

Gedeputeerde Staten van Zuid-Holland
Mevrouw H. Maagdenberg
afdeling Ruimte, Wonen en Bodem
Postbus 90602
2509 LP DEN HAAG

Betreft: Bezwaar PSV inzake FOC Bleizo

Doorn, 31 oktober 2011

Geachte College,

U bent van plan de "Ontwerp Herziening PSV 2011" vast te stellen. CBW-MITEX¹ tekent bezwaar aan tegen het voornemen om het terrein Bleizo te Zoetermeer/ Lansingerland aan te wijzen als mogelijke locatie voor de vestiging van een Factory Outlet Center (FOC). De keus voor de komst van een FOC in een zo dichtbewoond gebied als Zoetermeer e.o. is onverantwoord en heeft een grote ontwrichting van de totale detailhandel in deze omgeving tot gevolg.

Dit bezwaar is mede ondertekend door een groot aantal Zuid-Hollandse ondernemers(verenigingen) (zie bijlage). Ons bereiken signalen dat de komende weken en maanden nog meer verenigingen, beleggers in winkelvastgoed en individuele ondernemers zich bij dit protest willen aansluiten. Wij zullen u daarvan op de hoogte houden.

Keuze voor Bleizo in plaats van Alphen aan de Rijn

U heeft in 2008 aangegeven in principe niet afwijzend te staan tegen de vestiging van een FOC in Zuid-Holland op de locatie Hoorn West te Alphen aan de Rijn. Tot deze aanwijzing bent u gekomen na een locatieanalyse. Er was voor u een aantal redenen om juist voor Alphen aan de Rijn te kiezen. Eén van de overwegingen was om niet te dicht bij Rotterdam te gaan zitten, in verband met het FOC in Roosendaal. Het verbaast daarom dat dit argument bij Bleizo geen enkele rol meer schijnt te spelen en we vragen u om dit argument weer bij uw besluit tot eventuele aanwijzing te betrekken.

De Kamers van Koophandel Rotterdam en Haaglanden reageren in hun reactie naar het bestuur van GR Bleizo kritisch op het uitgevoerde onderzoek naar mogelijke locaties in Zuid-Holland. We sluiten ons aan bij dit oordeel én hun oproep om serieus te kijken naar alternatieve locaties. Deze keus voor de periferie is een breuk in uw provinciale beleid. Een dergelijke breuk is uiteraard mogelijk, maar

¹ CBW-MITEX is de brancheorganisatie voor retailers in de wonen-, mode-, schoenen- en sportbranche. CBW-MITEX vertegenwoordigt in deze segmenten 7.000 leden met 17.000 winkels.

daaraan moet een gedegen studie ten grondslag liggen. Die studie is er niet en behoort er wel te komen. Deze oproep leggen alle partijen tot op heden naast zich neer. We verwachten dat u deze vraag serieus neemt en geen nieuwe locatie aanwijst voordat een uitgebreid **openbaar** onderzoek naar de beste locatie is uitgevoerd. Vooruitlopende op het vervolg, als toch voor een FOC in uw provincie wordt besloten, dan verdient aansluiting bij een regulier liefst binnenstedelijk winkelgebied in plaats van een solitaire ontwikkeling in de periferie veruit de voorkeur.

Duurzame ontwricting

Essentiële voorwaarde door uw College gesteld aan de komst van een FOC naar Zuid-Holland is dat er een DPO wordt uitgevoerd, waarin wordt aangetoond dat er geen sprake is van een duurzame ontwricting van de voorzieningenstructuur in het verzorgingsgebied.

