

Praktijkinfo

Lokaal samenwerken voor sterke winkelgebieden

Maart 2011



Ondernemers(-verenigingen) en gemeenten moeten samenwerken om winkelgebieden aantrekkelijk te houden. Wie doet wat, is waarvoor verantwoordelijk en hoe pak je dat aan? Aan de hand van voorbeelden komen de mogelijkheden en moeilijkheden bij lokale samenwerking aan bod in deze Praktijkinfo.

[Locatiebeleid](#)

Pagina >> 2

[Centrummanagement](#)

Pagina >> 5

[Overheidsbeleid ruimtelijke ordening](#)

Pagina >> 8

Inleiding

Een winkelgebied lokt consumenten als er voldoende aanbod en diversiteit is van winkels. Een goed onderhouden pand en aantrekkelijke pui horen daarbij. Ondernemers dragen hier zorg voor. Voor andere doorslaggevende factoren zijn ze afhankelijk van de lokale overheid. Deze is verantwoordelijk voor de bereikbaarheid en voor de kwaliteit van winkelstraten.

Om winkelgebieden aantrekkelijk te houden ligt het dus voor de hand dat de twee belangrijkste daarbij betrokken partijen samenwerken. Hoe dat het best praktisch kan, staat in deze Praktijkinfo beschreven. De tekst is geardeerd met praktijkervaringen en tips. Achterin deze brochure is een overzicht opgenomen met nuttige adressen.

De bedoeling van deze publicatie is ondernemers te attenderen op mogelijkheden en moeilijkheden die te maken hebben met de versterking van de positie van winkelgebieden. Maar van niet minder belang is dat ondernemers bekend zijn met mogelijkheden om bij de aanpak van deze zaken contact op te nemen met de regiokantoren van MKB-Nederland, die vaak in samenwerking met de adviseurs van het Hoofdbedrijfschap Detailhandel (HBD), ondernemers met raad en daad kunnen helpen (achterin deze brochure is een overzicht opgenomen met contactgegevens).

Ondernemersverenigingen vormen de basis

Praktijkervaring

De ondernemersvereniging in een provincieplaats met een regionale functie was enorm actief. Naast het ondernemen van commerciële acties staken de leden veel tijd in het overleg met de gemeente. Dankzij de goede onderlinge verstandhouding kreeg de gemeente gemakkelijk een breed draagvlak voor de noodzakelijke herinrichting van het centrum. De voorzitter van de ondernemersvereniging, die ongeveer twintig jaar deze functie had vervuld, beschouwde deze herinrichting als de laatste grote klus waaraan hij bijdroeg. Kort nadat het vernieuwde centrum was opengesteld legde hij zijn bestuurlijke activiteiten neer. Het ontbreken van zijn bezielende leiding had een negatieve weerslag op het functioneren van de ondernemersvereniging. Het kostte jaren voordat deze vereniging weer zijn oude glans terug had.

Leden van een ondernemersvereniging werkten in het verleden vooral samen om bekendheid te geven aan hun winkelgebied. Ze organiseerden verkoopbevorderende acties, winkelweken, braderieën enz. Allengs brak de gedachte door dat om klanten te trekken meer zaken van belang zijn, zoals een goede bereikbaarheid en aantrekkelijke winkelstraten met een aangenaam verblijfmilieu. Samenwerking met de gemeente is hiervoor noodzakelijk. Maar ook bij andere zaken heeft het samenwerken met de plaatselijke overheid meerdere voordelen.

Een ondernemersverband kan bijvoorbeeld invloed krijgen op de plannen voor revitalisering van bestaande winkelgebieden of de bouw van een nieuw winkelcentrum. Minstens zo belangrijk is het verkrijgen van invloed op het beleid, door met de lokale overheid een detailhandelsnota op te stellen.

Hierin wordt het gemeentelijk detailhandelsbeleid verwoord. Het kan daarbij om cruciale zaken gaan. Is er ruimte voor uitbreiding van het winkelareaal? En zo ja, waar; in het centrum of perifeer? Krijgen ook plaatselijke ondernemers een kans om zich daar te vestigen? Kortom, allerlei zaken waarbij de ondernemersvereniging betrokken behoort te zijn.

