Effectanalyse

Hoofdbranche ‘bruin- en witgoed’

Gemeente Enschede



Rho

ADVISEURS VOOR LEEFRUIMTE

Enschede

Effectanalyse hoofdbranche 'bruin- en witgoed'

ruimtelijk-economisch onderzoek

identificatie

projectnummer:

015300.20200317

projectleider:

M.G.M.C. Geerts, MSc.

auteur(s):

M.G.M.C. Geerts, MSc.
mw. J.G. Breukelman, MSc.

planstatus

datum:

16-10-2020

opdrachtgever:

gemeente Enschede

ing. R.G.M. Louwes

Weena 505
postbus 150
3000 AD Rotterdam
T: 010-20 18 555
E-mail: info@rho.nl

aangesloten bij: UID INGENIEURS BNSP

Rho
ADVISEURS VOOR LEEFRUIMTE

© Rho Adviseurs bv
Niets uit dit drukwerk mag door anderen dan de opdrachtgever worden verveelvoudigd en/of openbaar gemaakt door middel van druk, fotokopie, microfilm of op welke andere wijze dan ook zonder voorafgaande toestemming van Rho Adviseurs bv, behoudens voorzover dit drukwerk wettelijk een openbaar karakter heeft gekregen. Dit drukwerk mag zonder genoemde toestemming niet worden gebruikt voor enig ander doel dan waarvoor het is vervaardigd.

Inhoud

1. Inleiding **3**
- 1.1. Aanleiding 3
- 1.2. Vraagstelling 4
- 1.3. Leeswijzer 5

2. Analyse **7**
- 2.1. Ontwikkeling winkelaanbod hoofdbranche 'bruin- en witgoed' 7
  - 2.1.1. Lokaal 7
  - 2.1.2. Regionaal 10
  - 2.1.3. Landelijk 11
  - 2.1.4. Conclusie 14
- 2.2. Marktontwikkelingen 14
  - 2.2.1. Ontwikkeling koopstromen 14
  - 2.2.2. Marktruimte 15
  - 2.2.3. Conclusie 16
- 2.3. Locatieonderzoek 17
- 2.4. Conclusie 18

3. Conclusies en aanbevelingen **21**
- 3.1. Conclusies 21
- 3.2. Aanbevelingen 22

Bijlagen:

1 Ontwikkelingen winkelaanbod hoofdbranche bruin- en witgoed

2 Winkelgebiedstyperingen Nederland Locatus

3 Retail Risk Index winkelgebieden 100.000 tot 175.000 inwoners

2 Inhoud

1. Inleiding

1.1. Aanleiding

De gemeente Enschede heeft onlangs een nieuw detailhandelsbeleid vastgesteld in 2019: Retail in Enschede. Dit beleid is gericht op clustering van voorzieningen (winkels, horeca en dienstverlening). Clustering is gewenst in de volgende gebieden:

- Binnenstad
- Winkelcentra in de wijk
- Woonplein en Zuiderval

In de binnenstad ligt de nadruk op recreatief winkelen (funshoppen), de wijkwinkelcentra op de dagelijkse boodschappen en op het Woonplein en Zuiderval op doelgerichte aankopen binnen de branchegroep in/om huis. Het Woonplein en Zuiderval zijn zogenaamde perifere detailhandelsclusters. Volgens het beleidskader zijn de volgende branches op het Woonplein toegestaan:

- Doe-het-zelf (waaronder bouwmarkten)
- Plant & dier (waaronder tuincentra inclusief dierbenodigdheden)
- Detailhandel in keukens, badkamers, sanitair, tegels en zonwering
- Detailhandel in tenten, kampeerartikelen, caravans
- Detailhandel in automaterialen
- Detailhandel in auto's, motoren, boten
- Detailhandel in grove bouwmaterialen, landbouwwerktuigen

Het beleidskader Retail in Enschede is gewijzigd vastgesteld. In de oorspronkelijke versie van het beleidskader was ook de branche 'witgoed en elektronica' opgenomen in de branchering voor het Woonplein in Enschede; deze branche komt overeen met de hoofdbranche bruin- en witgoed van Locatus.
De branche 'witgoed en elektronica' is geschrapt omdat, zo is door de gemeenteraad overwogen, deze branche een belangrijk onderdeel vormt van het winkelaanbod in binnenstad van Enschede. Er is echter niet onderzocht welke effecten de branche 'bruin- en witgoed' op de vitaliteit van de binnenstad van Enschede heeft.

Uitspraak Afdeling bestuursrechtspraak
Vrij recent heeft Retailplan B.V. een vergunningaanvraag ingediend voor brancheverruiming op de locatie Spaansland 11 (winkelgebied Zuiderval) voor de verkoop van sportartikelen, kampeerartikelen, bruin- en witgoed, elektronica en huishoudelijke artikelen. In de procedure is destijds aangetoond dat branches zoals elektronica en sportartikelen een positief effect hebben op de aantrekkingskracht van de binnenstad van Enschede (KSO Oost-Nederland, 2015). Om deze reden zou volgens de gemeente Enschede brancheverruiming op de locatie Zuiderval niet gewenst zijn. Deze argumentatie heeft de Raad van State beoordeeld in de uitspraak en ingestemd met de gemeentelijke weigering en de hiervoor gegeven motivering (26 februari 2020; ECLI:NL:RVS:2020:616).

Rho adviseurs is gevraagd om een effectanalyse uit te voeren voor de specifieke hoofdbranche 'bruin- en witgoed' in Enschede. Hierbij worden onder andere de onderzoeken die in de procedure van Retailplan zijn ingebracht, betrokken.

1.2. Vraagstelling

De hoofdvraag van de effectanalyse is als volgt geformuleerd:

'In hoeverre is de hoofdbranche 'bruin- en witgoed' van belang voor het functioneren en de vitaliteit van de binnenstad van Enschede en wat zijn de eventuele effecten van de verplaatsing van deze branche naar een perifere detailhandelslocatie?'

Om de hoofdvraag te beantwoorden zijn enkele (deel)onderzoeken en analyses uitgevoerd:

1. **Ontwikkeling van het winkelaanbod aan 'bruin- en witgoed'** (2010-2020). Om het economisch functioneren van een specifieke branche te beoordelen is de ontwikkeling van het winkelaanbod in de branche 'bruin- en witgoed' op verschillende schaalniveaus in kaart gebracht.
    a. **Lokaal** (stad Enschede)
        i. De ontwikkeling van het aantal formules in de branche 'bruin- en witgoed'.
        ii. De ontwikkeling en spreiding van het aanbod in de stad Enschede naar type winkelgebied.
        iii. De ontwikkeling van de Retail Risk Index binnenstad Enschede.
    b. **Regionaal** (vergelijking aanbod Enschede met Almelo en Hengelo)
        i. De ontwikkeling van het aantal formules in de branche 'bruin- en witgoed'.
        ii. De ontwikkeling en spreiding van het aanbod aan 'bruin- en witgoed' in de regio naar type winkelgebied.
        iii. Ontwikkeling van de RRI rondom grootschalige formules (> 1.000 m^2 wvo / BCC en MediaMarkt).
    c. **Landelijk** (vergelijking aanbod Enschede met de inwonersklasse 100.000 t/m 175.000)[1]
        i. De ontwikkeling van het aantal formules in de branche 'bruin- en witgoed'.
        ii. De ontwikkeling en spreiding van het aanbod aan 'bruin- en witgoed' naar type winkelgebied.
        iii. Ontwikkeling van de Retail Risk Index (RRI) rondom grootschalige formules (> 1.000 m^2 wvo / BCC en MediaMarkt).
        iv. Onderzoek naar relatie tussen branche 'bruin- en witgoed' en leegstand in centrumgebieden en PDV-gebieden binnen de inwonersklasse 100.000 t/m 175.000 (indien mogelijk).
2. **Marktontwikkelingen.** Naast de aanbodgegevens is inzicht gewenst in de marktontwikkelingen van de branche 'bruin- en witgoed'. Hierbij komen de volgende zaken aan bod:
    a. Ontwikkeling koopstromen Enschede voor de periode 2010-2015-2020.
    b. Ontwikkeling marktruimte Enschede in de periode 2010-2020-2030. Naast de ontwikkeling willen we ook vooruitkijken voor de komende 10 jaar door trends door te zetten. Voor de marktruimte zijn de volgende analyses uitgevoerd:
        i. Ontwikkeling bestedingscijfers, gemiddeld omzet per m^2 wvo en gemiddeld winkelaanbod per 1.000 inwoners
        ii. Distributieplanologisch onderzoek voor Enschede.
3. **Locatieonderzoek: beschikbaarheid panden in de binnenstad.** Tot slot willen is onderzocht in hoeverre de panden in de binnenstad van Enschede geschikt zijn voor de vestiging van winkels in de branche 'bruin- en witgoed'. Hierbij is gekeken naar: de omvang van de panden, de huurprijzen en de gemiddelde duur van de leegstand.

[1] Amersfoort, Apeldoorn, Arnhem, Breda, Delft, Dordrecht, Enschede, Haarlem, Leiden, Maastricht, Nijmegen, 's-Hertogenbosch, Zoetermeer en Zwolle

1.3. Leeswijzer

In hoofdstuk 2 zijn de deelonderzoeken en analyses opgenomen. De belangrijkste conclusies en aanbevelingen zijn in hoofdstuk 3 geformuleerd.

6 Inleiding

2. Analyse

Om het effect van de hoofdbranche ‘bruin- en witgoed’ op de vitaliteit van de binnenstad in Enschede te onderzoeken zijn in dit hoofdstuk een aantal analyses uitgevoerd. Deze analyses zijn gericht op:

- de ontwikkeling van het winkelaanbod in deze hoofdbranche;
- de marktontwikkelingen binnen deze hoofdbranche;
- locatieonderzoek.

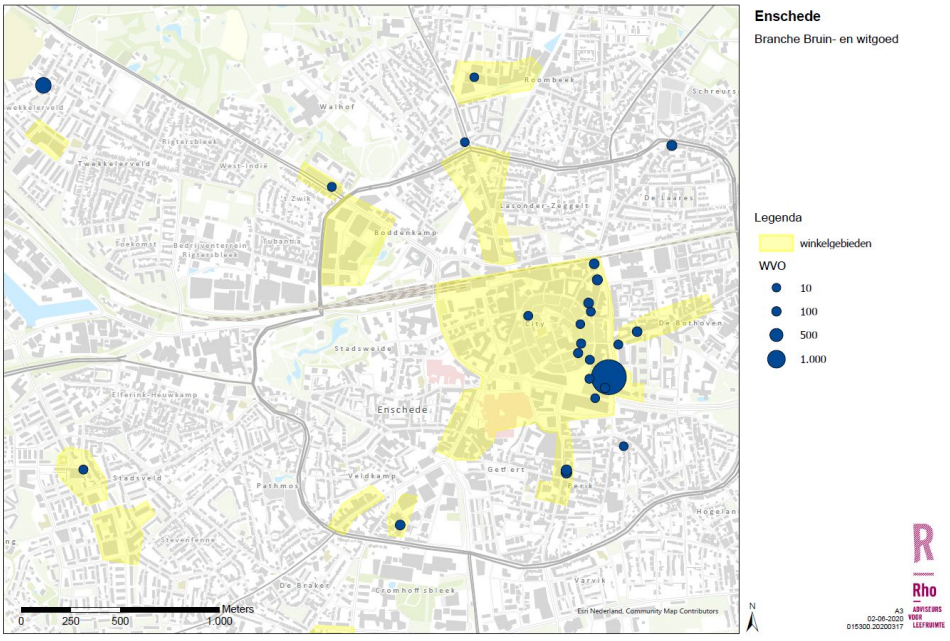
2.1. Ontwikkeling winkelaanbod hoofdbranche ‘bruin- en witgoed’

2.1.1. Lokaal

Om een beeld te krijgen van de omvang en situatie van de ‘bruin- en witgoed’ branche in Enschede zijn de ontwikkelingen in het winkelaanbod, de ontwikkeling van het aantal formules en de ontwikkeling van de Retail Risk Index van Enschede in beeld gebracht. In deze paragraaf worden hiervan de hoofdlijnen weergegeven. Bijlage 1 bevat een uitgebreide toelichting.

Omvang winkelaanbod

In Enschede zijn momenteel 28 winkels binnen de hoofdbranche ‘bruin- en witgoed’ met een totaal oppervlak van 6.300 m^2 wvo gevestigd. Van het aantal winkels binnen ‘bruin- en witgoed’ is 46% in het centrum van Enschede gevestigd en 62% van de totale omvang in m^2 wvo. In figuur 2.1 is de spreiding van dit aanbod op kaart weergegeven.



Figuur 2.1 Spreiding van winkels in de hoofdbranche ‘bruin- en witgoed’ in Enschede (bron: Locatus, 2020; *bewerking Rho*)

Ontwikkeling winkelaanbod
Het aantal verkooppunten binnen de hoofdbranche 'bruin- en witgoed' is de afgelopen jaren flink afgenomen. In 2010 waren er 57 winkels in 'bruin- en witgoed', in 2020 zijn dat er 28 (Locatus, 2010, 2020). Dit is een halvering van het aantal winkels. Deze afname heeft voornamelijk plaatsgevonden in de buurtcentra, op verspreide gelegen winkellocaties (hierna verspreide bewinkeling) en zeker ook in het centrum van Enschede. Hetzelfde beeld is te zien wanneer gekeken wordt naar de omvang van de hoofdbranche 'bruin- en witgoed. Ook hier gaat het om bijna een halvering van de omvang (van 11.100 m^2 naar 6.300 m^2).

In het centrum van Enschede zijn zowel kleinere winkels als grotere winkels verdwenen. Op de verspreide bewinkeling en in verschillende wijkcentra zijn met name de kleinere winkels vertrokken. De gemiddelde omvang per verkooppunt in Enschede is toegenomen van gemiddeld 195 m^2 wvo per winkel in 2010 naar 224 m^2 wvo per winkel in 2020, een stijging van 15%.

Ontwikkeling formulebedrijven
Filialisering is een belangrijke trend binnen de detailhandelsmarkt. Zo ook binnen de hoofdbranche 'bruin- en witgoed'. Belangrijke spelers binnen deze branche zijn formulebedrijven als Coolblue, MediaMarkt en BCC. Waren er oorspronkelijk nog verschillende formules zoals It's, Prijstopper, Harense Smid en Micro Electro in het winkelaanbod vertegenwoordigd, in feite zijn MediaMarkt en BCC de enige grote spelers die zijn overgebleven.

In Enschede is het aantal formulebedrijven de afgelopen jaren gedaald. In 2010 waren er 22 verschillende formules in Enschede gevestigd, in 2020 zijn dat er nog maar 7. Het resterende aantal formules is een derde van het oorspronkelijke formuleaanbod. Dit komt met name doordat een aantal formulebedrijven van het toneel zijn verdwenen en slechts enkele grote spelers zijn overgebleven. Daarnaast is de ontwikkeling van het aanbod op het Plein Westermaat in Hengelo van invloed geweest op de terugloop van het aantal bruin- en witgoedzaken in Enschede.

Retail Risk Index
Voor Enschede is het prognosemodel Retail Risk Index (RRI) van dataleverancier Locatus uitgewerkt. De RRI brengt het risicoprofiel van winkels en winkelgebieden in kaart. De RRI kwantificeert het risicoprofiel van een winkelpand via vier performance-indicatoren:

1. **Pandindex:** Prestaties van het winkelpand tot op heden.
2. **Straatindex:** Ontwikkeling van de invulling van winkelpanden in de straat rond het winkelpand.
3. **Branche-index:** Ontwikkeling van de branche die actief is in het pand.
4. **Vraag & aanbodindex:** Verhouding tussen vraag-aanbod van de branche die actief is in het pand (in de directe omgeving).

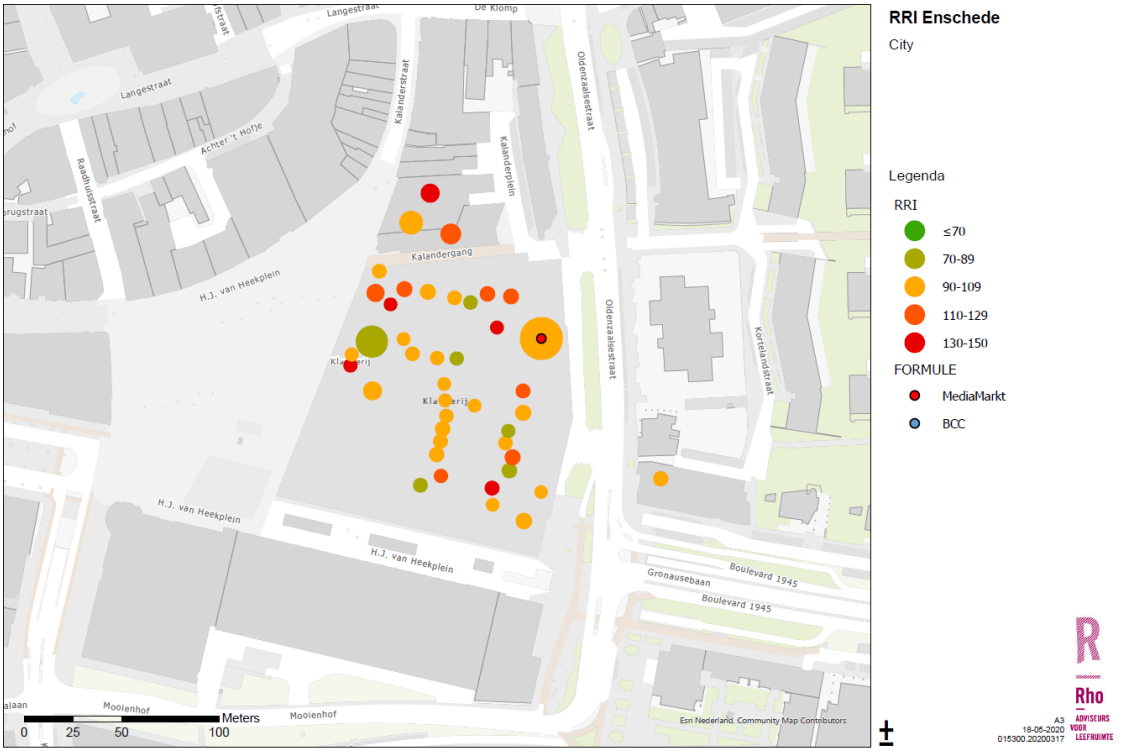
Met de RRI ontstaat het inzicht voor welke winkelgebieden, -straten en –panden de continuïteit van de huidige ondernemers, branches en detailhandelsvestigingen risicovol zijn of juist goed functioneren. De index biedt een goede onderbouwing voor beleidskeuzen. De werking van de RRI-index/score is vergelijkbaar met verkeerslichten (figuur 2.2): het geeft een waarschuwing en heeft een voorspellende functie als het gaat om leegstand. Panden met een hoge score (rood) komen op termijn mogelijk leeg te staan.



Figuur 2.2 Stoplichtmodel RRI (bron: Locatus, 2020)

In figuur 2.3 zijn de RRI-scores van de omliggende winkelpanden binnen een straal van 100 meter van de grootst aanbieder, de MediaMarkt, weergegeven. MediaMarkt heeft een RRI-score van 95 en wordt daarmee geclassificeerd als winkelpand met risico (index 90 tot 110). Deze score heeft voornamelijk te maken met de hoge branche-index van de 'bruin- en witgoed'-branche. 'Bruin- en witgoed' heeft een negatieve branche-ontwikkeling. Dit heeft onder ander te maken met de toename van onlineverkopen. Deze hoge index voor de branche is van invloed op de totale RRI van dit specifieke winkelpand van MediaMarkt.

Opvallend is dat een groot deel van de omliggende panden ook aangemerkt wordt als een risico (oranje). Veel panden hebben een (hoog) risico, een aantal zelfs een zeer hoog risico. De omliggende panden hebben een gemiddelde RRI-score van 105 en scoren 10% hoger dan MediaMarkt. Uit de RRI-analyse blijkt niet dat MediaMarkt zorgt voor een beter functioneren van de omliggende winkels. Wanneer dit wel het geval zou zijn zou verwacht worden dat de omliggende panden een beter risicoprofiel hebben (beperkt risico of zeer beperkt risico). In dit geval is daar in het centrum van Enschede geen sprake van. Rondom supermarkten kleuren de winkels bijvoorbeeld veel groener en is duidelijk dat de supermarkt zorgt voor een stabiel winkelaanbod. De MediaMarkt heeft dus niet de aantrekkingskracht van een supermarkt in een centrumgebied.



Figuur 2.3 RRI Enschede Klanderij (bron: Locatus, 2020; *bewerking Rho adviseurs*)

2.1.2. Regionaal

Om een beeld te krijgen van de omvang en situatie van de 'bruin- en witgoed' branche in Enschede in relatie tot de omliggende regio is een vergelijking gemaakt met de situatie van de branche in Almelo en Hengelo. Daaruit wordt duidelijk dat het aantal formules in deze branche sterk is afgenomen als gevolg van het failliet gaan van formules, samenvoeging van formules en sterke opkomst van online-aankopen. In de bruin- en witgoedbranche heeft zich een opvallend sterke sanering van formules voorgedaan. Dit heeft tegelijkertijd geresulteerd in een schaalvergroting van winkels. Daarnaast is het regionale beleid en daaruit voortkomende ontwikkeling van het Plein Westermaat in Hengelo van invloed geweest op de afname van het winkelbestand in deze branche in Enschede en Almelo.

Omvang winkelaanbod rondom Enschede

In Almelo zijn momenteel 16 winkels binnen de hoofdbranche 'bruin- en witgoed' gevestigd met een totaal oppervlak van 1.924 m^2 wvo. Een groot deel van deze winkels en van de omvang van het winkelaanbod is gevestigd in het centrum van Almelo (hoofdwinkelgebied klein) en in de wijkcentra (tabel 2.3).

In Hengelo zijn er momenteel 24 winkels binnen de hoofdbranche 'bruin- en witgoed' aanwezig, met een totaal oppervlak van 8.211 m^2 wvo. Meer dan de helft van deze winkels is gelegen in het centrum van Hengelo (hoofdwinkelgebied klein). De grootste winkels binnen de branche zijn gevestigd in de grootschalige concentratie Westermaat Plein. Daar zijn zowel MediaMarkt als BCC gevestigd. Dit vloeit voort uit het regionale beleid, gericht op ontwikkeling van deze concentratie.

Ontwikkeling winkelaanbod rondom Enschede

Het aantal verkooppunten in de branche is zowel in Almelo, Hengelo als Enschede gedaald. In Enschede heeft de grootste daling plaatsgevonden in de buurtcentra en verspreide bewinkeling, terwijl in Hengelo en Almelo voornamelijk het aantal winkels in het centrum is afgenomen. In Hengelo heeft de ontwikkeling van het Plein Westermaat voor afname van winkels in het centrum gezorgd.

Ontwikkeling formulebedrijven

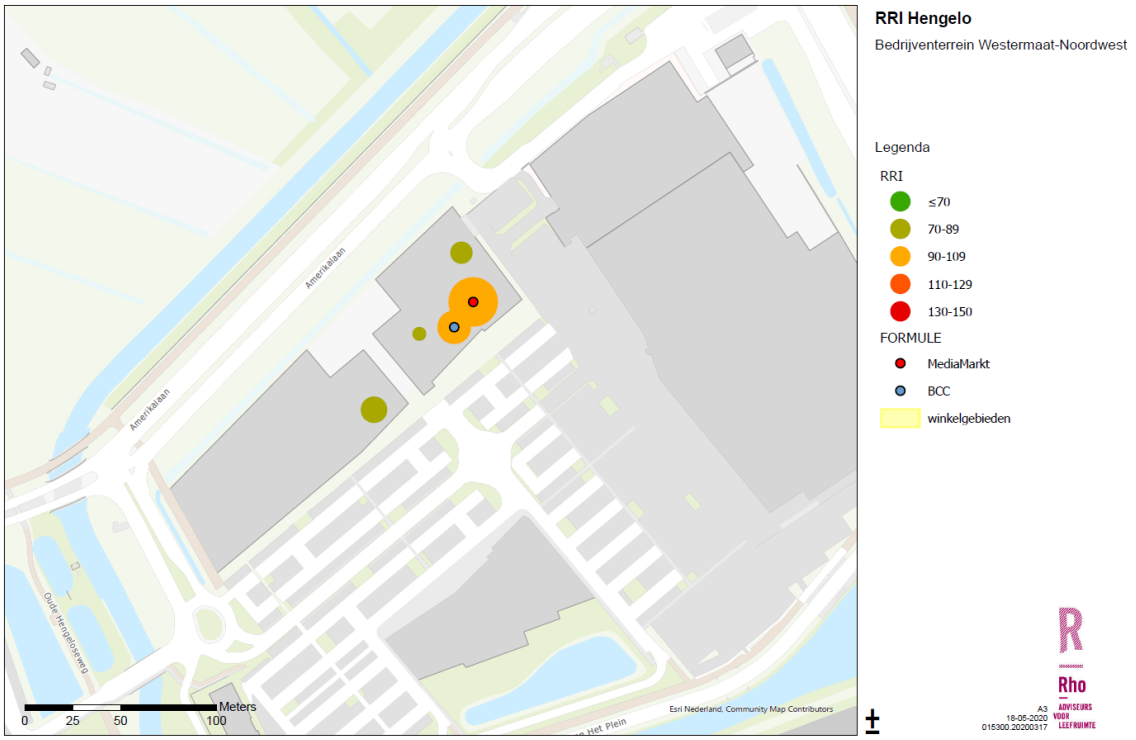
In Almelo en Hengelo is het aantal formulebedrijven de afgelopen jaren gedaald. In 2010 waren er 16 verschillende formules in Almelo gevestigd, in 2020 zijn dat er nog maar 9. In Hengelo waren er in 2010 17 verschillende formules gevestigd, in 2020 zijn dat er 11.

In Enschede en Hengelo is het aandeel van alle winkels in de hoofdbranche 'bruin- en witgoed' dat van een formulebedrijf is, gedaald. In Almelo is het aandeel formulewinkels juist gestegen. In de totale omvang van de hoofdbranche 'bruin- en witgoed' is het aandeel van formulebedrijven in Almelo en Hengelo net als in Enschede afgenomen.

Retail Risk Index

Voor Hengelo is de Retail Risk Index van Locatus uitgewerkt (figuur 2.4). In Hengelo zijn op Plein Westermaat zowel een MediaMarkt als BCC gevestigd. Deze hebben een RRI-score van respectievelijk 106 en 107. Deze zijn dus aangemerkt als winkelpand met risico.
De omliggende panden in een straal van 100 meter hebben een gemiddelde RRI-score van 75%. Deze winkels hebben een beperkt risico en functioneren goed. Geconcludeerd kan worden dat het omliggende aanbod op deze grootschalige locatie goed functioneert, in tegenstelling tot het centrum van Enschede waar de panden rondom de MediaMarkt een hoger risicoprofiel hebben.
De winkels op een perifere locatie zoals Plein Westermaat hebben voornamelijk een doelgericht bezoekmotief. De verwachting is dat hier het overige aanbod profiteert van de aanwezigheid van MediaMarkt en BCC.

In Almelo is geen grote speler zoals MediaMarkt of BCC gevestigd. Vandaar dat er geen RRI-analyse voor Almelo is uitgevoerd.



Figuur 2.4 RRI Plein Westermaat Hengelo (bron: Locatus, 2020; *bewerking Rho)*

2.1.3. Landelijk

De omvang van de hoofdbranche 'bruin- en witgoed' van Enschede is vergeleken met de regio en het gemiddelde in kernen van een vergelijkbare kernen in Nederland. Dit gaat om kernen met een inwonertal van 100.000 tot 175.000: Amersfoort, Apeldoorn, Arnhem, Breda, Delft, Dordrecht, Enschede, Haarlem, Leiden, Maastricht, Nijmegen, 's-Hertogenbosch, Zoetermeer en Zwolle.

Omvang winkelaanbod

Landelijk

In totaal zijn er binnen de inwonersklasse 100.000 tot 175.000 362 winkels binnen de hoofdbranche 'bruin- en witgoed', met een totale oppervlakte van 78.000 m^2 wvo (Locatus, 2020) aanwezig. Het grootste aandeel van de winkels in de hoofdbranche 'bruin- en witgoed' is gevestigd in de binnenstad (34%). Daarnaast zijn er relatief veel winkels gevestigd in de hoofdwinkelgebieden en de binnenstedelijke winkelstraat.

Qua omvang is het aandeel in de hoofdwinkelgebieden en binnenstedelijke winkelstraten minder groot. Dit geeft aan dat het oppervlak per winkel hier lager ligt. Op de grootschalige concentraties is het grootste oppervlak aan 'bruin- en witgoed' gevestigd (23%). Het aandeel van winkels is hier maar 3%. De winkels op grootschalige concentraties zijn dus groter dan het gemiddelde.

Enschede

Ook in Enschede is het aandeel van winkels in 'bruin- en witgoed' het grootst in het centrumgebied. Ten opzichte van het landelijke beeld heeft Enschede relatief veel winkels in het centrumgebied. De omvang van de branche op grootschalige locaties is in Enschede zeer klein in vergelijking met het landelijke gemiddelde in vergelijkbare plaatsen (qua inwonertal). Dit is het resultaat van jarenlang gevoerd beleid.

Aantal winkels

Landelijk

Het totaal aantal verkooppunten binnen de hoofdbranche 'bruin- en witgoed' is de afgelopen jaren binnen de inwonersklasse 100.000-175.000 afgenomen. In 2010 waren er 650 winkels in 'bruin- en witgoed', in 2020 is dit bijna gehalveerd naar 350 winkels (Locatus, 2010, 2020). In ieder winkelgebied is

het aantal winkels afgenomen, maar de afname heeft voornamelijk plaatsgevonden in de binnensteden en hoofdwinkelgebieden.

