijziging kan voor eigenaren of exploitanten van vastgoed leiden tot grondwaarde- of inkomstenvermindering, direct of indirect (planschade). De burger of een bedrijf heeft recht op schadevergoeding wanneer een overheid rechtmatige ingrepen doet in het algemeen belang. Bij het wegbestemmen van functies zoals detailhandel of horeca is het vaak lastig om planschadeclaims te voorkomen, maar een mogelijke grond om planschade te voorkomen, is het creëren van voorzienbaarheid. Van voorzienbaarheid is sprake als een redelijk denkend en handelend koper redelijkerwijs op het moment van de aankoop had kunnen weten dat er een voor het betreffende perceel c.q. pand een schadeveroorzakend (ruimtelijk) besluit genomen zou worden. Dus bijvoorbeeld een bestemmingsplan waarin bepaalde functies wegbestemd worden. Om dit te creëren moet er beleid opgesteld en gepubliceerd zijn op dat specifieke onderdeel (bijvoorbeeld wegbestemmen van functies). Voorzienbaarheid kan op hoofdlijnen worden gecreëerd in de retailvisie, maar zal op gebiedsniveau verder moeten worden uitgewerkt (onder meer door het aanwijzen van winkelconcentratiegebieden).

Het is mogelijk verdergaande beperkingen op te leggen in bestemmingsplannen, maar dat zal afgewogen moeten worden ten opzichte van het planschaderisico (en de eventuele kosten daarvan).

Omgaan met bijzondere initiatieven

Hoewel de bestaande structuur prioriteit heeft en grote uitbreidingen kritisch beoordeeld dienen te worden op de toegevoegde waarde, gaat de vernieuwing in de detailhandel in een hoog tempo door. Het is belangrijk deze vernieuwing een plek te geven. Dat betekent dat er waar mogelijk medewerking verleend dient te worden aan kwalitatieve impulsen, innovatieve concepten of vervanging van oud door nieuw.

Er kunnen initiatieven zijn voor vestiging (of uitbreiding) van consumentgerichte voorzieningen op locaties buiten de hoofdstructuur, zoals vastgelegd in de retailvisie. Onder bepaalde en strikte voorwaarden kunnen dergelijke initiatieven worden toegestaan via een herziening van het bestemmingsplan of een eenvoudige afwijking. Het initiatief dient dan te voldoen aan de volgende voorwaarden:

- Bijzondere en onderscheidende formule of concept waarmee Dron-ten zich regionaal/nationaal kan profileren.
- Geen betrekking op de branches dagelijkse artikelen (uitzondering voor vers- en of streekproducten).
- Niet passend (ruimtelijk en/of functioneel) op één van de locaties zoals vastgelegd in de retailvisie vanwege aspecten als omvang, bereikbaarheid en zichtbaarheid.

Voor dergelijke initiatieven dienen de volgende toetsingscriteria te worden doorlopen:

- Het nieuwe initiatief moet worden getoetst worden aan de Ladder voor duurzame verstedelijking⁷.
- Aangetoond dient te worden dat het initiatief een meerwaarde voor de consumentenverzorging heeft. Deze meerwaarde kan zich uiten in toename van keuzemogelijkheden voor de consument, bijvoorbeeld omdat de branche zwak vertegenwoordigd is. Ook kan er sprake zijn van een nieuwe formule die zich onderscheidt door kwaliteit, complementariteit, uniciteit, specialisatie en/of gerichtheid op één of meer doelgroepen.
- Aangetoond dient te worden dat het initiatief geen blijvende negatieve effecten heeft op de bestaande retailstructuur en/of de in de visie aangegeven ontwikkeling daarvan. Hierbij zal moeten worden ingegaan op de effecten van het initiatief op de overige centrumgebieden met vergelijkbaar aanbod op brancheniveau, dat op basis van de verzorgingsfunctie gewenst is op de betreffende locatie.
- Relatie met andere ruimtevragers (bedrijven, kantoren, wonen).
- Regionale/nationale aantrekkingskracht.
- De mate waarin het succes van het concept wordt bepaald door de specifieke locatie.

Verder zal het initiatief worden getoetst op relevante ruimtelijke aspecten als:

- Inpassing in de omgeving.
- Bereikbaarheid.
- Parkeermogelijkheden bezoekers en personeel.
- Bevoorrading.