Van niet minder belang is de betrokkenheid van ondernemers bij situaties waarin sprake is van krimp. Stagnerende bevolkingsontwikkeling, afvlakkende detailhandelsbestedingen, opkomst van verkopen via internet en zich manifesterende overbewinkeling maken inkrimping van het lokale winkelareaal soms onafwendbaar. Om vitale winkelgebieden te behouden is herstructurering met daaraan gekoppeld revitalisering geboden. Dit geldt ook voor

plaatsen met een centrummanagement. Het is een misvatting te menen dat een ondernemersvereniging dan overbodig is. Integendeel, een ondernemersvereniging dient blijvend betrokken te zijn bij centrummanagement, bijvoorbeeld door

bestuursleden te benoemen. Een krachtige ondernemersvereniging is een noodzakelijke pijler eronder. Het gevaar is anders aanwezig dat centrummanagement los komt te staan van het bedrijfsleven en geen blijvend draagvlak heeft.

Tips

- **het functioneren van een vereniging mag niet te zeer verbonden zijn met de inzet van één persoon;**
- **beperk het aantal zittingstermijnen van bestuurders tot twee of hooguit drie;**
- **zorg tijdig voor opvolging;**
- **streef naar goede contacten met de lokale overheid;**
- **kom in het overleg met goed gemotiveerde voorstellen;**
- **wees bereid om als vereniging ook zelf (financiële) verantwoordelijkheid te nemen voor nieuwe plannen;**
- **dring aan op het vervaardigen van een detailhandelsnota;**
- **neem bestuurlijke verantwoordelijkheid in centrummanagement.**

Locatiebeleid voor de detailhandel

Praktijkervaring

Een op een industrieterrein gevestigde groothandel in een Nederlandse gemeente organiseerde vier keer per jaar een magazijnverkoop van textielwaren aan particulieren. Het ter plaatse geldende bestemmingsplan liet echter geen detailhandel toe, zo oordeelde de gemeente. De voorzieningenrechter oordeelde in een procedure dat bij de bestemming groothandel er incidenteel, in beperkte mate, voortvloeiend uit en ondergeschikt aan de groothandelsactiviteiten, verkoop aan particulieren mogelijk is. De Raad van State echter besliste in hoger beroep dat er sprake was van een zekere regelmaat van verkoop aan particulieren en dat deze verkoop voor het algemene publiek toegankelijk was. Van een incidenteel karakter kon niet worden gerept en het bedrijf kon evenmin de magazijnverkoop als ondergeschikt aan de groothandelsactiviteit aanmerken. Gelet hierop was er sprake van overtreding van het bestemmingsplan en het handhavend optreden van de gemeente terecht.

Tot enkele jaren geleden gold in Nederland het zogenoemde PDV/GDV-beleid. Dit gaf regels voor perifere en grootschalige detailhandelsvestigingen. Detailhandel hoort thuis in de daartoe aangewezen centra in steden en dorpen. Slechts voor enkele vormen van detailhandel was vestiging op perifere locaties mogelijk, voornamelijk voor handel in volumineuze artikelen en daarnaast in een beperkt aantal steden voor grootschalige detailhandel. Met het van kracht worden van de Nota Ruimte enkele jaren geleden en de nieuwe Wet ruimtelijke ordening in 2008 hebben gemeenten meer vrijheid om een eigen beleid te voeren. Wel geldt daarbij nog steeds de voorwaarde dat dit beleid goed gemotiveerd dient te zijn. Een zeer bruikbare onderbouwing is een detailhandelsnota, gebaseerd op ruimtelijk-economisch of distributieplanologisch onderzoek.

Tot ongeveer een kwart eeuw geleden begroetten ondernemers plannen voor uitbreiding van het plaatselijk winkelgebied met wantrouwen. Te veel dachten ze in termen van concurrentie. De dynamiek in de detailhandel heeft ondernemers inmiddels doen inzien dat samenwerking geboden is om het eigen winkelgebied te laten concurreren met andere in de omgeving. Om deze concurrentie aan te kunnen is beleid nodig, waarbij ook wordt nagedacht over vernieuwingen om het winkelgebied te versterken en het toevoegen van bedrijven die een aanvulling betekenen. Maar ook moet onder ogen worden gezien wat het betekent als er sprake is van een te ruim bemeten winkelareaal. Wanneer blijkt dat winkelvloeroppervlak uit de markt moet worden genomen, dient te worden bezien waar winkelruimte dient te verdwijnen en welke alternatieven daarvoor zijn. In de laatste jaren is bij

ontwikkelaars en beleggers het besef ontstaan dat de vraag naar winkelruimte waarschijnlijk zal afnemen. Kortom, een zorgvuldig beheer en planning van winkellocaties is noodzakelijk.

