

Detailhandelsnota Tiel 2019-2024 Visiedocument



Detailhandelsnota Tiel 2019-2024 Visiedocument



Uitgebracht aan:

Gemeente Tiel

Seinpost Adviesbureau BV

Rien Romijn

Brechtje Schildkamp

Lauren Bruijning

Projectnummer: 37032

© Seinpost Adviesbureau BV. Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt, op enigerlei wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen, of enig andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.

Bovenstaand fotomateriaal uit de archieven komt van de Facebook-groep @OudTiel. De recente foto's zijn eigendom van Seinpost Adviesbureau en René Romijn.

Waalwijk, februari 2018

Inhoudsopgave

1. Inleiding	6
2. De opmaat naar de visie 2019-2024	8
3. De nieuwe visie: de stip op de horizon	13
3.1 Van scenario's naar de nieuwe visie op de structuur	13
3.2 Uitwerking binnenstad	19
3.3 Uitwerking boodschappencentra	26
3.4 Uitwerking perifere detailhandel	29
3.5 Uitwerking verspreid aanbod	31
3.6 Overige vormen van detailhandel	33
3.7 Effecten op de regionale detailhandelstructuur	36
3.8 Samengevat: beleidsuitgangspunten	37
4. Uitvoeringsstrategie en -programma	38
4.1 De rol van overheid en marktpartijen	38
4.2 Kopgroep, convenant en aanjaagteam binnenstad	40
4.3 Uitvoeringsprogramma	42
4.4 Toetsingskader	46
4.5 Monitoring en prestatieafspraken	48

Samenvatting

Voor u ligt de geactualiseerde Detailhandelsnota Tiel 2019-2024 met een doorkijk naar de periode erna. Er is een uitgebreid proces doorlopen samen met de ondernemers, vastgoedeigenaren en andere betrokken partijen. De detailhandelsnota bestaat uit twee documenten: het visiedocument inclusief een uitvoeringsstrategie en -programma en een bijlagedocument dat uitgebreid ingaat op de achtergrondinformatie bij de detailhandelsnota.

Aanleiding voor nieuw beleid

De dynamiek in de detailhandel vraagt om actueel beleid. De sector staat landelijk onder druk. De actuele groei van de detailhandelsbestedingen dankzij het aantrekken van de economie komt met name in het online-kanaal terecht. Het veranderende consumentengedrag is hierbij de belangrijkste invloedfactor. De behoefte van ondernemers aan fysieke winkelruimte neemt per saldo af en landelijk verschuift de aandacht van uitbreiding naar behoud van de bestaande detailhandelstructuur tot zelfs het schrappen van vierkante meters. De functie van de meters verkleurt van puur de koopfunctie naar een sterker accent op gemak, service, beleving en afhaal- of bezorgmogelijkheden. Dit vraagt om een andere focus bij alle betrokken partijen. Er zullen keuzes gemaakt moeten worden. In Tiel was daarom een actuele visie op een toekomstbestendige detailhandelstructuur gewenst.

De opmaat naar de nieuwe visie

De huidige detailhandelstructuur van Tiel bestaat uit diverse deelgebieden. De historische binnenstad kent een breed aanbod aan functies, waar binnen de detailhandel sterk de nadruk ligt op de modisch-recreatieve detailhandelsbranches. De twee boodschappencentra Veemarkt en Kranshof liggen er net buiten en vervullen net als de binnenstad een bovenlokale tot regionale verzorgingsfunctie. Er zijn vier boodschappencentra in de woonwijken gelegen, allen relatief klein met één supermarkt: Westroijen, Rauwenhof, Kwadrant en Passewaaij. Op Latenstein ligt een concentratie van perifere detailhandel (PDV) met als thema In en om het huis en buitenleven. Op Kellen is dat het op het gebied van de Mobiliteit.

Binnen de detailhandelstructuur zijn de binnenstad, de boodschappencentra en de perifere detailhandel op Latenstein in functionele zin complementair aan elkaar. Wat opvalt is dat de grootste leegstandsproblemen zich voordoen in de binnenstad en veel minder in de andere winkelgebieden of bij de verspreide bewinkeling. Hier ligt een direct verband met de retailedynamiek. Van alle centrumgebieden is landelijk de leegstand in de middelgrote woonplaatsen het hoogst. Ze kunnen moeilijk concurreren met de modisch-recreatieve trekkracht en de dynamiek in de grote centrumgebieden. Kleinere centrumgebieden hebben minder last van deze retailedynamiek omdat ze een sterker accent kennen op de boodschappenfuncties en de frequente behoeften van de consument.

Voor een binnenstad als die van Tiel wordt het steeds moeilijker om zich te profileren puur op basis van het recreatieve winkelen. Zij moet zich zien te onderscheiden met haar historische verblijfskwaliteit en haar ontmoetingsfunctie, het brede en bijzondere aanbod (meer dan alleen detailhandel) en als plek waar altijd iets te beleven is. Op dat vlak wordt er in Tiel al intensief samengewerkt. Natuurlijk zijn er ondernemers die prima functioneren maar de meeste maken zich toch wel zorgen over de binnenstad. Vanuit de binnenstadsvisie wordt nu gewerkt aan het actieplan. Het gevoel van urgentie is hoog om nog intensiever gezamenlijk op te gaan trekken. Daadkracht is nodig om de binnenstad de gewenste impulsen te geven.

De nieuwe visie: de stip op de horizon

Vanuit allerlei scenario's met mogelijke detailhandelsontwikkelingen is tot de slotsom gekomen dat Tiel in haar visie de bestaande structuur als uitgangspunt moet nemen. De stip op de horizon luidt: *over 5 tot 10 jaar beschikt de gemeente Tiel over een vitale detailhandelsstructuur van complementaire winkelgebieden. Er is voor deze regionaal verzorgende stad sprake van een compleet aanbod in een comfortabele winkelomgeving, met een compact kernwinkelgebied aan de top in een aantrekkelijke binnenstad. De leegstand in de binnenstad is teruggebracht tot enkele procenten frictie-leegstand. De winkelgebieden bieden een eigentijds detailhandelsaanbod, aangevuld met ondersteunende functies als horeca, cultuur, ambulante handel en evenementen die bij uitstek tot hun recht komen in de binnenstad of er net buiten. Er is een goede spreiding van de dagelijkse voorzieningen over de gemeente in het belang van de leefbaarheid. De verspreide bewinkeling is in omvang beperkt, de perifere detailhandel heeft zich versterkt en is geclusterd op Latenstein. De randvoorwaarden zoals een goede bereikbaarheid en parkeren, schoon-heel-veilig en een prettige belevingswaarde zijn op orde.*

In de visie verschuift het accent van groei naar behoud, van uitbreiding naar polijsten en schaven, dus het 'maken van keuzes'. Dat betekent schrappen van vierkante meters op de zwakke locaties met weinig tot geen detailhandelsperspectief en aandacht voor het behoud van dit bestaande ondernemerschap. De analyse van de marktmogelijkheden toont aan dat er alleen in de dagelijkse sector nog uitbreidingsperspectief is, en wellicht in de branche In/om huis. Ook de horeca wordt kansrijk geacht, en wellicht de ambachten, cultuur / leisure en de ambulante handel. Aanvullend wordt een toetsingskader, in lijn met het provinciale beleid, gehanteerd voor nieuwe initiatieven die nu nog niet voorzien zijn. Ontwikkelingen buiten de gewenste structuur worden voorkomen middels flankerend beleid.

In de binnenstad ligt de opgave om het kernwinkelgebied compact te houden, met complementair aanbod in de aanloopgebieden. In deze randzones wordt de winkelfunctie minder dominant. Met name de modisch-recreatieve en vrije tijdsbranches worden gestimuleerd om te verplaatsen naar het kernwinkelgebied, met de nadruk op stimulans en niet op beperkingen of nieuwe regels. Ieder deelgebied heeft haar eigen onderscheidende functieprofiel. Bij de poorten zijn sterke bronpunten gelegen die goed aansluiten op de aanloopgebieden en het kernwinkelgebied. Functieverbreiding en het accommoderen van vernieuwende initiatieven van lokale ondernemers zijn belangrijke aandachtspunten voor de binnenstad. Er ontstaan in ruimtelijke zin onderscheidende deelgebieden waarbij de onderlinge synergie gestimuleerd wordt middels aantrekkelijke (loop)routes. De westzijde van het kernwinkelgebied, de Hoogeindsestraat en omgeving, verkleurt langzamerhand naar een mixgebied met allerlei functies buiten de detailhandel. Het evenwicht dient bewaard te worden tussen het oostelijke en het westelijke deel. Hiervan zal de Waterstraat als centrale winkel-as maar ook de hele binnenstad profiteren.

De boodschappencentra en de perifere detailhandel kunnen zich versterken op basis van hun eigen kracht. Bij de boodschappencentra aan de rand van de binnenstad ligt de nadruk op behoud van het bestaande aanbod, met een verbetering van de relatie met de binnenstad. De vier boodschappencentra in de wijken en de dorpsupermarkt vragen om een (kwaliteits)impuls. Deze locaties zijn niet meer bij de tijd. Optimalisering en modernisering zijn deels al voorzien waarbij met name Passewaaij om extra aandacht vraagt. Daar is een integrale aanpak nodig met deels transformatie om haar functie als 'hart voor de wijk' waar te maken. Een grotere ontwikkeling is de samenvoeging van Kwadrant en Kwelkade op de locatie Westlede.

Bij de perifere detailhandel ligt de nadruk op consolidatie en een verdere concentratie op Latenstein met uitzondering van de mobiliteitsbranches die op Kellen worden gefaciliteerd. Het is goed voor de regiofunctie van Tiel als ook in die branches een aantrekkelijk aanbod aanwezig is. Er moeten pand- en perceelsgewijze ontwikkelingen nagestreefd worden voor met name de vestigingswensen van bestaande en te verplaatsen ondernemers, en de acquisitie van ontbrekende formules. De

samenwerking tussen de ondernemers en de gezamenlijke marketing en promotie moeten opgepakt worden om de beleving en de sfeer van het gebied te vergroten.

De verspreide bewinkeling in Tiel heeft een divers karakter en een bijzondere dynamiek. Met dit aanbod dient behoudend te worden omgegaan in het belang van een vitale en toekomstbestendige detailhandelstructuur. De verspreide bewinkeling op de kansarme locaties moet worden afgebouwd en gestimuleerd te verhuizen naar een van de winkelgebieden. Versterking van het verspreide aanbod wordt alleen gefaciliteerd als op basis van een gefundeerde motivatie is vastgesteld dat inpassing in de binnenstad, de boodschappencentra of op Latenstein niet kan. Deze ruimtelijke afweging geldt ook voor nieuwe vormen van horeca en leisure.

In het kader van de toekomstbestendige detailhandelstructuur vragen ook andere vormen van detailhandel om een passend beleid. Internetverkoop in combinatie met een fysieke uitstalruimte dat gericht op de consument is alleen toegestaan in panden met een winkelbestemming. Pick up points zijn uitsluitend toegestaan in of bij winkelgebieden. Kringloopwinkels zijn inpasbaar in winkelgebieden maar mogen onder voorwaarden naar een PDV-locatie. Voor detailhandel als ondergeschikte nevenactiviteit gelden de voorwaarden dat het ter plaatse geteelde of geproduceerde goederen moeten zijn. Hun fysieke uitstalruimte is beperkt van omvang. Tiel beschikt over een ruim en divers ambulant aanbod. Er lopen al acties om de weekmarkt te versterken. Nieuwe beleidsregels zijn gewenst voor de standplaatsen op basis van niet-economische aspecten.

Uitvoeringsstrategie en -programma

De visie heeft eigenlijk maar één doel: dat die ook gerealiseerd gaat worden. De uitvoeringsstrategie is daarom gericht op het faciliteren van kansrijke initiatieven die een bijdrage leveren aan de gewenste detailhandelstructuur. Dat is inclusief het ontmoedigen van ongewenste ontwikkelingen. Het initiatief voor de vernieuwing moet zoveel mogelijk uitgaan van de markt: de ondernemers, vastgoedeigenaren en andere investeerders. De vastgestelde nota biedt vanuit de gemeente het investeringskader. Draagvlak en samenwerking zijn bepalend voor het behalen van het gewenste eindresultaat. De rol van de overheid zal verschillen afhankelijk van de potentie van een gebied en de kracht en kwaliteit van de betrokken marktpartijen. Dit varieert van loslaten/afwachten tot regelen/zorgen.

In het verlengde van de opgerichte kopgroep voor deze nota wordt een Kopgroep aanpak Tielse detailhandel ingesteld. De kopgroep bekrachtigt door een gemeentebreed convenant de samenwerking tussen de ondernemers, de eigenaren en de gemeente. Zij onderschrijft de inhoud van de detailhandelsnota en gaat gezamenlijk de uitvoering ter hand nemen. Per winkelgebied wordt een actieplan uitgewerkt net als nu gebeurt voor de binnenstad om proactief met de centra aan de slag te gaan.

Een aanjaagteam voor de binnenstad evalueert en ondersteunt de werkzaamheden van het binnenstadsmanagement. Die werkzaamheden zijn de afgelopen periode name gericht geweest op de marketing en promotie en de sfeer en beleving. Dit aanjaagteam zal met name gericht zijn op de fysieke binnenstadsontwikkeling en aan de slag gaan met actiepunten als de aanpak van prioritaire gebieden en locaties, de gebiedsprofielen per deelgebied, de transformatieladder en de werving, selectie en ondersteuning van het ondernemerschap.

Dit zijn al enkele actiepunten uit het uitvoeringsprogramma met de benoemde activiteiten en instrumenten in de totale gemeente. Deze zijn gericht op het versterken van de detailhandelstructuur, de aanpak van de leegstand, samenwerking en beleid en regelgeving. De komende periode moeten deze met de kopgroep en het aanjaagteam verder uitgewerkt worden.

1. Inleiding

Herijking van de detailhandelsnota 2012-2017

Om de Tielse detailhandelsstructuur toekomstbestendig te maken en te houden heeft de gemeente Tiel haar Detailhandelsnota 2012-2017 herijkt in afstemming met de belangrijkste stakeholders uit de sector.

De vorige detailhandelsnota was gericht op behoud én versterking van de detailhandel en had een hoog ambitieniveau. Er werd uitgegaan van een maximalisering van de koopkrachtbinding en een verdubbeling van de toevloeiing in zowel de dagelijkse als de niet-dagelijkse sector. Hierdoor ontstond een marktruimte van 18.300 m² wvo detailhandel. Belangrijke voorwaarden voor deze ambitie waren:

- Versterken binnenstad met grootschalige publiekstrekkingen in de detailhandel (mode, sport of elektronica);
- Uitbreiding Albert Heijn aan de Veemarkt;
- Versterken Latenstein met een Retail Park in de perifere detailhandel (PDV): thema In en om het huis en buitenleven;
- Versterking wijkwinkelcentra en keuzes in de structuur.

Anno 2017 / 2018 moeten we concluderen dat geen van deze structuurbepalende ontwikkelingen plaatsgevonden heeft in Tiel. De detailhandel is de afgelopen jaren sterk aan verandering onderhevig, waardoor plannen niet haalbaar bleken of zijn teruggedraaid. Sommige plannen zijn inmiddels verder uitgewerkt zoals de ontwikkeling van Westlede. Vanzelfsprekend hebben er binnen de detailhandelstructuur wel vernieuwingen plaatsgevonden zoals de nieuwbouw H&M / Esprit als vervolg op Blijdestein en de clustering op Latenstein. Er zijn nieuwe deelvisies uitgewerkt zoals voor de binnenstad en samen met de ondernemers is de RetailDeal getekend. Buiten de detailhandel is het Westluidense Poort-gebied vernieuwd met Zinder en de parkeergarage. De binnenstad kent daardoor geen beperkingen meer voor het parkeren op de Waalkade bij hoog water of grote evenementen.

Op basis van actuele inzichten in de Tielse detailhandel en de marktontwikkelingen is nieuw beleid gewenst. Door de huidige realiteit in de sector verschuift landelijk de aandacht van uitbreiding van de detailhandel naar behoud van de bestaande structuur. Soms gaat dat zover dat er geschrapt wordt in de vierkante meters. Daarmee worden winkelgebieden compacter en sterker.

De gemeente is in het opstellen van de nieuwe detailhandelsnota en in het proces met de stakeholders ondersteund door Seinpost Adviesbureau. De opgave voor de nieuwe detailhandelsnota is:

Een geactualiseerde detailhandelsnota 2019-2024 met een doorkijk naar de langere periode. De visie op de toekomstbestendige detailhandelsstructuur bestaat uit een complementair netwerk van winkellocaties met:

- *het behoud en versterken van de regionale verzorgingsfunctie voor de detailhandel. Dat geldt met name voor het recreatieve winkelen in de binnenstad. Ook voor de doelgerichte aankopen en de boodschappen vervult Tiel een bovenlokale tot regionale verzorgingsfunctie;*
- *een goed zicht op de relaties van de detailhandel met de warenmarkt, horeca en evenementen die de stakeholders tevens willen versterken. De opgave is de onderlinge synergie te bevorderen. Een goede mix van retail, horeca en diensten leidt tot verschillende bezoekdoelen en -momenten. Een goede binnenstad vervult dan een belangrijke ontmoetingsfunctie;*
- *specifieke aandacht voor de leefbaarheid in de wijken en dorpen. Hierbij spelen de dagelijkse*

- boodschappen een belangrijke rol om die functie te behouden;*
- *een concreet uitvoeringsprogramma, met sturingsinstrumenten voor de gemeente en stakeholders;*
 - *een toetsingskader voor nieuwe ontwikkelingen;*
 - *goede ruimtelijke voorwaarden ten aanzien van parkeren en bereikbaarheid.*

De gemeente en de betrokken stakeholders hebben met het nieuwe detailhandelsbeleid de beschikking over een nieuw gezamenlijk wensbeeld met daarbij een actiegericht uitvoeringsprogramma. Tevens geeft dit beleid de gemeente de mogelijkheid om haar planologisch kader te actualiseren en de visie te betrekken bij de uitwerking van andere beleidsterreinen.

Proces met de stakeholders en de gemeente

Een kleine projectgroep en een bredere kopgroep hebben geparticipeerd in het adviestraject om te komen tot de nieuwe nota. Deze groepen zijn bij de start, halverwege en aan het einde van het adviestraject bij elkaar geweest. Ze bestaan uit de belangrijke stakeholders en de gemeente-ambtenaren. Bij de start is een gezamenlijke locatieschouw uitgevoerd in de winkelgebieden. Vervolgens zijn via de lokale media zoveel mogelijk consumenten en ondernemers opgeroepen om deel te nemen aan een online enquête. Er zijn twee dialoogsessies georganiseerd op 30 oktober 2017 met een aantal geselecteerde ondernemers en met een groep vastgoedeigenaren. Hierbij zijn de feiten en cijfers gepresenteerd en zijn de stakeholders in de gelegenheid gesteld om input te leveren. Na een oproep in de lokale media is op 13 november 2017 een brede creatieve sessie georganiseerd voor de ondernemers en enkele eigenaren. De eerste visie op basis van de onderzoekstappen is hierbij toegelicht. Hierover is in groepen gediscussieerd, evenals over een eerste aanzet voor een uitvoeringsprogramma.

Het bestuur van de gemeente is verantwoordelijk voor de besluitvorming. De gemeenteraad is bijgepraat via een masterclass op 4 oktober 2017 en tijdens een raadsinformatie-avond over de conceptnota.

Inhoud rapportage, leeswijzer

De bouwstenen in het bijlagendocument fungeren als achtergrondinformatie bij de detailhandelsnota. De bijlagen bestaan uit:

- Bijlage 1: procesaanpak van de detailhandelsnota
- Bijlage 2: Feiten en cijfers over het draagvlak en het aanbod, de plannen en de SWOT-analyses
- Bijlage 3: Het huidige beleidskader
- Bijlage 4: Trends en ontwikkelingen in de retail
- Bijlage 5: DPO, de distributieve marktverkenningen voor het bepalen van de marktruimte
- Bijlage 6: Enquêteresultaten van de consument
- Bijlage 7: Enquêteresultaten van de ondernemer
- Bijlage 8: Definities van de begrippen

Het visiedocument van de detailhandelsnota bestaat uit de hoofdstukken twee tot en met vijf.