⁷ Op 1 oktober 2012 is het Besluit ruimtelijke ordening (Bro) gewijzigd, en is 'de ladder voor duurzame verstedelijking' daaraan toegevoegd. De ladder ondersteunt gemeenten

Handhaving

Handhaving is van groot belang om de retailvisie ook in de praktijk goed handen en voeten te kunnen geven. Vanuit met name de ondernemers wordt hier gewoonlijk ook nadrukkelijk om gevraagd. Voor een adequate handhaving vormen de in de onderhavige visie omschreven spelregels ten aanzien van onder meer de branchering het uitgangspunt.

Toepassing regelgeving

Door aan tafel te gaan met ondernemers in een centrumgebied kan achterhaald worden welke regelgeving voor ergernis zorgt of zelfs belemmerend is voor de ondernemers. Een voorbeeld hiervan is het beleid ten aanzien van openingstijden. De gemeente kan hierop kiezen voor meer flexibiliteit en versoepeling in (een deel van) de regelgeving. Dit zorgt voor een grote verantwoordelijkheid voor de ondernemers, die met gezond verstand te werk moeten gaan. In veel gevallen bevordert het versoepelen van de regelgeving de sfeer doordat er minder confrontaties zijn, terwijl het niet voor extra overlast zorgt in de omgeving.

B. Leegstandbestrijding en werving

Leegstandsverordening

Enkele gemeenten waaronder Amsterdam, Tilburg, Brunssum en Sittard-Geleen, hebben inmiddels een leegstandsverordening, zoals mogelijk gemaakt door de Wet kraken en leegstand uit 2010. Met een leegstandsverordening krijgen vastgoedeigenaren een meldingsplicht opgelegd voor kantoor- en/of winkelpanden die langer dan zes maanden leegstaan. Onder regie van de gemeente wordt er (verplicht) leegstands-overleg gevoerd. Uiteindelijk kunnen gemeenten gebruikers voor het

en provincies in vraaggerichte programmering van hun grondgebied, het voorkomen van overprogrammering en de keuzes die daaruit volgen.

leegstaande pand voordragen, mits het pand langer dan een jaar leegstaat. Als een eigenaar het leegstaande pand binnen zes maanden niet aanmeldt bij de gemeente, dan kan de gemeente een boete opleggen. De leegstandsverordening wordt tot nog toe vooral toegepast in relatie tot kantorenleegstand, om zo zicht te krijgen op de stand van zaken en om in gesprek te kunnen komen met de eigenaren.

Omdat de leegstand van winkels veel zichtbaarder is dan van kantoren, zal een leegstandverordening voor winkelgebieden waarschijnlijk vooral een rol kunnen spelen in het stimuleren van een constructief gesprek tussen de eigenaren van leegstaande panden en de gemeente. Vanwege de dreiging van verplichte huurders en boetes kan een eigenaar bovendien gemotiveerd worden om (meer) energie te steken in het opnieuw verhuurd krijgen van zijn winkel. Boetes werken overigens veelal niet goed, maar de verordening heeft wel zin indien deze wordt gebruikt om inzicht te krijgen in de daadwerkelijke leegstand, het overleg met eigenaren te organiseren en eigenaren aan te spreken op hun verantwoordelijkheid.

Subsidieprogramma

Diverse gemeenten in Nederland experimenteren (met steun van onder andere Europa en de provincie) met het inzetten van een subsidieprogramma om de kansrijke centrumgebieden te versterken. Met name in krimpgebieden lopen experimenten. Zo stimuleert de gemeente Delfzijl met een subsidieprogramma ondernemers buiten de hoofdstructuur om te verhuizen naar perspectiefrijke locaties.

Actieve acquisitie

Een efficiënt instrument bij het bestrijden van leegstand is het actief acquireren van nieuwe ondernemers. Hierbij is het vooral van belang geïn-

teresseerde partijen wegwijs te maken in de lokale kansen en mogelijkheden en ze daarmee over de streep te trekken. Daarbij kunnen middelen worden ingezet als een leegstandsmakelaar/acquisiteur, een pandenbank voor leegstaand vastgoed, coaching van starters, het uitbrengen van een bidbook om nieuwe ondernemers te verleiden, spreekuur voor vastgoedeigenaren, het begeleiden van ondernemers bij het vergunningentraject, etc.

