



Detailhandelsstructuurvisie Almelo 2013-2018



Opdrachtgever: Gemeente Almelo
Contactpersonen: De heer J. Vreeling
Mevrouw M.L. Stamsnieder
Projectteam DTNP: De heer D.J. Droogh
De heer R. Eijkelkamp
Projectnummer: 1274.0213
Datum: 31 mei 2013

Droogh Trommelen en Partners (DTNP)
Graafseweg 109 6512 BS Nijmegen
T 024 - 379 20 83 F 024 - 378 06 53
E info@dtnp.nl W www.dtnp.nl

Detailhandelsstructuurvisie Almelo 2013-2018



Inhoudsopgave

1	Inleiding	1			
2	Trends in de detailhandel	2			
2.1	Schaalvergroting gaat door	2			
2.2	Wijzigende bestedingen	2			
2.3	Minder behoefte aan winkels	3			
2.4	Almelo in relatie tot de trends	5			
3	Uitgangspositie	6			
3.1	Ligging en kenmerken	6			
3.2	Winkelaanbod Almelo	8			
3.3	Spreading winkelaanbod	9			
3.4	Centrum Almelo	11			
3.5	Woonboulevard	12			
3.6	Wijk- en buurtwinkelcentra	12			
3.7	Overige verspreide bewinkeling	14			
3.8	Winkelplannen	15			
3.9	Indicatie distributieve mogelijkheden	17			
3.10	Conclusie analyse	18			
4	Visie	19			
4.1	Ambitie en uitgangspunten	19			
4.2	Visie op de structuur	21			
4.3	Binnenstad Almelo	23			
4.4	Wijkwinkelstructuur	25			
4.5	Woonboulevard	27			
4.6	Overige winkellocaties	28			
5	Beleidskader	29			
5.1	Beleidsregels	29			
5.2	Toetsingskader initiatieven	32			
5.3	Uitvoeringsparagraaf	34			
Bijlage 1	Proces	35			
Bijlage 2	Branche-indeling detailhandel	35			
Bijlage 3	Overzicht winkelaanbod Almelo	36			
Bijlage 4	Begrippenlijst	37			
Bijlage 5	Sterkte-/zwakteanalyse winkelgebieden	40			
Bijlage 6	Distributieve mogelijkheden	48			



Aanleiding: winkelmarkt is sterk veranderd



Doel: detailhandelstructuurvisie voor gemeente..



.. met gewenste functie en positie winkelgebieden

1 Inleiding

Aanleiding

In 2008 is de Toekomstvisie Detailhandel 2008-2015 vastgesteld. Almelo zet hierin in op versterking van de binnenstad, behoud van vitale wijckentra en een gezonde woonboulevard. Inmiddels zijn er plannen rond het nieuwe Heraclesstadion en Almelo Nouveau. Verder hebben zich de nodige ontwikkelingen voorgedaan: de Toekomstvisie Detailhandel (2008) ging nog uit van een groeimarkt, terwijl de winkelmarkt inmiddels een verdringingsmarkt is geworden.

De Toekomstvisie Detailhandel 2008-2015 is in 2012 geëvalueerd met ambtenaren, raadsleden, de beleidsadviescommissie Economie & Werkgelegenheid en marktpartijen. Uit deze evaluatie zijn knelpunten en de noodzaak tot het maken van keuzes naar voren gekomen. De gemeenteraad heeft het initiatief genomen te komen tot een integrale actualisatie van het detailhandelsbeleid. Plannen worden bij de actualisatie van de detailhandelsvisie voor Almelo integraal afgewogen.

Doel

Doel is te komen tot een actuele en goed onderbouwde visie op de gewenste structuur van de detailhandel in Almelo voor de komende vijf jaar. Op basis van de gewenste winkelstructuur kunnen initiatieven van marktpartijen worden getoetst en kunnen besluiten worden gemotiveerd. De visie maakt keuzes en biedt de markt de benodigde kaders (structuur) om te kunnen investeren.

Werkwijze

Tijdens de totstandkoming van deze visie is veel aandacht geweest voor het proces. Met winkeliersverenigingen, marktpartijen met winkelpannen, raadsleden en de ambtelijke beleidsadviescommissie zijn gesprekken en discussies gevoerd (bijlage 1).

Leeswijzer

In hoofdstuk 2 worden de landelijke trends in de detailhandel geschetst en wordt de betekenis hiervan voor Almelo geduid. Hoofdstuk 3 gaat over de analyse van de huidige situatie en plannen en ontwikkelingen. Hoofdstuk 4 geeft de visie op de gewenste winkelstructuur, met daarna de gewenste functie en positie van de winkelgebieden en het beleids- en toetsingskader (hoofdstuk 5).

2 Trends in de detailhandel

De landelijke winkelmarkt is momenteel aan forse veranderingen onderhevig. Een aantal trends versterkt elkaar. Er vindt een wijziging plaats van een groei- naar een verdringsmarkt*.