Ook de totale omvang van de hoofdbranche 'bruin- en witgoed' is flink afgenomen. Van 117.000 m^2 wvo in 2010 naar 78.000 m^2 wvo in 2020 (Locatus, 2010, 2020). Hier is voor een deel hetzelfde beeld te zien als in de ontwikkeling van het aantal winkels. In de binnensteden en hoofdwinkelgebieden is de omvang van de branche flink afgenomen. In de buurtcentra en grootschalige concentraties is de omvang juist toegenomen.

Enschede
In Enschede is dezelfde landelijke trend in afname van het aantal winkels te zien. In de meeste winkelgebieden heeft een vergelijkbare afname in winkels plaatsgevonden. In de buurtcentra is in Enschede echter het aantal winkels sterker afgenomen en is het aantal winkels (één) op een grootschalige concentratie stabiel gebleven.

Ook in de toe- en afname van de omvang van de hoofdbranche 'bruin- en witgoed' is in Enschede een trend te zien die vergelijkbaar is met de landelijke trend. Op de grootschalige concentraties heeft schaalvergroting plaatsgevonden. Het aantal winkels is iets afgenomen, maar de omvang is toegenomen. Over het algemeen is het beeld dat de afname van het aantal winkels groter is dan de afname van de omvang. De trend in Enschede sluit aan op de landelijke trend.

Ontwikkeling formulebedrijven
In de totale omvang van de hoofdbranche 'bruin- en witgoed' is het aandeel van formulebedrijven in de inwonersklasse 100.000-175.000 afgenomen. De gemiddelde omvang van alle winkels is met 19% toegenomen. De gemiddelde omvang van een winkel van een filiaalbedrijf is meer toegenomen, namelijk met 46%. In Enschede is in vergelijking met deze landelijke trend de gemiddelde omvang van een filiaalbedrijf meer toegenomen (+56%).

Retail Risk Index
Net als voor Enschede en Hengelo is ook voor de kernen binnen de inwonersklasse 100.000 tot 175.000 de Retail Risk Index uitgewerkt. Om goed inzicht te krijgen en een vergelijking te kunnen maken met Enschede zijn de winkelgebieden geselecteerd waarin een MediaMarkt en/of BCC is gevestigd. De RRI is uitgewerkt voor de panden binnen een straal van 100 meter om een beeld te krijgen van het functioneren van de nabijgelegen winkels. Tabel 2.5 geeft een overzicht van de geselecteerde winkelgebieden.

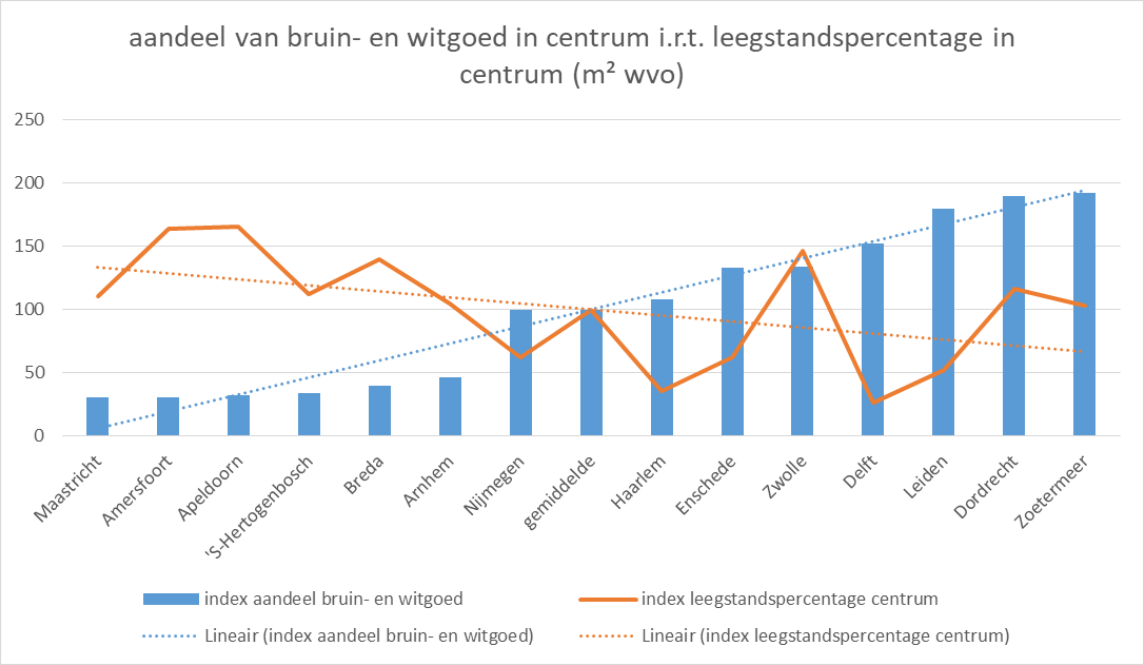
Tabel 2.5 RRI-scores MediaMarkt en BCC in relatie tot de omliggende panden, per winkelgebied in de inwonersklasse 100.000 tot 175.000 (bron: Locatus, 2020)

	MediaMarkt	BCC	omliggende panden	verschil	winkelgebiedstype	verschil
Dordrecht centrum	110		107	3%	Binnenstad	3%
Arnhem Steenstraat	109		106	3%	Binnenstedelijke winkelstraat	
Amersfoort Amsterdamsestraat		101	73	38%	Grootschalige concentratie	17%
Apeldoorn De Voorwaarts	106		105	1%	Grootschalige concentratie	
Apeldoorn Europaweg		106	90	18%	Grootschalige concentratie	
Arnhem Meubelplein Arnhem-Zuid		106	102	4%	Grootschalige concentratie	
Breda Kruisvoort	100	102	83	22%	Grootschalige concentratie	
's-Hertogenbosch Bossche Boulevard	102	102	88	16%	Grootschalige concentratie	

Op basis van de analyse van de RRI-gegevens van de winkelgebieden met een MediaMarkt of BCC kan geconcludeerd worden dat vestiging van deze winkels in het centrum niet zorgt voor een beter functioneren van winkels in de nabijheid. Uit de analyse kan niet eenduidig worden opgemaakt dat winkels in de centra kunnen profiteren van de aanwezigheid van een MediaMarkt of BCC. Er kan niet geconcludeerd worden dat een MediaMarkt en/of cruciaal zijn voor het functioneren van winkels in een centrumgebied.

In PDV-gebieden (grootschalige concentratie) is wel een positieve relatie te onderscheiden. In p deze gebieden hebben de omliggende winkels gemiddeld genomen een beduidend lager risicoprofiel. Winkels in 'bruin- en witgoed' zoals MediaMarkt en BCC passen goed bij het doelgerichte karakter van deze winkelgebieden. De aanwezigheid van bruin- en witgoedwinkels heeft in deze winkelgebieden een positieve invloed op het functioneren van het overige aanbod.

Relatie 'bruin- en witgoed' en leegstand
Onderdeel van de onderzoeksvraag of de 'bruin- en witgoed'-branche van cruciaal belang is voor de vitaliteit van een centrumgebied in relatie met de leegstand. Om deze relatie te onderzoeken is het leegstandspercentage in centrumgebieden geanalyseerd ten opzichte van het aandeel van 'bruin- en witgoed' dat in het centrumgebied is gevestigd. Hier is opnieuw gebruik gemaakt van de kernen die vallen binnen dezelfde inwonersklasse van Enschede, met 100.000 tot 175.000 inwoners.



Figuur 2.5 Relatie tussen het aandeel van 'bruin- en witgoed' dat in het centrum is gevestigd en het leegstandspercentage in een centrum in kernen binnen de inwonersklasse 100.000-175.000 (bron: Locatus, 2020)

Voor de kernen waar het merendeel van 'bruin- en witgoed' buiten het centrum is gevestigd (Maastricht, Amersfoort, Apeldoorn, 's-Hertogenbosch, Breda en Arnhem) leidt een groter aandeel bruin- en witgoed in het centrum tot een lagere leegstand.
Echter voor de overige kernen waar het 'bruin- en witgoed' juist in verhouding meer in het centrum is gevestigd is er geen verband te ontdekken. Zoals te zien in figuur 2.5 fluctueert de omvang van de leegstand te veel om te concluderen dat er verband bestaat tussen het aandeel 'bruin- en witgoed' en het leegstandspercentage in het centrum.

Op basis van de analyse blijkt binnen de steekproef geen verband te bestaan tussen het aandeel van bruin- en witgoed dat in een centrumgebied is gevestigd en het leegstandspercentage in een

centrumgebied. Geconcludeerd kan worden dat 'bruin- en witgoed' geen cruciale hoofdbranche is voor het functioneren van de centrumgebieden binnen de inwonersklasse 100.000 tot 175.000.

2.1.4. Conclusie

In voorgaande paragrafen is de omvang van de hoofdbranche 'bruin- en witgoed' geanalyseerd in relatie tot de omvang binnen de regio (Almelo en Hengelo) en de inwonersklasse met een vergelijkbaar inwonertal.

- Uit de analyse blijkt dat de hoofdbranche in Enschede op een aantal punten vergelijkbaar is met de landelijke situatie in de inwonersklasse 100.00-175.000 en Hengelo. Het grootste deel van de winkels is gevestigd in het centrum, de gemiddelde omvang per verkooppunt is de afgelopen jaren gestegen, en ook de gemiddelde omvang van een formulebedrijf is de afgelopen jaren meer gestegen dan het gemiddelde van alle winkels.
- Landelijk gezien is de omvang van de winkels in de grootschalige concentraties, dus buiten het centrumgebied, groter, net als in Hengelo. De gemiddelde omvang van winkels op deze grootschalige concentraties is groter dan in andere winkelgebieden.
- In Enschede is het belang van dit type winkelgebied echter zeer klein, en was ook in 2010 klein. Dit is een gevolg van het gemeentelijk detailhandelsbeleid, waar deze winkels niet gewenst zijn op perifere winkellocaties.

Uit de analyses van de RRI en de leegstand wordt geconcludeerd dat winkels in 'bruin- en witgoed' niet essentieel zijn voor het functioneren van centrumgebieden. Rondom winkels van MediaMarkt en BCC in centrumgebieden hebben omliggende winkels een hoog risicoprofiel. Deze lijken dan ook niet te profiteren van de aanwezigheid van deze winkels. De relatie tussen het aandeel 'bruin- en witgoed' dat gevestigd is in het centrum en de leegstand in het centrum laat ook geen verband zien. Dit betekent dat de aanwezigheid van deze hoofdbranche in een centrumgebied niet van invloed is op het functioneren van het centrumgebied.

2.2. Marktontwikkelingen

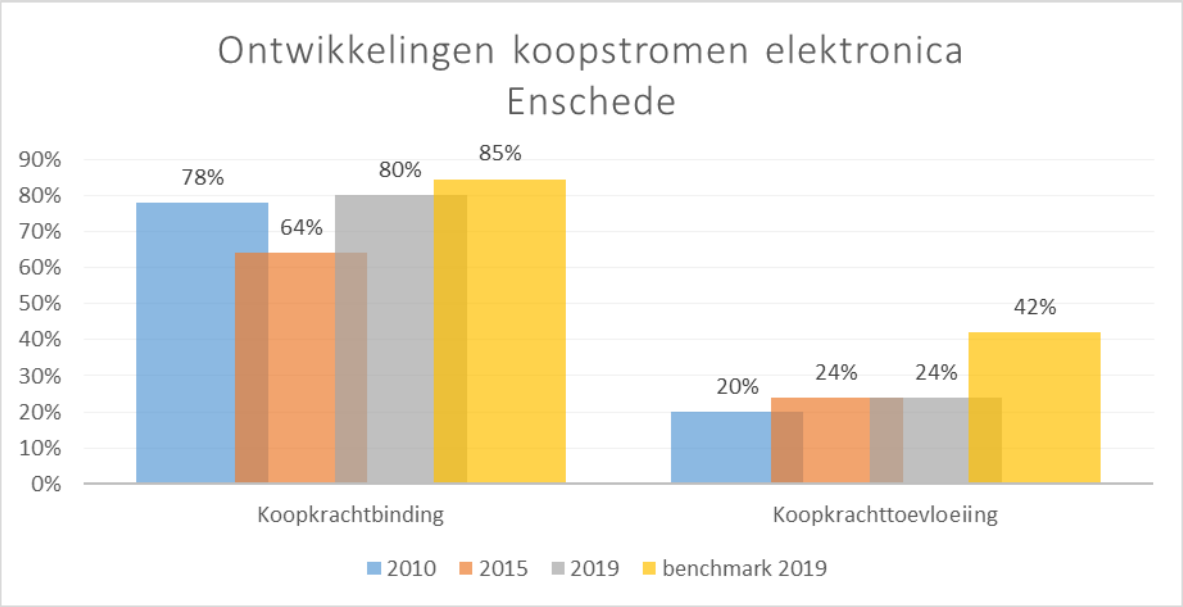
Naast een goed beeld van de omvang van de 'bruin- en witgoed' branche in Enschede en de ontwikkeling daarvan (zie paragraaf 2.1), is het ook van belang om de ontwikkelingen in de markt in beeld te brengen. Dit kan door de koopstromen (herkomst van bestedingen), de kencijfers ten aanzien van bestedingen en de marktruimte door de jaren heen te analyseren.

2.2.1. Ontwikkeling koopstromen

In Enschede is op regelmatige basis koopstromenonderzoek uitgevoerd. Op die manier zijn de koopstromen van en naar de stad zichtbaar voor de jaartallen 2010, 2015 en 2020.

In Enschede zijn de inwoners voornamelijk georiënteerd op de eigen kern. Van de totale bestedingen van de inwoners uit Enschede gaat voor elektronica in 2010 78% naar winkels in Enschede zelf. In 2015 is dit afgenomen naar 64%, maar is voor 2019 weer gestegen naar 80%.
De koopkrachttoevloeiing is de afgelopen jaren gestegen. In 2010 is er sprake van 20% toevloeiing van buiten de kern, naar 24% in 2015 en 2019. Dit geeft aan dat de aantrekkingskracht van de elektronicabranche van Enschede in relatie tot de omgeving is gestegen.

Echter, ten opzichte van de benchmark (vergelijking van Enschede met vergelijkbare kernen qua inwoneraantal) voor de elektronicabranche is het belang van de branche voor Enschede beduidend minder (figuur 2.6). In vergelijkbare kernen is zowel de koopkrachtbinding als koopkrachttoevloeiing hoger dan momenteel in Enschede het geval is. Met name de lagere koopkrachttoevloeiing van Enschede geeft aan dat het aanbod in Enschede minder aantrekkelijk is voor inwoners buiten Enschede. In de regio ligt duidelijk het accent op het winkelaanbod op het Plein Westermaat in Hengelo.



Figuur 2.6 Ontwikkeling van de koopstromen in de branche Elektronica van Enschede (in %) (bron: KSO Oost, 2010, 2015, 2019)

2.2.2. Marktruimte

Op basis van de koopstroomonderzoeken en de kengetallen ten aanzien van bestedingen is een distributieplanologische marktruimteberekening opgesteld. Dit resulteert in een beeld van de marktsituatie van de hoofdbranche 'bruin- en witgoed' van Enschede. Naast de marktontwikkelingen van de afgelopen tien jaar wordt ook vooruitgekeken naar de komende 10 jaar door de trends door te zetten.

Ontwikkeling kencijfers

In de Notitie Omzetkengetallen worden de kengetallen ten aanzien van bestedingen en omzetten per branche in de detailhandel jaarlijks bijgehouden[2]. Door uniform berekende kengetallen publiek toegankelijk te maken kan eenduidig ruimtelijk-economisch onderzoek opgesteld worden.

In tabel 2.8 is de ontwikkeling van de landelijke kencijfers voor de hoofbranche 'bruin- en witgoed' voor de jaren 2010, 2015 en 2018 weergegeven. De bestedingen binnen de branche (winkelomzet per hoofd) zijn de afgelopen jaren afgenomen. In 2010 werd gemiddeld per persoon nog € 210,- uitgegeven aan 'bruin- en witgoed', in 2018 is dit gedaald naar gemiddeld € 170,- per persoon. Ook de vloerproductiviteit (omzet per m^2 wvo) is de afgelopen jaren afgenomen. Dat betekent dat er per vierkante meter winkelvloeroppervlak minder werd omgezet.

Tabel 2.7 Ontwikkeling van de landelijke kencijfers branche bruin- en witgoed (bron: Notitie Omzetkengetallen, 2010, 2015, 2018)

	Winkelomzet per hoofd	Winkelomzet per m^2
2010	€ 210,- (detailhandelsomzet per hoofd)	€ 4.360,-
2015	€ 200,-	€ 3.967,-
2018	€ 170,-	€ 3.934,-

[2] Voorheen werden deze kengetallen opgesteld door het Hoofdbedrijf Detailhandel (HBD) en later de Stichting Detailhandelseconomie en Maatschappij (StiDEM). Het initiatief is daarna voortgezet door INretail en adviesbureaus.

Marktruimteberekening
Om inzicht te krijgen in het functioneren van de 'bruin- en witgoed'-branche is voor de periode 2010-2020-2030 een marktruimteberekening gemaakt. Op basis van de inwonertallen, winkelaanbod, koopstromen en kencijfers van de winkelomzet is de totale mogelijke omzet in Enschede afgezet tegen de omzetclaim. Uit deze berekening volgt een indicatie van de marktruimte binnen de branche. In figuur 2.8 is de distributieplanologische marktberekening weergegeven.

Tabel 2.9 Distributieplanologische marktberekening

	2010	2020	2030	bron
inwonertal Enschede	157.052	158.986	155.330	CBS, 2010, 2020; Primos prognose 2019
gemiddelde winkelomzet per persoon bruin- en witgoed (excl. BTW)	€ 186	€ 150	€ 150	Omzetkengetallen, 2010, 2018
bestedingspotentieel	**€ 29.160.000**	**€ 23.900.000**	**€ 23.350.000**	
koopkrachtbinding (%)	78%	80%	80%	KSO Oost 2015, 2019
gebonden bestedingen €	€ 22.470.000	€ 19.120.000	€ 18.680.000	
koopkrachttoevloeiing (%)	20%	24%	24%	KSO Oost 2015, 2019
koopkrachttoevloeiing €	€ 5.690.000	€ 6.040.000	€ 5.900.000	
totale omzet in Enschede	**€ 28.430.000**	**€ 25.160.000**	**€ 24.580.000**	
gemiddelde vloerproductiviteit per m² wvo bruin- en witgoed (excl. BTW)	€ 4.360	€ 3.934	€ 3.934	Omzetkengetallen, 2010, 2018
te verwachten omvang winkelaanbod (m² wvo)	6.250	6.400	6.250	
omvang winkelaanbod Enschede (m² wvo)	11.114	6.278	6.278	Locatus, 2010, 2020
berekende vloerproductiviteit Enschede (excl. BTW)	€ 2.560	€ 4.010	€ 3.920	
omzetclaim Enschede	**€ 48.460.000**	**€ 24.700.000**	**€ 24.700.000**	
omzet ten opzichte van het gemiddelde	**-41%**	**2%**	**0%**	
ruimte voor ontwikkeling in €	**€ 20.030.000**	**€ 460.000**	**€ -120.000**	
ruimte voor ontwikkeling (m² wvo)	**-4.590**	**120**	**-30**	

Op basis van de marktruimteberekening is te zien dat de markt in 2010 onder druk stond. De omvang van het winkelaanbod was groter dan de te verwachten omvang op basis van het bestedingspotentieel van de inwoners van Enschede en de toevloeiing van omzet. Er was destijds sprake van een duidelijk negatieve marktruimte.

In de afgelopen jaren is het totale aanbod binnen de hoofdbranche 'bruin- en witgoed' fors afgenomen, zoals ook al in voorgaande paragrafen in beeld is gebracht. Met een winkelaanbod van 6.300 m² wvo en een verbeterde koopkrachtbinding en koopkrachttoevloeiing is de markt meer richting een evenwicht gegroeid. Het aanbod aan bruin- in witgoed is momenteel in evenwicht met het te verwachten aanbod. Enige uitbreidingsruimte is momenteel zelfs nog mogelijk binnen de bandbreedte van duurzaam-economisch functioneren. Ook wanneer naar de komende planperiode wordt gekeken, blijft de markt in evenwicht, ondanks een verwachte bevolkingskrimp.

2.2.3. Conclusie
Op basis van de koopstroomgegevens van Enschede in vergelijking tot de benchmark (vergelijkbare kernen) is duidelijk te zien dat het belang van de 'bruin- en witgoed'-branche kleiner is dan te verwachten is op basis van het gemiddelde in vergelijkbare kernen (op basis van inwonertal). De verklaring hiervoor is de regionale keuze voor concentratie van dit soort winkels op Plein Westermaat in

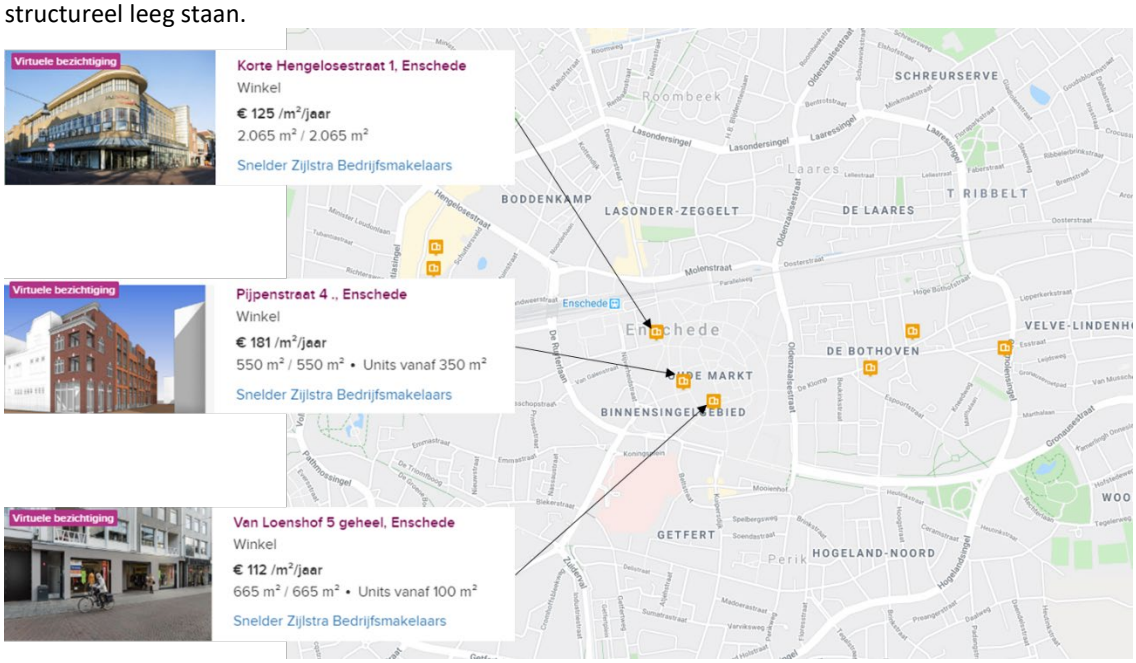
Hengelo. De afgelopen jaren is de positie wel verbeterd, de koopkrachtbinding en koopkrachttoevloeiing zijn ten opzichte van 2010 toegenomen. Ditzelfde beeld is te zien op basis van het distributieplanologische marktonderzoek. De branche functioneert nu rond een evenwicht, waar deze tien jaar geleden nog onder druk stond. De branche in Enschede functioneert momenteel goed ondanks de dalende omzetten per persoon en vloerproductiviteit in 'bruin- en witgoed'.

2.3. Locatieonderzoek

Een van de aanleidingen voor dit onderzoek is de vraag om brancheverruiming in de perifere winkelgebieden naar 'bruin- en witgoed'. De vraagstelling is dat wanneer winkels binnen deze hoofdbranche vertrekken uit het centrum, de winkelpanden niet eenvoudig gevuld zullen worden door andere winkels omdat dit vaak winkels van grotere omvang zijn. Onderzocht is in hoeverre de panden in de binnenstad van Enschede geschikt zijn voor de vestiging van winkels in de branche 'bruin- en witgoed'.

Winkels binnen de branche 'bruin- en witgoed' hebben over het algemeen een groter oppervlak nodig. In de analyse naar beschikbare panden in de binnenstad van Enschede is daarom geselecteerd op panden groter dan 500 m^2. In de binnenstad van Enschede staan (6 mei 2020) 64 panden leeg, waarvan slechts vier panden groter dan 500 m^2 (Locatus, 2020). In deze gegevens uit Locatus wordt het voormalige V&D- en Hudson's Bay-pand nog aangemerkt als leegstand. Het pand is inmiddels voor een deel weer ingevuld. De supermarkt 2Brüder heeft hier op de begane grond zijn deuren geopend. Ook zijn er plannen om de tweede en derde verdieping te vullen. Ook twee andere panden die volgens Locatus als leegstaand zijn aangemerkt, zijn inmiddels verkocht of worden tijdelijk verhuurd. Dit is een indicatie dat leegstaande panden van dit formaat relatief snel weer worden ingevuld.

Naast de leegstandscijfers van Locatus is ook via Funda in Business geïnventariseerd welke winkelpanden momenteel te koop of te huur worden aangeboden. In het centrum van Enschede worden momenteel 3 panden groter dan 500 m^2 aangeboden (figuur 2.9). Het pand aan de Korte Hengelosestraat heeft een grote oppervlakte. In Locatus wordt dit pand aangemerkt als zijnde aanvangs-/frictieleegstand. Dit betekent dat het pand maximaal een jaar leeg heeft gestaan. De overige panden staan ook korter dan een jaar aangeboden op Funda. Dat betekent dat dit ook nog aanvangs-/frictieleegstand is. Ook deze gegevens zijn een indicatie dat de grotere panden niet langdurig of structureel leeg staan.



Figuur 2.9 Aangeboden winkelpanden groter dan 500 m^2 in Enschede (bron: Funda in Business, per 02-06-2020; *bewerking Rho*)

De gevestigde winkelformules in het centrum van Enschede zijn vergeleken met steden in dezelfde inwonersklasse. Hieruit blijkt dat in de andere steden winkelformules voorkomen die nu geen vestiging in het centrum van Enschede hebben. Een paar formules zijn buiten het centrum aanwezig, en enkele op Plein Westermaat. Gelet op de toenemende belangstelling van winkelformules zich in Enschede te vestigen is het zeker denkbaar dat de ontbrekende formules in het centrum van Enschede een pand willen betrekken. Als Media Markt vertrekt, dan kan die locatie door andere formules worden ingevuld. De potentiële winkelformules die al in vergelijkbare steden voorkomen zijn in figuur 2.10 aangegeven.

Figuur 2.10 Winkelformules gevestigd in vergelijkbare steden

Winkelformules	Apeldoorn	Amersfoort	Arnhem	Den Bosch	Breda	Delft	Dordrecht	Haarlem	Maastricht	Nijmegen	Zoetermeer	Zwolle	Opmerking
Kleding													
Apple store								■					
Costes	■	■	■				■	■				■	In Enschede net buiten het centrum gevestigd.
Omoda				■	■		■					■	
So Low			■	■	■	■			■	■	■		
TK Maxx	■		■							■	■		
Uniqlo													
Urban Outfitters									■				
Zara formules: Pull&Bear Bershka		■	■		■			■	■			■	
Sport													
Bever		■	■	■	■			■	■	■		■	In Enschede buiten centrum gevestigd en vestiging op Plein Westermaat.
Daka		■										■	
Intersport			■	■				■		■			Gevestigd op Plein Westermaat.
Discountformules voor de kelder													
Action	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	Elders in centrum Enschede gevestigd
Bristol		■		■	■		■	■	■	■		■	Elders in centrum Enschede gevestigd
Xenos	■	■	■	■		■	■	■		■	■	■	Elders in centrum Enschede gevestigd

2.4. Conclusie

In Enschede zijn de winkels in de hoofdbranche ‘bruin- en witgoed’ met name gevestigd in het centrum. Slechts 1 winkel binnen deze branche is gevestigd op een grootschalige locatie (Correct Systems). Deze verdeling van bruin- en witgoedwinkels is het resultaat van jarenlang gevoerd beleid door de gemeente Enschede. Winkels in deze branche zijn immers niet toegestaan op perifere winkelgebieden.

In vergelijking met de regio ziet de structuur in Hengelo er anders uit. De grote winkels in de branche zijn juist op een grootschalige concentratie gevestigd (Plein Westermaat). Deze grootschalige winkelconcentratie is ontstaan op basis van regionaal beleid. Ook landelijk gezien is eenzelfde beeld waar te nemen. Gemiddeld is het aantal winkels in de binnensteden en de centra het hoogst, maar is het gemiddeld oppervlak van winkels in de grootschalige concentraties in vergelijking zeer aanzienlijk. Hiervan is in Enschede geen sprake. Het beleid is er specifiek op gericht dat onder andere bruin- en witgoedwinkels niet op een perifere locatie horen. Daardoor blijven ze behouden voor bijvoorbeeld de binnenstad. De ‘bruin- en witgoed’-branche functioneert momenteel goed in Enschede, en is in evenwicht. De afgelopen jaren heeft er, ondanks landelijke afnemende bestedingen aan ‘bruin- en witgoed’, een verbetering plaatsgevonden in Enschede. De koopkrachtbinding en –toevloeiing zijn toegenomen in Enschede. Het grote bezoekerspotentieel in de binnenstad speelt hierin een rol.