Vastgoedpartijen informeren

Met name voor startende ondernemingen zijn de huurniveaus in de beginjaren soms te hoog om zich in de centrumgebieden te vestigen. In Dronten-centrum bestaan er bovendien grote verschillen in huurprijsniveau tussen verschillende units, als gevolg van het versnipperd eigendom. Door met vastgoedpartijen in gesprek te gaan over de mogelijkheden voor huurincentives, kan mogelijk voorkomen worden dat leegstand in centrumgebieden in stand blijft. Voorbeelden hiervan zijn:

- ingroeihuren (huurkortingen voor starters);
- omzet gerelateerde huren;
- tijdelijke huurcontracten (maximaal twee jaar).

Stimuleren van structureel overleg tussen vastgoedeigenaren onderling en met andere stakeholders kan bovendien bijdragen aan inzicht in elkaars afwegingen om huurprijsverschillen te beperken. Uiteindelijk is het ook in het belang van de vastgoedeigenaren dat de centrumgebieden levendig blijven.

Stedelijke herverkaveling

Het Rijk ziet de noodzaak voor een instrument voor stedelijke herverkaveling in. Er is een wettelijke regeling op handen, onder de noemer van

stedelijke kavelruil. Het uitgangspunt van de omgevingswet met betrekking tot grondbeleid is om meer ruimte voor privaat initiatief creëren. Stedelijke herverkaveling dient de patstelling bij versnipperd eigendom te doorbreken door meerdere panden in een gebied onder te brengen in een vastgoedfonds zodat belanghebbenden het gebied opnieuw kunnen inrichten en de vastgoedwaarde stijgt. Dit biedt vooral kansen voor aanloopstraten/randgebieden waar reeds een bepaalde opgave aanwezig is, die zich bijvoorbeeld uit in een verplaatsingswens van één of meerdere ondernemers.

Enkele voorbeelden uit de praktijk

Tilburg: Actieve acquisitie & leegstandsbestrijding

Om de binnenstad op de kaart te zetten heeft het ondernemersfonds van Tilburg in samenwerking met de Gemeente Tilburg en Citymarketing een Pandenbank en Bidbook van de binnenstad gelanceerd. Het hoofddoel hiervan is om op actieve wijze naar buiten te treden met de binnenstad en op deze manier de leegstand te verkleinen. Het bidbook van de Tilburgse binnenstad geeft een inzicht in de verschillende gebieden die er in de binnenstad zijn en probeert deze aan elkaar te verbinden. Verschillende partijen, zoals vastgoedeigenaren, de gemeente, makelaars en citymarketing, kunnen het bidbook gebruiken om het centrum van Tilburg te verkopen. Op de pandenbank kunnen pandeigenaren en makelaars kosteloos beschikbare panden tonen. Op deze manier moet het eenvoudig inzichtelijk gemaakt worden welke panden aangeboden worden in de binnenstad. Het is voor ondernemers en andere partijen die zich in het centrum van Tilburg willen vestigen dan makkelijker om een bijpassend pand te vinden.



's-Hertogenbosch: Creëren van tijdelijke kwaliteit

In Den Bosch bestaat een onafhankelijke stichting, Volop Den Bosch, die zich inzet voor de vitaliteit van de binnenstad. Voornaamste doel hierbij is het terugdringen van leegstand. Dit wordt gedaan door (tijdelijk) ruimte te bieden aan allerlei initiatieven. Een initiatief dat wordt aangedragen moet kunst/cultuur gericht zijn, een maatschappelijk initiatief zijn of het moet gaan om een startend creatief ondernemer. Voorbeelden van gerealiseerde projecten zijn een breicafé, een huiskamer met diverse workshops, optredens en andere culturele activiteiten en kunsttentoonstellingen in etalages. Om deze initiatieven van de grond te krijgen wordt samengewerkt met pandeigenaren, makelaars en een leegstandsbeheerder.

Per individueel geval wordt een passend contract gesloten. De stichting is ontstaan met impuls gelden en wordt nu financieel ondersteund door het ondernemersfonds en de gemeente.