2.1 Schaalvergroting gaat door

Enorme toename winkelaanbod

Het totale winkelloppervlak in Nederland is de afgelopen 10 jaar met 25% gegroeid tot circa 31 miljoen m² winkelvloeroppervlak (wvo) april 2013, waarvan 9,8% leeg staat (± 3 miljoen m² leegstand). Deze enorme toename van aanbod is het gevolg van schaalvergroting van winkels (kostenreductie, ruim assortiment) en realisatie van veel nieuwe winkelprojecten (vooral op perifere winkellocaties; buiten reguliere centra).

* zie ook: DTNP (2011), Dynamiek door Beleid, Hoe de overheid de winkelmarkt stimuleert (i.o.v. HBD en CBW-Mitex)

Schaalvergroting: kleine centra verdwijnen

Door het groeiende aanbod zijn de keuzemogelijkheden voor (de steeds mobielere) consumenten aanzienlijk toegenomen. Voor kleine winkelclusters is het steeds moeilijker om aan de toenemende eisen van de consument (compleet aanbod en keuze) te voldoen. Hierdoor vindt geleidelijk ook schaalvergroting plaats in de winkelstructuur. Het gevolg is dat het aanbod in kleinere winkelcentra verschaalt of zelfs uit de winkelstructuur verdwijnt.

Schaalvergroting: omvang per winkel neemt toe

Nieuwe winkelruimte is gemiddeld groot, kleine winkels verdwijnen vaker. De gemiddelde winkel groeide in 10 jaar tijd van circa 215 m² wvo naar circa 276 m² wvo in april 2013. Deze trend zet naar verwachting door.

Schaalvergroting: meer m², minder winkels

Doordat het winkelloppervlak sneller groeide dan de bevolking kreeg elke inwoner er in de afgelopen 10 jaar circa 20% winkelmeters bij. Het aantal verkooppunten (v/kp) per consument nam echter af, oftewel minder winkels per inwoner.

Schaalvergroting: steeds meer filialen

Het aandeel filiaalbedrijven in Nederland nam de afgelopen 10 jaar toe van 28% naar 37%. Ook dit is een vorm van schaalvergroting. Doel: vergroten van het marktaandeel. Ook deze trend zet naar verwachting door. Gevolg: het aantal filialen neemt toe, het aantal zelfstandige winkeliers neemt af.

2.2 Wijzigende bestedingen

Bestedingen nemen af

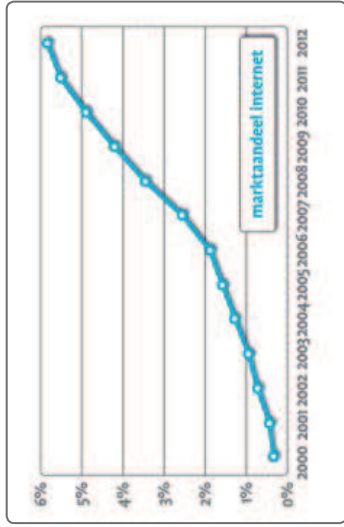
De groei van de bestedingen blijft achter bij de groei van het aanbod. Consumenten besteden minder als gevolg van de economische recessie. Daarnaast heeft vergrijzing een nadelig effect op de omzet, omdat ouderen minder besteden in de detailhandel (kleding, meubels, sport etc.) dan mensen in de opbouwfase van hun leven. Ook de krimp van de bevolking heeft in een aantal regio's negatieve effecten op de bestedingen.

Verschuiving bestedingen naar internet

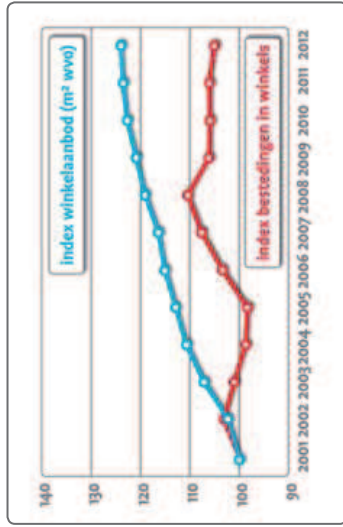
Bestedingen nemen niet alleen af, er vindt ook een verschuiving plaats naar webwinkels. De rol van internet is tot op heden nog bescheiden en groeide in de afgelopen 10 jaar



Winkels worden gemiddeld steeds groter



Marktaandeel aankopen via internet groeit gestaag



De bestedingen zijn niet meegegroeid met het aanbod

van 1% naar 6% marktaandeel. In bepaalde branches is het marktaandeel veel hoger (24% in vrije tijd, 17% in elektronica)*.

Naar verwachting komt internet als volwaardig aankoopkanaal de komende jaren verder op gang; techniek en logistiek ontwikkelen zich, generaties consumenten groeien op met internet. Het marktaandeel van internet in non-food detailhandelsbestedingen bedraagt inmiddels circa 10% en zal dit decennium toenemen. Ook is een toename van dagelijkse aankopen via internet te verwachten. Internet biedt bestaande winkels kansen op meer omzet (multichannel). In belangrijke mate zal dit vooral leiden tot een verschuiving van omzet en per saldo een afname van het winkeloppervlak.