De actuele situatie van het winkelbestand van bruin- en witgoedzaken in Enschede en de ontwikkeling die hieraan voorafging is sterk beïnvloed door de sterke afname van het aantal formules in deze branche als gevolg van het failliet gaan van formules, samenvoeging van formules en sterke opkomst van online-aankopen, resulterend in een schaalvergroting van winkels. Daarnaast is het regionale beleid en daaruit voortkomende ontwikkeling van het Plein Westermaat in Hengelo van invloed geweest op de afname van het winkelbestand in deze branches in Enschede. De concentratie van bruin- en witgoedzaken is te vinden in Hengelo. In de binnenstad van Enschede is de MediaMarkt gevestigd. Het beeld van de branche bruin- en witgoed ziet er in Enschede daardoor als volgt uit.

Het belang van 'bruin- en witgoed' is voor Enschede en het centrumgebied in het bijzonder, minder groot. Met name de koopkrachttoevloeiing is in vergelijking met het landelijk gemiddelde erg laag. Daarnaast kan op basis van een analyse van de Retail Risk Index geconcludeerd worden dat ondanks de aanwezigheid van MediaMarkt in de Klanderij, de omliggende winkels een hoger risicoprofiel hebben. Dit geeft aan dat de aanwezigheid van MediaMarkt niet direct zorgt voor een betere prestatie van andere winkels. In Hengelo bijvoorbeeld hebben de winkels rondom de MediaMarkt en BCC, gevestigd op een grootschalige concentratie, juist een lager risicoprofiel. Landelijk gezien is dezelfde trend te zien. Op grootschalige concentraties hebben de winkels rondom een MediaMarkt of BCC over het algemeen een lager risicoprofiel. In de centra van een vergelijkbare omvang als Enschede zorgt de aanwezigheid van een MediaMarkt of BCC niet voor een gunstiger risicoprofiel van het winkelgebied.

In Enschede blijkt dat grotere panden slechts een beperkte tijd leegstaan en al in korte tijd weer met ander winkels of functies worden ingevuld. Langdurige leegstand van panden is in het centrum van Enschede niet aan de orde. Daarnaast zijn er nog diverse winkelformules die in vergelijkbare steden zijn gevestigd, maar nog niet aanwezig zijn in het centrum van Enschede. Er zijn zeker kansen voor het invullen van een eventueel leegstaand pand van Media Markt in de Klanderij.

3. Conclusies en aanbevelingen

3.1. Conclusies

De hoofdvraag die centraal staat in de rapportage van deze effectanalyse is:

'In hoeverre is de hoofdbranche 'bruin- en witgoed' van belang voor het functioneren en de vitaliteit van de binnenstad van Enschede en wat zijn de eventuele effecten van de verplaatsing van deze branche naar een perifere detailhandelslocatie?'

Deze vraag komt voort uit de recente ontwikkelingen omtrent het gemeentelijke detailhandelsbeleid. De gemeente Enschede heeft in 2019 nieuw detailhandelsbeleid vastgesteld. Het beleid is gericht op de clustering van voorzieningen in winkelgebieden. Per winkelgebied is een gewenst winkelaanbod passend bij de functie aangegeven. De perifere detailhandelslocaties Woonplein en Zuiderval zijn gericht op doelgerichte aankopen binnen de branchegroep in/om huis. De hoofdbranche 'witgoed en elektronica' is echter niet opgenomen in de branchering voor het Woonplein in Enschede. Deze is geschrapt omdat deze branche een belangrijk onderdeel vormt van het winkelaanbod in binnenstad van Enschede, zo heeft de gemeenteraad bij de vaststelling van het beleid overwogen. Het is echter de vraag welke effecten de branche 'bruin- en witgoed' op de vitaliteit van de binnenstad van Enschede heeft. De vraag is vervolgens of winkels in 'bruin- en witgoed' van cruciaal belang zijn voor het functioneren van de binnenstad.

Welke ontwikkelingen zijn van invloed geweest op de actuele situatie van de branche bruin- en witgoed in Enschede?
De actuele situatie van het winkelbestand van bruin- en witgoedzaken in Enschede en de ontwikkeling die hieraan voorafging is sterk beïnvloed door de sterke afname van het aantal formules in deze branche als gevolg van het failliet gaan van formules, samenvoeging van formules en sterke opkomst van online-aankopen, resulterend in een schaalvergroting van winkels. Daarnaast is het regionale beleid en daaruit voortkomende ontwikkeling van het Plein Westermaat in Hengelo van invloed geweest op de afname van het winkelbestand in deze branches in Enschede. De concentratie van bruin- en witgoedzaken is te vinden in Hengelo. In de binnenstad van Enschede is de MediaMarkt gevestigd. Het beeld van de branche bruin- en witgoed ziet er in Enschede daardoor als volgt uit.

Hoe verhoudt de hoofdbranche 'bruin- en witgoed' in Enschede ten opzichte van de regio en het landelijk gemiddelde?
Uit de analyse blijkt dat het aanbod van 'bruin- en witgoed' in Enschede op een aantal punten vergelijkbaar is met de landelijke situatie in de inwonersklasse 100.00-175.000 en Hengelo. Het grootste deel van de winkels is gevestigd in het centrum, de gemiddelde omvang per verkooppunt is de afgelopen jaren gestegen, en ook de gemiddelde omvang van een formulebedrijf is de afgelopen jaren meer gestegen dan het oppervlak van zelfstandige winkeliers. Landelijk gezien is de omvang van de winkels op de grootschalige concentraties groter, net als in Hengelo. In Enschede is het belang van dit type winkelgebied echter zeer klein, en was ook in 2010 klein. Slechts 1 winkel in 'bruin- en witgoed' is in winkelgebied Veldkamp – Getfert-West te vinden. Het belang van 'bruin- en witgoed' op grootschalige concentraties is in vergelijking met andere steden dus minder groot.

Geconcludeerd wordt dat Enschede voor een groot deel een gemiddeld beeld toont van de ontwikkeling van de hoofdbranche 'bruin- en witgoed', vergelijkbaar dus met het landelijk gemiddelde en Hengelo. Waar Enschede echt in afwijkt, is dat het belang van de branche op de grootschalige concentraties zeer gering is, waar dit landelijk gezien en in Hengelo juist is toegenomen. De ontwikkeling in Hengelo vloeit voor uit het regionale beleid.

Hoe functioneert de hoofdbranche 'bruin- en witgoed' in Enschede?
Op basis van de koopstroomgegevens van Enschede in vergelijking tot de benchmark is duidelijk te zien dat het belang van de 'bruin- en witgoed'-branche kleiner is dan te verwachten op basis van het gemiddelde in vergelijkbare kernen (op basis van inwonertal). Dit is voor een groot deel te verklaren door de nabije aanwezigheid van MediaMarkt en BCC op het Plein Westermaat in Hengelo.

De afgelopen jaren is de positie wel verbeterd. De koopkrachtbinding en –toevloeiing zijn ten opzichte van 2010 toegenomen. Ditzelfde beeld is te zien op basis van het distributieplanologische marktonderzoek. De branche functioneert nu rond een evenwicht, waar deze tien jaar geleden nog onder druk stond. Ondanks de dalende omzetten per persoon en vloerproductiviteit in 'bruin- en witgoed' functioneert de branche in Enschede momenteel goed. Extra aanbod als gevolg van een brancheverruiming op perifere locaties zal er dan ook niet gelijk toe leiden dat de branche zo sterk onder druk komt te staan dat daardoor winkels meteen slecht gaan functioneren.

Hoe functioneren winkels in de winkelgebieden van plaatsen met 100.000 tot 175.000 rondom een MediaMarkt en/of BCC?
Met behulp van de Retail Risk Index (RRI) is het risicoprofiel van winkelgebieden rondom een grote speler in de 'bruin- en witgoed'-branche, namelijk MediaMarkt en BCC, geanalyseerd. In Enschede is te zien dat de winkels rondom de MediaMarkt een hoger risicoprofiel hebben dan de MediaMarkt zelf. MediaMarkt lijkt dus niet direct van belang te zijn voor de vitaliteit/het functioneren van de overige winkels in het centrum. Voor kernen in dezelfde inwonersklasse met een centrum van een verglijkbare omvang is hetzelfde beeld te zien. Grotendeels hebben winkels rondom MediaMarkt en/of BCC een hoger risicoprofiel. Dit geeft aan dat de aanwezigheid van MediaMarkt niet direct zorgt voor een betere prestatie van andere winkels in het centrumgebied.
Ook wanneer naar de relatie van het aandeel 'bruin- en witgoed' en de leegstand in een centrum wordt gekeken bestaat er geen verband. Wanneer in kernen een groter aandeel van de totale omvang 'bruin- en witgoed' in het centrum is gevestigd betekent dit niet dat de leegstand in het centrum lager of hoger is. Geconcludeerd kan worden dat de aanwezigheid van winkels in 'bruin- en witgoed' niet van essentieel belang is voor het functioneren van het centrumgebied.

3.2. Aanbevelingen

Uit de analyses van de RRI en de leegstand wordt geconcludeerd dat winkels in 'bruin- en witgoed' niet essentieel zijn voor het functioneren van centrumgebieden. Rondom winkels van MediaMarkt en BCC in centrumgebieden hebben omliggende winkels een hoog risicoprofiel. Deze lijken dan ook niet te profiteren van de aanwezigheid van deze winkels. De relatie tussen het aandeel 'bruin- en witgoed' dat gevestigd is in het centrum en de leegstand in het centrum laat ook geen verband zien. Dit betekent dat de aanwezigheid van deze hoofdbranche in een centrumgebied niet van invloed is op het functioneren van de winkels in het centrumgebied. Deze conclusies sluiten aan bij het doelgerichte bezoekmotief van deze winkels. De algemene trend is dat dit soort winkels minder afhankelijk worden van andere winkels. Daarbij speelt ook mee dat er een toenemende vraag is naar goedkope winkelruimte, die in traditionele winkelgebieden lastig te vinden zijn voor grootschalige winkels (onderzoek 'Verkenning trends & nieuwe vormen van retail en ruimtelijke beleid; BRO, 2018).

De afweging in het kader van het detailhandelsbeleid gaat er van uit dat 'bruin- en witgoed' niet toegestaan kan worden op perifere winkellocaties omdat deze branche van cruciaal belang is voor het centrumgebied. Echter, op basis van de analyses in deze rapportage kan niet worden aangetoond dat

'bruin- en witgoed' een cruciale branche is voor de vitaliteit van het centrumgebied van Enschede. Gesteld kan worden dat vitaliteit voor het centrumgebied niet een reden is voor het weren van 'bruin- en witgoed' op perifere locaties.

Een gemeente heeft echter zelf de beleidsvrijheid om keuzes te maken ten aanzien van het opnemen van branchebeperkingen ter bescherming van het centrum. Zo heeft de gemeente bijvoorbeeld een beleid van concentratie. Winkels worden toegestaan binnen de vastgestelde winkelgebieden. Passend bij de functie van het winkelgebied zijn bepaalde branches wel of niet toegestaan. In lijn met deze gedachte zou 'bruin- en witgoed' zoveel mogelijk geconcentreerd blijven in het centrum. Dit is de afweging die en een gemeente zelf kan en mag maken in beleid.

In dat opzicht voldoet het beleid een het noodzakelijkheidsvereiste, als bedoeld in artikel 15, lid 3 van de Dienstenrichtlijn (zie kader hieronder). Op basis van de analyses met specifieke gegevens kan echter niet worden aangetoond dat het uitsluitend toestaan van de branche 'bruin- en witgoed' in het centrum ook voldoet aan het criterium van 'evenredigheid' uit de Dienstenrichtlijn. Een beperking van de vestigingsmogelijkheden voor deze branche moet aan beide criteria voldoen. Dat lijkt in Enschede echter niet het geval te zijn op basis van de verrichte specifieke analyses. Deze analyses zijn specifieker en diepgaander dan de onderbouwing die in ingebracht in het kader van de procedure voor het winkelgebied Zuiderval, waarbij van belang is dat daar een aanzienlijk grotere brancheverruiming werd aangevraagd. Er zijn gerede twijfels of de in het beleid opgenomen maatregel wel echt geschikt en effectief is om de beleidsdoelen – en sterk en vitale binnenstad – te realiseren. De indruk bestaat ook dat de maatregel verder gaat dan nodig. Deze twijfels zouden niet direct uit algemene onderzoeken, zoals het koopstromenonderzoek voortvloeien, maar komen voort uit de specifieke analyses en het diepgaander inzicht dat hiermee is verkregen.

Artikel 15 lid 3 Dienstenrichtlijn

Het Europese Hof van Justitie heeft op 30 januari 2018 een arrest 'gewezen' (casus Visser Vastgoed – Appingedam; ECLI:EU:C:2018:44). Daarin heeft het Hof – kort gezegd – bepaald dat detailhandel een 'dienst' is en dat dus de Dienstenrichtlijn van toepassing is op bestemmingsplannen. De Dienstenrichtlijn verbindt voorwaarden aan het opnemen van vestigingsbeperkingen ten aanzien van dienstverleners (zoals nu dus ook detailhandel) in bestemmingsplannen. De reden daarvoor is dat de Dienstenrichtlijn is gebaseerd op het Europees uitgangspunt van een vrije interne markt en vrijheid van vestiging van dienstverrichters (zoals detailhandel).

Conform de Dienstenrichtlijn mag er geen beperking plaatsvinden van het vrij vestigen van 'diensten' tenzij voldaan wordt aan artikel 15 lid 3 van de Dienstenrichtlijn. Hierin wordt aangegeven dat vestigingsbeperkingen niet mogen tenzij:

1. geen sprake is van discriminatie (naar land);
2. de beperking (aantoonbaar) noodzakelijk is in verband met een dwingende reden van algemeen belang (het doel);
3. de maatregel (aantoonbaar) evenredig is:
    a. de maatregel is geschikt en effectief voor het beoogde doel;
    b. de maatregel op coherente en systematische wijze wordt uitgevoerd;
    c. maatregel gaat niet verder gaat dan nodig;
    d. hetzelfde doel kan niet met andere en/of minder beperkende middelen worden bereikt.

Dit stramien is afgeleid uit jurisprudentie en de Handreiking Dienstenrichtlijn en ruimtelijke ordening.

Aanbevelingen

Nader onderzoek naar combinatiebezoek. Wordt de MediaMarkt in Enschede echt doelgericht bezocht of worden naast een bezoek aan de MediaMarkt ook andere omliggende winkels in het centrum bezocht.

Rho

ADVISEURS
VOOR
LEEFRUIMTE

Bijlagen

Bijlage 1 Ontwikkelingen winkelaanbod hoofdbranche bruin- en witgoed

B.1 Lokaal

Om een beeld te krijgen van de omvang en situatie van de 'bruin- en witgoed' branche in Enschede zijn de ontwikkeling van het winkelaanbod, de ontwikkeling van het aantal formules en de ontwikkeling van de Retail Risk Index van Enschede in beeld gebracht.

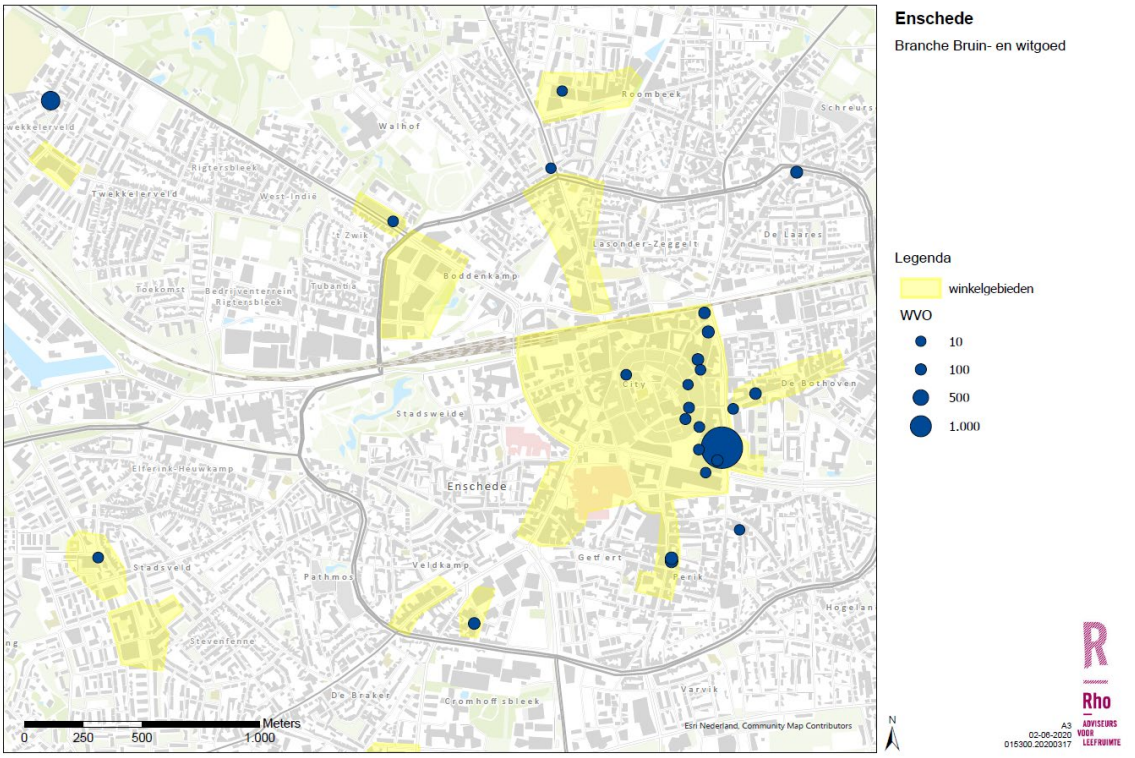
Omvang winkelaanbod

In Enschede zijn momenteel 28 winkels binnen de hoofdbranche 'bruin- en witgoed' met een totaal oppervlak van 6.278 m^2 wvo (tabel B1.1) gevestigd. Bijna de helft van deze winkels is gevestigd in het centrum van Enschede (hoofdwinkelgebied groot). Daarnaast kent Enschede een aantal winkels verspreid over de verschillende winkelcentra en verspreid buiten de structuur.

Tabel B1.1 Aantal winkels en omvang van de hoofdbranche 'bruin- en witgoed' in Enschede (bron: Locatus, 2020)

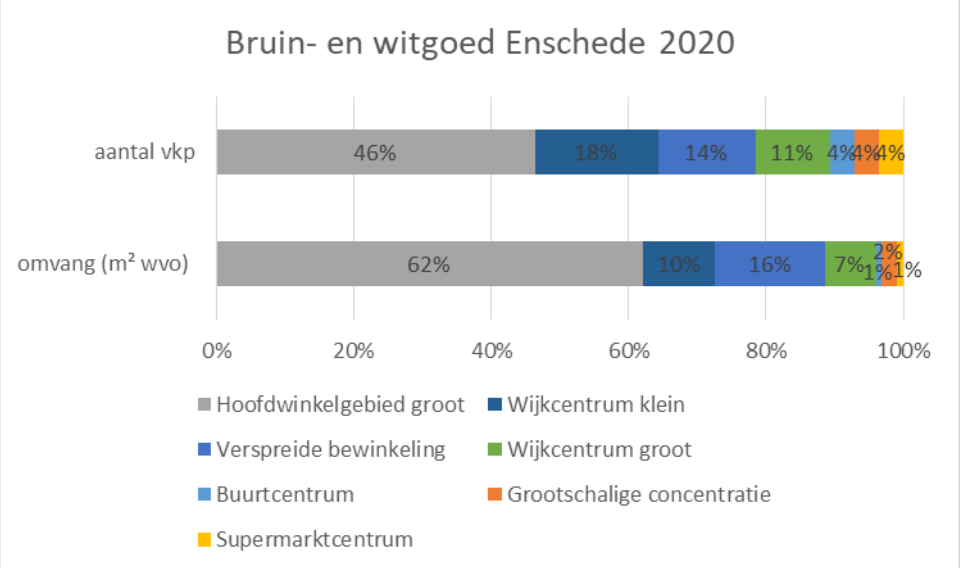
	verkooppunten	omvang (m^2 wvo)
Buurtcentrum (*Walhof-Roesingh*)	1	50
Grootschalige concentratie (*Veldkamp-Getfert West*)	1	141
Hoofdwinkelgebied groot (*centrum Enschede)*	13	3.902
Supermarktcentrum (*Stadsveld*)	1	60
Verspreide bewinkeling	4	1.003
Wijkcentrum groot (*winkelcentrum Enschede Zuid, Glanerbrug*)	3	464
Wijkcentrum klein (*Getfert, de Bothoven, Roombeek*)	5	658
totaal	**28**	**6.278**

In figuur B1.2 is de spreiding van dit aanbod op kaart weergegeven. Hierop is duidelijk te zien dat het grootste deel van het aanbod is gevestigd in het centrumgebied van Enschede. Daarnaast is een aantal winkels verspreid over de verschillende kleinere winkelgebieden, of liggen de winkels buiten de winkelstructuur.



Figuur B1.2 Spreiding van winkels in de hoofdbranche 'bruin- en witgoed' in Enschede (bron: Locatus, 2020; *bewerking Rho*)

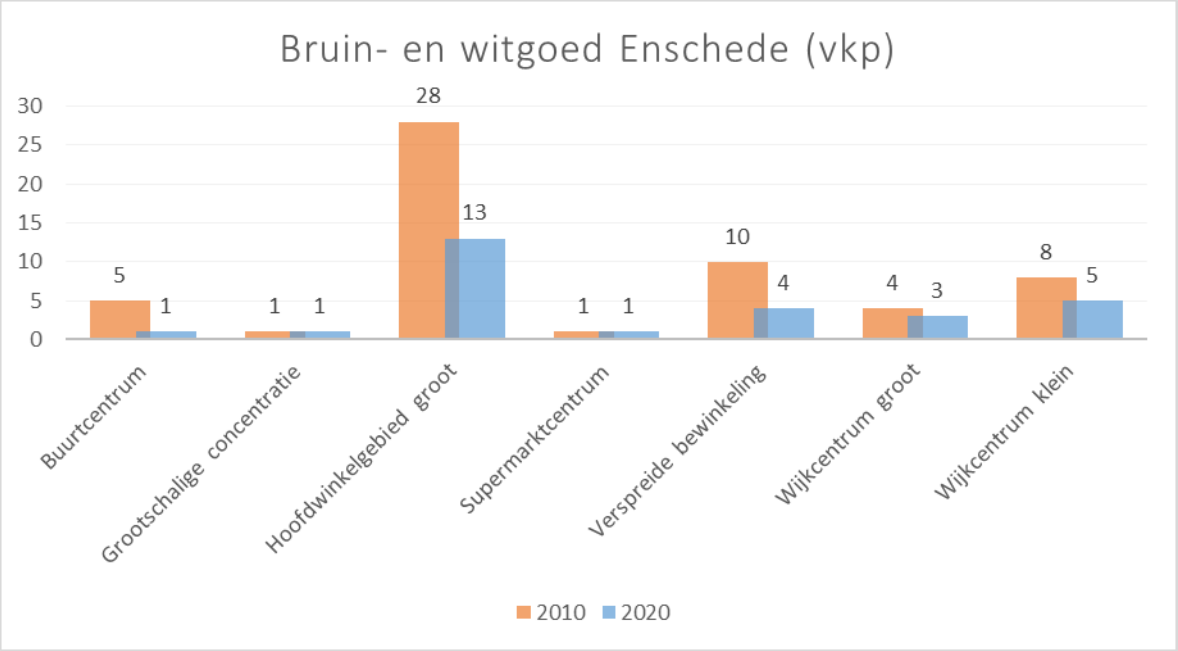
Overeenkomend met het beeld in figuur B1.3 is 46% van de winkels binnen 'bruin- en witgoed' gevestigd in het centrum van Enschede (figuur B1.2). Deze verhouding ligt hoger als naar de omvang van deze winkels in het totaal wordt gekeken. 62% van de totale omvang in m^2 wvo is gevestigd in het hoofdwinkelgebied.



Figuur B1.3 Procentuele verdeling hoofdbranche 'bruin- en witgoed' over de winkelgebiedstypen in Enschede (bron: Locatus, 2020)

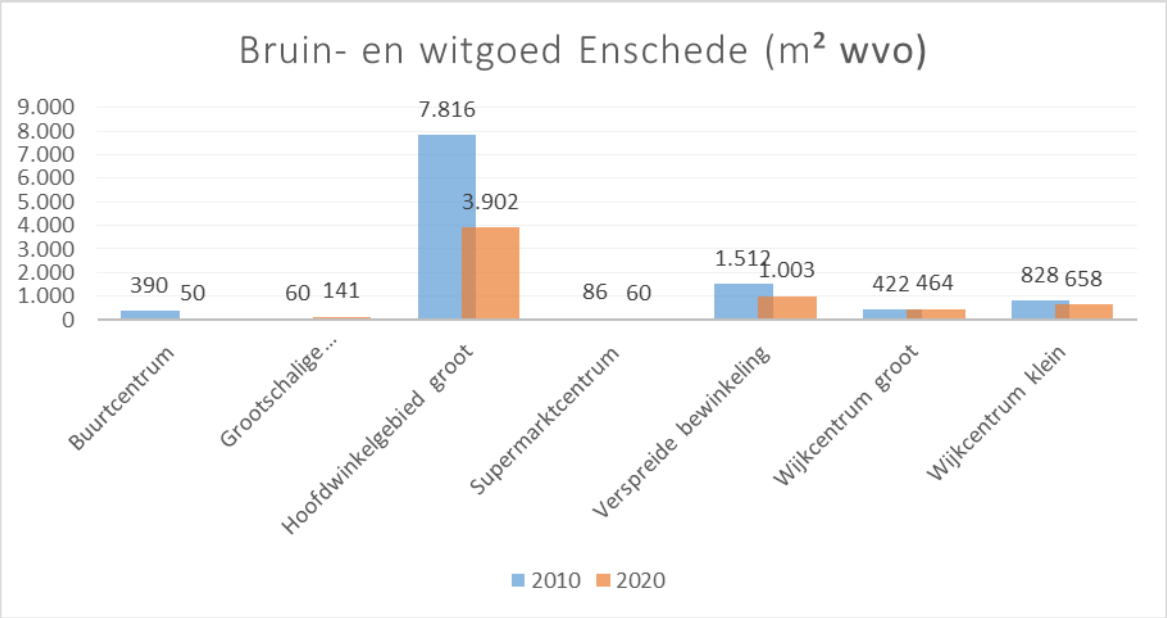
Ontwikkeling winkelaanbod

Het aantal verkooppunten binnen de hoofdbranche 'bruin- en witgoed' is de afgelopen jaren flink afgenomen. In 2010 waren er 57 winkels in 'bruin- en witgoed', in 2020 zijn dat er 28 (Locatus, 2010, 2020). Dit is een halvering van het aantal winkels. Deze afname heeft voornamelijk plaatsgevonden in de buurtcentra, verspreide bewinkeling en zeker ook in het centrum van Enschede (figuur B1.4).



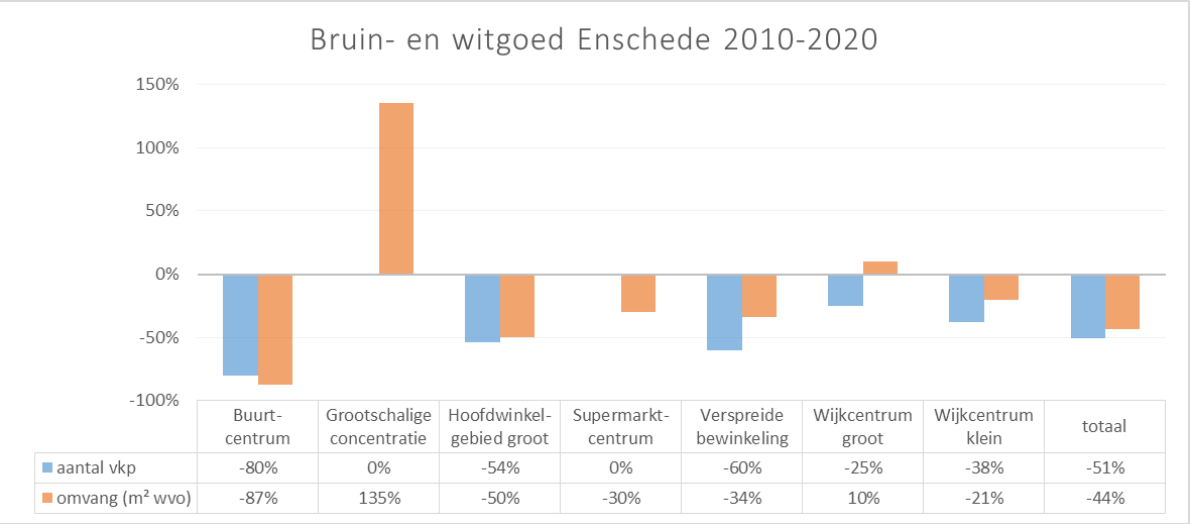
Figuur B1.4 Ontwikkeling aantal winkels binnen de hoofdbranche 'bruin- en witgoed' van 2010 tot 2020 (bron: Locatus, 2010, 2020)

Hetzelfde beeld is te zien wanneer gekeken wordt naar de omvang van de hoofdbranche 'bruin- en witgoed). De omvang van de hoofdbranche 'bruin- en witgoed' is sterk afgenomen in de buurtcentra en het hoofdwinkelgebied (figuur B1.5). In 2010 bedroeg de branche 11.114 m^2 wvo, in 2020 is dit 6.278 m^2 wvo (Locatus, 2010, 2020). Ook hier gaat het om bijna een halvering van de omvang.



