



> RETOURADRES Postbus 1992, 6201 BZ Maastricht

Aan de dames en heren,
leden van de gemeenteraad

BEZOEKADRES
Mosae Forum 10
6211 DW

POSTADRES
Postbus 1992
6201 BZ Maastricht

ONDERWERP
BRO-advies branchevervaging en Intratuin

DATUM
17 november 2016
Verz. 18-11-2016

BIJLAGEN
2

BEHANDELD DOOR
GMJ (Ard) Costongs

TELEFOONNUMMER
043 350 4788

ONZE REFERENTIE
2016-36905

E-MAILADRES
ard.costongs@maastricht.nl

FAXNUMMER
043 - 350 4141

UW REFERENTIE
--

Geachte raadsleden,

Tijdens de raadsronde over de Detailhandelsvisie 2016 hebben diverse fracties aangegeven dat zij op hoofdlijnen wel akkoord zijn met de uitgangspunten van het beleid, maar vinden dat het college eerst de resultaten van het gesprek met Intratuin moet terugkoppelen. Met als centrale vraag: binnen de (nieuwe) regels en in overeenstemming met de voorliggende Detailhandelsvisie bekijken welke branchevreemde artikelen onder welke omstandigheden nog toegevoegd kunnen worden aan de mogelijkheden van Intratuin. Dit heeft geresulteerd in een gesprek tussen de heren M. Smeets en R. Hanken (namens Intratuin), dhr. F. Wigman (directeur BRO) en namens de gemeente mevr. Leonard (Algemeen Directeur Ontwikkeling & Cultuur), dhr. Costongs (senior beleidsadviseur detailhandel) en mijzelf.

Dit overleg verliep in een positieve sfeer waarbij aan beide kanten argumenten uitgewisseld zijn. Het overleg was verhelderend ten aanzien van de wensen van Intratuin en op verzoek heeft Intratuin zijn wensen in een email verwoord.

Aan de hand van het gesprek bij Intratuin en de genoemde email heeft BRO een advies opgesteld over de vraag die gesteld is tijdens de raadsronde. Dit advies treft u aan in twee notities die bijgesloten zijn. Uit het advies blijkt dat het "wensenlijstje" van Intratuin ingepast zou kunnen worden in de gestelde beleidskaders, mits de verschijningsvorm naar aard en omvang in overeenstemming gebracht worden met de voorwaarden die in het advies nader omschreven zijn. Anderzijds is geconstateerd dat Intratuin deels een assortiment voert dat onder de huidige en de toekomstige regeling niet is toegestaan.

Ik neem aan dat daarmee de vraag die tijdens de raadsronde gesteld is, voldoende beantwoord is en dat daarmee de Detailhandelsvisie 2016 rijp is voor besluitvorming door de raad.

Verder heb ik tijdens de raadsronde aangegeven dat het aantal m2 detailhandel op Sphinx terug gebracht zal worden naar 20.000 m2. Overigens zal hierop niet de uitzonderingen brancheringslijst van het CMM van toepassing zijn, maar zullen hier, zoals in de Memorie van Antwoord aangegeven, vooral bijzondere vormen van detailhandel c.q. bijzondere concepten mogelijk zijn die complementair zijn aan de binnenstad.

Tijdens de raadsronde heb ik aangekondigd dat de overeenkomst met Loods 5 voor vestiging op het Sphinx-terrein op korte termijn ondertekend zou worden. Tijdens de laatste zaterdagssessie is u medegedeeld dat deze ondertekening inmiddels plaatsgevonden heeft. Dit betekent zekerheid



DATUM
17 november 2016

omtrent de invulling van het Sphinx-terrein van ca. 15.000 m². Met het CMM zijn wij van mening dat dit een aanwinst voor de binnenstad is.

Hoogachtend,

John Aarts,
Wethouder Economie, Mobiliteit en Financiën

Raadsinformatiebrieven

**Advies : Maastricht, Onderbouwing perifere
beleidsregels Detailhandelsvisie
Maastricht**

Datum : 9 november 2016
Opdrachtgever : Gemeente Maastricht
Ter attentie van : de heer A. Costongs
Projectnummer : 204X00591.090452_2

Opgesteld door : Felix Wigman
i.a.a. : Robin van Lieshout

1. Inleiding

Aanleiding

Op vrijdag 14 oktober jl. is een bezoek gebracht aan de Intratuinvestiging in Maastricht. De aanleiding was het signaal dat de branchering van deze zaak niet in overeenstemming is met de geldende branchebepaling en dat dit ook niet zou passen in de nog vast te stellen nieuwe detailhandelsvisie. De gemeente Maastricht heeft BRO verzocht inzicht te verschaffen in specifieke vraagstukken over beleidsuitwerking in relatie tot de branchering op perifere locaties. Een voorbeeld hiervan is de wens van Intratuin om het huidige assortiment verder te verbreden.