Het DPO dat in opdracht van de potentiële ontwikkelaars (!) van het FOC te Bleizo door onderzoeksbureau BRO is uitgevoerd is op dit punt onvolledig. In het onderzoek is namelijk uitsluitend het effect van de komst van een FOC op de bestaande detailhandel berekend. Vervolgens wordt op basis van het huidige aanbod geconcludeerd dat er geen sprake is van duurzame ontwricting, omdat het omzetverlies voor de reguliere detailhandel slechts maximaal 7-8% zou bedragen. Los dat het discutabel is bij welk percentage er sprake is van duurzame ontwricting, wordt dus in dit DPO totaal geen rekening gehouden met overige ontwikkelingen die in de provincie Zuid-Holland op de rol staan en met de veranderingen die in de retail gaande zijn. De overige ontwikkelingen in winkelgebieden in uw Provincie zijn u genoegzaam bekend; we schetsen ze derhalve in deze brief niet nog eens.

Wel is het nodig u de veranderingen in de retail te schetsen. Het DPO doet dit niet, terwijl deze veranderingen grote gevolgen hebben op de detailhandelstructuur. Het DPO is daarmee dus onvolledig; de conclusie dat een FOC niet leidt tot duurzame ontwricting is wat ons betreft dan ook onjuist. Welke veranderingen spelen er²? De verwachting is dat door effecten van internet, demografische veranderingen, teruglopende consumentenbestedingen de omzetten van de detailhandel fors onder druk komen te staan, waardoor leegstand zal toenemen. Nu al is er leegstand in de B- en C-winkelgebieden en op perifere winkelcentra zoals woonboulevards, maar de verwachting is dat tot 2020 het aantal benodigde winkelmeters met 20-35% zal teruglopen. Dit proces is al in gang gezet en lijkt zich te versnellen.

Om u een beeld van de toekomst te schetsen. Nu nog vindt de consument op de A1 locaties een groot aanbod in mode en schoenen. Die winkels bepalen het gezicht van de binnenstad. De toenemende internetaankopen juist in die branches zullen tot gevolg hebben dat juist die branches minder fysieke meters op de A1 locaties innemen. Zeer zorgvuldig detailhandelsbeleid is de komende jaren meer dan ooit noodzakelijk om een goed winkelbestand in binnensteden, dorpskernen en wijkcentra overeind te houden.

Door onderzoeksbureau DT&P³ is een second opinion uitgevoerd naar de effecten van de komst van het FOC te Bleizo op de detailhandel in Zoetermeer. Daarin wordt een volledig andere conclusie

² Zie daarvoor het rapport: 'Re'structure Retail2020' van CBW-MITEX/ HBD

³ 'Effecten FOC Bleizo op Stadshart Zoetermeer', DT&P, 19 april 2011

getrokken met betrekking tot de duurzame ontwrichting van de detailhandel in deze plaats. Het negatieve omzeteffect kan volgens DT&P oplopen tot 20% voor de binnenstad, Stadshart in Zoetermeer⁴. DT&P trekt daarmee dus wel de conclusie dat er sprake is van een zeer grote duurzame ontwrichting. Wij wijzen erop dat aan het voorlopige akkoord van de Kamer van Koophandel een belangrijke voorwaarde is verbonden, namelijk dat nader onderzoek nadrukkelijk in de besluitvorming wordt meegenomen. Wij ondersteunen deze oproep en zijn van mening dat pas dan een goede conclusie over een FOC in Zuid-Holland getrokken kan worden.

Koopstromenonderzoek

Op 23 november a.s. wordt het Koopstromenonderzoek voor de Randstad gepubliceerd. We vragen u nadrukkelijk om ook de uitkomsten van dit onderzoek bij uw besluitvorming te betrekken. Meer specifiek, als blijkt dat de binnensteden onder druk staan, het effect van een eventueel FOC, op die binnensteden ook nadrukkelijk mee te wegen.

Herstructureringsopgave

Zoals al aangegeven staat de detailhandel de komende tien jaar voor een gigantische herstructureringsopgave. We hebben in Nederland ruim 25% te veel winkelmeters en massale leegstand dreigt voor deze sector. Recent heeft de belangenorganisatie Detailhandel Nederland in een position paper aandacht gevraagd voor deze problematiek (zie bijlage). De situatie verslechtert snel, leegstand neemt toe. De situatie is nu volstrekt anders dan in 2008, toen u een positieve grondhouding aannam met betrekking tot de komst van een FOC naar Zuid-Holland. Het is essentieel om deze veranderende marktomstandigheden (die structureel zijn) mee te nemen in uw nieuwe afweging.