- Hoofdstuk 2: De opmaat naar de visie 2019-2024
- Hoofdstuk 3: De nieuwe visie, de stip op de horizon
- Hoofdstuk 4: De uitvoeringsstrategie en het uitvoeringsprogramma

2. De opmaat naar de visie 2019-2024

Als opmaat naar de nieuwe visie wordt kort ingegaan op de belangrijkste aspecten. Deze zijn afgeleid uit de bouwstenen in de bijlagen en het doorlopen proces:

1. de ontwikkeling van de detailhandelstructuur op basis van de feiten en cijfers;
2. de consumententrends en de gevolgen voor de detailhandel in Tiel;
3. de huidige samenwerking in Tiel en de spilfunctie van de ondernemers richting de consument;
4. de input die verkregen is vanuit de consumenten- en ondernemersenquête;
5. de ervaringen van de ondernemers en eigenaren: de dialoogsessies en de brede creatieve sessie;
6. de input voor de nieuwe detailhandelsvisie.

Bij de nieuwe visievorming is het van belang om stil te staan bij de specifieke positie van de consument, ondernemer en/of vastgoedeigenaar.

1. De ontwikkeling van de bestaande detailhandelstructuur

De detailhandelstructuur van Tiel met haar regionaal verzorgende functie vormt een belangrijk vertrekpunt. Er wordt onderscheid gemaakt naar drie typen winkelgebieden en de overige verspreide bewinkeling:

- Een historisch gegroeide structuur van het aanbod in de binnenstad, gelegen binnen de grachten en de Havendijk. Binnen de detailhandel ligt een sterke nadruk op de modisch-recreatieve branches, onderscheidend in de regio, met een breed palet aan overige functies zoals dag- en avondhoreca, cultuur en ontspanning, dienstverlening en wonen;
- Twee boodschappencentra Veemarkt en Kranshof net buiten de grachten. Deze hebben een bovenlokale verzorgingsfunctie. Er zijn vier planmatig ontwikkelde boodschappencentra op wijkniveau: Westroijen, Rauwenhof, Kwadrant en Passewaaij;
- De perifere detailhandel op Latenstein voor de doelgerichte aankopen. Aanvankelijk spontaan gegroeid op dit bedrijventerrein, met inmiddels enige concentratie in het noordwestelijke deel en met overige verspreide bewinkeling;
- De verspreide bewinkeling in en buiten de bebouwde kom met een divers karakter. Daartoe behoort de overgebleven supermarkt van het voormalige boodschappencentrum Kwelkade. Tiel kent enkele buurtstrips aan de Grotebrugse Grintweg, Hogestraat en Hertogenwijk / Sterrebos en verspreid aanbod op traffic-locaties (stations, tankstations, aan in-/uitvalswegen, in ziekenhuis e.d.). Op Kellen ligt verspreide perifere detailhandel en aanbod gericht op mobiliteit. Een grotere tweedehandswinkel heeft een locatie in de spoorzone. In de dorpen Wadenrijen en Kapel-Avezaath liggen twee tuincentra en een dorpssupermarkt en verschillende verkooppunten in het buitengebied.

Qua branchering zijn de binnenstad, boodschappencentra en perifere detailhandel op Latenstein redelijk complementair. Ze spelen ieder in op de dynamiek in hun eigen branches. Het bezoekmotief aan de binnenstad is echter breder. Uit de enquêtes blijkt dat de binnenstad ook voor boodschappen en een gericht bezoek aan één winkel een belangrijke functie vervult. De verzorgingsfunctie van de binnenstad omvat dus niet alleen het recreatieve winkelen (shoppen) of de combinatie van winkels-horeca-diensten.

2. De consumententrends en de gevolgen voor de Tielse detailhandel

De detailhandel is landelijk flink in beweging. De belangrijkste oorzaak is dat de consument en het consumptiegedrag sterk aan verandering onderhevig zijn. Het heeft te maken met de ontwikkeling van onze levensstijl en de dagelijkse bezigheden: waar we wonen, werken of studeren, onze vrije tijd besteden, gebruik maken van allerlei voorzieningen en ons verplaatsingsgedrag. De mobiliteit

neemt verder toe en de grenzen vervagen tussen wonen, werken en vrije tijd. Onze doordeweekse taken en bezigheden worden gecombineerd, van het werk of studie naar de volgende bestemming met een snelle boodschap of afhaalbaarheid. We stellen hoge eisen aan onze vrije tijd in de weekenden en andere vrije dagen zijn dan op zoek naar beleving, vermaak en luxe / gemak. Huishoudens worden kleiner, we worden gemiddeld ouder en de samenleving kent steeds meer verschillende culturen. Met een mooi woord verandert ons 'Daily Urban System'. Het betekent een sterke dynamiek in de grote steden ten koste van de perifere gebieden. We ontwikkelen ons in de richting van een '24-7 economie' waarbij ook openingstijden van de winkels niet achterblijven. Ons winkelgedrag verandert snel: winkelen of boodschappen doen op zondag, aanbod op allerlei traffic-locaties en langere openingstijden etc. Pakketjes worden op ieder moment van de dag bezorgd of afgehaald. De wekelijkse koopavond staat onder druk. De consument heeft onbeperkte toegang tot informatie, weet precies wat waar te koop is, en voor welke prijs en kwaliteit. Hierbij vindt een volledige integratie plaats tussen fysiek en online. Ons online winkelgedrag staat nu nog in de kinderschoenen. Kijkend naar de technologische ontwikkelingen zal er over vijf tot tien jaar gezegd worden hoe traditioneel we nog dachten anno 2017.

De consument bepaalt zelf waar, wanneer en of hij wel gaat winkelen. De gevolgen zijn dat in meerdere branches de winstmarges en klantenaantallen in de winkels onder druk staan. In sommige branches daalt de verkoop vanuit fysieke verkooppunten (elektronica, media, warenhuizen, speelgoed, diensten), of staan de winstmarges onder druk (in mode maar ook in andere branches). Alle ondernemers moeten mee in deze online-ontwikkelingen, het is dus niet een gevaar van buitenaf. Leegstand is het gevolg die in de grotere steden weer opgevuld wordt door expansieve concepten die hier nieuwe kansen zien. Dat gebeurt veel minder in de middelgrote en kleinere woonplaatsen. Andere branches groeien door, met name de supermarktbranche en persoonlijke verzorging. Dankzij het opleven van de woningmarkt hebben de woongerelateerde branches een impuls gekregen (woninginrichting en doe-het-zelf).

In Tiel worden in de binnenstad de grootste problemen ervaren met leegstand en verschraving van het aanbod: met outlet stores, partijenhandel, tijdelijke winkels e.d. Dat komt omdat juist in de binnenstad de niet-dagelijkse branches vertegenwoordigd zijn die landelijk onder druk staan. De binnenstad heeft ook haar beperkingen als het gaat om de steeds langere openingstijden en de mogelijkheden voor een snelle boodschap of iets af te halen. De problemen gelden niet of in mindere mate voor de boodschappencentra en de perifere detailhandel op Latenstein. Voorzieningen op allerlei traffic-locaties spelen in op de behoeften van hun passanten. In de binnenstad liggen de grootste uitdagingen. Die moet zich onderscheiden met haar historische verblijfskwaliteit, de ontmoetingsfunctie, het ruime en soms bijzondere aanbod en als een plek waar altijd iets te beleven valt.

3. De huidige samenwerking in Tiel en de rol van de ondernemer en eigenaar

Wat gebeurt er nu in de gemeente Tiel om op deze ontwikkelingen te anticiperen? Voor een middelgrote stad als Tiel wordt er intensief samengewerkt tussen de ondernemers en de gemeente. Via het binnenstadsmanagement zijn zichtbare resultaten behaald: de FlipPas annex parkeerpas, de nieuwsbrief, het Uit in Tiel-magazine, de breed toepasbare website en de (nieuwe) App en het gebruik van sociale media. Onlangs is de nieuwe feestverlichting in gebruik genomen. Op de koopzondagen en in de weekenden van november en december is er gratis parkeren in de binnenstad. Het centrummanagement heeft via Subtiel circa 40 projecten onder handen of afgerond. Tiel profileert zich landelijk als Fruitstad aan de Waal en organiseert de nodige



evenementen en activiteiten in het jaar. Die worden vaak door het lokale en regionale bedrijfsleven gesponsord en ondersteund door vele vrijwilligers. Deze samenwerking is een goede basis voor de verdere versterking van Tiel als winkelstad. Hierbij moet onderkend worden dat het vanuit de samenwerking vaak lastig is om grip te krijgen op alle individuele belangen van ondernemers, eigenaren en bewoners en hen te overtuigen van het gezamenlijke belang. Maar Tiel staat zeker niet stil, integendeel. Sinds 2012 is Blijdesteijn heropend met een eigentijds modewarenhuis dat twee keer zo groot is. Nieuwe formules hebben zich gevestigd, evenals allerlei bijzondere concepten en winkeltjes. De horeca heeft haar positie in de binnenstad versterkt. Het cultuurgebouw Zinder is geopend inclusief een moderne parkeergarage. Recent heeft de gemeente aan de binnenstad het hoogste beeldkwaliteitsniveau A toegekend waarmee extra wordt geïnvesteerd in het onderhoud van de openbare ruimte. De voorbereidingen worden nu getroffen om gefaseerd vanaf 2019 de riolering te vervangen in een groot deel van de binnenstad. Ook op de bedrijventerreinen wordt samengewerkt via het OCT en in de boodschappencentra via enkele ondernemersverenigingen.

Ondernemers vervullen een spilfunctie als er ingespeeld moet worden op de veranderende consument. De ondernemer past zijn retailconcept erop aan, werkt samen met andere ondernemers en kan niet achterover leunen. Door branchevervaging en sectorverbreding wordt de traditionele branche-indeling steeds meer op de proef gesteld. Bij het bepalen van het toekomstperspectief worden stakeholders gedwongen om breder te kijken dan alleen de detailhandel. De samenwerking die er in Tiel is zal verder geïntensiveerd moeten worden. Dan kunnen de juiste maatregelen genomen worden in verband met de uitdagingen waarmee de binnenstad geconfronteerd wordt. Het geldt voor alle betrokken stakeholders, inclusief de eigenaren die in Tiel nog onvoldoende georganiseerd zijn. De centrummanager, de evenementenmanager of de gemeente kan het niet alleen.

4. De input vanuit de enquêtes

De online enquêtes onder 920 consumenten in de regio en 60 Tielse ondernemers hebben een bron aan informatie opgeleverd. Die zijn ingevuld in de periode tweede helft september / begin oktober 2017, na de corsoweek en de opening van de nieuwe parkeergarage. De enquête gaat in op het winkelgedrag, de bezoekmotieven, beoordelingen en meningen, gewenste veranderingen en de verbeterpunten per winkelgebied. Een aantal uitspraken van de consumenten zegt precies waar het op staat als het over de detailhandelssituatie gaat:

- "Op zich een goede stad om de belangrijkste dingen te halen, maar niet geschikt voor een dagje uitgebreid winkelen".
- "Enkele winkels hebben een goed en breed aanbod, echter dit is een fractie van het totale aanbod van veelal goedkope ketens".
- "Iedere stad heeft zijn eigen sterke punten. Het is gewoon leuk om af en toe naar een andere stad te gaan om andere dingen te zien, dus dat blijf je houden en dat geeft ook niet. Voor de wekelijkse inkopen is het voor mij belangrijk dat het er leuk en gezellig uit ziet in de binnenstad. Lege panden wat opfleuren en de winkels compact bij elkaar. Ik denk dat dat het sterke punt is van een binnenstad van deze grootte. Als ik naar Utrecht ga loop je hele eind om bij alle winkels te komen en hier heb je alles binnen handbereik. Efficiënt".
- "Ik doe alleen boodschappen in Tiel of ga er winkelen, omdat dit het dichtstbijzijnde winkelgebied is en ik kan er over het algemeen wel vinden wat ik nodig heb. Als ik voor de gezelligheid ga winkelen of meer keuze wil hebben, dan ga ik naar Den Bosch of Veenendaal".
- "De stad is prima en ik kom er redelijk graag. Maar de omliggende winkelcentra ogen grauw en ongezellig maar alles wat aan boodschappen nodig is, is er te krijgen".
- "Kijk naar Etten-Leur en Breda, maak er eens een echte woonboulevard van! Bouwmarkten en goedkope meubel/interieur zaken, kom met iets duurzamers/ luxers. Mooie/speciale woonzaken! Je komt hier doelgericht. Er is nu niets om de mensen langer vast te houden".
- "Te weinig winkelaanbod en ook te eentonig. Stad kan niet concurreren met Arnhem, Nijmegen, Utrecht en Den Bosch. Dat moet Tiel ook niet proberen. Durf je in te zetten op een regionaal centrum voor bv. cultuur, horeca, evenementen. Divers winkelaanbod krijg je toch niet meer, maar mensen willen wel graag in stad verblijven. Dus zet leegstaande winkelpanden om in woningen, zorg voor een bruisend compact centrum en zorg dat je evenementen binnen haalt."

- *"Als werkende kan je vaak al niet terecht in de binnenstad. Doordeweeks weet je nooit wanneer ze van plan zijn te sluiten en vanaf 17:30 kom je al geen winkel meer in (dat betekent dat je het na je werk niet meer haalt). En in het weekend of op koopavond is het te druk om een parkeerplek te vinden, want het grootste deel is nu voor vergunninghouders en het 'gewone' volk kan fluiten naar een plaats".*
- *"Voor algemene artikelen is er goed te winkelen, maar specifieke producten zijn niet te koop."*
- *"Tiel heeft heel veel potentieel maar het komt er niet altijd uit. De laatste jaren gaat het wel vooruit!"*
- *"Niet alle ketens aanwezig. Parfumerie voldoende. Betaalbare kleding 15 tot 25 jaar en aparte sneakers nauwelijks aanwezig".*
- *"De binnenstad is wat horeca, terrassen en gezelligheid betreft prima. Er zouden meer aparte winkels en/of speciaalzaken bij kunnen komen".*
- *"Voor gezellig middagje winkelen, gaan we naar een andere stad i.v.m. sfeer en aanbod, veel leegstand of opgevuld met oninteressante winkels".*

Deze uitspraken zijn tijdens de brede creatieve sessie aan de muur gehangen om de ondernemers en eigenaren te informeren hoe de consument tegen Tiel aankijkt. De consumenten hebben waardering voor de winkels en het ondernemerschap in Tiel. Maar daarnaast is de consument kritisch op de winkelgebieden en het winkelaanbod, op wat Tiel (niet) te bieden heeft en op de leegstand. De consumentenbeoordeling is een belangrijke graadmeter voor het imago van de detailhandel in Tiel.

5. De ervaringen van de ondernemers en eigenaren: dialoogsessies en brede creatieve sessie

Via de twee dialoogsessies met de ondernemers en de eigenaren en de brede creatieve sessie veel informatie opgehaald. Ook is de betrokkenheid bij de actualisatie van het detailhandelsbeleid vergroot. De stakeholders hebben langs deze weg hun inbreng kunnen leveren. We geven een korte indruk van de bijeenkomsten.

Volgens de ondernemers is het cruciaal hoe de consument de stad en haar detailhandel ervaart. De bereikbaarheid en het parkeren zijn momenteel hot items in de binnenstad. Verder zijn genoemd schoon-heel-veilig, de beleving van de straten en pleinen en het openbare groen, de venstertijden, de uitstallingen en het fietsparkeren. Aandacht wordt gevraagd voor de branchering waaronder de leegstand. Panden dienen in gebruik te zijn en indien nodig eerst opgeknapt te worden. De eigenaren vragen zich af hoe de gewenste transformatie van de aanloopgebieden in de binnenstad gestalte kan worden gegeven. Zij dienen nog overtuigd te worden van de effecten en de meerwaarde ervan. De eigenaren van de lege panden zullen in ieder geval geactiveerd moeten worden. Lokale eigenaren zijn over het algemeen meer betrokken bij hun stad. Die betrokkenheid zal bij de overige eigenaren vergroot moeten worden. Het gezamenlijke gevoel van urgentie speelt daarbij een belangrijke rol.

Er is onder ondernemers onzekerheid over de effecten van de nieuwe parkeergarage en het parkeren bij het Fabriekslaantje. Beide nieuwe parkeerplekken vervangen het grootste deel van het parkeren op de Waalkade die nu leeg staat. Het parkeren is nu betaald tot 22.00 uur en het vergunningparkeren in de schil is uitgebreid. In ruimtelijke zin gaat het de ondernemers met name om de effecten op de loop in het dwaalmilieu, het Plein en de 3 Straatjes. Een integrale aanpak van dit deelgebied is noodzakelijk, met name door de weeks oogt het voetgangersgebied groot in verhouding tot het aantal bezoekers. Maar de ondernemers maken zich ook zorgen over de hele binnenstad. Uit de discussies blijkt dat bij hun het gevoel van urgentie hoog is. De binnenstadsvisie en het op te stellen actieplan dienen als belangrijke kaders om gezamenlijk te acteren. Belangrijk is om de effecten van ingrepen goed te monitoren en om desnoods aanvullende maatregelen te nemen. Het overleg met de ondernemersverenigingen dient volgens de ondernemers verbreed te worden, met korte lijnen naar de achterban en betrokkenheid bij de uitvoering. De ondernemers zijn op zoek naar daadkracht om de binnenstad de gewenste impulsen te geven in de aanpak van de panden, de branchering en openbare ruimte. Dat geldt eigenlijk ook voor de andere winkelgebieden waarmee iets moet gebeuren waaronder voor Latenstein. De bijeenkomsten bevestigen het beeld dat de saamhorigheid vergroot moet worden en de huidige samenwerking geïntensiveerd mag worden.

6. Input voor de nieuwe detailhandelsvisie: het belang van detailhandel en de regiofunctie van Tiel

Het detailhandelsaanbod in Tiel vervult een belangrijke regiofunctie. De grootste concurrenten zijn Veenendaal, Den Bosch en Utrecht, die allen gelegen zijn op een behoorlijke afstand. Deze centra zijn van een hogere orde. De breedte en de variatie in het aanbod is voor 63% van de consumenten de belangrijkste reden om elders te winkelen, op afstand gevolgd door de combinatie winkels-horeca-diensten (14%) en gezelligheid (13%). Hierbij moet Tiel echter niet de concurrentie van de kleinere centrumgebieden en perifere detailhandel in het eigen Rivierenland over het hoofd zien. Wil Tiel haar regiofunctie behouden dan zullen de ondernemers op de retaildynamiek moeten blijven inspelen en het initiatief naar zich toe moeten trekken, in samenwerking met de eigenaren en de gemeente.

De opgave voor de stakeholders in Tiel is dat zij de regiofunctie waarborgen voor alle drie de typen winkelgebieden. Met elkaar zal een reëel ambitieniveau bepaald moeten worden, met een strategie die inzet op een toekomstbestendige rol voor de binnenstad in de detailhandelstructuur. Maar ook om te komen tot sterke boodschappencentra en de versterking van de perifere detailhandel. De belangen zijn groot. De sector biedt werkgelegenheid aan ruim 2.500 personen in Tiel en levert een belangrijke (financiële) bijdrage aan de lokale economie en de inkomsten van de gemeente. Het voorzieningenniveau is bepalend voor het woon-, leef- en ondernemersklimaat in Tiel, inclusief de leefbaarheid en de sociale veiligheid in het centrum, de wijken en de dorpen met voorzieningen op een acceptabele afstand van de woning. De ontmoetingsfunctie in de winkelgebieden staat hiervoor garant, met een belangrijke functie voor de ondernemers en de gastvrijheid van hun personeel. Het betekent dat het aanbod up-to-date en relevant moet blijven voor de consument.

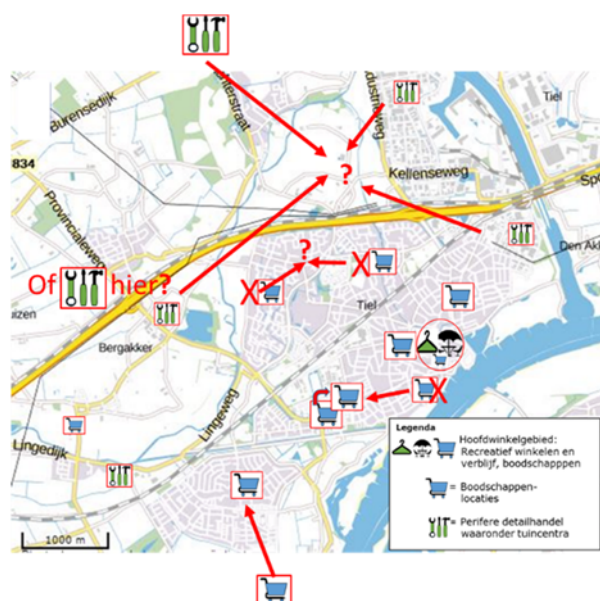
Als randvoorwaarde moet Tiel voortvarend blijven met vernieuwingen in de stad en behoud van haar regiofunctie. Het draagvlak voor de (winkel)voorzieningen zal groeien als er nieuwe woningen worden gerealiseerd en de bestaande woningvoorraad wordt vernieuwd, met speciale aandacht voor het wonen in en rond de binnenstad. Dat geldt ook op het vlak van de andere voorzieningen die (extra) bezoekersstromen zullen genereren. Voorbeelden zijn cultuur, horeca en leisure, zorg, educatie en sport. Dat geldt ook voor de werkgelegenheid en de potentie van de zakelijke markt. Op het gebied van dagrecreatie en toerisme profileert Tiel zich als centrumstad van de Betuwe en als fruitstad aan de Waal. Het grote aantal evenementen is aanvullend op dit brede voorzieningenniveau. Daarvan profiteren de detailhandel en de andere voorzieningen in de winkelgebieden. De totale economische potentie voor de bedrijven en de gebieden is van belang. Het zal ook uitgedragen moeten worden met een onderscheidende marketing en profilering van de stad en daarbinnen haar belangrijkste locaties.