Leiden: gezamenlijke aankoop pand

Om leegstand aan te pakken, hebben in de Leidse winkelstraat 'Herenstraat' enkele winkeliers uit de straat gezamenlijk een leegstaand pand opgekocht. In dit leegstaande pand heeft zich een kookstudio gevestigd, waar naast workshops ook plaats is voor een hapje en een drankje. De nieuwe huurder moet het kloppende hart van de winkelstraat worden.

Leek: bedrijfsconcepten opstellen

Op basis van een marktonderzoek en met behulp van deskundigen zijn bedrijfsconcepten opgesteld voor de panden die leegstaan in Leek. Voorbeelden van potentiële bedrijfsconcepten zijn: verkoop van streekproducten en een levensmiddelenzaak voor buitenlandse producten. Op basis van deze bedrijfsconcepten worden nieuwe ondernemers actief gezocht door de partners van stuurgroep: winkelen in Leek. In deze stuurgroep werken diverse partijen samen. Er moet op deze manier een match gemaakt worden tussen nieuwe ondernemers en pandeigenaren.

C. Lijst mogelijke instrumenten**Vastgoed en branchering**

- Clustering centrumgebied – inkrimpen/compacter maken van winkelgebieden:
 - afbakening van winkelconcentratiegebied;
 - stimuleren nieuwvestiging in kernwinkelgebied;
 - ontmoedigen nieuwvestiging op randlocaties en aanloopstraten;
 - maximale invulling op begane grond met commerciële functies;
 - crisis- en Herstelwet;
 - voorzienbaarheid creëren.
- Opstellen van gebiedsprofielen om de identiteit van deelgebieden te versterken en de bekendheid te bevorderen.
- Actieve acquisitie en leegstandbestrijding:
 - opstellen brancherings- en acquisitielijst/plan – gewenste branches, sectoren etc.;
 - digitale pandenbank die publiek toegankelijk is opzetten en beheren;
 - ondersteuning en stimulering startende ondernemers:
 - * informatievoorziening voor starters;
 - * huisvestingsbeleid met overzicht van leegstaande panden;
 - * voorlichtingsbijeenkomst;
 - relocatie van sterke spelers die momenteel buiten het centrum zitten;
 - opbouwen van netwerk met o.a. vastgoedeigenaren, brancheorganisaties, winkelketens;
 - rechtstreeks retailers en horecaondernemers benaderen om zich hier te vestigen op basis van een acquisitielijst;
 - opstellen wervende brochure/ website met gebiedsprofielen en motieven waarom retailers en horecazaken zich hier moeten vestigen;
 - verkennen verplaatsingswensen ondernemers.
- Meer (aan)trek(kings)kracht genereren:
 - vestiging van publiekstrekker op een strategische locatie in het winkelgebied. Meestal gaat het hierbij om een grootschalige winkel met een breed assortiment:
 - * voor boodschappencentra: supermarkten belangrijkste trekker;
 - * voor recreatieve centra: mode- en algemene warenhuizen;
 - * voor perifere centra: branchegerichte warenhuizen;
 - complementariteitstrekkers (naar marktsegment, doelgroep en/of branche);
 - naast grootschalige trekkers ook kleinschaliger meer gespecialiseerde winkels;
 - goede mix van detailhandel met bezoekers intensieve functies zoals (dag)horeca en in sommige omstandigheden ook met zakelijke en ambachtelijke dienstverlening, cultuur, vermaak of andere publieksgerichte voorzieningen;
 - vernieuwing van aanbod: inpassing nieuwe formules en concepten;