Figuur B1.5 Ontwikkeling omvang van de hoofdbranche 'bruin- en witgoed' van 2010 tot 2020 (bron: Locatus, 2010, 2020)

De afname van de omvang van ‘bruin- en witgoed’ is minder groot dan de afname van het aantal winkels (figuur B1.6). Op basis van een vergelijking van de afname van het aantal winkels en de omvang, kan het volgende geconcludeerd worden. In de verspreide bewinkeling zijn met name de kleinere winkels vertrokken. Dit geldt ook voor de verschillende wijkcentra.
In het centrum van Enschede is de afname van het aantal winkels vergelijkbaar met de afname van de omvang. Hier zijn zowel kleinere als grotere winkels verdwenen.



	Buurt-centrum	Grootschalige concentratie	Hoofdwinkel-gebied groot	Supermarkt-centrum	Verspreide bewinkeling	Wijkcentrum groot	Wijkcentrum klein	totaal
aantal vkp	-80%	0%	-54%	0%	-60%	-25%	-38%	-51%
omvang (m² wvo)	-87%	135%	-50%	-30%	-34%	10%	-21%	-44%

Figuur B1.6 Percentage toe- of afname aantal winkels en omvang ‘bruin- en witgoed van 2010 tot 2020 (bron: Locatus, 2010, 2020)

De gemiddelde omvang per verkooppunt in Enschede is toegenomen van gemiddeld 195 m^2 wvo per winkel in 2010 naar 224 m^2 wvo per winkel in 2020, een stijging van 15% (tabel 2.2). De toename is het grootst op de grootschalige concentratie, maar hier zit slechts 1 winkel, dit betreft dus een forse uitbreiding van deze winkel.
In het centrum van Enschede zijn het aantal en de omvang van ‘bruin- en witgoed’ in bijna gelijke mate afgenomen, zoals in figuur B1.7 is te zien. De gemiddelde omvang per winkel is in verhouding dan ook stabiel gebleven. Vooral in de wijkcentra en verspreide bewinkeling zijn in 2020 de relatief grotere winkels nog aanwezig ten opzichte van de andere winkelgebieden.

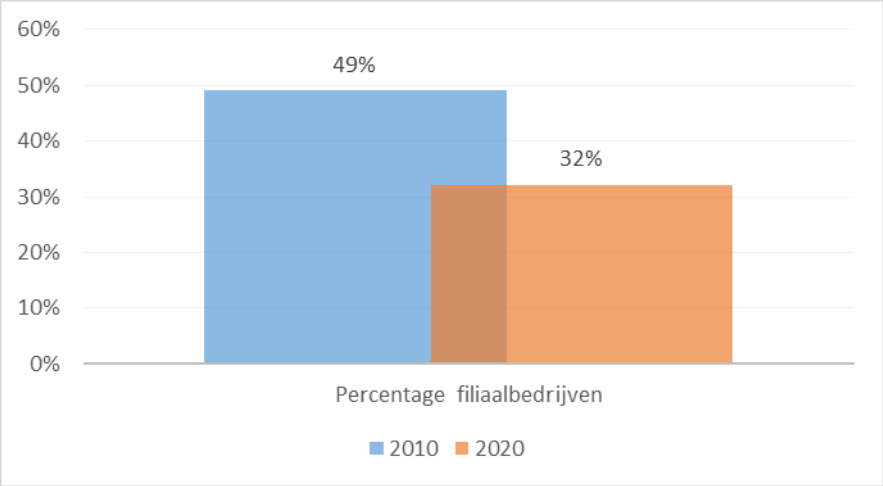
Tabel B1.7 Ontwikkeling gemiddelde omvang per verkooppunt van de hoofdbranche ‘bruin- en witgoed’ per winkelgebiedstype in Enschede (bron: Locatus, 2010, 2020)

	2010	2020	verschil
Buurtcentrum	78 m² wvo	50 m² wvo	-36%
Grootschalige concentratie	60 m² wvo	141 m² wvo	135%
Hoofdwinkelgebied groot	279 m² wvo	300 m² wvo	8%
Supermarktcentrum	86 m² wvo	60 m² wvo	-30%
Verspreide bewinkeling	151 m² wvo	251 m² wvo	66%
Wijkcentrum groot	106 m² wvo	155 m² wvo	47%
Wijkcentrum klein	104 m² wvo	132 m² wvo	27%
totaal	195 m² wvo	224 m² wvo	15%

Ontwikkeling formulebedrijven
Filialisering is een belangrijke trend binnen de detailhandelsmarkt. Zo ook binnen de hoofdbranche ‘bruin- en witgoed’. Belangrijke spelers binnen deze branche zijn formulebedrijven als Coolblue, MediaMarkt en BCC. In Enschede is echter het aantal formulebedrijven de afgelopen jaren gedaald. In 2010 waren er 22 verschillende formules in Enschede gevestigd, in 2020 zijn dat er nog maar 7. Het resterende aantal formules is een derde van het oorspronkelijke formuleaanbod. Waren er

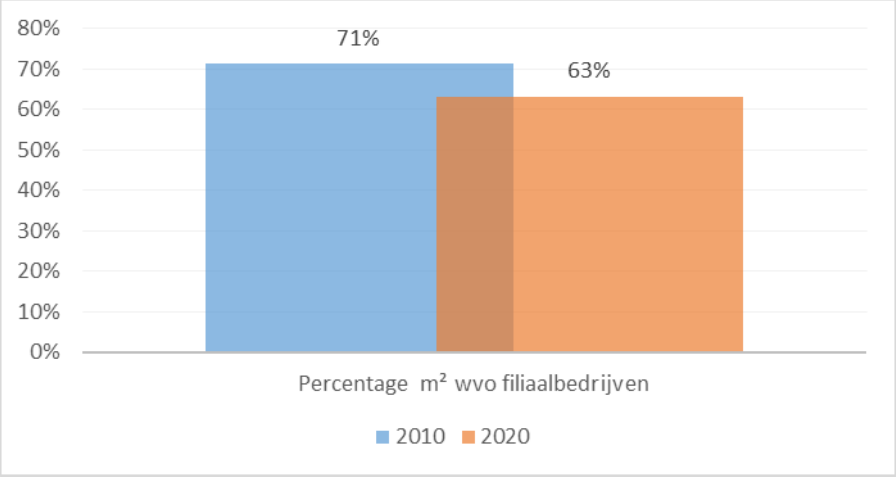
oorspronkelijk nog verschillende formules zoals It's, Prijstopper, Harense Smid en Micro Electro in het winkelaanbod vertegenwoordigd, in feite zijn MediaMarkt en BCC de enige grote spelers die zijn overgebleven. Daarnaast is de ontwikkeling van het aanbod op het Plein Westermaat in Hengelo van invloed geweest op de terugloop van het aantal bruin- en witgoedzaken in Enschede.

In totaal zijn momenteel 32% van alle winkels in de hoofdbranche 'bruin- en witgoed' van een formulebedrijf (figuur B1.8) In 2010 was nog bijna de helft van alle winkels van een formulebedrijf. Niet alleen het aantal formulebedrijven is dus afgenomen, maar ook het aandeel van formulebedrijven binnen de totale branche. Dit komt met name doordat een aantal formulebedrijven van het toneel zijn verdwenen en slechts enkele grote spelers zijn overgebleven. Die ontwikkeling is harder gegaan dan bij de zelfstandige winkels.



Figuur B1.8 Ontwikkeling van het percentage winkels binnen de hoofdbranche 'bruin- en witgoed' dat van een formulebedrijf is (bron: Locatus, 2010, 2020)

Ook in de totale omvang van de hoofdbranche 'bruin- en witgoed' is het aandeel van formulebedrijven afgenomen (figuur B1.9). Het aandeel in omvang van zelfstandige winkels is minder gedaald dan het aantal winkels van een formule. Dit is een indicatie dat de omvang per winkel groter is geworden bij de formulebedrijven.



Figuur B1.9 Ontwikkeling van het percentage van de omvang van de hoofdbranche 'bruin- en witgoed' dat van een formulebedrijf is (bron: Locatus, 2010, 2020).

In tabel B1.10. is de ontwikkeling van de gemiddelde omvang per winkel weergegeven. Van 2010 tot 2020 is de gemiddelde omvang van alle winkels met circa 15% toegenomen. De gemiddelde omvang per

verkooppunt van een formulebedrijf is meer toegenomen (+56%) dan de winkels van zelfstandigen (+11%).

Tabel B1.10 Ontwikkeling van de gemiddelde omvang in m² wvo per verkooppunt van de hoofdbranche 'bruin- en witgoed' (bron: Locatus, 2010, 2020)

	totaal	filiaalbedrijf	zelfstandige
2010	195 m² wvo	283 m² wvo	110 m² wvo
2020	224 m² wvo	441 m² wvo	122 m² wvo
toename	15%	56%	11%

Retail Risk Index

Voor Enschede is het prognosemodel Retail Risk Index (RRI) van dataleverancier Locatus uitgewerkt. De RRI brengt het risicoprofiel van winkels en winkelgebieden in kaart. De RRI kwantificeert het risicoprofiel van een winkelpand via vier performance-indicatoren:

5. **Pandindex:** Prestaties van het winkelpand tot op heden.
6. **Straatindex:** Ontwikkeling van de invulling van winkelpanden in de straat rond het winkelpand.
7. **Branche-index:** Ontwikkeling van de branche die actief is in het pand.
8. **Vraag & aanbodindex:** Verhouding tussen vraag-aanbod van de branche die actief is in het pand (in de directe omgeving).

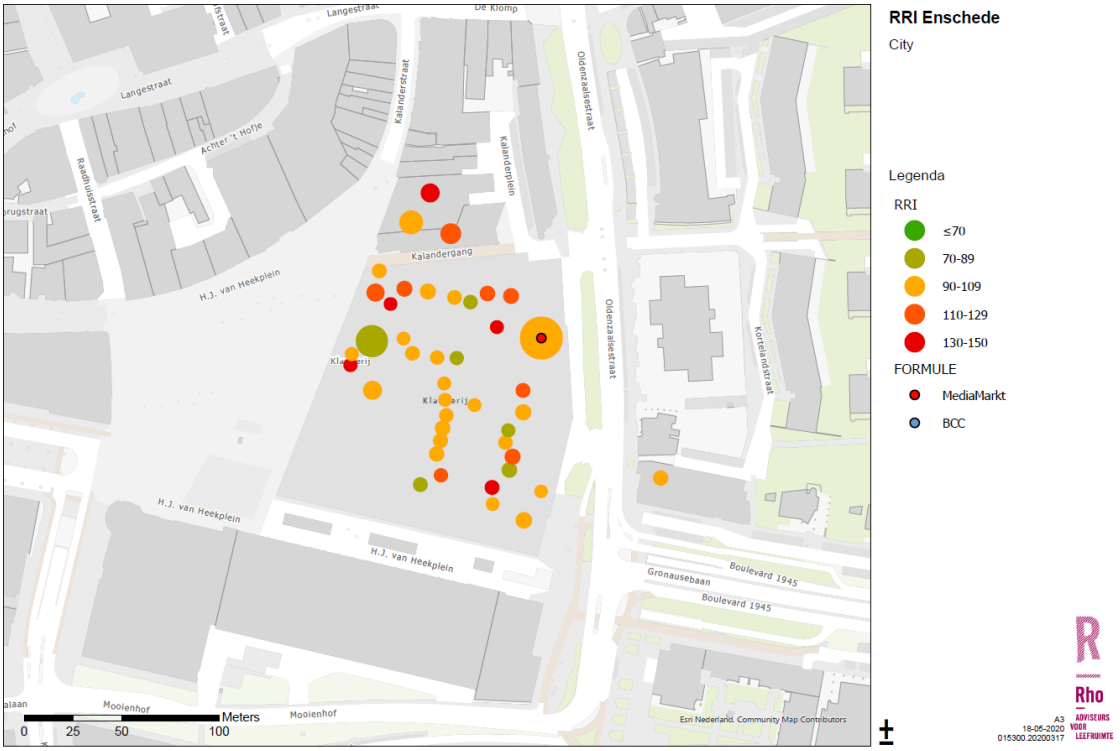
Met de RRI ontstaat het inzicht voor welke winkelgebieden, -straten en –panden de continuïteit van de huidige ondernemers, branches en detailhandelsvestigingen risicovol zijn of juist goed functioneren. De index biedt een goede onderbouwing voor beleidskeuzen. De werking van de RRI-index/score is vergelijkbaar met verkeerslichten (figuur B1.11): het geeft een waarschuwing en heeft een voorspellende functie als het gaat om leegstand. Panden met een hoge score (rood) komen op termijn mogelijk leeg te staan.



Figuur B1.11 Stoplichtmodel RRI (bron: Locatus, 2020)

In figuur B1.12 zijn de RRI-scores van de omliggende winkelpanden binnen een straal van 100 meter van de grootst aanbieder, de MediaMarkt, weergegeven. MediaMarkt heeft een RRI-score van 95 en wordt daarmee geclassificeerd als winkelpand met risico (index 90 tot 110). Deze score heeft voornamelijk te maken met de hoge branche-index van de 'bruin- en witgoed'-branche. 'Bruin- en witgoed' heeft een negatieve branche-ontwikkeling. Dit heeft onder ander te maken met de toename van onlineverkopen. Deze hoge index voor de branche is van invloed op de totale RRI van dit specifieke winkelpand van MediaMarkt.
Opvallend is dat een groot deel van de omliggende panden ook aangemerkt wordt als een risico (oranje). Veel panden hebben een (hoog) risico, een aantal zelfs een zeer hoog risico. De omliggende panden hebben een gemiddelde RRI-score van 105 en scoren 10% hoger dan MediaMarkt. Uit de RRI-analyse blijkt niet dat MediaMarkt zorgt voor een beter functioneren van de omliggende winkels. Wanneer dit wel het geval zou zijn zou verwacht worden dat de omliggende panden een beter risicoprofiel hebben (beperkt risico of zeer beperkt risico). In dit geval is daar in het centrum van

Enschede geen sprake van. Rondom supermarkten kleuren de winkels bijvoorbeeld veel groener en is duidelijk dat de supermarkt zorgt voor een stabiel winkelaanbod. De MediaMarkt heeft dus niet de aantrekkingskracht van een supermarkt in een centrumgebied.



Figuur B1.12 RRI Enschede Klanderij (bron: Locatus, 2020; *bewerking Rho adviseurs*)

B2. Regionaal

Om een beeld te krijgen van de omvang en situatie van de 'bruin- en witgoed' branche in Enschede in relatie tot de omliggende regio is een vergelijking gemaakt met de situatie van de branche in Almelo en Hengelo. Daaruit wordt duidelijk dat het aantal formules in deze branche sterk is afgenomen als gevolg van het failliet gaan van formules, samenvoeging van formules en sterke opkomst van online-aankopen. Dit heeft tegelijkertijd geresulteerd in een schaalvergroting van winkels. In de bruin- en witgoedbranche is een opvallend sterke sanering van formules voorgedaan. Daarnaast is het regionale beleid en daaruit voortkomende ontwikkeling van het Plein Westermaat in Hengelo van invloed geweest op de afname van het winkelbestand in deze branches in Enschede en Almelo.

Omvang winkelaanbod rondom Enschede

In Almelo zijn momenteel 16 winkels binnen de hoofdbranche 'bruin- en witgoed' gevestigd met een totaal oppervlak van 1.924 m^2 wvo. Een groot deel van deze winkels is gevestigd in het centrum van Almelo (hoofdwinkelgebied klein) en in de wijkcentra (tabel 2.3). De verdeling van de omvang van de winkels in de verschillende winkelgebiedstypen is enigszins vergelijkbaar.

In Hengelo zijn er momenteel 24 winkels binnen de hoofdbranche 'bruin- en witgoed' aanwezig, met een totaal oppervlak van 8.211 m^2 wvo. Meer dan de helft van deze winkels zijn gelegen in het centrum van Hengelo (hoofdwinkelgebied klein) en verspreid buiten de structuur (tabel 2.3). De grootste winkels binnen de branche zijn gevestigd in een grootschalige concentratie. Zo zijn in Hengelo op plein Westermaat zowel MediaMarkt als BCC gevestigd.

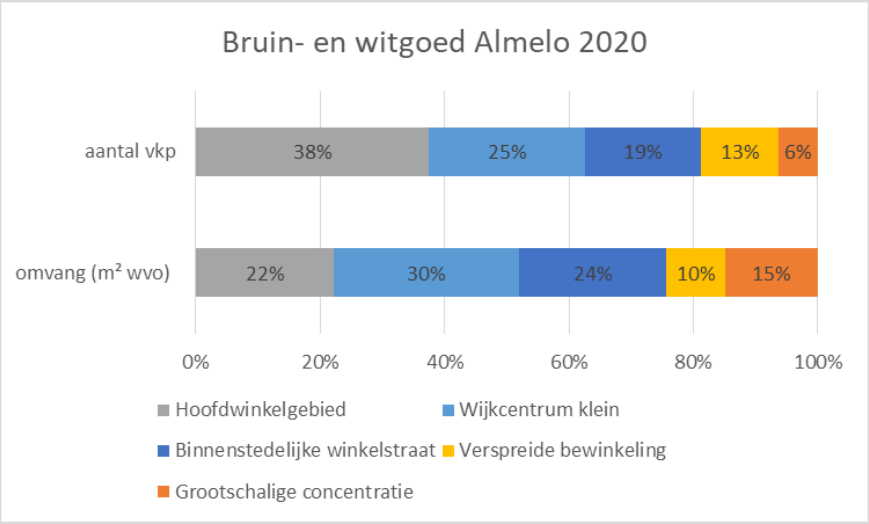
In de vergelijking tussen Almelo, Hengelo en Enschede blijkt dat de meeste winkels binnen de hoofdbranche 'bruin- en witgoed' in de centra zijn gevestigd (B1.13). Ook zijn er in de wijkcentra een

aantal winkels uit de branche aanwezig. Hengelo heeft hierin een andere positie, doordat op een locatie buiten het centrum een concentratie met grootschalige winkels is gelegen (MediaMarkt en BCC). Deze ontwikkeling is gerealiseerd op basis van regionale afspraken in de jaren '90.

Tabel B1.13 Aantal winkels en omvang van de hoofdbranche 'bruin- en witgoed' in Almelo, Hengelo en Enschede naar winkelgebiedstype (bron: Locatus, 2020)

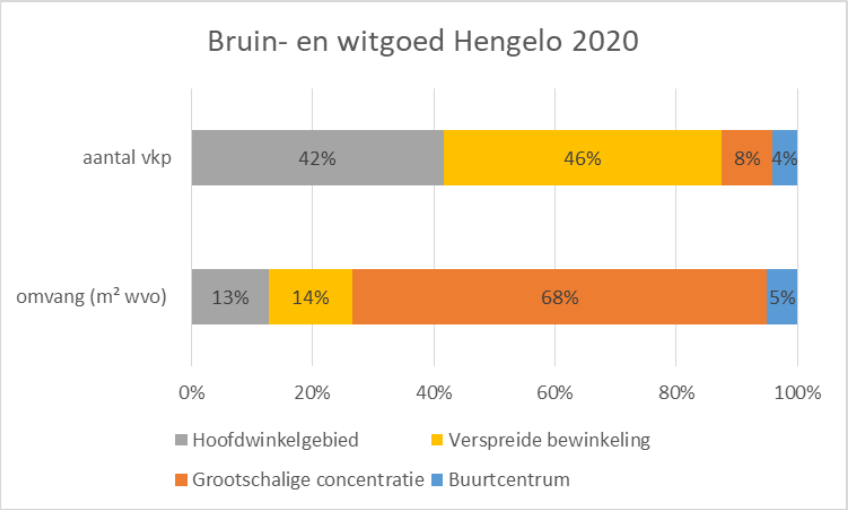
	Almelo		Hengelo		Enschede	
	aantal	Omvang (m² wvo)	aantal	Omvang (m² wvo)	aantal	Omvang (m² wvo)
Buurtcentrum	-	-	1	423	1	50
supermarktcentrum	-	-	-	-	1	60
Wijkcentrum klein	4	574	-	-	5	658
Wijkcentrum groot	-	-	-	-	3	464
Grootschalige concentratie	1	285	2	5.606	1	141
Hoofdwinkelgebied groot			-	-	13	3.902
Hoofdwinkelgebied klein	6	425	10	1.055	-	
Verspreide bewinkeling	2	185	11	1.127	4	1.003
Binnenstedelijke winkelstraat	3	455	-	-	-	
totaal	**16**	**1.924**	**24**	**8.211**	**28**	**6.278**

In figuur B1.14 en B.15 is de procentuele verdeling van de winkels en de omvang daarvan binnen de branche 'bruin- en witgoed' over de verschillende winkelgebiedstypen van Almelo en Hengelo weergegeven. In Almelo is te zien dat het aantal winkels over de verschillende winkelgebieden redelijk gelijk verdeeld is. Met name in het hoofdwinkelgebied zijn de meeste winkels gevestigd (38%). De grootste winkels zijn juist te vinden in de wijkwinkelcentra (30%). Dit geeft bijvoorbeeld aan dat het gemiddelde oppervlak per winkel in het centrum kleiner is dan in de wijkcentra.



Figuur B1.14 Procentuele verdeling hoofdbranche 'bruin- en witgoed' over de winkelgebiedstypen in Almelo (bron: Locatus, 2020)

Op basis van figuur B1.15 is duidelijk te zien dat het aanbod in Hengelo in de grootschalige concentratie in verhouding een groot oppervlak heeft. Het aantal winkels in de grootschalige concentratie betreft slechts 8% van het totaal (2 winkels), maar maakt bijna 70% uit van de totale omvang van de hoofdbranche 'bruin- en witgoed'. De gemiddelde oppervlakte per winkel is dus groot in vergelijking tot de winkels in de overige winkelgebieden. Dit past bij de grootschalige opzet van het Plein Westermaat.

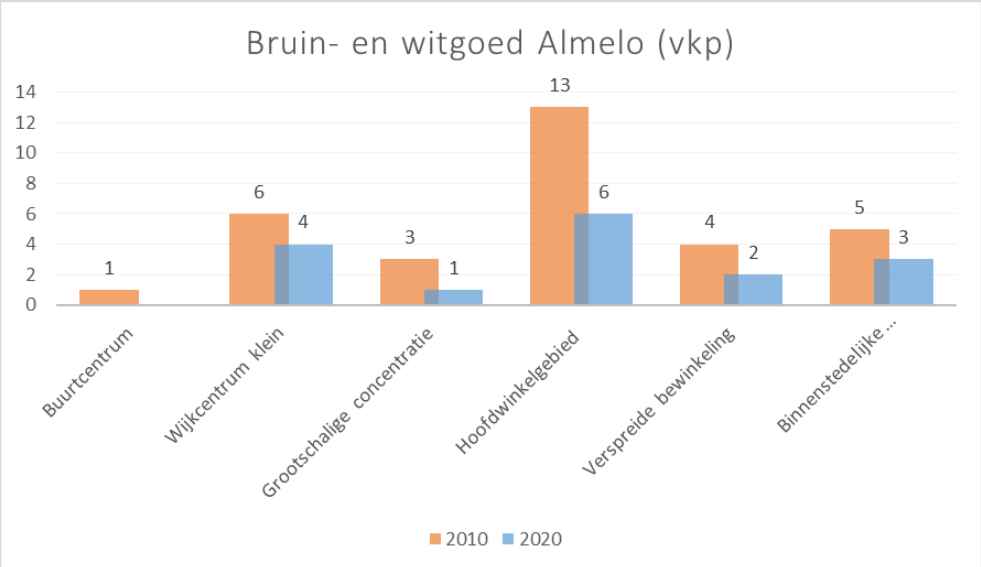


Figuur B1.15 Procentuele verdeling hoofdbranche 'bruin- en witgoed' over de winkelgebiedstypen in Hengelo (bron: Locatus, 2020)

Ontwikkeling winkelaanbod rondom Enschede

Almelo

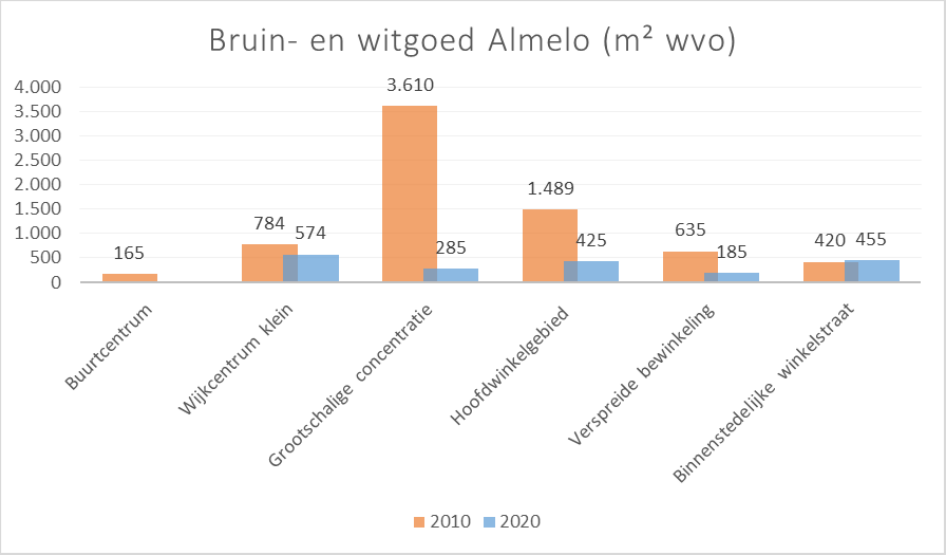
Het aantal verkooppunten binnen de hoofdbranche 'bruin- en witgoed' is de afgelopen jaren ook in Almelo afgenomen (figuur B1.16). In 2010 waren er 32 winkels in 'bruin- en witgoed' in 2020 is dit nog de helft, met 16 winkels (Locatus, 2010, 2020). Deze afname heeft voornamelijk plaatsgevonden in het centrum van Almelo. In 2010 werd het centrum van Almelo geclassificeerd als hoofdwinkelgebied groot, in 2020 is dit aangepast naar hoofdwinkelgebied klein. In de vergelijking in figuur B1.16 en B1.17 zijn ze samengevoegd in de categorie hoofdwinkelgebied. De classificatie wordt door Locatus onder andere gemaakt op basis van het aantal winkels in een gebied (bijlage 2). Dit geeft aan dat het totaal aantal winkels in Almelo ook is afgenomen.



Figuur B1.16 Ontwikkeling aantal winkels binnen de hoofdbranche 'bruin- en witgoed' van 2010 tot 2020 in Almelo (bron: Locatus, 2010, 2020)

Hetzelfde beeld is te zien wanneer gekeken wordt naar de omvang van de hoofdbranche 'bruin- en witgoed; figuur B1.17). De omvang van de hoofdbranche 'bruin- en witgoed' is hier nog sterker afgenomen. In 2010 bedroeg de branche 7.103 m^2 wvo, in 2020 is dit 1.924 m^2 wvo (Locatus, 2010, 2020).

De afname is met name te zien in de grootschalige concentraties. In 2010 waren hier nog 3 winkels met een totaal oppervlak van 3.610 m^2 wvo gevestigd, waar dit in 2020 nog maar 1 winkel is met 285 m^2 wvo. In tegenstelling tot in Enschede is de afname van de omvang van de hoofdbranche 'bruin- en witgoed' groter dan de afname van het aantal verkooppunten. De gemiddelde omvang per verkooppunt is afgenomen van 222 m^2 wvo in 2010 naar 120 m^2 wvo in 2020.



Figuur B1.17 Ontwikkeling omvang van de hoofdbranche 'bruin- en witgoed' van 2010 tot 2020 in Almelo (bron: Locatus, 2010, 2020)

Op basis van een vergelijking van de afname van het aantal winkels en de omvang, kan het volgende geconcludeerd worden. De afname van de omvang van 'bruin- en witgoed' is groter dan de afname van het aantal winkels. Uit het centrum van Almelo zijn voornamelijk de grotere winkels vertrokken, de totale omvang is namelijk sterker afgenomen dan van het aantal winkels. Dit geldt ook voor de verspreide bewinkeling en grootschalige concentratie. De schaalvergroting in de branche is hiervoor de verklaring.

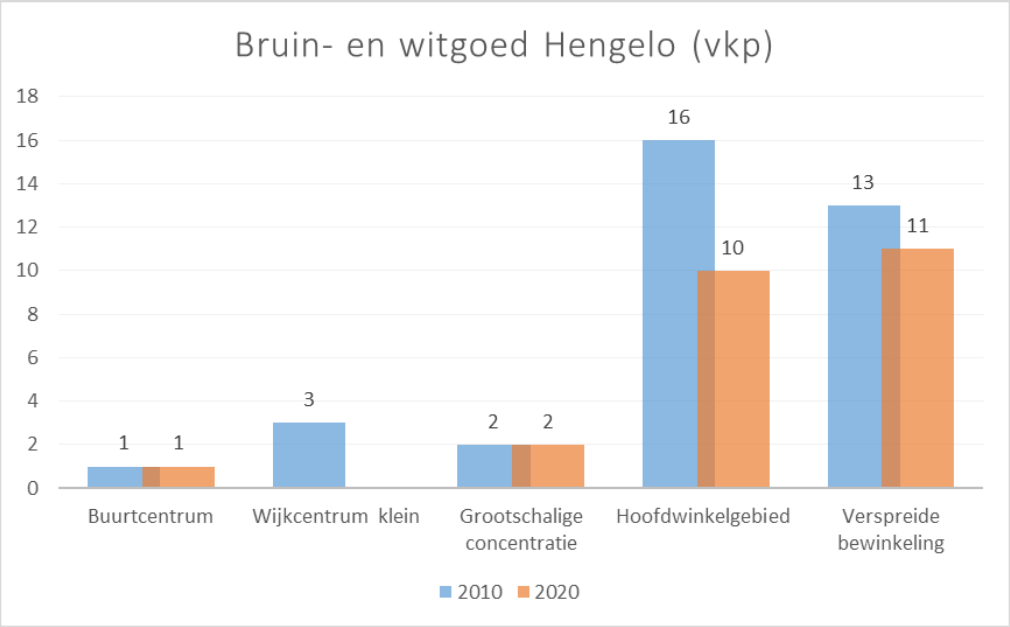
De gemiddelde omvang per verkooppunt in Almelo is in tegenstelling tot Enschede afgenomen. Het gemiddeld oppervlak per winkel is van 222 m^2 wvo in 2010 naar 120 m^2 wvo in 2020 gegaan, een daling van bijna 50% (tabel B1.19). In het buurtcentrum is 'bruin- en witgoed' helemaal verdwenen. De afname is het grootst op de grootschalige concentratie. Opmerkelijk is dat op de binnenstedelijke winkelstraat de gemiddelde omvang per winkel juist is toegenomen.