3. De nieuwe visie: de stip op de horizon

3.1 Van scenario's naar de nieuwe visie op de structuur

De bouwstenen leveren voldoende informatie voor een nieuwe visie op de detailhandelstructuur van Tiel. De ambities die daarbij verwoord staan in de vorige detailhandelsnota met grote uitbreidingsplannen zijn niet meer actueel. De markt is leidend en die laat zien dat er geen ruimte is voor grootschalige ontwikkelingen met nieuwe detailhandel. Dat geldt voor de poortenstrategie van de binnenstad, het Retail Park op Latenstein en de samenvoeging van Rauwenhof en Westroijen op een nieuwe locatie. De supermarkt in Passewaaij wordt momenteel uitgebreid. Alleen de samenvoeging van het Kwadrant en het voormalige Kwelkade is nog actueel.

Figuur 1: Kaart met scenario's in de detailhandelstructuur



Om de discussie aan te gaan zijn in de brede creatieve sessie de nodige scenario's voorbijgekomen. Een nieuwe PDV-locatie langs de A15 ter hoogte van Kellen of van Tiel-West is niet reëel tegen het licht van de investeringen op Latenstein. Ook andere perifere detailhandel zoals verspreid op Kellen of een van de tuincentra zou dan mogelijk moeten verplaatsen. De kans dat een grootschalige PDV-trekker zich nieuw wil vestigen in Tiel wordt klein geacht omdat er weinig marktruimte is in de PDV-branches. Om de problematiek in winkelcentrum Passewaaij op te lossen werd een tweede supermarkt als kans gezien. Dat is echter fysiek niet inpasbaar tenzij omringende grootschalige bebouwing haar functie zou verliezen. Ook hier is de marktvraag leidend. De scenario's in de planvorming komen op dit moment neer op wensdenken in plaats van dat ze reëel worden geacht.

Ook los van de mogelijke ontwikkelingen in de detailhandelstructuur kan nagedacht worden over twee uitersten om hierbinnen een positie in te nemen bij het vaststellen van een nieuw detailhandelsbeleid:

- de markt zijn werk laten doen (laat 1000 bloemen bloeien). Daarbij worden bestaande en mogelijk nieuwe ondernemers buiten de structuur de kans gegeven om hun positie te versterken;
- Het primaat leggen bij een gewenste en evenwichtige detailhandelstructuur. Die bestaat uit de binnenstad, Latenstein en een zestal boodschappencentra die complementair aan elkaar zijn. Dat betekent dat het overige verspreide detailhandelsaanbod zoveel mogelijk wordt geconsolideerd of afgebouwd: het maken van keuzes.

Ook hierin zal Tiel haar positie moeten innemen. Dat is mede afhankelijk van welke doelen gesteld worden en de opgave die voorligt om samen met de stakeholders een toekomstbestendige detailhandelstructuur te realiseren.

De tijd van grote structuurbepalende toevoegingen lijkt definitief voorbij

Voor de nieuwe visie wordt de bestaande structuur als uitgangspunt genomen: de binnenstad met de poorten als bronpunt, Latenstein als PDV-locatie en de bestaande boodschappencentra die evenwichtig verspreid liggen over de randlocaties nabij de binnenstad en over de woonwijken.

De belangrijkste reden voor het behoud van de structuur is dat de functie van het fysieke verkooppunt aan het veranderen is. Hierdoor moet er kritisch gekeken worden naar de voorraad die al aanwezig is:

De functie van het fysieke verkooppunt verandert...

Waar het voorheen de plek was waar de klant naar toe moest om iets te kopen is dat al enige tijd niet meer het geval. De klant gaat naar de fysieke winkel vanwege het gemak (boodschappen doen), de persoonlijke service, de beleving of bijvoorbeeld een afhaalfunctie. In sommige branches is zichtbaar dat winkels verkleinen, een deel van het assortiment wordt online aangeboden. De functie van het detailhandelsaanbod in de middelgrote gemeenten als Tiel verandert daardoor. Winkelgebieden kunnen hun bestaansrecht niet meer ontlenen aan alleen de koopfunctie. Ook andere functies zijn steeds dominanter in winkelgebieden aanwezig, dat is bijvoorbeeld zichtbaar aan de horeca. Dezelfde trend met minder fysiek bezoek treedt op bij financiële en particuliere diensten zoals banken, postkantoor, reisbureau, uitzendbureau etc. Winkelgebieden moeten op zoek naar alternatieve functies die voor levendigheid en ambiance zorgen. Het gaat hierbij om onderscheidende functies gebaseerd op puurheid en eigenheid. Behalve bij horeca komt dit ook tot uiting in creatieve functies zoals ambacht en ambachtelijke dienstverlening.

In de visie op de detailhandelstructuur zal de nadruk verschuiven van groei naar behoud, van uitbreiding naar polijsten en schaven, dus het 'maken van keuzes'. En er zal serieus werk gemaakt moeten worden van het schrappen van vierkante meters op zwakke locaties met weinig tot geen perspectief. De locaties met perspectief worden dan verder versterkt. Natuurlijk moeten de ogen niet worden gesloten voor compleet nieuwe initiatieven die nu nog niet voorzien zijn in Tiel. Hiervoor wordt een toetsingskader gehanteerd. Via flankerend beleid moet voorkomen worden dat gemeente en ondernemers geconfronteerd worden met onverwachte en ongewenste ontwikkelingen buiten de gewenste structuur.

Het DPO en de leegstand ondersteunen de nieuwe koers

Deze focus op de bestaande structuur en het toetsen van nieuwe initiatieven sluit goed aan op het beleidskader van de provincie, op de RetailDeal en op de uitkomsten van het DPO in bijlage 5. Op een totaal van 67.600 m² wvo niet-dagelijks aanbod is een overschot bepaald van 4.000 m² wvo anno 2017. Dat overschot zal de komende jaren naar verwachting groeien. Daarnaast ligt een opgave om de 8.000 m² leegstand aan te pakken. Daarbij komt nog de onzekerheid onder ondernemers in de binnenstad over de effecten van de nieuwe parkeersituatie.

Tabel 1: Marktmogelijkheden in de branches op basis van meerdere criteria

Marktmogelijkheden branches	Leegstand	Benchmark m2 Tiel	Aanbod 2010-2016-2017	DPO 2017	Bestedingen 2025	Conclusie markt
Dagelijks				1.500	> 1.500	
Niet-dagelijks				-4.000	< -4.000	
waarvan Mode-luxe				-1.500	< -1.500	
waarvan In/om huis				-1.000	0 - 2.000	
Kansrijk						
Wellicht						
Kansarm						

Bron: DPO in bijlage 5

In de dagelijkse sector is in Tiel juist sprake van een uitbreidingsruimte van 1.500 m² wvo. Die zal naar verwachting naar de toekomst nog verder groeien. In de branche In/Om Huis is sprake van een klein overschot (-1.000 m²). Die zal naar de toekomst positief omslaan vanwege de omzetontwikkeling. In de horeca worden zeker nog kansen gezien voor uitbreiding, en wellicht ook in de ambacht, cultuur / leisure en op het vlak van de weekmarkt / ambulante handel. De uitbreiding van die sectoren is met name afhankelijk van vernieuwende functies. De dienstensector biedt minder perspectief vanwege met name de digitalisering van de dienstverlening.

In de basis wordt het bestaande onderscheid naar drie typen winkelgebieden als vertrekpunt genomen.

1. Recreatieve winkelgebieden	
2. Boodschappencentra	
3. Doelgerichte winkelgebieden	

Vanwege de trends zijn in middelgrote steden voortschrijdende inzichten nodig bij deze indeling. Dat geldt zeker in Tiel omdat de stad te klein is voor een binnenstad dat zich puur richt op het recreatieve winkelen. Waar in vergelijkbare centrumgebieden een of meer reguliere supermarkten zorgdragen voor de dagelijks trekkracht is dat in de Tielse binnenstad niet het geval¹. Binnen de detailhandelstructuur zal goed nagedacht moeten worden in welke richting de binnenstad zich gaat ontwikkelen, daar ligt duidelijk een primaat. De binnenstad moet op zoek naar een nieuwe en eigen dynamiek.

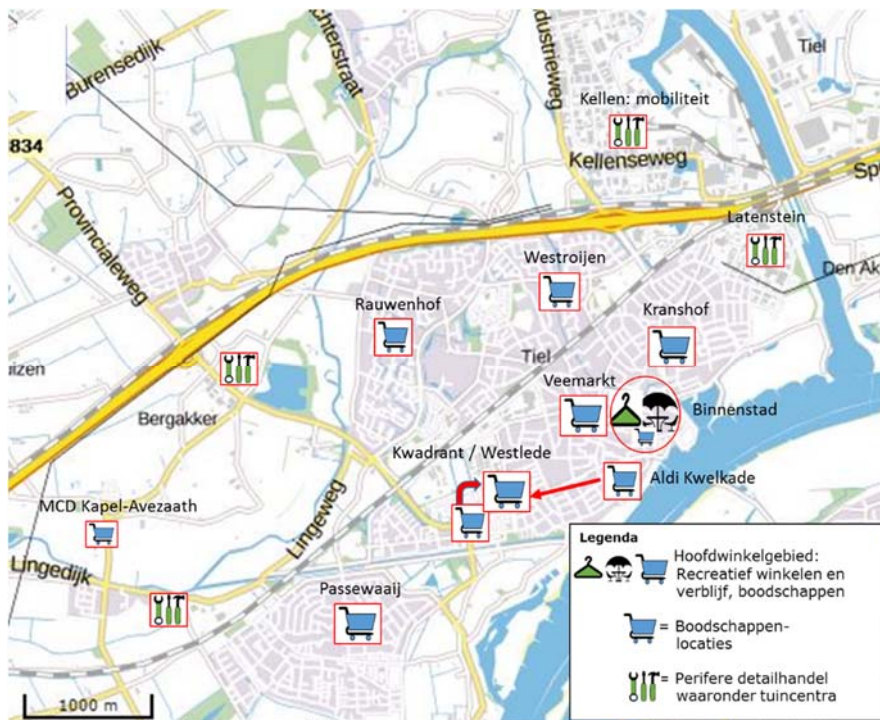
Daarvan afgeleid wordt de gewenste ontwikkelingsrichting van de perifere detailhandel op Latenstein, en die van de boodschappencentra. Niet in de zin dat die beperkt gaan worden in hun huidige functie. De perifere detailhandel en de boodschappencentra worden op basis van hun eigen kracht versterkt. Op de overige verspreid gelegen detailhandel wordt niet meer ingezet, dat aanbod wordt bij voorkeur afgebouwd en de capaciteit wordt geschrapt.

De visie wordt gecombineerd met een helder toetsingskader zodra zich een initiatief voordoet dat in beginsel niet past in de nieuwe visie en in de structuur.

¹ De nieuwe Oost-Europese supermarkt in de Damstraat is daarvoor te klein en die trekt met name de eigen doelgroepen.

De toekomstige detailhandelstructuur ziet er als volgt uit, grotendeels neerkomend op consolidatie van de bestaande winkelgebieden:

Figuur 2: Gewenste detailhandelstructuur gemeente Tiel



De stip op de horizon: over 5 tot 10 jaar beschikt de gemeente Tiel over een vitale detailhandelsstructuur van complementaire winkelgebieden. Er is voor deze regionaal verzorgende stad sprake van een compleet aanbod in een comfortabele winkelomgeving, met een compact kernwinkelgebied aan de top in een aantrekkelijke binnenstad. De leegstand in de binnenstad is teruggebracht tot enkele procenten frictie-leegstand. De winkelgebieden bieden een eigentijds detailhandelsaanbod, aangevuld met ondersteunende functies als horeca, cultuur, ambulante handel en evenementen die bij uitstek tot hun recht komen in de binnenstad of er net buiten. Er is een goede spreiding van de dagelijkse voorzieningen over de gemeente in het belang van de leefbaarheid. De verspreide bewinkeling is in omvang beperkt, de perifere detailhandel heeft zich versterkt en is geclusterd op Latenstein. De randvoorwaarden zoals een goede bereikbaarheid en parkeren, schoon-heel-veilig en een prettige belevingswaarde zijn op orde.

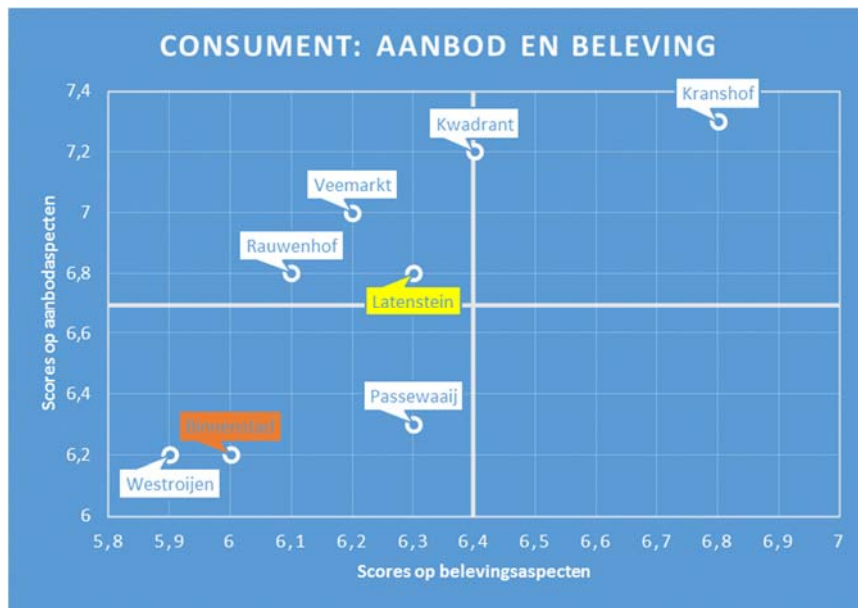
Deze stip op de horizon vormt de ambitie voor alle stakeholders in de stad. Alle winkelgebieden blijken gebaat bij een sterke regiofunctie van de stad. Daarbij is het een pré dat sprake is van een goede complementariteit tussen de binnenstad, Latenstein, de boodschappencentra en de verspreide locaties. Dit schept kansen voor een goede samenwerking in de versterking van de totale detailhandelstructuur. De gewenste ruimtelijk-functionele structuur ziet er dan als volgt uit:

Tabel 2: Uitwerking gewenste detailhandelstructuur gemeente Tiel

Winkelgebied	Verzorgings-functie	Toelichting	Toekomst
Binnenstad Tiel	Regionaal	Compleet aanbod niet-dagelijkse winkels, recreatieve food en een breed aanbod horeca/leisure/diensten. Verblijfsfunctie	Compacter maken kernwinkelgebied, clustering en stimuleren. Complementair aanbod in de aanloopgebieden en sterke bronpunten bij de poorten
Boodschappen-centra aan rand binnenstad	Bovenlokale functie	Boodschappenfuncties Veemarkt en Kranshof	Behoud bestaand aanbod, verbeteren relatie met de binnenstad
Boodschappen-centra in de wijken	Wijkniveau	Boodschappenfuncties. Ontmoetingsplek in de wijk	Optimaliseren en moderniseren. Samenvoegen Kwadrant / Kwelkade op Westlede
Wadenoijen en Kapel-Avezaath	Beide dorpen	Solitaire supermarkt. Brede dorpsvoorziening	Optimaliseren
PDV	Regionaal	Compleet aanbod PDV en overige grootschalige functies	Consolideren / concentreren PDV op Latenstein met kansen voor uitbreiding. Mobiliteit op Kellen.

Deze structuur biedt een totaalpakket met een compleet winkelaanbod voor een gemeente als Tiel, in een comfortabele omgeving. Compact betekent dat in de winkelgebieden de detailhandel zoveel mogelijk geconcentreerd wordt. Clustering van functies stimuleert de onderlinge synergie. Compleet heeft met name betrekking op de aanbodaspecten. Het aanbod is door 920 consumenten beoordeeld op de variatie, de kwaliteit en het prijsniveau van het winkelaanbod. Comfortabel komt goed overeen met de belevingsaspecten. De scores op beleving zijn een mix van het onderhoud en de presentatie van de panden, het onderhoud en de aankleding van het openbaar gebied, de sfeer en gezelligheid en de veiligheid (zie figuur 3).

Figuur 3: Beoordelingsmatrix voor de winkelgebieden



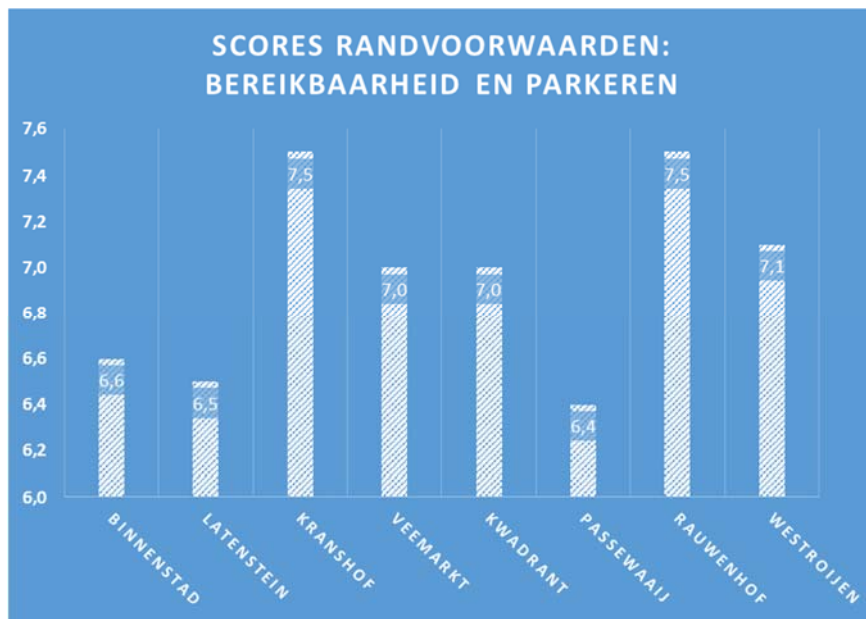
Binnen de beoordelingsmatrix is sprake van een verschillend belang. Voor de binnenstad en Latenstein geldt dat het om een ander type winkelaanbod gaat dan bij de boodschappencentra. De belangen van de binnenstad en Latenstein zijn ook veel groter omdat ze een verzorgingsfunctie vervullen voor de hele stad en de regio.

Uit de beoordelingstabel blijkt dat Westroijen, de binnenstad en Passewaaij in het minst gunstige kwadrant vallen. De rapportcijfers voor het aanbod van de individuele winkelgebieden variëren tussen de 6,2 (Westroijen, binnenstad) en 7,2 / 7,3 (Kwadrant, Kranshof). De boodschappencentra kunnen hierbij onderling goed vergeleken worden. De scores op de beleving zijn gemiddeld lager en variëren tussen de 5,9 / 6,0 (Westroijen, binnenstad) en 6,8 (Kranshof). Ook hier is de beleving beoordeeld passend bij het bezoekmotief van het winkelgebied.

In de gewenste detailhandelstructuur hebben al deze centra een belangrijke plek, waarbij in de toekomst de scores bij voorkeur structureel zijn verbeterd. Dat kan door de winkelgebieden up-to-date te maken op zowel de aanbod- als de belevingsaspecten. Bij voorkeur hebben alle winkelgebieden die niet in het kwadrant rechtsboven vallen een promotie gemaakt: naar het kwadrant erboven of naar rechts, of beide. Aan de hand van de matrix kunnen meetbare doelen gesteld worden hoe de winkelgebieden er over enkele jaren volgens de consument voorstaan. De online consumentenenquête kan bijvoorbeeld jaarlijks of om de twee jaar herhaald worden.