Tips

- **denk na als ondernemers over de toekomst van het eigen winkelgebied (locatie, omvang, uitvoering);**
- **betrek hierbij de gemeente en leg dat - goed onderbouwd - vast in een detailhandelsnota;**
- **gebruik desgewenst de huidige wetgeving rondom ruimtelijke ordening om sturend op te treden inzake branchering en locatie;**
- **dring er op aan dat eventuele detailhandel op industrieterreinen duidelijk is geregeld;**
- **verzoek de gemeente handhavend op te treden in het geval van illegale detailhandel op industrieterreinen.**

Uitvoering van het beleid

Praktijkervaring

Een gemeente in het zuidwesten van Nederland besloot in goed overleg met de ondernemersvereniging een detailhandelsnota te laten vervaardigen. De opdracht daartoe werd verleend aan een ruimtelijk-economisch adviesbureau. Op basis van onderzoek kwam een nota tot stand die niet alleen een goede analyse gaf van de situatie van de detailhandel in deze gemeente, maar daarnaast ook bruikbare beleidsaanbevelingen. Deze nota werd onderschreven door de ondernemersvereniging en tevens vastgesteld door de gemeenteraad. Daarmee was het een officieel gemeentelijk beleidsstuk geworden. Groot was dan ook de verbazing dat al snel daarna de gemeente in strijd met deze nota en met behulp van een vrijstellingsprocedure een bouwvergunning verleende voor het realiseren van een nieuw winkelproject. Bezwaren van de ondernemers daartegen werden terzijde geschoven. Evenwel, in beroep bij de rechtbank werden de bezwaren van de ondernemers gehonoreerd en werd de betwiste bouwvergunning vernietigd.

Detailhandelsbeleid formuleren is belangrijk. Maar de waarde van beleid is gering wanneer er geen uitvoering aan wordt gegeven. Daarom is het belangrijk dat in een detailhandelsnota ook is opgenomen hoe beleid wordt uitgevoerd.

Ondernemersverenigingen lieten in het verleden vaak degelijke ruimtelijk-economische of distributieplanologische onderzoeksrapporten vervaardigen met een analyse van het functioneren van winkelgebieden. Bij het gereedkomen ervan werden ze vervolgens aangeboden aan het gemeentebestuur, waarna ze in het gemeentehuis in een kast verdwenen. De lokale overheid deed, uitzonderingen daargelaten, niets met de rapporten. In een tijd waarin ook gemeenten te maken hebben met afnemende middelen is het noodzakelijk om prioriteiten scherp te formuleren. Dit biedt goede kans om als bedrijfsleven en overheid gezamenlijk een uitvoeringsprogramma op te stellen.

Tips

- **beschouw een detailhandelsnota als de basis voor lokaal detailhandelsbeleid;**
- **in deze nota dienen ook instrumenten en maatregelen te worden benoemd hoe het beleid uit te voeren;**
- **soms is politieke druk/lobby noodzakelijk om het aanbevolen beleid tot uitvoering te brengen;**
- **evenals de nota zelf is ook de keuze van instrumenten en maatregelen een kwestie van lokaal maatwerk;**
- **schakel deskundige hulp in bij de aanpak van de aangewezen problematiek;**
- **met name geldt dat wanneer er juridische problemen opdoemen.**

Nieuwe winkelprojecten

In het economisch bestel is de detailhandel een dynamische sector. Klanten stellen steeds meer eisen bij de aanschaf van goederen en ondernemers trachten daar op in te spelen. Consumenten zijn veelal goed geïnformeerd, kritisch en mobiel. Zij bezoeken die winkelgebieden waaraan zij bepaalde waarden toekennen. Het aangeboden assortiment kan daarbij een criterium zijn, maar ook bereikbaarheid en belevingswaarde. In reactie hierop voeren ondernemers enerzijds parallelisatie en anderzijds specialisatie door. Daarnaast zijn processen van ketenvorming en schaalvergroting aan de orde. Soms wordt overwogen het winkelgebied fors uit te breiden. Belangrijk daarbij is de vraag of dat wenselijk is, want Nederland kent geen tekort aan winkels. Niet minder belangrijke vragen zijn wie de initiatiefnemers zijn (worden plaatselijke ondernemers bij het project betrokken?) en of