Het doel van het onderhavig advies is tweeledig. Enerzijds worden de keuzes die in de detailhandelsvisie gemaakt zijn, ten aanzien van het beperken van nevenassortiment op perifere locaties, nader beargumenteerd en toegelicht. Overigens moet in dit kader benadrukt worden, dat de mogelijkheden in de huidige detailhandelsvisie zijn verruimd ten opzichte van de vorige nota uit 2008. Anderzijds wordt aangegeven wat deze beleidsregels betekenen voor de concrete uitwerking hiervan in bestemmingsplannen.

Vraagstelling

Op basis van het bovenstaande staan in het onderhavige adviesrapport de navolgende vragen centraal:

- Waarom wordt in de detailhandelsvisie onderscheid gemaakt tussen reguliere winkelgebieden/winkels (binnenstad en buurt- en wijkcentra) en perifere winkelgebieden/winkels?
- Waarom wordt in de detailhandelsvisie gekozen om het nevenassortiment van perifeer winkelaanbod te beperken?
- Wat is de relatie tussen de detailhandelsvisie en een bestemmingsplan?
- Op welke wijze kan de detailhandelsvisie ten aanzien van de beleidsregel over het nevenassortiment van perifere winkels vertaald worden naar bestemmingsplannen?

2. Duurzaam evenwicht tussen reguliere centra en periferie

Ontstaan van PDV/GDV

Vanaf de jaren '50 is voor detailhandel meer aandacht voor planning, met als doel de distributie en dynamiek op een goede manier te faciliteren. Er werd een functionele hiërarchie voor winkelcentra ontwikkeld, wat zich uitte in verschillende centra met verschillende functies (binnenstad, stadsdeelcentrum, wijkcentrum en buurtcentrum). Een goede hiërarchie is essentieel om iedereen gelijke toegang te geven tot voorzieningen. Een evenwichtige hiërarchie van centra met verschillende verzorgingsgebieden draagt bij aan een duurzame detailhandelsstructuur en een goede consumentenverzorging.

Vanaf de jaren '70 nam de druk op de bestaande hiërarchie toe, omdat bepaalde retailers zich ook buiten de reguliere centra wilden vestigen. Als gevolg hiervan werd vanuit het Rijk het PDV/GDV-beleid opgesteld. Onder strikte voorwaarden werden winkels buiten de reguliere centra mogelijk gemaakt, omdat deze vanwege de volumineuze aard van de producten en de grootschalige omvang van de winkel niet inpasbaar waren in de reguliere centra. In de navolgende tabel is het verschil tussen de artikelgroepen/branches in reguliere centra en in de periferie (PDV/GDV) opgenomen. Daarnaast is het verschil in bezoekmotief opgenomen.

Tabel 1: Onderscheidt tussen reguliere centra en GDV/PDV

Onderwerp	Reguliere centra	GDV/PDV
Artikelgroepen/branches	• Levensmiddelen • Persoonlijke verzorging • Kleding, mode en schoenen • Huishoudelijke artikelen • Warenhuizen	• Doe-het-zelf • Tuincentra • Meubelen, keukens en badkamers • Auto's, boten, caravans (ABC-goederen) • Brandgevaarlijke stoffen
Bezoekmotief	• Boodschappen, recreatief winkelen	• Doelgerichte aankopen

Tegenwoordig is het bovenstaande onderscheidt op hoofdlijnen nog steeds relevant en gebruikelijk in detailhandelsbeleid. Een duidelijk profiel c.q. bezoekmotief voor winkelgebieden is essentieel om bijvoorbeeld de concurrentie met het internet aan te gaan. Het 'grijze gebied' tussen regulier winkelaanbod en perifeer c.q. grootschalig winkelaanbod neemt echter wel toe, met name met betrekking tot branches zoals sport, electro en huishoudelijke artikelen. Desalniettemin blijft het boodschappen- en recreatieve aanbod essentieel voor het goed kunnen functioneren van reguliere winkelgebieden. Hierdoor wordt het toestaan van dergelijke artikelen in de periferie op alle beleidsmatige niveaus (Rijk, provincies, gemeenten) in principe niet gestimuleerd.