Een goede bereikbaarheid en het parkeren zijn belangrijke randvoorwaarden voor het toekomstperspectief van winkelgebieden. De rapportcijfers van de consument zien er als volgt uit:

Figuur 4: Beoordeling randvoorwaarden per winkelgebied



Hoe hoger de gemiddelde score nu is op de bereikbaarheid en het parkeren, des te beter daar nu al in voorzien wordt. Het is makkelijker om vanuit gunstige randvoorwaarden een winkelgebied toekomstbestendig te maken. De lage scores gelden voor Passewaaij, Latenstein en binnenstad, en de hoogste voor Kranshof en Rauwenhof. Als het nieuwe winkelcentrum op de locatie Westlede gerealiseerd wordt zal het Kwadrant op het aspect parkeren waarschijnlijk beter gaan scoren. Dat gaat waarschijnlijk resulteren in een betere waardering. Opvallend is dat Westroijen en Rauwenhof hier veel beter scoren. Blijkbaar zijn hier de randvoorwaarden gunstig om de winkelgebieden aan te pakken. Dat is bij Passewaaij veel lastiger. De ambitie zou moeten zijn dat alle winkelgebieden minstens een 7 scoren op deze randvoorwaarden.

De rapportcijfers van de consument op de verschillende aspecten leveren voldoende huiswerk voor de uit te werken visie per winkelgebied en voor een actiegericht uitvoeringsprogramma.

3.2 Uitwerking binnenstad



Op basis van de divers onderzoekstappen worden de volgende conclusies getrokken over de binnenstad:

- De bronpunten en trekkers liggen met name aan de oostzijde van de binnenstad: de parkeerbronpunten, trekkers als Hema, Blijdesteijn, H&M, de weekmarkt, het horecaplein e.d.
- De afstanden van de binnenstad tot de reguliere supermarkten met hun parkeervoorzieningen als bronpunt zijn te groot: namelijk ruim 200 meter tot de rand van de binnenstad. Het

boodschappen doen is een ander bezoeks-motief dan bij een binnenstadsbezoek maar de binnenstad profiteert nu in zeer beperkte mate van de bezoekersstromen van de supermarkten, mede omdat de verbindingroutes niet verleiden. Ook Action is een belangrijke trekker die eigenlijk in de binnenstad hoort;

- Het kernwinkelgebied is langgerekt met meerdere uitlopers, een circuit ontbreekt: winkelen over een lengte van 600 meter (Hoogeindsestraat tot Voorstad). Het ontbreekt aan overdekt winkelen; Er zijn geen duidelijke brancheringsprofielen, bijv. het dagelijks aanbod ligt versnipperd. De horeca en cultuur zijn wel geconcentreerd;
- De leegstand is met 41 panden duidelijk zichtbaar, het grootste deel (29 panden, 4.100 m² wvo) ligt in de aanloopgebieden, een kleiner deel (12 panden, 2.200 m² wvo) in het kernwinkelgebied. In zowel kernwinkelgebied als de aanloopgebieden is circa de helft van de leegstand langdurig (1-3 jaar) of structureel (> 3 jaar). In het kernwinkelgebied staat 1 pand langer dan drie jaar leeg;
- Er is een overschot aan m² wvo niet-dagelijkse detailhandel. Het modisch-recreatief aanbod staat onder druk (afname van speciaalzaken);
- De centrale Groenmarkt mist de sfeer die ze verdient;
- Volgens de ondernemers gaat het niet goed met de binnenstad, haar positie gaat achteruit. Het is vijf voor twaalf, een ingreep is noodzakelijk. De aanpak van de leegstand scoort het hoogst, gevolgd door het onderhoud van de panden, het parkeerbeleid en de openingstijden.

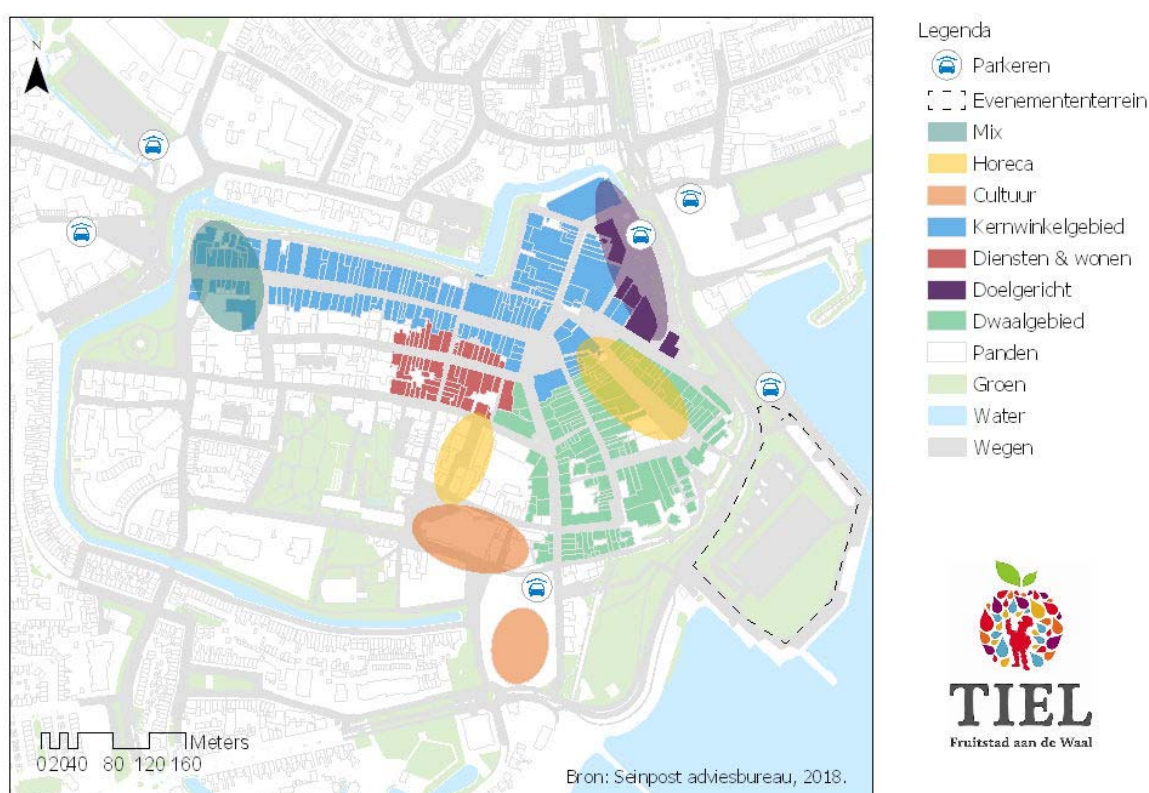
Laten we niet over het hoofd zien dat er in de binnenstad ook hele goede dingen gebeuren. De Tielse binnenstad vormt hét recreatieve winkelgebied voor de regio. Maar deze verzorgingsfunctie op het vlak van de mode & luxe en vrije tijd is in de visie voor de langere termijn niet meer voldoende. Het zal steeds belangrijker worden om de dynamiek in andere sectoren op te zoeken. Daarbij gaat het om de recreatieve food ofwel de speciaalzaken, de horeca, leisure / cultuur, maar ook evenementen, ambulante handel en wonen/ werken. Die functies dienen met hun tijd mee te gaan door in te spelen op de veranderende consumentenwensen. De detailhandel zal dan kunnen profiteren van de trekkracht van een eigentijdse en gastvrije horeca met een breed en gevarieerd aanbod, de trekkracht van de schouwburg en filmtheater Agnietenhof, Zinder en straks een moderne stadsbioscoop. Dat geldt ook voor een uitgebreid en gevarieerd programma aan evenementen in de binnenstad en op de vernieuwde Waalkade en de overige voorzieningen voor recreanten en toeristen. Naar de toekomst worden die complementaire functies aan het winkelen steeds belangrijker omdat die extra bezoekersstromen kunnen genereren. Ruimtelijk moeten keuzes gemaakt worden met een compact kernwinkelgebied, clustering van functies en het stimuleren van nieuwe functies. Clustering van functies vergroot de onderlinge synergie: functies profiteren van elkaars trekkracht op korte afstand en versterken elkaar daardoor. Vandaar dat ingezet wordt op een compact kernwinkelgebied met onderscheidende aanloopgebieden en de poorten als entreelocaties. Winkelondersteunende horeca vergroot de belevingswaarde van het kernwinkelgebied en heeft met name een belangrijke functie voor het recreatief winkelen.

De binnenstad van Tiel heeft een omvang van 28.410 m² wvo aan detailhandel. De leegstand heeft een metrage van 6.230 m² wvo (stand juli 2017, bron: Locatus) en omvat naast potentiële detailhandelsmeters ook voormalige leisure- en dienstenmeters. In verkooppunten zijn 145 panden in gebruik door de detailhandel en 131 door leisure en diensten. Van het totaal van 317 verkooppunten staan 41 panden leeg. De opgave ligt voor om iets te doen aan deze leegstand. Uit het DPO in bijlage 5 blijkt dat er een overschot is aan niet-dagelijkse vierkante meters op gemeenteniveau. Dit overschot heeft voor een deel betrekking op de binnenstad: bijvoorbeeld het overschot van circa 1.400 m² wvo in de mode-Luxe. Terugbrengen van dat metrage ligt gevoelig omdat er een bepaalde kritische massa noodzakelijk is. De binnenstad onderscheidt zich in de regio met het modisch-recreatieve winkelen met bijvoorbeeld Blijdestein als trekker met veel bezoekers van ver buiten Tiel. Dit recreatieve winkelgedrag is echter sterk aan veranderingen onderhevig als we kijken naar de online bestedingen in de mode, en de ruimere openingstijden en de aanboddynamiek in de grotere steden. De binnenstad van Tiel zal hiermee rekening moeten houden.

Feit is wel dat het niet meer mogelijk zal zijn om alle leegstand in de binnenstad in te vullen met nieuwe detailhandel. Een deel is structurele leegstand waaraan de markt al jarenlang geen invulling heeft kunnen geven. In theorie zou dat overschot teruggebracht kunnen worden als de stakeholders in staat zijn om verspreid gevestigd aanbod in de gemeente te verplaatsen: naar een locatie in de binnenstad waarbij op de oude locatie de vierkante meters worden geschrapt, bijvoorbeeld door middel van stedelijke herverkaveling in overleg met de vastgoedeigenaren en gebruikers. Dat zal een erg lastige opgave zijn maar het verdient wel aandacht natuurlijk. Het is beter om ook kritisch naar de gewenste spreiding van de detailhandelsmeters en de leegstand in de binnenstad te kijken.

De gewenste ruimtelijk-functionele opbouw van de binnenstad ziet er dan als volgt uit:

Figuur 5: Ruimtelijk-functionele opbouw binnenstad Tiel



De kaart sluit grotendeels aan op de binnenstadsvisie. De deelgebieden in de kaart worden als volgt omschreven:

Binnenstad

Afgebakend deel van Tiel met een grote verscheidenheid aan centrumfuncties (naast een woonfunctie), waaronder detailhandel, horeca en dienstverlening. De binnenstad bestaat uit het kernwinkelgebied, mix- en dwaalmilieu, voor doelgerichte functies en de overige gebieden met vooral een woonfunctie. Het doel is dat de deelgebieden een helder profiel krijgen met de juiste functie op de juiste plaats. Hierbij wordt onderkend dat in de praktijk sprake zal blijven van enige functionele overlap. Bijpassende branches en functies worden niet gedwongen om te verplaatsen naar het gewenste deelgebied.

Bij nieuwvestiging gelden ook geen beperkingen anders dan het vigerende bestemmingsplan, ook om te voorkomen dat er extra regels gaan ontstaan. Maar als de deelgebieden vanuit de visie complementair zijn dan zullen ze elkaar versterken op basis van onderlinge synergie.

Evenementen en ambulante handel worden ingepast op plekken waar voldoende ruimte is, bij voorkeur zo centraal mogelijk en goed ingepast zodat de detailhandel en de andere functies daarvan kunnen profiteren.

Kernwinkelgebied (blauw)

Een aaneengesloten gebied in de binnenstad, met een hoge concentratie aan detailhandels- en horecaken en commerciële dienstverlening (bij voorkeur dubbelzijdig, winkels in mode & luxe en vrije tijd, horeca winkelondersteunend), waar de inrichting meestal bestaat uit een promenade. Je vindt hier de hoogste passantenintensiteiten.

Mix (grijs)

Deelgebied van het kernwinkelgebied dat langzamerhand verkleurt naar een mixgebied. Het zijn gebieden waar detailhandel in mode & luxe en vrije tijd langzamerhand minder dominant wordt. Dit in tegenstelling tot andere functies: doelgerichte detailhandel, afhaal / stop & go-functies, horeca, diensten, leisure.

Dwaalmilieu (groen)

Straten in de binnenstad die direct aantakken op het KWG (B-C-milieu) maar waar de winkel- en/of daghoreca-functie niet dominant is. Dag- en avondhoreca, zakelijke dienstverlening, ambacht, cultuur / kunst, zorg, wonen en werken kunnen hier domineren. De winkels en horecabedrijven worden er vooral doelgericht bezocht en zijn doorgaans kleinschalig met veel MKB. De straten liggen nabij een bronpunt van verkeer (fiets, auto, bus, trein) of kunnen autotoegankelijk zijn.

Doelgericht met woonmilieu (paars)

Op deze goed bereikbare locaties aan de rand van de binnenstad zal binnen de detailhandel het accent verschuiven naar functies met een doelgericht karakter (afhaal- / stop & go-functies). Dat is dan een breedpakketzaak, woonaccessoires, een fietsenwinkel, bruin- en witgoed, tuinartikelen e.d. Dit wordt gemengd met woonfuncties op maaiveld en op verdieping. Ook dienstverlening, horeca en woon-werk passen goed op een dergelijke locatie. Parkeren kan op korte afstand nabij de doelgerichte winkels.

Diensten en wonen (rood)

Dit is een mengmilieu maar dan zonder detailhandel. Naast wonen en wonen-werken gaat het dan om diensten en ambacht e.d.

Functionele deelgebieden (geel en oranje)

Deze zijn met name benoemd voor de horeca en cultuur / leisure.

Opgaven functioneel:

- De binnenstad zal zich verder ontwikkelen tot het visitekaartje en als winkelstad van de regio. Ze vervult een belangrijke sociale functie als dé plek voor ontmoeting en vermaak, om te verblijven, en om gewoon je aankopen te doen. De gastvrijheid van de binnenstad is een belangrijk speerpunt. Hierbij staat de consument centraal, dat zijn de eigen inwoners en de regiobewoners, recreanten en toeristen, zakelijke potentie en zo meer. De ondernemer moet in staat worden geacht om optimaal op deze steeds veranderende wensen in te kunnen spelen, gefaciliteerd door de andere stakeholders. In de winkel en branche staan beleving, ondernemerschap, service, verrassing en vermaak centraal, Iedere winkel zet in op zijn eigen fans en 'community', in de winkel en digitaal. En je kunt er ook gewoon kopen of online bestellen. Hart van Tiel ondersteunt met een onderscheidende promotie en marketing op het niveau van de totale binnenstad;
- Het modisch-recreatieve aanbod is met 50% van het metrage (gemiddeld 40%) erg dominant in de binnenstad van Tiel waardoor het aanbod te monofunctioneel is. Die sector is hooguit nog aan te vullen met ontbrekende formules en assortimenten (zie bijlage twee, benchmark formules en filialisering en de consumentenenquête). Er zal onderkend moeten worden dat winkelen minder belangrijk wordt voor de binnenstad, dat blijkt ook uit het bezoekmotief van de consument in de enquête. Het is een landelijke retailontwikkeling die met name speelt in de middelgrote centrumgebieden zoals Tiel. Die kunnen de breedte van het aanbod niet bieden en dat is dan ook de belangrijkste reden waarom consumenten elders gaan winkelen.
- De binnenstad moet op zoek naar de dynamiek in andere functies mede vanwege de hoge leegstand in de aanloopgebieden en in mindere mate in het kernwinkelgebied. Het versterken van de variatie in het aanbod en het tegengaan van de verschraving en de leegstand zijn vanuit de consument de belangrijkste verbeterpunten. Mogelijkheden liggen er op het vlak van de recreatieve of ambachtelijke food, aansluitend op het bezoekmotief van het boodschappen doen. Verder zijn er kansen met mengconcepten, blurring met horeca, webwinkels die op zoek zijn naar exposure, afhaal-bezorg-terugbrengfuncties in de flank (pick-up points), meer ambacht, kleinschaliger aanbod In/om het Huis (doe-het-zelf, woninginrichting) en onderscheidende horeca;
- Vernieuwende initiatieven van lokale ondernemers zullen belangrijker worden. De mogelijke dynamiek dankzij landelijke retailers die zich willen vestigen neemt geleidelijk in belang af;
- Ook de functies als werken, wijk economie, zorg, educatie, leisure / cultuur en wonen zullen belangrijker worden in de nabije toekomst. Dat stimuleert de levendigheid in de binnenstad;
- Overig: de kwaliteit van de horeca en de evenementen worden door de consument het beste gewaardeerd, de warenmarkt op zaterdag het laagste. Per saldo zijn de ondernemers positief over de invloed van de warenmarkt op de versterking van de binnenstad. Ook de ondernemers waarderen de kwaliteit van de horeca en de evenementen als positief. De horeca, evenementen en ook de warenmarkt zijn voor de binnenstad belangrijke unique selling points die versterkt moeten worden en waarvan de zwaktes worden weggewerkt.

Opgaven ruimtelijk-functioneel:

- Concentreren kernwinkelgebied (KWG): van Voorstad tot aan de Hoogeindsestraat. Verplaatsen recreatieve en vrije tijdswinkels van buiten naar KWG, toevoegen daghoreca;
- Op termijn eigen profiel voor de Hoogeindsestraat / Hoogeinde binnen het kernwinkelgebied. Inzetten op een mix-milieu omdat nu al zichtbaar is dat de detailhandelsfunctie terugloopt (zie brancheringskaart van de binnenstad in bijlage twee): recreatieve food, horeca, blurring / mengconcepten, non-food. Detailhandel is ondersteunend;
- Aandacht voor een betere circuitvorming binnen het kernwinkelgebied. De eerdere pogingen die gedaan zijn met een doorsteek of nieuwe verbinding, mogelijk in combinatie met overdekt winkelen, moeten verder verkend worden. Hiermee kan nieuw en onderscheidend aanbod aangetrokken worden die de regiofunctie zal versterken;

- Dwaalmilieu Plein / 3 Straatjes: horeca met mix van functies, niet alleen op het plein maar ook in de straten. Kleinschalige bedrijvigheid / ambacht, kunst / ateliers e.d. Detailhandel wordt minder dominant maar het dwaalmilieu kan wel een broedplaats blijven voor bijzondere winkeltjes (starters / MKB, streekproducten e.d. passend bij het DNA van het gebied), met zo beperkt mogelijk mode-luxe en vrije tijdsbranches. Bij doorgroei worden detailhandelsfuncties gestimuleerd om door te stromen naar het kernwinkelgebied. Wijkeconomie, goede inpassing weekmarkt en kleinere evenementen op Plein en in straten, combinatie wonen met atelier of werkruimte in plint;



- Looproutes Westluidense Poort – KWG en dwaalmilieu via straten en stegen ruimtelijk en functioneel aantrekkelijk en veilig: kwaliteit van aanloopstraten is belangrijk voor de binnenstadbeleving;
- Korenbeursplein: kwaliteitshoreca in restaurant- en drankensector;
- Vleesstraat / Kerkstraat: diensten en wonen;
- Centrale Groenmarkt: ontmoetings- en verblijfsfunctie, hoge verblijfswaarde, kleinere evenementen, optimale verbindingsfunctie met de diverse straten;
- Santwijckse Poort: bronpunt parkeren;
- Waalkade / Oude Haven: (water)recreatie en toerisme, rondvaarten, grotere evenementen, horeca aan water etc. Van de Waalkade en omgeving moet een aantrekkelijk verblijfsgebied gemaakt worden waar altijd iets te beleven is. De aanpak van het Waalfront heeft een hoge prioriteit, de herinrichting van de Waalkade zal snel moeten plaatsvinden. Vervolgens is het gewenst om ook de haven opnieuw in te richten;
- Brancheringsprofielen per deelgebied kunnen helpen bij het realiseren van de juiste winkel op de juiste plek.