Ook wil ik u in dit verband wijzen op de oproep van de Kamer van Koophandel die in haar advies aan GR Bleizo u als provincie oproept om te komen tot een duidelijke visie op de detailhandel in de provincie Zuid-Holland om te bezien hoe een FOC daarin past. Zo'n visie gebaseerd op alle actuele inzichten ligt er op dit moment niet, maar is essentieel bij de te maken keuzes.

Factory Outlet Center is vooral een winkelcentrum, naast leisure.

Het FOC wordt vooral neergezet als een leisurecentrum, ondermeer in het BRO-rapport. Maar, daarbij zijn grote vraagtekens te zetten. Allereerst heeft de bezoekende consument hetzelfde (koop)motief om naar een FOC te gaan als naar de binnenstad, namelijk beleving, verrassend en attractief aanbod, recreatief winkelen/dagje uit, veel keus. Het aanbod op het FOC is voor de consument nauwelijks anders dan in de binnenstad, vooral veel modewinkels.

Een FOC is dan ook een alternatief/concurrent voor reguliere binnensteden. Deze tendens zal zich de komende tien jaar doorzetten. Toestaan van Bleizo heeft daarmee direct gevolgen voor de binnensteden. Daar zullen de modemerken weggaan, leegstand opleverend. Met forse maatschappelijke gevolgen, zoals verpaupering, nog minder bezoekers, onveiligheid, et cetera.

⁴ Ook in Lelystad zijn dit soort effecten de praktijk. Op pagina 10 van het rapport van BRO wordt voor Lelystad aangegeven welk marktaandeel Bataviastad in 2008 behaalt bij de inwoners van Lelystad: 11% in dameskleding; 20% in herenkleding; 29% in sport en 19% in schoenen- en lederwaren.

Handhaving voorwaarden

De gemeenteraden Zoetermeer en Lansingerland hebben aan de komst van het FOC voorwaarden gesteld; door privaatrechterlijke afspraken dient het concept te worden bewaakt en de ontwrichting voor de reguliere detailhandel te worden beperkt. Maar aan die voorwaarden is op uiterst creatieve wijze te voldoen. Er wordt namelijk steeds vaker specifiek voor het FOC gefabriceerd. Het zijn niet slechts restpartijen, in bijvoorbeeld de maten XS en XXS die daar worden aangeboden, maar complete maatbogen. Sommige merken fabriceren de collectie voor FOC's in een andere, goedkopere kwaliteit, die door de consument niet wordt herkend. Dit aanbod komt dus niet eens in de reguliere detailhandel terecht. Op die manier is het niet eens meer mogelijk om het "drie/zes-maanden-oud-criterium" (in andere FOC's vaak gehanteerd om te zorgen dat geen nieuwe collectie direct in een FOC terecht kan komen) in de praktijk te brengen. Terwijl dit criterium een van de belangrijkste handhavingsregels van een FOC is. Handhaving is daarmee tot een wassen neus gemaakt. Hoe is dan straks de invulling van het FOC-concept nog te handhaven? DT&P geeft in haar rapport ook aan dat er geen juridisch-planologisch onderscheid te maken is tussen een FOC en een regulier winkelgebied. Ook zij wijzen er op dat handhaving erg moeilijk is.

Vraagtekens bij keus voor winkels in de periferie

Een FOC wordt door de consument dus als detailhandel beschouwd. Het zijn gewoon winkels waar de consument leuk aanbod vindt en waar wordt verkocht. Op deze manier moet ook naar de effecten op andere winkelcentra worden gekeken. Maar het is ondenkbaar dat u of gemeenten mode/schoenenretailers toestaat om zich in de periferie te mogen vestigen. Waarom wordt de keus dan gemaakt om een FOC met vooral modewinkels wel in de periferie een plek te geven? Hier is overduidelijk sprake van oneerlijke concurrentie, sommige ondernemers mogen zich wel vestigen, anderen niet.