Spanningsveld tussen reguliere centra en GDV/PDV

De behoefte voor perifeer aanbod neemt vanuit ondernemers steeds meer toe. Het eerder genoemde 'grijze gebied' wordt groter: supermarkten die zich perifeer vestigen, grootschalige perifere warenhuizen, etc. Dit heeft te maken met de toenemende druk op de exploitatie van winkels in de reguliere winkelcentra (hoge huisvestingslasten, beperkte winkelruimte), terwijl er buiten de reguliere winkelcentra branchevervaging plaatsvindt (lage exploitatiekosten, veel winkelruimte). Dit wordt versterkt door de behoeften van de consument met betrekking tot een goede bereikbaarheid, voldoende en gratis parkeren, veel keuzemogelijkheden, etc. Als geen beperkingen worden gesteld aan perifeer winkelaanbod, zal er sprake zijn van een leegloop van het aanbod in de reguliere winkelcentra. De exploitatiekosten en de locatieaspecten van een perifere winkel, zijn immers voor een ondernemer en de consument gunstiger dan in reguliere centra.

De behoeften van ondernemers en de consument is meer korte termijn, terwijl de zorg voor een duurzame en evenwichtige detailhandelsstructuur meer voor de lange termijn is.

Klezen voor een evenwichtige detailhandelsstructuur

Met de invoering van de Nota Ruimte ligt de beslissingsbevoegdheid voor bewinkeling in de periferie steeds meer bij de gemeenten en provincies. Dit betekent dat de primaire verantwoordelijkheid voor keuzes met betrekking tot perifere en grootschalige winkels bij gemeenten en provincies ligt. De gemeentelijke detailhandelsvisie is op gemeentelijk niveau het primaire kader, waarin afgewogen keuzes worden gemaakt die een duurzame samenhang tussen de reguliere centra en de perifere en grootschalige winkels/concentraties borgen. Het belang van duidelijke keuzes, wordt versterkt door het overaanbod aan winkelruimte en de toenemende leegstand. Dit hangt samen met de transitieopgave die ook vanuit bijvoorbeeld het POL en de Retailagenda wordt benoemd.

In de detailhandelsvisie voor de gemeente Maastricht is een duurzaam evenwicht tussen reguliere centra en de periferie het uitgangspunt. Dit betekent dat de verschillende winkelgebiedstypen complementair aan elkaar moeten zijn, wat zich op hoofdlijnen uit in de branchering, zoals is opgenomen in tabel 1. Primair wordt ingezet op belangrijkste reguliere centra: de Maastrichtse binnenstad, stadsdeelcentrum Brusselse Poort en de buurt- en wijkcentra met toekomstperspectief die dienen als ontmoetingsplek. Daarnaast wordt beargumenteerd gekozen voor de locatie Bêlvêdere als belangrijkste perifere concentratie. Detailhandelsontwikkelingen buiten de aangewezen locaties worden vanuit de detailhandelsvisie in principe niet aangemoedigd, maar niet volledig uitgesloten. Nieuwe initiatieven moeten zoveel mogelijk plaatsvinden binnen de aangewezen concentraties, om verdere versnippering en achteruitgang van de detailhandelsstructuur en consumentenverzorging te voorkomen.

Beperken van overmatige brancheverbreiding in de periferie

Om het evenwicht en de complementariteit tussen de reguliere winkelcentra en de periferie te borgen, worden in de gemeentelijke detailhandelsvisie bepaalde eisen gesteld aan het aanbod. Een van deze eisen heeft betrekking op het beperken van de brancheverbreiding in de periferie. In principe wordt brancheverbreiding gefaciliteerd, omdat dit vanuit trends en ontwikkelingen (beleving, blurring, verwachting van de consument, etc.) een bijdrage levert aan vernieuwing van het detailhandelsaanbod. Anderzijds moet voorkomen worden dat branchevervaging in de periferie overmatig wordt toegepast, omdat dit kan leiden tot onaanvaardbare effecten op het winkelaanbod in de reguliere centra. Een evenwichtige en duurzame detailhandelsstructuur is immers het belangrijkste beleidsmatige doel van de detailhandelsvisie. Op basis hiervan is gekozen om in het detailhandelsbeleid op te nemen dat per initiatief weloverwogen moet worden omgegaan met branchevreemde artikelen en nevenassortimenten. Idealerweise wordt er in het bestemmingsplan een maximering opgenomen voor branchevreemde artikelen c.q. een nevenassortiment. Het detailhandelsbeleid gaat uit van maximaal 10% van het totaal gevoerde assortiment tot een maximum van 500 m² vwo. Alle huidige rechten en bestemmingsplannen, ook als deze afwijken van het genoemde maximum, blijven geldig en geborgd. De regeling heeft uitsluitend betrekking op nieuwe ontwikkelingen en initiatieven.