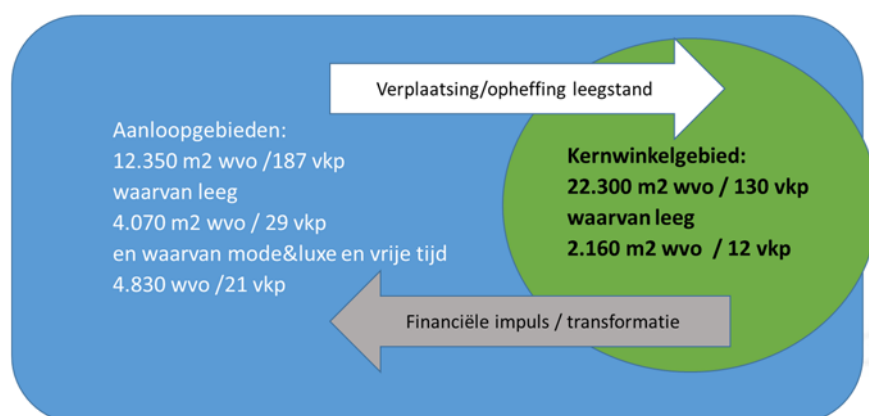
Dat er mogelijk kansen zijn voor een rebranchering laat de volgende tabel zien:

Tabel 2: verkooppunten en m² wvo detailhandel per deelgebied in de binnenstad

	Kernwinkelgebied		Aanloopgebieden		Totale binnenstad	
Groep	VKP	m² wvo	VKP	m² wvo	VKP	m² wvo
00-Leegstand	12	2.158	29	4.072	41	6.230
11-Dagelijks	18	1.969	8	560	26	2.529
22-Mode & Luxe	55	14.118	16	4.496	71	18.614
35-Vrije Tijd	10	2.581	5	335	15	2.916
37-In/Om Huis	12	1.237	13	2.475	25	3.712
38-Detailh Overig	2	226	6	411	8	637
59-Leisure	12	0	71	0	83	0
65-Diensten	9	0	39	0	48	0
Eindtotaal	130	22.289	187	12.349	317	34.638

Bron: Locatus juli 2017

Het kernwinkelgebied wordt geconfronteerd met circa 2.160 m² wvo leegstand in 12 panden die in potentie geschikt is voor detailhandel, leisure of diensten. In het kernwinkelgebied ligt dan de voorkeur bij detailhandel en (dag)horeca. In de aanloopgebieden ligt nog 4.500 m² wvo aan mode & luxe en vrijetijdsaanbod (16 verkooppunten). Hiervan zouden enkele ondernemers mogelijk interesse kunnen hebben om te verplaatsen waarmee het kernwinkelgebied versterkt kan worden. In de aanloopgebieden staat 4.100 m² wvo leeg met een belangrijke transformatieopgave, wellicht naar andersoortige functies dan detailhandel. Die transformatie zou met een financiële impuls gestimuleerd kunnen worden. In het uitvoeringsprogramma wordt daarop teruggekomen.

Figuur 6: Spreiding m² wvo detailhandel en totaal aantal verkooppunten

Ruimtelijke verbinding en synergie zijn hierbij de sleutelbegrippen, en niet zo zeer de toevoeging van vierkante meters detailhandel. Nu is de meeste aandacht gericht op de oostzijde van de binnenstad, maar ook de westzijde verdient aandacht. De inrichting van de Burense Poort en zo mogelijk de ontwikkeling het postkantoor zijn heel belangrijk om het evenwicht te bewaren in de binnenstad. Dan ontstaan twee polen waarvan de centrale as, de Waterstraat, kan gaan profiteren. Met stepping stones in de vorm van subtrekkers, daghoreca met een terras of andere functies wordt de consument door deze hoofdwinkelstraat getrokken. Deze straat staat niet stil en er treden al

mutaties op met vernieuwingen in het ondernemerschap, mede dankzij de lagere huurprijzen en lagere WOZ-waarden. Rebranchering is dan een kans.

Randvoorwaarden:

- Optimale bewegwijzering in samenhang met een aantrekkelijke route tussen parkeergarage, kernwinkelgebied en dwaalmilieu;
- Stop & Go-parkeren in de flanken;
- Betere scores op parkeren en autobereikbaarheid (zie beoordelingstabel op aanbod en beleving), aandacht voor het parkeren in de avonduren;
- Aandacht voor de uitstraling van de panden en het openbaar gebied (sfeer, gezelligheid, schoonheer-heel-veilig): de beleving van de historische binnenstad en van de wederopbouwarchitectuur is een belangrijke voorwaarde om haar verblijfsfunctie, de dagrecreatie en het toerisme een impuls te kunnen geven; hierbij kan geanticipeerd worden op de rioolvervanging medio 2019 waarbij de openbare ruimte wordt aangepakt;
- Gelijkheid in de openingstijden: langzame verruiming van de koopzondagen en de doordeweekse sluitingstijden, impuls of afbouw van de koopavond op donderdag, eventueel een verschuiving van de koopavond naar de vrijdag als start van het weekend;
- Stimuleren centrum-wonen boven winkels;
- Op een creatieve wijze de samenwerking tussen de detailhandel, horeca, cultuur / leisure, dienstverlening, evenementen en ambulante handel verder uitbouwen.

3.3 Uitwerking boodschappencentra



In het kader van de leefbaarheid in de wijken en dorpen is het van belang om op een acceptabele afstand van de woning over een voorziening te beschikken voor de dagelijkse behoeften. Qua afstand kan daarbij uitgegaan worden van circa 600 tot 800 meter, circa 10 minuten lopen. Daarbij gaat het om een supermarkt, een bakkerij, fast food en een kapsalon. Als het draagvlak wat groter is kan een completer aanbod aan vers-speciaalzaken geboden worden, met frequent benodigde non-food zoals een drogist, gemakswinkel, bloemen/planten en dierenvoeding, extra horeca en diensten. Afhankelijk van de locatie wordt het boodschappencentrum gecombineerd met aanvullende voorzieningen als een basisschool, buurtgebouw en zorgvoorzieningen.

In de Tielse boodschappencentra is het aanbod grotendeels beperkt tot de dagelijkse sector. Dit aanbod wordt in beperkte mate ondersteund door andere branches en leisure en dan met name horeca en diensten. De leegstand is beperkt maar de centra scoren hierop na de binnenstad op de tweede plaats.

De belangrijkste conclusies voor de boodschappencentra luiden:

- De structuur past, de spreiding van de zes locaties is goed in het kader van leefbare wijken en dorpen;
- De verdeling komt neer op twee krachtige boodschappencentra net buiten de binnenstad, en ondersteunend aanbod in de wijken en dorpen;
- In de wijken is het aanbod van supermarkten, food-speciaalzaken en andere frequent benodigde artikelen kleinschalig en niet meer bij de tijd. Investerings zijn soms uitgesteld. Op sommige plekken is aandacht nodig voor mogelijke verloedering hetgeen tot onveiligheid kan leiden. Dat gaat ten koste van het woon-, leef- en ondernemersklimaat;
- De samenvoeging van het Kwadrant en Kwelkade op Westlede is een positieve ontwikkeling;
- De ruimtelijke en stedenbouwkundige opzet is bepalend voor het functioneren van de aanvullende functies op de supermarkt. Voor de non-food en diensten wordt het in de kleinere centra steeds lastiger omdat daarvoor een groter draagvlak nodig is;
- De bereikbaarheid en het parkeren spelen een belangrijke rol in het toekomstperspectief voor de verschillende boodschappencentra.

Er zijn zeker kansen om de boodschappencentra te versterken omdat de bestedingen in de dagelijkse sector groeien (zie het DPO in bijlage vijf). Van belang is om het evenwicht met de verzorgingsfunctie van de binnenstad te behouden. Belangrijk voor de opgaven naar de toekomst is om de mening van de consument als uitgangspunt te nemen. Die heeft de boodschappencentra op diverse aspecten beoordeeld.

Tabel 3: Beoordeling van de boodschappencentra door de consument

Consument	Kranshof	Veemarkt	Kwadrant	Passewaaij	Rauwenhof	Westroijen
Diversiteit in winkelaanbod	7	6,6	7	5,5	6,4	5,7
Kwaliteit van het winkelaanbod	7,4	7,4	7,4	6,8	7,1	6,2
Prijsniveau aanbod	7,4	6,9	7,2	6,7	6,9	6,8
Bereikbaarheid per auto	8,2	7	7,5	6,7	8,1	7,5
Bereikbaarheid per brommer/fiets	8	7,7	8,3	8,5	8,7	8,9
Bereikbaarheid per OV	5,6	6,5	5,5	4,2	5,2	5,4
Parkeergelegenheid	8,1	6,7	6,5	6,1	7,8	6,7
Veiligheid	7,3	6,8	6,9	6,5	6,9	6,9
Onderhoud en presentatie panden	7,3	6,3	6,5	6,5	6,1	6
Onderhoud, aankleding openbaar gebied	6,7	5,6	6	6,3	5,5	5,2
Sfeer en gezelligheid	6	6	6,2	5,8	5,7	5,4

De aspecten die gemiddeld de hoogste scores krijgen bij de consument zijn in de groene tekst weergegeven: de bereikbaarheid per auto en per brommer / fiets. De bereikbaarheid per openbaar vervoer, het onderhoud en aankleding van het openbaar gebied en de sfeer en gezelligheid worden over het algemeen het laagst beoordeeld door de consument. Per aspect zijn de centra die het beste scoren groen afgebeeld en die het minst scores zijn in rood weergegeven. Uit de tabel is af te leiden dat de Kranshof, Veemarkt en het Kwadrant het beste scoren, en de meeste aandacht nodig is in Passewaaij en Westroijen. Rauwenhof vertoont een wisselend beeld en zit mogelijk op een kantelpunt.

De belangrijkste opgaven zijn:

- Behoud van de goede spreiding van de boodschappenlocaties over de wijken en de dorpen met aandacht voor complementariteit en de kwaliteit van het aanbod. Afstand blijkt namelijk niet het enige criterium;
- Van belang is om te blijven streven naar functies die gericht zijn op het boodschappen doen en de frequent benodigde non-food, met bijpassende horeca en diensten. Hierbij dient ook ingespeeld te kunnen worden op de nieuwe online-trends met afhaal- en bezorgfaciliteiten;
- Op de locatie Veemarkt ligt de nadruk op consolidatie van het detailhandelsaanbod: de opgave is om hier de relatie met de binnenstad te versterken. Dat kan door de openbare ruimte aan te pakken met een betere ontsluiting en inrichting van de parkeercapaciteit;
- Kranshof voldoet en wordt geconsolideerd. Er blijkt geen vraag naar de winkelruimte aan de buitenzijde langs de Grote Brugse Grintweg, die detailhandelsters kunnen beter worden getransformeerd naar andersoortige functies;
- Tiel-Noord. Als de Veemarkt en Kranshof geconsolideerd worden blijft er voldoende perspectief om de beide boodschappencentra in de wijken te vernieuwen. Hun randvoorwaarden qua bereikbaarheid en parkeren vormen een goede basis. In Rauwenhof en Westroijen ligt de nadruk op vernieuwing van het aanbod en de aanpak van de openbare ruimte. Zo mogelijk worden de supermarkten uitgebreid tot een moderne omvang om hun wijkfunctie te kunnen behouden (rebranchering). In Rauwenhof lijkt dat lastiger en ligt de nadruk op modernisering van het aanbod. In Westroijen is daarvoor een conceptplan ingediend;
- Tiel-West / Passewaaij: hier gaat een nieuw evenwicht ontstaan tussen de beide centra. Kwadrant / Westlede wordt versterkt tot een eigentijds boodschappencentrum met twee supermarkten en een compleet en modern versaanbod en overige boodschappenfuncties. Haar parkeersituatie zal de grootste impuls krijgen. De locatie Kwelkade wordt als kansarme locatie gesaneerd. Passewaaij zal zich op haar eigen marktgebied moeten blijven richten. Hierbij is het een voordeel dat de huidige supermarkt uitgebreid wordt. Theoretisch zou op basis van een draagvlak van straks 10.000 inwoners een tweede supermarkt een overweging kunnen zijn. Dat is fysiek alleen mogelijk als een andere (grootschalige) functie zoals een school wordt uitgeplaatst. Vooralsnog is naast de supermarkt behoud van een basispakket versaanbod en overige boodschappenfuncties het uitgangspunt. Voor de leegstaande units en de tijdelijke invulling van de Blokker zal nagedacht moeten worden over transformatie naar andere wijkgerichte functies zoals in de zorg, educatie, maatschappelijk of werkfuncties / wijkeconomie. Het winkelcentrum zal de samenwerking moeten zoeken met de omliggende zorg-, educatie- en maatschappelijke functies, vanwege het gezamenlijke ruimtelijke gebruik. Nieuwe detailhandel wordt echter nog niet uitgesloten maar dat wordt steeds lastiger. Om haar functie als hart van de wijk te kunnen vervullen is een beperkt aanbod modisch-recreatieve of vrije tijdsbranches te overwegen als ondernemers hierin kansen zien. Voor het gehele winkelcentrum is de opgave om de verblijfskwaliteit te verhogen met bijpassende functies als leuke horeca met terras waarmee een impuls wordt gegeven aan het hart van de wijk. Dat was het oorspronkelijke uitgangspunt maar die functie maakt ze nu niet waar.

Aandacht voor de dorpen

De supermarkt in Kapel-Avezaath die op korte afstand van Wadenhoijen. Deze vervult een belangrijke sociale en ondersteunende functie voor de beide dorpen in het kader van hun brede voorzieningenniveau en daarmee de leefbaarheid. De beide dorpen liggen redelijk geïsoleerd van de rest van Tiel en onderhouden een relatie met het achterliggende landelijke gebied. Van belang is om de supermarkt voor de beide dorpen te behouden, en te voldoen aan de voorwaarden als een eigentijdse omvang en lay-out en voldoende parkeren. Het initiatief zal van de lokale ondernemer moeten komen, gedragen door de dorpsbewoners als zij deze functie willen behouden.

3.4 Uitwerking perifere detailhandel



De volgende conclusies worden getrokken over Latenstein:

- De respondenten in de enquête vinden de locatie goed bereikbaar, het verlengen van de Laan van Westroijen zal daaraan een bijdrage hebben geleverd;
- Latenstein is een redelijke concentratie van perifere detailhandel; er is weinig tot geen leegstand;
- Latenstein wordt met name bezocht voor de Doe-Het-Zelf, in mindere mate om te woonwinkelen (bron: enquête). De scores volgens de consument op diversiteit en kwaliteit van het aanbod zijn ruim voldoende. De consument is redelijk tevreden over dit winkelgebied; de bezoekfrequentie is aan de lage kant;
- De locatie kent haar beperkingen in de attentiewaarde, ruimtelijke opzet en uitstraling. Het is een weinig samenhangend gebied, er is geen gezamenlijke promotie.

Op zich is er niet zoveel aan de hand met dit winkelgebied. Op Latenstein ligt de nadruk op perifere detailhandel met verspreid auto gerelateerde branches, met name gericht op reparatie. Op Kellen is dat precies andersom. Daar ligt enige verspreide perifere detailhandel in de branches In/Om Huis maar met de belangrijkste concentratie in de auto gerelateerde branches. Dat zijn met name de autodealers.



Een sterkere concentratie met perifere detailhandel op Latenstein zou goed zijn voor de regiofunctie van Tiel. Bij complementariteit met de binnenstad ontstaan kansen voor combinatiebezoek voor de klanten die uit de regio en verder weg komen. Een ontwikkeling met een kleiner Retail Park wordt nog niet helemaal uitgesloten. Hierbij wordt uitgegaan van een reëel ambitieniveau. In de Omgevingsvisie van de provincie staat dat er op een beperkt aantal grote perifere locaties ruimte wordt geboden voor ontwikkeling van GDV met een regionale verzorgingsfunctie. Latenstein kan daarvoor in beeld blijven. Wel van belang is om daarbij de focus te houden om de niet-frequente en doelgerichte aankopen die niet inpasbaar zijn in de binnenstad of in de boodschappencentra. Dit vanwege de volumineuze aard van de artikelen, brand- en explosiegevaar en de dagelijkse bevoorrading. De omvang van de artikelen is een ruimtelijk relevant criterium om te beoordelen of winkels zich buiten de reguliere winkelgebieden mogen vestigen. Bij dit soort branches of door een

minimale maat per vestiging te hanteren is daadwerkelijk sprake van volumineus aanbod. De nadruk ligt op een lage bezoekersintensiteit (frequentie).

De belangrijkste ruimtelijk-functionele opgaven zijn:

- Consolideren huidig beleid rond het thema In en om het Huis en buitenleven (Latenstein) en Mobiliteit (Kellen):
 - perifere detailhandel op Latenstein: meubels en woninginrichting, keukens, badkamers / sanitair, doe-het-Zelf, tuincentra / tuinartikelen en tenten en kamperen. Hierbij is geen ondergrens in de omvang per winkel;
 - Grootschalige branches vanaf 1.000 m² bvo per winkel: in de diervoeding en dierbenodigdheden, bruin- en witgoed, fietsen en brommers en autoaccessoires;
 - Grootschaliger vormen van sport, fitness en ontspanning die niet inpasbaar zijn in de binnenstad en de boodschappencentra;
 - Het thema mobiliteit op Kellen met de autoboulevard. Afbouw van de verspreid gelegen PDV In/om Huis op dit bedrijventerrein door transformatie naar andere functies;
- Actief de ruimtelijke concentratie stimuleren op Latenstein: omgeving Bulkweg / Buitenbulkweg / Lutterveldweg; inspelen op de dynamiek dat de bestedingen weer groeien in de woon- en doe-het-zelfbranches;
- Pand- en perceelsgewijze ontwikkelingen nastreven, of een kleinschaliger retail park voor met name bestaande ondernemers;
- Bestaande ondernemers faciliteren of zij uitbreidings- en vernieuwingsplannen hebben (tuinartikelen, Praxis);
- Acquisitie van ontbrekende formules / branches op basis van de benchmark-analyse;
- Actief tegengaan van ontwikkelingen elders met perifere detailhandel mits ruimtelijk niet inpasbaar op Latenstein.

Aansluitend op dit beleid voor Latenstein wordt Kellen niet meer gestimuleerd voor de perifere detailhandelsbranches. Kellen is de locatie voor autogerelateerde branches met hun showrooms e.d., verhuur, productiegerelateerde bedrijven met perifere detailhandel als nevenactiviteit e.d. Voor de bestaande reguliere perifere detailhandel zoals keuken- / sanitairzaken en bouwmarkten geldt een uitsterfregeling waarbij deze functies vervallen wanneer de betreffende panden langer dan 2 jaar niet meer hiervoor worden gebruikt.

Op Latenstein zitten verspreid enkele autobedrijven. Dit zijn meestal geen dealerbedrijven maar reparatiebedrijven met o.a. verkoop. Verkoop van auto's is beleidsmatig gereserveerd voor Kellen. Geadviseerd wordt om verkoop op Latenstein alleen toe te staan als dat kleinschalig gebeurt en past bij c.q. ondergeschikt is aan de autoreparaties. Op Kellen wordt gestreefd naar een ruimtelijke concentratie van de autodealers in de zuidwestzijde van het bedrijventerrein. Hierbij kan ingespeeld worden op de trends in de autoretail. Waar enkele jaren terug nog uitgegaan werd van een massale sluiting van autoshowrooms dankzij o.a. internet en de samenvoegingen van merken blijkt dat ondertussen achterhaald te zijn. Het aantal oprichtingen is sinds 2013 groter dan het aantal opheffingen van auto- en motorgerelateerde bedrijven (bron: CBS, nov. 2017). Het aantal nieuw verkochte auto's stijgt weer na de daling tot en met 2014. De economische groei en fiscaal en milieugegreven argumenten spelen een belangrijke rol in de autobranche. Ook private lease is in opkomst, evenals de occasionmarkt. Er blijft behoefte aan showrooms, werkplaatsen en ruimte voor allerlei specialisten op het gebied van automaterialen, banden, glas etc.

Op Medel wordt geen detailhandel toegestaan mits het gaat om omvangrijke oppervlaktes in de ABC-branches die niet inpasbaar zijn op Kellen. Alleen op de bedrijventerreinen is brand- en explosiegevaarlijke detailhandel toegestaan.

Randvoorwaarden:

- Latenstein wordt beter als perifere detailhandelslocatie op de kaart gezet;

- Er wordt intensiever samengewerkt tussen de winkeliers onderling en met en andere publieks- en bedrijfsmatige functies;
- Er wordt gewerkt aan de sfeer en gezelligheid en de beleving van de openbare ruimte die volgens de consument de belangrijkste verbeterpunten zijn is;
- Eigen bewegwijzering vanaf de entreeroutes naar de stad en regio (snelweg);
- Profileren in de marketing en promotie als één cluster waardoor ook nieuwe ondernemers zich aangetrokken zullen voelen tot vestiging. Afstemming van de openingstijden.