Tabel B1.18 Ontwikkeling gemiddelde omvang per verkooppunt van de hoofdbranche 'bruin- en witgoed' per winkelgebiedstype in Almelo (bron: Locatus, 2010, 2020)

	2010	2020	verschil
Buurtcentrum	165 m^2 wvo	0 m^2 wvo	-100%
Wijkcentrum klein	131 m^2 wvo	144 m^2 wvo	10%
Grootschalige concentratie	1203 m^2 wvo	285 m^2 wvo	-76%
Hoofdwinkelgebied	115 m^2 wvo	71 m^2 wvo	-38%
Verspreide bewinkeling	159 m^2 wvo	93 m^2 wvo	-42%
Binnenstedelijke winkelstraat	84 m^2 wvo	152 m^2 wvo	81%
totaal	**222 m^2 wvo**	**120 m^2 wvo**	**-46%**

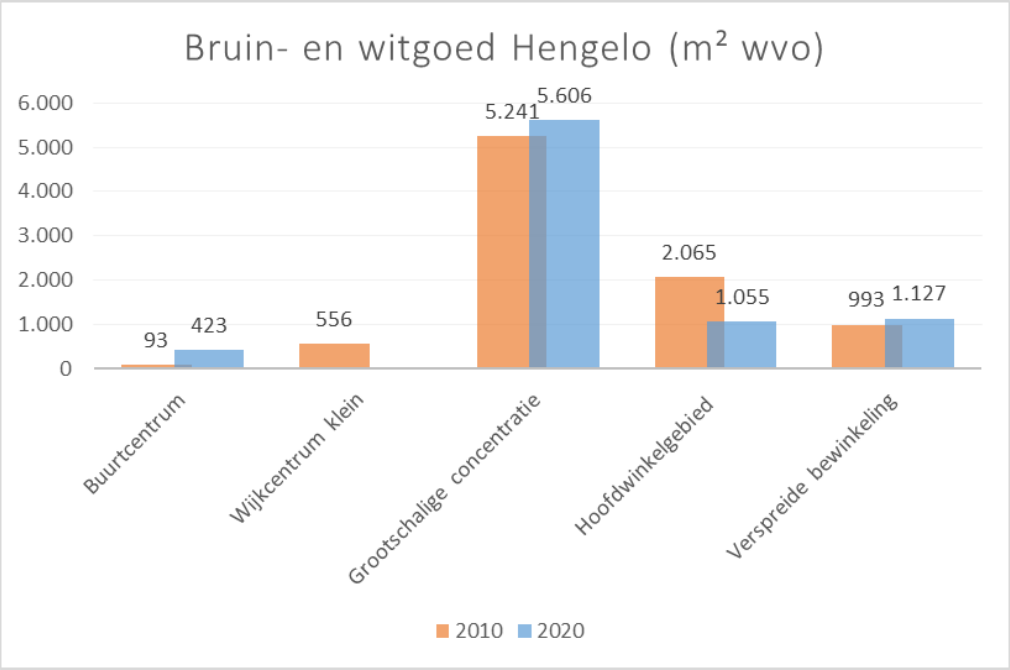
Hengelo

Ook in Hengelo is het aantal verkooppunten binnen de hoofdbranche 'bruin- en witgoed' afgenomen. In 2010 waren er 35 winkels in deze branche, in 2020 waren dit er nog maar 24 (Locatus, 2010, 2020). Ook hier heeft deze afname voornamelijk plaatsgevonden in het centrum (figuur B1.19). Net als in Almelo is ook in Hengelo het centrumgebied van de classificatie hoofdwinkelgebied groot naar hoofdwinkelgebied klein gegaan. In de wijkwinkelcentra zijn momenteel geen winkels meer uit de hoofdbranche 'bruin- en witgoed' gevestigd, waar dit in 2010 nog 3 winkels waren.



Figuur B1.19 Ontwikkeling aantal winkels binnen de hoofdbranche 'bruin- en witgoed' van 2010 tot 2020 in Hengelo (bron: Locatus, 2010, 2020)

De totale omvang van de hoofdbranche 'bruin- en witgoed' is in tegenstelling tot Almelo redelijk stabiel gebleven. In 2010 bestond de branche uit 8.948 m^2 wvo en in 2020 uit 8.211 m^2 wvo. Er heeft een kleine afname plaatsgevonden. De omvang in grootschalige concentraties en verspreide bewinkeling is iets toegenomen (figuur B1.20).



Figuur B1.20 Ontwikkeling omvang van de hoofdbranche 'bruin- en witgoed' van 2010 tot 2020 in Hengelo (bron: Locatus, 2010, 2020)

Op basis van figuur B1.20 kan geconcludeerd worden dat de afname van het aantal winkels in 'bruin- en witgoed' groter is dan de afname van de omvang en dat, net als in Enschede, bij de verspreide winkels vooral de kleinere vestigingen zijn vertrokken. De totale omvang is namelijk gestegen terwijl het aantal winkels is afgenomen. In het centrum van Hengelo zijn juist de grotere vestigingen verdwenen.

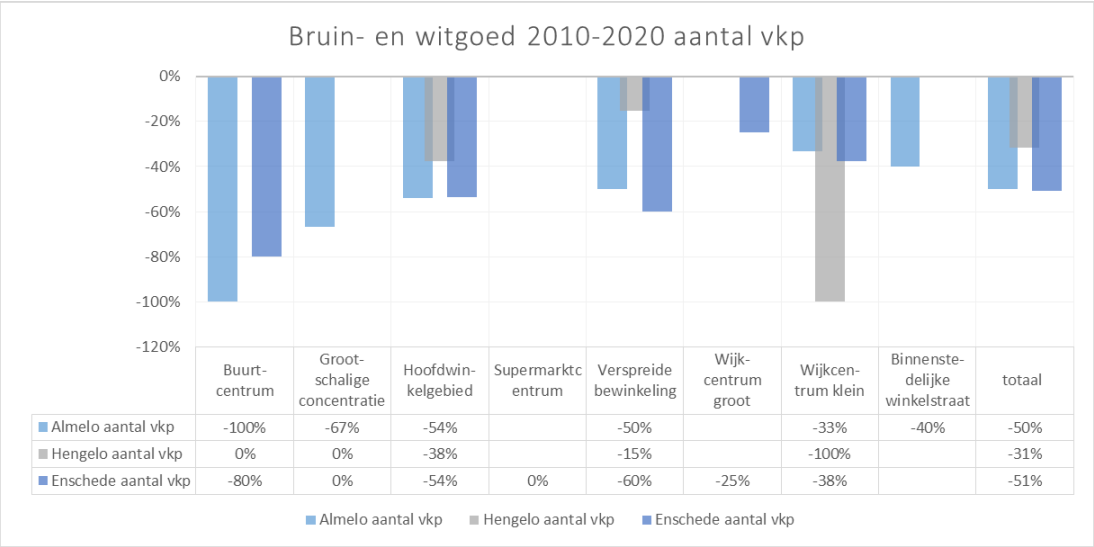
In Hengelo is de gemiddelde omvang per verkooppunt toegenomen, zoals dat ook in Enschede is gebeurd. In 2010 had een verkooppunt binnen de branche een gemiddelde omvang van 256 m^2 wvo. In 2020 was de gemiddelde omvang per verkooppunt 342 m^2 wvo. In het buurtcentrum is een stijging van 355% aan de orde, dit is echter één winkel die fors is uitgebreid. Dit heeft ook invloed op het totale gemiddelde voor Hengelo. Ook in Hengelo is te zien dat bij de verspreide winkels vooral de kleinere vestigingen zijn verdwenen, momenteel is het gemiddeld oppervlak per vestiging groter dan in 2010.

Tabel B1.21 Ontwikkeling gemiddelde omvang per verkooppunt van de hoofdbranche 'bruin- en witgoed' per winkelgebiedstype in Hengelo (bron: Locatus, 2010, 2020)

	2010	2020	verschil
Buurtcentrum	93 m² wvo	423 m² wvo	355%
Wijkcentrum klein	185 m² wvo	0 m² wvo	-100%
Grootschalige concentratie	2621 m² wvo	2803 m² wvo	7%
Hoofdwinkelgebied	129 m² wvo	106 m² wvo	-18%
Verspreide bewinkeling	76 m² wvo	102 m² wvo	34%
totaal	**256 m² wvo**	**342 m² wvo**	**34%**

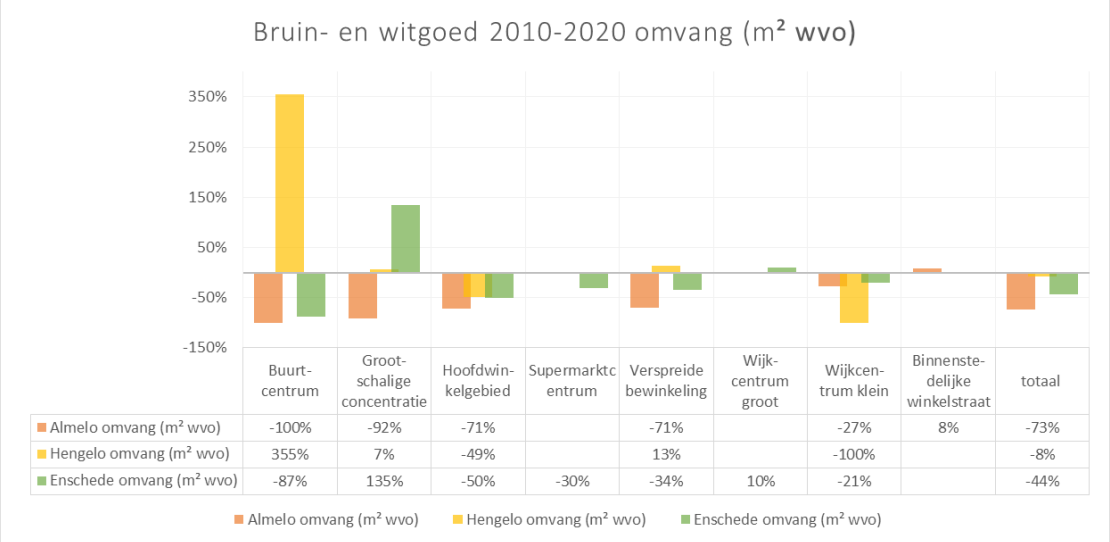
Vergelijking
Voorgaande ontwikkeling van de omvang 'bruin- en witgoed' in Almelo en Hengelo is in de figuren B1.22 en B1.23 vergeleken met de ontwikkeling van Enschede.
Het aantal verkooppunten in de branche is zowel in Almelo, Hengelo als Enschede gedaald (figuur B1.22). In Enschede heeft de grootste daling plaatsgevonden in de buurtcentra en verspreide bewinkeling, terwijl in Hengelo en Almelo voornamelijk het aantal winkels in het centrum is afgenomen. In Hengelo heeft de ontwikkeling van het Plein Westermaat voor afname van winkels in het centrum gezorgd. De omvang van de branche verdeeld over de winkelgebieden geeft een wisselend beeld (figuur

B1.23). Omdat in een aantal winkelgebieden slechts 1 winkel is gevestigd, geeft een aantal resultaten een vertekend beeld. Zo is in Hengelo de winkel in het buurtcentrum groter geworden, is in Enschede de winkel op de grootschalige concentratie uitgebreid en is in Almelo de enige winkel in het buurtcentrum verdwenen. Afgezien hiervan is de omvang van de branche voornamelijk in de centra achteruitgegaan. De afname van de omvang is in Almelo en Hengelo is groter dan afname van het aantal winkels. Dit geeft aan dat voornamelijk de grotere winkels zijn vertrokken. In Enschede is de afname van de omvang en het aantal winkels vergelijkbaar. Zowel kleinere als grotere winkels zijn verdwenen. Voor Hengelo en Enschede geldt dat vooral de kleinere verspreide winkels zijn verdwenen, waar dit in Almelo juist de grotere verspreide winkels zijn.



	Buurt-centrum	Groot-schalige concentratie	Hoofdwin-kelgebied	Supermarktc entrum	Verspreide bewinkeling	Wijk-centrum groot	Wijkcen-trum klein	Binnenste-delijke winkelstraat	totaal
Almelo aantal vkp	-100%	-67%	-54%		-50%		-33%	-40%	-50%
Hengelo aantal vkp	0%	0%	-38%		-15%		-100%		-31%
Enschede aantal vkp	-80%	0%	-54%	0%	-60%	-25%	-38%		-51%

Figuur B1.22 Ontwikkeling aantal winkels binnen de hoofdbranche 'bruin- en witgoed' Almelo, Hengelo en Enschede (bron: Locatus, 2010, 2020)



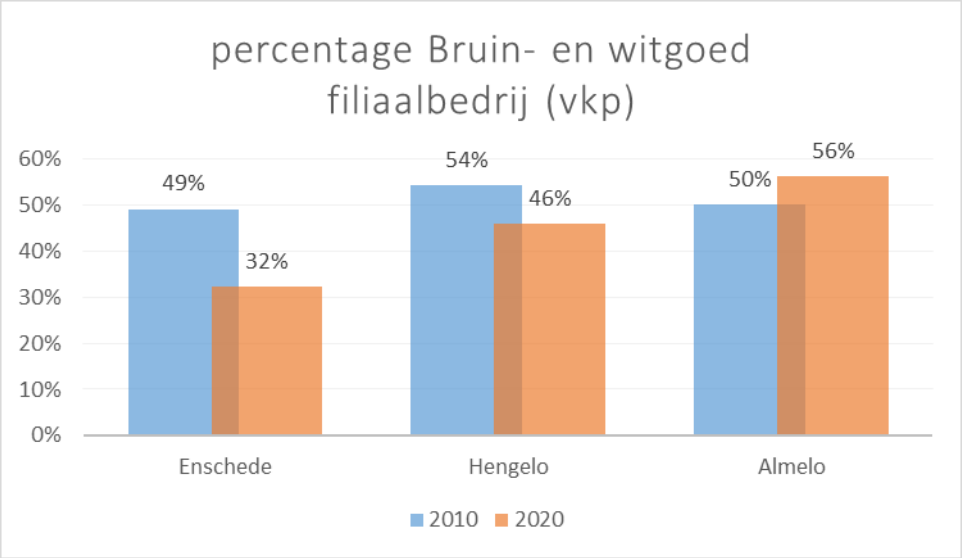
	Buurt-centrum	Groot-schalige concentratie	Hoofdwin-kelgebied	Supermarktc entrum	Verspreide bewinkeling	Wijk-centrum groot	Wijkcen-trum klein	Binnenste-delijke winkelstraat	totaal
Almelo omvang (m² wvo)	-100%	-92%	-71%		-71%		-27%	8%	-73%
Hengelo omvang (m² wvo)	355%	7%	-49%		13%		-100%		-8%
Enschede omvang (m² wvo)	-87%	135%	-50%	-30%	-34%	10%	-21%		-44%

Figuur B1.23 Ontwikkeling omvang winkels binnen de hoofdbranche 'bruin- en witgoed' Almelo, Hengelo en Enschede (bron: Locatus, 2010, 2020)

Ontwikkeling formulebedrijven

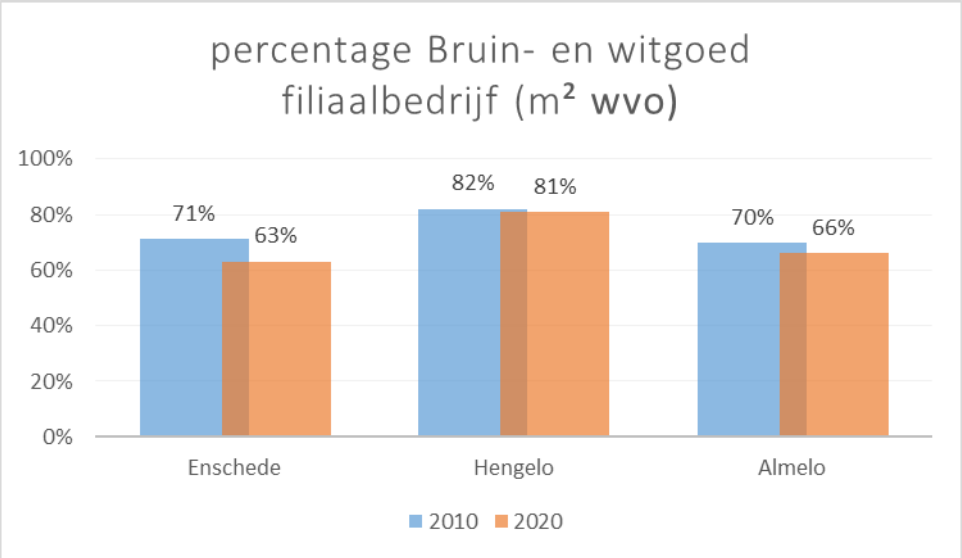
In Almelo en Hengelo is het aantal formulebedrijven de afgelopen jaren gedaald. In 2010 waren er 16 verschillende formules in Almelo gevestigd, in 2020 zijn dat er nog maar 9. In Hengelo waren er in 2010 17 verschillende formules gevestigd, in 2020 zijn dat er 11.

In figuur B1.24 is te zien dat in Enschede en Hengelo het percentage van alle winkels in de hoofdbranche ‘bruin- en witgoed’ dat van een formulebedrijf is, is gedaald. In Almelo is het aandeel winkels dat van een formulebedrijf is juist gestegen.



Figuur B1.24 Ontwikkeling van het percentage winkels binnen de hoofdbranche ‘bruin- en witgoed’ dat van een formulebedrijf is (bron: Locatus, 2010, 2020)

In de totale omvang van de hoofdbranche ‘bruin- en witgoed’ is het aandeel van formulebedrijven in Almelo en Hengelo net als in Enschede afgenomen (figuur B1.25). Dit is een indicatie dat in Almelo de omvang per winkel van een formulebedrijf juist is afgenomen in tegenstelling tot in Hengelo en Enschede. In Almelo zijn dan ook een aantal grote filiaalbedrijven vertrokken, zoals Prijstopper en It’s.



Figuur B1.25 Ontwikkeling van het percentage van de omvang van de hoofdbranche ‘bruin- en witgoed’ dat van een formulebedrijf is (bron: Locatus, 2010, 2020)

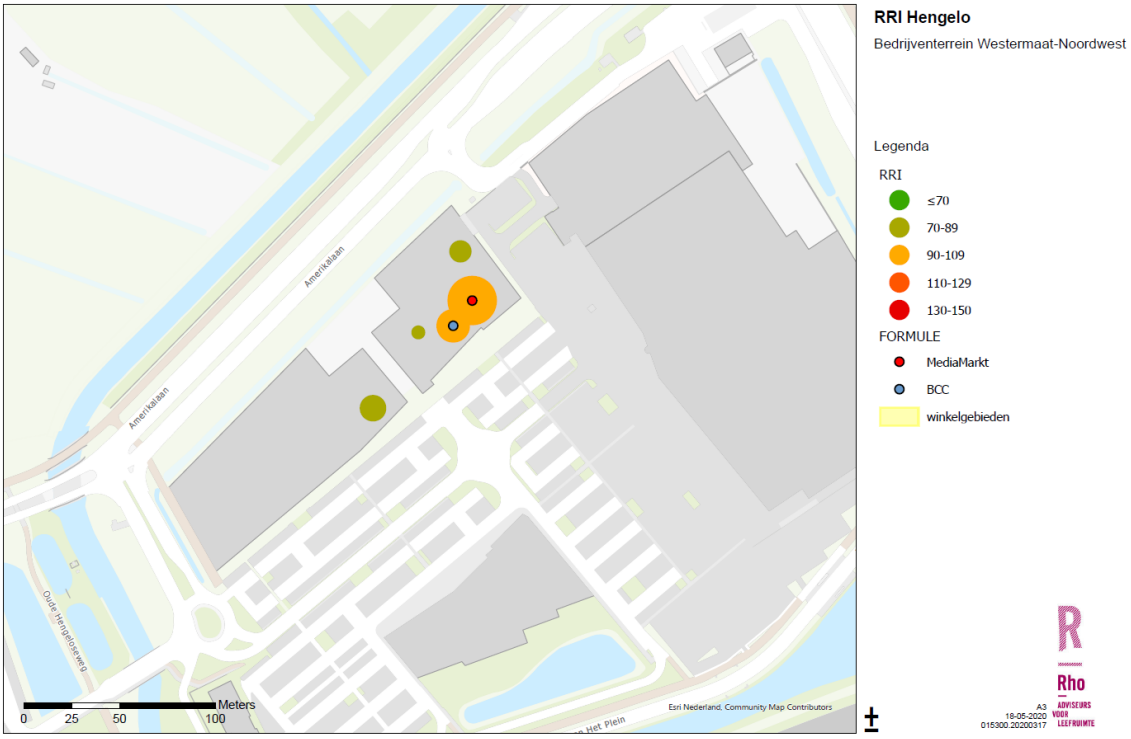
In tabel B1.26 is de ontwikkeling van de gemiddelde omvang per winkel in Almelo en Hengelo in vergelijking met Enschede weergegeven. Enschede heeft een vergelijkbare ontwikkeling als Hengelo. De totale omvang per vestiging is de afgelopen jaren toegenomen, en de oppervlakte van formulewinkels in het bijzonder. Dit kan een indicatie zijn dat voornamelijk de grotere zelfstandige bedrijven en de kleinere formulewinkels zijn verdwenen. In Almelo is in tegenstelling tot Hengelo en Enschede juist het gemiddelde oppervlak per vestiging afgenomen.

Tabel B1.26 Ontwikkeling van de gemiddelde omvang in m² wvo per verkooppunt van de hoofdbranche 'bruin- en witgoed' in Almelo (bron: Locatus, 2010, 2020)

	totaal	filiaalbedrijf	zelfstandige
Enschede	15%	56%	11%
Almelo	-46%	-54%	-31%
Hengelo	34%	56%	20%

Retail Risk Index

Ook voor Hengelo is de Retail Risk Index van Locatus uitgewerkt (figuur B1.27). Voor Almelo is dit niet gedaan. Almelo heeft geen grootschalige winkels zoals een MediaMarkt of BCC. In Hengelo zijn op Plein Westermaat zowel een MediaMarkt als BCC gevestigd. Deze hebben een RRI-score van respectievelijk 106 en 107. Deze zijn dus aangemerkt als winkelpand met risico. De omliggende panden in een straal van 100 meter hebben een gemiddelde RRI-score van 75%. Deze winkels hebben een beperkt risico en functioneren goed. Geconcludeerd kan worden dat het omliggende aanbod op deze grootschalige locatie goed functioneert, in tegenstelling tot het centrum van Enschede waar de omliggende panden een hoger risicoprofiel hebben. De winkels op een perifere locatie als deze hebben voornamelijk een doelgericht bezoekmotief. De verwachting is dat hier het overige aanbod profiteert van de aanwezigheid van MediaMarkt en BCC.



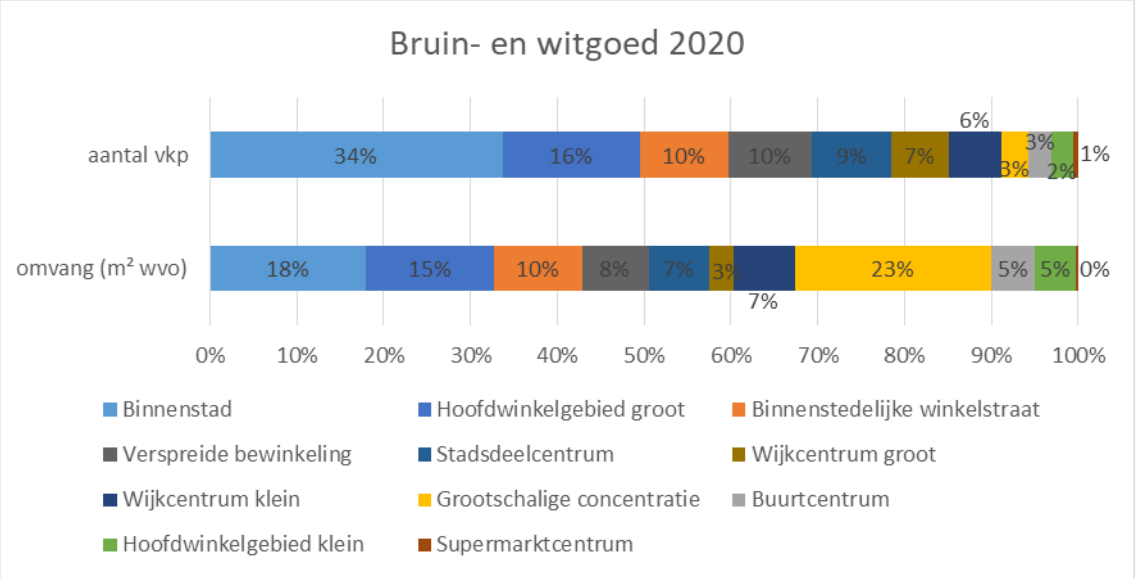
Figuur B1.27 RRI Plein Westermaat Hengelo (bron: Locatus, 2020; *bewerking Rho)*

B3. Landelijk

De omvang van de hoofdbranche 'bruin- en witgoed' van Enschede is vergeleken met de regio en het gemiddelde in kernen van een vergelijkbare kernen in Nederland. Dit gaat om kernen met een inwonertal van 100.000 tot 175.000. Dit betreft de kernen Amersfoort, Apeldoorn, Arnhem, Breda, Delft, Dordrecht, Enschede, Haarlem, Leiden, Maastricht, Nijmegen, 's-Hertogenbosch, Zoetermeer en Zwolle.

Omvang winkelaanbod

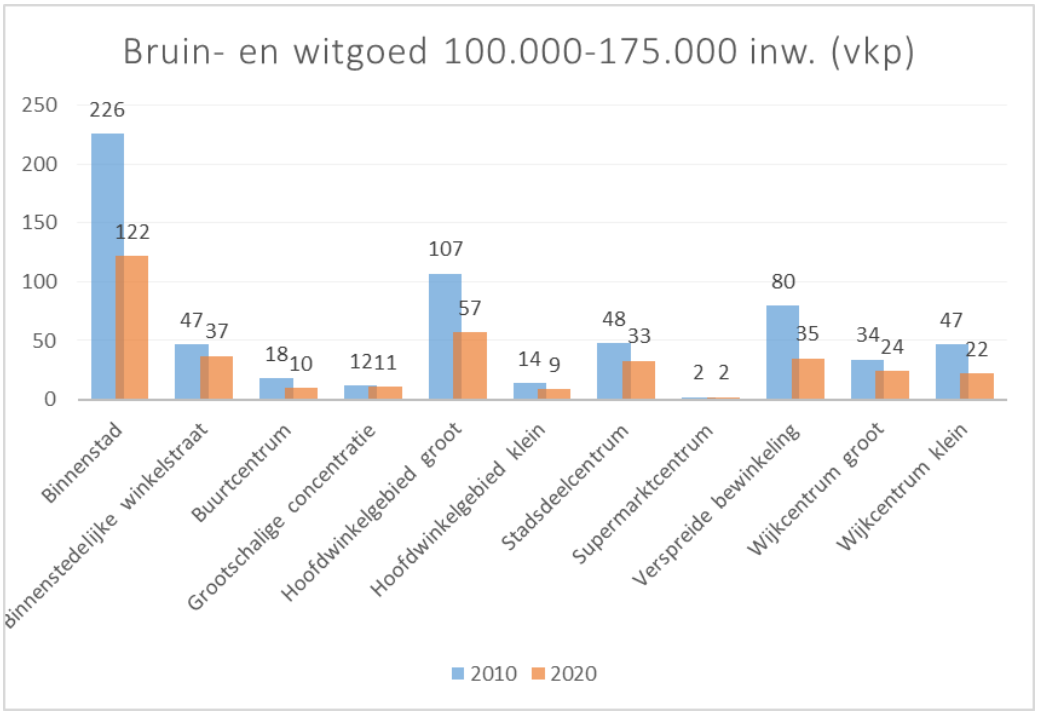
In totaal zijn er binnen de inwonersklasse 100.000 tot 175.000 362 winkels binnen de hoofdbranche 'bruin- en witgoed', met een totale oppervlakte van 79.726 m^2 wvo (Locatus, 2020). In figuur B1.28 is weergegeven hoe deze winkels verdeeld zijn over de verschillende winkelgebiedstypen. Het grootste aandeel van de winkels in de hoofdbranche 'bruin- en witgoed' is gevestigd in de binnenstad (34%). Daarnaast zijn er relatief veel winkels gevestigd in de hoofdwinkelgebieden en de binnenstedelijke winkelstraat. Qua omvang is het aandeel in deze winkelgebieden minder groot. Dit geeft aan dat het oppervlak per winkel hier lager ligt. In de grootschalige concentraties is het grootste oppervlak aan 'bruin- en witgoed' gevestigd (23%). Het aandeel van winkels is hier maar 3%. De winkels op grootschalige concentraties zijn dus groter dan het gemiddelde.
Ook in Enschede is het aandeel van winkels in 'bruin- en witgoed' het grootst in het centrumgebied. Ten opzichte van het landelijke beeld heeft Enschede relatief veel winkels in het centrumgebied. De omvang van de branche op grootschalige locaties is in Enschede zeer klein in vergelijking met het landelijke gemiddelde in vergelijkbare plaatsen (qua inwonertal). Dit is het resultaat van jarenlang gevoerd beleid.