Bereikbaarheid per spoor?

Onderdeel van de Stedenbaan is ook een argument vóór Bleizo. Maar is dat nog reëel, nu inmiddels blijkt dat de komst van een NS-station naar locatie Bleizo hoogst onzeker is. Logisch, aangezien een FOC op zichzelf onvoldoende reizigers met zich meebrengt. De ervaring leert dat bezoekers van een FOC vooral met de auto komen. Maar Bleizo was voor uw provincie juist een mogelijke locatie omdat het als onderdeel van de Stedenbaan een station zou krijgen en daarmee niet als periferie werd aangemerkt. Dit argument staat op losse schroeven. Een keus voor Bleizo als mogelijke locatie voor een FOC levert het gevaar op dat uw provincie straks beschikt over een groot winkelcentrum in de periferie, zonder ontsluiting per openbaar vervoer.

Willekeur in zondagopenstelling

Volstrekt onacceptabel is verder de oneerlijke concurrentie die met de komst van een FOC lijkt te worden gecreëerd met betrekking tot de zondagopenstelling. De uitkomst van de discussie in de gemeente Lansingerland komt er op neer dat zondagopenstelling voor het FOC wel wordt toegestaan, terwijl openstelling op zondag in de kernen van die gemeente wordt verboden! Hieraan ten grondslag ligt de onterechte vooronderstelling dat er een verschil is tussen het consumentenmotief voor het bezoek aan een binnenstad of een FOC.

Zowel in het rapport van BRO als het rapport van Ecorys voor de gemeente Lansingerland wordt nadrukkelijk gesteld dat de overige ondernemers in Lansingerland kunnen profiteren van een FOC als ze zelf ook op zondag opengaan. Daar wordt door de plaatselijke politiek een stokje voor gestoken. Ook hierdoor wordt het ontwrichtende effect door het FOC op de kernen van Lansingerland, en dan met name op Berkel-Rodenrijs te laag ingeschat.

Ook de Kamer van Koophandel, stelt als een van de randvoorwaarden dat er een gelijkwaardig speelveld wordt gecreëerd met voor alle partijen gelijkwaardige uitgangspunten. Daarvan is dus geen sprake.

Conclusie

Als CBW-MITEX zijn we van mening dat de effecten van de komst van een FOC naar Bleizo op de reguliere detailhandel niet juist zijn geschat. Onderzoek dat deze conclusie ondersteunt is tot op heden nog niet serieus in de discussie betrokken. Wij verwachten en gaan ervan uit dat u de genoemde punten in deze brief serieus meeneemt in uw overwegingen.

Volgens ons kan dat niet anders dan tot de conclusie leiden dat u besluit om het terrein Bleizo als niet geschikt voor een Factory Outlet Center te betitelen. En **ook** van de komst van een FOC in Zuid-Holland af te zien, aangezien de effecten op de detailhandel desastreus zijn. Daarmee wordt de leefbaarheid van de binnensteden van de grote steden en van de overige plaatsen en dorpen in uw provincie zwaar onder druk gezet.

Voor nadere toelichting op deze visie zijn we uiteraard beschikbaar. U kunt ons bereiken via de heer M. Evers, mevers@cbwmitex.nl of via 030 – 69 73 172.