Een algemeen aandachtspunt voor de detailhandel op de bedrijventerreinen is branchevervaging. Het toestaan van een bepaald percentage van het oppervlak/omzet voor nevenassortimenten is gebruikelijk. De omvang van dat percentage is echter arbitrair. Gemiddeld genomen hanteren gemeenten tussen de 10 en 20% van het oppervlak, met daarbij ook een koppeling naar de omzetspotentie (5 à 10% is gebruikelijk). Geadviseerd wordt om van de volgende getallen uit te gaan:

- 10–20% van de oppervlakte, met een maximum van 100 m² mogelijk te maken voor nevenassortiment;
- Tegelijk een maximum van 5 à 10% van de omzet als limiet te stellen;
- Shop in the shop concepten (met eigen afrekenpunten) van andersoortige branches dan de hoofdbranche zijn niet toegestaan.

In principe ontstaat met voornoemde regeling voldoende garantie ter voorkoming van ongewenste branchering. Wanneer men expliciet bepaalde assortimenten wenst uit te sluiten, kan overwogen worden met assortimentslijsten te werken. De handhaafbaarheid dient hierbij aandacht te krijgen (werken met eenvoudige lijsten).

3.5 Uitwerking verspreid aanbod



De verspreide detailhandel en de overige functies hebben een divers karakter. Het aanbod op de bedrijventerreinen Kellen en Medel is al aan de orde gekomen bij de visie op Latenstein. Ook de discounter Aldi van het voormalige winkelcentrum Kwelkade en de supermarkt in de dorpen zijn besproken bij de boodschappencentra. Dan blijven over het aanbod:

- Langs de vervoersassen in de stad of nabij de snelweg: de Stationsomgeving met o.a. de kringloopwinkel Secunda, langs de Laan van Westroijen, Provincialeweg / Zoelensestraat, Nieuwe Tielseweg, tankstations e.d.;
- Langs de Grotebrugse Grintweg met verspreid en divers aanbod en een buurtstrip;
- In de overige buurtstrips: Hogestraat, Hertogenwijk / Sterrebos: met het nodige aanbod voor buitenlandse doelgroepen (westers en niet-westers);
- De zorgwinkels en diensten in het ziekenhuis en bij het ECT Tiel;
- Winkels in het buitengebied waaronder in de beide dorpen.



Dit aanbod omvat circa 110 verkooppunten in alle sectoren waarvan 45 in de detailhandel. Het gaat om circa 15.000 m² wvo detailhandel. De twee tuincentra² en Secunda zijn de grootste vestigingen met een totale omvang van bijna 9.000 m² wvo. Opvallend genoeg is de leegstand in het verspreide aanbod heel beperkt.

Het verspreide aanbod kent een bijzondere dynamiek. Sommige ondernemers zijn al lange tijd op de huidige locatie gevestigd. Of het ook toekomstbestendige locaties zijn is lang niet altijd het geval. De ondernemers kunnen nauwelijks profiteren van elkaars nabijheid, aantrekkingskracht en de gemeenschappelijke faciliteiten. Er wordt ook niet voldaan aan de behoeften van de consument naar gemak, overzichtelijkheid en keuzemogelijkheden. Deze situatie is niet toekomstbestendig.

In de algehele visie op de detailhandel in Tiel ligt de focus op een vitale en toekomstbestendige detailhandelstructuur met daarbinnen de binnenstad, Latenstein, de zes boodschappencentra en een de dagelijkse voorziening voor de beide dorpen. Dat betekent dat er behoudend moet worden omgegaan met de verspreide detailhandel. Zo mogelijk wordt die afgebouwd op de kansarme locaties om daarmee de detailhandelstructuur te versterken. Hiermee kunnen ook de vierkante meters uit de markt worden genomen om de totale voorraad terug te brengen en ingezet worden op transformatie naar andere functies. In ieder geval dienen mogelijk ongewenste ontwikkelingen buiten de structuur voorkomen te worden. Versnippering van het aanbod is tenslotte niet gewenst.

De bestaande ondernemers op de verspreide locaties kunnen echter niet gedwongen worden om te verplaatsen of desnoods te stoppen. Ook zij dienen de gelegenheid te krijgen om op de dynamiek in te kunnen blijven spelen en hun rechten te behouden. Zo is er bijvoorbeeld sprake van de nodige dynamiek bij buitenlandse ondernemers in de buurtstrips. Er dient hierbij ingezet te worden op een strategie om dit aanbod te verplaatsen naar een van de drie typen winkelgebieden die dan het beste past bij dat aanbod. De achtergelaten vierkante meters kunnen dan worden afgebouwd of worden getransformeerd naar andere functies.

Mogelijk willen ondernemers met een verspreide vestiging uitbreiden of verplaatsen naar een andere verspreide locatie. Ook nieuwe ondernemers kunnen belangstelling hebben om zich te vestigen op een verspreide locatie. Dat wordt alleen gefaciliteerd als op basis van een gefundeerde motivatie is vastgesteld dat inpassing in de binnenstad, de boodschappencentra of op Latenstein niet kan. Van deze laatste optie mogen geen initiatieven in de dagelijkse sector en de sectoren Mode & Luxe en Vrije Tijd deel uitmaken.

Binnen de verspreide bewinkeling vraagt de traffic-retail om een specifieke behandeling. De voorzieningen op traffic-locaties vervullen een ondersteunende functie voor een ander bezoekmotief zoals reizen (stations, snelweg, tankstation) en zorg (ziekenhuis, ECT). Van belang voor de detailhandelsstructuur is om deze winkelfuncties beperkt van omvang te houden, en de openingstijden te relateren aan de hoofdfunctie. De winkels richten zich niet op andere doelgroepen

² Tuincentrum Wadenhoijen is in 2016 nog gecheckt door Locatus. Het tuincentrum is in de loop der jaren verkleind en gaat mogelijk dicht.

dan die van de hoofdfunctie waarvoor ze bedoeld zijn. Voor de gemeente Tiel geldt dit met name voor haar treinstations, het ziekenhuis / ECT en de tankstations.

Bij voorkeur worden solitaire en doelgericht bezochte functies verplaatst naar Latenstein. Een belangrijke trekker zou het tuincentrum aan de Zoelensestraat kunnen zijn maar daarvoor ontbreken vooralsnog de ruimtelijke mogelijkheden op Latenstein. Op de huidige zichtlocatie kan ze goed functioneren op basis van haar eigen trekkracht. Sanering van die vierkante meters is alleen gewenst als een dergelijk tuincentrum zou willen verplaatsen, of als er na een sluiting langere tijd geen belangstelling is vanuit andere ondernemers.

Ter versterking van de detailhandelstructuur is er ook aandacht nodig voor nieuwe horeca en leisure. Bij voorkeur geldt bovenstaande concentratiegedachte voor nieuwe initiatieven ook voor nieuwe horeca en leisure.

3.6 Overige vormen van detailhandel

Webwinkels en pick up points

In toenemende mate vindt detailhandel (de bedrijfsmatige verkoop van producten aan consumenten) plaats via internet. De vraag is in hoeverre de bestelling (virtueel), de betaling (virtueel), de aflevering (bij de consument) en het afhalen (door de consument) een detailhandelsactiviteit is. Voor het detailhandelsbeleid en de planologische vertaling in bestemmingsplannen is de consument aantrekkende werking van belang. Een webwinkel behoort tot detailhandel als het fysiek toegankelijk is voor de consument: daaronder wordt ook verstaan een afhaalfunctie voor de consument.

Als de webwinkel fysiek niet toegankelijk is voor de consument is het een andere bestemming (bijv. bedrijf, kantoor of woning). In dit licht maken we voor de gemeente Tiel onderscheid tussen vier vormen van internetverkoop³:

1. Winkels: internetverkoop vindt plaats vanuit of in combinatie *met een fysieke uitstalruimte* die gericht is op en/of toegankelijk is voor consumenten (al dan niet in combinatie met opslag/logistiek). Deze vorm van internetverkoop wordt in planologisch opzicht beschouwd als winkel en is alleen toegestaan in panden met een winkelbestemming. De gemeente Tiel beschouwt een voor consumenten toegankelijke showroom (uitstalruimte), ook zonder bestelling, betaling of levering ter plaatse als winkel.
2. Bedrijfsruimte: internetverkoop vindt plaats vanuit of in combinatie met opslag en/of logistiek. Er is *geen sprake van een fysieke uitstalruimte of afhaalfunctie* die toegankelijk is voor en/of gericht is op consumenten (ook geen showroom of kleedruimte).
3. Kantoren: internetverkoop vindt plaats zonder opslag en/of logistiek ter plaatse. Er is *geen sprake van een fysieke uitstalruimte of afhaalfunctie* die toegankelijk is voor en/of gericht is op consumenten.
4. Woningen/overig: internetverkoop vindt plaats met beperkte opslag en/of logistiek⁴ ter plaatse. Er is *geen sprake van een fysieke uitstalruimte of afhaalfunctie* die toegankelijk is voor en/of gericht is op consumenten en er is geen sprake van een bedrijfsactiviteit met ter plaatse werkzame personen. Zolang de internetverkoop ondergeschikt blijft aan de hoofdfunctie van een pand heeft deze vorm van internetverkoop planologisch geen substantiële effecten en kan zonder beperkingen worden toegestaan in panden met een woon- of andere bestemming.

³ Hierbij sluiten wij grotendeels aan bij de brochure 'Internethandel, keuze in beleid en vertaling in bestemmingsplannen, Kamer van Koophandel, maart 2013'

⁴ Nadere regels over beperkte opslag en/of logistiek kunnen in bestemmingsplannen worden opgenomen.

Voor pick up points (afhaalfunctie met of zonder fysieke uitstalruimte) is het om voldoende traffic te (blijven) genereren in de winkelgebieden gewenst om deze uitsluitend in of bij de winkelgebieden toe te staan en niet op andere locaties zoals een bedrijventerrein. Solitaire pick up points of pick up points op de bedrijventerreinen zijn niet toegestaan, wel internetverkoop als bedrijfsruimte of kantoorfunctie.

Kringloopwinkels

Tot op heden bestaat er geen specifiek beleid voor kringloopwinkels in Tiel. Een kringloopwinkel is deels reguliere detailhandel, zij het alleen in tweedehands goederen, deels PDV (volumineus), deels het uitoefenen van bedrijfsmatige activiteiten, zoals het inzamelen, sorteren en eventueel repareren van (in de regel door particulieren) aangevoerde, afgedankte goederen. Volgens jurisprudentie worden de activiteiten van kringloopwinkels als detailhandel beschouwd.

De gemeente Tiel kent kringloopwinkels in de binnenstad, in de spoorzone en op Latenstein. Goed is dat Secunda een winkel heeft in zowel de spoorzone als de binnenstad om aldaar het bijzondere assortiment te kunnen verkopen. Ondanks het feit dat kringloopwinkels en dergelijke niet tot de traditionele PDV-branches horen, worden ze wel vaak op PDV-locaties toegestaan. Dit doordat ze:

- Minder goed passen in een binnenstad of wijkwinkelcentrum;
- Een magazijn- en werkplaatsfunctie hebben;
- Lagere m² prijzen mede in samenhang met de sociale doelstelling.

Ook in Tiel zal de vestiging van kringloopwinkels vanwege deze redenen op PDV-locaties worden toegestaan, mits aangetoond is dat het qua maatvoering en verkeersaantrekkende werking niet in de binnenstad inpasbaar is. Met de PDV-locatie wordt verwezen naar Latenstein waar ook de traditionele PDV-branches zijn toegestaan. Dit bedrijventerrein is goed bereikbaar voor de consument en de vestiging nabij detailhandel in de branches In/Om Huis stimuleert combinatiebezoek. Een solitaire locatie als in de spoorzone is dan niet gewenst.

Om overcapaciteit te voorkomen, is nader onderzoek naar de wenselijkheid van het stellen van een maximum aan het aantal kringloopwinkels noodzakelijk. Ook is het belangrijk om in het bestemmingsplan een eigen begripsbepaling op te nemen voor kringloopwinkels om te voorkomen dat, indien een kringloopwinkel buiten de reguliere winkelgebieden beëindigd wordt, er zich eventueel reguliere detailhandel in het pand gaat vestigen. De bindende voorwaarde dient hierbij te zijn dat het uitsluitend gaat om de verkoop van gebruikte goederen.

Detailhandel op bedrijventerreinen en in het buitengebied als ondergeschikte nevenactiviteit

Van oudsher vindt detailhandel (de bedrijfsmatige verkoop van producten aan consumenten) plaats als ondergeschikte nevenactiviteit bij andere bedrijfsactiviteiten (als industriebedrijven en groothandels en bij agrarische bedrijven en bij boomgaarden e.d.). Continueren hiervan, hetzij in beperkte mate, is wenselijk voor de vitaliteit en toekomstbestendigheid van (de bedrijven op) bedrijventerreinen en het buitengebied. Het Rivierenland staat bekend als fruitregio. Gethematiseerde winkeltjes in het buitengebied leveren een bijdrage aan dit toeristisch profiel. De vraag is echter in hoeverre detailhandel ondergeschikt is aan de hoofdactiviteit. Net als bij internetverkoop is de consument aantrekkende werking van belang. Daarvan is sprake als verkoop plaatsvindt vanuit of in combinatie met een fysieke uitstalruimte die gericht is op en/of toegankelijk is voor consumenten (een winkelruimte). Ter bescherming van de bestaande detailhandelsstructuur in de gemeente en het voorkomen van leegstand en verpaupering is detailhandel op bedrijventerreinen en bij bedrijven in het buitengebied daarom alleen toegestaan wanneer voldaan wordt aan onderstaande drie criteria.

1. Er sprake is van ter plaatse geteelde of geproduceerde goederen (bijv. zonwering, sauna's, deuren, kozijnen, meubels in meubelmakerij, agrarische producten etc.). De verkoop van alleen ter plaatse bewerkte goederen is niet toegestaan;

2. De detailhandelsactiviteit blijft beperkt tot direct aan de hoofdactiviteit gerelateerde goederen, niet tot de verkoop van producten van elders. Dit laatste is reguliere detailhandel;
3. De fysieke uitstalruimte die gericht is op en/of toegankelijk is voor consumenten beperkt zich tot 10% van het bedrijfsoppervlak met een maximum van 100 m². Het is immers een ondergeschikte nevenactiviteit.

Ambulante handel

In een detailhandelsnota is het belangrijk om stil te staan bij de ambulante handel. Deze sector kent een bijzondere dynamiek. Het aanbod is tijd- en plaatsgebonden. De persoonlijke bediening door de koopman of -vrouw is belangrijk in de relatie met de klant. Een kraam kan ook gerund worden door een detailhandelsbedrijf met een winkel. De kraam functioneert dan als een soort satelliet-vestiging op een extra locatie.

Het ambulante aanbod varieert van een reguliere weekmarkt en losse standplaatsen tot een overdekte markthal zoals de Vrije Markt. De weekmarkten en standplaatsen kunnen voorzien in een tijdelijke aanvulling op het voorzieningenniveau. De weekmarkten worden door de winkeliers en andere ondernemers gewaardeerd zo blijkt uit de ondernemers enquête. Zij zien de toegevoegde waarde in van de extra trekkracht en de levendigheid. Bij voorkeur krijgt de ambulante handel een plek in of aan de rand van de winkelgebieden, zoals op een centraal plein of in de bredere winkelstraten, en met complementaire branches die in een winkelgebied ontbreken. Die vergroten de keuzemogelijkheden voor de consument. De opstelling van de kramen ten opzichte van de winkels en de horeca is een belangrijk aandachtspunt voor een optimale synergie. Dat geldt ook voor een goede inpassing van evenementen waardoor kramen tijdelijk verplaatst moeten kunnen worden. Deze overwegingen zijn van belang voor de binnenstad en voor winkelcentrum Passewaaij die beide over een weekmarkt beschikken. De standplaatsen bij de boodschappencentra dienen beperkt in aantal te blijven om het functioneren van het winkelcentrum niet te veel te beïnvloeden. In de meeste boodschappencentra mogen twee vaste standplaatsvergunningen en twee tijdelijke standplaatsvergunningen worden verleend. Dat is relatief veel. Er zou op gestuurd moeten kunnen worden hoeveel en welke ambulante branches in aanmerking komen tegen het licht van de complementariteit met de branchering van het boodschappencentrum. De gemeente kan niet sturen op de branchering. Bij voorkeur ligt deze regie bij de winkeliersverenigingen, een ondernemersvereniging of een parkmanagementorganisatie. Zodra er leegstand is in een winkelcentrum, of bij een verplaatsing en uitbreiding zoals bij Kwadrant / Westlede, ontstaat er namelijk een andere situatie. Aan die leegstand kunnen de kooplieden niets doen maar het standplaatsenbeleid kan een negatieve invloed hebben op de invullingskansen van lege panden. De branches die door de ambulante handelaren gevoerd worden zijn dan namelijk minder kansrijk om in te vullen in de lege panden.

Solitaire standplaatsen zijn mogelijk in een gebied met weinig voorzieningen. Dan kan in een bepaald tekort worden voorzien, met name op het gebied van de directe consumptie. Dat is van toepassing op de bedrijventerreinen Latenstein, Kellen en Medel en in de dorpen.

De Vrije Markt bij het centraal station is op woensdag en zondag een traditie die al heel lang bestaat in Tiel. Er wordt entree gegeven. Recent is de Ali Baba Bazaar als vers- en warenmarkt toegevoegd in een vrij gekomen hal: op woensdag, zaterdag, zondag, met gratis entree. Dergelijke vrije markten dienen eigenlijk complementair te zijn aan de detailhandel. Het zijn vaak particulieren die een kraam runnen als hobby, maar het kunnen ook professionele ondernemers zijn die partijen in- en verkopen. Er is weinig tot geen invloed uit te oefenen welke branches gevoerd worden. Het varieert van food tot non-food en van tweedehands tot nieuw.

De conclusie wordt getrokken dat Tiel over een ruim en divers ambulant aanbod beschikt. Het aanbod beconcurrereert niet alleen de detailhandel maar ook elkaar. Dat kan met name het toekomstperspectief van de beide weekmarkten negatief beïnvloeden. Passewaaij moet het op

vrijdag met name van haar eigen verzorgingsgebied hebben. De centrummarkt op zaterdag wordt geconfronteerd met een ruim aanbod standplaatsen verspreid over de boodschappencentra en met de nieuwe versmarkt in de spoorzone. In plaats van de kwantiteit is het beter om de kwaliteit van de ambulante handel centraal te stellen. Net als in de detailhandel zal kritisch gekeken moeten worden naar de omvang van het aanbod en de mogelijke krimp ervan. Met name de ambulante non-food staat landelijk onder druk (bron: onderzoek marktkramen CBS sept. 2017). Goede ondernemers van de Vrije Markt of Versmarkt zouden door kunnen stromen naar de weekmarkt of naar de detailhandel. In 2017 is in Tiel een nieuwe marktcommissie ingesteld om de weekmarkt te versterken. Dit is een lopend actiepunt.

De gemeente kan na het vaststellen van de detailhandelsnota de beleidsregels voor de standplaatsen evalueren. De basis hiervoor zijn niet-economische aspecten als verkeersveiligheid, voorkomen van ongewenste verkeersaantrekkende werking, geluids- en geuroverlast e.d. Dit gebeurt in samenspraak met de brandweer, politie, verkeer en winkeliersverenigingen.

3.7 Effecten op de regionale detailhandelstructuur

De gemeente Tiel legt haar prioriteiten bij de versterking van de bestaande detailhandelstructuur van de detailhandel. Het accent verschuift van uitbreiding naar het compacter maken van de binnenstad. Hiermee kunnen de leegstand en de verschraling van het aanbod worden aangepakt. Er is aandacht voor een goede spreiding van de dagelijkse voorzieningen over de gemeente in het kader van de leefbaarheid. Het aanbod perifere detailhandel (PDV) wordt geconsolideerd en zo mogelijk geconcentreerd op Latenstein. Kleinschalige PDV mag zich natuurlijk ook in de binnenstad vestigen.

Omdat de gemeente Tiel deze keuzes maakt zullen de effecten op de regionale detailhandelstructuur beperkt zijn. Dat geldt voor de omringende gemeenten en de steden op grotere afstand. Tiel zet tenslotte in op de verzorging van de eigen inwoners en de overige bezoekers van de gemeente. De laatsten zijn met name de bestaande regiobezoekers, recreanten en toeristen. Mocht zich een ontwikkeling voordoen met een regionale uitstraling dan is de provinciale omgevingsverordening van toepassing. In de provinciale omgevingsvisie staat dat op een beperkt aantal locaties ruimte wordt geboden voor ontwikkeling van GDV met een regionale uitstraling. Binnen het Rivierenland komt alleen Latenstein daarvoor in aanmerking. Dat staat ook zo verwoord in de regionale detailhandelsvisie Rivierenland.

3.8 Samengevat: beleidsuitgangspunten

Belangrijke uitgangspunten in de detailhandelsnota zijn:

- Compact kernwinkelgebied en clustering van functies in de binnenstad, de boodschappencentra en op Latenstein;
- Met de verspreide bewinkeling wordt behoudend omgegaan en zo mogelijk wordt dit aanbod op de kansarme locaties afgebouwd en gestimuleerd om te verhuizen naar een van de genoemde winkelgebieden;
- Nieuwe ontwikkelingen buiten de binnenstad, de boodschappencentra en op Latenstein worden niet gefaciliteerd mits op basis van een gefundeerde motivatie is vastgesteld dat inpassing in de genoemde winkelgebieden niet kan. Van deze laatste optie mogen geen initiatieven in de dagelijkse sector en de sectoren Mode & Luxe en Vrije Tijd deel uitmaken. Hiervoor wordt een helder toetsingskader gehanteerd;
- Boodschappenlocaties in de wijken en dorpen moeten zich qua branchering richten op de boodschappenfuncties en de frequent benodigde non-food, met bijpassende horeca en diensten;
- Behoud bestaande PDV op Latenstein op het gebied van In/Om Huis en buitenleven, en mobiliteit op Kellen;
- Kringloopwinkels zijn inpasbaar in de winkelgebieden, maar mogen onder voorwaarden naar een PDV-locatie;
- Internetverkoop in combinatie met een fysieke uitstalruimte die gericht is op en/of toegankelijk is voor consumenten is alleen toegestaan in panden met een winkelbestemming;
- Pick up points zijn uitsluitend toegestaan in of bij de winkelgebieden niet op andere locaties;
- Detailhandel op bedrijventerreinen buiten de PDV-locatie en in landelijk gebied is alleen toegestaan als ondergeschikte nevenactiviteit en indien het bestemmingsplan het mogelijk maakt;
- Goede ruimtelijke ordening;
- Afstemming van het detailhandelsbeleid binnen de provinciale kaders.
- Evaluatie beleidsregels voor standplaatsen.

4. Uitvoeringsstrategie en -programma

De uitvoeringsstrategie is gericht op het gedurende lange tijd faciliteren van kansrijke initiatieven die een bijdrage leveren aan de gewenste detailhandelstructuur. Het wordt gecombineerd met het ontmoedigen van ongewenste ontwikkelingen. Draagvlak en samenwerking zijn daarbij bepalend voor het behalen van het gewenste eindresultaat. In het proces van de uitvoeringsstrategie zal continu naar aanknopingspunten gezocht moeten worden om de beweging van visie naar realisatie aan te jagen.

4.1 De rol van overheid en marktpartijen

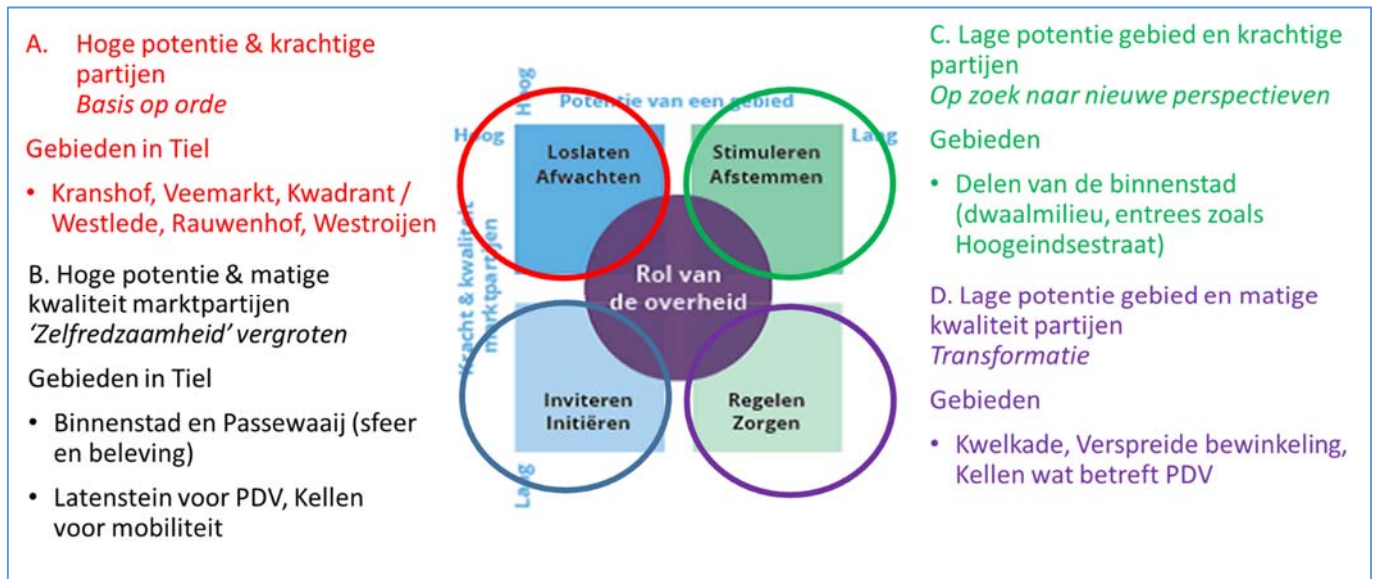
Het initiatief voor vernieuwing van de detailhandelsstructuur zal zoveel mogelijk uit moeten gaan van ondernemers, vastgoedeigenaren en andere investeerders. De marktpartijen moeten als het ware worden verleid om te investeren, maar dan wel binnen de kaders van de – met deze marktpartijen - ontwikkelde detailhandelsnota. De lokale overheid biedt met de nota als een soort investeringskader de zekerheid waar de marktpartijen om vragen. De gewenste detailhandelstructuur wordt geborgd, en daarmee het voorzieningenniveau voor haar inwoners en de voorwaarden voor een gezond ondernemerschap in de winkelgebieden.

Evident is dat eigenaren en ondernemers risicodragend moeten investeren en initiatieven gaan nemen. En dan is het noodzakelijk om op straat-, deelgebied- of winkelcentrumniveau samen te (blijven) werken. Dus gezamenlijk nadenken over de gewenste ontwikkeling van je straat / gebied, met een heldere positionering in de hand die richting en inhoud geeft aan acquisitie, promotie & marketing, inrichting gebied etc. Vervolgens kan zo op een slimme manier nieuw ondernemerschap aan je straat of pand gebonden worden. Samenwerking en afstemming zal de vernieuwing in de detailhandelstructuur stimuleren. Via overleg kunnen eventuele knelpunten en belemmeringen blootgelegd worden waarop de juiste maatregelen getroffen kunnen worden.

De uitvoeringsstrategie en de in te zetten instrumenten zullen verschillen per winkelgebied of deelgebied daarbinnen. In bijlage drie van de bouwstenennota over het beleid wordt ingegaan op de veranderende rol van de gemeenten. Het principe van de uitnodigingsplanologie komt erop neer dat een gemeente niet gezien kan worden als belangrijkste probleemhouder en altijd de regie zou moeten nemen.

De gemeente zal bij haar toekomstige rol rekening moeten houden met de potentie van een winkelgebied en de kracht en kwaliteit van de betrokken marktpartijen. Per winkelgebied in Tiel kan bepaald worden in welk kwadrant het zich bevindt in de onderstaande figuur.

Figuur 7: Rol van de overheid naar potentie van het gebied en kracht en kwaliteit van de marktpartijen



A. 'Basis op orde'

De meeste boodschappencentra bevinden zich linksboven in de figuur, met een hoge gebiedspotentie. Ze zijn doorgaans in handen van één of slechts enkele vastgoedeigenaren en zijn qua omvang overzichtelijk. Hier is de kracht en samenwerking van de marktpartijen makkelijker te realiseren of is die nu al goed. Deze vastgoedeigenaren en de ondernemers zullen zelf het initiatief kunnen nemen, de overheid kan in die zin een loslatende / afwachtende rol aannemen, en zorgt dan bijvoorbeeld voor de planologische vertaling van de visie. Hier is de 'basis op orde'.

B. Zelfredzaamheid

Winkelcentrum Passewaaij past eigenlijk niet in het kwadrant links boven. Die heeft als boodschappencentrum voldoende potentie maar hier is de basis niet op orde. Vanwege haar randvoorwaarden zoals de geïsoleerde ligging en de fysieke beperkingen zal haar 'zelfredzaamheid' vergroot moeten worden. Als integraal hart voor de wijk dient ze een groot belang in het kader van een goed woon-, leef- en ondernemersklimaat. In het kwadrant linksonder bevinden zich ook de sterkere delen van de binnenstad, Latenstein (PDV), en Kellen (thema mobiliteit). De overheid zal hier een inviterende en initiërende rol aannemen om de potentie van het gebied te benutten en de samenwerking op gebiedsniveau verder te vergroten.

C. Op zoek naar nieuwe perspectieven

Gebieden met een lagere potentie maar met een bestaande samenwerking van marktpartijen zijn de aanloopgebieden in de binnenstad zoals het dwaalmilieu. Ook de entreelocatie Hoogeindsestraat verdient als onderdeel van het kernwinkelgebied extra aandacht. Hier gaan de betrokken partijen 'op zoek naar nieuwe perspectieven'. Er wordt een alternatief programma verkend en de samenwerking wordt verder geborgd.

D. Transformatie

Gebieden met een lage potentie en matige kracht en kwaliteit van de marktpartijen worden 'getransformeerd' naar andere functies dan detailhandel. Voorbeelden zijn Kwelkade, de verspreide

bewinkeling en Kellen wat betreft de perifere detailhandel. Deze locaties zullen (op termijn) wegbestemd worden met een alternatief ontwikkelperspectief.

4.2 Kopgroep, convenant en aanjaagteam binnenstad

In het verlengde van de bestaande kopgroep van de detailhandelsnota wordt een 'kopgroep aanpak Tielse detailhandel' ingesteld. Zij opereert vanuit het gezamenlijke belang om een toekomstbestendige detailhandelsstructuur op te bouwen. Een pre is dat de winkelgebieden binnenstad, Latenstein / Kellen en de boodschappencentra in functionele zin redelijk complementair aan elkaar zijn en min of meer alle drie een regionaal belang dienen. De drie typen centra kunnen gezamenlijk de regionale verzorgingsfunctie van Tiel centraal stellen. Zetten ze daarbij in op hun eigen functionele profiel dan is de onderlinge concurrentie gering en kan een versterkend regionaal effect optreden voor het voorzieningenniveau van Tiel.

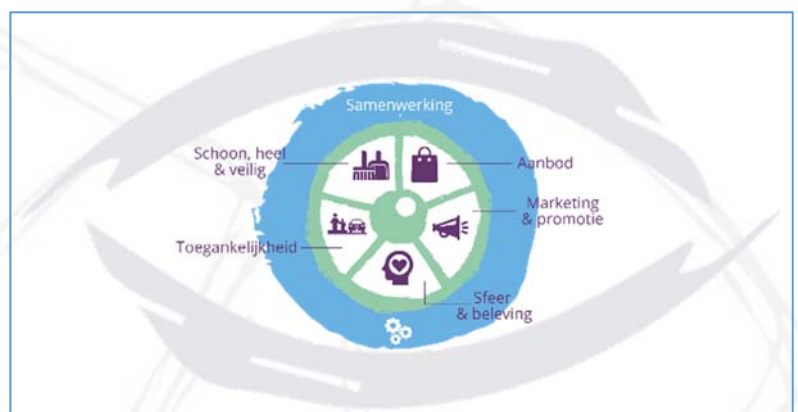
De kopgroep bekrachtigt door het gezamenlijk ondertekenen van een gemeentebreed convenant de samenwerking tussen de ondernemers, enkele eigenaren en de gemeente. Het convenant vormt dan een strategisch plan voor de detailhandel in Tiel. De inhoud van de detailhandelsnota en de ontwikkelingsrichting van het eigen (type) winkelgebied worden als uitgangspunt genomen.

Afgesproken wordt de uitvoering gezamenlijk ter hand te nemen, te coördineren door de kopgroep:

- met taken en verantwoordelijkheden voor de afgevaardigden namens de ondernemersverenigingen en vastgoedeigenaren;
- vertalen van het beleid naar operationele doelen en wanneer die gerealiseerd moeten zijn;
- inzicht in de inzet van de instrumenten en de financiering van de activiteiten vanuit de markt en de overheid;
- Onderwerpen op gemeenteniveau:
 - Bevordering samenwerking per winkelgebied, met de vastgoedeigenaren e.d.;
 - Beleid en regelgeving: planologisch kader / omgevingsplan, regeldruk, blurring, standplaatsen;
 - Uitwerken van het overige instrumentarium in de toolbox;
 - Volgen van de vorderingen met de actieplannen per winkelgebied;
 - Bereikbaarheid;
- Een brede klankbordgroep van winkeliers, horecaondernemers, eigenaren, bewoners en het bedrijfsleven fungeert op de achtergrond en wordt betrokken bij de realisatie van initiatieven. Zij vervult een belangrijke functie naar de eigen achterban.

Net als het actieplan voor de binnenstad kunnen soortgelijke actieplannen opgesteld worden voor de andere winkelgebieden. Hierbij wordt vanzelfsprekend rekening gehouden met de plannen die er al zijn zoals met de inrichting Burense Poort / Veemarkt, Westroijen, Rauwenhof, Kwadrant / Westlede en Passewaaij. Via een actieplan onderschrijven alle betrokken partijen nut en noodzaak om proactief met de centra aan de slag te gaan. In de actieplannen kan de volgende indeling voor de activiteiten gehanteerd worden:

- Het aanbod: ruimte voor ondernemerschap
- Marketing en promotie
- Sfeer en beleving: aantrekkelijke openbare ruimte en gevels



- Toegankelijkheid: bereikbaarheid en parkeren;
- Schoon, heel en veilig.

De personen in de kopgroep moeten goed geïnformeerd zijn, over een helicopterview beschikken, en kunnen inzien dat het overall-belang prevaleert boven het individuele. Zij moeten zich in kunnen leven in andermans situatie, actief deel uitmaken van een goed (lokaal) netwerk, hoofd- en bijzaken kunnen onderscheiden, over een ondernemende houding beschikken. Bij voorkeur is enige proceservaring aanwezig.

Aanjaagteam voor de binnenstad

In de binnenstad is een intensievere samenwerking nodig dan bij de gemeentebrede kopgroep. De problematiek is hier complexer en groter. Vandaar dat de vertegenwoordigers van de binnenstad binnen een aanjaagteam vaker bij elkaar komen. Zij richten zich specifiek op acties voor de binnenstad. Om het aanjaagteam zo goed mogelijk in te richten doet Tiel er goed aan om de opzet, werking en financiering van het binnenstadsmanagement te updaten. De gemeente werkt nu aan een uitvoeringsprogramma vanuit de samenwerkingsovereenkomst 2015-2018 met Hart van Tiel. Op basis van die inhoudelijke leidraad kan bepaald worden welke organisatiestructuur nodig is en wat de rol van gemeente, ondernemers en vastgoed daarin is. Dat geldt ook voor hoe de activiteiten dan worden gefinancierd. Flexibele en tijdelijke werkgroepen die er nu al zijn zoals de vastgoedcommissie kunnen met bepaalde onderwerpen aan de slag. De nieuwe samenwerking kan functioneren als aanjager en als spreekwoordelijk 'spin in het web'. De vastgoedeigenaar is een partij die in het binnenstadsmanagement niet mag ontbreken.

De rol van de vastgoedeigenaren binnen het aanjaagteam

De vastgoedeigenaren zouden een belangrijke(re) rol moeten spelen in de aanpak van de binnenstad in plaats van met name individueel te acteren. Om daadwerkelijk grip te krijgen op functieverandering van enkele straten, de branchering en pandverbetering gaan zij zich op binnenstadsniveau organiseren. Dit kan beginnen door op straatniveau te starten, en gebiedsgericht met de ondernemers met gebiedsprofielen aan de slag te gaan. Ondernemers en vastgoedeigenaren kunnen een rol vervullen als straatambassadeur in het verbinden van partijen in het gebied en het vervullen van een voorbeeldfunctie. Dit gebeurt in overleg met andere partijen en de gemeente die ook in de binnenstad investeren. Van belang is om verbindingen te blijven leggen, het sociale netwerk van Tiel in te zetten en voor een persoonlijke benadering te kiezen. De timing is belangrijk, evenals een sprekende communicatie over de meerwaarde van samenwerking.

Het aanjaagteam evalueert de huidige werkzaamheden van het binnenstadsmanagement op basis van de bestaande samenwerkingsovereenkomst 2015-2018. Het aanjaagteam richt zich voornamelijk op de fysieke binnenstadsontwikkeling:

- compactisering, branchering, kritische massa en mix;
- aanboren nieuwe klantgroepen, branding van het winkelgebied en gebiedsprofielen;
- vraag en aanbod beter te matchen door nieuwe vraag te traceren, panden hiervoor aan te laten passen en couranter te maken, en aan de randvoorwaarden te laten voldoen (trekken en duwen);
- transformatie en stedenbouwkundige inpassing;
- het aanjagen en het vervullen van een functie als de spreekwoordelijke 'spin in het web';
- de contacten met de sleutelfiguren uit het bedrijfsleven en bij de overheid zoals de provincie;
- het bewustzijn van de (nieuwe) opgave;
- kennis (of verzamelt die om zich heen) over de financiële en economische aspecten (haalbaarheid verplaatsing / transformatie), over bestemmingsplanwijzigingen etc.;
- coördinatie van het sluiten van overeenkomsten, het toetsen en versnellen van plannen, het signaleren van de veranderende behoeften van de consument en zo meer.

Deze taken zijn aanvullend op de huidige taken vanuit het binnenstadsmanagement die met name gericht zijn op de marketing en promotie en de sfeer en beleving.

Indien acties (straks) een resultaat hebben gekregen moet dit ook vast worden gelegd. Vaak vergeet men het delen van successen. Dat is jammer, juist door dit wel te doen wordt het draagvlak (steeds verder) vergroot. Actieplannen kunnen na verloop van tijd aangevuld, aangepast of aangescherpt worden. Dit vraagt om jaarlijks samen een check te doen.

4.3 Uitvoeringsprogramma

In deze paragraaf wordt een aanbeveling gedaan voor een uitvoeringsprogramma. Met de verschillende ondernemersverenigingen en de vastgoedeigenaren zullen de komende periode de in dit programma opgenomen activiteiten ofwel instrumenten nader uitgewerkt moeten worden. Dan zal ook blijken welke onderdelen financieel haalbaar zijn en welke fondsen er geworven kunnen worden vanuit de markt, bij investeerders of banken en bij de overheid. Dat geldt ook voor welke planning er voor de komende vijf jaar aan de verschillende activiteiten kan worden verbonden. Evident is overigens dat gelet op de opgaven in Tiel én de in voorliggende visie opgenomen ambities onderstaand programma bij voorkeur zo volledig mogelijk en in samenhang wordt uitgevoerd.

In het uitvoeringsprogramma wordt onderscheid gemaakt naar vier aandachtsgebieden:

1. Versterken van de detailhandelstructuur;
2. De aanpak van de leegstand;
3. Samenwerking;
4. Beleid en regelgeving.



Actiepunt / instrument	Toelichting	Urgentie / werkingsgebied	Trekker en partners
1. Versterken detailhandelstructuur	Doel: realisatie van een toekomstbestendige detailhandelstructuur		
Actieplannen per winkelgebied	Per winkelgebied wordt een actieplan opgesteld op basis van de volgende indeling: het aanbod, marketing en promotie, sfeer en beleving, toegankelijkheid en schoon-heel-veilig. Voor de binnenstad is dit actieplan al in de maak.	Hoog, per winkelgebied	Ondernemersverenigingen in overleg met de vastgoedeigenaar, te coördineren via de kopgroep
Aanpak prioritaire gebieden & locaties	Locatieontwikkeling stimuleert het verhelpen van knelpunten bij fysieke ingrepen. Concrete ontwikkellocaties zijn voor de binnenstad de inrichting van de Burense (relatie voetgangers met winkelcentrum) Poort, het mixmilieu en de entree Hoogeindsestraat / Hoogeinde, het dwaalmilieu e.d. De belangrijkste opgave is het behoud van een goed evenwicht tussen de oost- en westzijde van de binnenstad. Andere locaties zijn Westroijen en Kwadrant / Westlede. Rauwenhof zal vernieuwd moeten worden, en op Passewaaij ligt de nadruk op de sfeer en beleving en herinvulling. Het PDV-aanbod wordt op Latenstein geconcentreerd en de mobiliteit op Kellen. Gezamenlijk worden in het aanjaagteam de knelpunten afgestemd die een belemmering vormen om een plan (sneller) tot uitvoering te brengen.	Hoog / alle winkelgebieden	Aanjaagteam binnenstad, kopgroep voor de overige centra
Bereikbaarheid	Evaluatie van recent ingevoerde verkeers- en parkeermaatregelen. Mogelijk zijn creatieve aanvullingen en (kleinere) ingrepen nodig voor een goed ondernemersklimaat zoals het straatparkeren in de flanken. Voor alle winkelgebieden geldt dat er eigen verwijzingsborden ontbreken. Ontwikkeling van aantrekkelijke en veilige aanlooproutes naar de binnenstad vanaf de belangrijkste parkeerlocaties (dwaalmilieu en entreefunctie Hoogeindsestraat).	Hoog / hele gemeente	Gemeente, met kopgroep
Gebiedsprofielen	Scherpe profielen per deelgebied die opgesteld worden samen met de ondernemers en eigenaren voor een duurzame verankering: vanuit het eigen karakter, identiteit, DNA, 'branding', doelgroepen, bezoekmotief en leefstijlen. Hiermee wordt gekomen tot (alternatieve) functies en branches die hierbij passen. De binnenstad als geheel zal door de complementariteit en synergie aantrekkelijker worden. Ook voor Passewaaij, Latenstein en Kellen ontstaat zicht op het bijpassende programma aan functies en branches.	Hoog / binnenstad, Passewaaij, Latenstein PDV en Kellen (mobiliteit)	Aanjaagteam binnenstad. Kopgroep namens de andere centra
Herijken en handhaven van bestemmingsplannen (straks één omgevingsplan)	Door herijking worden bestemmingsplannen in lijn gebracht met de gewenste detailhandelstructuur en nieuwe detailhandelsmogelijkheden erbuiten beperkt. Door ruimte te creëren voor alternatief programma, wordt transformatie gefaciliteerd. Onbenutte plancapaciteiten worden zo mogelijk geschraapt. Op ongewenste invulling/ontwikkelingen wordt gehandhaafd.	Gemiddeld / hele gemeente	Gemeente, met kopgroep

Actiepunt / instrument	Toelichting	Urgentie en werkingsgebied	Trekker en partners
2. Aanpak leegstand	Doel: verbeteren van de gebruikswaarde van panden, terugbrengen tot frictieleegstand		
Transformatieladder	1. Gebieden met en zonder potentie benoemen (is onderdeel van de visie). Uitgangspunt is dat er in de gebieden met potentie geen transformatieopgave voorligt/gebieden zelf in staat zijn om te transformeren mits planologische kader past. 2. Voor de gebieden met minder potentie alternatief programma inzichtelijk maken. 3. Eigenaren die niet willen op basis van juridisch instrumentarium (bijvoorbeeld leegstandsverordening*) aan tafel. Echter wordt bij voorkeur gewerkt met stimulerende maatregelen; 4. Eigenaren die niet kunnen ondersteunen middels: • locatie-ontwikkeling, stimuleringsregeling (fysieke ingrepen in panden & gevels of procesondersteuning) • ruilen van posities via stedelijke herverkaveling • overwogen kan worden om transformatie en/of de stimuleringsregeling onderdeel uit te laten maken van een gemeenschappelijke agenda die financieel mede gerealiseerd wordt vanuit ondernemers en vastgoedeigenaren (via een ondernemersfonds of BIZ (voor eigenaren)).	Hoog / binnenstad en afbouw-locaties met winkelbestemming (Kellen Kwelkade, overig verspreid)	Aanjaagteam binnenstad
Werving, selectie en ondersteuning ondernemerschap	Acquisitie bij het gebiedsprofiel passende ondernemingen. Dit is aanvullend op de huidige aanpak waarbij een eigenaar een makelaar inschakelt. Stimulering nieuw ondernemerschap. Dit kan op verschillende manieren: • Adviesgesprekken met (startende) ondernemers over het ondernemersplan en de financiering. • Start je winkel 'wedstrijd' om gericht op gebieds- en pandniveau ondernemers te werven en selecteren (als prijs bijv. ondersteuning). • Analyse van kansrijke verplaatsters binnen de wijk economie (bedrijven in woonwijken).	Hoog / binnenstad, Passewaaij, Latenstein PDV en Kellen (mobiliteit)	Vastgoedeigenaren / ondernemersverenigingen Hart van Tiel, Ondernemersvereniging Passewaaij en Latenstein / Kellen samen met de eigenaren en gemeente

Actiepunt / instrument	Toelichting	Urgentie en werkingsgebied	Trekker en partners
3. Samenwerking	Doel is de samenwerking binnen Tiel te versterken. Dat kan door alle mogelijke marktpartijen te betrekken bij de uitvoering van de detailhandelsnota.		
Instellen kopgroep aanpak Tielse detailhandel	Vanuit de huidige kopgroep van de detailhandelsnota wordt een formele kopgroep ingesteld voor de aanpak van de Tielse detailhandel. Het realiseren van de gewenste detailhandelstructuur van Tiel staat daarbij centraal.	Hoog, gemeente	Gemeente in overleg met ondernemersverenigingen en vastgoedeigenaren
Instellen aanjaagteam binnenstad	Voor de binnenstad wordt een aanjaagteam geformeerd als versterking van het huidige binnenstadsmanagement vanuit de evaluatie van de samenwerkings-overeenkomst 2015-2018 en het anticiperen op de nieuwe overeenkomst na 2018. Het is gericht op fysieke centrumontwikkeling.	Hoog, binnenstad	Gemeente in overleg met Hart van Tiel
Samenwerking boodschappencentra	Door een netwerk van ondernemersverenigingen kunnen ondernemers leren van elkaars ervaringen. De mogelijkheden liggen op de terreinen schoon-heel-veilig, milieu / energie, verwijzingsborden, ambulante handel e.d. In de samenwerking kan een groeimodel gehanteerd worden. Voorwaarde is dat ieder winkelgebied goed georganiseerd is en zich kan laten vertegenwoordigen.	Hoog / boodschappencentra	Gemeente, samen met de ondernemersverenigingen
Samenwerking eigenaren	Vastgoedeigenaren hebben een rol en belang bij aantrekkelijke winkelgebieden. Deze groep belanghebbende zal betrokken moeten worden bij de uitvoering van de detailhandelsnota.	Hoog / binnenstad	Vastgoedeigenaren, samen met binnenstadsmanagement en gemeente
Politieke samenwerking	De raad neemt soms belangrijke besluiten die de binnenstad en de detailhandel raken. Via beeldvormende avonden of de inrichting van een adviescommissie binnenstad / detailhandel wordt de samenwerking met de politiek bevorderd.	Hoog / binnenstad en gemeente	Gemeente
4. Beleid en regelgeving	Doel is in de regelgeving zoveel mogelijk rekening te houden met (innovatief) ondernemerschap, binnen de kaders die daarvoor gelden.		
Regeldruk verminderen	Input is het rapport 'Belemmeringen regeldruk winkelambacht 2015' en een rapport van Detailhandel Nederland voor de gemeenteraadsverkiezingen 2018. Platform31 zet de praktijkgroep verlichte regels in. Binnen de gemeente kan de regeldruk verkend worden zoals de lokale lasten, een efficiënte bevoorrading van binnensteden, uitstallingen, precario / terrassen, aanvraag vergunningen e.d.	Gemiddeld / gemeente	Gemeente, samen met de kopgroep, landelijke branche-organisaties en rijksoverheid
Blurring	Met blurring en mengvormen ontstaat meer variatie en belevingswaarde in winkelgebieden en wordt de leegstand minder. De gemeente Tiel kan hierbij lering trekken van Nijmegen of Apeldoorn die hiermee al experimenteren.	Gemiddeld / gehele gemeente	Gemeente, kopgroep, regio-afdeling KHN, brancheorganisaties, VNG
Standplaatsenbeleid	De beleidsregels voor standplaatsen zullen worden geëvalueerd en geactualiseerd.	Gemiddeld / hele gemeente	Gemeente, via de kopgroep in overleg met ondernemersverenigingen en CVAH

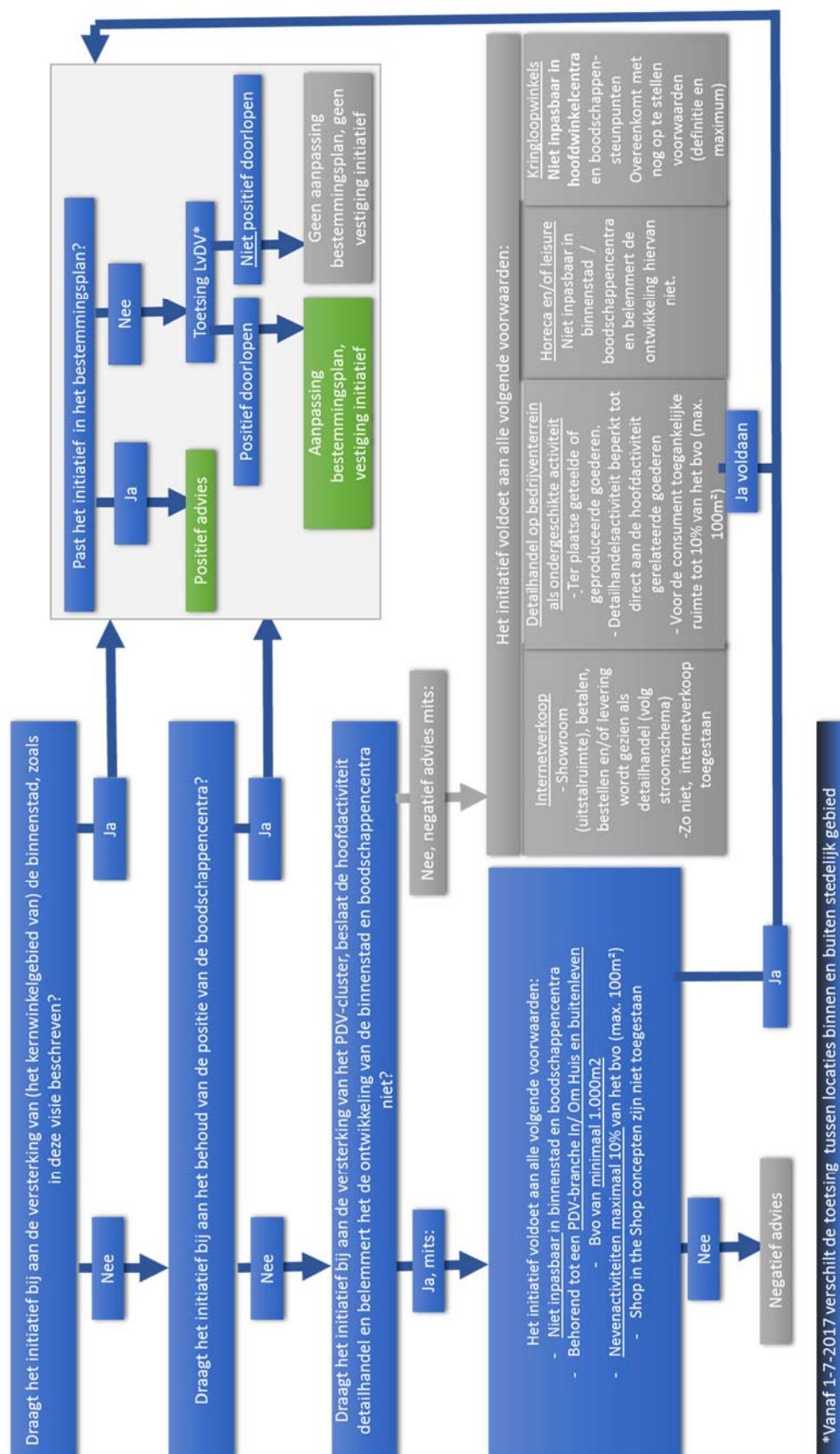
4.4 Toetsingskader

Deze detailhandelsnota wordt na vaststelling het toetsingskader voor nieuwe initiatieven. Dus ook voor plannen die nu nog niet kunnen worden voorzien. De gemeente zal, indien zich een initiatief voordoet deze toetsen aan de uitgangspunten van de nota waarbij de kern ligt in het versterken van de gewenste detailhandelsstructuur. Buiten de winkelgebieden worden in principe geen nieuwe winkelvevestigingen toegestaan. Nieuwe ondernemers, en bestaande ondernemers die willen uitbreiden of verplaatsen binnen dan wel buiten de gewenste detailhandelsstructuur, verdienen een helder toetsingskader.

T.a.v. het begrip 'ontwrichtende werking' en het stellen van kwaliteitseisen aan distributieplanologisch onderzoek (Ladder voor duurzame verstedelijking) houdt deze toetsing het volgende in. Bij distributieplanologisch onderzoek t.a.v. eventuele winkelontwikkelingen dient expliciet geëist te worden dat de onderbouwing aangeeft dat deze geen wezenlijke invloed (ontwrichtende werking) heeft op de gewenste detailhandelsstructuur, en dat het initiatief niet inpasbaar is in de gewenste detailhandelsstructuur. Met name betreft dit het totale dagelijks assortiment, maar zeker ook de essentiële onderdelen van het niet-dagelijkse assortiment, dat zijn de hoofd-branchegroepen Mode & Luxe en Vrije Tijd. Nieuwe initiatieven die niet passen in het bestemmingsplan zullen voorzien moeten zijn van zo'n DPO ofwel een ruimtelijk-economische effectstudie. Economische motieven zijn daarbij niet leidend, ofwel de vraag of er eventueel omzetverlies optreedt bij bestaande ondernemers. In het kader van de Europese Dienstenrichtlijn is het niet toegestaan om ruimtelijk te ordenen op basis van economische motieven. Ze spelen wel een rol om geen overcapaciteit te creëren die mogelijk negatieve effecten zal hebben. De ruimtelijke overwegingen zijn leidend, ofwel het mogelijke effect dat de inwoners van een bepaald gebied niet langer op een aanvaardbare afstand van hun woning in hun eerste levensbehoeften kunnen voorzien. Ook van belang zijn de effecten op de detailhandelsstructuur waarbij rekening wordt gehouden met de ruimtelijke overwegingen als het woon-, leef- en ondernemersklimaat en de leegstand.

Het volgende toetsingskader sluit aan op het provinciale beleid en de Gelderse Ladder voor duurzaam ruimtegebruik. Hierin worden ook andere vormen van detailhandel meegenomen zoals internetverkoop, detailhandel op bedrijventerreinen als ondergeschikte nevenactiviteit en kringloopwinkels. Dit toetsingskader kan ook gebruikt worden voor nieuwe (grootschalige) vormen van horeca en leisure. Die horen in principe ook thuis in de binnenstad of op wijk-dorpsniveau waarbij bepaalde vormen zich onder voorwaarden elders mogen vestigen:

Figuur 8: Toetsingskader voor nieuwe initiatieven in de detailhandel (incl. horeca en leisure)



4.5 Monitoring en prestatieafspraken

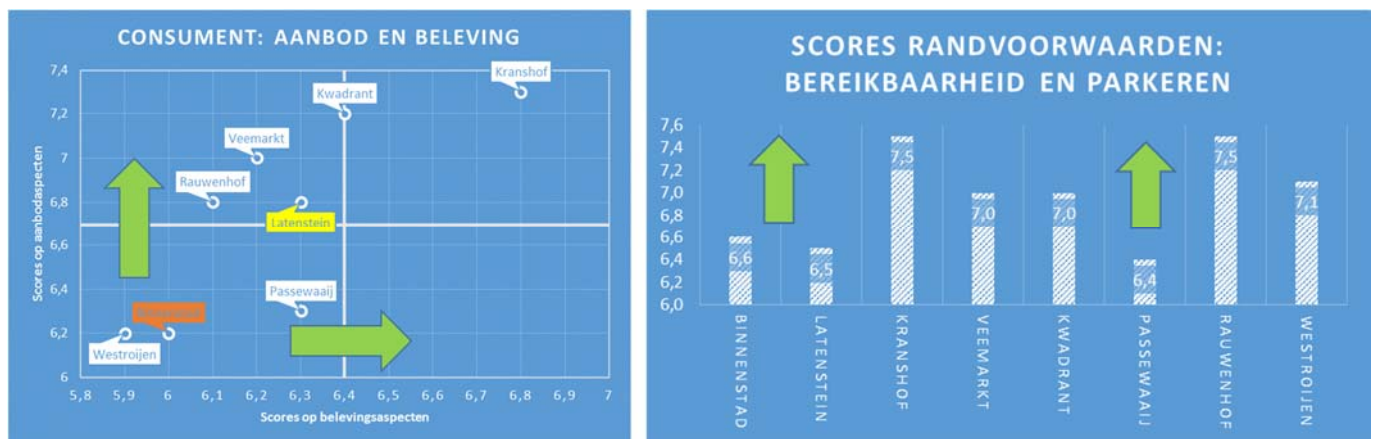
Tijdens de uitvoering van de detailhandelsnota 2019-2024 is het goed om de ontwikkelingen en de vorderingen te monitoren. De monitoring kan gericht zijn op de operationele doelen en welke concrete resultaten men binnen een bepaalde periode wil behalen: bijvoorbeeld het terugdringen van de leegstand met een x-aantal panden per jaar, oplevering van een plan in het jaar 2019 e.d. Dat kan bijvoorbeeld onderdeel uitmaken van de actieplannen per winkelgebied.

Feiten en cijfers

In deze detailhandelsnota zijn vele feiten en cijfers verzameld, soms over een langere periode. Dat materiaal kan dan geactualiseerd worden en opnieuw gebenchmarkt worden. Dat geldt voor het aanbod zoals de branchering en de leegstand, de komst (en vertrek) van formules, de diversiteit en kwaliteit. Ook de WOZ waarde-ontwikkeling kan gevolgd worden. Het draagvlak is relevant om te volgen als het gaat om de inwonersgroei en –samenstelling en de woningbouw en werkgelegenheid.

Ook de uitgevoerde enquêtes kunnen op een relatief makkelijke wijze herhaald worden mocht dat nodig zijn. In Tiel zijn uitgebreide consumenten- en ondernemersdatabases beschikbaar die ook voor kleinere peilingen benaderd kunnen worden. De klanten- en ondernemerstevredenheid zijn belangrijke indicatoren hoe de detailhandel in Tiel en haar individuele winkelgebieden gewaardeerd worden: qua aanbod, beleving en de randvoorwaarden.

Figuur 9: Monitoring en verhoging van de consumentenwaardering



Met name de mate van aanbevelen is dan van belang, en welke voorzieningen er gemist worden. Er kunnen concrete prestatieafspraken gemaakt worden: bijvoorbeeld binnen een bepaalde periode een minimale consumentenwaardering van een 7.

Over het functioneren van de detailhandel kan ook gebruik worden gemaakt van deze bronnen, en daarnaast van actuele koopstroomonderzoeken. Het onderzoek van de Rabobank zou nog verder uitgewerkt worden. Wellicht dat er nog regionale koopstroomonderzoek volgen waarop de regio Rivierenland kan aansluiten wat tot op heden nog niet gebeurd is (Stadsregio Arnhem / Nijmegen, Randstad e.d.). De werkgelegenheidscijfers in de detailhandel geven ook een indruk hoe de sector ervoor staat.

Ook big data die digitaal verzameld wordt kunnen de nodige inzichten opleveren, Die zijn nu nog niet openbaar en veelal in handen van marktpartijen maar die zijn impliciet wel gebruikt zoals bij de passanten- en bezoekerstellingen van Locatus (footfall, doorbloeding e.d.). De aantallen bezoekers worden geregistreerd via camera's, passantentellers (verblijfsduur en bezoekfrequentie, combinatiebezoek e.d.), pintransacties, parkeerdata en andere technische snuffjes. Organisaties als Inretail houden omzetindexen bij van hun leden maar die data zijn niet openbaar. Het is niet transparant welke data verzameld worden. Er zijn echter geen spelregels die de privacy goed

regelen. De landelijke en de Europese regelgeving zijn niet of onvoldoende uitgewerkt. Het kan zijn dat als er geen privacy- of veiligheidsrisico's zijn de verzamelde data van bedrijven beschikbaar gesteld moeten worden aan derden. Of dat er een platform komt waar deze informatie gedeeld wordt.

Vorderingen in de plannen en de samenwerking

De vorderingen met de plannen in de winkelgebieden kunnen ook gemonitord worden. Bij voorkeur worden de boodschappencentra vernieuwd en gemoderniseerd, vindt op Latenstein verdere concentratie en verdichting plaats, worden de poorten verder ontwikkeld als bronpunt (parkeren) van de binnenstad afgerond e.d. Het is goed als bepaalde resultaten of successen behaald worden om die te benoemen en te delen met zoveel mogelijk marktpartijen en de overheid. Quick wins zijn belangrijk voor het draagvlak en de samenwerking.

Ook de samenwerking en de organisatiegraad kunnen beoordeeld worden of die zijn toegenomen. Dat geldt voor het aantal lidmaatschappen of het aandeel freeriders, nieuwe ondernemersverenigingen, de organisatie van de vastgoedeigenaren e.d.