Om willekeur en een versnippering van functies te voorkomen, wordt in de detailhandelsvisie aangegeven dat het gemaximeerd nevenassortiment moet aansluiten op de hoofdactiviteit en passen in het kader van trends en ontwikkelingen. Als branchevreemde artikelen onvoldoende samenhangen met de hoofdactiviteit, neemt de kans van onaanvaardbare effecten op de reguliere centra toe. Om deze reden worden levensmiddelen, drogisterij- en modische artikelen expliciet niet toegestaan.

Dergelijke artikelen sluiten in principe onvoldoende aan bij de hoofdactiviteit van perifere detailhandel en moeten primair gefaciliteerd worden in de reguliere winkelcentra. Dergelijke artikelen zijn immers de belangrijkste dragers voor de reguliere centra.

In het bovenstaande kader is het belangrijk te benadrukken dat de huidige detailhandelsvisie meer ruimte biedt voor brancheverbreiding voor met name de grotere winkels (zoals Intratuin) dan de detailhandelsnota uit 2008. In de nota van 2008 wordt uitsluitend een nevenassortiment van 100 tot 150 m² wvo toegestaan, waarbij modische artikelen, media, persoonlijke verzorging en levensmiddelen expliciet worden uitgesloten.

3. Van beleid naar bestemmingsplan

Verschil tussen beleidsnota en bestemmingsplan

Een beleidsnota schetst idealiter op hoofdlijnen duidelijke kaders die het algemeen belang dienen. De detailhandelsvisie van de gemeente Maastricht geeft een duidelijk kader, waarbinnen de detailhandel in de gemeente Maastricht zich de komende jaren kan ontwikkelen. Er worden kansen geboden aan de markt om dynamiek en vernieuwing op gewenste locaties mogelijk te maken. Anderzijds wordt voorzichtig en weloverwogen omgegaan met uitbreiding van winkelruimte op ongewenste locaties. De detailhandelsvisie van de gemeente Maastricht maakt dynamiek op korte termijn mogelijk en borgt een robuuste detailhandelsstructuur voor de langere termijn.

De beleidsnota wordt concreet gemaakt in bestemmingsplannen. Het bestemmingsplan vormt de lokale uitwerking van het beleidskader en is juridisch bindend. In de praktijk betekent dit, dat als het gaat om nieuwe detailhandelsinitiatieven die een bestemmingsplanwijziging vereisen, er getoetst zal moeten worden aan onder andere het detailhandelsbeleid. Daarnaast speelt in het geval van nieuwe stedelijke ontwikkelingen ook de 'ladder voor duurzame verstedelijking' een belangrijke rol. Concreet houdt dit in dat de behoefte moet worden aangetoond. Daarnaast moet worden aangetoond dat er geen sprake is van onaanvaardbare effecten op de detailhandelsstructuur, de consumentenverzorging en de leegstand.

Vertaling regeling brancheverbreiding naar bestemmingsplannen

Zoals gezegd wordt in de detailhandelsvisie Maastricht gelimiteerd ruimte geboden tot brancheverbreiding in de periferie. Levensmiddelen, drogisterij- en modische artikelen worden expliciet niet toegestaan. Navolgend wordt voor een bouwmarkt, een tuincentrum en een woninginrichtingszaak het kader geschetst, waarbinnen brancheverbreiding kan plaatsvinden.

Bouwmarkt

Een bouwmarkt wordt volgens Locatus gedefinieerd als: *"Verkooppunt met een breed assortiment DHZ-artikelen, waaronder tenminste 6 van de volgende groepen: ijzerwaren, handgereedschap; installatiemateriaal (elektra/water); elektrisch handgereedschap, hout en houtwaren; groot en/of klein sanitair; verf, verfproducten en toebehoren, behang; tuinartikelen niet-levend. Het oppervlak van de winkel bedraagt minimaal 800 m²."* In de navolgende tabel is onderscheid gemaakt tussen het reguliere en nevenassortiment van een bouwmarkt.

Tabel 2: Regulier- en nevenassortiment bouwmarkt

Regulier assortiment	Nevenassortiment
• Bouwstoffen, hout, ramen, deuren • Machines, gereedschap, werkplaats • Vloeren, tegels • IJzerwaren • Verf, behang • Woondecoratie, lijstenmakerij (verfraaiing) • Verwarmen, koelen, ventileren • Keukens, badkamers, sanitair • Verlichting, elektra • Auto- en fietsaccessoires • Tuinartikelen (niet-levend)	• Huishoudelijke artikelen • Watersportartikelen • Sportartikelen • Speelgoed • Bruin- en witgoed • ...