Hoogachtend,



Jan Dirk van der Zee
Directeur CBW-MITEX

- Bijlage 1: Overzicht van ondernemers (verenigingen) die bezwaar aantekenen
Bijlage 2: Position Paper Winkellocatiebeleid

Bijlage 1

Overzicht van ondernemers (verenigingen) die
bezwaar aantekenen

Bezwaren tegen Bleizo

Winkeliers/ondernemersvereniging	Contactpersoon
Ondernemersvereniging Bergschenhoek	Danny Doesburg
Ondernemersvereniging Bleiswijk	Cees Dicke
Ondernemersvereniging Berkel en Rodenrijs	Gerard Scholtes
Ondernemersvereniging Ackershof (Pijnacker)	Rob Verkade
Ondernemersvereniging Binnenstand Delft	David Lansen
Ondernemersvereniging Waddinxveen	Henk de Bas
Winkelcentrum Leidsenhage	Jos Zuidwijk en Ben van de Berg
Winkelcentrum In de Bogaard (Rijswijk)	Fred den Dulk
Winkeliersvereniging Poort van Delft	Monique Prins
Winkeliersvereniging Pijnacker Centrum	Richard Sprado
Winkeliersvereniging Oude Dorp (Nieuwerkerk ad IJssel)	Marc Olsthoorn
Winkeliersvereniging Bergschenhoek	Hans Koelhuis
Winkeliersvereniging Rokkeveen Zoetermeer	C.T. de Koning
Winkeliersvereniging Dorpsstraat Zoetermeer	Anneke Kroeders
Detailhandelsvereniging Zoetermeer	Frans Ammerlaan
Paraplu Vereniging Alexandrium (220 winkels) hier valt onder:	Ellen Nijhof
- ondernemersvereniging Shopping Center Alexandrium	
- ondernemersvereniging Megastores Alexandrium	
- Corio Nederland	
- ING REIM	
- Vereniging van Gebruikers Woonmall Alexandrium	
- Vereniging van Eigenaren Woonmall Alexandrium	
Vastgoed	Contactpersoon
Corio Nederland	J.W.H. Weissink
Unibail Rodamco	S. Dingemanse-van den Heuvel
Individuele ondernemers	Contactpersoon
Kok Woondecoratie	Richard Sprado
Janse Mode	Hans du Gardijn
Come Noi Leidschendam	Frank J.P. Sanders
Speksnijder Modehuis Bergambacht	Piet Speksnijder
Warenhuis Waddinxveen/Warenhuis Boskoop (o.a. Hema)	Henk de Bas
Fixet Waddinxveen	Henk de Bas
Optique Rene Zoetermeer	René Tegelaar
VOF van Schooten Pijnacker	J.H. van Schooten
Aad van den Berg Modeschoenen Noordwijk	Maarten van den Berg
Top Style Noordwijk	Maarten van den Berg
Shoe Fashion Noordwijk	Maarten van den Berg
Thing's Dameskleding Rotterdam	Robert Sandee
Van Veen Schoenen Zoetermeer	Martin van Veen
Guus Meeuwis Detail Delft	Guus Meeuwis
Fidgety Fit Kinderschoenen Zoetermeer	Marie-Jose Akkersdijk-Jacobs
Mari-Mari Holding BV Numansdorp	Marijon Schipper
Steendam Herenmode Delft	Arjan Steendam
Multi Vlaai Zoetermeer	Dhr G. Spelier
Livera Verheul Zoetermeer	Marjolijn Verheul