er wordt voorzien in een flankerend beleid. Dit om fricties als gevolg van toevoeging van nieuw winkelareaal zo veel mogelijk terug te dringen. Plaatselijke ondernemers kunnen bijvoorbeeld een voorkeursrecht krijgen voor vestiging in het nieuwe centrum. Een andere vraag is of er is nagedacht om verouderde winkelgebieden te saneren. Duidelijk zal zijn dat voor flankerend beleid geld moet worden uitgetrokken. Het is helder dat het bij de beoordeling van nieuwe projecten niet gaat om het tegengaan van concurrentie. Het gaat om de vraag wat de gevolgen zijn voor de toekomstwaarde van bestaande centra. Hier zijn immers ook maatschappelijke belangen in het geding. De overheid heeft vaak geïnvesteerd in dorps- en stadscentra en heeft belang bij behoud van een vitaliteit van deze gebieden. Kortom: een maatschappelijke kosten-baten analyse is noodzakelijk.

Tips

- **beoordeel op basis van onderzoek de meerwaarde van het beoogde project;**
- **zorg ervoor betrokken te worden bij de gemeentelijke besluitvorming;**
- **datzelfde geldt voor de invulling ervan (concept, branchepatroon, voorrang lokale ondernemers);**
- **maak afspraken over de handhaving van het concept;**
- **zorg dat daar waar nodig flankerend beleid en de financiering ervan zijn geregeld.**

Herstructurering en revitalisering

Herstructurering van winkelgebieden is een vaak complexe opgave. Grote steden met relatief veel buurtwinkelcentra ontkomen hier veelal niet aan. De dynamiek in de detailhandel en een veranderd consumentengedrag nopen hiertoe. Buurtwinkelcentra met geringe overlevingskansen moeten worden versterkt of uit de markt genomen. Nieuwe winkelcentra met een wijkfunctie nemen hun plaats in. Ook aanloopstraten naar binnenstedelijke winkelgebieden blijken het steeds moeilijker te krijgen. De zaken passief op hun beloop laten komt de situatie in deze straten niet ten goede. Met alle betrokkenen dient te worden gezocht naar oplossingen, bij voorbeeld het bevorderen van andersoortige bedrijvigheid aldaar. Een daarmee vergelijkbaar proces is de herstructurering van de winkelstructuur in kleine kernen. Gemeenten moeten daarbij soms een strategische keuze maken: in welke kern wordt in de toekomst de detailhandel geconcentreerd, en in welke een afbouwproces in gang gezet.

De complexiteit van herstructurering heeft niet alleen te maken met de moeite die het kost om met de betrokken ondernemers overeenstemming te verkrijgen, maar ook met het feit dat consumenten er tegen ageren dat ze in de toekomst een grotere afstand moeten afleggen. Overigens zijn dat vaak dezelfde consumenten die al de meeste aankopen doen in een verder gelegen centrum met een uitgebreid winkelaanbod. De tegenstand van ondernemers wordt vaak ingegeven door het opzien tegen nieuwe investeringen of door de omstandigheid dat zij vanwege het ontbreken van een opvolger hun werkzame leven op de huidige plek willen afsluiten. Desondanks kunnen betrokkenen niet ontkennen dat de bestaande winkelstructuur steeds minder perspectieven biedt. Niets doen betekent verdere achteruitgang. Hoewel herstructurering van winkelgebieden vaak een moeizame operatie is, zijn er wel degelijk succesvolle voorbeelden van.

Tips

- de herstructurering van winkelgebieden vraagt om een gedegen aanpak (onderzoek, plan van aanpak);
- onderdeel daarvan is medewerking van alle betrokken ondernemers en de gemeente;
- flankerend beleid dient ook een belangrijke plaats in te nemen (o.a. regeling voor verplaatsers en vertrekkers).



Centrummanagement

Praktijkervaring

In de beginperiode van centrummanagement, nu ongeveer twintig jaar geleden, werd vooral in de grotere plaatsen met deze samenwerkingsvorm gestart. Destijds brachten in een bepaalde stad de gemeente en een externe instantie financiële middelen bijeen die voldoende waren om voor een periode van twee jaar een centrummanager met secretariële ondersteuning te bekostigen. De start was enthousiast, maar het lukte niet voor meerdere jaren voldoende financiën bijeen te brengen. De teleurstelling was groot toen na die twee jaar bleek dat om financiële redenen moest worden gestopt. Nieuwe pogingen om met centrummanagement te starten bleken telkens vruchteloos.

In een andere stad werd besloten dat de gemeente een ambtenaar van de afdeling economische zaken voor de helft van zijn tijd aan zou stellen als centrummanager. Maar de ondernemers beschouwden hem niet als één van de hunnen, waardoor er nooit een goede vertrouwensrelatie ontstond. Ook in deze stad mislukte centrummanagement.

In een kleinere plaats kwam centrummanagement wel van de grond, zo leek het althans. Een lokale inwoner met goede contacten met de gemeente én de ondernemers kreeg de rol toebedeeld. Deze persoon was echter geen leidinggevend figuur, maar eerder een uitvoerder van allerlei klussen die nauwelijks enige relatie hadden met centrummanagement. Ook hier liep het uit op een mislukking.

Maar tegenover deze voorbeelden waar centrummanagement niet slaagde, staan sinds kort andere voorbeelden die wel als een succes worden beschouwd. In diverse plaatsen is door een actieve inzet van de plaatselijke ondernemersverenigingen en met medewerking van de gemeente centrummanagement in het leven geroepen. Meestal heeft dat de vorm gekregen van een stichting, die de centrummanager aanstuurt. De financiële middelen daarvoor worden verkregen uit een ondernemersfonds en de bestuursleden zijn benoemd vooral uit en door de ondernemersvereniging.

Bij het functioneren van winkelgebieden zijn zowel ondernemers als de plaatselijke overheid betrokken. Als het goed is zien beide partijen in dat ze elkaar nodig hebben voor een goed functioneren van deze gebieden. Overleg over beleid alleen is niet voldoende. Ook op basis van projecten moeten gemeente en ondernemers samenwerken. Een project dat zich hiervoor met name leent is centrummanagement. Dit is een structureel samenwerkingsverband, gericht op het verbeteren van het economisch functioneren van winkelgebieden. Er is dus sprake van publiek-private samenwerking, gekenmerkt door gelijkwaardigheid van de deelnemende partijen en een gezamenlijke inzet van middelen.

De belangrijkste aandachtsvelden van centrummanagement zijn de fysieke structuur (ruimtelijke structuur, routing, bereikbaarheid), de economische structuur (branchering, promotie) en de leefbaarheid (aanzien puien, reclame-uitingen, veiligheid).

De financiering dient goed te worden geregeld. Uitgangspunt is dat centrummanagement een gezamenlijke taak is van overheid en

bedrijfsleven. Dat houdt ook in dat de financiering van het centrummanagement een gezamenlijke opgave is. Wat betreft de publieke middelen kan worden gedacht aan budgetten voor beheer en onderhoud openbare ruimte, budget uit het economisch beleid, uit het toeristisch beleid, enz. Een bundeling van deze middelen in het centrummanagement kan zeker meerwaarde opleveren.

Structurele financiering vanuit de private kant blijkt in de praktijk lastig te organiseren. Ondernemersfondsen kunnen een middel zijn om dit wel goed te organiseren. Het gaat hier om gelden die de gemeente ophaalt bij ondernemers met precario- of reclamebelasting of een opslag op de OZB-belasting.

Een financieringsmogelijkheid die nog niet zo lang bestaat, is de bedrijveninvesteringzone (BIZ). De wetgever heeft deze mogelijkheid in mei 2009 in het leven geroepen voor een (proef-)periode van twee jaar. In de praktijk bleek deze periode te kort. Op aandringen van MKB-Nederland heeft de minister van EL&I daarom de termijn verlengd tot 1 januari 2012.

Tips

- een centrummanager dient een denker, leidinggevend figuur en bruggenbouwer te zijn;
- jaarlijks moet een actieprogramma worden vervaardigd met een daarbij behorend uitvoeringsschema;
- jaarlijkse verantwoording is essentieel om van alle betrokken partijen blijvend steun te behouden;
- de financiering moet niet per jaar worden gezien, maar moet veilig zijn gesteld voor meerdere jaren;
- beter is het bescheiden te beginnen en bij gebleken succes over te gaan naar verdere uitbouw

Bereikbaarheid

“No parking no business” is een geveleugeld gezegde. Maar bij bereikbaarheid gaat om meer dan alleen het aantal parkeerplaatsen. Van belang zijn tevens het parkeerregime (blauwe zone of betaald parkeren en de hoogte van de tarieven), looproutes van parkeeraccommodaties naar de winkelgebieden en de kwaliteit van de toevoerroutes.

Een ander discussiepunt over het parkeren is de bekostiging van parkeervoorzieningen. Vaak worden parkeeraccommodaties betaald vanuit de algemene middelen, waarbij de inkomsten komen van betaald parkeren. Ook bestaan er in veel gemeenten parkeervondsen. Ondernemers die bij het aanvragen van een bouwvergunning op eigen terrein niet kunnen voldoen aan de parkeervraag die past bij het te bouwen object, kunnen die verplichting afkopen. Tot slot zijn er plaatsen waar private partijen parkeergarages bouwen en exploiteren. De wijze waarop de bereikbaarheid van winkelgebieden wordt geregeld is een kwestie van lokaal maatwerk.

Discussies onder ondernemers over bereikbaarheid zijn vaak gestoeld op vooronderstellingen. Maar al te vaak wordt beweerd dat de parkeercapaciteit ontoereikend is. Soms is dat ook zo. Vaak blijken er bij nader inzien ook andere problemen te spelen, bijvoorbeeld op het vlak van de regulering van de

parkeerduur of verbindingen tussen parkeerterreinen en de winkelgebieden. Wat ook steeds moeizame gesprekken oplevert, is de vraag wie nieuwe parkeervoorzieningen moet bekostigen of de hoogte van de parkeertarieven. Buiten kijf is dat een goede bereikbaarheid van winkelgebieden essentieel is, maar dit begrip moet wel operationeel worden gemaakt. Diverse vormen van onderzoek zijn daarvoor beschikbaar.

Tips

- **bepaal samen met de gemeente aan welke eisen de bereikbaarheid van een winkelgebied moet voldoen;**
- **betrek daarin naast wegenstructuur en parkeergelegenheden, ook parkeerregime en parkeerduur;**
- **bijkomende zaken zoals looproutes en bewegwijzering verdienen eveneens aandacht;**
- **spreek met de gemeente af hoe de bekostiging van nieuwe parkeergelegenheden wordt geregeld.**



Overheidsbeleid ruimtelijke ordening

Praktijkervaring

Een forensendorp dat de laatste jaren een sterke bevolkingsgroei heeft gekend, ontwikkelt plannen om de winkelvoorzieningen - die nogal verspreid liggen - te concentreren. Daarvoor wordt ruimte gecreëerd op een centrale plek in het dorp. In goed overleg met de lokale ondernemers vervaardigt de gemeente vervolgens een bestemmingsplan dat winkels op de gedachte locatie mogelijk moet maken.

Om het concentratieproces te bespoedigen komt er een ontwikkelaar die de regie neemt, en in overleg met belanghebbenden plannen ontwikkelt voor een nieuw winkelcentrum. Daarbij spreken gemeenten en ondernemers af dat gevestigde ondernemers als eersten een plek kunnen krijgen in het nieuwe centrum. Voor te verlaten winkelpanden buiten het concentratiegebied wordt een oplossing gezocht. Dat kan een wijziging van de bestemming zijn, al dan niet gecombineerd met aankoop door een andere partij, bijvoorbeeld de plaatselijke woningbouwcorporatie. Zo wordt getracht lokale ondernemers nieuwe kansen te geven en tegelijkertijd schade door een bestemmingsplan te voorkomen.

Rijk, provincies en gemeenten houden zich bezig met het ruimtelijke orderingsbeleid (r.o.-beleid). Maar het primaat ligt bij de gemeenten. Zij geven hun r.o.-beleid vorm met structuurvisies, bestemmingsplannen en projectbesluiten.

Een structuurvisie geeft de hoofdlijnen weer van het te voeren ruimtelijk beleid voor een bepaald gebied. Een bestemmingsplan is evenwel in juridisch opzicht bindend; het geeft de bestemming van de grond aan en het bevat regels omtrent het gebruik van de grond en de bouwwerken. Toch is het

soms mogelijk een project te realiseren dat in strijd is met het bestemmingsplan, en waarbij dat plan buiten toepassing blijft. Daarvoor kan gebruik worden gemaakt van een projectbesluit.

Ondernemers zijn zich vaak niet bewust van het belang van bestemmingsplannen. Zij nemen nauwelijks kennis van het r.o.-beleid van hun eigen gemeente. Als er al wordt gereageerd op een voorgenomen wijziging van het bestemmingsplan van het eigen winkelgebied, is dat soms in een laat stadium. Dan doen ze in alle haast een beroep op externe adviseurs, die ze dan verzoeken zo spoedig mogelijk te komen om te helpen. Soms lukt dat nog, maar de vraag is of nog optimaal resultaat kan worden bereikt in bijvoorbeeld bijsturen van de plannen.

Inspraak, zienswijze en beroep

Praktijkervaring

Een grote stad in Nederland had plannen voor de bouw van een nieuw sportcentrum. Om de financiering rond te krijgen werd besloten om naast dit centrum een grootschalig winkelgebied te ontwikkelen met de algemene bestemming detailhandel. De plannen voor winkels op deze locatie waren slecht onderbouwd en kregen niet de instemming van de lokale ondernemersverenigingen. De gemeente negeerde echter hun bedenkingen en wees alle bezwaren af. De ondernemers besloten verder te procederen en kwamen uiteindelijk bij de Raad van State terecht. Die onthield alsnog goedkeuring aan de plannen voor winkels nabij het sportcentrum. De gemeente moest hierdoor haar huiswerk overdoen.

Om toekomstige procedures te voorkomen ging de gemeente het overleg aan met de ondernemersverenigingen en hun adviseurs om te bezien welke vormen van detailhandel op de bewuste locatie mogelijk zijn. Kernpunt daarbij is dat detailhandel op de deze plek niet zal leiden tot versterking van de verzorgingsstructuur, maar juist een versterking betekent van de positie van de stad als regionaal koopcentrum. Kort samengevat moeten de winkels naast het sportcentrum complementair zijn aan de bestaande winkelgebieden. In plaats van de reguliere bestemming detailhandel, zal een beperkte bestemming worden toegepast.

Burgers of rechtspersonen kunnen bij de meeste planologische maatregelen op drie manieren c.q. momenten hun mening geven. Dat kan door inspraak, het indienen van zienswijzen en ten slotte door het instellen van hoger beroep.

De wijze waarop inspraak plaats vindt is geregeld in de gemeentelijke inspraakverordening. Gebruikelijk is dat bij planologische maatregelen gedurende zes weken bij de gemeente kan worden gereageerd. Meestal betreft dat voorontwerpen van bestemmingsplannen. Na verwerking van de inspraakreacties komt het ontwerp van het bestemmingsplan opnieuw gedurende zes weken ter visie, waarbij het mogelijk is zienswijzen in te dienen bij de gemeenteraad. Na vaststelling van het bestemmingsplan staat voor belanghebbenden beroep open bij de Raad van State.

Het maken van bezwaar dan wel het indienen van beroep tegen de besluiten van de overheid is geregeld in de Algemene wet bestuursrecht (Awb). Deze wet heeft ook gevolgen voor diverse andere wetten en voor meerdere beleidsterreinen van de overheid. Daardoor is het mogelijk tegen diverse overheidsbesluiten in verzet te komen. Een voorbeeld in dit verband zijn verkeersbesluiten. Het eerste bezwaar moet worden ingediend bij het bestuursorgaan dat het gewraakte besluit heeft genomen. Meestal is dat de gemeente en veelal bij het dagelijks bestuur ervan (college van burgemeester en wethouders). Is degene die bezwaar heeft gemaakt het niet eens met de beslissing van het bestuursorgaan, dan is beroep mogelijk. Meestal is dat bij de rechtbank en daarna hoger beroep bij de Raad van State.