Figuur B1.28 Procentuele verdeling aantal winkels (links)) en omvang (rechts) van de hoofdbranche 'bruin- en witgoed' over de winkelgebiedstypen in de inwonersklasse 100.000 tot 175.000 (bron: Locatus, 2020)

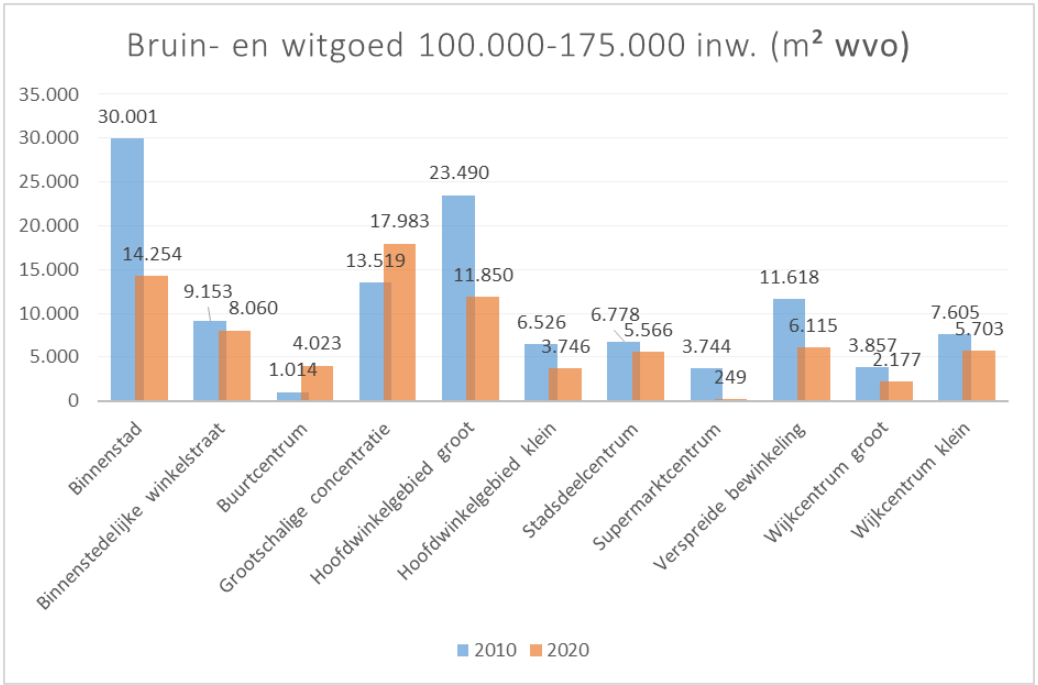
Ontwikkeling winkelaanbod

Het totaal aantal verkooppunten binnen de hoofdbranche 'bruin- en witgoed' is de afgelopen jaren ook binnen de inwonersklasse 100.000-175.000 afgenomen. In 2010 waren er 635 winkels in 'bruin- en witgoed', in 2020 is dit bijna gehalveerd naar 362 winkels (Locatus, 2010, 2020). In ieder winkelgebied is het aantal winkels afgenomen, maar de afname heeft voornamelijk plaatsgevonden in de binnensteden en hoofdwinkelgebieden. In bijlage 1 is de indeling van de verschillende winkelgebieden opgenomen. Het centrum van Enschede is in dit geval gecategoriseerd als hoofdwinkelgebied groot. De centra van grotere steden worden gecategoriseerd als binnenstad.



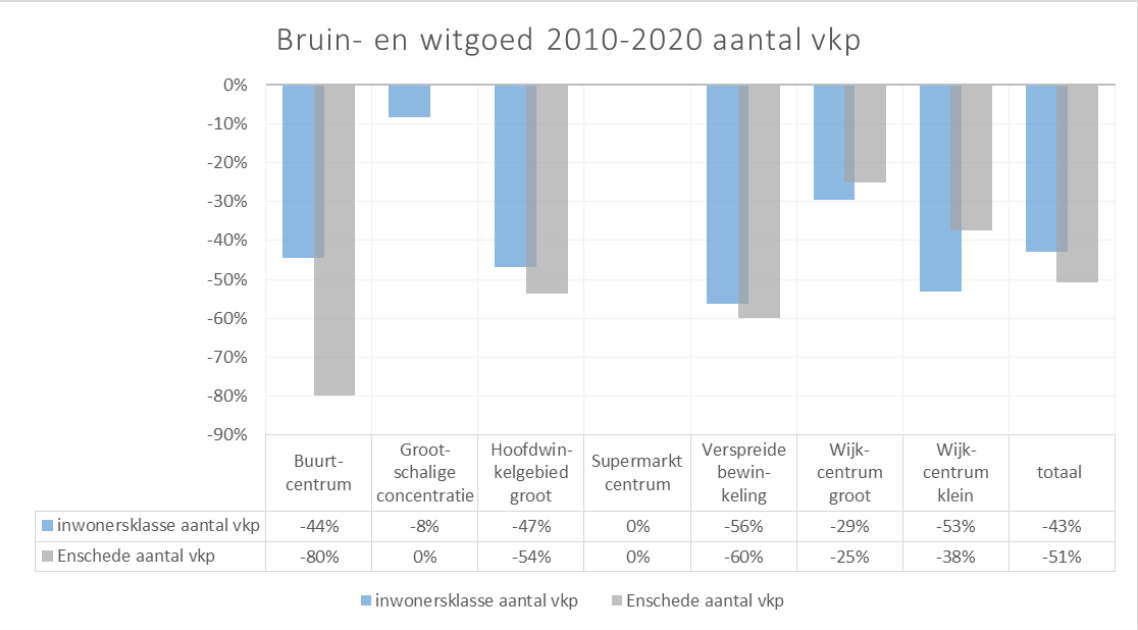
Figuur B.29 Ontwikkeling aantal winkels binnen de hoofdbranche 'bruin- en witgoed' van 2010 tot 2020 in de inwonersklasse 100.000 tot 175.000 (bron: Locatus, 2010, 2020)

Ook de totale omvang van de hoofdbranche 'bruin- en witgoed' is flink afgenomen. Van 117.305 m^2 wvo in 2010 naar 79.726 m^2 wvo in 2020 (Locatus, 2010, 2020). Hier is voor een deel hetzelfde beeld te zien als in de ontwikkeling van het aantal winkels. In de binnensteden en hoofdwinkelgebieden is de omvang van de branche flink afgenomen. Echter, in de buurtcentra en grootschalige concentraties is de omvang juist toegenomen (figuur B.1.31).



Figuur B1.30 Ontwikkeling omvang van de hoofdbranche 'bruin- en witgoed' van 2010 tot 2020 in de inwonersklasse 100.000 tot 175.000 (bron: Locatus, 2010, 2020)

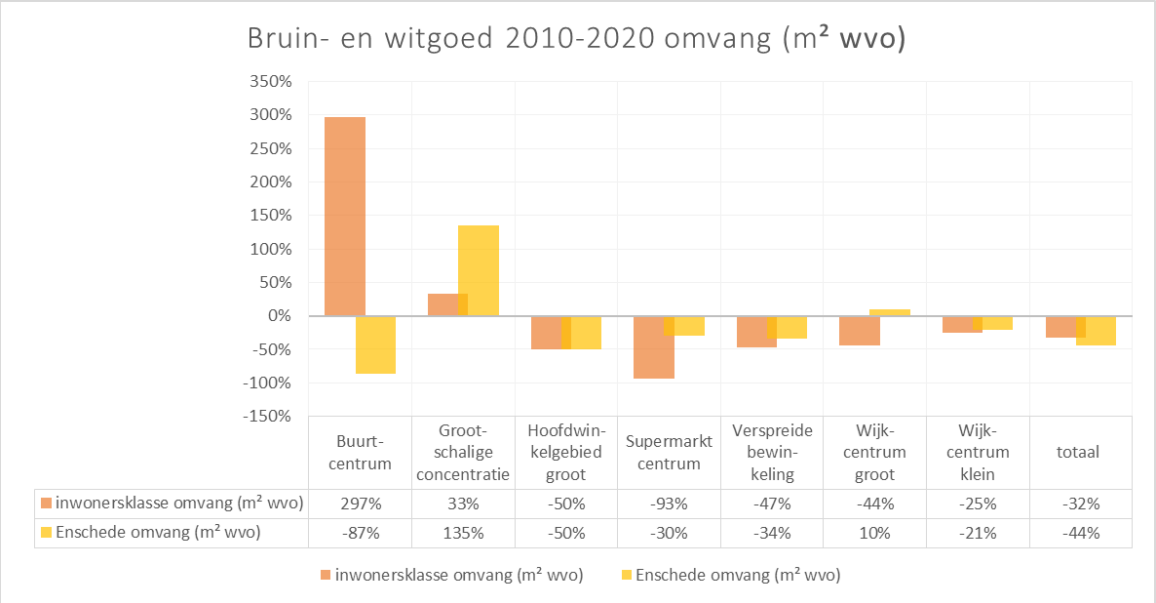
In figuur B1.31 en B1.32 is de ontwikkeling van het aantal winkels en de omvang van de hoofdbranche ‘bruin- en witgoed’ vergeleken met de ontwikkeling daarvan in de vergelijkbare winkelgebieden in Enschede. In Enschede is dezelfde landelijke trend in afname van het aantal winkels te zien. In de meeste winkelgebieden heeft een vergelijkbare afname in winkels plaatsgevonden. In de buurtcentra is in Enschede echter het aantal winkels sterker afgenomen en is het aantal winkels (één) op een grootschalige concentratie stabiel gebleven.



	Buurt-centrum	Groot-schalige concentratie	Hoofdwin-kelgebied groot	Supermarkt centrum	Verspreide bewin-keling	Wijk-centrum groot	Wijk-centrum klein	totaal
inwonersklasse aantal vkp	-44%	-8%	-47%	0%	-56%	-29%	-53%	-43%
Enschede aantal vkp	-80%	0%	-54%	0%	-60%	-25%	-38%	-51%

Figuur B1.31 Ontwikkeling aantal winkels binnen de hoofdbranche ‘bruin- en witgoed’ van 2010 tot 2020 in de inwonersklasse 100.000 tot 175.000 in vergelijking met Enschede (bron: Locatus, 2010, 2020)

Ook in de toe- en afname van de omvang van de hoofdbranche ‘bruin- en witgoed’ is in Enschede een trend te zien die vergelijkbaar is met de landelijke trend. Landelijk gezien is de toename van de omvang in buurtcentra sterk gestegen. Dit is een indicatie dat hier voornamelijk de kleine vestigingen zijn verdwenen en de bestaande flink zijn uitgebreid, of dat nieuwe grote vestigingen zijn gerealiseerd. Ook op de grootschalige concentraties heeft schaalvergroting plaatsgevonden. Het aantal winkels is iets afgenomen, maar de omvang is toegenomen. Over het algemeen is het beeld dat de afname van het aantal winkels groter is dan de afname van de omvang. De trend in Enschede sluit aan op de landelijke trend.



Figuur B1.32 Ontwikkeling omvang van de hoofdbranche 'bruin- en witgoed' van 2010 tot 2020 in de inwonersklasse 100.000 tot 175.000 in vergelijking met Enschede (bron: Locatus, 2010, 2020)

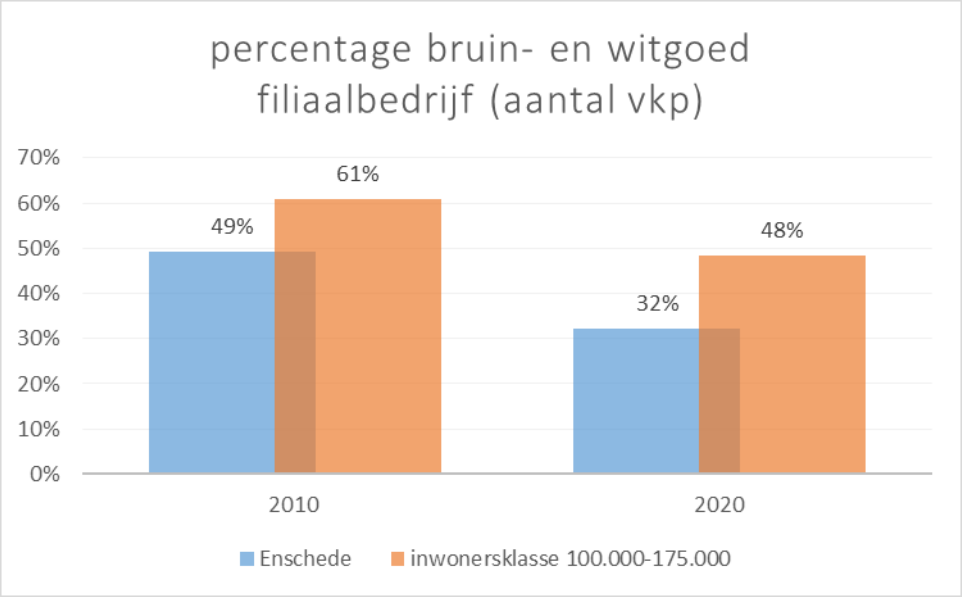
Landelijk is de gemiddelde omvang per verkooppunt binnen deze inwonersklasse toegenomen. In 2010 had een verkooppunt binnen de branche een gemiddelde omvang van 185 m^2 wvo. In 2020 was de gemiddelde omvang per verkooppunt 220 m^2 wvo. De gemiddelde omvang is voornamelijk toegenomen in de buurtcentra, de kleine wijkcentra en op grootschalige concentraties. In vergelijking tot de landelijke trend is in Enschede de gemiddelde omvang minder sterk toegenomen (tabel B1.33).
De toename van de gemiddelde omvang in de 'grootschalige concentratie' geeft een vertekend beeld, omdat het hier om vergroting gaat van een winkel die van oorsprong erg klein was. De toename van 8% in 'hoofdwinkelgebied groot' is de resultante van het gevoerde beleid en wijkt af van het landelijk beeld.

Tabel B.1.33 Ontwikkeling gemiddelde omvang per verkooppunt van 2010 tot 2020 per winkelgebiedstype (bron: Locatus, 2010, 2020)

	Enschede	Inwonersklasse 100.000 – 175.000
Binnenstad		-12%
Binnenstedelijke winkelstraat		12%
Buurtcentrum	-36%	614%
Grootschalige concentratie	135%	45%
Hoofdwinkelgebied groot	8%	-5%
Hoofdwinkelgebied klein		-11%
Stadsdeelcentrum		19%
Supermarktcentrum	-30%	-93%
Verspreide bewinkeling	66%	20%
Wijkcentrum groot	47%	-20%
Wijkcentrum klein	27%	60%
totaal	**15%**	**19%**

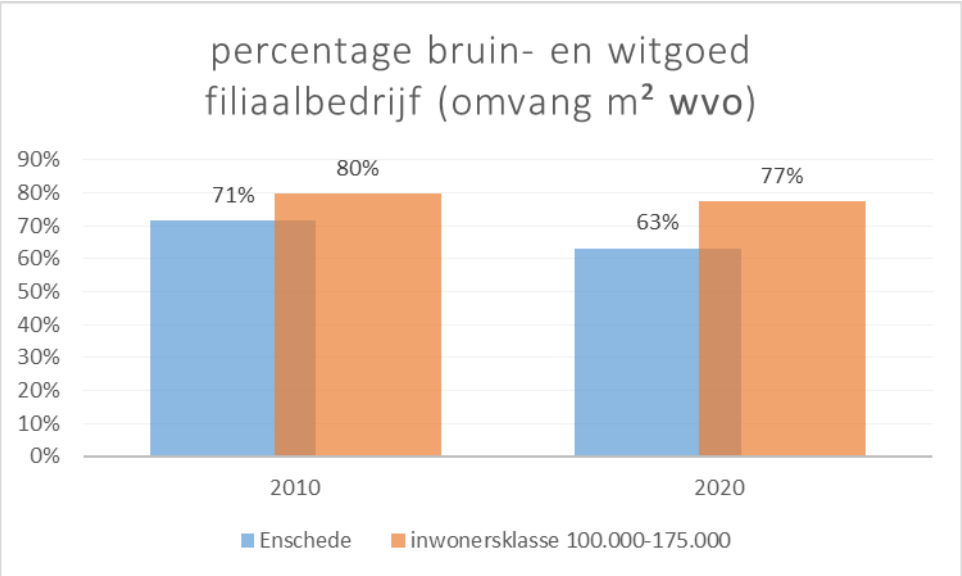
Ontwikkeling formulebedrijven
Net als in Enschede, Hengelo en Almelo is het aantal formulebedrijven binnen de inwonersklasse 100.000-175.000 in de afgelopen jaren afgenomen. In 2010 waren er 40 verschillende formules gevestigd, in 2020 zijn dat er 31. Een afname van 23%.

In figuur B1.34 is te zien dat in de inwonersklasse 100.000-175.000 het percentage van alle winkels in de hoofdbranche ‘bruin- en witgoed’ dat van een formulebedrijf is, is gedaald. In 2010 was meer dan de helft van alle winkels van een formule, in 2020 is dat gedaald naar iets minder dan de helft. In Enschede is het aandeelformulewinkels lager dan het landelijk gemiddelde binnen de inwonersklasse. Wel is dezelfde trend te zien van afname van het aandeel formulewinkels.



Figuur B1.34 Ontwikkeling van het percentage winkels binnen de hoofdbranche ‘bruin- en witgoed’ dat van een formulebedrijf is (bron: Locatus, 2010, 2020)

In de totale omvang van de hoofdbranche ‘bruin- en witgoed’ is het aandeel van formulebedrijven in de inwonersklasse 100.000-175.000 iets afgenomen (figuur B1.35). Het aandeel van de omvang is minder afgenomen dan het aandeel in het aantal winkels. Dit geeft aan dat de omvang per winkel van een formulebedrijf is toegenomen. Ook hier is de omvang van de formulewinkels groter dan in Enschede. Dit vloeit voort uit de grootschalige opzet van het Plein Westermaat.



Figuur B1.35 Ontwikkeling van het percentage van de omvang van de hoofdbranche ‘bruin- en witgoed’ dat van een formulebedrijf is (bron: Locatus, 2010, 2020)

In tabel B1.36 is de ontwikkeling van de gemiddelde omvang per winkel de inwonersklasse 100.000-175.000 weergegeven. De gemiddelde omvang van alle winkels is met 19% toegenomen. De gemiddelde omvang van een winkel van een filiaalbedrijf is meer toegenomen, namelijk met 46%. De gemiddelde omvang van een zelfstandige is stabiel gebleven. In Enschede is in vergelijking met deze landelijke trend de gemiddelde omvang van een filiaalbedrijf meer toegenomen (+56%). Ook de zelfstandigen zijn per winkel groter geworden ten opzichte van het gemiddelde in de inwonersklasse.

Tabel B1.36 Ontwikkeling van de gemiddelde omvang in m^2 wvo per verkooppunt van de hoofdbranche 'bruin- en witgoed' in de inwonersklasse 100.000 tot 175.000 (bron: Locatus, 2010, 2020)

	totaal	filiaalbedrijf	zelfstandige
Enschede	15%	56%	11%
Inwonersklasse 100.000 – 175.000	19%	46%	0,2%

Retail Risk Index

Net als voor Enschede en Hengelo is ook voor de kernen binnen de inwonersklasse 100.000 tot 175.000 de Retail Risk Index uitgewerkt. Om goed inzicht te krijgen en een vergelijking te kunnen maken met Enschede zijn de winkelgebieden geselecteerd waarin een MediaMarkt en/of BCC is gevestigd. De RRI is uitgewerkt voor de panden binnen een straal van 100 meter om een beeld te krijgen van het functioneren van de nabijgelegen winkels.

Tabel B1.37 geeft een overzicht van de geselecteerde winkelgebieden. In bijlage 2 zijn de uitgewerkte kaarten per winkelgebied weergegeven. Te zien is dat elke winkel van MediaMarkt en BCC in de geselecteerde gebieden een risico heeft binnen de categorie 90 tot 110 (risico). Ook dit is weer deels te verklaren vanuit de hoge branche-index. In bijlage 2 zijn de kaarten met de RRI-scores voor de benoemde winkelgebieden weergegeven. Op basis hiervan zijn de volgende bevindingen van belangbelang:

- In de centra van een vergelijkbare omvang als Enschede (hoofdwinkelgebieden groot; 200-400 winkels) hebben de winkels rondom een MediaMarkt/BCC een hoger risicoprofiel.
- In de stadsdeelcentra scoren de omliggende panden ook met een hoger risicoprofiel dan de MediaMarkt en BCC.
- In de winkelgebieden van de kernen waar het centrum aangemerkt is als binnenstad, hoofdwinkelgebied klein en wijkcentrum hebben de winkels rondom een MediaMarkt/BCC een iets beter risicoprofiel.
- Op de grootschalige concentraties hebben de omliggende panden gemiddeld een 17% lagere risico.

Tabel B1.37 RRI-scores MediaMarkt en BCC in relatie tot de omliggende panden, per winkelgebied in de inwonersklasse 100.000 tot 175.000 (bron: Locatus, 2020)

	MediaMarkt	BCC	omliggende panden	verschil	winkelgebiedstype	verschil
Dordrecht centrum	110		107	3%	Binnenstad	3%
Arnhem Steenstraat	109		106	3%	Binnenstedelijke winkelstraat	
Delft Zuidpoort		94	102	-8%	Hoofdwinkelgebied groot	-8%
Enschede De Klanderij	95		105	-9%	Hoofdwinkelgebied groot	
Zwolle Binnenstad-Zuid	101		108	-7%	Hoofdwinkelgebied groot	
Zoetermeer Stadscentrum	94		91	4%	Hoofdwinkelgebied klein	4%
Haarlem Winkelcentrum Schalkwijk		106	111	-4%	Stadsdeelcentrum	-8%
Nijmegen Zwanenveld		105	119	-11%	Stadsdeelcentrum	
Amersfoort Eemplein	109		91	19%	Wijkcentrum klein	18%
Maastricht Sint Maartenspoort	103		88	-14%	Buurtcentrum	-14%

Amersfoort Amsterdamsestraat		101	73	38%	Grootschalige concentratie	17%
Apeldoorn De Voorwaarts	106		105	1%	Grootschalige concentratie	
Apeldoorn Europaweg		106	90	18%	Grootschalige concentratie	
Arnhem Meubelplein Arnhem-Zuid		106	102	4%	Grootschalige concentratie	
Breda Kruisvoort	100	102	83	22%	Grootschalige concentratie	
's-Hertogenbosch Bossche Boulevard	102	102	88	16%	Grootschalige concentratie	

Op basis van de analyse van de RRI-gegevens van de winkelgebieden met een MediaMarkt of BCC kan geconcludeerd worden dat vestiging van deze winkels in het centrum niet zorgt voor een beter functioneren van winkels in de nabijheid. Uit de analyse kan niet eenduidig worden opgemaakt dat winkels in de centra kunnen profiteren van de aanwezigheid van een MediaMarkt of BCC. Er kan niet geconcludeerd worden dat een MediaMarkt en/of cruciaal zijn voor het functioneren van winkels in een centrumgebied.
Op PDV-gebieden (grootschalige concentratie) is wel een positieve relatie te onderscheiden. Op deze gebieden hebben de omliggende winkels gemiddeld genomen een beter risicoprofiel. Winkels in 'bruin- en witgoed' zoals MediaMarkt en BCC passen goed bij het doelgerichte karakter van deze winkelgebieden. De aanwezigheid van dergelijke winkels heeft in deze winkelgebieden een positieve invloed op het functioneren van het overige aanbod.

B4. Conclusie

In voorgaande paragrafen is de omvang van de hoofdbranche 'bruin- en witgoed' geanalyseerd in relatie tot de omvang binnen de regio (Almelo en Hengelo) en de inwonersklasse met een vergelijkbaar inwonertal.

- Uit de analyse blijkt dat de hoofdbranche in Enschede op een aantal punten vergelijkbaar is met de landelijke situatie in de inwonersklasse 100.00-175.000 en Hengelo. Het grootste deel van de winkels is gevestigd in het centrum, de gemiddelde omvang per verkooppunt is de afgelopen jaren gestegen, en ook de gemiddelde omvang van een formulebedrijf is de afgelopen jaren meer gestegen dan het gemiddelde van alle winkels.
- Landelijk gezien is de omvang van de winkels in de grootschalige concentraties, dus buiten het centrumgebied, groter, net als in Hengelo. De gemiddelde omvang van winkels op deze grootschalige concentraties is groter dan in andere winkelgebieden.
- In Enschede is het belang van dit type winkelgebied echter zeer klein, en was ook in 2010 klein. Dit is een gevolg van het gemeentelijk detailhandelsbeleid, waar deze winkels niet gewenst zijn op perifere winkellocaties.

Uit de analyses van de RRI wordt geconcludeerd dat winkels in 'bruin- en witgoed' niet essentieel zijn voor het functioneren van centrumgebieden. Rondom winkels van MediaMarkt en BCC in centrumgebieden hebben omliggende winkels een hoog risicoprofiel. Deze lijken dan ook niet te profiteren van de aanwezigheid van deze winkels.

Bijlage 2 Winkelgebiedstyperingen Nederland Locatus

Winkelgebiedtyperingen Nederland

Centrale winkelgebieden

Het belangrijkste winkelgebied in een woonplaats wordt aangeduid als centraal winkelgebied. Binnen de database van Locatus worden zes centrale winkelgebieden onderscheiden:

Binnenstad **meer dan 400 winkels**

In feite gaat het hier om de top-17 winkelgebieden van Nederland, waarvan de binnensteden van Amsterdam, Rotterdam, Den Haag, Utrecht, Groningen en Maastricht een onderdeel vormen.

Hoofdwinkelgebied Groot **200-400 winkels**

Een hoofdwinkelcentrum is het grootste winkelgebied in de woonplaats. Het aantal verkooppunten in de detailhandel bedraagt 200 tot 400 winkels. Voorbeelden zijn Bussum - centrum of Delft-centrum.

Hoofdwinkelgebied Klein **100-200 winkels**

Een hoofdwinkelcentrum is het grootste winkelgebied in de woonplaats. Het aantal verkooppunten in de detailhandel bedraagt 100 tot 200 winkels. Voorbeelden zijn Franeker- centrum of Putten-centrum.

Kernverzorgend winkelgebied Groot **50-100 winkels**

Een kernverzorgende centrum groot is het grootste winkelgebied in een woonplaats. Het gaat hier om centra met minder dan 100, maar meer dan 50 winkels in de detailhandel.

Kernverzorgend winkelgebieden Klein **5-50 winkels**

Een kernverzorgende centrum klein is het grootste winkelgebied in een woonplaats. In dit geval gaat het om centra met maximaal 50 verkooppunten in de detailhandel.

Kernverzorgend supermarktcentrum **3-4 winkels**

Dit is een winkelconcentratie die het grootste winkelgebied in een woonplaats is en 3 of 4 winkels heeft waaronder in ieder geval 1 supermarkt van 500 m² wvo of meer.

Ondersteunende winkelgebieden

Naast één centraal winkelgebied kunnen in een woonplaats een of meerdere ondersteunende winkelgebieden worden onderscheiden. Binnen de categorie "ondersteunende winkelgebieden" worden de volgende zes type winkelgebieden onderscheiden:

Stadsdeelcentrum **meer dan 50 winkels**

Een stadsdeelcentrum is altijd een aanvulling op een binnenstad of een hoofdwinkelcentrum. Bovendien is hier het merendeel van het centrum planmatig ontwikkeld. Voorbeelden van stadsdeelcentra zijn Amsterdam-Osdorpplein of Nijmegen-Dukenburg.

Binnenstedelijke winkelstraat **> 50 winkels**
Ook hier gaat het om ondersteunende winkelgebieden van meer dan 50 winkels maar in tegenstelling tot de stadsdeelcentra zijn deze winkelgebieden niet planmatig ontwikkeld maar de winkelstraten in grote steden. Voorbeelden zijn de Steenstraat in Arnhem, Amsterdamse-straatweg Utrecht en de Overtoom in Amsterdam.

Wijkcentrum (groot) **25- 50 winkels**
Een groot wijkcentrum bestaat naast een binnenstad of een hoofdwinkelcentrum en heeft minder winkels dan een stadsdeelcentrum.

Wijkcentrum (klein) **minder dan 25 winkels**
Deze centra hebben een specifiek ondersteunende functie. Tot een klein wijkcentrum worden enerzijds winkelconcentraties gerekend met 5 tot 10 winkels en 2 of meer supermarkten. Anderzijds worden hiertoe winkelgebieden met 10 tot 25 winkels in de detailhandel gerekend.