- modernisering, schaalvergroting en/of uitplaatsing van supermarkten.
- Opnieuw invullen leegstaande panden:
 - stimuleren van verplaatsing ondernemers die op een ongunstige plaats zitten en die opzoek zijn naar een andere winkelruimte;
 - gemeente faciliteert in schaalvergroting door samenvoeging panden/ruimtes bestemmingsplanmatig mogelijk te maken en/of commercieel gebruik bovenverdieping mogelijk te maken;
 - opkopen leegstaande panden door gemeente;
 - inventariseren mogelijkheden voor functionele invullingen in vigerende bestemmingsplannen en waar nodig functieverbreiding mogelijk maken;
 - ruimtes inzetten voor tijdelijk gebruik, bijvoorbeeld pop-up stores;
 - introduceren van korte(re) (proef)huurperiodes in plaats van de gebruikelijke 5 of 10 jaar;
 - introduceren ingroeihuren en/of omzet gerelateerde huren;
 - winkeliers kopen winkels.
- Functietransformaties:
 - van commerciële functie naar niet-commerciële functie;
 - van niet-commerciële functie naar commerciële functie.
- Creëren tijdelijke kwaliteit:
 - tijdelijke invulling etalages van leegstaande panden;
 - * window-dressing:
 - hieraan gekoppeld oproep met ideeën voor branche/soort zaak dat in de winkel gevestigd kan worden;
 - pop-up stores.
- Afspraken maken met eigenaren leegstaande panden:
 - begeleiden van eigenaar en ondernemer in matchingsproces.
- Woonfunctie boven winkels stimuleren en wonen in het algemeen in binnensteden:
 - verdiepingen separaat toegankelijk maken vanaf straat of via de achterzijde;
 - verdieping op laten kopen door VVE of eigenaar pand een erfpachtovereenkomst laten sluiten met VVE;
 - subsidieregeling instellen om wonen boven winkels te stimuleren.
- Aankoop strategisch vastgoed:
 - selectief aankoopbeleid: voorwaarde voor een eventuele aankoop is dat er een duidelijk perspectief is op herontwikkeling;
 - oprichten vastgoedontwikkelingsbedrijf.
- Panden bezien op geschiktheid.
- Advies bij en begeleiding van bepaling van passende huur- en koop-prijzen en –contracten door makelaars.
- Advies en begeleiding bij her-/ doorontwikkeling van panden en gebieden door makelaars.
- Efficiënt beheer van vastgoed door makelaars.
- Innovatiefonds: voor opknappen van gevels:
 - huidige situatie in beeld brengen en vervolgens met architect de mogelijkheden bekijken voor verbeteringen. Op basis hiervan voorstellen doen;
 - praktische en financiële ondersteuning bij aanpak gevels.
- Leegstandsbelasting.
- Instellen branche adviescommissie / brancheringscommissie.
- Mogelijkheid voor grotere winkels om zich te kunnen vestigen, als trekkers. Faciliteren grootschaligheid:
 - instrument: panden samenvoegen.
- Stedelijke herverkaveling via een vastgoedfonds.

- Afstemmen doelgroepen op branches:
 - lokale bezoekers:
 - * onderscheidend vermogen;
 - * specialistisch dagelijks aanbod;
 - * frequent benodigd niet-dagelijks aanbod;
 - * meer reguliere winkelformules;
 - * bekende 'local heroes';
 - * de weekmarkt;
 - regionale bezoeker:
 - * recreatieve branches en (meer) bijzondere zaken/gespecialiseerd;
 - bovenregionale bezoeker:
 - * specifieke ruimtelijke kwaliteiten en evenementen;
 - * cultuur verbinden aan horeca en winkelen.
- Zelfstandig ondernemerschap gecombineerd met bekende winkelformules.
- Stimuleren van vernieuwende concepten en inspelen op trends, zoals nieuwe servicediensten en mengvormen / wisselwerking tussen retail, diensten, horeca, cultuur:
 - inspelen op de trend van streekproducten, biologisch en ecologische producten en duurzaamheid;
 - toenemende interesse in smaakvol en bewust eten en drinken, hierdoor toenemende vraag naar workshops, proeverijen etc. Kansen zijn te vinden op het grensvlak horeca en detailhandel;
 - meegaan in de trend 'beauty & health', dit ligt op het grensvlak van detailhandel en wellness;
 - vrijetijdsbranches moeten inspelen op de beleving: try & buy, lifestyle, Image etc.;
 - horeca moet zich inspelen op de volgende trends: productverbreding, multifunctionaliteit en thematisering;

- combinatievormen van restaurants en cafés spelen in op marktontwikkelingen;
- inspelen op de trend van vervaging tussen horeca en detailhandel;
- het aanbieden van arrangementen om verblijfsduur te vergroten;
- trend: individualisering in sport, hierdoor zijn er kansen voor de fitnessbranche;
- vervaging van de grens tussen ambacht/dienstverlening en detailhandel (een Ziggo winkel).
- Opzetten van shop-in-shop formules.
- Verbreden van functies:
 - niet-winkelfuncties als publiekstrekkers voor vooral bewoners;
 - bibliotheek, bioscoop, gemeenteloket of apotheek.

Omgevingsaspecten

- Recreatieve winkelstraten: verblijfsmilieu verbeteren:
 - herinrichting en opwaardering openbare ruimte (bijvoorbeeld: verzorgde terrassen/ aankleding/ decoratie / verlichting/ gevels/ groen/ routes/ straatmeubilair);
 - verrassend vormgegeven openbare ruimte;
 - creëer een eigen identiteit:
 - * onderscheidend en eigenheid;
 - * place to be in plaats van place to buy.
- Stimuleren gevel- en beeldkwaliteit / verbetering presentatie gevels en winkelpuien en verfraaiing commerciële binnenruimte:
 - inventariseren van verbeterpunten en stimuleren van eigenaren om er iets aan te doen;
 - opstellen beeldkwaliteitsplan als kader;
 - instellen stimuleringsfonds gevel- en beeldkwaliteit;
 - prijsuitreiking beste gevel of beste etalage;

- aanpak achterstallig onderhoud;
- graffiti-project;
- open etalages (i.p.v. dichtgeplakt met reclame);
- aanlichten markante gevels.
- Meerwaarde creëren door vakmanschap:
 - concept- en projectontwikkeling.
- Realiseren gebieds- en gebouwkwaliteiten:
 - een ontwikkeling moet passen binnen de maat en schaal van een winkelgebied;
 - slimme routing;
 - inbrengen flexibiliteit of multifunctionaliteit in bebouwing;
 - esthetische kwaliteiten door een hoog (of juist laag) afwerkingsniveau;
 - slimme positionering van parkeerfaciliteiten;
 - digitale voorzieningen.
- Aanpakken gevelreclame, terrassen en uitstallingen:
 - opstellen reclame-, uitstallingen- en terrassenbeleid;
 - terugdringen van uitstallingen en streven naar meer uniforme reclame-uitingen;
 - toezien op goede handhaving van het beleid;
 - regelmatig een centrumschouw met betrokken partijen houden.
- Opstellen beheervisie en –plan.
- Verbeteren voetgangersrouting:
 - op elkaar aansluiten van hoofdwinkelstraten;
 - opheffen van fysieke obstakels teneinde een winkelrondje mogelijk te maken;
 - stimuleren van nieuwvestiging om een winkelrondje te realiseren;
 - zelfde straatbeeld aanhouden zodat een optisch geheel ontstaat (bestrating, groen verlichting etc.);
- invoeren van heldere bewegwijzering.
- Versterking toeristisch-recreatieve functie:
 - verstrekken informatie over het winkelgebied;
 - heldere bewegwijzering vanaf de verblijfaccommodaties;
 - zorgen voor goede, aantrekkelijke looproutes (of andere verbindingen) tussen toeristische attracties met het winkelgebied;
 - afstemmen evenementen en acties op toeristen en recreanten;
 - waar nodig en mogelijk afstemmen assortiment/aanbod winkels en horeca op het seizoen.
- Vergroten veiligheid centrum:
 - invoeren cameratoezicht;
 - opzetten Keurmerk Veilig Ondernemen (KVO);
 - invoeren Burgernet, dit is een samenwerkingsverband tussen burgers, gemeente en politie om de veiligheid in de woon-werk-omgeving te bevorderen;
 - Kwaliteitsmeter Veilig Uitgaan (KVU).
- Bijzondere voorzieningen:
 - aanwezigheid toiletgelegenheid;
 - mogelijkheid tot draadloos internet;
 - garderobe met kluisjes;
 - interieurarchitectuur;
 - plaatsen leestafels;
 - authenticiteit vergroten;
 - realiseren van informatiepunt in centrumgebied met informatie over voorzieningen, winkels; horeca wandelroutes etc.
- Weekmarkten (en relatie met winkels):
 - aandacht voor branchering weekmarkt;
 - frequentie en tijden weekmarkt afstemmen op koop- en bezoekgedrag consumenten;

- opstelling kramen: opstelling van de weekmarkt met de rug naar de winkels is niet bevorderlijk voor de synergie;
- uitstraling van de markt;
- mogelijkheden overdekte markt bekijken;
- thematisering markten;
- relatie met parkeermogelijkheden bezoekers.
- Standplaatsen:
 - goed afgewogen standplaatsenbeleid;
 - standplaatsen onderling op elkaar afstemmen.
- Bereikbaarheid verbeteren:
 - bepaal aan de hand van het gebiedsprofiel en de functionele ontwikkelingsrichting de gewenste en toekomstige verkeersfuncties;
 - continue monitoring van de bereikbaarheid en de verkeerscirculatie en aandragen oplossingen voor eventuele knelpunten;
 - waar nodig en gewenst verminderen van doorgaand verkeer in het centrum;
 - verbeteren relatie station-centrum zodat ook reizigers per openbaar vervoer meer getrokken worden naar het centrum;
 - op de goede plekken bushaltes inpassen;
 - streven naar efficiënte bevoorrading met zo min mogelijk overlast voor bezoekers:
 - * venstertijden bevoorrading;
 - * stadsdistributie;
 - * in pandige bevoorrading;
 - * bevoorradingsstraten/ -hoven.
 - Aanwijzing eenrichtingsverkeer, fietspaden en voetgangersgebieden.
- Het instellen van transferia kan eveneens een bijdrage leveren aan de bereikbaarheid van winkelgebieden met name in grote centrumwinkelgebieden in historische binnensteden.
- Evalueren en verbeteren parkeren en parkeerbeleid:
 - continue monitoring van het parkeerbeleid gericht op een hoog serviceniveau voor de bezoekers;
 - onderzoeken van mogelijkheden om, indien gewenst of noodzakelijk, extra parkeervoorzieningen te realiseren;
 - onderzoek naar mogelijkheden om private parkings op zaterdag open te stellen voor winkelend publiek;
 - het creëren van een parkeerroute met adequate bewegwijzering naar de parkeerlocaties en eventueel aangeven nog beschikbare capaciteit;
 - invoeren / uitbreiden blauwe zone of andere parkeerduurregeling;
 - parkeerbronpunten evenwichtig verspreiden over het winkelgebied en bij voorkeur koppelen aan de meest bezoekenintensieve winkels;
 - betaalmogelijkheden consumentvriendelijk maken (achteraf betalen, meerdere betaalmogelijkheden);
 - inrichting gebouwde parkeervoorzieningen bezoekersvriendelijk maken;
 - ter gelegenheid van bijzondere evenementen/dagen het parkeren eventueel gratis maken.
- Fietsparkeerplan.
- Doorvoeren van digitalisering in de mobiliteit.
- Opknappen en optimaliseren van gebouwen ten behoeve van sfeer en uitstraling.

Evenementen, promotie, marketing

- Gezamenlijke aanpak en coördinatie promotie, marketing en evenementen:
 - city- en gebiedsmarketing en –promotie;
 - vaststellen identiteit en onderscheidend vermogen en de wijze waarop deze versterkt kan worden;
 - vertalen van marketingplan in promotieplan door neerzetten identiteit en onderscheidend vermogen;
 - het ontwikkelen van een beeldmerk, slogan en website voor het winkelgebied.
- Ontwikkelen van website en social media accounts:
 - alle ondernemers zichtbaar op één website.
- Folder met winkelplattegrond en wervende brochure.
- Presentatie en actieve participatie op beurzen.
- Kunst en cultuur in het centrum:
 - (tijdelijk) kunst in etalages plaatsen.
 - in samenwerking met culturele sector onderzoeken welke gevels geschikt zijn voor gedichten, muurschilderingen of graffiti en welke plekken geschikt zijn voor het plaatsen van beelden.
- Verleid de toerist:
 - aanbieden van arrangementen;
 - georganiseerd vervoer regelen;
 - evenementen houden;
 - marketing op plaatsen waar de toerist verblijft.
- Toeristisch recreatieve bewegwijzering en informatievoorziening:
 - in samenwerking met VVV toeristische bewegwijzering kritisch onder de loep nemen (enerzijds signaalfunctie, anderzijds passend in het straatbeeld);
 - wandelroutes uitzetten zoals een winkelroute, kunstroute of architectuurroute;
 - op markante plekken en gebouwen informatieborden plaatsen;
 - stimuleren aanbieden electro-aansluitingen voor fietsers (bij bepaalde winkels of horecagelegenheden).
- Versterken evenementenaanbod:
 - van belang is dat evenementen herkenbaar zijn en jaarlijks terugkeren zodat de evenementen ook de mogelijkheid krijgen om te groeien;
 - onderscheidende thema's kiezen voor evenementen, passend bij de identiteit van de stad;
 - evenementen koppelen aan koopzondagen;
 - functie en kwaliteitsbeleid evenementen monitoren;
 - locatiebeleid evenementen;
 - eventueel uitbouwen bestaande evenementen;
 - doelgroepen evenementen definiëren;
 - opstellen evenementenkalender en hierover communiceren richting doelgroepen.
- Kortingsacties/thema-acties/ spaaracties:
 - bijvoorbeeld:
 - * vergoeden parkeergeld;
 - * bij besteding bepaald bedrag korting in andere zaken.
- Collectieve presentatie:
 - benadrukken identiteit door specifiek beeldmerk;
 - eenheid creëren door dezelfde inrichtingselementen.
- Afstemming winkelopeningstijden/koopzondagen/koopavonden:
 - heldere communicatie over deze openingstijden;
 - afstemmen koopavond op het veranderde koop- en bezoekgedrag van de consumenten;
 - afstemmen van het aantal en de data van de koopzondagen, afstemmen met omliggende centra;