Primair verkoopt een bouwmarkt doe-het-zelfartikelen. Daarnaast is de verkoop van woondecoratie en verfraaiing steeds vaker standaard onderdeel van een bouwmarkt. Sommige bouwmarkten profileren zich juist sterk op dit aspect (bijvoorbeeld Karwei). Bouwmarkten verkopen daarnaast ook steeds vaker tuinartikelen (met name niet-levend). Somme bouwmarkten verkopen ook artikelen die doorgaans aanwezig zijn in de reguliere centra, zoals huishoudelijke artikelen, sportartikelen, speelgoed en bruin- en witgoed. De brancheverbreiding van bouwmarkten binnen perifere branches, dus verbreding naar woninginrichting en tuin, heeft voor de detailhandelsstructuur minder gevolgen dan verbreding naar artikelgroepen die in reguliere centra aanwezig zijn. Wel is het belangrijk dat een bouwmarkt een duidelijk profiel behoudt, namelijk een winkel voor doe-het-zelfartikelen. De branches die in tabel 2 zijn benoemd als nevenassortiment vallen in elk geval binnen de regeling omtrent brancheverbreiding, zoals opgenomen in de detailhandelsvisie Maastricht.

Tuincentrum

Een tuincentrum wordt volgens Locatus gedefinieerd als: *“Verkoop van algemeen assortiment aan tuinartikelen, bloemen, planten, boomkwekerijgewassen, zaden en tuinbenodigdheden, eventueel in combinatie met zelfkweek, waarbij het omzet aandeel van zelf gekweekte producten minder dan 50% van de omzet moet uitmaken”*. In de navolgende tabel is onderscheid gemaakt tussen het reguliere assortiment (basis en aanvullend) en nevenassortiment van een tuincentrum.

Tabel 3: Regulier- en nevenassortiment tuincentrum

Regulier assortiment (basis)	Regulier assortiment (aanvullend)	Nevenassortiment
Levend materiaal	Niet-levend materiaal	• Kookartikelen
• Zaden, bollen, knollen	• Woninginrichting	• Artikelen t.b.v. nuttigen van maaltijden
• Bomen, heesters en coniferen	• Wellness	• ...
• Vaste planten en kamerplanten	• Tuingerelateerd speelgoed	
• Eenjarige en tropische buitenplanten	• Tuinartikelen en -meubelen	
• snijbloemen		
• Kleine huisdieren (dibevo)		
Niet-levend materiaal		
• Meststoffen, bodemartikelen		
• Potterie		
• Tuingerelateerde cadeauartikelen		
• Seizoensartikelen		
• Vijvermateriaal		
• Bestrating, tuingereedschap, verlichting		
• Tuinhuisjes, blokhutten, kassen, serres		
• Dierenbenodigdheden en -voerders		
• Tuinkleding en -schoenen		
• Tuinonderhoudsmiddelen		

In de bovenstaande tabel wordt onderscheid gemaakt tussen regulier assortiment basis en aanvullend. Dit heeft te maken met het feit dat sommige tuincentra, met name de grootschalige tuincentra, meer aanvullend assortiment hebben dat nog wel beschouwd kan worden als regulier. Gemiddeld bedraagt het basisassortiment (kolom 1) ca. 80% van het winkelvloeroppervlak en het aanvullende assortiment (kolom 2) ca. 20%. De als nevenassortiment benoemde artikelgroepen in tabel 3, vallen binnen de regeling omtrent brancheverbreiding, zoals opgenomen in de Detailhandelsvisie Maastricht.

Als uitzondering op de hoofdregel dat levensmiddelen worden uitgesloten, geldt dat incidentele streek/seizoenproducten kunnen worden toegestaan in tuincentra. Hiermee worden producten bedoeld die lokaal verbouwd worden (bijvoorbeeld asperges, pompoenen, etc.) en alleen beschikbaar zijn tijdens een bepaald seizoen (tijdelijkheid). De relatie met het 'moestuinseizoen' kan hier gelegd worden. Daarnaast worden seizoensdemonstratie gerelateerde producten toegestaan. Dit zijn levensmiddelen die gebruikt worden tijdens de demonstratie van bepaalde artikelen. Voorbeelden hiervan zijn het verkopen van sauzen bij de barbecue en pizza-producten bij de buitenoven. Binnen nader te stellen kaders zijn deze assortimenten ondersteunend aan het hoofdassortiment en niet bedreigend voor de winkelstructuur.

Woninginrichting

Een woninginrichtingszaak kan als volgt worden gedefinieerd: *"Verkooppunt met een assortiment gericht op meubels, slaapkamer, badkamer, keukens, tapijten, vloeren, verlichting, woondecoratie en zonwering"*. In de navolgende tabel is onderscheid gemaakt tussen het reguliere assortiment en nevenassortiment van een woninginrichtingszaak.