Buurtcentrum
Dit is een winkelconcentratie met minimaal 5 winkels en maximaal 9 winkels in de detailhandel. Daarnaast is er een of geen supermarkt in dit type winkelgebied aanwezig.

Supermarktcentrum
Dit is een winkelconcentratie met 3 of 4 winkels waaronder in ieder geval 1 supermarkt van 500 m² wvo of meer.

Overig

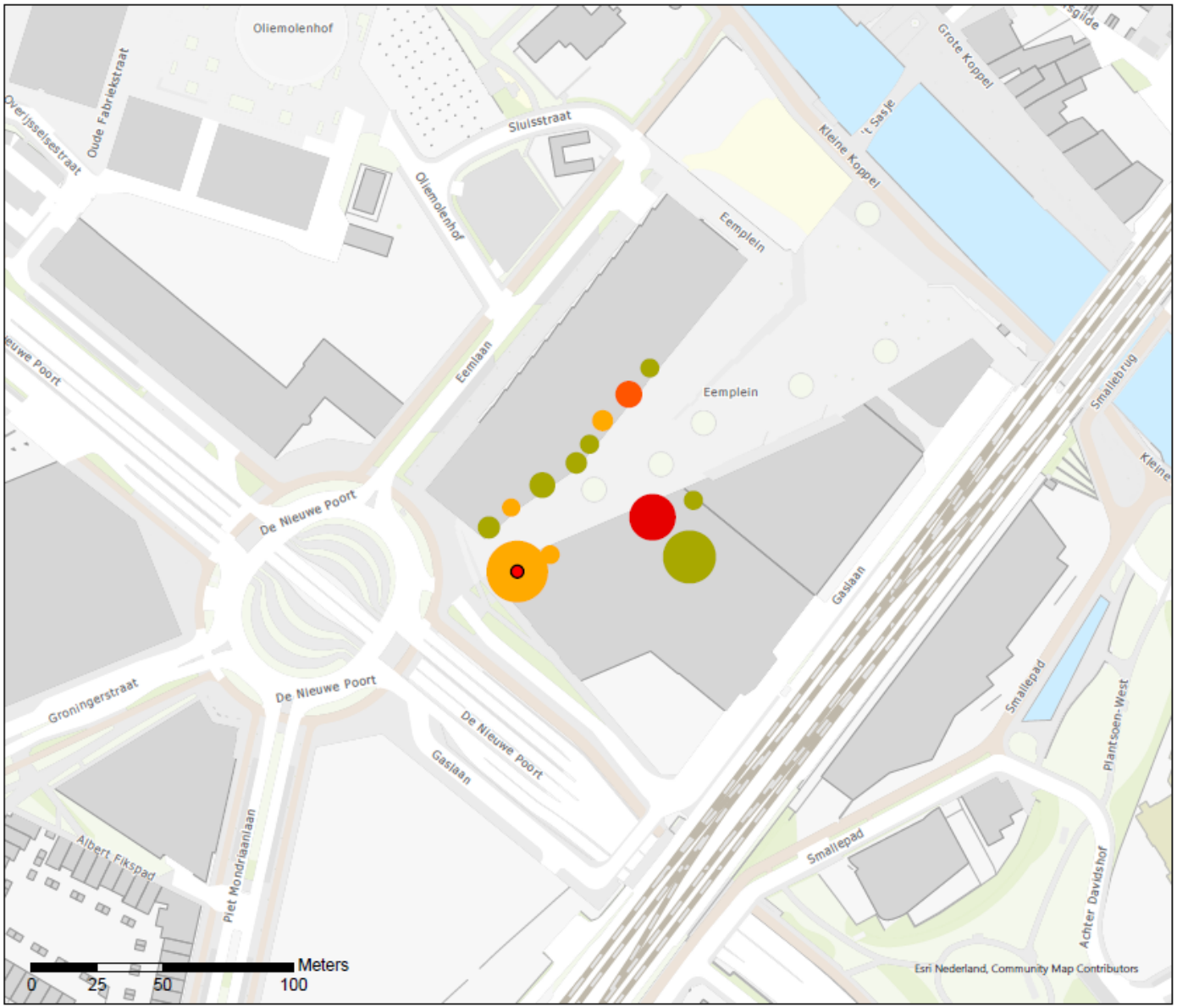
Onder de categorie 'overig' worden grootschalige concentraties en speciale winkelgebieden verstaan.

Grootschalige concentratie
Concentratie van 5 of meer verkooppunten in de detailhandel met een gemiddeld winkelverkoopvloeroppervlak per winkel van minimaal 500 m2. Het aanbod moet minimaal voor 50% doelgericht zijn. Dit betekent dat minimaal de helft van het winkelverkoop- vloeroppervlak van het betreffende winkelgebied zich richt op de branches "dier en plant", "bruin- en witgoed", "fietsen- en autoaccessoires", "doe- het-zelf" of "wonen".

Speciaal winkelgebied
Winkelgebieden die niet tot een van de voorgaande categorieën behoren, worden aangemerkt als speciaal winkelgebied. Veelal zijn dit winkelgebieden rondom een station of winkelgebieden met een speciaal thema. Designer Outlet Center in Roermond, Stationsplein Breda en Luchthaven Schiphol zijn bijvoorbeeld in deze categorie opgenomen.

Alle verkooppunten die buiten een van deze concentraties vallen, worden tot de **verspreide bewinkeling** gerekend.

Bijlage 3 Retail Risk Index winkelgebieden 100.000 tot 175.000 inwoners



RRI Amersfoort

Eemplein

Legenda

RRI

- ≤70
- 70-89
- 90-109
- 110-129
- 130-150

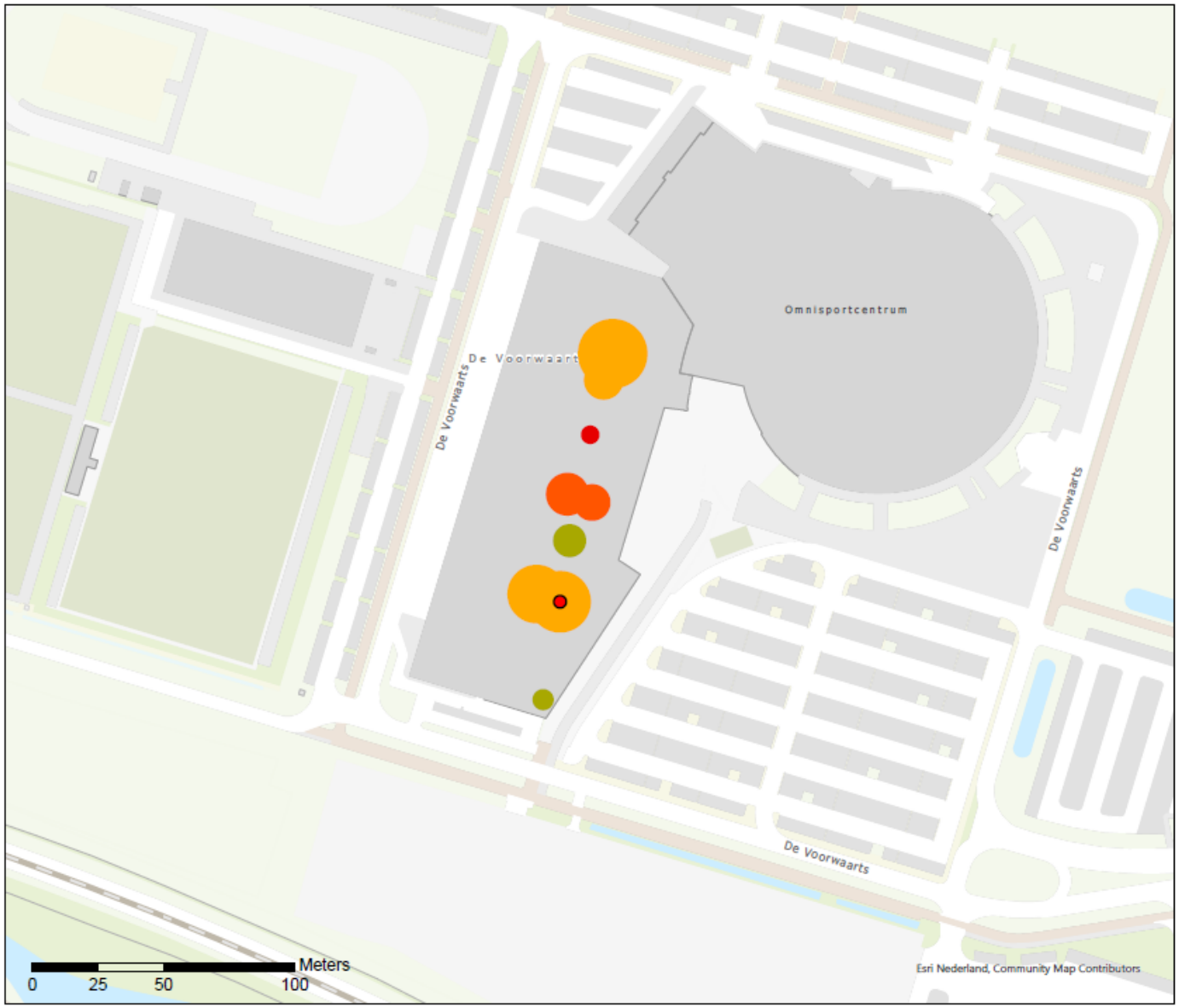
FORMULE

- MediaMarkt
- BCC
- winkelgebieden

±

A3
18-05-2020
015300.20200317

Rho ADVISEURS VOOR LEEFRUIMTE



RRI Apeldoorn

De Voorwaarts

Legenda

RRI

- ≤70
- 70-89
- 90-109
- 110-129
- 130-150

FORMULE

- MediaMarkt
- BCC
- winkelgebieden

A3
18-05-2020
015300.20200317

Rho ADVISEURS VOOR LEEFRUIMTE



RRI Apeldoorn

Brouwersmolen-Noord

Legenda

RRI

- ≤70
- 70-89
- 90-109
- 110-129
- 130-150

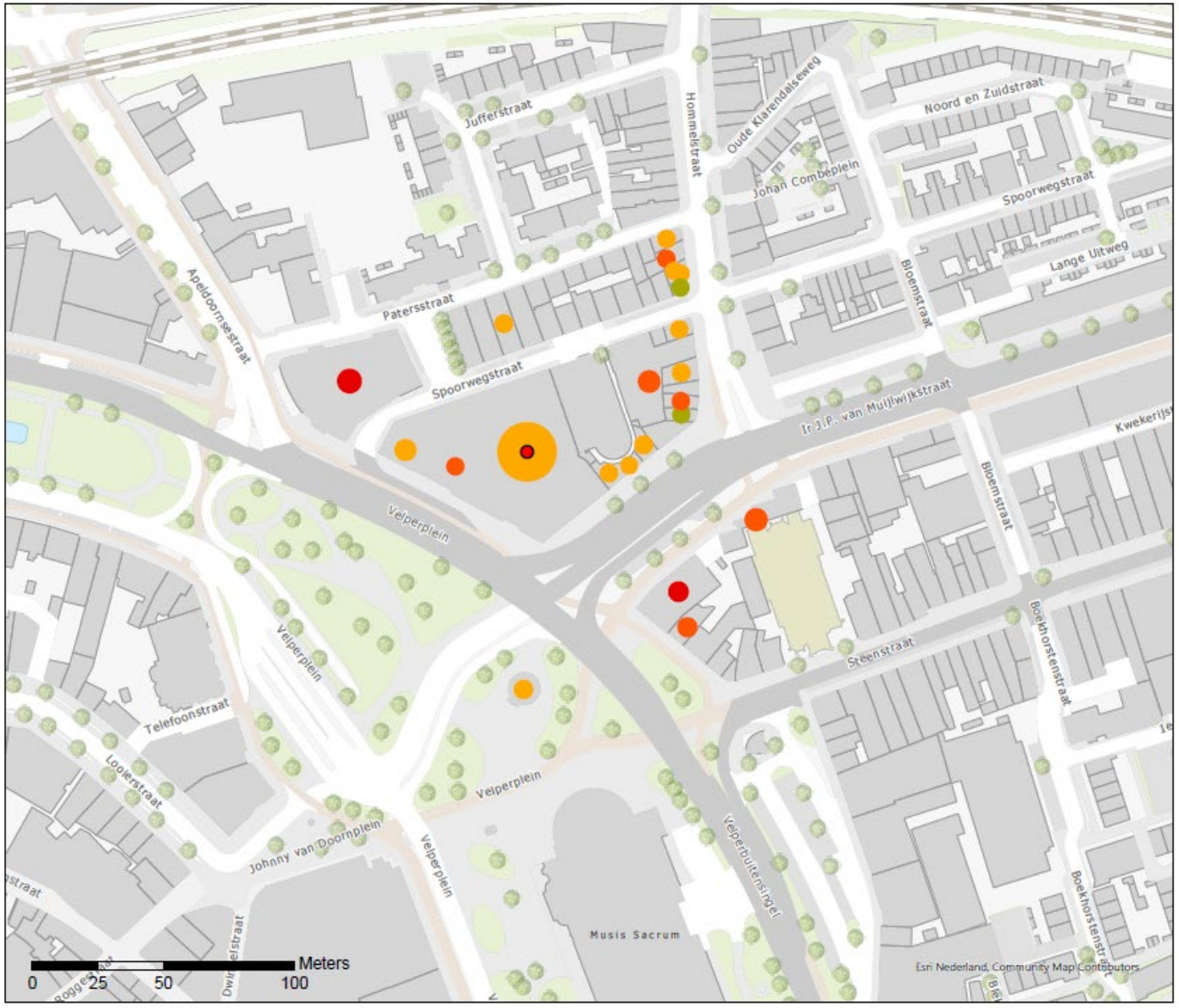
FORMULE

- MediaMarkt
- BCC
- winkelgebieden

±

A3
18-05-2020
015300.20200317

Rho
ADVISEURS VOOR LEEFRUIMTE



RRI Arnhem

Hommelstraat

Legenda

RRI

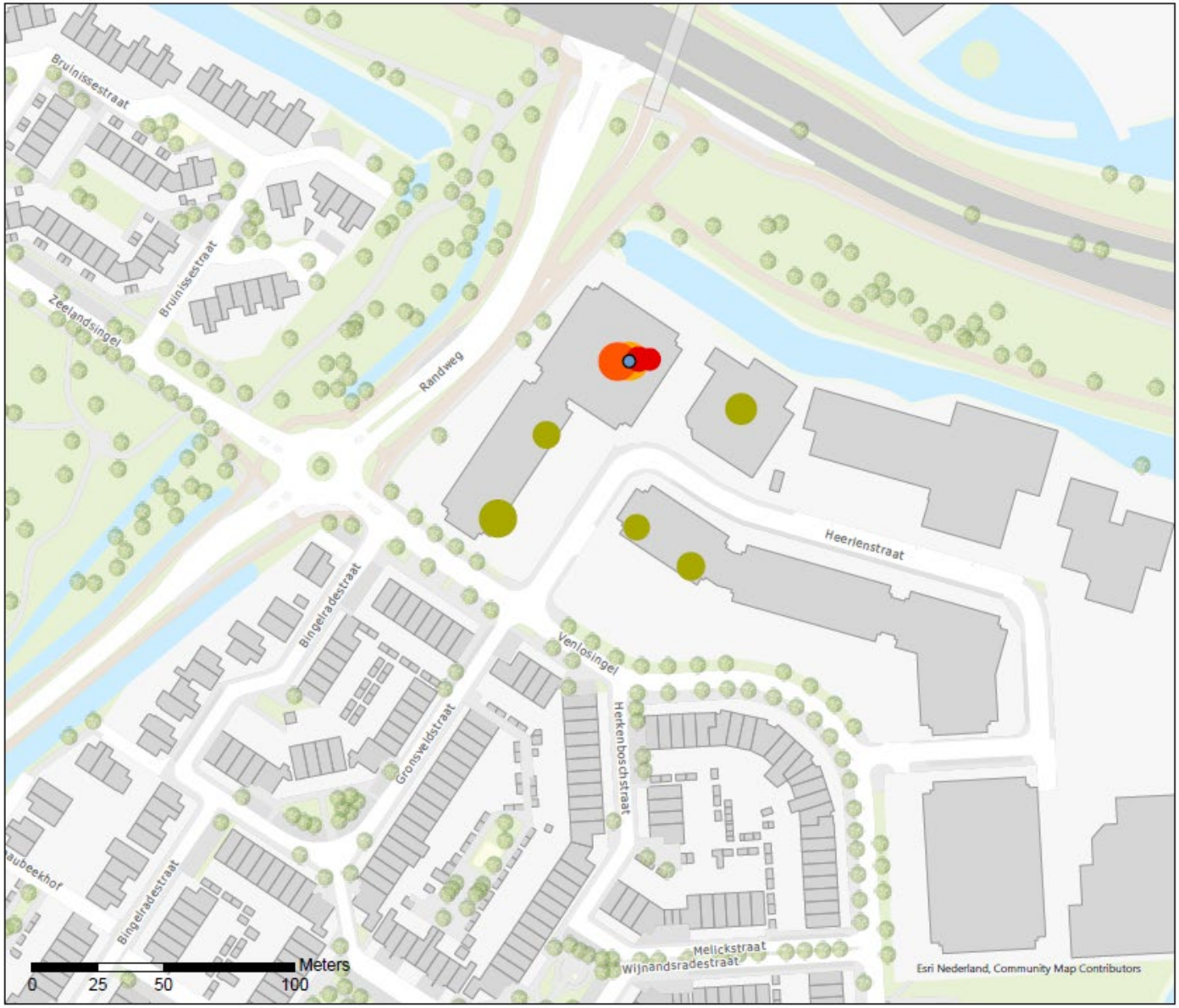
- ≤70
- 70-89
- 90-109
- 110-129
- 130-150

FORMULE

- MediaMarkt
- BCC
- winkelgebieden

A3
18-05-2020
015300.20200317

Rho
ADVISEURS VOOR LEEFRUIMTE



RRI Arnhem

De Laar-Oost

Legenda

RRI

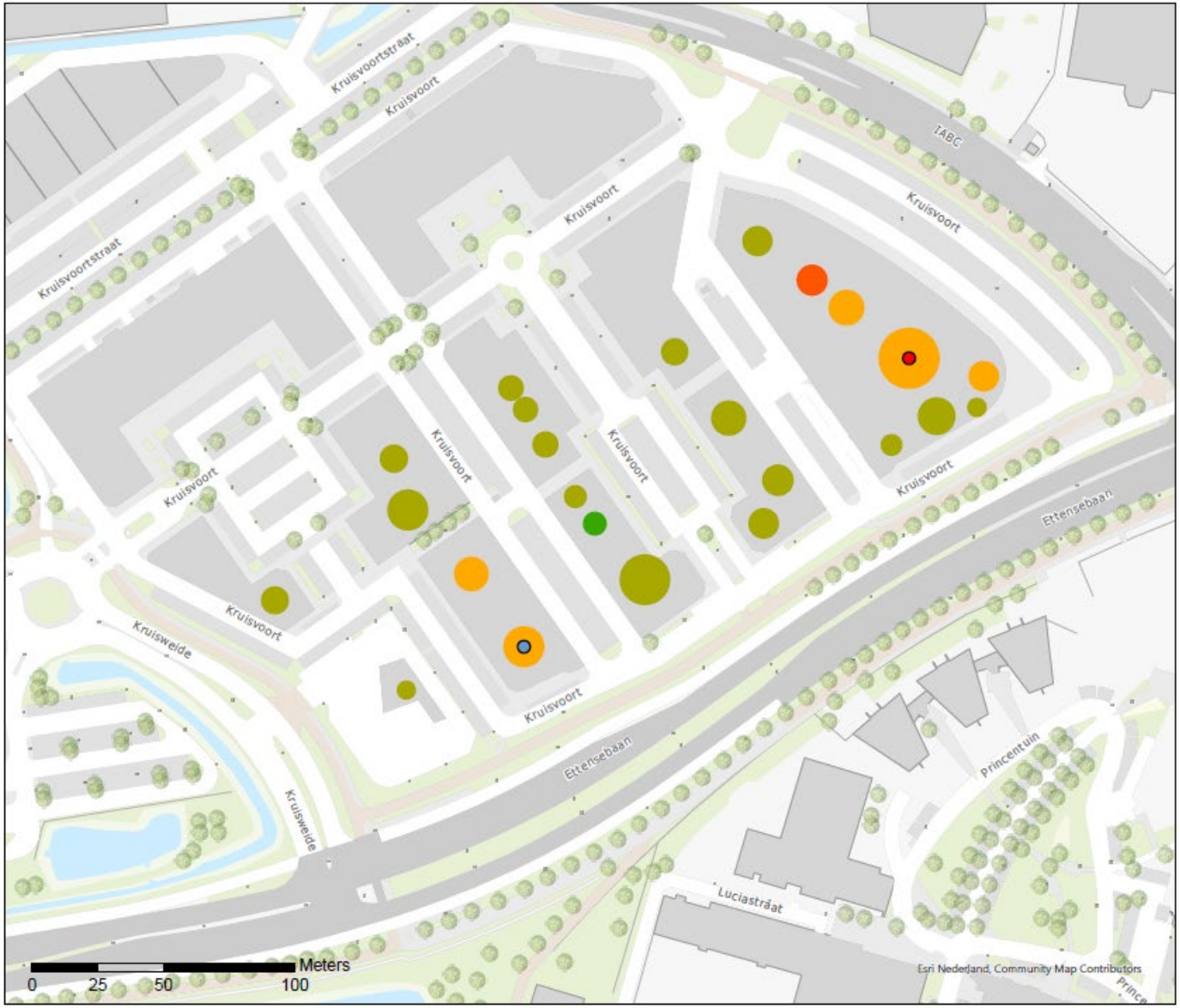
- ≤70
- 70-89
- 90-109
- 110-129
- 130-150

FORMULE

- MediaMarkt
- BCC
- winkelgebieden

A3
18-05-2020
015300.20200317

Rho
ADVISEURS VOOR LEEFRUIMTE



RRI Breda

Heilaar

Legenda

RRI

- ≤70
- 70-89
- 90-109
- 110-129
- 130-150

FORMULE

- MediaMarkt
- BCC
- winkelgebieden

A3
18-05-2020
015300.20200317

Rho
ADVISEURS VOOR LEEFRUIMTE



RRI Delft

Zuidpoort

Legenda

RRI

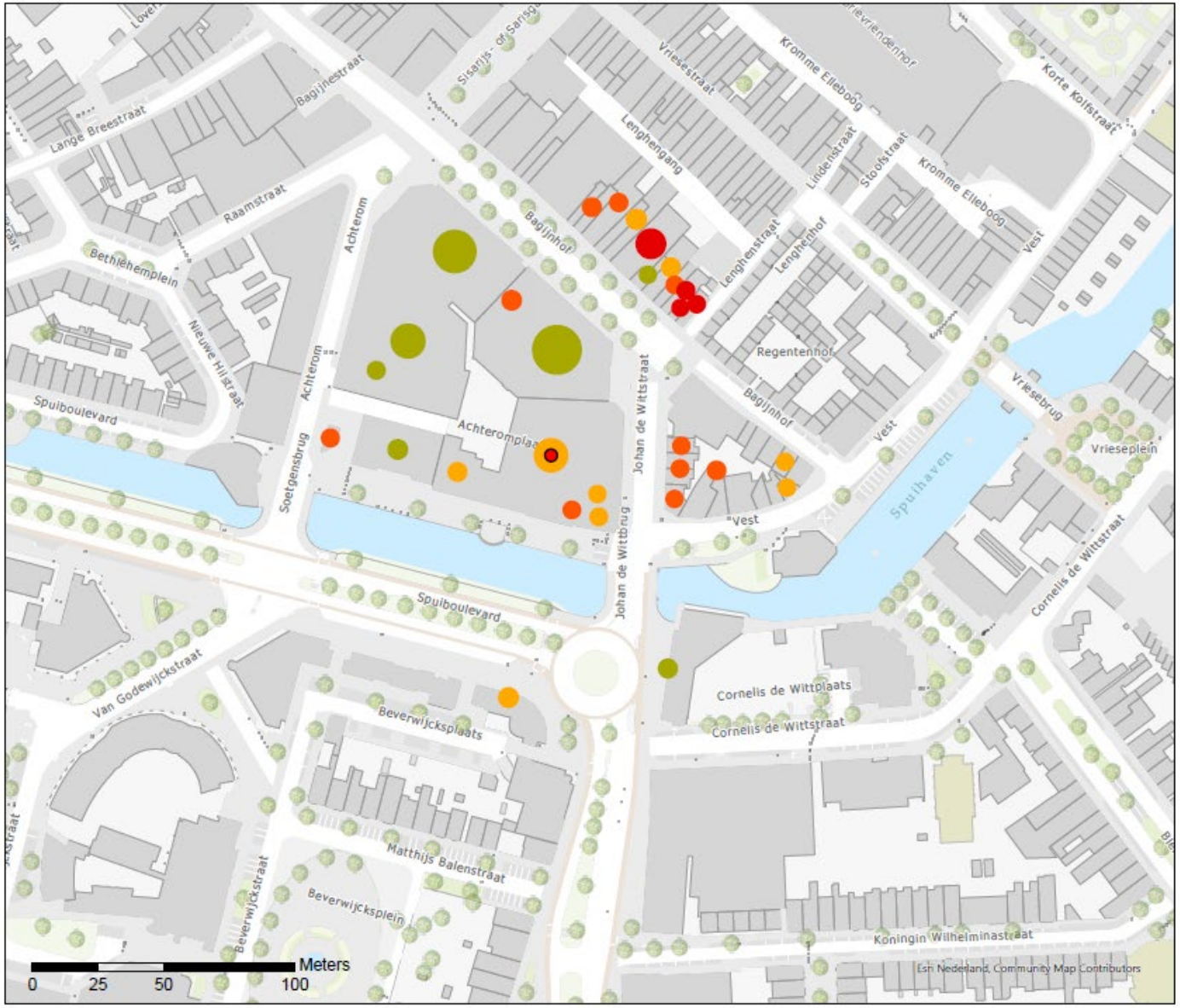
- ≤70
- 70-89
- 90-109
- 110-129
- 130-150

FORMULE

- MediaMarkt
- BCC
- winkelgebieden

A3
18-05-2020
015300.20200317

Rho
ADVISEURS VOOR LEEFRUIMTE



RRI Dordrecht

Stadscentrum

Legenda

RRI

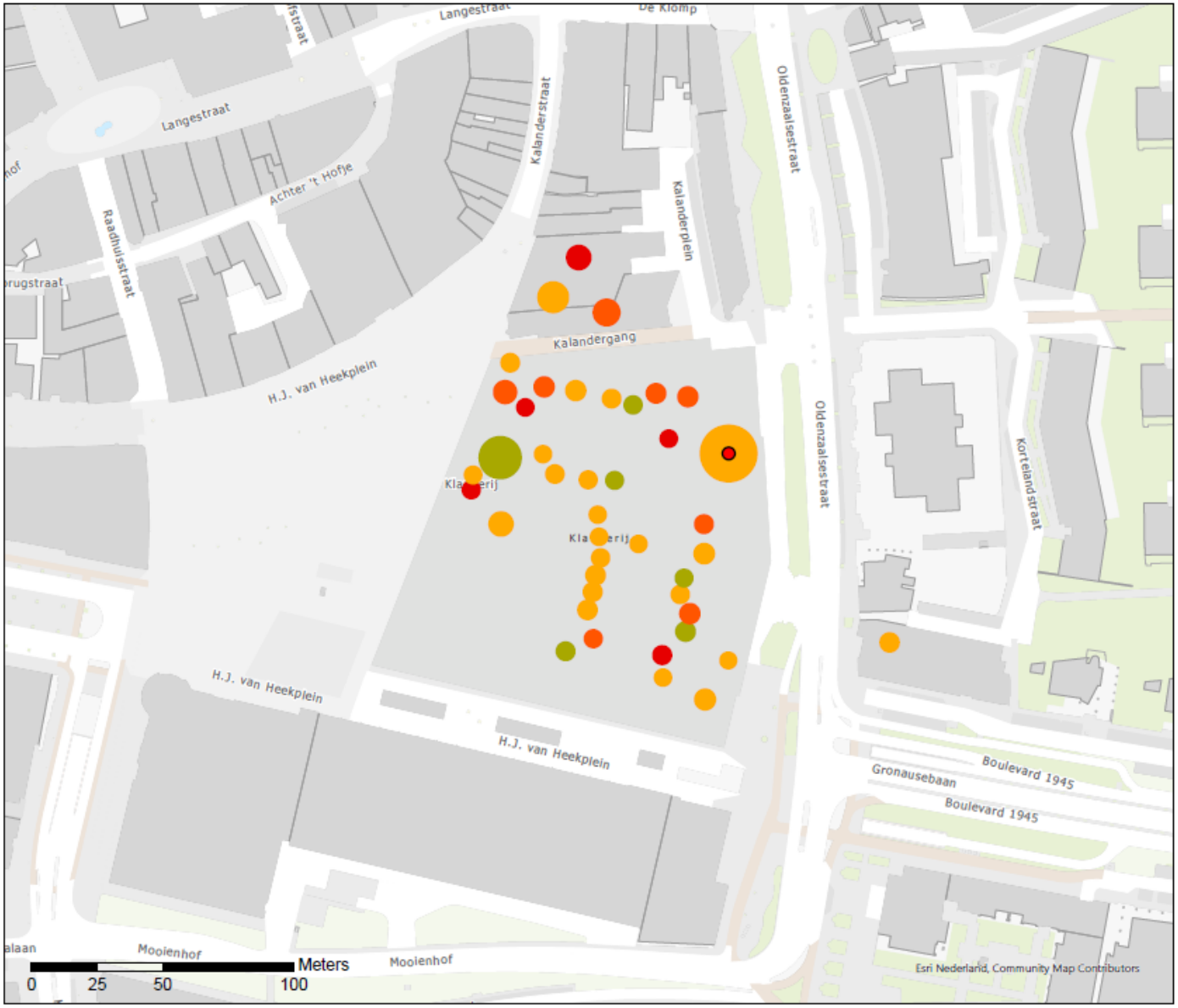
- ≤70
- 70-89
- 90-109
- 110-129
- 130-150

FORMULE

- MediaMarkt
- BCC
- winkelgebieden

Rho ADVISEURS VOOR LEEFRUIMTE

A3
18-05-2020
015300.20200317



RRI Enschede

City

Legenda

RRI

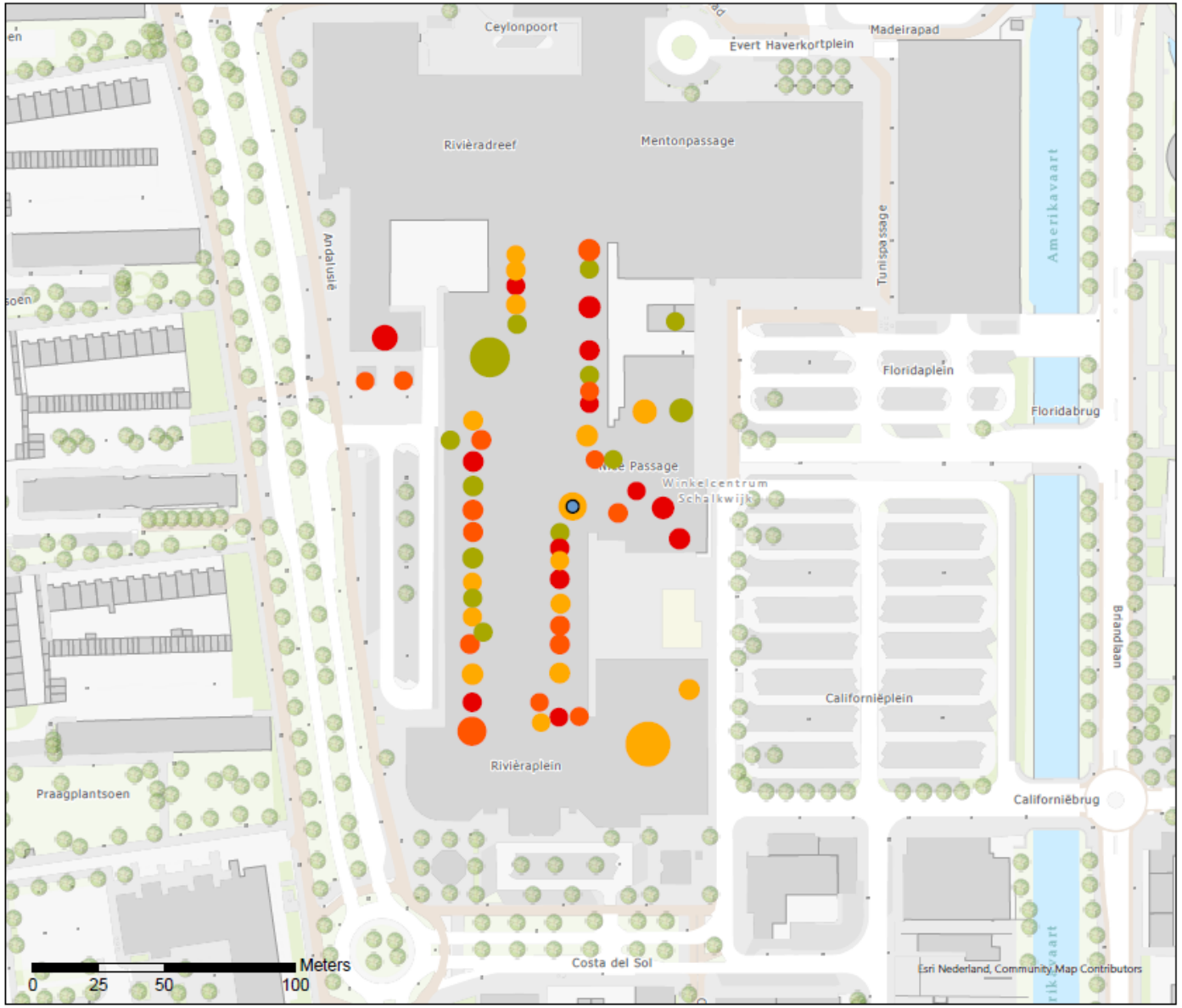
- ≤70
- 70-89
- 90-109
- 110-129
- 130-150

FORMULE

- MediaMarkt
- BCC

A3
18-05-2020
015300.20200317

Rho ADVISEURS VOOR LEEFRUIMTE



RRI Haarlem

Winkelcentrum Schalkwijk

Legenda

RRI

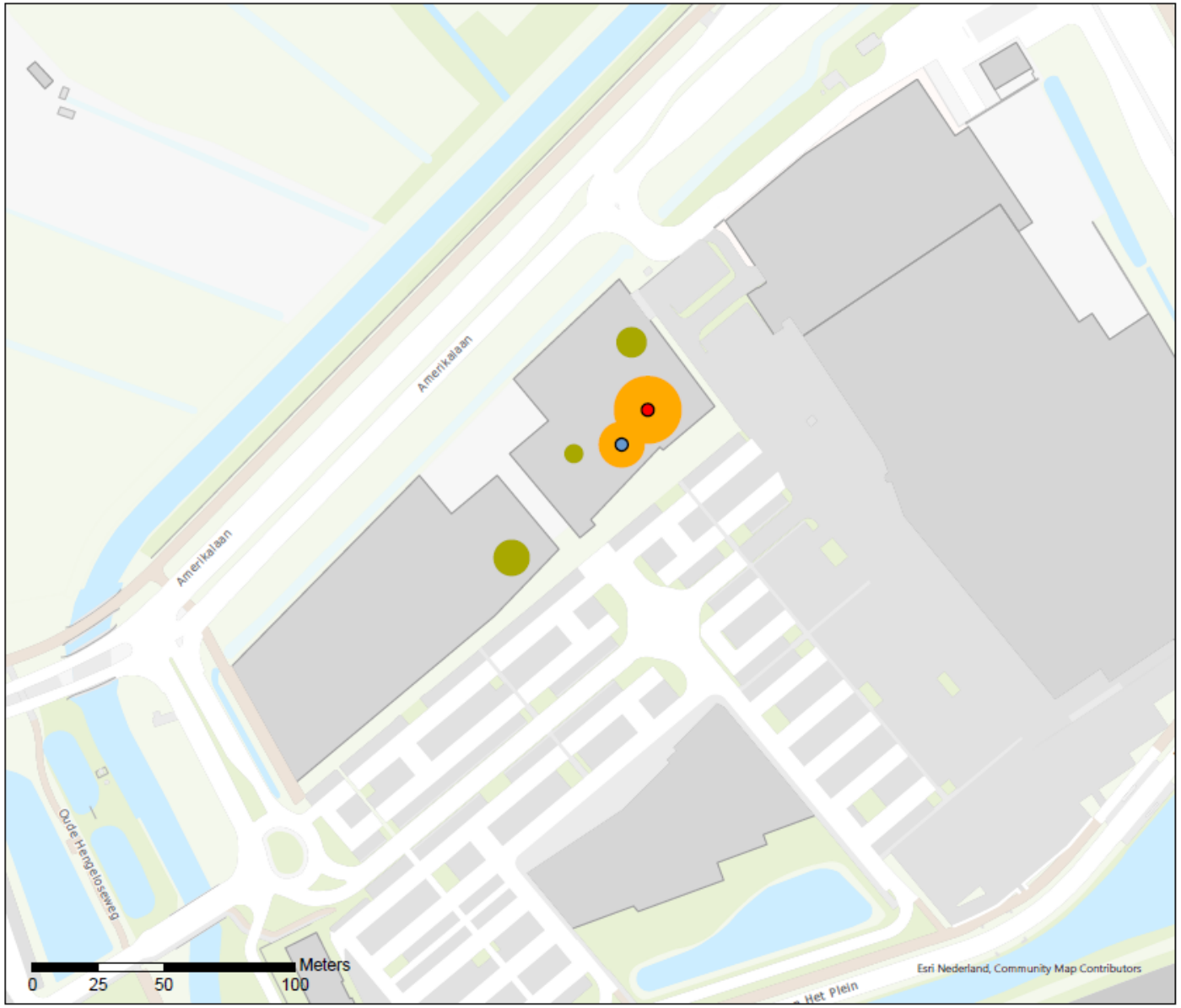
- ≤70
- 70-89
- 90-109
- 110-129
- 130-150

FORMULE

- MediaMarkt
- BCC
- winkelgebieden

A3
18-05-2020
015300.20200317

Rho ADVISEURS VOOR LEEFRUIMTE



RRI Hengelo

Bedrijventerrein Westermaat-Noordwest

Legenda

RRI

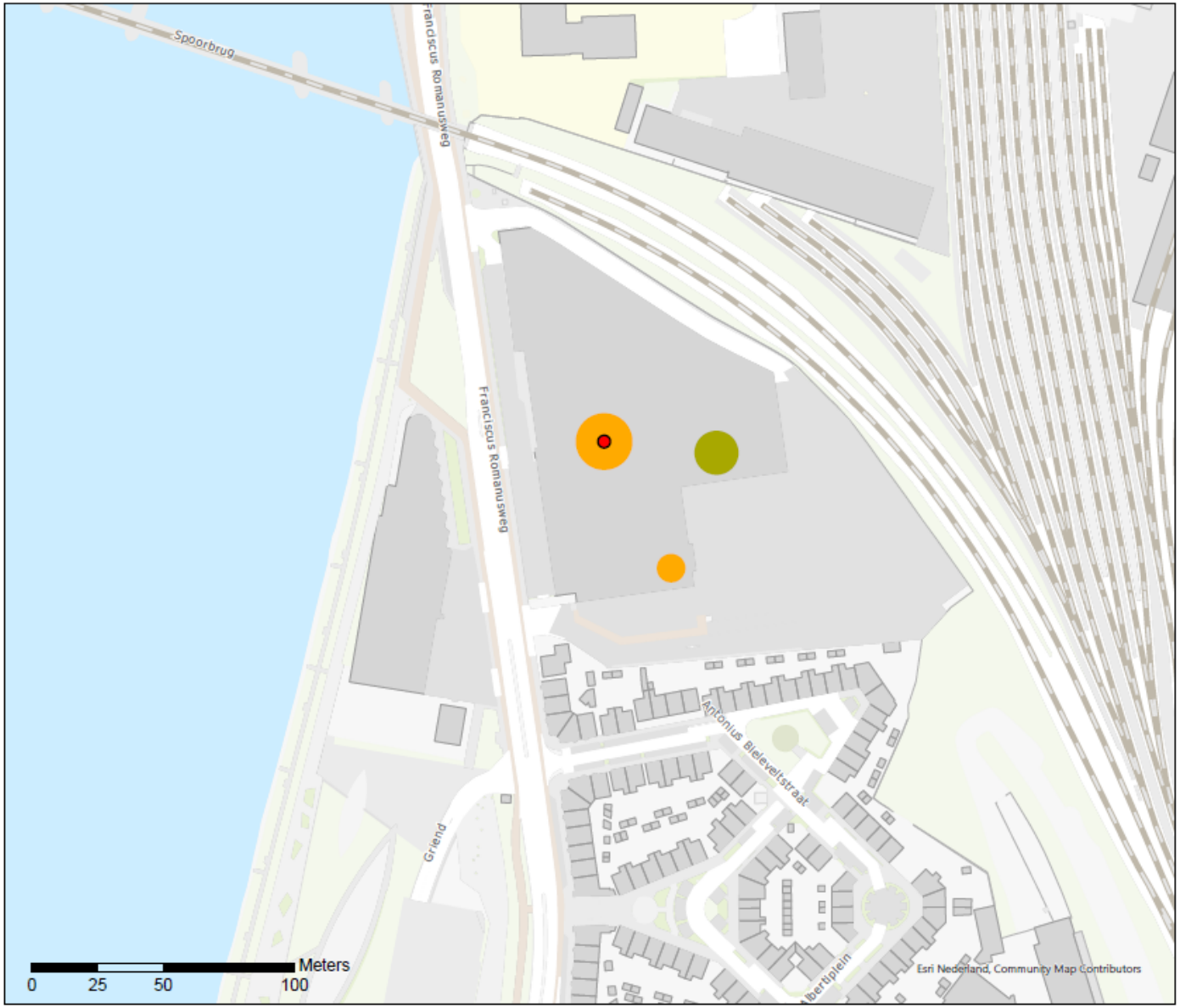
- ≤70
- 70-89
- 90-109
- 110-129
- 130-150

FORMULE

- MediaMarkt
- BCC
- winkelgebieden

A3
18-05-2020
015300.20200317

Rho
ADVISEURS VOOR LEEFRUIMTE



RRI Maastricht

Noorderbrug

Legenda

RRI

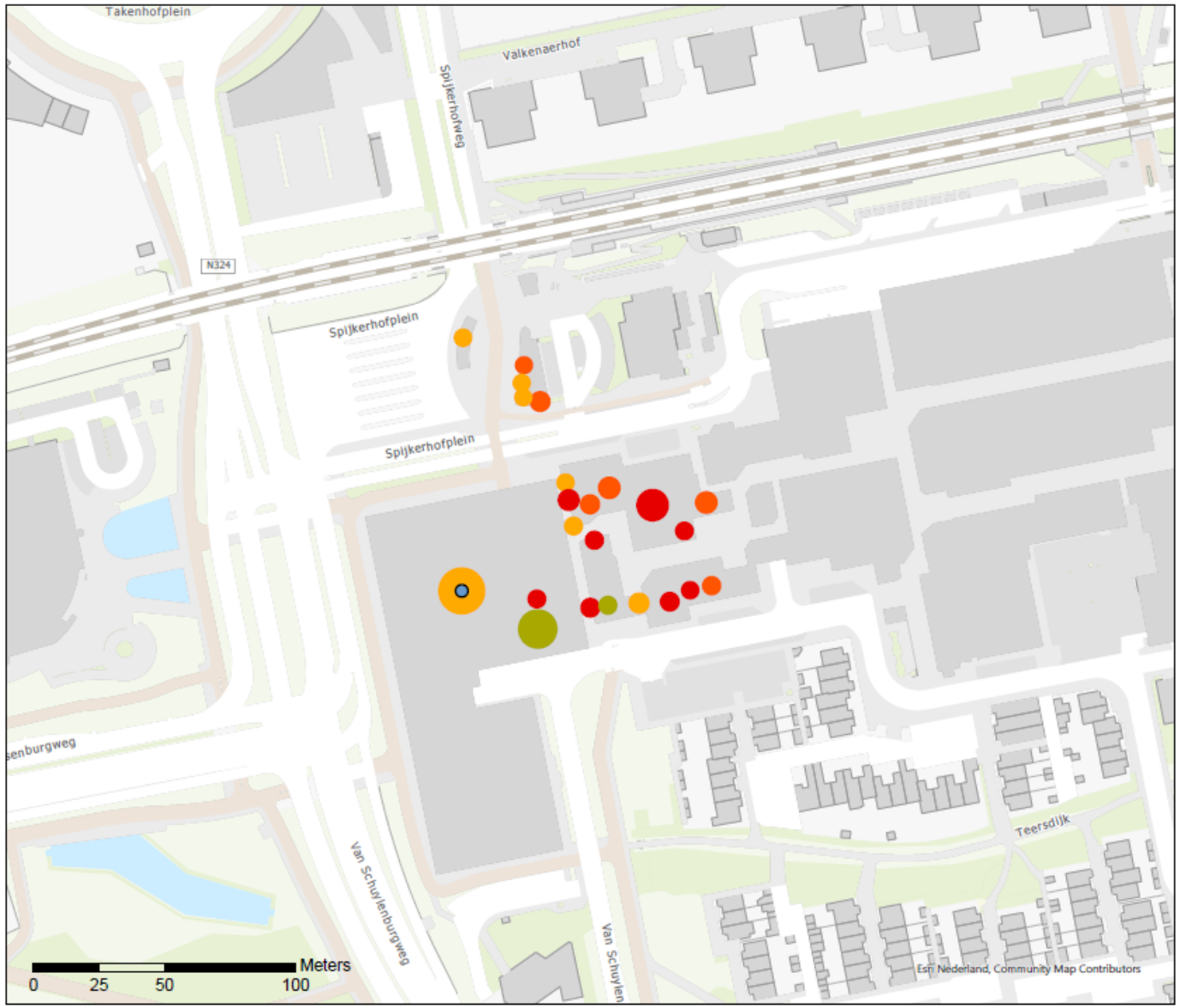
- ≤70
- 70-89
- 90-109
- 110-129
- 130-150

FORMULE

- MediaMarkt
- BCC
- winkelgebieden

A3
18-05-2020
015300.20200317

Rho
ADVISEURS VOOR LEEFRUIMTE



RRI Nijmegen

Zwanenveld

Legenda

RRI

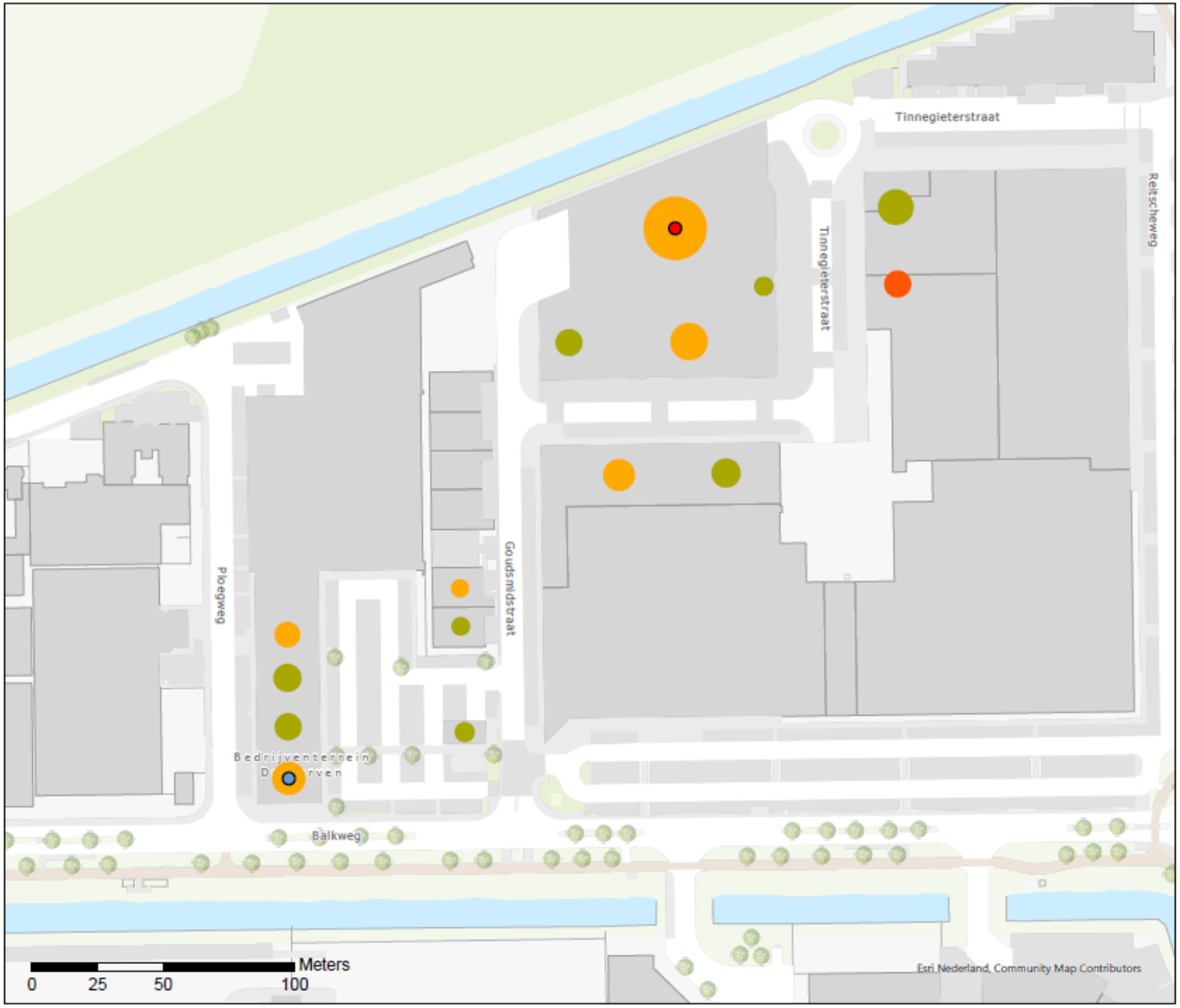
- ≤70
- 70-89
- 90-109
- 110-129
- 130-150

FORMULE

- MediaMarkt
- BCC
- winkelgebieden

Rho ADVISEURS VOOR LEEFRUIMTE

A3
18-05-2020
015300.20200317



RRI 's-Hertogenbosch

Bedrijventerrein De Herven

Legenda

RRI

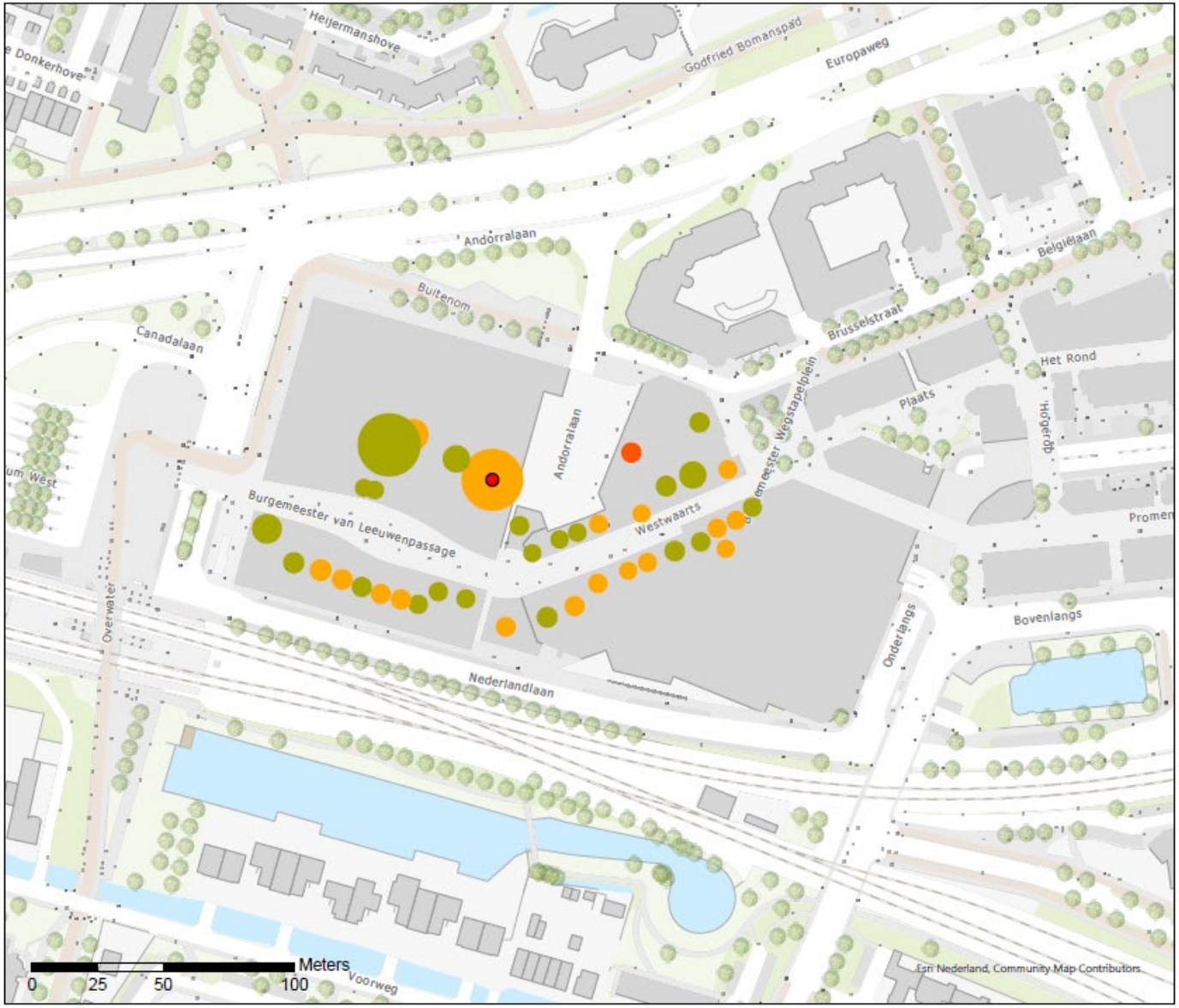
- ≤70
- 70-89
- 90-109
- 110-129
- 130-150

FORMULE

- MediaMarkt
- BCC
- winkelgebieden

A3
18-05-2020
015300.20200317

Rho
ADVISEURS VOOR LEEFRUIMTE



RRI Zoetermeer

Stadscentrum

Legenda

RRI

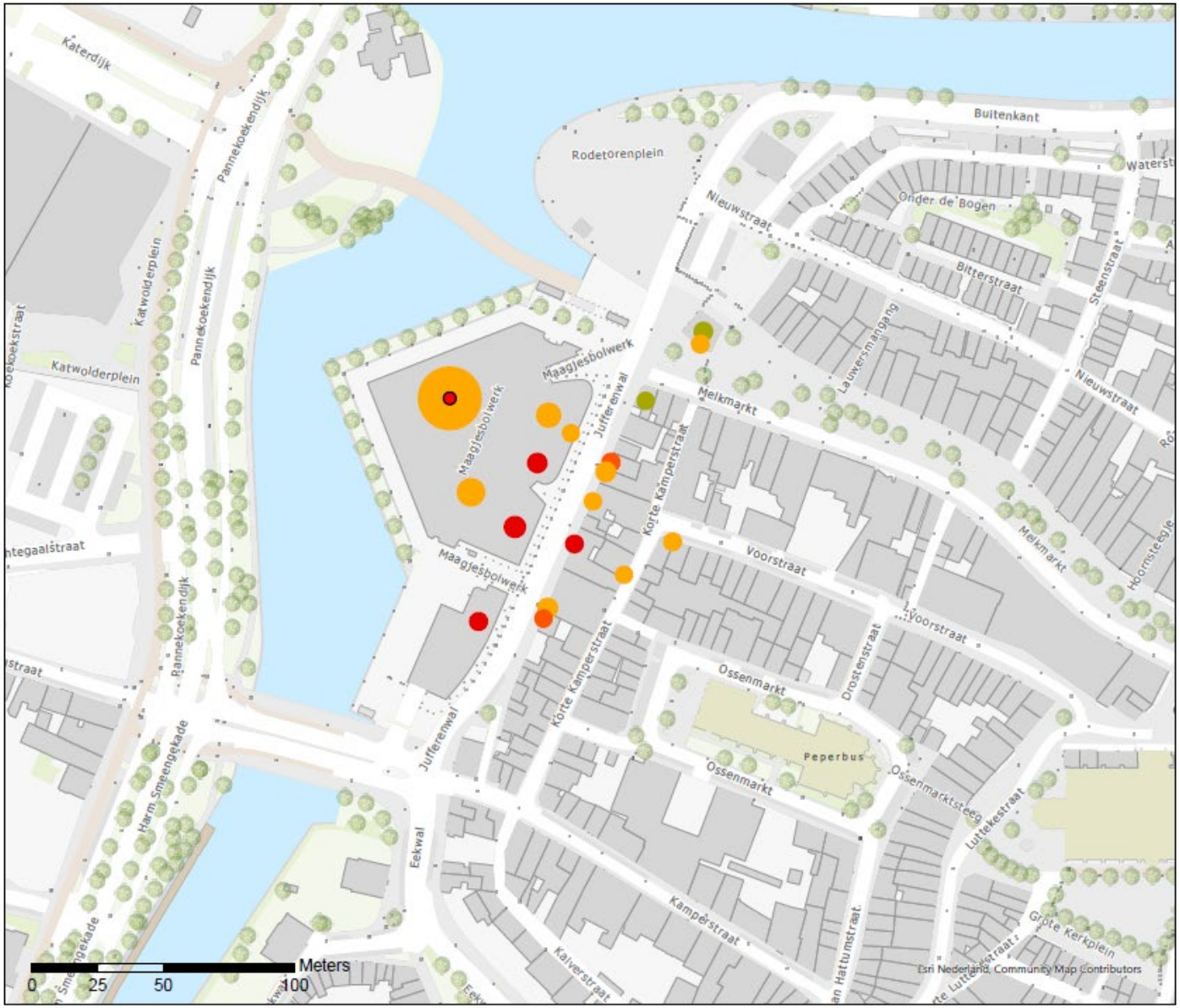
- ≤70
- 70-89
- 90-109
- 110-129
- 130-150

FORMULE

- MediaMarkt
- BCC
- winkelgebieden

A3
18-05-2020
015300.20200317

Rho ADVISEURS VOOR LEEFRUIMTE



RRI Zwolle

Binnenstad-Zuid

Legenda

RRI

- ≤70
- 70-89
- 90-109
- 110-129
- 130-150

FORMULE

- MediaMarkt
- BCC
- winkelgebieden

Rho ADVISEURS VOOR LEEFRUIMTE

A3
18-05-2020
015300.20200317