- draagvlak van koopzondagen zo groot mogelijk maken bij ondernemers, zodat er zoveel mogelijk ondernemers open zijn.
- Aangepaste marketingboodschap per doelgroep:
 - kanalenmix aanpassen aan de doelgroep;
 - communicatiestrategie aanpassen aan de doelgroep.
- Uitbrengen magazine.
- Artikelen presenteren in de pers.
- Nieuwe innovatieve web applicaties integreren in promotie.

Organisatie, samenwerking en proces

- Professionalisering van de samenwerking en overlegstructuren:
 - regie op het proces is van belang. Er moet vanuit één centrale gedachte gehandeld worden.
- (Zelf)organisatie en onderlinge samenwerking.
- Ondernemersfonds.
- Publiek-private samenwerking.
- Centrummanagement.
- Financiering centrummanagement en/of andere activiteiten:
 - OZB-opslag;
 - reclamebelasting;
 - Bedrijven Investeringszone (BIZ).
- Vergroten draagvlak en organisatiegraad ondernemers:
 - ondernemersnetwerken en ambassadeursfunctie.
- Oprichting van winkeliers- of ondernemersvereniging.
- Oprichting van brancheorganisaties.
- Collectief inkopen.
- Monitoring.
- Intentieverklaring en convenant.
- Samenwerking met en tussen vastgoedeigenaren en makelaardij:
 - informeren, overleggen en betrekken;

- oprichting Vereniging Van Eigenaren (VVE).
- Kennisontwikkeling en –verspreiding.
- Procesmatige provinciale instrumenten:
 - regionale Adviescommissies Detailhandel;
 - instellen van provinciale expertteams.
- Aanspreekpunt & winkelstraatmanager.

Het nieuwe winkelen

- Toepassen in het winkelgebied en in winkels:
 - zoeken en vinden;
 - stadsplatform;
 - service;
 - persoonlijke benadering;
 - klantenbinding.
- Toepassingen op internet:
 - vindbaarheid van beelden en barcodes van webwinkels en fysieke winkels vergroten;
 - tastbaarheid benaderen;
 - ontwikkelen van een applicatie;
 - personaliseren.
- In kleine verzorgingsgebieden of in krimpregio's kan worden gestreefd naar een combinatie van retail met maatschappelijke voorzieningen (huisarts, fysiotherapie, scholen, wijk/dorpscentrum).
- Geofences & beacons.

De kleinste kernen

- Voorkomen sluiten dorpssupermarkt:
 - verankering van dorpsgemeenschap, er mag geen drempel zijn om 'vergeten boodschappen' in dorpssupermarkt te doen;
 - sponsoring van verenigingen en/of lokale activiteiten;

- combinatie met speciaalzaak, aanvullende diensten en services.
- Bijzondere opzet en exploitatie dorpssupermarkt:
 - opzoeken samenwerking met publieke en private partijen.
- Rijdende winkel.
- Standplaatsen.
- Bezorgdiensten.
- Vervoerssysteem.
- Inzet vrijwilligers.