Bonnie B Lingerie Zoetermeer	M. van der Ploeg
Daka Sport Rotterdam (diverse locaties)	Jan Peter Dankkaart
Douwe Egberts Café Zoetermeer	Dian van der Meer
Esprit Zoetermeer	P.M. Bal
Dierenexpert Stadshart Zoetermeer	P. Kentie
Invito Zoetermeer	N. de Vogel
The Old Pal Zoetermeer	dhr Blansjaar
Juwelier van Koningsbruggen Zoetermeer	S.H.C. van Koningsbruggen
Art Expo Zoetermeer	M.A. Feitz
Name It Zoetermeer	E. van Bunderen
Shoe Outlet Zoetermeer	A. de Nooy
Hofstede de Wit Zoetermeer	C.M. de Wit
De Bezige Bij Zoetermeer	Jacqueline vd Spek
Gerry Weber Zoetermeer	B.N. Gaal
Bram Ladage Zoetermeer	M.M. Zwanenburg
Queen of Hartz Zoetermeer	R. Ludgeu
Lampenier Zoetermeer	J. de Jans
Mikado Modo Zoetermeer	dhr Simons
Perry Sport Zoetermeer	N. Turfboer
The Sting Zoetermeer	Karin Schaap
Mr. Cocker Zoetermeer	R.D. Jaarsma
Maks Speciaalzaken Zoetermeer	A. Kardol
Boekhandel Haasbeek Zoetermeer	F.A. van Rijn
Brasserie Napoleon Zoetermeer	J.J. Schouten
Burmann Zoetermeer	A. de Vries
Adams Herenmode Zoetermeer	C. Huigen
Mc Gregor Shop Zoetermeer	R. Preskowszkey
Cartouche Zoetermeer	P. Vroegop
Glope Reisburo Brooks Zoetermeer	A. Kok
Veenstra Promenade Juwelier Zoetermeer	E. Teske
Tiron Schoenen Zoetermeer	E. van Oudheusden
Arke Zoetermeer	Monique Kuyt
Schoenmakerijk Bal Zoetermeer	W. Bal
MS Mode Zoetermeer	Sheila Alihusain
Intertoys Zoetermeer	Simon Zwetsloot
AktieSport Zoetermeer	Danny van Heijn
Van Haren Schoenen Waalwijk	F. van Seville
Steps Zoetermeer	J.G.M. Goverde
Het Huis Opticiens Zoetermeer	H.A. Schuk
Gent's Kostuumoutlet Zoetermeer	A. Roos
Sandwich Shop Zoetermeer	Marian de Graaff
Espresso Fashion Zoetermeer	Marion Jacobs
Jamin Zoetermeer	N. van Straten
Belcompany Zoetermeer	M. Brok
Jack & Jones Zoetermeer	J. Greveling
Herwijnen Outdoor Store Zoetermeer	Dennie van Herwijnen
Ichtusboekhandel Zoetermeer	Jo van Dorp
E&E Design Zoetermeer	Eline Voshol
Bloembinderij de Nobel Zoetermeer	Erwin Westerman
BKJ Bloemist Zoetermeer	Roland Sommer

Bijlage 2

Position Paper Winkellocatiebeleid

Position paper Winkellocatiebeleid

Detailhandel Nederland, juni 2011



Het winkellocatiebeleid wordt sinds jaar en dag beïnvloed door het overheidsbeleid. Dit beleid richt zich op behoud en versterking van bestaande centra. Op dit beleid werd in de zeventiger jaren van de vorige eeuw voor schaalvergroting een uitzondering gemaakt, onder andere door de opkomst van de hypermarkten in Frankrijk en Duitsland. Nederland introduceerde het beleid waardoor detailhandel in de periferie mogelijk werd. In de jaren '80 werd dit beleid verruimd voor volumineuze detailhandel, zoals bouwmarkten, tuincentra en meubelzaken. In 2004 is met de komst van de Nota Ruimte het winkellocatiebeleid gedecentraliseerd naar provincies en gemeenten, naar de laag waar de vraag het best kan worden beoordeeld. Met deze decentralisatie is het gevoerde winkellocatiebeleid niet wezenlijk veranderd.

Afgelopen decennia is vooral veel planmatig ontwikkeld, binnenstedelijk maar ook aan de randen van de steden, in de periferie. Het totale winkeloppervlak groeide de afgelopen 10 jaar met 25% tot ruim 27 miljoen m². Een deel daarvan heeft echter nu al te maken met achteruitgang. De trend tot schaalvergroting is vooral in die periode waarneembaar. Er zijn veel meters bijgekomen, vooral planmatig ontwikkelde winkelcentra, maar de consumentenbestedingen hebben geen gelijke tred gehouden.