Tips

- **vorm als ondernemers een oordeel over bestemmingsplannen voor nieuwe winkelgebieden;**
- **wanneer overleg met de gemeente niet leidt tot aanpassing van de plannen is verzet daartegen mogelijk;**
- **voordat mogelijk wordt besloten te procederen is het zinvol eerst deskundigen te raadplegen;**
- **de procedure moet goed worden gevoerd (beginnen bij de gemeente, daarna Raad van State);**
- **let op juridische valkuilen. Vooral in deze procedures is bijstand van specialisten zeer gewenst;**
- **na behaalde resultaten bij de Raad van State neemt de gemeente ondernemers meer serieus;**
- **schroom niet te procederen, een gestarte procedure kan altijd tussentijds worden beëindigd.**

Nuttige adressen

MKB-Nederland
Postbus 93002
2509 AA Den Haag
tel: 015-2191212

- Ton Ravesloot, coördinator ruimtelijk beleid, e-mail: t.ravesloot@mkb.nl

Hoofdbedrijfschap Detailhandel
Postbus 90703
2509 LS Den Haag
tel: 070-3385600

- Patrick Manning, afdeling Ruimtelijk Economisch Advies, e-mail: p.manning@hbd.nl

Regiomanagers MKB-Nederland

Ondernemers die na het lezen van deze Praktijkinfo nog vragen hebben over lokaal samenwerken, kunnen contact opnemen met een van de regiomanagers van MKB-Nederland.

MKB Brabant

Brabant
Postbus 92
5201 AB Den Bosch
tel: 073-6122426

- Louise Beduwé, regiodirecteur Brabant en Zeeland, e-mail: l.beduwe@mkb.nl

MKB Zeeland

Postbus 6004
4330 LA Middelburg
tel: 0118-674041

- Louise Beduwé, regiodirecteur Brabant en Zeeland, e-mail: l.beduwe@mkb.nl

MKB-Limburg

Postbus 16
5900 AA Venlo
tel: 077-3208080

- Nicole Alberts, regiomanager Noord-Limburg, e-mail: alberts@mkblimburg.nl
- Mathias Brockmann, regiomanager, e-mail: brockmann@mkblimburg.nl

MKB Oost

Gelderland en Overijssel
Postbus 10458
7301 GL Apeldoorn
tel: 055-5789555

- Hans Bakker, regiomanager Overijssel, email: h.bakker@mkb.nl
- Audrey Huethorst, regiomanager Gelderland, e-mail: h.huethorst@mkb.nl

MKB Midden

Loodsboot 10
3991 CJ Houten
tel: 030-6369087

- Anke Balfort, regiomanager Flevoland, e-mail: balfort@vno-ncwmidden.nl
- Helga Brenninkmeijer, regiomanager Utrecht, Gooi, Eemland, e-mail: h.brenninkmeijer@mkb.nl

MKB Noord

Postbus 983
9700 AZ Groningen
tel: 050-5275757

- Rinze van der Born, marketingcommunicatie, e-mail: r.vanderborn@mkb.nl
- Ron van Gent, regiodirecteur Noord, e-mail: r.vangent@mkb.nl
- Auke Oosterhoff, regiomanager ruimtelijke ordening, e-mail: a.oosterhoff@mkb.nl

MKB Noord-Holland & MKB Noord-West-Holland

De Ruyterkade 5
1013 AA Amsterdam
tel: 020-4486720

- Dolf Kloosterziel, mkb-manager Amsterdam, kloosterziel@mkb-amsterdam.nl
- Jantine Konijn, regiomanager Zaanstreek, e-mail: konijn@noordholland.mkb.nl
- Fabian Nagtzaam, regiodirecteur MKB Noord-Holland, e-mail: nagtzaam@noordholland.mkb.nl
- Matthé Ribbens, directeur MKB Amsterdam, e-mail: ribbens@mkb-amsterdam.nl

MKB-Zuid Holland

Postbus 93002
2509 AA Den Haag
tel: 015-2191212

- Jeppe Licht, regiomanager Zuid-Holland, e-mail: j.licht@mkb.nl

Colofon

Deze brochure is een uitgave van de Koninklijke Vereniging MKB-Nederland en het Hoofdbedrijfschap Detailhandel

Maart 2009

Geactualiseerd maart 2011

Tekst: drs. G.J.A. Sluiskes, Auke Oosterhoff, MKB-Nederland

Eindredactie: K. Lamers, MKB-Nederland

Foto's: Nationale Beeldbank

MKB-Nederland

Postbus 93002

2509 AA Den Haag

Tel: 015-2191212

E-mail: bureau@mkb.nl

Internet: www.mkb.nl

Hoewel deze brochure met zorg is samengesteld, kan voor de inhoud geen enkele aansprakelijkheid worden aanvaard, noch rechten eraan ontleend