Tabel 4: Regulier- en nevenassortiment woninginrichtingszaak

Regulier assortiment	Nevenassortiment
• Meubels • Badkamer, sanitair • Slaapkamer, beddengoed • Babywoonartikelen • Keukens, keukenapparatuur • Woondecoratie • Verlichting • Vloerbedekking, tapijt, woningtextiel • Laminaat, parket, (vloer)tegels • Zonwering	• Huishoudelijke artikelen • Speelgoed, babyartikelen • ...

De brancheverbreiding in woonzaken vindt met name plaats binnen de woonbranche. Dit betekent dat bijvoorbeeld een meubelzaak ook meer verlichting gaat verkopen, of een badkamerzaak ook keukens in het assortiment opneemt. De brancheverbreiding naar niet-woon gerelateerde artikelgroepen komt slechts beperkt voor bij bepaalde aanbieders. Het belangrijkste voorbeeld hiervan is IKEA, die bijvoorbeeld speelgoed verkoopt bij de kinderafdeling en zelf een kleine levensmiddelen afdeling heeft met specifieke Zweedse artikelen. De branches die in tabel 4 zijn benoemd als nevenassortiment vallen in elk geval binnen de regeling omtrent brancheverbreiding, zoals opgenomen in de detailhandelsvisie Maastricht.

4. Conclusie

Vanuit maatschappelijke ontwikkelingen, zoals overbewinkeling, leegstand, toename van perifeer aanbod, druk op reguliere centra, etc., is het belangrijk om op perifere locaties op branchering te sturen. Als er geen sturing plaatsvindt, zal er per perifere vestiging onaanvaardbaar veel regulier aanbod ontstaan, wat negatieve effecten zal hebben op de reguliere centra. Levensmiddelen, drogisterij- en modische artikelen worden expliciet uitgesloten, omdat deze de belangrijkste dragers zijn voor de reguliere centra. Als deze beperking niet zou worden opgenomen, betekent dit op basis van het reeds aanwezige perifere winkelaanbod een theoretische mogelijkheid voor bijvoorbeeld ca. 6.000 m² wvo levensmiddelen. Een dergelijk aanzienlijke toevoeging doet afbreuk aan de beoogde evenwichtige samenhang tussen reguliere centra en de periferie.

Door in de detailhandelsvisie enige ruimte te bieden voor brancheverbreiding in samenhang met het reguliere assortiment wordt ingespeeld op trends en ontwikkelingen (beleving, blurring, verwachting van de consument, etc.). Het nevenassortiment is echter niet bedoeld voor de directe consumentenverzorging of als bedrijfseconomische basis voor de winkelexploitatie. Het biedt hooguit iets extra's. Voor grote perifere vestigingen leidt maximaal 500 m² wvo als snel tot een grote mate van vrije invulling om de beleving in de winkel te bieden. Primaire doel van deze regeling is dus niet de bedrijfseconomische exploitatie. Dit valt immers binnen het ondernemersrisico.

Binnen het kader van de branchebeperking in de periferie is in de onderhavige notitie aanvullend gesteld dat streek/seizoenproducten (food) mogelijk is. Er moet een relatie zijn met lokaal verbouwde groente/fruit in Zuid-Limburg die tijdelijk van aard zijn. Daarnaast wordt in beperkte mate food gerelateerd aan buitenleven (barbecue, pizza ovens, etc.) toegestaan. Dit moet dan echter wel direct samenhangen met de artikelen die gedemonstreerd worden. Ook voor modische/textielproducten kan er een

relatie gelegd worden met het regulier assortiment. Denk aan laarzen, werkkleding, etc. Uitsluiting van artikelen of producten is nooit volledig vast te leggen, maar er is met het oog op handhaving wel behoefte aan een kader.

Om duidelijke kaders te stellen aan wat wel en wat niet toegestaan wordt stellen we de volgende richtlijnen voor als nadere uitwerking van hetgeen in de Detailhandelsvisie Maastricht is opgenomen. In de detailhandelsvisie wordt op perifere locaties ruimte geboden voor 10% nevenassortiment met een maximum van 500m². Hier zijn geen assortimentsbeperkingen aan verbonden behoudens de uitsluiting van levensmiddelen, drogisterij- en modische artikelen. Op dit laatste kan in specifieke situaties een uitzondering gemaakt worden onder de volgende strikte voorwaarden:

- De verkoop van deze artikelen moet in direct verband staan met de verkoop van artikelen uit het regulier assortiment en samenhangen met promoties of demonstraties.
- De verkoop is gebonden aan een afgebakende periode/seizoen.
- Als zodanig herkenbare zelfstandige mode-, food- of drogisterij afdelingen of units worden niet toegestaan.
- Maximaal 10% van de genoemde 10%, dus maximaal 50 m² wvo totaal, is beschikbaar voor de genoemde assortimenten.