De leegstand in winkelgebieden neemt toe en concentreert zich in B en C-winkelgebieden, verouderde wijk- en buurtwinkelcentra en in de periferie. Ook niet-perifere gebieden en binnensteden staan onder druk. Overheidsbeleid is nodig. Beleid dat bijdraagt aan de balans tussen vraag en aanbod. In de overvolle winkelvastgoedmarkt moeten slecht renderende meters verdwijnen en kansrijke winkelgebieden worden versterkt. Een winkelmarkt met deze balans biedt winkelvastgoedpartijen, zoals beleggers en winkeliers, zekerheid dat investeren in kansrijke winkelgebieden rendeert.

Visie Detailhandel Nederland

Het is van maatschappelijk belang dat deze balans in de winkelstructuur wordt gerealiseerd. Daartoe levert Detailhandel Nederland een actieve bijdrage en pleit voor vier samenhangende maatregelen:

- Meer coördinatie tussen gemeenten en overkoepelende coördinatie door de provincies met betrekking tot winkellocaties
- De SER-ladder moet worden toegepast.
- Branchering wordt alleen nog maar toegestaan op basis van ruimtelijke ordeningsmotieven, niet op basis van economische motieven.
- Winkelometers zonder toekomst moeten worden opgeruimd.

Regionale afstemming

Regionale afstemming bij het ontwikkelen van winkelgebieden is nu niet verplicht en verloopt gebrekkig. Nu is het zo dat gemeenten niet of nauwelijks hun locatiebeleid coördineren met andere gemeenten. Daarbij is van belang dat de gemeentebegroting veelal is gebaseerd op uitgifte van grond voor onder andere winkellocaties. Daarom moeten gemeenten over een afgestemde (detailhandel-)structuurvisie beschikken. Afwijken van de structuurvisie is niet gewenst.

De meeste provincies geven geen hoge prioriteit aan hun regierol, waardoor de benodigde regionale afstemming van bovenlokale initiatieven ontbreekt. Hoewel de nieuwe Wet ruimtelijke ordening provincies de mogelijkheid geeft anticiperend bij gemeenten te sturen en in te grijpen, is in de praktijk het provinciaal detailhandelsbeleid vrij abstract. Detailhandel Nederland pleit ervoor dat provincies zich proactief opstellen en hun regierol serieus nemen, zodat individuele gemeenten geen winkelinitiatieven kunnen (laten) ontwikkelen zonder dat het bovenlokale effect wordt meegewogen. Provincies kunnen bij verordening regels stellen voor bestemmingsplannen. Dat biedt provincies bijvoorbeeld de mogelijkheid om een aangepaste IPO-richtlijn of een geoperationaliseerde SER-ladder aan gemeenten voor te schrijven, waardoor een aantal uniforme uitgangspunten kan worden geborgd.

Een heldere gemeentelijke visie en een goede provinciale regie zorgen ervoor dat er gecoördineerd beleid en integrale plannen ontstaan. Bovendien worden makkelijker de door de Europese Dienstenrichtlijn verboden concurrentieaspecten buiten de besluitvorming gehouden (zie kader Dienstenrichtlijn). Een actieve regierol van de provincies waarborgt dat ruimtelijke ordeningsmotieven een bepalende rol spelen en dat die motieven ook leiden tot locatiebeleid op basis van een gedegen visie op de gewenste winkelstructuur.

Strikter ruimtelijk ordenen door toepassing SER-ladder

Steeds meer winkeliers verbreden hun aanbod buiten de traditionele assortimenten. Steeds meer winkels bieden een steeds diverser aanbod aan. Met deze ervaring dat branchegrenzen vervagen en dat handhaving van deze grenzen in de meeste situaties uitblijft, groeit de behoefte aan een effectiever ruimtelijk ordeningsmechanisme dan branchering. Daarom moet in de plaats van branchering strikter ruimtelijk worden geordend in lijn met de de SER-ladder: