

# Detailhandelsbeleid Arnhem 2025

## Versterken, verbreden en vernieuwen

**24 juni 2025**

# Inhoudsopgave


Voorwoord 3

1. Inleiding 4

2. Hoe staat Arnhem ervoor? 8
   - 2.1 Landelijke trends en impact daarvan op Arnhem 9
   - 2.2 Arnhemse kwaliteiten 11
   - 2.3 Arnhemse opgaven 12

3. Strategie Arnhemse detailhandel en hoofdstructuur 13
   - 3.1 Versterken, verbreden en vernieuwen 14
   - 3.2 Kiezen voor een geconcentreerde hoofdstructuur 15
   - 3.3 Strategie voor dagelijkse, recreatieve en doelgerichte detailhandel 19
   - 3.4 Uitwerking strategie winkelgebieden per stadsdeel 24

4. Actielijnen 39
   - 4.1 Versterken 41
   - 4.2 Verbreden 45
   - 4.3 Vernieuwen 47

5. Ruimtelijk kader 49

Bijlage 1: nadere beschrijving winkelgebieden 58

Bijlage 2: stakeholders 66

Bijlage 3: begrippenlijst 67

# Voorwoord

Een levendige stad maak je samen. Met ondernemers, inwoners, bezoekers én de gemeente. De Arnhemse detailhandel speelt daarin een belangrijke rol. Winkels brengen mensen bij elkaar, zorgen voor levendige straten en dragen bij aan sterke wijken en een aantrekkelijke binnenstad. Maar hoe zorgen we ervoor dat die detailhandel ook in de toekomst vitaal blijft?

Dat begint met een gedeeld beeld van de detailhandel op basis van trends en ontwikkelingen. Die trends en ontwikkelingen vragen om het maken van keuzes. De detailhandel is er voor iedereen: voor de ondernemer die zijn of haar zaak draaiende houdt, voor de inwoner die zijn boodschappen in de buurt doet, en voor de bezoeker die Arnhem kiest voor een dagje uit. Daarom is in dit beleid de inbreng meegenomen van partners uit de stad: ondernemers, vastgoedeigenaren, bewoners en andere betrokkenen. Zodat we een afgewogen keuze konden maken tussen alle belangen.

In dit Detailhandelsbeleid schetsen we de richting voor de komende jaren. We maken keuzes: waar moeten we versterken, waar kunnen we verbreden en waar willen we vernieuwen? Winkelgebieden zijn immers meer dan alleen plekken om te kopen. Het zijn plekken om te ontmoeten, beleven en verblijven. Daarnaast stimuleren we dat mensen makkelijk te voet of met de fiets naar de winkels kunnen. Daarom is het belangrijk dat winkelgebieden dichtbij zijn en goed bereikbaar voor iedereen. Dit alles vraagt om flexibiliteit, creativiteit en samenwerking.

Dit beleid is geen eindpunt. De wereld om ons heen verandert snel. Nieuwe technologieën, veranderend consumentengedrag, de invloed van online winkelen en maatschappelijke opgaven zoals duurzaamheid en inclusiviteit vragen steeds opnieuw om aanpassing. Wat vandaag werkt, is morgen misschien niet meer genoeg. Dat geldt voor ondernemers, maar ook voor de gemeente. We moeten mee kunnen bewegen met de stad, met de tijd en met de mensen die hier wonen, werken en leven.

Dit Detailhandelsbeleid is dus vooral een kompas, een aansporing om samen koers te houden in een veranderende wereld. Zodat Arnhem een stad blijft waar detailhandel toekomst heeft. Voor ons allemaal.

Nermina Kundić
*wethouder Onderwijs en Jeugdbeleid, Duurzame Mobiliteit en Economie*





# 1.Inleiding

### Waarom een nieuw detailhandelsbeleid?

Winkelen is allang niet meer wat het ooit was. Waar we vroeger op zaterdagmiddag met een lijstje de stad in trokken, klikken we nu met één vingerbeweging een pakketje onze kant op. Maar winkelen is niet verdwenen — het is veranderd. We combineren het vaker met een kop koffie op het terras, een bezoek aan de kapper of een lunch met vrienden. We willen meer dan alleen shoppen: we zoeken beleving, gemak én sfeer. Onze winkelgebieden veranderen mee. Minder zelfstandige winkeliers en meer diensten zoals schoonheidssalons en nagelstudio's. En soms maakt een winkel plaats voor een woning. We stellen meer eisen aan de winkelomgeving: goed bereikbaar, maar ook groen, gezellig en uitnodigend.

Als ondernemer of inwoner van Arnhem zie je waarschijnlijk jouw winkelgebied veranderen. Dat winkels verdwijnen of verplaatsen, gebieden veranderen van karakter of juist leuke nieuwe concepten opduiken. Dat roept vragen op. Waar kan ik straks terecht voor mijn dagelijkse boodschappen? Blijft er bij mij in de buurt een winkelstraat bestaan? Blijven mijn favoriete winkels geopend? Dit beleid gaat dus over plekken waar je dagelijks komt: de bakker op de hoek, het winkelcentrum in de wijk en de binnenstad of Kronenburg waar je regelmatig shopt.

We willen als gemeente duidelijkheid bieden over de toekomst van onze winkelgebieden. Het beleid geeft daarom kaders voor de winkelgebieden: welke willen we versterken, behouden en waar maken we ruimte voor andere functies waar de vraag naar winkels is afgenomen. Denk aan woningen, zorg of ontmoeten. Ook willen we ruimte bieden voor vernieuwing, creativiteit en ondernemerschap. We zetten in op een sterke, gezonde detailhandel die past bij hoe je vandaag én morgen wilt winkelen. Met duizenden nieuwe woningen op komst verwelkomen we ook veel nieuwe inwoners. Voor hen, én voor jou, willen we zorgen voor goede voorzieningen in de buurt, waar je lopend of op de fiets naartoe kunt gaan.

## Doelen detailhandelsbeleid

Ondernemen in Arnhem betekent ondernemen in een stad die staat voor groen, creatief en vrij. We koesteren onze vrijheid en gaan vol energie voor duurzame ontwikkeling. De bewogen geschiedenis van Arnhem en de groene, unieke locatie van de stad dragen bij aan die motivatie. Arnhem beseft uit eigen ervaring hoe waardevol vrijheid en hoe belangrijk duurzaamheid is. Arnhem stimuleert ondernemers die werken aan een toekomstbestendige stad. Creatief staat voor vernieuwen, durven en anders kijken. Arnhem biedt ruimte aan ondernemers met lef en ideeën. We hebben deze kernwaarden vertaald in zes doelen:

**1. Een vitale en veelzijdige winkelstad.**
We zetten in op een gezonde en diverse detailhandelssector, met ruimte voor zowel grote ketens als lokale ondernemers. Zo blijft winkelen in Arnhem verrassend en aantrekkelijk.

**2. Sterke centra, dichtbij en bereikbaar.**
Van de binnenstad tot de buurtwinkel om de hoek: we versterken winkelgebieden verspreid over de hele stad. Zodat elke Arnhemmer toegang heeft tot voorzieningen in de eigen omgeving.

**3. Winkelen in een veranderende wereld.**
We spelen actief in op veranderende winkelgewoonten, zoals online shoppen en de groeiende vraag naar duurzame producten. Zo blijven onze winkelgebieden relevant en toekomstbestendig.

**4. Samen kom je verder.**
We geloven in samenwerking. Tussen ondernemers, inwoners, vastgoedeigenaren, gemeente en andere betrokkenen. Alleen samen kunnen we onze winkelgebieden sterk en levendig houden.

**5. Ruimte voor ideeën en initiatief.**
We moedigen creativiteit en ondernemerschap aan. Of het nu gaat om een pop-upwinkel, een vernieuwend concept of een slimme combinatie van functies — Arnhem biedt ruimte om te experimenteren.

**6. Winkelen als onderdeel van de stad van morgen.**
Onze winkelgebieden maken deel uit van grotere opgaven: hoe we omgaan met ruimte, mobiliteit, duurzaamheid en inclusie. Dit beleid sluit aan bij die bredere ambities en helpt Arnhem vooruit.

### Meetinstrument als onderbouwing van keuzes en investeringen voor het detailhandelsbeleid

In november 2023 heeft de gemeenteraad de motie 'Investeer ook in de wijkwinkelcentra' (link) aangenomen. Daarmee is uitgesproken dat wijk- en buurtcentra niet vergeten mogen worden en dat we actief moeten blijven investeren in hun toekomst. In reactie daarop hebben we een meetinstrument (vitaliteitsscan) ontwikkeld om de kwaliteit van deze centra goed te kunnen volgen (zie bijlagerapport). Zo hebben we per winkelgebied een helder beeld van hoe het ervoor staat, nu én met het oog op de toekomst. De inzichten uit dit meetinstrument hebben een belangrijke rol gespeeld bij de keuzes die we in dit detailhandelsbeleid maken. Daarnaast is het een praktisch hulpmiddel voor de uitvoering: het helpt ons – samen met partners in de stad – om wijk- en buurtcentra gericht en onderbouwd te versterken waar dat nodig is.

## Aan de slag met Versterken, Verbreden en Vernieuwen

In dit detailhandelsbeleid spreken we regelmatig over Versterken, Verbreden en Vernieuwen. Deze drie pijlers zijn het fundament voor ons detailhandelsbeleid. We geloven dat als we vanuit deze drie pijlers aan de slag gaan, we onze doelen kunnen bereiken:

- **Versterken**: concentratie van (winkel)voorzieningen in de hoofdstructuur en basiskwaliteiten winkelgebieden op orde (bereikbaar, toegankelijk, schoon, heel en veilig) in nauwe samenwerking met marktpartijen.
- **Verbreden**: optimaal ruimtegebruik in winkelgebieden door functiemenging en intensivering.
- **Vernieuwen**: kwaliteitsimpuls geven aan winkelgebieden door hoge verblijfskwaliteit, innovatie, vergroening en verduurzaming.

In hoofdstuk vier zijn actielijnen uitgewerkt aan de hand van Versterken, Verbreden en Vernieuwen. Hier zijn belangrijkste concrete acties uit het detailhandelsbeleid opgenomen. De belangrijkste acties uit deze actielijnen die direct voortvloeien uit of prioritair zijn in het Detailhandelsbeleid, zijn gebundeld en uitgewerkt in een separaat actieplan. Ook is daarin een stimuleringsregeling uitgewerkt voor (winkel)centra en detailhandel, waarmee de realisatie van de doelen van dit detailhandelsbeleid wordt aangejaagd. Het is mogelijk om het actieplan gedurende de looptijd van het detailhandelsbeleid te vernieuwen.

De vorige detailhandelsvisie (2017) was een visie op hoofdlijnen. We zijn van mening dat de huidige opgaves en ambities om concreter beleid vragen waarmee we als gemeente meer sturingsmogelijkheden krijgen. We hebben daarom gekozen voor een nader uitgewerkt detailhandelsbeleid, zodat we onze ambities kunnen vertalen in uitvoering. Door het detailhandelsbeleid te vertalen in het Omgevingsplan kunnen we bijvoorbeeld sturen op gewenste functies in winkelgebieden. Ook willen we initiatieven van ondernemers en inwoners stimuleren. Het nieuwe detailhandelsbeleid bevat dus concrete regels, acties en een stimuleringsregeling.

### Totstandkoming detailhandelsbeleid en participatie

We kunnen alleen goed beleid maken als we luisteren naar de mensen die er elke dag mee te maken hebben. We hebben daarom bij het opstellen van dit detailhandelsbeleid marktpartijen en inwoners betrokken. In twee brede sessies zijn ondernemers, vastgoedeigenaren en andere betrokkenen uitgenodigd. Er is ruimte geboden om mee te denken over de richting die de Arnhemse detailhandelssector op zou moeten. Om te begrijpen wat er speelt in de winkelgebieden verspreid over de stad, zijn we dieper in gesprek gegaan met de wijkmanagers van de acht gemeentelijke Teams Leefomgeving. Zij kennen hun wijken goed en hebben vooraf actief informatie opgehaald bij ondernemers en inwoners in de buurt. Zo brachten we in kaart wat er leeft in de wijken – wat werkt, wat mist en wat beter kan. Die gesprekken hebben ons geholpen om per winkelgebied maatwerk te leveren. Wat onze inwoners en ondernemers belangrijk vinden – een levendige wijk, bereikbare voorzieningen, een fijne plek om te winkelen – ligt aan de basis van de keuzes die we maken.

## Leeswijzer

**Hoofdstuk twee** schetst een kernachtig beeld van de Arnhemse detailhandel. Het biedt inzicht in trends, kwaliteiten en opgaven. **Hoofdstuk drie** gaat in op de hoofdstrategie voor de Arnhemse detailhandel vanuit de bovengenoemde pijlers: *versterken, verbreden en vernieuwen*. Ook schetst het een strategie op de dagelijkse, recreatieve en doelgerichte detailhandel (zie bijlage 3: begrippenlijst). Daarna is de beoogde hoofdstructuur detailhandel van Arnhem weergegeven. Na de visie en hoofdstructuur wordt ingezoomd op de situatie en strategie per winkelgebied. **Hoofdstuk vier** gaat in op de uitvoering van het detailhandelsbeleid. We hebben daarvoor ook een separaat actieplan opgesteld. **Hoofdstuk vijf** geeft het ruimtelijk kader voor detailhandel: wat is de beleidsmatige koers voor verschillende vormen van detailhandel, naast de eerder geschetste hoofdstructuur? In de **bijlage van dit rapport** is een nadere beschrijving gegeven van de winkelgebieden, betrokken stakeholders en een begrippenlijst.

In een **separaat bijlagerapport** zijn de onderliggende analyses van het detailhandelsbeleid te vinden. Het betreft een analyse naar het functioneren van de Arnhemse detailhandel (aanbod, vraag, leegstand, koopstromen, ontwikkelingsruimte). Ook bevat het een uitgebreide uitwerking van de vitaliteitsscan (meetinstrument) naar de wijk- en buurtcentra. Hierin zijn de Arnhemse wijk- en buurtcentra aan de hand van veertig indicatoren beoordeeld.

Dit detailhandelsbeleid is een beleidsuitwerking van de Omgevingsvisie Arnhem 2040 (link). De doelstellingen uit de Omgevingsvisie, zoals de 15-minutenstad (de ambitie dat belangrijke voorzieningen voor iedere inwoner op maximaal 15 minuten loop- of fietsafstand liggen), zijn integraal meegenomen. In hoofdstuk 3 gaan we hier verder op in.





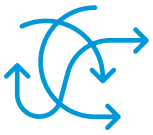

# 2. Hoe staat Arnhem ervoor?

# Beeld van trends, Arnhemse kwaliteiten en opgaven

Landelijke trends hebben impact op de Arnhemse detailhandel en winkelgebieden. We vatten hierna samen hoe Arnhem er op dit vlak voor staat. Een nadere uitwerking van de cijfers is te vinden in het bijlagerapport. Daarna vatten we de Arnhemse kwaliteiten en opgaven samen. Deze kwaliteiten en opgaven volgen uit analyses in het bijlagerapport, waaronder de vitaliteitsscan van de winkelgebieden. In de hoofdstukken 3 (strategie), 4 (actielijnen) en 5 (ruimtelijk kader) volgt hoe Arnhem de bestaande kwaliteiten verder gaat benutten en gaat anticiperen op de opgaven.

## 2.1 Landelijke trends en impact daarvan op Arnhem

| | Wat speelt er landelijk? | Hoe is dat in Arnhem? |
|---|---|---|
| **Online bestedingen**  | In de afgelopen tien jaar hebben online bestedingen een hoge vlucht genomen, vooral in branches als mode, schoenen, elektronica en vrije tijd. Deze groei is versneld tijdens de coronapandemie: bij doelgroepen die voorheen beperkter online shoppen, zoals ouderen, is het meer gemeengoed geworden. De laatste twee jaar vlakken online bestedingen af. De groeiplafonds lijken steeds meer bereikt, mede door toenemende bezorg- en retourkosten. In vergelijkbare gemeenten ligt het online aandeel voor dagelijkse, recreatieve en doelgerichte branches op respectievelijk 5%, 32% en 23% (2023, bron: Koopstromenonderzoek Oost NL). | De mate waarin inwoners online aankopen doen verschilt enigszins per branche. Voor dagelijkse aankopen (boodschappen) is het beeld vergelijkbaar met landelijk. In de recreatieve branches (zoals mode, schoenen, vrije tijd) ligt het aandeel (30%) iets onder landelijk niveau. Het recreatieve aanbod met een groot aantal landelijke formules en lokale zaken in de Arnhemse binnenstad maakt de noodzaak voor het doen van online aankopen kleiner. In de doelgerichte branches (zoals bouwmarkt, woonwinkel) is het online aandeel juist hoger (25%). Hier speelt mee dat deze sector in Arnhem beperkter ontwikkeld is, vooral in Arnhem-Noord. |
| **Recreatief winkelaanbod onder druk**  | De opkomst van online winkelen heeft gezorgd voor een afnemende en veranderende behoefte aan fysieke winkels. Dit raakt met name winkelgebieden met een hoog aandeel winkelbranches die onlinegevoelig zijn. Binnensteden en stadsdeelcentra zijn daardoor relatief kwetsbaar. Landelijk nam het aantal recreatieve winkelmeters sinds 2017 af met 11% (bron: Locatus). | In Arnhem zijn de recreatieve winkelmeters bovengemiddeld afgenomen, namelijk sinds 2017 met 19%. Arnhem heeft met de binnenstad en stadsdeelcentra Kronenburg en Presikhaaf van oudsher veel winkelgebieden met een sterke focus op recreatieve detailhandel. Op al deze locaties wordt ingezet op transformatie met minder focus op retail en ruimte voor andere functies. |
| **Groei supermarkten**  | Bestedingen groeien al jaren sterk doordat consumenten meer uitgeven aan food, vers-producten en specifiek assortiment (zoals biologische producten). Supermarkten richten zich via schaalvergroting op ruimer assortiment, gemak, beleving en versbereiding. Ze nemen daarmee ook een deel van omzet in van lokale specialistische aanbieders en fastservice horeca. Landelijk nam het supermarktoppervlak sinds 2017 toe met 11% (bron: Locatus). De groei vlakt recent af en vindt vooral nog plaats bij gebiedsontwikkelingen (nieuw) en te kleine supermarkten (vergroting). | Het supermarktoppervlak in Arnhem is sinds 2017 sterk bovengemiddeld toegenomen (+20%). Diverse supermarkten zijn groter geworden en er zijn nieuwe supermarkten geopend (zoals Velperweg 47). Deels hangt de groei samen met de bovengemiddelde inwonersgroei (+8% Arnhem vs. +5% Nederland). Tegelijkertijd hebben supermarkten ook een grotere concurrentiepositie ingenomen. Het lokale specialistische foodaanbod (zoals bakker, slager) stijgt niet mee op dit niveau. |

| | | |
|---|---|---|
| **Functie-verbreding winkelgebieden**  | Het profiel van winkelgebieden verkleurt steeds meer naar verblijfs- en ontmoetingslocaties in plaats van pure kooplocaties. Dit geldt in het bijzonder voor binnensteden, stadsdeelcentra en grote wijkcentra. In voormalige winkels komen functies als horeca, diensten, kantoren, zorgvoorzieningen en woningen. Landelijk nemen sinds 2017 qua commerciële voorzieningen in winkelgebieden vooral cultuur/leisure/sport (+8%), horeca (+4%) en diensten (+2%) toe (bron: Locatus). | Ook in Arnhem is functieverbreding in winkelgebieden in volle gang. Ten opzichte van landelijke cijfers nemen sinds 2017 in de Arnhemse winkelgebieden vooral de functies cultuur/leisure/sport (+29%) en diensten (+12%) toe. Het horeca-aanbod daalt juist licht (-1%). Daarbij speelt mee dat Arnhem al over veel horeca beschikt. Transformatie van voormalige winkels naar wonen vindt vooral plaats in de binnenstad en solitaire winkelstrips in de wijken. |
| **Oplopende winkelleegstand**  | De winkelleegstand fluctueert. In de periode tot 2017 was in veel middelgrote, lokale en stadsdeelcentra sprake van oplopende leegstand. Tijdens de coronapandemie daalde de leegstand juist als gevolg van versnelde transformaties naar woningen en vanwege (landelijke) steunpakketten die ook een deel van de niet-levensvatbare bedrijven overeind hielden. In 2024 is weer sprake van stijgende leegstand, mede door verplichte terugbetaling van schulden en sterk oplopende kosten (energie, personeel). Volgens de meest recente cijfers (Q4 2024) ligt de landelijke winkelleegstand in vierkante meters op 6,6% (bron: Locatus). | In Arnhem zijn forse inspanningen gepleegd om de winkelleegstand te laten dalen. Zo daalde de winkelleegstand in vierkante meters tussen 2017-2020 van 8,8% naar 7,0% en daalde deze verder naar 5,9% in 2023. De winkelleegstand daalde in deze periode niet doordat er nieuwe winkels openden, maar doordat winkels een andere functie kregen zoals wonen, horeca of dienstverlener. Het aantal winkels nam juist af. Recent loopt de winkelleegstand echter weer op naar 7,7% in 2024. Deze toename komt vrijwel volledig door oplopende leegstand in de binnenstad na enkele jaren van dalende leegstand. Vooral diverse faillissementen dragen hieraan bij. |
| **Faillissementen winkelmarkt**  | Waar tijdens de coronapandemie het aantal faillissementen relatief laag was, neemt in de afgelopen twee jaren het aantal faillissementen sterk toe. Voorbeelden zijn Blokker, BCC, Esprit, Game Mania, Perry Sport en Big Bazar. Ook diverse zelfstandige winkeliers zijn genoodzaakt te stoppen, met name door stijgende kosten. Ook de leeftijd van een groter wordende groep zelfstandig winkeliers (tegen pensioen) speelt een belangrijke rol. | Faillissementen en sluitingen zijn een belangrijke oorzaak voor de oplopende leegstand in de Arnhemse binnenstad. Dit zorgt voor gaten in diverse straten zoals de Vijzelstraat en Koningstraat. Het onderscheidend vermogen van de winkel wordt nog belangrijker: gericht op service, persoonlijk contact en het zien/voelen/uitproberen van producten. Winkels die zowel offline als online actief zijn (omnichannel) hebben de grootste overlevingskansen. |
| **Opkomst city-concepten**  | Door dalende huurprijzen en veranderende marktdynamiek komen nieuwe concepten op in binnensteden. Het gaat daarbij om online webshops die fysieke winkels openen en spelers die primair op perifere locaties gevestigd zijn en zichtbaar willen zijn op drukke locaties (zoals meubel-, keuken- en autozaken). De fysieke winkel speelt een belangrijke rol in de merkbeleving, zichtbaarheid en servicewaarde, en daarmee als onderscheidende kwaliteit voor webshops die geen fysieke winkel hebben. | De Arnhemse binnenstad is vanwege de regionale aantrekkingskracht en bezoekersaantallen in trek bij onlineformules zoals Coolblue, Mr. Marvis en My Jewellery. Qua perifere spelers en lichte bedrijvigheid op bedrijventerreinen die goed passen in de binnenstad beperken voorbeelden zich vooral tot enkele meubelzaken. Uit een inventarisatie (Stec Groep, 2024) blijkt dat op de Arnhemse bedrijventerreinen 270 potentieel geschikte bedrijven zijn (zoals dienstverleners, co-working, ambachtelijke bedrijfsruimte en kleinschalige detailhandel) die ook goed in de binnenstad en andere winkelgebieden passen. |

## 2.2 Arnhemse kwaliteiten

Arnhemse detailhandel heeft een belangrijke **economische, maatschappelijke en culturele waarde**. De sector vertegenwoordigt bijna één op de tien banen en jaarlijks wordt er ruim €1,2 miljard uitgegeven. Op locaties als de binnenstad, Full Service Center Kronenburg, de Woonboulevard Arnhem en Decathlon komen consumenten af uit een grote regio. De wijk- en buurtcentra hebben een belangrijke functie voor de inwoners in de wijken: hier ontmoet men elkaar en vinden regelmatig buurtinitiatieven plaats. Een kwaliteit van de Arnhemse hoofdstructuur detailhandel is dat de wijk- en buurtcentra **goed verspreid** over de wijken zijn. Daardoor kan elke inwoner **nabij de woning** per fiets en te voet een supermarkt, drogist of bakker bezoeken. Zelfstandige ondernemers in de wijken hebben een trouwe klandizie en zorgen voor verbinding in de wijken. Over het algemeen functioneert de Arnhemse hoofdstructuur detailhandel goed. De leegstand is in de meeste winkelgebieden laag doordat winkels vervangen worden door functies als dienstverlening, wonen en horeca. Daarentegen kent de binnenstad met 14% opvallend veel leegstand. De Arnhemse detailhandel heeft een **specifieke signatuur** met vernieuwende modeconcepten vanuit ArtEZ en het Modekwartier, die ook haar weerslag vindt in de binnenstad en specifiek het struingebied rondom het kernwinkelgebied. Het kernwinkelgebied zelf kenmerkt zich door een hoge filialiseringsgraad, waarbij landelijke ketens zorgen voor aantrekkingskracht. Arnhem loopt voorop in het **transformeren van winkelgebieden**. Recente voorbeelden zijn het Musiskwartier en stadsdeelcentrum Presikhaaf. Daarin is geëxperimenteerd met **functiemenging** door niet-winkelfuncties meer ruimte te geven. Dit bewezen succes en een **hoge kwaliteitswaarde** vormen een leidraad bij het vernieuwen van andere winkelgebieden.



## 2.3 Arnhemse opgaven

Ontwikkelingen in de winkelmarkt gaan snel en maatschappelijke opgaven hebben impact op de Arnhemse winkelgebieden. Er is momenteel een **winkeloverschot** van 10% in Arnhem (op basis van bestedingspatronen en koopstromen). Door landelijke ontwikkelingen zoals de invloed van **online winkelen** en **veranderend consumentengedrag** is er minder behoefte aan fysieke winkels. Met name het recreatief winkelsegment (mode, schoenen, sport) kent in Arnhem overaanbod. Ook in de dagelijkse sector (supermarkten, speciaalzaken) is de maximale capaciteit in zicht na jaren van groei. Dit vraagt om **keuzes in de hoofdstructuur detailhandel** en **transformatie van winkelvastgoed**. Van ondernemers vraagt dit gedragswijziging door meer in te spelen op consumentenbehoeften, extra service te leveren en online aanwezig te zijn. Om de detailhandel goed te laten functioneren is verdere concentratie noodzakelijk. Zo kunnen solitaire winkelstrips (specifiek genoemd in H3.2, p. 18) getransformeerd worden naar andere economische functies. Voldoende locaties om dagelijkse boodschappen te fiets en voet te kunnen doen, blijven van belang. Consumenten stellen **hogere eisen** aan winkels waarin beleving meer centraal staat. De **diversiteit** van het aanbod in winkelgebieden loopt uiteen, met beperkte keuzemogelijkheden in kleinere wijk- en buurtcentra.




Veel winkelgebieden zijn **versteend** en niet **klimaatadaptief** wat kan leiden tot hittestress, matige retentie bij regenval en dus toenemende wateroverlast. Versteende gebieden dragen onvoldoende bij aan een **sfeer en gezondheid** en nodigen niet uit tot **verblijf en ontmoeting**. In winkelgebieden met veel bewoners, zoals de binnenstad, kan overlast van horeca en noodzakelijke bevoorrading van winkels worden ervaren. Winkelgebieden zijn echter gebieden met **reuring en bedrijvigheid** en daar willen we ruimte voor bieden. In winkelgebieden is voor bewoners niet altijd dezelfde mate van rust te verwachten als in woonwijken. In alle gevallen houden we rekening met omwonenden en beperken we overlast (geluid en licht) waar mogelijk. Zo dragen we bij aan een gezonde leefomgeving. **Veiligheid** is een belangrijk thema. Voorbeelden van opgaven zijn overlast van fatbikes en scooters die met hoge snelheden door voetgangersgebieden rijden, maar ook het veelvuldig en langdurig ophouden van mensen op de ontmoetingsplekken en de nuttiging van alcohol. Soms komen heftigere vormen als vandalisme, brandstichting en overvallen voor. Voldoende **parkeermogelijkheden voor auto's** zijn essentieel voor het functioneren van winkels en winkelcentra. Voor een deel van de aankopen en consumenten is de auto het vaakst gebruikte vervoersmiddel. Dit staat op gespannen voet met de verdichtingsopgave en wensen om autogebruik te verminderen, verblijfskwaliteit te vergroten en te vergroenen. Het is daarbij zoeken naar een goede balans, waarbij we extra inzetten op **betere fietsverbindingen en looproutes**.




# 3. Strategie Arnhemse detailhandel en hoofdstructuur

De combinatie van kwaliteiten en opgaven (hoofdstuk twee) bieden kansen om de detailhandel en hoofdstructuur te versterken. We zetten onze strategie uiteen in drie principes: versterken, verbreden en vernieuwen (3.1). Deze vormen de basis voor keuzes in dit detailhandelsbeleid. We werken vanuit een heldere hoofdstructuur (3.2) waarop we toekomstige initiatieven afwegen. Ook geven we een kernachtige schets per winkelgebied (3.3), waarbij de bijlage nadere context geeft.

## 3.1 Versterken, verbreden en vernieuwen

De detailhandel is het meest toekomstbestendig wanneer zij onderdeel vormt van een groter gebied met winkels en andere voorzieningen. We zetten daarom in op concentratie in de hoofdstructuur. Binnen deze structuur willen we de randvoorwaarden versterken zodat ondernemerschap optimaal tot uiting kan komen. De basis voor het versterken van detailhandel ligt in samenwerking tussen en met ondernemers en vastgoed. We gaan per winkelgebied op zoek naar een passende vorm om het organisatievermogen te versterken. Een belangrijke randvoorwaarde is de bereikbaarheid van winkelgebieden. Primair zetten we in op goede fiets- en voetbereikbaarheid van alle winkelgebieden, maar de auto blijft een belangrijk vervoersmiddel. We zoeken naar oplossingen en een betere balans. In de stadsdeel-, wijk- en buurtcentra is (gratis) kort-parkeren essentieel voor het vitaal houden van de centra. In de binnenstad streven we naar een goede balans voor parkeervoorzieningen waarbij er ruimte ontstaat voor hogere verblijfskwaliteit. We willen dat winkelgebieden voor iedereen toegankelijk zijn. We houden hier rekening mee met de inrichting van gebieden. We handhaven schoon, heel en veilig in de winkelgebieden, waarbij we gericht knelpunten aanpakken en structureel inzet plegen om het beheer op orde te houden.

**Versterken**

We willen veel woningen bouwen en voldoende ruimte blijven bieden en creëren voor bedrijven en voorzieningen. De benodigde ruimte hiervoor moeten we in het bestaand stedelijk gebied vinden. We zien veel koppelkansen voor winkelgebieden: hier kunnen we hogere dichtheden realiseren, specifieke woondoelgroepen (zoals ouderen, starters) huisvesten en een breder palet aan functies concentreren. We zetten in op optoppen, intensivering en meervoudig ruimtegebruik (werken en wonen boven winkels). We faciliteren initiatieven vanuit de markt en waar grote kansen liggen gaan we zelf gebiedsgericht aan de slag. Het uitgangspunt is functiemenging: naast winkels en horeca ook concentratie van maatschappelijke voorzieningen (zorg, fysio, tandarts), leisure, sport, bedrijven geschikt voor functiemenging en werkruimtes. Zo geven we de wijkeconomie een impuls en profiteert de detailhandel door meer bezoekredenen aan een winkelgebied. De transitie naar de circulaire economie vraagt om nieuwe bedrijfsmodellen en voorzieningen, zoals repairshops en ambachtelijke bedrijven. Die geven we een plek in de winkelgebieden. We zien dat op onze bedrijventerreinen veel lichte functies aanwezig zijn die goed passen in onze winkelgebieden. We zetten in op verplaatsing van deze bedrijven. Hierdoor verlevendigen we winkelgebieden en spelen we de noodzakelijke ruimte vrij op bedrijventerreinen voor bedrijven in hogere milieucategorieën.

**Verbreden**

In lijn met de Arnhemse waarden groen, creatief en vrij willen we diverse ondernemers met uiteenlopende ideeën en concepten de ruimte bieden om te ondernemen in een groene en duurzame omgeving. We starten daarom een stimuleringsregeling waarbij we inzetten op innovatie, startend ondernemerschap en vernieuwende concepten. We beogen zo ook meer diversiteit in de winkelgebieden, in het bijzonder in de wijken. Voor de binnenstad gaan we samen met partners inzetten op acquisitie van (vernieuwende) winkelconcepten middels een matchmaker. De openbare ruimte speelt een belangrijke rol in de aantrekkelijkheid van winkelgebieden. De openbare ruimte moet niet alleen functioneel op orde zijn, maar we willen ook dat de verblijfskwaliteit hoog is. Bijkomstigheid is dat de buurtbewoners elkaar treffen en spreken, wat de sociale cohesie ten goede komt. Vergroening is belangrijk vanwege toenemende hittestress als gevolg van klimaatverandering. Daarnaast hebben veel winkelpanden een laag energielabel. Naast negatieve milieu-effecten zorgt dit voor hoge lasten bij winkeliers. We gaan al deze opgaven samenbrengen en lokale betrokkenen nauw betrekken. We gaan green deals sluiten, waarin we afspraken maken met marktpartijen over een opwaardering van het winkelgebied. We doen dit aan de hand van vier thema's: energie, circulariteit, levendigheid & groen en mobiliteit. Dit biedt tevens een kans om de organisatiegraad te versterken.

**Vernieuwen**

## 3.2 Kiezen voor een geconcentreerde hoofdstructuur

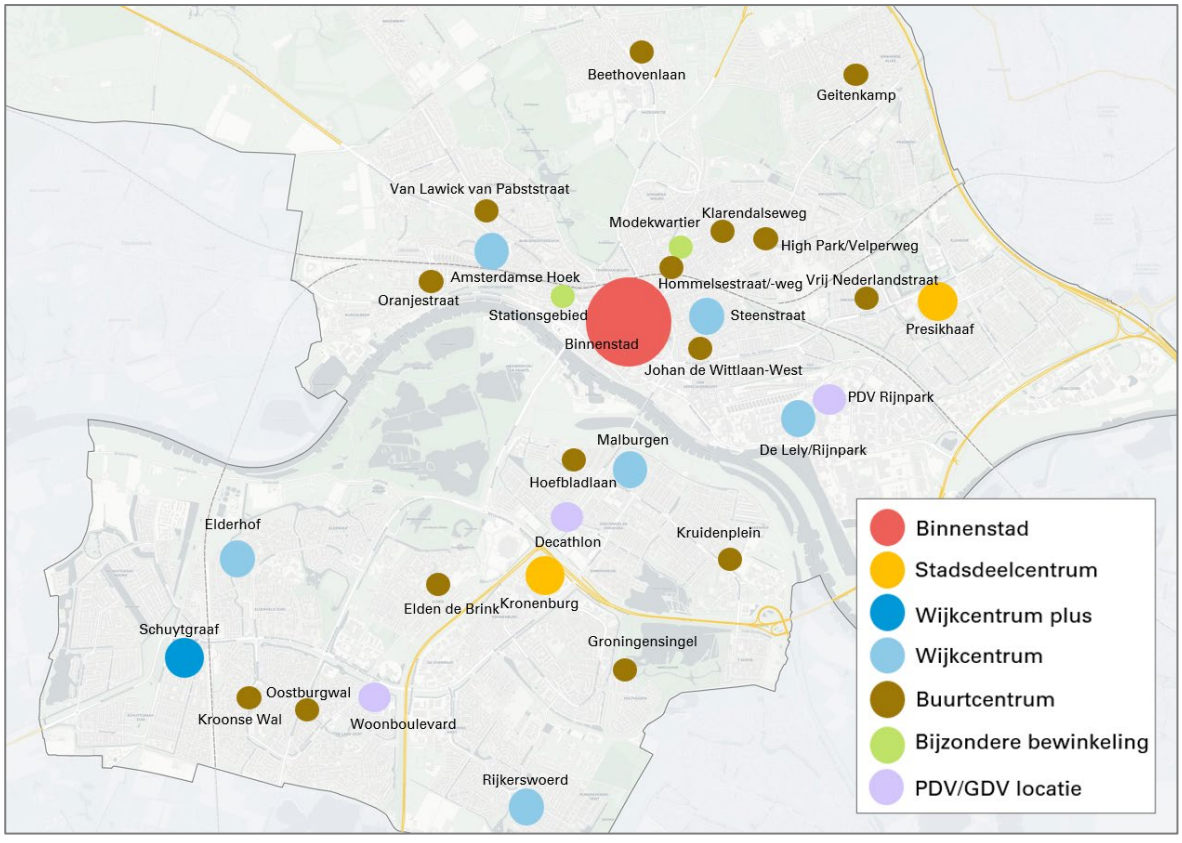
We kiezen voor een geconcentreerde hoofdstructuur (zie figuur 1). Hierbinnen krijgt de detailhandel de ruimte om zich door te ontwikkelen, passend binnen het profiel van het winkelgebied. Buiten de hoofdstructuur zetten we in op afbouw van detailhandel (op enkele uitzonderingen na, zie ruimtelijk kader in hoofdstuk vijf).

### Wat zijn de uitgangspunten voor de opbouw van de hoofdstructuur?

De hoofdstructuur is volgens de volgende uitgangspunten opgebouwd:

1 Passende profilering: een complementaire structuur waarbij het winkelaanbod in het winkelgebied het bezoekmotief ondersteunt. Het bezoekmotief kan zijn: boodschappen doen, doelgericht winkelen of (frequent en niet-frequent) recreatief winkelen.
2 Nabijheid van dagelijkse voorzieningen, mede bekeken vanuit fysieke toegankelijkheid, stimuleren van ontmoetingen en actieve mobiliteit (stimuleren van voet en fiets). Goede spreiding over de wijken, waarbij dagelijkse voorzieningen binnen vijftien minuten lopen zijn te bereiken voor elke inwoner.
3 Goede balans tussen de verschillende wijk- en buurtcentra, waarbij er voldoende economisch bestaansrecht is en de gebieden elkaars positie niet ondergraven.
4 Ruimte voor lokaal ondernemerschap in de wijken. Voldoende economisch bestaansrecht voor lokale aanbieders. Dit vraagt om sturing welke schaalvergroting van supermarkten gewenst is.
5 Voorkomen extra concurrentie binnenstad: recreatieve branches buiten de binnenstad worden afgebouwd. Uitzondering vormen frequente huishoudelijke artikelen en textiel (zoals Wibra en Zeeman) in de stadsdeel- en wijkcentra.
6 Ambitie om de bestaande perifere en grootschalige detailhandelsvestigingen (PDV/GDV) te clusteren in Arnhem-Noord (Rijnpark) en Arnhem-Zuid (Woonboulevard), zodat deze voorzieningen behouden blijven en de trekkracht wordt vergroot. Binnen de gebiedsontwikkeling Rijnpark wordt onderzocht of dit haalbaar is gezien de gebiedsambities.

### Figuur 1: Hoofdstructuur detailhandel Arnhem




Bron: Stec Groep, 2024

## Wat kun je verwachten in onze hoofdstructuur detailhandel?

**Shoppen: beleving in de binnenstad en stadsdeelcentra**
Winkelen is allang niet meer alleen iets kopen — het is een beleving. Of je nu op zoek bent naar een nieuwe outfit, een cadeautje voor iemand anders of gewoon lekker wilt rondkijken: in Arnhem vind je altijd een plek die bij je past. In de binnenstad draait het om sfeer, verrassing en variatie. Je loopt van bekende winkels naar unieke boetiekjes, ontdekt lokale ondernemers in de struingebieden en ploft tussendoor neer op een terras voor een goede kop koffie. De binnenstad is compact, levendig en altijd in beweging — een plek waar je graag even blijft hangen.
Ook in de stadsdeelcentra Kronenburg en Presikhaaf kun je fijn winkelen. De keuze aan winkels is groter dan in het winkelcentrum in de eigen buurt. Hier vind je een mix van winkels voor je dagelijkse boodschappen én leuke extra's. Denk aan een goede kapper, een gezellige lunchplek of een winkel met net dat ene bijzondere product. Deze centra zijn goed bereikbaar en spelen in op wat jij nodig hebt.

**Boodschappen in wijk- en buurtcentra: bij jou om de hoek**
Even snel naar de supermarkt, langs de bakker voor vers brood of een praatje bij de drogist — het gebeurt allemaal dichtbij huis. In Arnhem zijn de wijk- en buurtcentra er voor je dagelijkse gemak. Geen lange ritten of drukke winkelstraten, maar gewoon alles wat je nodig hebt, op loop- of fietsafstand. Ze bieden een vertrouwd aanbod van winkels en diensten, afgestemd op wat er leeft in de wijk en past bij het type wijk. Denk aan supermarkten, verswinkels, kappers, apotheken en soms ook een gezellige lunchplek of een buurtwinkel met iets bijzonders. De winkelgebieden zijn praktisch én prettig. Want boodschappen doen moet makkelijk zijn — en het liefst ook gezellig. Er zijn ook winkelstrips waar vroeger meerdere winkels zaten en nu bijna geen winkels meer zijn. Misschien zat er vroeger wel een kleine supermarkt. Hier verdwijnen misschien de bekende winkels in de buurt. Er blijft wél altijd een ander winkelcentrum op loop- en fietsafstand.

**Grote aankopen: gebundeld en goed bereikbaar**
Voor grote aankopen wil je gemak, overzicht en keuze. Of je nu op zoek bent naar een nieuwe bank, een wasmachine of tuinmeubelen — op de locaties voor perifere detailhandel (PDV) in Arnhem vind je alles bij elkaar. Deze plekken, zoals de Woonboulevard, zijn speciaal ingericht voor winkels met grotere producten die je niet dagelijks koopt, maar die wél belangrijk zijn. Misschien kom je er maar één keer per jaar, of wat vaker als je gaat verhuizen of verbouwen. Wat kan je verwachten? Ruime winkels, parkeergelegenheid en een overzichtelijk aanbod van bekende ketens en speciaalzaken. Alles is gebundeld op één plek, zodat je efficiënt kunt vergelijken, kiezen en kopen. En goed te bereiken per auto. We zetten in op een PDV-cluster in noord én zuid, zodat elke inwoner van Arnhem toegang heeft tot deze voorzieningen. PDV-locaties zijn een waardevolle aanvulling op de binnenstad en wijkcentra. Ze bieden ruimte aan winkels die elders minder goed passen, en zorgen ervoor dat je ook voor grote aankopen in Arnhem terechtkunt.

### Hoe ziet de hoofdstructuur detailhandel eruit?

De hoofdstructuur detailhandel is als volgt opgebouwd:

- **Binnenstad met sterke regiofunctie.** Primaire locatie voor recreatieve detailhandel. Gericht op beleving (ontspannen, rondkijken, 'dagje uit') in een mix met horeca, cultuur en bedrijvigheid.
- **Stadsdeelcentrum.** Stadsdeeloverstijgend, gericht op dagelijkse detailhandel en aanvullende voorzieningen. Verminderen van recreatieve detailhandel. Maximaal drie supermarkten, geen verdere uitbreiding van supermarktmeters.
- **Wijkcentrum-plus:** Centraal winkelgebied in stadsdeel voor dagelijkse detailhandel en brede voorzieningen voor het stadsdeel. Aangevuld met recreatief winkelaanbod gericht op frequente huishoudelijke artikelen en textiel. Maximaal twee supermarkten van maximaal 1.600 m² bvo. Schuytgraaf definiëren we als een wijkcentrum-plus gezien de ruime omvang, breed aanbod, afstand tot Kronenburg en centrale ligging binnen dit drukbevolkte deel van Arnhem-Zuid.
- **Wijkcentrum.** Centraal winkelgebied in stadsdeel voor dagelijkse detailhandel, aangevuld met voorzieningen voor het stadsdeel. Beperkt recreatief winkelaanbod gericht op frequente huishoudelijke artikelen en textiel. Maximaal twee supermarkten van maximaal 1.600 m² bvo.
- **Buurtcentrum.** Ondersteunend winkelgebied voor dagelijkse detailhandel, aangevuld met voorzieningen voor de buurt. Geen recreatieve detailhandel. Maximaal één supermarkt met een maximum van 1.600 m² bvo.
- **Bijzondere bewinkeling.** Gericht op een specifieke niche of doelgroep. Onderscheidend aanbod. Inzet op behoud.
- **PDV/GDV locatie.** Primaire locatie voor doelgerichte detailhandel. Geclusterd op de Woonboulevard Arnhem (bestaand) en op Rijnpark (ambitie). Geen verdere branchevervaging toegestaan. Behoud van solitaire vestiging Decathlon in Arnhem-Zuid.



## Wijzigingen hoofdstructuur ten opzichte van vorige visie

In de hoofdstructuur zijn enkele wijzigingen opgenomen:

- Ruimte bieden voor nieuwe concepten en bedrijven die ontstaan vanuit de transitie naar de circulaire economie in alle typen winkelgebieden. Denk aan ambachten, werkateliers en repairshops.
- De benaming ‘kansarme’ buurtsteunpunten is opgeheven.
- De volgende buurtsteunpunten (solitaire winkelstrips) zijn geen onderdeel meer van de hoofdstructuur: Wichard Van Pontlaan, Honigkamp, Middachtensingel, Volkerakstraat en Valkenierstraat. Detailhandel wordt hier – voor zover er nog winkelfuncties zijn – verder afgebouwd en deze gebieden krijgen een perspectief voor een goede wijkeconomie: ambachten, werkateliers, circulaire economie, reparatie, dienstverleners en/of horeca. Een incidentele detailhandelslocatie werkt niet structuurverstorend. Bij onvoldoende perspectief op wijkeconomie kan op langere termijn overwogen worden te herontwikkelen naar wonen.
- Opwaarderen van de volgende buurtsteunpunten naar buurtcentrum vanwege functie in de hoofdstructuur: Groningensingel, Kruidenplein, Oranjestraat, Van Lawick van Pabstraat. High Park/Velperweg is als nieuw gerealiseerd buurtcentrum toegevoegd.
- Strakker planologisch inkaderen van supermarkten om zo voldoende bestaansrecht te houden voor lokale ondernemers en de structuur in balans te laten zijn. Zie typering per gebied.
- Twee aparte typeringen voor wijk- en buurtcentra passend bij de reikwijdte van het winkelgebied. Zo hebben wijkcentra een ruimer verzorgingsgebied en liggen deze vaak centraler in de wijk.
- Scherper onderscheid tussen buurtcentra en buurtsteunpunten. Een buurtcentrum heeft een belangrijke functie in hoofdstructuur en verdient versterking. Een buurtsteunpunt voldoet nu nog en op termijn wordt verdere concentratie binnen hoofdstructuur nagestreefd. Geen versterking van supermarktfunctie. Eventuele uitzondering vormt beperkte uitbreiding vanuit ruimtelijke argumenten (zoals logistiek, parkeersituatie, veiligheid), maar enkel wanneer een alternatief (concentratie) echt niet mogelijk is.
- Solitaire supermarkten zijn geen onderdeel meer van de hoofdstructuur. Ze mogen blijven zitten waar ze zijn gevestigd, maar worden niet versterkt. Idealiter vindt op termijn verplaatsing naar de hoofdstructuur plaats.
- Solitaire PDV-vestigingen zijn geen onderdeel meer van de hoofdstructuur. Ze mogen blijven zitten waar ze zijn gevestigd, maar worden niet versterkt. Ze worden idealiter verplaatst naar de PDV-clusters Woonboulevard Arnhem en Rijnpark (mits dit ter realisatie komt).

## 3.3 Strategie voor dagelijkse, recreatieve en doelgerichte detailhandel

We verdelen de Arnhemse detailhandel is in vier typen detailhandel: dagelijkse, recreatieve frequente, recreatieve niet-frequente en doelgerichte detailhandel. We zetten onze strategie voor deze vier typen detailhandel uiteen.

| | Dagelijks | Recreatief frequent | Recreatief niet-frequent | Doelgericht |
|---|---|---|---|---|
| **Branches** | Supermarkt<br>Levensmiddelen (zoals groentezaak, slager, bakker)<br>Persoonlijke verzorging | Huishoudelijke artikelen<br>Textielsuper | Kleding & Mode<br>Schoenen & Lederwaren<br>Juwelier & Optiek<br>Luxe artikelen | Sport, spel, hobby & media<br>Plant & Dier<br>Bruin & Witgoed<br>Doe-het-zelf & wonen |
| **Voorbeelden** | Albert Heijn, Ekoplaza, Kruidvat, De Echte Bakker | Hema, Wibra, Zeeman | H&M, The Sting, Douglas, Fraenck, Hul le Kes, Pollmann, Coef en Neighbourhood | Mediamarkt, Decathlon, Praxis, Mantel, Intratuin, ToyChamp |

### Strategie voor dagelijkse detailhandel in Arnhem

Dagelijkse detailhandel voorziet in de primaire behoefte van mensen. Supermarkten in het bijzonder hebben een belangrijke functie binnen de hoofdstructuur: ze zijn publiekstrekkers en ontmoetingsplaatsen (en daarmee essentieel voor de leefbaarheid van buurten). Ook nodigen ze uit tot het gebruik van langzame verkeersvormen zoals lopen en fietsen. De wens is een hoofdstructuur detailhandel waarbij de mobiliteitsbehoefte voor dagelijkse boodschappen aansluit bij de vijftienminutenstad[1]. Zodoende kunnen consumenten door actieve mobiliteit (te voet of te fiets) hun dagelijkse boodschappen halen en laten ze de auto thuis staan, wat de mobiliteitsdruk verlaagt. Dit sluit aan bij mobiliteits-, klimaat- en gezondheidsambities. De Arnhemse verstedelijkingsopgave (de groeiende behoefte aan woningen, werkplekken en voorzieningen binnen bestaande stadsgrenzen) gaat steeds vaker gepaard met lagere parkeernormen en vereist dagelijks winkelaanbod nabij de woning. De hoofdstructuur voorziet hierin en daarbinnen dient een goede balans bewaakt te worden. Supermarkten worden steeds groter. Hoewel dit voorziet in meer gemak en verruiming van het assortiment zorgt dit ook voor minder economisch draagvlak voor dagelijkse speciaalzaken en kleinere supermarkten met een buurtfunctie. Dagelijkse speciaalzaken dragen juist bij aan lokaal ondernemerschap. Arnhem wil meer diversiteit in winkelgebieden met kansen voor lokaal ondernemerschap. Het beperken van verdere schaalvergroting van supermarkten en kiezen voor een duidelijke hoofdstructuur draagt daaraan bij.

### Strategie voor recreatieve detailhandel in Arnhem

De recreatieve detailhandel is sterk dynamisch. De afgelopen jaren kenmerkten zich door diverse faillissementen vanwege anders winkelen (internet) en naweeën van de coronaperiode, maar juist ook door winkelopeningen van nieuwe formules. De tendens is dat het aantal winkels daalt, al vlakt deze krimp wat af mede door een minder sterk stijgend online aandeel. Toch blijven de

[1] Dit principe gaat ervan uit dat de belangrijkste voorzieningen (zoals winkels en sport) voor de stedeling op maximaal vijftien minuten loop- of fietsafstand liggen.

onzekerheden groot door lage marges, schulden en personeelstekorten. Bestaande winkels moeten vernieuwen om relevant te blijven. Denk aan meer beleving in de winkel, meer aansluiting vinden bij doelgroepen, meer accent op service en een sterke omnichannelstrategie (fysieke winkels die ook online en op andere verkoop- en communicatiekanalen actief zijn). Er is ook doorontwikkeling nodig van het Arnhemse winkelbestand, mede om leegstand in te vullen. Dit vraagt in een samenwerking tussen verschillende partijen om acquisitie van vernieuwende concepten en om het stimuleren van startend ondernemerschap. We maken onderscheid in frequente en niet-frequente recreatieve detailhandel. Het primaat voor Arnhemse recreatieve detailhandel ligt in de binnenstad met een compact maar krachtig kernwinkelgebied met ketens. Daaromheen liggen struingebieden met lokale detailhandel en andersoortige functies. Ook in de stadsdeelcentra Kronenburg en Presikhaaf is recreatieve detailhandel aanwezig. Hier wordt ingezet op transformatie (met name in Kronenburg, Presikhaaf is reeds getransformeerd) met minder recreatieve winkelmeters en invulling van andere publieksfuncties. Daarbij zullen beide gebieden wel een recreatieve stadsdeelverzorgende functie houden die complementair is aan de binnenstad. In andere gebieden staan we geen extra recreatieve detailhandel toe. In de overige gebieden waar nu recreatieve detailhandel aanwezig is, zoals De Lely en de Woonboulevard Arnhem, zetten we op termijn in op minder recreatieve detailhandel. Alle inzet is erop gericht om het recreatieve winkelbestand in de binnenstad te behouden en waar mogelijk te versterken. Frequente recreatieve detailhandel, zoals een winkel voor huishoudelijke artikelen, heeft een sterk dagelijks karakter. Daarom vinden we dit in beperkte mate een aanvulling op het boodschappen doen in onze wijk- en buurtcentra en bieden we hiervoor ruimte.



### Strategie voor doelgerichte detailhandel in Arnhem

Arnhem heeft een divers palet aan doelgerichte detailhandel zoals een tuincentrum, bouwmarkten, meubelzaken, fietsenwinkels en elektronicazaken. Doelgerichte detailhandel is aanwezig op de Woonboulevard Arnhem, bedrijventerreinen, in de binnenstad, kleinschalig in de wijk en in buurtcentra of is solitair gelegen zoals de Decathlon. Arnhem kent veel grootschalig aanbod in de regio, met name in Centerpoort-Nieuwgraaf in Duiven (zoals Ikea, Hornbach en Intratuin) en in mindere mate in Nijmegen Ressen (Hornbach) en Elst (Intratuin). Dit maakt dat de doelgerichte detailhandel in Arnhem niet op het niveau ligt van vergelijkbare steden. De woningbouwopgave en beperkte beschikbare ruimte staat op gespannen voet met doorontwikkeling van deze branche, mede vanwege de grotere metrages die veel formules vragen. De inzet is gericht op behoud van het aanbod. Voor de hoofdstructuur detailhandel vinden we het gewenst om doelgerichte detailhandel te clusteren, zodat er voor de consument aantrekkelijke gebieden ontstaan. Voor Arnhem-Zuid zetten we in op verdere clustering op de Woonboulevard Arnhem. We sturen op termijn om verspreid gelegen aanbieders, bijvoorbeeld op bedrijventerreinen, te verplaatsen naar de Woonboulevard. Voor Arnhem-Noord ontbreekt nu nog een cluster. We bekijken of nadere clustering mogelijk is in het kader van gebiedsontwikkeling Rijnpark. Indien haalbaar ontstaat zo een tweede PDV-cluster (PDV: perifere detailhandelsvestiging). Zo zijn zowel Arnhem-Noord als Arnhem-Zuid bediend. De grote ruimtedruk biedt ook kansen voor de Arnhemse binnenstad. Zo kiezen perifere aanbieders zoals meubelzaken, keukenwinkels en autohandelaren steeds vaker voor binnensteden met specifieke concepten (gericht op merkbeleving, service, zichtbaarheid). Deze belevingsconcepten passen goed in de koers voor de Arnhemse binnenstad. Het verleiden van Arnhemse bedrijven op bedrijventerreinen voor verplaatsing of het openen van een dependance is gewenst.

## We bieden ruimte aan de circulaire economie

Als gemeente Arnhem zetten we ons actief in voor een circulaire economie. Dat draagt bij aan een duurzame toekomst én een stad waarin iedereen mee kan doen. Een belangrijk onderdeel hiervan is het stimuleren van circulaire detailhandel, zoals reparatie-, kringloop- en vintagewinkels. Maar ook winkelconcepten die we nu nog niet kennen die een belangrijke rol kunnen spelen in de transitie naar een circulaire economie. Winkels die zich richten op tweedehands producten en reparatie zijn er altijd al geweest, maar we zien het aantal toenemen en we verwachten dat het er in de toekomst nog meer zullen doen.

Deze winkels geven producten een tweede leven. Dat is goed voor het milieu, omdat het grondstoffen spaart en afval voorkomt. Maar het is óók goed voor de portemonnee van veel Arnhemmers. Kringloop- en tweedehandswinkels maken het mogelijk om voor een betaalbare prijs kleding, meubels of huishoudelijke spullen te kopen. Zeker voor inwoners met een kleinere beurs zijn dit belangrijke plekken in de stad. Bovendien blijft het winkelaanbod hierdoor verassend en divers.

Daarom maken we als gemeente actief ruimte voor dit soort winkels. Overal waar volgens het bestemmingsplan detailhandel in nieuwe producten is toegestaan, willen we het ook mogelijk maken dat concepten die bijdragen aan de circulaire economie, zich kunnen vestigen. We zien het liefst dat dit soort winkels verspreid over de stad zijn, zodat dit type winkels voor iedere Arnhemmer te voet en per fiets te bereiken is. Op deze manier bouwen we aan een Arnhem dat zowel groen als sociaal is.

## Aansluiting op beleidskaders

We sluiten aan op beleidskaders waar vanuit we integraal werken aan onze winkelgebieden. We sommen hieronder de hoofdlijnen.

- **Omgevingsvisie Arnhem:** Arnhem is in trek bij bewoners, bedrijven en bezoekers en groeit. In de periode tussen 2022 en 2040 neemt de behoefte aan woningen naar verwachting met 14.000 toe. Deze groei willen we benutten om de stad aantrekkelijker, socialer en vitaler te maken. Het gewenste toekomstbeeld voor Arnhem 2040 is een stad als onderdeel van een sterke regio met een veelzijdig landschap, waardevolle wijken en krachtige knooppunten. Relevante aspecten zijn: (1) Er wordt gebouwd op goed bereikbare plekken waar voorzieningen zijn, (2) wonen, werken en voorzieningen worden dichter bij elkaar gebracht, (3) wandelen, fietsen en ov zijn de meest voor de hand liggende vormen van vervoer, (4) de stad wordt verder vergroend en (5) Arnhem blijft een creatieve en energieke stad. Enkele concrete uitwerkingen zijn een compacter winkelhart in Arnhem Centrum en Kronenburg als vanzelfsprekend centrum van Zuid (wonen, winkels, cultuur en horeca). Afwegingsprincipes in de omgevingsvisie zijn: Arnhemse identiteit versterken, duurzaam en gezond ontwikkelen, wijken versterken waarin iedereen mee kan doen en slim omgaan met ruimtegebruik.

- **Visie binnenstedelijk bouwen** (in voorbereiding): We werken momenteel aan de visie binnenstedelijk bouwen, een nadere uitwerking van de verdichtingsopgaven uit de Omgevingsvisie. De gemeente neemt hierin een regierol om de ontwikkelopgaven te realiseren, in lijn met de gewenste ambities en rekening houdend met de bestaande stad. Uit een ruimtelijke verkenning blijkt dat er kansen liggen voor verdichting rondom winkelcentra. Deze centra, zowel op stads-, wijk- als buurtniveau, vormen belangrijke voorzieningenclusters. Verdichting op deze locaties maakt ze toegankelijker voor een groter aantal inwoners en versterkt het draagvlak voor de toekomst.

- **Duurzame Mobiliteitsplan:** gemeente Arnhem heeft als doel een veilige, toegankelijke en duurzame mobiliteit te realiseren, waarbij uitstoot wordt verminderd en de leefbaarheid in de stad wordt vergroot. Een actie van het duurzame mobiliteitsplan is het stimuleren van actieve mobiliteit zoals lopen en fietsen. De gemeente zet in op bereikbaarheid van voorzieningen per voet en fiets door een goede ruimtelijke hoofdwinkelstructuur te realiseren/behouden. Uitgangspunt is hierbij dat dagelijkse voorzieningen voor alle Arnhemmers op loop- en fietsafstand bereikbaar zijn.

- **Vergroeningsagenda:** gemeente Arnhem heeft als ambitie de stad klimaatbestendiger, gezonder en aantrekkelijker te maken door het toevoegen en versterken van groen in de openbare ruimte. Door meer ruimte te creëren in de winkelgebieden voor groen en blauwe elementen verbetert de klimaatadaptatie (water- en hitteoverlast), biodiversiteit en algemene beleving en verblijfskwaliteit van de winkelgebieden. Het detailhandelsbeleid sluit aan door de vergroeningsagenda te benutten voor de winkelgebieden.

- **Supermarktnota:** gemeente Arnhem heeft als doel een toekomstbestendige en evenwichtige spreiding van supermarkten en supermarktmeters in de stad te waarborgen. Het richt zich op het versterken van de voorzieningen voor inwoners, het voorkomen van leegstand en het ondersteunen van een duurzame stedelijke ontwikkeling. Het detailhandelsbeleid sluit zich aan bij deze doelstelling en geeft aan, zoals aangekondigd in de Supermarktnota 2023, hoe de ontwikkeling en uitbreiding van de supermarktmeters moet worden verdeeld over de stad.

- **Visie Werklocaties**: de gemeente Arnhem streeft naar toekomstbestendige en goed bereikbare werklocaties door efficiënter ruimtegebruik, functiemenging en duurzame mobiliteit. De visie schetst de kaders en opgaven om de ontwikkeling van de Arnhemse economie de komende jaren ruimtelijk in goede banen te leiden. Het detailhandelsbeleid sluit hierop aan door ruimte te creëren voor gemengde functies. Bijvoorbeeld door lichte bedrijvigheid vanaf bedrijventerrein te verplaatsen naar de winkelgebieden. Tegelijkertijd blijft bedrijventerreinruimte beschikbaar voor bedrijven die vanwege overlast en hinder gebonden zijn aan een locatie op een bedrijventerrein. In de Startnotitie voor de gebiedsvisie Het Broek – IPKW – Nieuwe Haven is opgenomen dat het principe 'het juiste bedrijf op de juiste plek' voor deze werklocaties verder wordt uitgewerkt.
- **Aanpak wijkveiligheid:** gemeente Arnhem zet in op veilige en leefbare wijken door overlast en criminaliteit aan te pakken en sociale cohesie te versterken. Het detailhandelsbeleid sluit hierop aan door te focussen op een schoon, heel en veilig winkelklimaat. Dit gebeurt via betere basisvoorzieningen, zoals verlichting en onderhoud, en samenwerking met ondernemers voor maatregelen als cameratoezicht en activiteiten die de wijk versterken. Ook zijn er diverse initiatieven van bewoners en ondernemers om de winkelgebieden schoon, heel en veilig te houden. Zo dragen winkelgebieden bij aan een aantrekkelijke en veilige leefomgeving.
- **Nationaal Programma Arnhem-Oost:** dit programma richt zich op het versterken van de leefbaarheid, veiligheid en economische kansen in Arnhem-Oost door te investeren in sociale, fysieke en economische opgaven. Het detailhandelsbeleid sluit hierop aan door winkelgebieden in Arnhem-Oost te ondersteunen met verbeterde voorzieningen.



## 3.4 Uitwerking strategie winkelgebieden per stadsdeel

Onder deze paragraaf werken we de hoofdperspectieven voor de diverse Arnhemse winkelgebieden uit. Dit doen we naar indeling van de stadsdelen. Per winkelgebied geven we aan wat dit gebied typeert en welke strategie de komende jaren gehanteerd gaat worden. We sluiten hierbij aan op de drie pijlers: versterken, verbreden en vernieuwen. De uitwerking is mede gebaseerd op de uitkomsten van de vitaliteitsscan waarin winkelgebieden zijn beoordeeld aan de hand van een brede set indicatoren (zie het bijlagerapport). In bijlage 1 van dit rapport zijn de diverse winkelgebieden nader beschreven. De realisatie van de strategie voor de winkelgebieden jagen we aan met een speciale stimuleringsregeling, die is uitgewerkt in het actieplan.

### 3.4.1 Centrum

*De winkelgebieden in stadsdeel Centrum zijn: Binnenstad en Stationsgebied.*

De binnenstad is met afstand het grootste winkelgebied met brede aantrekkingskracht op de regio en richt zich qua winkels op recreatieve branches. Het Stationsgebied richt zich op passanten en nabijgelegen werkfuncties en kent vooral gemaksvoorzieningen. Voor de binnenstad werken we aan een ontwikkelperspectief waarin onder andere voor deelmilieus een gewenste programmering wordt uitgewerkt.

| Wat typeert dit gebied? | Welke strategie hanteren we? |
|---|---|
| **Binnenstad** | |
| De Arnhemse binnenstad is voor veel mensen een plek om te ontmoeten, verblijven, werken, recreëren en wonen. Het is de primaire winkellocatie in Arnhem met sterke aantrekkingskracht op consumenten uit de regio en op toeristen. De focus ligt op recreatieve detailhandel met daarnaast een breed palet aan andere functies. Net als veel binnensteden staat Arnhem voor de uitdaging het centrum aantrekkelijk, bruisend en leefbaar te houden. Het winkelaanbod loopt terug door landelijke ontwikkelingen. Deels wordt dit opgevuld met andere functies zoals wonen, horeca en dienstverlening. Desondanks blijft de leegstand te hoog, met name in het kernwinkelgebied. De binnenstad heeft veel onderscheidende kwaliteiten zoals de ligging aan de Rijn, groene singel, historische bebouwing, rijke geschiedenis en diverse levendige pleinen. Sommige kwaliteiten blijven nu onderbenut door de aanwezigheid van infrastructurele barrières of het gebrek aan samenhang en verbinding tussen de deelgebieden. | De strategie voor de binnenstad bestaat uit versterken, verbreden en vernieuwen. Op het gebied van **versterken** ligt de focus op de basiskwaliteiten (schoon, heel, veilig) op orde en nauwe samenwerking met marktpartijen. Naast reguliere samenwerkingspartners zoals PBA wordt de samenwerking met en tussen vastgoed versterkt. Zo is er een BIZ Vastgoed Arnhem (kernverblijfsgebied). Met het Duurzame Mobiliteitsplan werken we aan een aanpak voor verkeer en vervoer. De stad moet bereikbaar blijven. Dat doen we door meer ruimte te geven aan voetgangers en fietsers. We zetten er gelijktijdig op in dat de centrumring minder gebruikt wordt voor doorgaand verkeer. De stad blijft bereikbaar met de auto. Maar lopen, fietsen en het openbaar vervoer worden belangrijker. Zo maken we fietsen en wandelen aantrekkelijker en veiliger door wegen opnieuw in te richten en nieuwe (doorfiets)routes aan te leggen en door voorzieningen te realiseren in de binnenstad waar fietsen prettig en veilig gestald kunnen worden. Daarnaast maken we een netwerk van aantrekkelijke knooppunten aan de rand van het centrum en in de wijken. Hier is parkeren goedkoop en kan men overstappen op openbaar vervoer of deel(bak)fietsen. Dit vermindert het aantal auto's in de stad. Op het gebied van **verbreden** liggen er vooral kansen voor functiemenging. In de binnenstad heeft de focus lange tijd op retail gelegen, waardoor de binnenstad ruimtelijk-functioneel is toegegroeid naar 'koopcentrum'. Om een toekomstbestendige binnenstad te realiseren, moet de scope verbreed worden naar een belevings-, ontmoetings-, cultuur- en wooncentrum. Arnhem stelt een ontwikkelperspectief op waarin gekoppeld aan de omgevingsvisie de koers voor de binnenstad richting 2040 wordt beschreven. Centraal staat een compact kernwinkelgebied met clustering van |

detailhandel. Daar omheen is in de struingebieden ruimte voor andersoortige functies zoals wonen, leisure, kantoor, ambacht en creatieve bedrijvigheid. Een goede balans tussen economische functies en wonen in de plint is van belang, zodat de binnenstad (economisch) attractief blijft. Het verplaatsen van lichte bedrijven op bedrijventerreinen naar de binnenstad heeft daarbij meerwaarde. Op het gebied van **vernieuwen** ligt de focus van transformatie van het centrum naar een 'place to meet en be', welke zich richt op beleving en verblijfskwaliteit en waarbij de openbare ruimte uitnodigt tot ontmoeting. Ook zetten we in op innovatie en matchmaking. Zo gaan we met een matchmaker steviger geacquireerd om interessante formules aan te trekken en de filialiseringsgraad te bewaken.

### Stationsgebied

Het stationsgebied voorziet in de dagelijkse behoefte van reizigers en werknemers in de omgeving. Binnen het stationsgebouw zijn gemaksvoorzieningen aanwezig met formules vanuit het NS Stations Retailbedrijf. Daarbuiten ligt de focus naast een dagelijks to go supermarktconcept vooral op fastservice horeca, leisure en hotels.

Het huidig profiel volstaat. We zijn terughoudend met extra detailhandel in het gebied. Door diverse gebiedsontwikkelingen wordt het Stationsgebied verder verdicht met kantoor- en woonfuncties. Door vergroening en de openbare ruimte beter te activeren kan het Stationsgebied een aangenamere entree voor de binnenstad worden.



### 3.4.2 Spijkerkwartier en Arnhemse Broek

*De winkelgebieden in Spijkerkwartier en Arnhemse Broek zijn: De Lely/Rijnpark, Steenstraat en de Johan de Wittlaan-West.*

Dit stadsdeel kent uiteenlopende winkelgebieden met verschillende posities in de Arnhemse hoofdstructuur detailhandel. De Lely heeft momenteel een wijkoverstijgende boodschappenfunctie sterk gericht op autogebruikers. De Johan de Wittlaan-West heeft een beperkte detailhandelsfunctie en richt zich op omliggend gebied. De Steenstraat heeft een eigen profiel met zeer divers aanbod aan specialistische zaken voor een breed palet aan doelgroepen. Het gebied functioneert redelijk zelfstandig door beperkte samenhang met de binnenstad.

Een majeure ontwikkeling in dit stadsdeel is gebiedsontwikkeling Rijnpark. Hier zet de gemeente in op de realisatie van 7.000 woningen en 5.000 banen. Dit heeft grote impact op bestaande winkelvoorzieningen en de hoofdstructuur detailhandel in dit stadsdeel. De exacte invulling van Het Rijnpark is van grote invloed op de omliggende (winkel)gebieden. Een complementair profiel zorgt ervoor dat de verschillende winkelgebieden naast elkaar kunnen bestaan. Voor de Steenstraat is een programmering uitgewerkt, namelijk een foodstraat met speciaal- en familiebedrijven.

| Wat typeert dit gebied? | Welke strategie hanteren we? |
|---|---|
| **De Lely/Rijnpark** | |
| Het overdekte winkelcentrum De Lely/Rijnpark functioneert als boodschappencentrum met aanvullende recreatieve retailvoorzieningen. Door de focus op autobereikbaarheid met ruime parkeergelegenheden, het ontbreken van een eigen verzorgingsgebied in de directe omgeving en een compleet aanbod trekt het consumenten uit een breed aantal wijken in de omgeving. Het centrum heeft door investeringen in 2021 een moderne uitstraling. Omliggend is verspreid PDV/GDV aanwezig. | Vanuit structuurperspectief is het wenselijk om toe te werken naar één centraal gelegen wijkwinkelcentrum voor dagelijkse detailhandel, primair gericht op voetgangers en fietsers. Dit sluit aan bij de ambities voor Rijnpark, waar de focus ligt op duurzame mobiliteit en leefbaarheid. Het winkelcentrum zal zich in de toekomst primair richten op het directe verzorgingsgebied dat met de gebiedsontwikkeling van Rijnpark ontstaat, passend bij een autoluwe wijk. Dagelijkse winkelvoorzieningen zijn van groot belang voor een levendige wijk. Als onderdeel van de gebiedsontwikkeling Rijnpark onderzoeken we voor zowel Rijnpark fase 1 als voor Rijnpark fase 2 verschillende scenario's voor de opzet van de detailhandelsvoorzieningen. Hierbij gaan we, in lijn met de gebiedsvisie Rijnpark, inzetten op het slim combineren en mengen van functies, om alle ambities in Rijnpark in samenhang een plek te kunnen geven. Binnen de gebiedsontwikkeling Rijnpark onderzoeken we integraal en binnen de gestelde kaders welk toekomstscenario het meest gewenst is en haalbaar is (stedenbouwkundig, financieel, juridisch, et cetera). We verwachten dat we hierover in 2026 meer duidelijkheid kunnen geven. Voor de bestaande PDV/GDV is de inzet om een cluster te realiseren voor Arnhem-Noord, waarnaartoe ook andere aanbieders uit de Spoorzone Arnhem-Oost kunnen verplaatsen. Dit wordt nader verkend. |
| **Johan de Wittlaan-West** | |
| De Johan de Wittlaan-West heeft momenteel een beperkte detailhandelsfunctie met een toko. In de loop der jaren zijn functies als dienstverleners en horeca toegenomen. Het gebied richt zich op de omliggende buurt. | De strategie voor dit winkelgebied is sterk afhankelijk van de gebiedsontwikkeling Rijnpark. Rijnpark kan potentieel een impuls geven aan dit gebied vanwege de inwonerssprong, waarmee het een positie behoudt binnen de hoofdstructuur detailhandel. Inzet is daarom vasthouden aan de huidige invulling en complementair zijn aan de beoogde voorzieningen in Rijnpark. Het komende jaar zetten we in op het organiserend vermogen van het gebied. |

## Steenstraat

### Wat typeert dit gebied?

De Steenstraat is een binnenstedelijke winkelstraat. De kwaliteit van het gebied zit in de diversiteit van het aanbod dat zich richt op een breed aantal doelgroepen. Tegelijkertijd kampt het met een teruglopend aanbod, leegstand en overconcentratie van bepaalde dienstverleners (schoonheidssalon, belwinkels, kappers). Mede door de dominantie van deze aanbieders is de sfeer en uitstraling ondermaats. Hierbij spelen ook opgaven rondom ondermijning en veiligheid. Het gebied kent veel sociale problematiek, er wordt veel gehangen en de weg wordt gebruikt als racebaan door onder andere scooters en fatbikes. De leefbaarheid staat onder druk.

### Welke strategie hanteren we?

Voor de Steenstraat richt de strategie zich op versterken, verbreden en vernieuwen. Vanuit **versterken** is een belangrijk uitgangspunt de basis op orde krijgen. Het gaat daarbij in eerste instantie om schoon, heel en veilig (bijvoorbeeld door een top tien aanpak in het kader van veiligheid). In het kader van veiligheid zetten we in op het verminderen van overlast. Vanuit **verbreden** wordt op het gebied van functies nagestreefd om meer sturing te krijgen, om verschraling en een homogene invulling tegen te gaan. Er zijn regels rondom branchering van functies voor dit gebied opgenomen in het omgevingsplan. Specifiek aandacht in deze programmering is het verminderen van de veiligheids- en ondermijningsproblematiek in het gebied. Vanuit **vernieuwen** zetten we in op vergroenen en aanpak van infrastructuur om zo de kwaliteit van het gebied een impuls te geven.



### 3.4.3 Presikhaaf

*De winkelgebieden in Presikhaaf zijn: Presikhaaf (Full Service Center) en Vrij Nederlandstraat.*

Uit de dynamiek tussen de verschillende winkelgebieden blijkt de dominantie van stadsdeelcentrum Presikhaaf. Het winkelaanbod van de nabijgelegen winkelstrips is verschraald tot een punt waarbij er nog minimale detailhandel aanwezig is. Hier bieden we perspectief voor een invulling met functies die bijdragen aan de wijkeconomie. Het stadsdeelcentrum Presikhaaf trekt veel bezoekers waardoor het (economische) draagvlak om de overige gebieden in stand te houden gering is. Alleen de Vrij Nederlandstraat functioneert als winkelgebied nog voldoende naast Presikhaaf.




| Wat typeert dit/deze gebied(en)? | Welke strategie hanteren we? |
|---|---|
| **Presikhaaf (Full Service Center)** | |
| Presikhaaf is een uitstekend functionerend centrum met grote aantrekkingskracht op geheel Presikhaaf en omliggende buurten. Het centrum is goed bereikbaar en heeft door diverse parkeerlocaties tegen het centrum diverse bronpunten. Door de herontwikkeling van winkelcentrum naar Full Service Center, waarbij het aantal retailmeters is verminderd en nieuwe functies zoals fitness- en zorgvoorzieningen zijn toegevoegd, is de dagelijkse relevantie van het centrum toegenomen. Met diverse voorzieningen (zoals een servicepunt, ophaalservice, zitgelegenheden) en hoog kwaliteitsniveau is het een aangenaam centrum voor een brede doelgroepen, van jong tot oud. | Het Full Service Center concept speelt goed in op de behoeften van dit stadsdeel; de focus ligt op vasthouden aan dit profiel. Verplaatsing van aanbod elders in het stadsdeel naar dit centrum is gewenst, zoals de verplaatsing van de supermarkt Güven begin 2024. Door de grote aantrekkingskracht is bereikbaarheid en parkeren een aandachtspunt op piekmomenten. Het is wenselijk om het bezoek per auto te verminderen en het gebied eromheen aantrekkelijker in te richten voor voetganger en fietser. Op het vlak van **vernieuwen** liggen er mogelijkheden de ontmoetingsfunctie van het buitenplein te vergroten, bijvoorbeeld in combinatie met aantrekkelijke horeca. In het Ontwikkelperspectief Spoorzone Arnhem-Oost is winkelcentrum Presikhaaf genoemd als plek om te verdichten met woningbouw na 2030. Op dit moment zijn er nog geen plannen om met deze verdichting aan de slag te gaan. |

## Vrij Nederlandstraat

| Wat typeert dit/deze gebied(en)? | Welke strategie hanteren we? |
|---|---|
| De Vrij Nederlandstraat is een functioneel buurtcentrum en de enige supermarktvoorziening naast winkelcentrum Presikhaaf in de wijk. Er is zowel een supermarkt als buitenlandse levensmiddelenzaak aanwezig. Bovendien is er een cafetaria, kapper en maatschappelijke voorziening voor mensen met een verstandelijke en/of lichamelijke beperking aanwezig (De Klub). Het gebied is erg versteend en licht vervallen, qua sfeer en uitstraling is er een verbeterslag te maken. Het gebied is twee jaar geleden vergroend en er zijn zitgelegenheden gerealiseerd om ontmoeting te stimuleren. | De strategie voor de Vrij Nederlandstraat bestaat dominant uit **versterken**. De uitstraling van het gebied verdient een impuls, waarbij voor zover mogelijk groene elementen kunnen worden toegevoegd. Daarnaast houden we vast aan de huidige invulling en functiemix, waarbij het belangrijk is om realistisch te zijn over de rol van dit winkelgebied naast het grotere winkelcentrum Presikhaaf. |

### 3.4.4 Noord-West

*De winkelgebieden in Noord-West zijn: Amsterdamse Hoek, Van Lawick van Pabststraat, Hommelseweg/Hommelsestraat, Klarendalseweg en Oranjestraat.*

Noord-West kent vooral winkelgebieden met dagelijkse winkelvoorzieningen. Amsterdamse Hoek is qua (supermarkt)aanbod het grootste winkelgebied. Dankzij de ruime parkeergelegenheid op deze locatie en ligging aan een drukke autoweg heeft dit winkelgebied een grote aantrekkende werking op consumenten. De winkelgebieden Van Lawick van Pabststraat en de Oranjestraat bedienen elk een eigen buurt/wijk en kennen beperkte concurrentie. De Klarendalseweg en de Hommelseweg/Hommelsestraat liggen een stuk dichter bij elkaar en ervaren meer concurrentie. Door de hoge inwonersdichtheid en verschillende kwaliteiten kunnen ze redelijk naast elkaar functioneren. Daarbij is de Klarendalseweg meer gefocust op dagelijkse boodschappen en kent de Hommelsweg/Hommelsestraat een breder profiel met horeca en dienstverleners. Verspreid over de wijk Klarendal zijn een aantal (clusters van) kleinere, lokale winkels gevestigd die het gebied een eigen karakter geven. De meeste daarvan sluiten aan bij het modecluster van Arnhem. Het zogenaamde Modekwartier vormt een unieke aanvulling op de binnenstad.

| Wat typeert dit gebied? | Welke strategie hanteren we? |
|---|---|
| **Amsterdamse Hoek** | |
| Goed functionerend winkelgebied met een functionele uitstraling met beperkte samenhang. Centrale ligging aan de Amsterdamseweg en daardoor een relatief grote aantrekkingskracht. Twee grote, complementaire supermarkten, bouwmarkt (Praxis), enkele dagelijkse speciaalzaken en sportaanbieders. Sterk gefocust op autobezoekers met een groot versteend parkeervlak. | Behoud dagelijkse functie met twee supermarkten. Door de opzet en ligging volstaat een functionele inrichting. Op het gebied van **versterken** ligt de focus op ontsluiting en mobiliteitsdruk op de Amsterdamseweg. Zo wordt bijvoorbeeld de Noordelijke Parallelweg meer ingericht op fietsers. De parkeergelegenheid is in privaat bezit waardoor het parkeerregime extern ligt. Qua **verbreden** liggen er in dit gebied vanwege platte daken ook mogelijkheden voor optoppen met woningen om het gebied een impuls en bredere functie te geven. In het gebied met dagelijkse detailhandel is de doelgerichte detailhandel van de bouwmarkt een atypische functie. Mocht de bouwmarkt een keer vertrekken, dan biedt dat kansen voor versterking van de bestaande supermarkten. |
| **Van Lawick van Pabststraat** | |
| Klein en goed functionerend buurtcentrum in een ruim opgezette groene wijk. Diversiteit van het aanbod is beperkt, maar voorziet in de behoefte. Aanwezigheid supermarkt is van groot belang voor wijk en winkelgebied. | Behouden van huidige functie als buurtcentrum, kwaliteiten in stand houden. Er liggen mogelijkheden voor het verbeteren van de ruimtelijke samenhang in het gebied, bijvoorbeeld door de voorzieningen sterker te clusteren. |
| **Hommelseweg/Hommelsestraat** | |
| Een eentonig ingevulde binnenstedelijke winkelstraat. Veel coffeeshops en overlast. De sfeer en uitstraling van het gebied zijn ondermaats. Ondanks dat de supermarkt wordt omgezet van een Coop in een Plus, is de omvang van de supermarkt niet toekomstbestendig. | Voor de Hommelseweg/Hommelsestraat is de strategie om te versterken, verbreden en te vernieuwen. De strategie is allereerst gericht op het **versterken** door de basis op orde te krijgen: schoon, heel en veilig. Een projectteam is hiermee aan de slag. De weg krijgt grootschalig onderhoud. Het onderhoud van de weg biedt kansen om het gebied te **vernieuwen** door een kwalitatieve impuls, vergroening en algehele opwaardering van het gebied. Op het gebied van **verbreden** is er meer sturing en regie nodig op de invulling van functies en voorzieningen, zodat er een goede mix ontstaat. De mogelijkheden hiervoor (bijvoorbeeld via branchering in het omgevingsplan) worden door de gemeente onderzocht. |

| Wat typeert dit gebied? | Welke strategie hanteren we? |
|---|---|
| **Klarendalseweg** | |
| Compact en hoogwaardig buurtcentrum in een authentieke volkswijk gelegen midden in het Modekwartier. Goed opgezet centrum qua clustering en zichtlijnen. Desalniettemin kampt het gebied wel met gedeeltelijke langdurige leegstand. Relatief veel gebruikt door fietsers en op piekmomenten grote drukte vanuit verschillende modaliteiten. | Behouden van huidige functie als buurtcentrum, kwaliteiten in stand houden. Op het gebied van **vernieuwen** zetten we in op vergroening en benutten van de ontmoetingsfunctie van het centrale plein middels de Arnhem-Oost aanpak. |
| **Oranjestraat** | |
| Uitstekend ruimtelijk ingepast met een goede supermarktvoorziening. Naast de supermarkt zeer beperkt winkel- en dienstenaanbod en enige leegstand. | Behouden van functie als boodschappencentrum binnen de hoofdstructuur detailhandel en kwaliteiten in stand houden. |



### 3.4.5 Noord-Oost

*De winkelgebieden in Noord--Oost zijn: Geitenkamp, Beethovenlaan en High Park/Velperweg.*

De twee winkelgebieden in dit deel van Arnhem liggen ver bij elkaar vandaan. Hierdoor is er weinig interactie/aanvulling tussen de verschillende winkelgebieden. Ook liggen ze op afstand van andere winkelgebieden, waardoor ze voorzien in een eigen verzorgingsgebied. Geitenkamp en Beethovenlaan hebben een kern/wijkverzorgende functie. De problematiek, opgave en strategie per winkelgebied verschilt sterk.

| Wat typeert dit gebied? | Welke strategie hanteren we? |
|---|---|
| **Geitenkamp** | |
| Uniek gebied met veel potentie. De winkels en voorzieningen liggen rondom een centraal plein (dat nu wordt gebruikt voor parkeren). De structuur en ligging van het gebied bieden kansen voor vergroening en ontmoeten; het gebied is vorig jaar heringericht, waarbij groen is toegevoegd. De aanwezige supermarkt is in het voorjaar van 2025 gesloten; met een zeer beperkte omvang was de supermarkt niet toekomstbestendig. Daarnaast kampt de wijk met veel sociale problematiek. Geitenkamp is een van de wijken in Arnhem-Oost en voornamelijk in corporatiebezit. Dat biedt perspectief voor het aanpakken van het gebied. | In winkelgebied Geitenkamp zetten we in op versterken, verbreden en vernieuwen. Vanuit **versterken** ligt de focus op schoon, heel en veilig, met aanpak van de overlast op straat. Vanuit **verbreden** zien wij kansen voor transformatie van het winkelaanbod met een sterker accent op dagelijks winkelaanbod (drogist, versaanbod) en het toevoegen van daghoreca in bestaande (winkel)units. Essentieel voor het vitaal houden van het marktplein is het uitbreiden van de supermarktvoorziening. De gemeente doorloopt daarvoor al geruime tijd een traject met diverse partijen, waarbij we kijken naar een toekomstbestendige supermarkt met respect voor de monumentale structuur en bebouwing. De gemeente vervult proactief haar faciliterende rol, zodat de kans het grootst is dat marktpartijen de gewenste ontwikkeling zullen realiseren. **Vernieuwen** gaan we doen door het centrale plein op te waarderen door een combinatie van een groene kwaliteitsimpuls en het versterken van de ontmoetingsfunctie door in het Omgevingsplan ruimte te bieden voor daghoreca en restauratie. Dit versterkt de winkelfunctie en biedt ruimte voor ontmoeting. Ook wordt het winkelgebied gezelliger en leefbaarder. Het is belangrijk dat het winkelgebied met het aanbod aansluit bij de woningdoelgroep in de wijk (83% sociale huur). |
| **Beethovenlaan** | |
| Het buurtcentrum functioneert goed, alhoewel het aanbod iets terugloopt. De aanwezige supermarkt is onlangs uitgebreid door de overname van het naastgelegen pand. De opschaling van de supermarktvoorziening is gunstig voor de vitaliteit van het winkelgebied. De winkels en voorzieningen liggen geclusterd rondom een plein met enkele groene elementen. Het winkelgebied heeft een belangrijke (ontmoetings)functie voor de wijk. | Voor de Beethovenlaan is het behoud van de dagelijkse winkelfunctie voor de wijk belangrijk en speerpunt van de strategie. Bij een initiatief vanuit de markt voor verdere optimalisatie van de supermarkt hebben we een positieve grondhouding. Focus ligt op de hoge basiskwaliteiten (openbare ruimte en beheer) op niveau te houden. |
| **High Park/Velperweg** | |
| Het buurtcentrum functioneert goed. De supermarkt is van een zeer ruime marktconforme omvang. De winkels en voorzieningen liggen geclusterd in een korte plint met een moderne en strakke uitstraling. Het dagelijkse karakter, met de aanwezigheid van maatschappelijke functies in de directe omgeving, past goed bij de rol van het gebied binnen de detailhandelsstructuur. | Het winkelgebied is de afgelopen jaren ontwikkeld bij de transformatie van High Park en voldoet aan moderne eisen (grote supermarkt, clustering met voorzieningen, moderne uitstraling). De uitstraling en functiemix passen goed bij het gebied en vergen dus geen aanpassingen op dit moment. De focus voor dit gebied ligt op het behouden van de basiskwaliteiten. |

### 3.4.6 Malburgen

*De winkelgebieden in Malburgen zijn: De Drieslag, Kruidenplein en Hoefbladlaan.*

De winkelgebieden in Malburgen hebben een complementaire dynamiek. De Drieslag is met afstand het grootste winkelgebied van de drie en ligt centraal in het stadsdeel Malburgen. Dit winkelgebied vervult een dominante rol als wijkverzorgend centrum binnen Malburgen. Het Kruidenplein en de Hoefbladlaan hebben beide een ondersteunende buurt/wijkverzorgende functie. De inwonersdichtheid in Malburgen is hoog (veel hoogbouw en appartementen). Hierdoor trekken alle winkelgebieden genoeg bezoekers. De fysieke scheiding van de Nijmeegseweg tussen Hoefbladlaan en De Drieslag zorgt ervoor dat Hoefbladlaan voldoende 'eigen' bezoekers trekt, ondanks de geringe afstand tot de Drieslag.

| Wat typeert dit gebied? | Welke strategie hanteren we? |
|---|---|
| **De Drieslag** | |
| Het grootste centrum van Malburgen. Het aanbod is zeer divers, waaronder diverse toko's, en trekt publiek uit een groot aantal wijken. Veel focus op internationale producten. In 2024 is de kleinste en minst toekomstbestendige supermarkt gesloten. De uitstraling van het gebied kan worden verbeterd, het heeft een te functionele uitstraling. Ook het beheer van de openbare ruimte kan beter. Het gebied kampt met diverse problematiek omtrent veiligheid en overlast en is daarom onderdeel van de projectaanpak Nationaal Programma Arnhem-Oost. | De strategie voor winkelcentrum De Drieslag bestaat uit versterken, verbreden en vernieuwen. Op gebied van **versterken** ligt de focus allereerst op de basis op orde krijgen: schoon, heel en veilig. Er speelt veel problematiek op dit thema in het (winkel)gebied. Daarnaast kan de supermarktfunctie worden versterkt door bestaande supermarkten te optimaliseren, zo neemt de trekkracht toe. De ondernemers hebben de wens uitgesproken om een Bedrijven Investeringszone (BIZ) op te richten; deze mogelijkheden onderzoeken we. Er liggen veel kansen voor **verbreden**. Malburgen is onderdeel van een herontwikkeltraject (en onderdeel van het ontwikkelperspectief Malburgen) waarbij extra woningen worden toegevoegd; dit biedt perspectief voor een bredere functie van het winkelgebied. We laten momenteel onderzoek uitvoeren naar het stimuleren van wijkeconomie in dit gebied. Voor het **vernieuwen** van het gebied zijn begin 2025 plannen uitgevoerd om het centrum een grondige kwaliteitsimpuls te geven door een aanzienlijke vergroening en de openbare ruimte aan te pakken. Ook heeft de gemeente hier een verwaarloosd binnenplein aangekocht en daarna de kwaliteit verbeterd. Om de parkeeroverlast terug te dringen is de ambitie om betaald parkeren in te voeren, waarbij de wens bestaat om het parkeren het eerste uur gratis te laten zijn. |
| **Kruidenplein** | |
| Een klein centrum met zeer beperkt aanbod. De aanwezige winkels en voorzieningen functioneren naar behoren. Het gebied kampt met een hoge mate van verstening (parkeervlak) en een ondermaatse sfeer en uitstraling. | De strategie voor het Kruidenplein is vasthouden aan het huidig aanbod en functionele rol binnen de hoofdwinkelstructuur. Op het gebied van **vernieuwen** verdient het gebied een impuls. De wijk en het winkelgebied zijn opgenomen in de groenagenda. Er is gekeken naar mogelijkheden om meer schaduwrijke plekken toe te voegen. De plannen daarvoor moeten nog worden uitgewerkt en besproken met de omgeving. |

**Wat typeert dit gebied?**

**Welke strategie hanteren we?**

## Hoefbladlaan

Hoefbladlaan functioneert als buurtcentrum voor Malburgen-West. Het gebied kampt met enige leegstand en een teruglopend aanbod. Het gebied kent veel concurrentie van de grotere nabijgelegen centra De Drieslag en Kronenburg. In potentie kan het gebied nieuw winkelend publiek aantrekken vanwege de bouw van een nieuw stadsblok met meer woningen in de wijk en de beoogde bebouwing langs de Nijmeegseweg.

De strategie voor de Hoefbladlaan is het behouden van de huidige structuur en het aanbod. We zetten niet in op versterking van het aanbod waaronder de supermarkt, om zo voldoende trekkracht voor De Drieslag te behouden. Vanwege de korte afstand tegen De Drieslag worden de voorzieningen idealiter op termijn geclusterd, zodat een sterker winkelgebied ontstaat. Daar is nu echter geen aanleiding toe. Mocht vanuit marktwerking blijken dat het winkelgebied geen toekomstperspectief heeft (ontbreken supermarkt), dan wordt nadere clustering met De Drieslag onderzocht.



## 3.4.7 Schuytgraaf/Elderveld

*De winkelgebieden in Schuytgraaf/Elderveld zijn: Schuytgraaf en Elderhof.*

Schuytgraaf en Elderhof zijn beide goedlopende winkelgebieden die elk een gehele wijk voorzien vanuit een centrale ligging. Hierdoor trekken ze voldoende bezoekers. De komst van het winkelgebied Schuytgraaf heeft geleid tot enige mate van concurrentie voor Elderhof. Daarentegen heeft dit ook een behoorlijke inwonerssprong met zich meegebracht dankzij de ontwikkeling van de gelijknamige wijk.

| Wat typeert dit gebied? | Welke strategie hanteren we? |
|---|---|
| **Schuytgraaf** | |
| Schuytgraaf is in 2017 geopend en is een relatief groot wijkcentrum in de nieuwe gelijknamige wijk. Het centrum trekt naast inwoners uit Schuytgraaf zelf ook inwoners uit nabijgelegen wijken. Het winkelgebied heeft gezien haar omvang, aanbod en belangrijke functie in de hoofdstructuur detailhandel een typering als wijkcentrum-plus. Het gebied functioneert (economisch) erg goed en de functiemix is breed, waardoor het inspeelt op meerdere bezoekmotieven. Ook is er een hoge mate van maatschappelijke voorzieningen aanwezig. Punt van aandacht is de hoge mate van verstening en overlast van jongeren die het winkelgebied als racebaan gebruiken. Ook neemt de filialiseringsgraad van het centrum de laatste jaren toe met als gevolg een beperkter aantal lokale winkeliers die juist 'kleur' kunnen geven aan het centrum. | De strategie voor winkelgebied Schuytgraaf bestaat uit versterken en vernieuwen. Door de overlast van fietsers en scooters (met name door jongeren) tegen te gaan, **versterken** we de veiligheid door de inrichting van het gebied en handhaving. Verder houden we vast aan de goed functionerende mix in het gebied. We **vernieuwen** het zeer versteende winkelgebied door meer groene elementen toe te voegen. Momenteel werken we aan een plan voor aanpassing van de fysieke toegankelijkheid en vergroening. Daarnaast liggen er kansen voor Schuytgraaf om zich te onderscheiden door te focussen op lokale behoeften en een community-gericht aanbod. Samenwerking met lokale ondernemers en het inspelen op duurzaamheidstrends is hierbij van belang. |
| **Elderhof** | |
| Elderhof is een goed functionerend wijkcentrum. De sfeer en uitstraling zijn voldoende en er is een juiste mix van winkels en voorzieningen aanwezig. Daarentegen kampt het gebied met overlast en staat de leefbaarheid onder druk. Er is een projectaanpak geweest in het kader van de wijkveiligheid, mede vanwege meerdere delicten (zoals het plaatsen van explosieven en brandstichting) in het winkelcentrum. | De strategie van Elderhof richt zich met name op het thema **versterken.** Evenals in Schuytgraaf is hier ook het tegengaan van de fiets- en scooteroverlast een belangrijk thema. De veiligheid en basis op orde is hier belangrijk. We onderzoeken of het mogelijk is om meer handhaving (voorheen uitgevoerd door een vrijwilliger) in te zetten vanuit het ondernemersfonds. In de structuur ligt er een kans om het nabijgelegen cluster van maatschappelijke voorzieningen te integreren/beter te verbinden met het winkelcentrum. |



### 3.4.8 Rijkerswoerd, Vredenburg en Kronenburg

*De winkelgebieden in Rijkerswoerd, Vredenburg en Kronenburg zijn: Kronenburg, Rijkerswoerd en Groningensingel.*

Kronenburg is het grootste winkelgebied van Arnhem-Zuid en heeft een stadsdeelverzorgende functie. Vanuit heel Arnhem-Zuid komen mensen er recreatief winkelen en uit een groot gebied komen mensen boodschappen doen, in het bijzonder vanwege de grote omvang van de supermarkten. De aanwezigheid van Kronenburg leidt tot concurrentie voor andere kleinere winkelgebieden. Rijkerswoerd ligt centraal in de gelijknamige wijk met een hoog aantal inwoners. De afstand van ongeveer 2,5 kilometer tot Kronenburg en het dagelijkse karakter maken dat Rijkerswoerd een goed functionerend centrum is. De Groningensingel is een klein functioneel winkelgebied. De afstand tot Kronenburg is gering, slechts één kilometer. Het dagelijkse aanbod, zoals de supermarkt en bakker, maakt dat dit winkelgebied naar behoren functioneert dankzij de bezoekers uit Vredenburg en Holthuizen.



| Wat typeert dit gebied? | Welke strategie hanteren we? |
|---|---|
| **Kronenburg (Full Service Center)** | |
| Kronenburg is het grootste winkelgebied van Arnhem-Zuid en heeft een stadsdeelverzorgende functie. Het winkelgebied functioneert als het centrum van Arnhem-Zuid met een grote diversiteit aan winkels, horeca, diensten en andere voorzieningen. Het winkelcentrum heeft jarenlang een sterk profiel gehad op retail met een groot aantal winkelformules, inspelend op een brede regio. Hoewel het centrumconsumenten uit de regio trekt, ligt het hoofdaccent op Arnhem-Zuid. | Het winkelcentrum ondergaat een grote transformatie naar Full Service Center (door huidige eigenaar Wereldhave), waarbij begin 2025 de eerste nieuwe entree is gerealiseerd. Daarbij speelt het in op de dagelijkse behoefte van de inwoners. Onderdeel van deze transformatie is een grondige herontwikkeling, upgrade en programmatische verbreding van functies met meer horeca, leisure en maatschappelijke voorzieningen (zoals zorg). Het foodcluster wordt versterkt met een derde (grote) supermarkt. Door het toevoegen van woningen tegen en rondom het winkelcentrum in combinatie met de vergroening en nieuwe entrees wordt de geïsoleerde uitstraling sterk verbeterd. Kronenburg leent zich door de omvang en functie als plek voor grootschalige detailhandelsvestigingen (GDV). |
| **Rijkerswoerd** | |
| Rijkerswoerd is een gevarieerd centrum met een juiste mix van supermarkten, diensten en voorzieningen. Het gebied heeft een nette uniforme uitstraling. Het winkelgebied ligt midden in de gelijknamige wijk en ondervindt weinig concurrentie. Kronenburg ligt op ruim twee kilometer afstand. Het winkelgebied is een grotendeels overdekt met een in zichzelf gekeerd voetgangersgebied. | Toekomststrategie voor dit gebied is het vasthouden aan de huidige invulling en de lopende initiatieven verder voort te zetten om het gebied te **vernieuwen**. Het middengebied is vernieuwd en vergroend. Daarnaast is er een initiatief om een Michi Noeki (wijkontmoetingsplek) te realiseren, waarvoor nog een locatie moet worden gevonden. Rijkerswoerd kan daarmee gezien worden als een voorbeeld voor andere winkelgebieden voor het vergroten van de ontmoetingsfunctie en het verbeteren van de verblijfskwaliteit. |
| **Groningensingel** | |
| Een klein functioneel winkelgebied bestaande uit een supermarkt, bakker en wat eetgelegenheden. Voorziet puur in de dagelijkse behoefte. Het functionele karakter van het winkelgebied is terug te zien in de uitstraling met enigszins vervallen gevels en hoge mate van verstening. Planologische mogelijkheden staan optoppen en intensiveren toe. | Vasthouden aan het bestaande aanbod en aanvullend daarop **vernieuwen**. De uitstraling van de plint kan beter. |



### 3.4.9 De Laar/Elden

*De winkelgebieden in De Laar/Elden zijn: Oostburgwal en Kroonsewal.*

Oostburgwal en de Kroonse Wal zijn twee buurtverzorgende winkelcentra in De Laar. De winkelgebieden liggen op circa vijfhonderd meter afstand van elkaar en zijn verbonden via een direct fietspad. Tussen de winkelgebieden in bevinden zich enkele maatschappelijke voorzieningen zoals een huisarts en apotheek. De winkelgebieden voorzien gezamenlijk De Laar in haar behoefte. Kroonse Wal voorziet voornamelijk bewoners uit het westelijke deel van de wijk en Oostburgwal, zoals de naam doet vermoeden, voorziet het oostelijke deel van de wijk.
Elden de Brink is centraal gelegen in het voormalige dorp Elden. Dit gebied kent met name veel concurrentie vanuit Kronenburg en functioneert niet langer echt als detailhandelsgebied.

| Wat typeert dit gebied? | Welke strategie hanteren we? |
|---|---|
| **Oostburgwal** | |
| Oostburgwal is de grotere van de twee winkelgebieden in De Laar. Er is geen leegstand en het gebied kent een hoge diversiteit in het aanbod. De supermarkt is de grote trekker in het gebied en heeft een toekomstbestendige omvang. Het gebied ziet er verzorgd uit met strakke plinten rondom een centraal plein. Minpunt is dat het centrale plein erg versteend is en momenteel dient als fietsenstalling. Daarnaast is er veel overlast van fatbikes en scooters in het voetgangersgebied. Er is dusdanig veel overlast dat het een onderwerp is geweest in de projectaanpak wijkveiligheid. | De strategie voor Oostburgwal bestaat uit versterken en vernieuwen. **Versterken** omvat hier het tegengaan van overlast van fietsers en scooters in het gebied. Het ontmoedigen van doorgaand verkeer uit het winkelgebied is een uitdaging, aangezien het vanuit vier kanten bereikbaar is. Lopende initiatieven (zoals plaatsing van plantenbakken) om overlast van scooters en fatbikes te verminderen zetten we voort. Daarnaast liggen er kansen en uitdagingen om het gebied te **vernieuwen** door het creëren van ontmoetingsmogelijkheden en het vergroenen van het gebied. We werken momenteel aan een plan hiervoor. Het creëren van deze elementen moet op een wijze worden gedaan dat het ook de overlast van tweewielers tegengaat. Daarnaast houden we vast aan de goede mix van functies. |
| **Kroonse Wal** | |
| Kroonse Wal is een klein functioneel winkelcentrum gelegen tussen Schuytgraaf en Oostburgwal in. Het winkelgebied voorziet in de dagelijkse voorzieningen zoals een supermarkt, drogist en cafetaria. Het aanbod is gering maar het gebied functioneert, zo is er bijvoorbeeld geen leegstand. Het gebied is zeer versteend en de plint is vervallen, qua sfeer en uitstraling is er nog een verbeterslag te maken. | De strategie voor Kroonse Wal bestaat voornamelijk uit het kernprincipe **vernieuwen**. De basis, zoals de vervallen uitstraling aanpakken, zijn de belangrijkste stappen. Zo is bijvoorbeeld ook het pand technisch niet up to date. Een gesprek tussen de pandeigenaar en huurder kan een eerste oplossingsrichting bieden. Op middellange termijn verkennen we een mogelijke verplaatsing naar winkelcentrum Oostburgwal, in combinatie met clustering van maatschappelijke functies. Het initiatief hiervoor ligt voorlopig bij de markt. |
| **Elden de Brink** | |
| Elden de Brink is het winkelgebied in het voormalige dorp Elden. Doordat Elden omringd is met Arnhemse wijken is de concurrentiedruk groot. Zo ligt Kronenburg op vijf minuten fietsen. Het aanbod is teruggelopen en er is momenteel nog slechts één echte winkel over. Hierdoor functioneert het gebied slechts beperkt als winkelgebied. Vanwege het bijzondere karakter van het voormalige dorp is de locatie nog niet formeel geschrapt uit de hoofdstructuur detailhandel. | De focus ligt op **versterken** wat aanbod betreft. Daarbij is het op zoek gaan naar een goede invulling van het gebied, zoals wijkverzorgde economie. De locatie, vol groene elementen en gelegen rondom een centraal plein, biedt perspectief voor nieuwe (economische) invullingen zoals horeca. Door de dubbelbestemming ‘Ons Huis’ (horeca/wonen) eraf te halen met alleen horeca in de plint en erboven wonen, wordt deze ruimte beschikbaar gehouden. Dit sluit aan bij het gemeentelijk beleid. In de toekomstvisie De Brink Elden van dorpsplatform Elden zijn kansen verkend voor herinrichting van het gebied waarbij ontmoeting centraal staat, horeca ruimte krijgt en lokale winkels kans hebben op succes. |




# 4.Actielijnen

# Versterken, verbreden en vernieuwen

In dit hoofdstuk worden de actielijnen gepresenteerd die horen bij de drie pijlers versterken, verbreden en vernieuwen. Waar relevant wordt benoemd welke actielijnen horen bij welke specifieke (winkel)gebieden. Voor meer gedetailleerde informatie worden in bijlage 1 de winkelgebieden uitgebreider toegelicht.

## Rol van de gemeente

We willen als gemeente op verschillende manieren invulling geven aan uitvoering van het detailhandelsbeleid;

1. We sturen op een sterke hoofdstructuur detailhandel: dit vraagt om een planologische vertaling van dit detailhandelsbeleid in het Omgevingsplan. Initiatieven die afwijken van het geldende planologisch kader beoordelen we op basis van dit detailhandelsbeleid.
2. We geven ruimte aan initiatieven die de hoofdstructuur detailhandel vernieuwen en versterken. Dat doen we door investeerders aan te sporen om plannen te concretiseren. Graag sluiten wij aan bij ideeën die vanuit de stad komen, waar draagvlak voor is en waar energie achter zit.
3. We blijven vanuit de wijkaanpak initiatieven ondersteunen en ontplooien om verbeteringen aan te brengen in de openbare ruimte, zoals het aanbrengen van extra groen. Hiermee verbeteren we de leefbaarheid en maken we het voor marktpartijen aantrekkelijker om te investeren in hun vastgoed.
4. In uitzonderlijke gevallen kunnen we verdergaande initiatieven nemen als de markt het zelf niet oppakt en/of als er een grote maatschappelijke opgave ligt, zoals bij de Drieslag het geval is. Dit kunnen we bijvoorbeeld doen via actief grondbeleid, volgens de uitgangspunten van de Nota Grondbeleid Arnhem 2023.

De speciale stimuleringsregeling die we in het leven roepen (uitgewerkt in een apart actieplan) kan helpen bij het aanjagen van initiatieven vanuit de drie actielijnen.

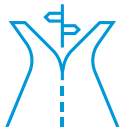


## 4.1 Versterken

| | Wat speelt er? | Wat gaan we doen? |
|---|---|---|
| **Concentratie in hoofdstructuur**  | De detailhandel is het meest toekomstbestendig wanneer zij onderdeel vormt van een groter gebied met winkels en andere voorzieningen. We zetten daarom in op concentratie in de hoofdstructuur. Voor gebieden die buiten de hoofdstructuur vallen werken we aan geleidelijke afbouw van detailhandel. Binnen de hoofdstructuur maken we duidelijke keuzes in welke vormen van detailhandel we waar willen hebben. | • We vertalen de hoofdstructuur en bijbehorende planologische bepalingen in het dynamische Omgevingsplan.<br>• We werken mee aan initiatieven om verspreide bewinkeling en solitair gelegen supermarkten te concentreren in de hoofdstructuur.<br>• We werken met een uitsterfconstructie voor verspreide bewinkeling. Bij het stoppen van een winkel of verplaatsing naar de hoofdstructuur verwijderen we de detailhandelsactiviteit bij wijziging van het Omgevingsplan. De Omgevingswet biedt deze mogelijkheden, daarom stellen wij voor dit periodiek te monitoren en uit te voeren.<br>• We gaan onbenutte plancapaciteit voor locaties buiten de hoofdstructuur in het nieuwe Omgevingsplan verwijderen, zoals is afgesproken in het Regionaal Programma Werklocaties (RPW) 2021-2024 en RPW 2025-2028. Het gaat hierbij om onbenutte rechten voor detailhandel, inclusief ABC, PDV en GDV (zie ruimtelijk kader in hoofdstuk 5). We creëren voorzienbaarheid om nadeelcompensatie te voorkomen. Waar nodig zetten we in op schadebeperkend handelen door bijvoorbeeld creatieve bedrijvigheid, maatschappelijke functies en wonen toe te voegen in de bestemming.<br>• We gaan planologische mogelijkheden voor supermarkten nader inkaderen aan de hand van de uitgangspunten in het ruimtelijk kader in hoofdstuk 5. |
| **Basis op orde: schoon, heel en veilig**  | Een aantal van de winkelgebieden kampt met problematiek rondom overlast, onderhoud van de openbare ruimte en situaties waarin de veiligheid onder druk staat (geweld, hangjongeren, zwerveroverlast). Dit speelt bijvoorbeeld bij de Hommelseweg/ Hommelsestraat en de Steenstraat. In Schuytgraaf en Elderhof is meer overlast vanwege jongeren op scooters en e-bikes die de winkelgebieden gebruiken als racebaan. | • We handhaven schoon, heel en veilig in de winkelgebieden, waarbij we gericht knelpunten aanpakken en structureel inzet plegen om het beheer op orde te houden. We doen dit samen met lokale betrokkenen. Dit is in lijn met het aangenomen amendement 'Aanpak voor vitale en leefbare wijkwinkelcentra' (13 november 2024). Wel constateren we dat het kwaliteitsniveau van het onderhoud van de openbare ruimte regelmatig onder druk staat, waardoor de beschikbaarheid van budget bepalend is voor hoe schoon, heel en veilig de winkelgebieden kunnen zijn.<br>• We gaan breder communiceren over de 25-metersregel uit het landelijke activiteitenbesluit, die inhoudt dat ondernemers verplicht zijn om zwerfafval op te ruimen in een straal van 25 meter rondom hun bedrijf.<br>• We voeren periodiek winkelgebiedenscans uit om te monitoren hoe winkelgebieden er op het vlak van schoon, heel en veilig voor staan. Dit geeft input voor de uitvoering.<br>• We constateren dat in veel gebieden de (sociale) veiligheid onder druk staat en dit vraagt idealiter om meer capaciteit van handhaving en politie. We beseffen ons dat de capaciteit niet automatisch voorhanden is.<br>• We zetten in op proactieve maatregelen door alternatieven voor hangplekken, inrichting van het winkelgebied en sociaal-maatschappelijke initiatieven. |

CONCEPT

**Bereikbaarheid en toegankelijkheid op peil houden**



## Wat speelt er?

De bereikbaarheid is voor winkelgebieden een belangrijke factor, zowel per voet, fiets, ov en auto. Slecht bereikbare locaties trekken weinig publiek en verliezen daarmee een deel van de omzet. Goed bereikbare locaties zijn onderdeel van het daily urban system van consumenten en zijn vitaler. Het type bereikbaarheid dient goed afgestemd te worden op de functie van de specifieke winkelgebieden in de hoofdstructuur. Iedere Arnhemmer moet dagelijkse voorzieningen op loop- en fietsafstand hebben. Binnen de winkelgebieden moeten deze ook fysiek toegankelijk zijn voor iedereen.

## Wat gaan we doen?

- We zetten naast het auto-bereikbaar houden van de winkelgebieden in op betere bereikbaarheid per fiets, voet en ov. Dit sluit aan bij het basisprincipe van het Duurzame Mobiliteitsplan. Zo dragen we meteen bij aan het stimuleren van een gezonde leefstijl en het verminderen van de parkeerdruk.
- We investeren in het beter fysiek toegankelijk maken van winkelgebieden voor de voetganger. Er zijn regelmatig hindernissen op trottoirs, geparkeerde auto's en looproutes worden onderbroken door infrastructuur. Dit vraagt om gerichter toezicht en bij (geplande) ingrepen in de openbare ruimte houden we hier zoveel als mogelijk rekening mee. We werken daarnaast aan het fysiek toegankelijk maken van 24 hoofdlooproutes langs veel gebruikte voorzieningen in de wijk.
- We zijn bij de herinrichting van winkelgebieden en de inzet op bereikbaarheid oor fietsers scherp op potentiële negatieve gevolgen. Zo zorgen doorstroommogelijkheden ervoor dat scooters en e-bikes door de winkelgebieden razen met overlast en onveilige situaties als gevolg.
- We willen dat winkelgebieden voor iedereen toegankelijk zijn. We houden hier rekening mee met de inrichting van gebieden door de eisen uit de 'Arnhemse Standaard Toegankelijkheid' toe te passen (denk hierbij bijvoorbeeld aan rolstoelvriendelijkheid).
- We zetten bij aanwezigheid van openbare voorzieningen, zoals een toilet en lift, in op rolstoeltoegankelijkheid en duidelijke bewegwijzering.
- We streven naar meer deelmobiliteit. De winkelgebieden vormen een voor de hand liggende locatie voor de realisatie van hubs voor vormen van deelmobiliteit, omdat het herkenbare plekken zijn in de wijk waar veel mensen komen. Het aanbieden van deelmobiliteit kan aantrekkelijk zijn voor bezoekers om hun gekochte spullen te vervoeren. Bij de uitvoering van het beleid voor deelmobiliteit worden de winkelgebieden meegenomen, waarbij er rekening wordt gehouden met de toenemende druk op de openbare ruimte in deze gebieden.

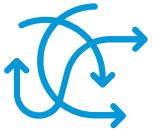
| | Wat speelt er? | Wat gaan we doen? |
|---|---|---|
| **Parkeren**  | Autoparkeren staat in diverse winkelgebieden op gespannen voet met de verdichtingsopgave, het beleid om meer ruimte te geven aan de fietser en voetganger én de wens om de verblijfskwaliteit te vergroten. In steeds meer gebieden in de stad zal in de toekomst betaald parkeren worden ingevoerd. Tegelijkertijd zijn de garages en parkeerterreinen op piekmomenten nu soms al vol. We zien de auto als belangrijk vervoersmiddel en moeten tegelijkertijd keuzes maken. Parkeren op maaiveld kost veel ruimte en heeft veel impact op het verblijfsklimaat. Voor fietsparkeren zien we een sterke toename in gebruik in vrijwel alle winkelgebieden. Los van de binnenstad zetten we nergens in op toevoegen van autoparkeergelegenheden. We zoeken de oplossing is andere vormen van mobiliteit zoals lopen en fietsen. | • We zetten voor de binnenstad in op het beter benutten van de bestaande parkeervoorzieningen, zoals bij het provinciehuis en de Blauwe Golven. Het uitgangspunt is een verdeling van goede bronpunten per auto rondom de binnenstad en stadsrandhubs buiten de binnenstad. We zetten in de binnenstad in op hogere kwaliteit en onderscheidend vermogen. Uit onderzoek blijkt dat vooral de aantrekkelijkheid van het aanbod aan voorzieningen en de kwaliteit van het winkelaanbod in een winkelgebied bepalend is of bezoekers een binnenstad bezoeken. Wat betreft parkeren is vervolgens vooral de beschikbaarheid van parkeerplaatsen belangrijk en maar zeer beperkt de prijs van het parkeren. We willen de mogelijkheden onderzoeken van een nieuwe parkeergarage aan de rand van de binnenstad om daarmee (een deel van) de parkeerplaatsen te vervangen die we op het maaiveld weghalen. Die ruimte zetten we in voor fietsparkeren, voetgangers, groen en ruimte om te verblijven. Verder realiseren we stadsrandhubs zodat er ook alternatieve vervoerswijzen beschikbaar zijn. Dit sluit aan bij het Duurzame Mobiliteitsplan.<br>• In de stadsdeel-, wijk- en buurtcentra is gratis kort-parkeren essentieel voor het vitaal houden van de centra. We zetten vanuit het detailhandelsbeleid in deze centra daarom minimaal in op het eerste uur gratis parkeren, binnen de kaders van het Duurzame mobiliteitsplan en als onderdeel van het Parkeerbeleid. Zo kunnen bezoekers die genoodzaakt zijn met de auto te komen in hun behoeften worden voorzien. Dit is bovendien van groot belang voor combinatie- en supermarktbezoek en daarmee de levensvatbaarheid van (ondernemingen in) winkelgebieden. Door gereguleerd parkeren wordt lang parkeren in de winkelgebieden tegengegaan.<br>• We investeren in fietsparkeergelegenheden om de toename van fietsgebruik te faciliteren. |
| **Organisatiegraad van ondernemers verhogen**  | Organisatiegraad is een belangrijke basis om verbeteringen aan te brengen in het winkelgebied. Zo worden wensen en ideeën van lokaal betrokkenen goed meegenomen en kunnen lokale initiatieven worden ontplooid. Veel van de winkelgebieden, vooral de wijk- en buurtcentra, hebben een lage organisatiegraad. Er wordt onvoldoende samengewerkt aan gemeenschappelijke doelstellingen. | • We gaan per winkelgebied op zoek naar een passende vorm om het organisatievermogen te versterken, met uitzondering van de gebieden die al goed zijn georganiseerd (zoals de binnenstad). De insteek is dat er voldoende energie en bereidheid moet zijn tot samenwerking. We zetten hier gerichte ondersteuning op om de mogelijkheden samen met ondernemers te verkennen. Afhankelijk van de grootte van het winkelgebied, de huidige organisatiegraad en wensen van de ondernemers kunnen verschillende aanvliegroutes het succesvolste zijn. Een eerste stap is om de aanwezige ondernemers aan tafel te krijgen om gezamenlijke doelen, kansen en opgaven te identificeren. De vitaliteitsscan per gebied biedt aanknopingspunten. Het realiseren van een structurele vorm van samenwerking kan op verschillende manieren zoals een BIZ, fonds of stichting. Het creëren van meer bekendheid met de Stichting Ondernemersfonds Arnhem (SOFA) kan er eveneens aan bijdragen. Hierbij is ook oog voor toegankelijk |

| | | |
|---|---|---|
| | | ondernemen via een toegankelijkheidsfonds met subsidies voor ondernemers die hun winkel fysiek én online toegankelijk willen maken voor inwoners en bezoekers met een beperking. |
| | **Wat speelt er?** | **Wat gaan we doen?** |
| **Functiemix in balans**  | We zien verschillende aandachtspunten. Ten eerste ontstaat in diverse winkelstraten en -gebieden een overconcentratie aan dienstverlenende functies en functies met een laagwaardige uitstraling. Dit draagt niet bij aan het gewenste straatbeeld en een aantrekkelijke beleving. Soms hangt dit samen met ondermijningsproblematiek. Ten tweede vinden we een gezonde leefomgeving van belang voor het welzijn van onze inwoners. Dit vraagt om een gezond voedselaanbod: stimuleren van gezonde opties en voorkomen van een overmaat aan ongezonde opties, in het bijzonder in wijken met een overconcentratie aan fastfoodaanbieders. | • We verkennen, waar relevant, in hoeverre we de BIBOB-procedure naast horeca ook in kunnen zetten voor dienstverlenende activiteiten om een gezonde functiemix te realiseren. We volgen landelijke ontwikkelingen hieromtrent. Ook onderzoeken we dit thema in het kader van wijkveiligheid (ondermijning).<br>• We gaan op plekken met een overconcentratie inzetten op beperking in aantallen of uitsluiten van bepaalde functies, waar wet- en regelgeving dit toestaat.<br>• We gaan binnen het horecabeleid kijken naar nadere definiëring van horecacategorieën en locaties van diverse typen horeca. Zo kijken we bijvoorbeeld welk type horeca welke plek nodig heeft en waar horeca op ongewenste plekken strakker kan worden gereguleerd.<br>• We volgen landelijke ontwikkelingen (zoals aanpassing van wetgeving) om meer te sturen op een gezonde leefomgeving in zowel winkelaanbod als horeca-aanbieders. We zetten daarbij vooral in op het voorkomen van overaanbod aan ongezonde voedselopties en aan het bieden van voldoende alternatieven voor gezonde voedselopties. We onderzoeken de mogelijkheden daarvoor en trekken daarbij samen op met andere gemeenten binnen de Citydeal ‘Gezonde en duurzame voedselomgeving’. Dit past bij de ambities van ‘Arnhemse Kost: een visie op (stads)landbouw en voedsel 2025-2035’, waarin we inzetten op het creëren van een duurzame en gezonde voedselomgeving voor iedere Arnhemmer. |

## 4.2 Verbreden

| | Wat speelt er? | Wat gaan we doen? |
|---|---|---|
| **Optoppen/toevoegen woningbouw**  | Arnhem groeit en voegt de komende jaren veel nieuwe woningen toe om de bevolkingsgroei op te vangen. Door de beperkte ruimte kiest de stad steeds vaker voor verdichting op bestaande locaties. Dit biedt kansen voor winkelgebieden: ook hier liggen mogelijkheden voor verdichting met woningbouw. Naast een kwaliteitsimpuls van het gebied zorgt dit voor een impuls in bestedingen. De verdichting biedt kansen om de rol/functie van de winkelgebieden te verbreden tot hart van de wijk. | • We starten met een op-top-tien aanpak waarin we tien projecten oppakken met marktpartijen om woningen bovenop of in de nabijheid van winkels te realiseren. We bekijken dit in samenhang met bebouwing van het maaiveld, denk bijvoorbeeld aan parkeervelden. Door deze inpandig terug te bouwen, kunnen we meer woningen bouwen en tegelijkertijd de verblijfskwaliteit van de openbare ruimte vergroten. Daarbij is het van belang om ook inpandig ruimte te creëren voor collectieve energievoorzieningen en andere voorzieningen (zoals afvalinzameling). Dit wordt vertaald in de visie Binnenstedelijk Bouwen.<br>• We zetten in op een verleidende aanpak om realisatie van wonen-boven-winkels te versnellen in bestaande bebouwing. Denk aan leegstaande verdiepingen of verdiepingen die inefficiënt benut worden als opslag. We bekijken waar we beleidsmatig belemmerende regelgeving (zoals parkeerbeleid, wooneisen, fietsen) kunnen versoepelen. Ook zetten we in op integrale herontwikkeling op bouwblok-niveau zodat we de winkelplint vaker kunnen ontzien bij het realiseren van een opgang. Vanwege versnipperd eigendom vraagt dit nauwe samenwerking. |
| **Stimuleren wijkeconomie**  | We maken een duidelijke keuze voor concentratie van detailhandel in de hoofdstructuur. Voor buurtsteunpunten (solitaire winkelstrips) daarbuiten zetten we in op wijkeconomie. Naast reguliere functies, zoals dienstverlening, willen we actief inzetten op werkfuncties en de kansen die ontstaan door de transitie naar de circulaire economie. Denk hierbij aan ambachten, reparatie en werkateliers. | • We zetten in op wijkeconomie (zoals hiernaast genoemd) op locaties als Honigkamp, Middachtensingel, Volkerakstraat, Valckenierstraat, Wichard van Pontlaan en Elden de Brink. Deze plekken lenen zich voor een ontmoetingsfunctie in de wijk met extra zitgelegenheid in de openbare ruimte, vergroening en verbetering van de aantrekkelijkheid van de leefomgeving. |

| | Wat speelt er? | Wat gaan we doen? |
|---|---|---|
| **Meervoudig ruimtegebruik** | Winkelgebieden zijn bij uitstek de locaties om een breed palet aan functies te combineren, omdat er veel kwaliteiten aanwezig zijn (bereikbaarheid, imago, bezoekers). Arnhem heeft groeiambities en de ruimte is schaars, dus meervoudig ruimtegebruik biedt kansen om naast wonen ook voldoende banen en voorzieningen te realiseren. Door functies zoals wonen, werken en recreëren slim te combineren op dezelfde locatie, wordt de beschikbare ruimte optimaler benut. Dit draagt bij aan levendige stedelijke gebieden waar verschillende functies elkaar versterken. Dit heeft een positieve impact op de winkelgebieden: extra bezoekredenen toegevoegd, nieuwe doelgroepen en meer combinatiebezoeken. | • We gaan in het omgevingsplan een breder profiel aan economische functies in de plint mogelijk maken in de winkelgebieden, zodat ook werkfuncties, maatschappelijke voorzieningen, sport en culturele voorzieningen mogelijk zijn. In de binnenstad is bijvoorbeeld overcapaciteit van detailhandel op bepaalde plekken teruggedrongen door een uitsterfconstructie op te nemen en tegelijkertijd ruimte te bieden voor andersoortige functies in de plint (waaronder wonen).<br>• We gaan de planologische mogelijkheden voor ruimtegebruik op verdieping(en) verbreden met werkfuncties en sportvoorzieningen.<br>• Bij nieuwe gebiedsontwikkelingen voor winkelgebieden, zoals het Rijnpark, De Drieslag en Kronenburg, zetten we in op meervoudig ruimtegebruik en combinatie van functies. Daarbij is uitgangspunt dat collectieve energievoorzieningen en andere voorzieningen inpandig worden gerealiseerd.<br>• We hebben een positieve grondhouding bij vernieuwende initiatieven die meervoudig ruimtegebruik omvatten. |
| **Verplaatsen van lichte functies op bedrijventerreinen naar winkelgebieden** | In Arnhem zijn op de bedrijventerreinen volop functies met een lichte milieucategorie aanwezig (zoals kleine ambachtelijke bedrijven, sportscholen, dienstverleners, kleine kantoren). Deze functies passen uitstekend in de winkelgebieden. De ruimte op bedrijventerreinen is schaars en de vraag naar geschikte locaties voor bedrijven is groot. Door winkelfuncties van bedrijventerreinen naar de binnenstad, stadsdeel- en wijkcentra te verplaatsen, ontstaat er dubbel voordeel. Enerzijds komt er ruimte vrij op bedrijventerreinen voor bedrijven die er echt thuishoren en anderzijds worden winkelgebieden verlevendigd en wordt leegstand ingevuld. | • We gaan inzetten op het verminderen van specifieke milieucategorie 1 en 2 bedrijven (en ongewenste vormen van detailhandel, zie hoofdstuk 5) op sommige bedrijventerreinen. Door deze bedrijven op bedrijventerreinen waar mogelijk uit te sluiten in het Omgevingsplan, worden winkelgebieden aantrekkelijkere alternatieven. Het transformatieplan Spoorzone Arnhem-Oost moet helpen om verhuisbewegingen van de bestaande bedrijventerreinen naar winkelgebieden te stimuleren.<br>• We gaan binnen toekomstige gebiedsontwikkelingen binnen of bij winkelgebieden voldoende ruimte reserveren voor lichte, mengbare functies die we op de bedrijventerreinen uitsluiten.<br>• We gaan wanneer de planologische kaders op orde zijn inzetten op kwartiermaker(s) die aan de slag gaat/gaan met prioritaire gebieden. Daarbij kunnen via matchmaking tussen ondernemers en vastgoedeigenaren initiatieven worden gekoppeld.<br>• We kijken waar nadere inzet nodig is op betaalbaarheid voor functies waarvoor de huurprijzen in winkelgebieden te hoog zijn. Daarbij is wel de verwachting dat huurprijzen op bedrijventerreinen gaan stijgen vanwege krapte. |

| | Wat speelt er? | Wat gaan we doen? |
|---|---|---|
| **Inpassen maatschappelijke functies in winkelgebieden**  | We willen dat winkelgebieden nog meer inspelen op een maatschappelijke functie voor de wijk. Het inpassen van maatschappelijke functies (zoals gezondheid, welzijn) in winkelgebieden op één locatie leidt tot een win-winsituatie. Voor de consumenten is het prettig dat alles op één plek zit en voor de ondernemers is het prettig dat er meer traffic is. We zien ook een belangrijke maatschappelijke opgave om winkelgebieden meer te laten fungeren als 'hart van de wijk' en plek voor kwetsbare doelgroepen. | • We willen ontmoetingsmogelijkheden aanbieden. We zien momenteel dat de combinaties tussen maatschappelijke voorzieningen en detailhandel in Arnhem wordt onderbenut. Bij De Drieslag en Elderhof ligt een cluster aan maatschappelijke voorzieningen net buiten het bereik van het winkelgebied. Als er zich (markt)kansen voordoen, dan zetten we in op het verhuizen van maatschappelijke functies naar of direct bij een winkelgebied. Nieuwe initiatieven voor (clusters van) maatschappelijke functies concentreren we zoveel mogelijk in of direct bij het winkelgebied.<br>• We proberen looproutes en zichtlijnen tussen de maatschappelijke functies en de winkelgebieden te verbeteren, waardoor deze meer als een eenheid functioneren.<br>• We gaan verkennen hoe de MFC's (Multifunctioneel Centrum) breder ingezet kunnen worden, bijvoorbeeld als openbare plek om bijvoorbeeld koffie te drinken of een krant te lezen. Waar mogelijk wordt er een relatie gelegd tussen de MFC's en de nabijgelegen winkelgebieden. Het Integraal Accommodatiebeleid vormt hiervoor het beleid. |

## 4.3 Vernieuwen

| | Wat speelt er? | Wat gaan we doen? |
|---|---|---|
| **Innovatie en vernieuwende (winkel)concepten**  | Bestaande winkels moeten vernieuwen om relevant te blijven. Denk aan meer winkelbeleving, betere aansluiting bij doelgroepen, meer focus op service en een sterke omnichannelstrategie (fysieke winkels die ook online en op andere kanalen actief zijn). Het Arnhemse winkelbestand moet doorontwikkeld worden om leegstand te voorkomen. Dit vraagt om acquisitie van vernieuwende concepten en stimulering van startend ondernemerschap. | • In de binnenstad werken we met een matchmaker. De matchmaker brengt alle stakeholders (o.a. vastgoedeigenaren, gemeenteambtenaren, ondernemersverenigingen) bij elkaar. De aandacht van de matchmaker gaat enerzijds uit naar het aantrekken van ontbrekende ketens, het behouden van sterke essentiële en toekomstbestendige formules als ook interne verplaatsingen van 'kansarme' naar 'kansrijke' plekken. Focus gaat uit naar het kernwinkelgebied, waarbij ook oog is voor cultuur c.q. de creatieve economie. De matchmaker is door contacten met het retailnetwerk vroegtijdig op de hoogte van zaken als looptijden huurcontract en verplaatsingswensen, zodat hij daarop kan anticiperen. |

| | Wat speelt er? | Wat gaan we doen? |
|---|---|---|
| **Vergroenen en verblijfskwaliteit**  | Door meer groen toe te voegen, zoals bomen, planten en groene pleinen, wordt niet alleen de esthetiek verbeterd, maar wordt ook hittestress effectief aangepakt. Daarnaast creëren groenvoorzieningen nieuwe mogelijkheden voor ontmoeting en ontspanning. Denk aan bankjes onder schaduwrijke bomen of speelplekken die omringd zijn door groen en uitnodigen tot sociaal contact. Eindpunt is dat alle winkelgebieden een vergroeningsslag doormaken en uiteindelijk prettigere plekken worden, die bijdragen aan klimaatadaptatie en biodiversiteit in de stad. | • We zetten via verschillende initiatieven in op vergroening, waarbij we ruimte creëren door keuzes te maken welke functies geen of minder plek krijgen in de openbare ruimte. De subsidie Groenblauwe Initiatieven kan worden benut om bijvoorbeeld een versteend terrein, gevel of dak te vergroenen. Voor verschillende wijken zijn er wijkgroenagenda's met duidelijke acties om de wijken aantrekkelijker en groener te maken. De Binnenstad en Kronenburg maken onderdeel uit van een koel netwerk dat wij tot 20230 willen realiseren, waar veel schaduw en koele plekken zijn door bomen. Mogelijk wordt dit netwerk uitgebreid met andere winkelgebieden, omdat winkelgebieden plekken zijn waar veel bewoners komen en lopen. In veel Arnhemse wijken zijn groengroepen (buurtinitiatieven). Daarnaast is er de subsidieregeling Aanjaagfonds om wijken klimaatadaptiever te maken, door bijvoorbeeld een Aanjager in te schakelen op initiatieven nader uit te werken. We bouwen voort op successen, zoals het project radicaal vergroenen waarvan Rijkerswoerd één van de voorbeeldprojecten is.<br>• We willen de komende jaren het aantal green deals (momenteel Gelderse Poort, IJsseloord 1, Nieuwe Haven en Gebedshuizen) uitbreiden met samenwerkende ondernemers en vastgoedpartijen. In green deals maken we afspraken op vier thema's: 1. Integrale energietransitie, 2. Klimaatadaptatie, 3. Mobiliteit & bereikbaarheid en 4. Circulaire Economie. Met de Green Deals willen we in winkelgebieden vergroenen en een impuls van de verblijfskwaliteit realiseren. Dit biedt ook de kans om de organisatiegraad te versterken. Door te investeren in kwaliteit van winkelgebieden verwachten we dat dit ook leidt tot een betere diversiteit van het aanbod door de aantrekkingskracht op ondernemers en toenemende bezoekersaantallen. |
| **Verduurzamen**  | Veel winkelpanden hebben een laag energielabel, terwijl we streven naar duurzame wijk- en buurtcentra. Naast het vergroenen van de openbare ruimte zien we ook graag dat de gebouwen zelf worden aangepakt. Denk aan energiezuinige verlichting, isolatie van gebouwen en het gebruik van hernieuwbare energiebronnen, zoals zonnepanelen. Zo dragen deze centra bij aan het verminderen van de $CO_2$-uitstoot en het verlagen van lasten van ondernemers. | • We nemen het thema verduurzaming mee in de green deals die we willen sluiten met marktpartijen en maken daarbij afspraken over bijvoorbeeld isolatie, zonnepanelen en smart energy hubs.<br>• We houden een mogelijke landelijke verplichting van energielabels voor winkelpanden goed in de gaten en kijken welke aanknopingspunten dit ons biedt om actiever te sturen op verduurzaming.<br>• We gaan landelijke, provinciale en gemeentelijke financiële mogelijkheden en subsidies in beeld brengen en gericht communiceren naar marktpartijen.<br>• We organiseren een stadsbreed gesprek met vastgoedpartijen en ondernemers rondom dit thema om kennis en ervaringen te delen en behoeftes op te halen. Een punt wat de verduurzaming vaak in de weg staat is dat de huurder de energielasten draagt, terwijl eigenaren aan zet zijn te investeren en dus niet profiteren van lagere kosten. We willen graag kijken welke vormen hierin te vinden zijn. |




# 5. Ruimtelijk kader

# Vertaling beleidsuitgangspunten naar het Omgevingsplan

Ruimtelijk detailhandelsbeleid zorgt voor investeringen en dynamiek waar het wenselijk is, en daarmee voor een gezonde en diverse hoofdstructuur detailhandel voor inwoners en bezoekers. Om hier daadwerkelijk op te kunnen sturen en waar nodig te handhaven, is het van belang dat dit detailhandelsbeleid wordt vertaald in het Omgevingsplan. De gemeente Arnhem pakt dit de komende jaren op. In het Omgevingsplan bepalen we waar wel en waar geen detailhandel is toegestaan. Waar mogelijk specificeren we het type detailhandel (zoals supermarkten) dat op een plek is toegestaan, zodat we beter kunnen sturen op het versterken van de hoofdstructuur detailhandel.

In het Detailhandelsbeleid houden we het bruto vloeroppervlak (bvo) aan als meeteenheid (zie bijlage 3: begrippenlijst). Dit sluit aan bij de praktijk van de Arnhemse omgevingsplannen. Bovendien geeft het bvo inzicht in het feitelijke ruimtebeslag van de functie, waarmee het mogelijk is om met de schaarste aan ruimte te sturen op de ruimteverdeling tussen functies. Echter, detailhandelsvestigingen worden door Locatus gemeten in winkel vloeroppervlak (wvo) en in sommige winkelbranches zijn de onderlinge verschillen groot in de verhouding bvo-wvo. We houden daarom de optie open om het equivalent van bvo in wvo te gebruiken als daar goede redenen voor zijn.

### Aanvullende beleidsuitwerkingen op de hoofdstructuur

De hoofdstructuur (hoofdstuk drie) is leidend hoe we sturen op vestiging en concentratie van detailhandel. Initiatieven voor detailhandel zijn hier, binnen de geldende bestemmingsplannen/omgevingsplannen, toegestaan. Voor specifieke vormen van detailhandel stellen we aanvullende beleidsuitwerkingen op, namelijk:

- Ondergeschikte detailhandel en brancheverwaging;
- Nevenassortiment perifere detailhandel en supermarkten;
- Perifere detailhandelsvestigingen;
- Grootschalige detailhandelsvestigingen;
- Auto's, caravans en boten;
- Tankstations;
- Kringloopwinkels;
- Internetverkoop en flitsbezorging;
- Ambulante handel
- Nachtwinkels;
- Supermarkten;
- Ruimte voor circulaire economie.

Het uitgangspunt bij deze beleidsuitwerkingen is dat we bijzondere detailhandel toestaan als deze aanvullend is aan de hoofdstructuur en geen negatieve invloed heeft op de hoofdstructuur.

### Ondergeschikte detailhandel en brancheverwaging

Van oudsher vindt detailhandel plaats als ondergeschikte nevenactiviteit bij andere bedrijfsactiviteiten. De afgelopen jaren is deze brancheverwaging sterker aanwezig tussen detailhandel en andere bedrijfsactiviteiten: vaak met horeca, maar ook steeds meer met bijvoorbeeld dienstverlening en ambachten. We noemen dat functiemenging.

Het uitgangspunt is dat functiemenging binnen de hoofdstructuur gewenst is. Het biedt ondernemers mogelijkheden om te innoveren, beleving toe te voegen in de winkel, nieuwe verdienmodellen te creëren en in te spelen op veranderend consumentengedrag. Huidige bestemmingsplannen/omgevingsplannen staan dit vaak al toe en waar dit niet het geval is

faciliteren we dit. Voor ondergeschikte horeca in een winkel gelden specifieke regels. Het horecabeleid wordt in 2025 geactualiseerd en dan worden deze regels opnieuw bekeken.

Buiten de hoofdstructuur vinden we branchevervaging in de basis ongewenst en stellen we grenzen. Hier zetten we juist in op verminderen van de winkelfunctie. Ondergeschikte detailhandel kan gevestigd zijn op kantoorlocaties en bedrijventerreinen, bij agrarische bedrijven (verkoop van incidentele en/of seizoensmatige producten), in of bij musea, recreatie- en/of attractieparken, bij de logiessector (zoals campings, bungalowparken en hotels), in/bij ziekenhuizen, bij een woning of in/bij buurthuizen, bibliotheken, scholen, kerken en dergelijke in de woonwijken.

De mogelijkheden voor ondergeschikte detailhandel verschillen momenteel per gebied. Bij aanpassing van het Omgevingsplan implementeren we de volgende regels:

- Maximaal 10% van de totale bedrijfsoppervlakte met een maximum van 125 m² bvo mag als ondergeschikte detailhandel worden gebruikt.
- De detailhandel betreft verkoop van door het bedrijf/op het perceel zelfgeproduceerde of bewerkte producten.
- De openingstijden van de ondersteunende activiteit vallen binnen de openingstijden van de hoofdactiviteit en er is geen aparte ingang.
- Er is geen uitstraling als winkel of vergelijkbare verkeersaantrekkende functie.
- Laden en lossen en parkeren wordt geregeld op eigen terrein.

Ondergeschikte detailhandel op trafficlocaties (bijvoorbeeld een treinstation) is mogelijk, mits het assortiment gericht is op de directe behoefte van de reiziger. Hier geldt enkel de grens van 125 m² bvo.

### Nevenassortiment perifere detailhandel en supermarkten

Perifere detailhandelszaken (tuincentra, bouwmarkten, woongerelateerde detailhandel in volumineuze goederen) verkopen steeds vaker recreatieve artikelen die in de basis bedoeld zijn voor verkoop in de binnenstad en andere winkelgebieden in de hoofdstructuur. Bij supermarkten zien we steeds vaker (een groter en wisselend assortiment) non-food artikelen. We willen de diversiteit in winkelgebieden behouden en voldoende economisch bestaansrecht voor lokale winkeliers borgen. We stellen daarom regels om nevenassortiment te beperken. We definiëren nevenassortiment als: branchevreemde artikelen die niet direct gerelateerd zijn aan de primaire producten van de winkel. Voorbeelden zijn een supermarkt die naast voedingsmiddelen ook huishoudelijke apparaten verkoopt of een bouwmarkt die ook speelgoed verkoopt. Het voeren van nevenassortiment is onder voorwaarden mogelijk. Dit houdt in dat maximaal 10% van het bruto vloeroppervlak (bvo) kan worden gebruikt voor verkoop van nevenassortiment, waarbij geldt dat het nevenassortiment past bij het hoofdassortiment. We rekenen daarbij met een maximum van 400 m² bvo. Zonder deze normering dreigt de omvang van het nevenassortiment te groot te worden en daarmee ook de impact op de hoofdstructuur.



### PDV

Perifere Detailhandelsvestigingen (PDV) richten zich op de verkoop van volumineuze goederen. Deze winkels zijn vaak gevestigd op bedrijventerreinen of aan de rand van steden vanwege hun grote ruimtebehoefte en de noodzaak voor goede bereikbaarheid met de auto.

We hanteren een minimale omvang voor PDV van 500 m² bvo. Zo borgen we dat alleen vestigingen met een grotere ruimtebehoefte op PDV-locaties aanwezig zijn. Vestigingen kleiner dan 500 m² bvo kunnen landen in de hoofdstructuur detailhandel, zoals de binnenstad, stadsdeelcentra en wijkcentra. Het hanteren van een minimale omvang voor PDV is essentieel om het ruimtelijk detailhandelsbeleid van Arnhem vorm te geven. We hanteren de volgende argumenten voor het stellen van een minimumgrens:

1. Gemeente Arnhem groeit en we willen voldoende ruimte blijven bieden voor aanbieders van volumineuze goederen. Uit marktruimteonderzoek van Stec Groep blijkt dat er behoefte is aan deze vorm van detailhandel in Arnhem. Deze ruimte willen we blijven faciliteren. Een minimumgrens draagt bij aan het beschikbaar houden van deze ruimte.
2. PDV-locaties zijn specifiek ingericht voor aanbieders van volumineuze goederen vanwege hun (ruimtelijke) locatiekwaliteiten, zoals goede bereikbaarheid, ruimte voor laden en lossen en parkeergelegenheid. Gemeente Arnhem wil dit profiel in stand houden, door dergelijke aanbieders te bundelen op één bestaande locatie in Arnhem-Zuid en één mogelijk te realiseren cluster in Arnhem-Noord. Door een minimumgrens te hanteren blijft het PDV-profiel behouden.
3. De hoofdstructuur detailhandel is ingericht op complementaire typen winkelgebieden met een eigen profiel. PDV-locaties hebben een eigen profiel hierbinnen vanwege de locatiekwaliteiten en branchering en zijn daarmee complementair aan de andere typen winkelgebieden. Door te werken met een minimumgrens voorkomen we dat een PDV-locatie gaat concurreren met andere locaties, zoals de binnenstad en stadsdeelcentra. Bovendien wil de gemeente Arnhem extra leegstand voorkomen in andere winkelgebieden die kan ontstaan wanneer wij reguliere detailhandel of kleinere vestigingen van PDV gaan toestaan op een PDV-locatie.
4. Aanbieders kleiner dan 500 m² bvo passen in de visie van de gemeente Arnhem beter op andere locaties in de stad, zoals de stadsdeelcentra en binnenstad, waar ze invulling geven aan leegstand en bijdragen aan de diversiteit van het winkelaanbod. Binnen deze gebieden zijn voldoende mogelijkheden voor aanbieders kleiner dan 500 m² bvo. We zien dat verschillende (kleinere en grotere) PDV-winkels in de binnenstad zijn gevestigd, bijvoorbeeld met winkelconcepten waarbij de nadruk ligt op de showroomfunctie en het uitzoeken van producten en minder op het direct meenemen van de producten. We vinden deze winkels een waardevolle aanvulling, die bijdragen aan het invullen en voorkomen van leegstand.

Ook sturen we op branchering binnen de PDV en GDV clusters, met als doel overlap met het aanbod in reguliere winkelgebieden te voorkomen en het onderscheid tussen gebieden te versterken. De minimale omvang en sturing op branchering draagt bij aan complementaire en onderscheidende gebiedsprofielen, waarin elk type winkelgebied een eigen rol vervult binnen het bredere detailhandelsaanbod van de stad. Voor de branche wonen (zoals meubelen, woonwarenhuizen, woninginrichting, woningtextiel en woondecoratie) is de Woonboulevard Arnhem de aangewezen locatie. We zetten in op het ontwikkelen van een tweede PDV-cluster in Arnhem-Noord voor bestaande PDV winkels in de Spoorzone Arnhem-Oost; binnen de gebiedsontwikkeling Rijnpark bekijken we of dit gewenst en haalbaar is. We zetten erop in om de bestaande PDV op verspreide locaties naar de PDV-clusters (groter dan 500 m² bvo) of andere locaties binnen de hoofdstructuur detailhandel (kleiner dan 500 m² bvo) te verplaatsen. Uitzonderingen hierop vormen enkele bouwmarkten en een tuincentrum, zodat er een goede spreiding van deze functies over de stad is en omdat niet alle bestaande functies fysiek geclusterd kunnen worden. We starten door onbenutte rechten van PDV op overige locaties (zoals

bedrijventerreinen) weg te nemen, zoals is afgesproken in het Regionaal Programma Werklocaties (RPW) 2021-2024 en RPW 2025-2028.

PDV beleid wordt regionaal afgestemd in het RPW vanwege de gemeente overstijgende functies van bepaalde voorzieningen in de PDV sector. In het RPW 2025-2028 zijn de Woonboulevard en Olympus Park (Decathlon) aangemerkt als concentratiegebieden voor PDV en GDV. Verder is erin opgenomen dat voor Rijnpark een nieuw cluster voor bestaande PDV en GDV wordt verkend. We houden qua branchering aan wat er in het RPW 2025-2028 wordt gerekend onder PDV. Het gaat om de branches wonen, detailhandel in doe-het-zelf en tuincentra[2]. Bij de actualisatie van het omgevingsplan zorgen we ervoor dat bij de Woonboulevard de toegestane PDV branches uit het RPW worden opgenomen. In het RPW 2025-2028 is, net als in het voorgaande RPW, opgenomen dat PDV winkels onder de 1.500 m² een lokale aangelegenheid zijn. We geven met dit detailhandelsbeleid invulling aan hoe we hiermee in Arnhem om willen gaan.

### GDV

Grootschalige detailhandelsvestigingen (GDV) zijn winkels van een grote omvang. We hanteren een minimale omvang van 1.500 m² bvo bij GDV, in lijn met het RPW 2021-2025 en RPW 2025-2028. Redenen voor het hanteren van een minimummaat bij GDV clusters komen overeen met de genoemde redenen voor het hanteren van een minimummaat bij PDV clusters. Het primaat voor GDV ligt in de binnenstad en stadsdeelcentrum Kronenburg, waardoor zowel Arnhem-Noord als Arnhem-Zuid wordt bediend. Op deze locaties zijn al grote vestigingen aanwezig die daar van toegevoegde waarde zijn, zoals mode-, sport-, speelgoed- en elektronicazaken. GDV vormen voor de binnenstad en Kronenburg grote trekkers en diverse panden bieden ook ruimte om deze spelers te huisvesten. Binnen de hoofdstructuur detailhandel is ook de solitaire vestiging van Decathlon in Arnhem-Zuid bestemd als GDV-locatie specifiek gericht op leisure (inclusief outdoor en fietsen). Dit geeft een impuls aan het voorzieningenniveau in Arnhem-Zuid. We houden vast aan de huidige branchering voor deze locatie. Buiten de hoofdstructuur detailhandel zijn er ook planologische mogelijkheden voor GDV op de Woonboulevard en op Rijnpark. Op de Woonboulevard respecteren we deze rechten, waarbij we in het omgevingsplan een minimale maat van 1.500 m² bvo (in lijn met het RPW) gaan hanteren. Op de bedrijventerreinen en andere locaties gaan we onbenutte rechten wegnemen. In het land zien we in diverse gevallen ook nieuwe GDV op perifere locaties landen. Dit vinden in Arnhem in de basis ongewenst, omdat we deze spelers willen verleiden zich te vestigen in de hoofdstructuur detailhandel om deze locaties te versterken.

GDV beleid wordt regionaal afgestemd in het RPW vanwege de gemeente overstijgende functies van bepaalde voorzieningen in de GDV sector. We houden qua branchering aan wat er in het RPW 2025-2028 wordt gerekend onder GDV. Het gaat om de branches sport, detailhandel in elektro én detailhandel in hobby, spel en media[3]. Bij de actualisatie van het omgevingsplan zorgen we ervoor dat bij de Woonboulevard de toegestane GDV branches uit het RPW worden opgenomen.

[2] In het bijlagenrapport bij het RPW zijn de branches verder uitgewerkt aan de hand van de SBI-indeling.

[3] In het bijlagenrapport bij het RPW zijn de branches verder uitgewerkt aan de hand van de SBI-indeling.

### ABC (Auto, boten, caravans)

Detailhandel in auto's, boten en caravans (ABC) kan een plek vinden op de bedrijventerreinen binnen de huidige planologische mogelijkheden. Op dit moment is de grootste clustering van ABC aanwezig op bedrijventerreinen IJsseloord én De Overmaat en Rijkerswoerd. We streven op termijn naar clustering op deze locaties zodat er aantrekkelijke gebieden voor consumenten ontstaan en zodat we op overige bedrijventerreinen ruimte vrijspelen voor niet-consumentgerichte bedrijven. Op de overige locaties gaan we daarom onbenutte rechten wegnemen.

### Tankstationwinkels

Winkels bij tankstations vormen een specifieke categorie van detailhandel die vooral gericht is op automobilisten. De tankstationwinkel is steeds meer gericht op het verkopen van gemaksproducten zoals belegde broodjes of kant-en-klare maaltijden. We willen voorkomen dat deze winkels onnodig concurreren met winkels in de hoofdstructuur.
Voor bestaande tankstationwinkels hanteren we daarom een aantal uitgangspunten. Ten eerste mag de verkoopruimte van tankstationwinkels maximaal 100 m² bvo bedragen. Ten tweede dient het assortiment primair gericht te zijn op de directe behoefte van automobilisten en reizigers, in lijn met de definitie van het ministerie van Infrastructuur en Waterstaat over verzorgingsplaatsen. Hierbij kan worden gedacht aan producten zoals broodjes, snacks, dranken, tijdschriften, of auto-gerelateerde producten. Tankstationwinkels zijn bedoeld als voorziening voor automobilisten en dienen geen grotere rol aan te nemen binnen de hoofdstructuur detailhandel.

We zien momenteel voldoende aanbod van tankstationwinkels verspreid over de verschillende stadsdelen. Om de bestaande structuur te beschermen verlenen we daarom in principe geen medewerking aan nieuwe tankstationwinkels. Dit voorkomt een verdere versnippering van detailhandel en draagt bij aan het behoud van levendige winkelgebieden in de hoofdstructuur.

### Kringloopwinkels en ruimte voor circulaire economie

Door de transitie naar de circulaire economie en toenemende aandacht voor hergebruik van bestaande producten (zoals kleding en meubels) komen kringloopwinkels en andere vormen (zoals vintage/deelwinkels/repairshops) op. We willen deze transitie faciliteren en kijken daarbij op welke plekken we welke type functies wenselijk vinden. Deze activiteiten kunnen binnen een detailhandelsbestemming al een plek vinden in de bestaande winkelgebieden. Tegelijkertijd zien we dat kringloopwinkels vanwege de omvang en logistieke mogelijkheden ook regelmatig op bedrijventerreinen aanwezig zijn. Bij kringloopwinkels en andere circulaire vormen is de indeling 'dagelijks, recreatief frequent, recreatief niet-frequent en doelgericht' eveneens toe te passen. Het doel en uitgangspunt is om kringloopwinkels en circulaire concepten, vooral die voor dagelijks en recreatief gebruik, in of nabij winkelgebieden in de hoofdstructuur te realiseren. Dit vanwege hun aantrekkingskracht, de beschikbaarheid van duurzaam aanbod, de vergroting van de winkeldiversiteit en de zichtbaarheid en bereikbaarheid voor alle doelgroepen. Voor grootschalige kringloopwinkels die vanwege de omvang en logistieke wensen geen plek kunnen vinden in de winkelgebieden en die zich minimaal gedeeltelijk richten op doelgerichte detailhandel, faciliteren we deze op de bedrijventerreinen of op het circulair ambachtscentrum (met uitzondering van Het Broek, IPKW en Nieuwe Haven vanwege het benutten van de milieuruimte op deze terreinen). We hanteren daarbij een minimale maat van 1.000 m² bvo. Zo voorkomen we dat circulaire detailhandel die in de winkelgebieden past, op bedrijventerreinen landt.

We willen voorkomen dat op bedrijventerreinen andere vormen van detailhandel ontstaan wanneer de kringloopwinkel stopt. We streven naar een uniforme aanpak, namelijk: kringloopwinkels worden op bedrijventerreinen als maatschappelijke voorziening bestemd naar het voorbeeld van gemeente Amsterdam. Idealiter zien we de inname en verkoop van tweedehands goederen een plek krijgen binnen de hoofdstructuur detailhandel en niet op een bedrijventerrein. De bereikbaarheid van bedrijventerreinen, met name te voet en per fiets, zijn

over het algemeen minder goed dan die van wijkcentra. Dit is een extra motivering om circulaire detailhandel te laten landen in wijkcentra; zo wordt circulariteit zichtbaar en bereikbaar. Bovendien hoeven consumenten met een kleinere portemonnee hierdoor niet naar een bedrijventerrein voor het doen van aankopen, maar kunnen zij terecht in de wijkcentra, die meer bieden aan sfeer en beleving.

Als het laten landen van circulaire detailhandel in de wijkcentra niet mogelijk blijkt, dan mag de verkoop van tweedehands goederen, die veelal ter plaatse worden bewerkt, hersteld en opgeslagen, een ondersteunend karakter hebben aan de hoofdactiviteit (het bewerken, herstellen en opslaan van goederen) zoals dit op bedrijventerreinen gebeurt. Dit wordt toegevoegd aan de omschrijving in het ruimtelijk plan. De detailhandel mag alleen bestaan uit ter plaatse vervaardigde en tweedehands goederen. Er mag geen sprake zijn van inkoop van producten (deze worden verkregen via inzameling). Ook bieden we maatwerk voor circulaire concepten in de plint van woningbouwontwikkelingen en/of appartementencomplexen in de wijk.

### Internetverkoop en flitsbezorging

In de loop der jaren zijn locaties voor internetverkoop en flitsbezorging ontstaan. De basislijn is dat wanneer de consument ter plaatse komt er sprake is van een detailhandelsactiviteit. Deze dient planologisch als zodanig te worden beoordeeld. Afhaalpunten van internetwinkels zijn net als elke detailhandelsactiviteit toegestaan binnen de hoofdwinkelstructuur. Zo profiteren ook andere voorzieningen van de consumenten. De gebieden zijn bovendien ingericht op consumenten(verkeer). Internetwinkels zonder consumentaantrekkende werking, zoals een hub van een flitsbezorger, zijn geen detailhandel en moeten voldoen aan de planologische bestemming van de betreffende locatie (zoals kantoor, bedrijf). Een distributiecentrum van een internetwinkel zien we als logistiek bedrijf, zolang hier geen consumenten ter plaatse komen.

### Ambulante handel

Ambulante handel is een vorm van detailhandel die plaatsvindt buiten een vaste winkelruimte. Het gaat om verkopers die hun producten mobiel of op tijdelijke locaties aanbieden. Hieronder vallen verschillende vormen van verkoop zoals de weekmarkten, standplaatsen en venten. Deze vormen van detailhandel hebben elk hun eigen beleid of hun eigen regels, zodat de verdere uitwerking geen onderdeel is van het Detailhandelsbeleid.

#### Weekmarkten

In Arnhem zijn de diverse weekmarkten geprivatiseerd en in beheer van de Stichting Arnhemse Markten. Zij organiseren en beheren de drie weekmarkten. Van vers voedsel tot kleding en antiek, er is voor ieder wat wils. Op woensdag is de kleinschalige weekmarkt in Malburgen. Op vrijdag en zaterdag zijn er de weekmarkten op de Markt e.o. in de binnenstad van Arnhem. Op zaterdag is er een kleine weekmarkt op de Geitenkamp. Deze weekmarkten vormen een toevoeging op de bestaande detailhandelsstructuur en versterken de aantrekkelijkheid van het gebied waar ze gehouden worden.

#### Standplaatsen

Een standplaats is het vanuit een voertuig of kraam diensten of goederen verkopen of aanbieden op een voor publiek toegankelijke plaats in de open lucht. We maken onderscheid tussen vaste standplaatsen (voor ambulante handel op een vaste dag in de week; denk hierbij aan een viskraam of loempiakar), tijdelijke of incidentele standplaatsen, seizoenstandplaatsen (voor de verkoop van oliebollen, kerstbomen of ijs) en promotiestandplaatsen (voor een commercieel of ideëel doel).

Standplaatsen leveren een bijdrage aan het versterken van de lokale economie, het verhogen van het voorzieningenniveau voor de consument, ze zorgen voor werkgelegenheid en ze trekken bezoekers. Deze vorm van ambulante handel vormt op veel plekken in de stad een aanvulling op

het winkelbestand (denk aan een vis- of bloemenkraam bij een winkelcentrum) of het voorziet in een behoefte in een bepaald seizoen (denk aan oliebollenkramen). Standplaatsen zorgen voor een aantrekkelijk en levendig straatbeeld. Daarnaast heeft een standplaats een belangrijke sociale functie: het zorgt voor levendigheid en gezelligheid op straat en is een ontmoetingsplek voor bewoners. Veel kramen staan er al tientallen jaren en beschikken over een grote en vaste klantenkring. Aan de andere kant realiseren wij ons dat standplaatsen ook kunnen zorgen voor overlast voor omwonenden (zoals geur, geluid en ruimtebeslag).

Om winkelleegstand tegen te gaan is een goede afstemming met overige aanwezige voorzieningen, zoals winkels, van belang. De behoefte aan een standplaats dient, met het oog op het voorkomen van structurele winkelleegstand, te worden afgewogen tegen het bestaande aanbod van winkelruimtes. Uit het oogpunt van een evenwichtige toedeling van functies aan locaties moet een standplaats niet een zodanige winkelleegstand tot gevolg hebben dat het tot een onaanvaardbare situatie leidt.

Wij vernieuwen de regels voor standplaatsen, zodat het geactualiseerde standplaatsenbeleid aansluit bij de doelen van het Detailhandelsbeleid en de regels beter uitvoerbaar zijn.

**Venten**
Venten in Arnhem is vergunningsvrij, met uitzondering van een groot deel van de binnenstad[4]. In dit gebied mogen ook geen samplingacties plaatsvinden. Deze regels werken voldoende en zijn als zodanig in de Algemene Plaatselijke Verordening (APV) voor Arnhem opgenomen.

### Nachtwinkels
We streven naar een beperking van het aantal nachtwinkels in de gemeente vanwege effecten op leefbaarheid en gezondheid. Bovendien willen we ervoor zorgdragen dat de nachtwinkels een aanvulling zijn op de bestaande winkels en niet structuurverstorend werken. We streven naar maximaal drie nachtwinkels in de stad. Dit pakken we verder op binnen de winkeltijdenverordening. We kunnen vergunningen weigeren op grond van woon- en leefklimaat, openbare orde of de spreiding van dit type winkels.

### Supermarkten
Het beleid is erop gericht supermarkten te concentreren in de hoofdstructuur (zie hoofdstuk 3). We willen de balans binnen deze hoofdstructuur bewaken en solitaire supermarkten concentreren binnen de hoofdstructuur (binnen of direct grenzend aan het winkelgebied waarbij een samenhangend gebied ontstaat) wanneer hier kansen voor ontstaan. Enige optimalisatie van bestaande supermarkten is mogelijk voor vernieuwing en betere ruimtelijke inpassing (logistiek, parkeren). Daartoe worden wel grenzen gesteld om zo voldoende economisch draagvlak te behouden voor dagelijkse speciaalzaken. De huidige planologische mogelijkheden voor supermarkten zijn ruim. Deze gaan we nader inkaderen, zoals aangekondigd in de Supermarktnota 2023. Dit detailhandelsbeleid schrijft voor hoe de ontwikkeling en uitbreiding van supermarktmeters moet worden verdeeld over de stad. De hoofdstructuur (hoofdstuk drie) schetst hiervoor het aantal supermarkten per type winkelgebied.

Onderstaand schetsen we de beleidskaders voor supermarkten. In alle gevallen geldt dat een supermarktontwikkeling de hoofdstructuur detailhandel niet onder druk mag zetten. Een ruimtelijke onderbouwing inclusief distributieplanologisch onderzoek (dpo) en beschouwing van effecten op de hoofdstructuur is noodzakelijk.

- **Supermarkten buiten de hoofdstructuur detailhandel**. Arnhem kent diverse supermarkten buiten de hoofdstructuur. Deze mogen op hun huidige plek blijven. Ze krijgen geen

[4] Jansstraat, Grote Oord, Rijnstraat, Vijzelstraat, Ketelstraat, Land van de Markt, Roggestraat en vijftig meter in alle zijstraten vanaf deze winkelas.

(binnenplanse) mogelijkheid om uit te breiden. We versterken deze niet verder. Idealiter verplaatsen deze vestigingen naar de hoofdstructuur op termijn.

- **Nieuwe supermarkten**. Nieuwe solitaire supermarkten zijn per definitie niet toegestaan. Wel bekijken we mogelijkheden voor nieuwe supermarkten bij een grootschalige gebiedsontwikkeling (we hanteren een minimale grens van 3.500 woningen) zoals Rijnpark. Hierbij maken we de afweging hoe deze ontwikkeling zich verhoudt tot de hoofdstructuur detailhandel: deze mag niet onder druk komen te staan.
- **Optimalisatie van bestaande supermarkten.** Om in te spelen op trends (zoals winkelbeleving, gemak, assortiment) zetten diverse formules in op schaalvergroting. We willen dit faciliteren en hanteren hierbij een maximale bovengrens van 1.600 m² bvo. Zo voorkomen we overmatige concurrentie met lokale (vers)aanbieders (zoals bakker, slager). Bovendien heeft Arnhem al relatief veel supermarktmeters en relatief veel grote supermarkten (met name in Arnhem-Zuid) (zie Supermarktnota 2023). Deze optimalisaties worden enkel toegestaan indien zij een kwaliteitsimpuls betekenen voor het betreffende winkelgebied of de leefbaarheid in het gebied. Bestaande supermarkten die al groter zijn dan 1.600 m² bvo krijgen geen (binnenplanse) mogelijkheid om uit te breiden. Hierbij gaat het anno 2025 om vijftien supermarkten. Hiertoe behoren ook de megasupermarkten (groter dan 3.150 m² bvo): ook deze vestigingen krijgen geen binnenplanse afwijkingsmogelijkheid om uit te kunnen breiden.
- **Dagelijkse speciaalzaken, toko's en buitenlandse levensmiddelenzaken**. Vestigingen in deze branche die groter zijn dan 750 m² bvo typeren we als supermarkten en beoordelen we als zodanig binnen de hoofdstructuur. In de Supermarktnota 2023 werden natuurvoedingszaken en buitenlandse levenmiddelenzaken nog volledig als aparte categorieën gezien, maar we zien dat deze winkels boven de 750 m² bvo feitelijk als supermarkt fungeren. Deze dienen dan ook als zodanig te worden beoordeeld. Op dit moment is alleen de Turkse supermarkt Güven in winkelcentrum Presikhaaf groter dan 750 m² bvo.[5]




[5] Door deze typering komt het totale aantal supermarkten in Presikhaaf uit op vier. Vanuit de hoofdstructuur detailhandel (zie hoofdstuk 3.3) zetten we in op maximaal drie supermarkten in stadsdeelcentra zoals Presikhaaf om zo de hoofdstructuur en omliggende winkelgebieden in balans te houden. We respecteren de huidige situatie van vier supermarkten.

# Bijlage 1: nadere beschrijving winkelgebieden

In dit hoofdstuk volgt een verdere toelichting/verdieping van de winkelgebieden. Daarbij wordt ingegaan op de huidige staat, het aanbod, de opgaven, kansen en onderlinge verhoudingen van de verschillende winkelgebieden. Dit hoofdstuk dient als aanvulling op H3.4, waarin de winkelgebieden kort worden beschreven en de algemene strategie is uitgewerkt voor de verschillende winkelgebieden. In tegenstelling tot §3.4 worden in deze bijlage ook de voormalige buurtsteunpunten (solitaire winkelstrips) beschreven die niet langer worden opgenomen in de hoofdwinkelstructuur. De bevindingen over de verschillende winkelgebieden zijn deels gebaseerd op de resultaten van de vitaliteitsscan.

### 5.1.1 Centrum

**Binnenstad**

De Arnhemse binnenstad is een veelzijdige detailhandelslocatie met een sterke regionale functie. Dankzij de mix van voorzieningen, waaronder grote winkelketens, gespecialiseerde boetieks en een divers horeca-aanbod, trekt het stadscentrum bezoekers uit Arnhem en omliggende gebieden. De binnenstad biedt daarnaast ruimte voor leisure-activiteiten, zoals bioscopen, theaters en culturele evenementen, waardoor het een levendige ontmoetings- en belevingsplek is. Arnhem is als provinciehoofdstad een belangrijke binnenstad en als knooppunt in het openbaar vervoer netwerk zeer goed bereikbaar. Bezoekers weten Arnhem goed te vinden. Tegelijkertijd kent de binnenstad uitdagingen. Leegstand op belangrijke locaties en verschraling van het aanbod in specifieke segmenten vragen om gerichte actie. Er liggen kansen in het versterken van de verblijfskwaliteit door vergroening, innovatie en functiemenging. Het verbeteren van de balans tussen ketens en lokale ondernemers kan het unieke karakter van de binnenstad verder versterken. De opgave ligt in het creëren van een toekomstbestendig stadscentrum dat inspeelt op veranderende behoeften van bewoners, bezoekers en ondernemers. Het versterken van verbindingen tussen winkelstraten, het aanpakken van verkeersbarrières en het verduurzamen van de openbare ruimte zijn daarbij cruciaal. Arnhem heeft alle ingrediënten om haar positie als aantrekkelijke en diverse detailhandelslocatie verder te versterken.

**Stationsgebied**

Het stationsgebied kan worden opgedeeld in twee zones met verschillende functies. De stationshal richt zich op reizigers en biedt snelle services, zoals to-go-concepten (bijvoorbeeld AH to go en Smullers), wat aansluit bij de dagelijkse stroom van passanten. Het gebied buiten de stationshal is meer gericht op verblijf, met voorzieningen zoals restaurants, een bioscoop en een arcadehal. Dit deel maakt echter geen deel uit van de hoofdstructuur detailhandel, aangezien de laatste winkels hier recent zijn gesloten. Het stationsgebied dient primair de behoeften van reizigers en fungeert niet als locatie voor recreatief of doelgericht winkelen; hiervoor is de binnenstad de aangewezen plek.

### 5.1.2 Spijkerkwartier en Arnhemse Broek

De nabijheid en concurrentie van het centrum maakt dat deze winkelgebieden een bijzondere functie dienen. **De Steenstraat** is de aanloopstraat richting het centrum vanuit station Velperpoort. Hiermee heeft het gebied een gunstige ligging. Ondanks de gunstige ligging kent deze winkelstraat problemen met teruglopend winkelaanbod en leegstand. Pluspunten voor het

winkelgebied zijn de aanwezigheid van supermarkten. Het verdere aanbod is weinig divers; zo zijn er negen kappers en acht massagesalons aanwezig. De homogeniteit in voorzieningen zorgt voor een eentonige uitstraling in het gebied. Er zijn veel vergelijkbare plinten, uithangborden en reclameborden op straat. De plinten zijn ook vervallen/verouderd. Daarnaast kent het gebied sociale problematiek en zijn de leefbaarheid en veiligheid in het gedrang. Er is sprake van ondermijning, er wordt veel gehangen en de rijbaan wordt gebruikt als racecircuit door jongeren op scooters of fatbikes. Er lopen veel initiatieven om de Steenstraat te verbeteren. Bijvoorbeeld op sociaal gebied en veiligheid (top tien aanpak); hierbij worden de personen die het meest overlast veroorzaken scherp in de gaten gehouden. Daarnaast wordt er middels het recentelijk vastgestelde omgevingsplan regelgeving omtrent de branchering van voorzieningen in de Steenstraat meegenomen. Dit moet de eentonigheid en ondermijning in het gebied tegengaan. Het doel is om een diverse foodstraat te creëren met familie- en speciaalzaken.

Winkelcentrum **De Lely** is een overdekt winkelgebied gelegen in het **Rijnpark**, omgeven door bedrijvigheid en perifere detailhandelsvoorzieningen (PDV/GDV). Momenteel fungeert het als een supermarktgericht centrum dat dankzij de uitstekende autobereikbaarheid bezoekers uit heel Arnhem aantrekt. Met een focus op dagelijkse voorzieningen en ruim aanbod speelt De Lely een belangrijke rol voor zowel wijkbewoners als klanten van buiten de wijk.
In de toekomst verandert de functie van De Lely vanwege de ontwikkeling van Rijnpark tot woonwerkgebied. Met de geplande autoluwe wijkontwikkeling rondom Rijnpark zal de focus verschuiven naar een wijkverzorgende functie. Dit betekent dat het winkelcentrum zich meer zal richten op voetgangers en fietsers, wat aansluit bij de ambitie om een duurzamere en meer leefbare omgeving te creëren. Deze transitie biedt kansen om De Lely sterker te verankeren in de wijk. . Een aantrekkelijker verblijfsgebied, met een verbeterde inrichting zal bijdragen aan een levendig wijk/buurtcentrum. Tegelijkertijd vraagt deze ontwikkeling om het heroverwegen van de PDV-functies in Arnhem-Noord.

De **Johan de Wittlaan-West** heeft evenals de hieronder beschreven Valckenierstraat een beperkte detailhandelsfunctie. Een belangrijke tegenstelling tussen beide gebieden is dat in de Johan de Wittlaan-West een toko aanwezig is van ongeveer 650 m² bvo. Hierdoor wordt dit gebied (mede vanwege de grootschalige ontwikkelingen in Rijnpark) voorlopig nog opgenomen in de hoofdwinkelstructuur. In het recentelijk vastgestelde omgevingsplan zijn de zware horecacategorieën afgeschaald; dit biedt extra ruimte voor detailhandel in het gebied. De inwonerssprong van Rijnpark biedt perspectief voor detailhandel in het gebied. Het is nog onduidelijk hoe en waar de detailhandel in deze transformatie gaat landen. De uitkomst daarvan is van grote invloed op het toekomstperspectief van dit winkelgebied. Verderop aan de Johan de Wittlaan is een solitaire discountsupermarkt gevestigd, die slechts een beperkte relatie heeft het gebied Johan de Wittlaan-West. In dat gebied zelf is met name een horeca- en dienstenaanbod, waardoor een toekomstige rol in de wijkeconomie zonder detailhandel niet uitgesloten lijkt.

De **Valckenierstraat** was in het vorige beleid onderdeel van de hoofdwinkelstructuur. Dit gebied wordt in dit detailhandelsbeleid niet langer opgenomen in de hoofdwinkelstructuur vanwege de beperkte detailhandelsfunctie. Met name het ontbreken van een supermarktvoorziening maakt dat dit gebied niet langer dient als detailhandelsgebied. Eerdere verschraling van het winkelaanbod is opgevuld met diensten. Hierdoor heeft dit winkelgebied wel een functie in de wijkeconomie voor functies als restaurants/cafetaria's, een apotheek en kapper.

### 5.1.3 Noord-West

**Modekwartier**

Onderscheidend vermogen is belangrijk voor de beleving en aantrekkingskracht. Arnhem heeft met mode een onderscheidende factor in handen. Dit komt o.a. door de aanwezigheid van de hogeschool ArtEZ en de andere creatieve beroepsopleidingen, het grote aandeel modewinkels, spin-offs van modeontwerpers en uitwisseling met het Modekwartier. Het is noodzakelijk om

mode meer zichtbaar te maken in de binnenstad. We zetten er via acquisitie op in onderscheidende mode & designconcepten naar Arnhem te halen. Het Modekwartier kan dienen als bron voor startende modeontwerpers. Het verbinden van de binnenstad en het Modekwartier biedt potentie in het onderscheidend vermogen van Arnhem als winkelstad en toeristisch aantrekkelijke stad. De binnenstad krijgt zo een nadrukkelijker modeprofiel waarbij de verbinding tussen het Modekwartier en de binnenstad van Arnhem wordt benadrukt. We bieden ruimte aan pop-ups en experimenten die de hoogwaardige mode & design van onder andere afgestudeerden van ArtEZ zichtbaar maken. Het Modekwartier in Klarendal is een authentieke volkswijk waar unieke en onderscheidende mode, design en horeca te vinden is. Het Modekwartier fungeert ook als broedplaats voor startende modeontwerpers. We zetten in op samenwerking tussen de verschillende ondernemersverenigingen, waardoor mode zichtbaar en merkbaar wordt voor de bezoekers. Die verbinding versterken we inhoudelijk, organisatorisch en fysiek.

**Amsterdamse Hoek** is het grootste winkelgebied van Noord-West Arnhem. Met zowel een fullservice – als een discountsupermarkt en veel parkeergelegenheid trekt het winkelgebied veel bezoekers. Er is dan ook nauwelijks leegstand in het gebied. Het gebied heeft een uitstraling die niet past bij een binnenstedelijk winkelgebied. Met een groot parkeervlak tussen de voorzieningen in en een zeer hoge mate van verstening oogt dit gebied als een PDV/GDV locatie. De aanwezigheid van de bouwmarkt Praxis met een omvang van circa 2.500 m² bvo verklaart deels waarom het gebied deze uitstraling heeft.

**Hommelsestraat/Hommelseweg**
De Hommelsestraat/Hommelseweg is een van de routes om de spoorroute Arnhem - Zutphen te doorkruisen. Dit maakt het gebied een aanlooproute voor de binnenstad waar dagelijks veel passanten voorbijkomen. Dit biedt perspectief voor het winkelgebied, bijvoorbeeld voor boutiques waar men kan window shoppen tijdens het passeren. Er is nauwelijks leegstand in het gebied, de doorloop van de huurders is daarentegen wel hoog. De panden zijn gevuld, maar op eentonige wijze. De aanwezige supermarkt is van een te kleine omvang waardoor het gebied een echte trekker mist. Ondanks de transformatie naar een nieuwe formule blijft de trekkracht vanwege de omvang beperkt. Het aanbod is weinig divers, met veel vergelijkbare winkels/diensten zoals kappers en coffeeshops. Dit heeft een impact op de uitstraling van het gebied. De homogeniteit in voorzieningen zorgt voor een eentonige uitstraling in het gebied. Aanpak van graffiti en een gevelfonds bieden uitkomsten om de uitstraling van het gebied te verbeteren. Daarnaast ontbreken groene elementen in het gebied. Positieve uitzondering hierop zijn enkele terrassen; de plantenbakken rondom de terrassen fleuren de straat op. Het gebied kampt met sociale problematiek en overlast, hierdoor komen de leefbaarheid en veiligheid onder druk te staan. Het winkelgebied is onderdeel van een projectplan Hommelseweg en Sonsbeeksingel met aan het hoofd een stadsmarinier vanuit het Nationaal Programma Arnhem Oost. Binnen dit projectplan worden mogelijkheden voor branchering onderzocht.

Noord-West Arnhem kent drie buurtcentra: **De van Lawick van Pabststraat, Klarendalseweg en de Oranjestraat**. Alle drie deze gebieden functioneren economisch gezien goed, er is weinig leegstand (alleen Klarendalseweg kent enige problematiek omtrent leegstand). Deze winkelgebieden voorzien in de dagelijkse behoefte. Er is een duidelijke trekker in de vorm van een supermarkt aanwezig, aanvullend zijn er enkele diensten/winkels aanwezig zoals speciaalzaken, restaurants, kappers en bloemenwinkels. De zichtlijnen zijn goed en de gebieden zijn ruimtelijk ingepast in de wijk. Met name de Oranjestraat heeft een sterke ruimtelijke inpassing met een parkeergarage onder de supermarktvoorziening en een loop/fietsroute die binnendoor loopt. Er zit potentie in de gebieden om meer maatschappelijke- en ontmoetingsfuncties te vervullen. Met name de Klarendalseweg is gebaat bij een grote vergroeningsslag.

### 5.1.4 Presikhaaf

**Winkelgebied Presikhaaf** is een belangrijk centrum in Arnhem-Noord. Het winkelcentrum heeft de afgelopen jaren een aanzienlijke transformatie doorgemaakt, met een focus op modernisering en versterking van het voorzieningenaanbod. Het gebied bedient zowel bewoners van de omliggende wijken als bezoekers uit de omliggende gemeenten en fungeert als een stadsdeelcentrum. Presikhaaf biedt een brede mix van winkels en voorzieningen, waaronder supermarkten, modezaken, drogisterijen en horeca. Deze combinatie maakt het gebied aantrekkelijk voor zowel dagelijkse boodschappen als recreatief winkelen. Het winkelcentrum is goed bereikbaar met het openbaar vervoer, de fiets en de auto, met voldoende parkeergelegenheid in de directe omgeving. De recente herontwikkeling heeft gezorgd voor een eigentijdse uitstraling en verbeterde verblijfskwaliteit. Nieuwe groenzones, moderne inrichting van de openbare ruimte en extra aandacht voor fysieke toegankelijkheid dragen bij aan een prettige winkelervaring. Daarnaast is er ruimte gecreëerd voor evenementen en activiteiten, wat het winkelgebied een levendiger karakter geeft.

Van de overige winkelgebieden in de wijk Presikhaaf is de **Vrij Nederlandstraat** het enige centrum met een supermarktvoorziening. Het gebied heeft zowel een supermarkt als een buitenlandse levensmiddelenzaak. Daarnaast is er een cafetaria en zijn er diverse kappers aanwezig. Maatschappelijke voorziening Stichting De Klub Arnhem zit hier ook gevestigd. Dat is een voorziening voor mensen met een verstandelijke en lichamelijke beperking, met als doel ontspannen en ontmoeten. Hier zijn koppelkansen voor de verdere vergroening en het inzetten op ontmoetingsmogelijkheden in dit centrum. Creëer een fijne buitenruimte voor de Klub waarbij de wijk ook gebaat is. Verdere vergroening is wenselijk in dit versteende centrum, maar het is lastig om daar ruimte voor te vinden. Het gebied kenmerkt zich door een groot parkeerveld met aangrenzend een vervallen plint. Qua sfeer en uitstraling is een impuls vereist.

**Honigkamp, Middachtensingel en de Volkerakstraat** hebben geen detailhandelsfunctie meer vanwege het ontbreken van een supermarkt. De Honigkamp had voorheen de Güven supermarkt en op de Middachtensingel zat een Spar. Met het vertrekken van deze trekkers uit de buurtsteunpunten verdwijnt het toekomstperspectief van deze gebieden als centrale detailhandelslocaties. Deze drie gebieden worden daarom niet langer opgenomen in de hoofdwinkelstructuur. De drie gebieden liggen alle in een dichtbevolkte en versteende wijk. Deze gebieden kunnen een rol spelen in het versterken van de wijkeconomie en de woningbouwopgave.

### 5.1.5 Noord-Oost

**Geitenkamp** heeft veel potentie dankzij het centrale plein en de aangrenzende karakteristieke woningen. Het heeft bovendien nauwelijks concurrentie van andere winkelgebieden in de omgeving. De wijk en omliggende buurten hebben voldoende inwoners voor een goedlopend winkelcentrum. Ook de nabijgelegen villawijk Paasberg biedt perspectief voor de toekomst van de wijk. De uitgangspunten zijn kortom goed. Desondanks verschraalt het aanbod en had de supermarkt onvoldoende trekkende kracht vanwege een beperkte omvang. Hierdoor dreigt het gebied langzaam te veranderen. Er is al detailhandel verdwenen en getransformeerd naar wonen, dit is een groot risico voor het winkelgebied. Zonde, want Geitenkamp is een gebied vol karakter en heeft een belangrijke wijkverzorgde functie. Zeker voor het hoge aandeel ouderen in het gebied is de nabijheid van voorzieningen van groot belang. Onderliggend kent Geitenkamp veel sociale problematiek, er is veel drankgebruik op straat en erfelijke werkeloosheid is hier het hoogst van heel Arnhem. 83% van de woningen zijn sociale huurwoningen. De koopkracht blijft achter en dit vertaalt zich in beperkter aanbod. Kansen liggen in de potentie van het plein die momenteel onderbenut wordt doordat deze fungeert als parkeerplek voor auto’s. Een vergroeningsslag in combinatie met de komst van daghoreca (die nu ontbreekt) zou een impuls aan het gebied geven. Een groot deel van Geitenkamp is in corporatiebezit en onderdeel van de Arnhem-Oost aanpak, dit biedt investeringsmomentum. Door de juiste transformatie en branding

van het winkelgebied kan het gebied profiteren van de hoge inkomens van nabije bewoners. De Geitenkamp heeft veel potentie om een prachtig stukje Arnhem te zijn/blijven, maar er is wel werk aan de winkel. Het uitbreiden van de supermarktvoorziening is essentieel voor de draag- en trekkracht in het gebied. Vanuit het Nationaal Programma Arnhem Oost wordt hier op ingezet. De supermarktstructuur is ook buiten de Geitenkamp suboptimaal. Net buiten de Geitenkamp, aan de Rosendaalseweg, is een solitaire supermarkt gevestigd. Er zijn plannen om deze supermarkt toekomstbestendig te maken door de supermarkt te verplaatsen naar de naastgelegen voormalige kerk.

Het winkelgebied aan de **Beethovenlaan** staat er goed voor. Geen wonder, want de inwoners van Alteveer zijn het meest tevreden van heel Nederland! (bron: Vrije Universiteit Amsterdam, 2023). Vanuit de bewoners zijn er dan ook weinig signalen dat het winkelgebied drastisch moet veranderen. De grote trekker (de supermarkt) is onlangs uitgebreid door het pand van de buurman bij de winkel te betrekken. De voorzieningen liggen geclusterd om een groen plein wat leidt tot duidelijke zichtlijnen. Het gebied is bereikbaar met zowel fiets, auto (ook parkeren) en openbaar vervoer. Er is geen leegstand. Het aanbod voorziet in de dagelijkse behoefte, bijvoorbeeld een drogist, slager en cafetaria. Er zijn in dit winkelgebied kansen. Er valt nog winst te halen in de vergroening en ontmoetingsfunctie van het gebied. Bovendien is een risico voor dit winkelgebied dat de supermarkt aan de kleine kant is. Doordat de concurrentie op relatief grote afstand ligt, is er tot op heden voldoende bestaansrecht voor de supermarkt.
Als strategie richting de toekomst is het voor de Beethovenlaan van belang om vast te houden aan het aanbod. Daarnaast inzetten op het vergroenen en toevoegen van maatschappelijke functies.

**High Park/Velperweg** is een recentelijk ontwikkeld winkelgebied bestaande uit een supermarkt, slijterij, gehoorwinkel en een sportschool met een sterke focus op lifestyle. Het buurtcentrum is een paar jaar geleden gerealiseerd bij de transformatie van het voormalige kantoorpark naar woon- en voorzieningencomplex High Park en voldoet aan moderne eisen. Nabij de locatie van het winkelgebied zitten diverse maatschappelijke voorzieningen geclusterd in een gezondheidscentrum. Het dagelijkse en maatschappelijke profiel passen zeer goed bij de buurtverzorgde functie van het gebied. Het gebied is goed bereikbaar met zowel de auto, openbaar vervoer, lopend en fietsend. De toekomststrategie is vasthouden aan de huidige invulling en op peil houden van ruimtelijke kwaliteiten van het gebied.

De **Wichard van Pontlaan** ligt direct ten noorden van treinstation Presikhaaf. Zo'n tien jaar geleden waren er verspreid over de straat enkele winkels aanwezig, zoals een bruin- en witgoedzaak en een bakker. Inmiddels is er al jaren geen detailhandel meer aanwezig in het gebied. Wel zijn er diverse dienstverleners, horeca en kleinschalige kantoren. Er is geen leegstand in het gebied. Het gebied heeft geen buurt- of wijkverzorgende functie en diverse winkelgebieden zoals Full Service Center Presikhaaf liggen nabij. De Wichard van Pontlaan is daarom geen onderdeel meer van de hoofdstructuur. De toekomstige inzet van dit gebied is gericht op wijkeconomie, bijvoorbeeld een horecavoorziening voor reizigers en bewoners. Met de herontwikkeling van de Schaapsdrift wordt een aantrekkelijker stationsgebied beoogd, waar de uitbreiding van het bestaande horeca-aanbod en een kleine gemakswinkel mogelijk wordt gemaakt.

### 5.1.6 Malburgen

Het winkelgebied **De Drieslag** is het centrale wijkcentrum van Malburgen in Arnhem-Zuid. Met een mix van voorzieningen zoals een fullservice-supermarkt, diverse speciaalzaken en eetgelegenheden, vervult De Drieslag een belangrijke functie voor de dagelijkse behoeften van bewoners. De centrale ligging en goede bereikbaarheid, zowel te voet als met de fiets en auto, dragen bij aan de aantrekkingskracht van het gebied.

De Drieslag heeft een compacte opzet met een duidelijke kern waar de voorzieningen geclusterd zijn. De ruime parkeergelegenheid rondom het gebied is een voordeel, maar zorgt ook voor een hoge mate van verstening. Het recentelijk toevoegen van veel groen en aantrekkelijke verblijfsruimtes heeft de uitstraling van het gebied verder versterkt.
Vanuit de ambitie om De Drieslag verder te positioneren als centraal wijkcentrum, wordt ingezet op een toekomstbestendige inrichting. Er lopen onderzoeken naar de mogelijkheden voor verdichting met een kwaliteitsimpuls. Daarnaast is er aandacht voor vergroening, het verbeteren van de openbare ruimte en het stimuleren van ondernemers om nieuwe concepten toe te voegen. Zo kan De Drieslag zich blijven ontwikkelen als levendig en aantrekkelijk winkelgebied voor de wijk Malburgen en omgeving. Doel daarbij is ook dat de kwaliteitsimpuls van het winkelgebied en omliggende gebied bijdragen aan de veiligheid en leefbaarheid.

In het westelijke gedeelte van het stadsdeel ligt winkelgebied **Hoefbladlaan**. Hoefbladlaan en de Drieslag liggen op slechts 350 meter afstand van elkaar. Tussen de winkelgebieden zit de fysieke en mentale barrière van de Nijmeegseweg. Hierdoor functioneert Hoefbladlaan goed als buurtcentrum voor Malburgen West, ondanks de nabijheid van het grotere wijkwinkelcentrum de Drieslag. Het type aanbod in dit winkelgebied sluit goed aan bij de functie die het gebied heeft binnen de grotere structuur. Er is een supermarkt, kapper, podotherapeut en er zijn cafetaria's aanwezig. Deze voorzieningen liggen geclusterd rondom een rustige straat met brede trottoirs vol groene elementen. De plinten, onderhoud van de openbare orde en zichtlijnen in het gebied zijn goed. In de omgeving worden woningen toegevoegd, dat biedt toekomstperspectief. Vanuit versterking van de Drieslag als centraal wijkcentrum wordt niet ingezet op versterking Hoefbladlaan.

Ten oosten van de Drieslag ligt winkelgebied **Kruidenplein**. Een uiterst functioneel buurtcentrum met een supermarkt van voldoende omvang, drogist en kapper. De Lidl op het Kruidenplein is onlangs uitgebreid, een bevestigend signaal dat het gebied goed functioneert. Dat dit winkelgebied uiterst functioneel is zie je terug in de uitstraling. Het gebied is compleet versteend en groene elementen ontbreken. Het gebied is opgenomen in de wijk groenagenda om in te zetten op verduurzaming.

### 5.1.7 Schuytgraaf/Elderveld

**Schuytgraaf en Elderhof** zijn gelegen in het zuidwestelijke deel van Arnhem. Het zijn twee redelijk vergelijkbare winkelcentra, waarbij Schuytgraaf een maat groter is en daardoor is aangemerkt als een wijkcentrum-plus. Beide hebben een centrale rol in een grote wijk. Beide winkelcentra zijn ook van ruime omvang en hebben een juiste hoeveelheid en mix aan voorzieningen. Pluspunt van deze winkelcentra is de combinatie met maatschappelijke voorzieningen in of direct aangrenzend aan het winkelcentrum, wat bijdraagt aan de wijkverzorgende functie en aantrekkingskracht van deze centra. De winkelcentra hebben een goede uitstraling, ze zijn opgeruimd, netjes en onderhouden. De zichtlijnen zijn open en voorzieningen zitten geclusterd rondom een plein. Minpunt is de hoge mate van verstening. Daarnaast zijn er beperkte ontmoetingsmogelijkheden en ontbreekt het aan groene elementen die uitnodigen tot verblijf. Hier is nog een verbeterslag te maken.
Nog een gelijkenis tussen de winkelcentra is de hoge mate van overlast; er is daarvoor ook een projectaanpak schoon, heel en veilig geweest. Het voetgangersgebied wordt ongewenst gebruikt door jongeren die de winkelcentra gebruiken als racebaan voor hun scooters en fatbikes. Daarnaast zijn er andere doelgroepen die overlast veroorzaken in de winkelcentra. In Elderhof was voorheen een vrijwillige handhaver actief in het gebied, dit had zeer positieve effecten. De mogelijkheden voor het opnieuw aanstellen van een handhaver (eventueel vanuit ondernemersfonds) wordt onderzocht.

### 5.1.8 Rijkerswoerd, Vredenburg en Kronenburg

**Winkelgebied Kronenburg** is een van de grootste en meest veelzijdige winkelcentra van Arnhem. Gelegen in Arnhem-Zuid, trekt het een breed publiek. Het overdekte winkelcentrum biedt een mix van landelijke ketens, gespecialiseerde winkels en horeca, waardoor het een belangrijke bestemming is voor zowel dagelijkse boodschappen als recreatief winkelen.
Het gebied is goed bereikbaar met zowel het openbaar vervoer als de auto, met een directe verbinding naar de A325 en N325 en ruime parkeervoorzieningen. De bereikbaarheid draagt bij aan het succes van Kronenburg, dat nauwelijks te maken heeft met leegstand. De aanwezigheid van grote trekkers, zoals supermarkten, modewinkels en speciaalzaken, zorgt voor een constante stroom bezoekers. Het veelzijdige profiel van Kronenburg biedt ruimte voor verbetering op het gebied van beleving en verblijfskwaliteit. De openbare ruimte rondom het centrum is grotendeels versteend en functioneel ingericht, en mist daardoor groene elementen en plekken voor ontmoeting. Het toevoegen van innovatieve horecaconcepten en aantrekkelijke verblijfsruimtes kan de aantrekkingskracht verder vergroten. De gebiedsontwikkeling in en rondom het winkelcentrum Kronenburg zal de aantrekkelijkheid van het stadsdeelcentrum de komende jaren verder vergroten.

**De Groningensingel** is een klein en functioneel winkelgebied op vijf minuten fietsafstand van Kronenburg. Het winkelgebied heeft een supermarkt, bakker en drie cafetaria's/(afhaal)restaurants. De Groningensingel voorziet in de dagelijks behoefte, voor recreatief of doelgericht winkelen moeten bezoekers door naar Kronenburg.
Een groot pluspunt voor de Groningensingel is dat de vestiging van de supermarkt een ruime omvang heeft voor de grootte van het winkel- en verzorgingsgebied.
Het functionele karakter van het winkelgebied is terug te zien in de uitstraling. De gevel/plint is oud en vervallen. Het gebied is ook erg versteend, op een paar bloembakken na. Het gebied nodigt niet uit tot verblijf en vervult ook geen maatschappelijke functies.
In het kader van de vijftienminutenprincipe (belangrijke voorzieningen zoals een supermarkt of bakker moeten voor iedereen binnen vijftien minuten lopen (of fietsen) bereikbaar zijn) draagt dit winkelgebied bij aan de bereikbaarheid van voorzieningen, met name voor bezoekers uit Vredenburg en Holthuizen.

Het winkelcentrum **Rijkerswoerd** ligt centraal in de grote gelijknamige wijk. Kronenburg ligt op ruim twee kilometer afstand; deze verdere afstand is gunstig voor de concurrentiepositie van Rijkerswoerd. Mede hierdoor is Rijkerswoerd van een aanzienlijk grotere omvang dan de Groningensingel. De mix aan voorzieningen en omvang van de supermarkten maakt dit een toekomstbestendig centrum. De uitstraling is verzorgd, er is weinig vuil op straat en de uniforme plint ziet er strak uit. Vanuit deze stabiele basis wordt er nagedacht over wat het winkelcentrum nog meer kan bieden aan de wijk. Zo wordt er gekeken naar hoe het grote parkeervlak een vergroeningsslag te geven. Daarnaast worden de mogelijkheden voor een wijkontmoetingsplek onderzocht. De beoogde locatie hiervoor, centraal op het plein van het winkelgebied, wordt ingevuld met een Surinaams eethuis. Daardoor is er nu behoefte aan een alternatieve locatie.

### 5.1.9 De Laar/Elden

**Oostburgwal** is de grotere van de twee winkelgebieden in De Laar. Er is geen leegstand en het gebied kent een hoge diversiteit in het aanbod. De supermarkt is de grote trekker in het gebied en heeft een omvang van circa 1.600 m² bvo. Het gebied ziet er verzorgd uit met strakke plinten rondom een centraal plein. Het gebied heeft onlangs een impuls gekregen door de schoon, heel en veilig aanpak. Minpunt is dat het centrale plein erg versteend is en momenteel dient als fietsenstalling. Daarnaast is er veel overlast van fatbikes en scooters in het voetgangersgebied.

**Kroonse Wal** is een klein functioneel winkelcentrum gelegen tussen Schuytgraaf en Oostburgwal. Het winkelgebied voorziet in de dagelijkse voorzieningen zoals een supermarkt, drogist, cafetaria en bloemist. Het aanbod is gering maar het gebied functioneert, zo is er bijvoorbeeld geen

leegstand. Qua uitstraling valt er een verbeterslag te maken in het gebied. Het gebied is namelijk compleet versteend en heeft een vervallen plint. Sterk punt van dit winkelgebied: 98% van het vastgoed heeft energielabel A of hoger! Mogelijk heeft dit te maken met de verdeling van het eigendom; alle zes de verkooppunten in het winkelgebied zijn namelijk eigendom van één eigenaar. De toekomstige bebouwing rondom station Arnhem Zuid (het Laarkwartier) kan het draagvlak voor dit buurtcentrum vergroten.

**Elden de Brink** is het winkelgebied in het dorp Elden. Vroeger was Elden een dorpje ten zuiden van Arnhem, door de expansie van Arnhem ligt het tegenwoordig tussen de wijken van Arnhem-Zuid. Het winkelgebied van Elden heeft hierdoor ook meer concurrentie gekregen, zo is Kronenburg slechts vier minuten fietsen verwijderd van het centrum van Elden. Het aanbod in Elden de Brink is teruggelopen en er is slechts één winkel over. Hierdoor is het gebied geen echt winkelgebied meer en kan het eigenlijk niet meer worden gezien als onderdeel van de hoofdwinkelstructuur. Vanwege het bijzondere karakter van het voormalige dorp is de locatie nog niet formeel geschrapt uit de structuur. De fysieke kwaliteiten van het gebied bieden wel toekomstperspectief. Er zijn veel groene elementen en wanneer het plein niet langer wordt gebruikt voor het parkeren van auto’s biedt dit veel intensiveringspotentie.

# Bijlage 2: stakeholders

Er zijn diverse stakeholders geïnformeerd over en betrokken bij de totstandkoming van dit detailhandelsbeleid. Er zijn twee brede sessies gehouden met stakeholders. Hiervoor is een brede groep uitgenodigd: ondernemerscollectieven en winkeliersverenigingen, landelijke vertegenwoordigers van de supermarktketens, eigenaren van diverse winkelcentra en overige partijen zoals bedrijfsmakelaars en vertegenwoordigers van winkel(keten)s. Tijdens de eerste bijeenkomst, op 25 april 2024, is uitleg gegeven over de opzet van het detailhandelsbeleid en zijn trends en ontwikkelingen geschetst. Vervolgens is er met elkaar gediscussieerd over welke onderwerpen aandacht behoeven in het detailhandelsbeleid. Tijdens de tweede sessie, op 2 oktober 2024, zijn de contouren van het detailhandelsbeleid geschetst. Ter inspiratie en lering hebben een aantal stakeholders van winkelcentra uitleg gegeven over de ontwikkelingen in en de visie op hun winkelcentra en de detailhandel in zijn algemeenheid.

De wijkmanagers van de 8 Teams Leefomgeving (TLO) van de gemeente Arnhem zijn gevraagd om kennis en signalen in te brengen vanuit de verschillende wijken. Zij hebben daarvoor hun reguliere contacten en overleggen met bewoners en ondernemers gebruikt. De wijkmanagers zijn uitgenodigd voor beide brede sessies met stakeholders. Ook hebben er in het tweede kwartaal van 2024 per TLO verdiepende gesprekken plaatsgevonden over de winkelcentra in hun gebieden. De wijkmanagers zijn gevraagd voor de gesprekken actief input op te halen vanuit de wijken en in een aantal gevallen hebben zij lokale winkeliers meegenomen naar de gesprekken. Tot slot hebben de wijkmanagers in het eerste kwartaal van 2025 meegelezen op het concept Detailhandelsbeleid, om te waarborgen dat de informatie vanuit de wijken op een goede manier verwerkt was in het document.

Vanwege lopende ontwikkelingen en in reguliere contacten is er in de periode van totstandkoming van het detailhandelsbeleid overleg geweest met diverse externe partijen over elementen die het detailhandelsbeleid raken of over onderdelen van het detailhandelsbeleid. De inzichten die deze contacten hebben opgeleverd, zijn meegenomen in dit detailhandelsbeleid.

# Bijlage 3: begrippenlijst

**Ambulante handel:** de verkoop en het te koop aanbieden alsmede de uitstalling daarvan van waren aan consumenten buiten vestigingen. Ambulante handel is een vorm van detailhandel die plaatsvindt buiten een vaste winkelruimte. Het gaat om verkopers die hun producten mobiel of op tijdelijke locaties aanbieden. Hieronder vallen verschillende vormen van verkoop zoals de weekmarkten, standplaatsen en venten.

**BIZ (bedrijven investeringszone):** een afgebakend (winkel)gebied waarbinnen ondernemers en/of de eigenaren samen investeren in de kwaliteit van het gebied. Alle ondernemers/eigenaren in de BIZ betalen mee. Participanten betalen een heffing aan de gemeente, waarvan de opbrengst in de vorm van een subsidie wordt uitgekeerd aan de BIZ-vereniging of –stichting.

**Bruto vloeroppervlak (bvo):** bruto vloeroppervlak, ruimte voor winkels en voorzieningen inclusief opslagruimte, toiletten, personeelsruimten et cetera. Het vloeroppervlak dat primair voor de winkelfunctie wordt gebruikt, wordt winkel vloeroppervlak (wvo) genoemd.

**Commerciële dienstverlening:** onder de sector commerciële dienstverlening vallen de door Locatus afgebakende hoofdbranches ‘ambacht’ en ‘particuliere dienstverlening’. De hoofdbranche ‘ambacht’ bestaat uit de branches: edelsmid, schoen- en sleutelreparatie, kapper, tattoo en piercings, schoonheidssalon, kledingreparatie, stoffeerderij, kleermaker, pottenbakker, elektroreparatie, drukwerk/copy, foto-ontwikkelaar, dierentrimsalon, lijstenmaker en ambacht overig. De hoofdbranche ‘particuliere dienstverlening’ bestaat uit de branches: bellen-internet, fotostudio, makelaardij, autowasserij, autopoetsbedrijf, fietsenstalling, stomerij/wassalon, reisbureau, uitzendbureau, uitvaart en diensten overig (zoals een Airport Desk of balie van een vliegtuigmaatschappij).

**Commerciële voorzieningen:** lokaal of regionaal verzorgende voorzieningen en diensten (detailhandel, ambulante handel, horeca, leisure, persoonlijke en zakelijke diensten) die met een winstoogmerk worden geëxploiteerd en privaat worden gefinancierd.

**Dagelijkse detailhandel:** winkels die dagelijkse benodigdheden verkopen, zoals supermarkten, bakkers, slagers en drogisterijen. Deze winkels voorzien in de basisbehoeften van consumenten en zijn vaak gevestigd in woonwijken.

**Daily urban system**: een gebied waarin mensen dagelijks reizen tussen wonen, werken, winkelen en andere activiteiten zoals sport of evenementen. Het omvat alle plaatsen die functioneel verbonden zijn door deze dagelijkse verplaatsingen, zoals pendelverkeer of boodschappen doen.

**Doelgerichte detailhandel:** winkels waar consumenten specifiek naartoe gaan voor een product, zoals meubelzaken, bouwmarkten en elektronicawinkels. De winkels hebben vaak een groter verkoopoppervlak.

**Grootschalige detailhandelsvestiging (GDV):** Een grootschalige detailhandelsvestiging is een winkel of verkooppunt dat zich onderscheidt door een aanzienlijk groot vloeroppervlak en (veelal) een breed assortiment en diepte aan producten. Een grootschalige detailhandelsvestiging kan in een breed aantal sectoren voorkomen, zolang de omvang van de winkel maar groot is (minimale omvang van 1.500 $m^2$

bvo). Dit in tegenstelling tot PDV-locaties waarbij volumineuze goederen worden verhandelt, hier ligt de focus op de omvang van het product en niet van de winkel.

**Maatschappelijke dienstverlening:** dienstverlening door maatschappelijke instanties, zoals onderwijs, sportvoorzieningen, zorg, jeugdzorg, thuiszorg, et cetera. Een belangrijk kenmerk is dat er geen winstoogmerk is.

**Nevenassortiment:** branchevreemde artikelen die niet direct gerelateerd zijn aan de primaire producten van de winkel. Zoals een bouwmarkt die ook speelgoed verkoopt.

**Onbenutte rechten:** planologische rechten voor een specifieke functie (zoals detailhandel) die momenteel niet benut worden, doordat het pand een andere functie heeft (zoals wonen, horeca) of het pand leegstaat.

**Ondernemersfonds:** een fonds waarmee ondernemers gezamenlijk investeren in de kwaliteit van een voorzieningencluster (schoner, heler en veiliger voorzieningencentrum; feestverlichting, evenementen, en dergelijke). Dit fonds kan worden gevuld middels een aanvullende OZB-heffing, reclamebelasting of via een heffing op grond van de wet BIZ (bedrijven investeringszone).

**Perifere detailhandelsvestiging (PDV):** Een perifere detailhandelsvestiging (PDV) is een winkel of een cluster van winkels die zich bevinden buiten de traditionele winkelgebieden zoals stadscentra, wijk- en buurtcentra. Deze vestigingen zijn vaak gelegen aan de rand van steden of op bedrijventerreinen en richten zich voornamelijk op handel van volumineuze goederen. PDV-locaties zijn doorgaans goed bereikbaar met de auto en bieden ruime parkeergelegenheid, wat ze aantrekkelijk maakt voor winkels die grote artikelen verkopen zoals meubels, bouwmaterialen, tuinartikelen, auto's en andere volumineuze goederen.

**Recreatieve frequente detailhandel:** winkels die artikelen verkopen in de ‘recreatieve’ winkelbranches zoals huishoudelijke artikelen en textielsuper. Deze winkels zijn vaak te vinden in binnensteden, stadsdeelcentra en (grotere) wijkcentra waar mensen komen voor hun dagelijkse benodigdheden.

**Recreatieve niet-frequente detailhandel:** winkels die artikelen verkopen in recreatieve winkelbranches. Voorbeelden zijn mode- en schoenenwinkels, sportzaken en cadeauwinkels. Deze winkels zijn vaak te vinden in binnensteden waar consumenten winkelen voor hun plezier.

**Standplaats:** het vanuit een voertuig of kraam diensten of goederen verkopen of aanbieden op een voor publiek toegankelijke plaats in de open lucht.

**Supermarkt:** zelfbedieningswinkel met hoofdzakelijk een algemeen assortiment voedingsmiddelen, waaronder verse groente en fruit, kaas, brood en vlees(vervangers) (zijnde dagelijkse goederen), en enige niet-dagelijkse goederen (zoals huishoudelijke artikelen), met een minimale winkelvloeroppervlakte van 200 m², niet zijnde een buitenlandse levensmiddelenzaak of natuurvoedingzaak kleiner dan 750 m² bvo.

## Colofon

**Datum:** 24 juni 2025
**Projectnummer:** 23.352
**Opdrachtgever:** Gemeente Arnhem
**Opdrachtnemer:** Stec Groep
**Adviseurs:** Gijs Giesen & Martijn Exterkate

**Stec Groep**
Onderzoek en advies over wonen, werken en leefomgeving
Postbus 217, 6800 AE Arnhem
Willemsplein 5, 6811 KA Arnhem

**www.stec.nl**