Hiermee wordt voorkomen dat (deel)assortimenten die van groot belang zijn voor de continuïteit van de reguliere winkelstructuur (binnenstad, stadsdeel-, wijk- en buurtcentra), zich op perifere locaties ontwikkelen tot zelfstandige aanbodlocaties voor food, drogisterij-artikelen of mode.

Brancheverbreeding c.q. onderlinge uitwisseling tussen perifere branches, heeft nauwelijks effect op reguliere centra. Wel dient te worden uitgegaan van de hoofdactiviteit van een winkel. Dit moet het uitgangspunt zijn voor het nevenassortiment.

**Advies : Maastricht, Toetsing aanbod
Intratuin i.r.t. perifere beleidsregels
Detailhandelsvisie Maastricht**

Datum : 9 november 2016
Opdrachtgever : Gemeente Maastricht
Ter attentie van : de heer A. Costongs
Projectnummer : 204X00591.090452_3

Opgesteld door : Felix Wigman
i.a.a. : Robin van Lieshout

1. Inleiding

Vraagstelling

De intratuinvestiging in Maastricht voert naast het reguliere tuincentrumassortiment ook producten in de branches food en mode. De vraagstelling is of de wijze waarop dat in de winkel plaats vindt overeenstemt met de beleidslijnen uit de Detailhandelsvisie Maastricht en de nadere uitwerking daarvan voor de perifere beleidsregels.

Beleidskaders

De notitie 'Maastricht, Onderbouwing perifere beleidsregels Detailhandelsvisie Maastricht' van 8 november 2016 geeft een nadere uitwerking op het gebied van nevenassortimenten voor vestiging van perifere detailhandel. In de notitie worden voorwaarden geformuleerd voor de verkoop van artikelen in de branches levensmiddelen, drogisterij- en modische artikelen. In die notitie is het volgende verwoord:

"Om duidelijke kaders te stellen aan wat wel en wat niet toegestaan wordt stellen we de volgende richtlijnen voor als nadere uitwerking van hetgeen in de Detailhandelsvisie Maastricht is opgenomen. In de detailhandelsvisie wordt op perifere locaties ruimte geboden voor 10% nevenassortiment met een maximum van 500m². Hier zijn geen assortimentsbeperkingen aan verbonden behoudens de uitsluiting van levensmiddelen, drogisterij- en modische artikelen. Op dit laatste kan in specifieke situaties een uitzondering gemaakt worden onder de volgende strikte voorwaarden:

- De verkoop van deze artikelen moet in direct verband staan met de verkoop van artikelen uit het regulier assortiment en samenhangen met promoties of demonstraties.
- De verkoop is gebonden aan een afgebakende periode/seizoen.
- Als zodanig herkenbare zelfstandige mode-, food- of drogisterij afdelingen of units worden niet toegestaan.
- Maximaal 10% van de genoemde 10%, dus maximaal 50 m² wvo totaal, is beschikbaar voor de genoemde assortimenten.

Hiermee wordt voorkomen dat (deel)assortimenten die van groot belang zijn voor de continuïteit van de reguliere winkelstructuur (binnenstad, stadsdeel-, wijk- en buurtcentra), zich op perifere locaties ontwikkelen tot zelfstandige aanbodlocaties voor food, drogisterij-artikelen of mode."

2. Toetsing situatie Intratuin Maastricht

Aangetroffen situatie

De Intratuin Maastricht betreft een solitaire perifere vestiging van een tuincentrum. Op basis van de omvang van de vestiging is in de Detailhandelsvisie Maastricht ruimte geboden voor maximaal 500m² nevenassortiment. Een aanzienlijk deel van deze 500m² (30% tot 50%) wordt ingevuld met, in de basis uitgesloten, assortimenten in de food en mode. De lijst van artikelen die Intratuin in de vestiging in Maastricht wenst te voeren is in de bijlage opgenomen.

Inpassing binnen de nadere beleidsregels

Gezien de omvang van de vestiging en de regionale trekkracht kan de uitzonderingsregel voor levensmiddelen, drogisterij- en modische artikelen van kracht verklaard worden. De vraag is of de aangetroffen situatie in de Intratuin Maastricht en de wens van het bedrijf, zoals in de bijgevoegde mail opgenomen, past binnen deze nadere regels. Onderstaand gaan we hier op in.

Samenhang met regulier assortiment

De aangeboden foodartikelen en de modische artikelen zijn zeer divers en staan niet in relatie tot promoties of demonstraties van het reguliere assortiment. In de bijlage wordt het aanbod door Intratuin gedefinieerd als 'ondersteunende food'. In de winkel zelf blijkt dit niet.

Seizoengebonden

De aangeboden foodproducten staan niet in relatie tot seizoenen, maar worden gepresenteerd als doorlopende reguliere producten. Voor het modische assortiment is de seizoens invloed ingegeven door de kledingbehoefte in bepaalde perioden van het jaar.

Van verkoop van streekproducten was in de situatie tijdens het bezoek geen sprake, maar zou binnen het beleidskader wel tot de mogelijkheid kunnen behoren, maar ook hier geldt de voorwaarde van afbakening in seizoenen om reguliere vestiging van seizoenproducten te voorkomen.

Zelfstandige afdeling of unit in de winkel

Voor de branches levensmiddelen, drogisterij- en modische artikelen staat het belang van de reguliere winkelstructuur voorop. Zelfstandige afdelingen of units binnen een perifere vestiging zijn niet gewenst. In de Intratuin zijn de food en modische producten wel als zelfstandige productclusters gepresenteerd.

Omvang van het aanbod

Het aanbod aan levensmiddelen en mode beslaat een omvangrijk deel van de geboden 500m² aan neven assortiment. Naar schatting is dat 150 m² tot 250 m².

Conclusie

Het gepresenteerde aanbod aan levensmiddelen en modische artikelen in de Intratuinvestiging in Maastricht past in de huidige vorm niet binnen de kaders van de nadere regels.

Het 'lijstje' zoals in de bijlage opgenomen kan wel ingepast worden in de gestelde beleidskaders, mits de verschijningsvorm naar aard en omvang in overeenstemming gebracht wordt met de genoemde voorwaarden uit de notitie 'Maastricht, Onderbouwing perifere beleidsregels Detailhandelsvisie Maastricht' van 9 november 2016.

Van: Mark Smeets <M.Smeets@maastricht.intratuin.nl>

Datum: 14 oktober 2016 12:15

Onderwerp:

Aan: "Costongs, Ard" <Ard.Costongs@maastricht.nl>, "A. Costongs" <ardgem@gmail.com>

Cc: Rob Hanken <rob@hanken.eu>, Mark Smeets <M.Smeets@maastricht.intratuin.nl>

Geachte heer Costongs, Beste Ard,

Naar aanleiding van het bezoek dat BRO en de gemeente hedenmorgen, 14 oktober, hadden het volgende.

Intratuin onderstreept de nota en kan zich derhalve vinden in haar opzet. Feit blijft evenwel dat Intratuin haar zorg heeft geuit met betrekking tot bepaalde onderdelen dáár waar het gaat om de expliciete uitsluiting. Hierbij wordt bedoeld op de uitsluiting mode, food (en drogisterij (speelt geen rol bij Intratuin)). Denkbaar is immers dat een trui, verkocht binnen de ruitersafdeling, door wie dan ook gekwalificeerd kan worden als een modische artikel hetgeen kan leiden tot een handhavingsskwestie en juist dat willen we voorkomen.

Door de gemeente is dan ook gevraagd om een 'lijstje' met artikelen waarvoor dit zou kunnen gelden. Voor nu zou dit bijvoorbeeld kunnen gelden voor artikelen als:

- Snoep e.d. bij de kassaomgeving.
- Truien, sokken, broeken ed binnen de afdeling ruitershop en/of tuinkleding.
- Ondersteunende food, zoals mosterd, bbq sauzen, oliën, (tuin-)kruiden, marmelade binnen de afdelingen BBQ en koken.
- Ondersteunde producten die gerelateerd zijn aan kookdemo's (reeds vergunning via bestemming) waarbij gedacht kan worden aan meel voor cupcakes, topping producten, oliën, pasta etc.
- Voorts is gevraagd naar de mogelijkheid tot verkoop van streekproducten.

Tijdens het gesprek werd duidelijk dat e.e.a. niet geregeld kan worden middels de nota maar dat eerder een oplossing gezocht zou moeten worden in de bestemming van Intratuin. Hierbij kan gedacht worden aan een tekstuele aanpassing als 'ondersteunend of gerelateerd aan het tuincentrum en/of afdeling'. Indien de gemeente voor een dergelijke aanpassing zou opteren kan Intratuin hier mee leven.

Met vriendelijke groet,

Mark Smeets

Intratuin Maastricht

Molensingel 87, 6229 PC, Maastricht

☎ : +31 (0)43-3613966

✉ : m.smeets@maastricht.intratuin.nl

🌐 : www.intratuin.nl

 **intratuin**

 Like us on
Facebook