2.3 Minder behoefte aan winkels

Leegstand door afnemende behoefte aan winkels

De gevolgen van de ontwikkelingen zijn groot in de winkelmarkt. De groei van internet, en demografische ontwikkelingen (krimp,

* I&O (2011), Koopstromenonderzoek Randstad 2011

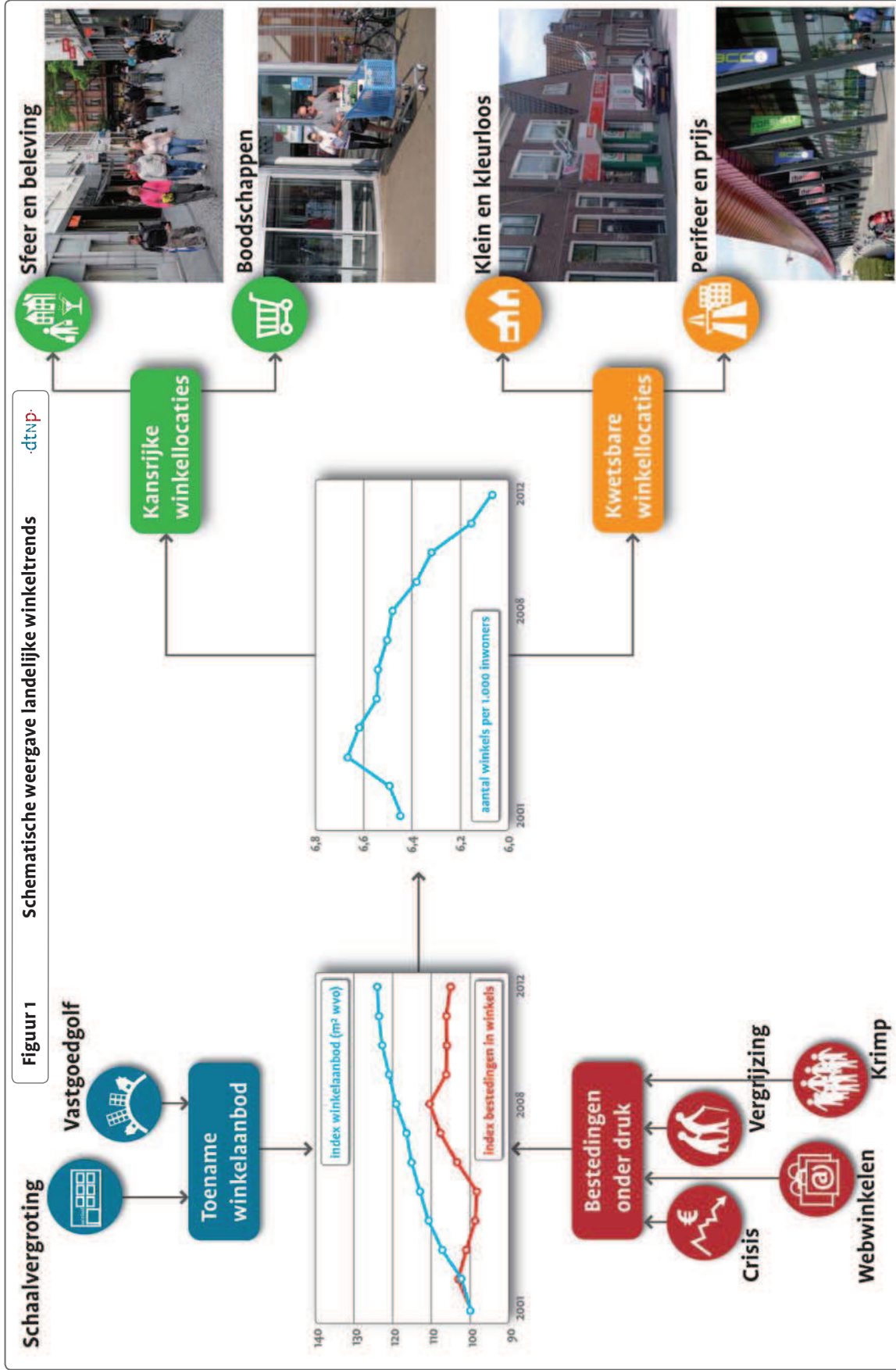
vergrijzing) leiden tot een afnemende behoefte aan fysieke winkels. Formules met een groot oppervlak en/of veel vestigingen verdringen kleinschalige spelers. Naar verwachting zal het winkelaanbod hierdoor de komende jaren afnemen, met een toename van structurele leegstand tot gevolg. Landelijk bedraagt de gemiddelde leegstand al 9,8%.

Meer zelfstandigen met pensioen zonder opvolger

Circa 40% van de zelfstandige winkeliers is ouder dan 50, eenzesse zelfs ouder dan 60 jaar. Meer dan voorheen gaan zelfstandigen stoppen. Door het ongunstige toekomstperspectief hebben zij in toenemende mate moeite een goede opvolger te vinden. Veel winkels sluiten zonder opvolging.

De nieuwe winkelmarkt: gevolgen selectief

De ontwikkelingen in de winkelmarkt hebben verschillende gevolgen per type winkelgedrag en type winkelgebied. Per saldo zullen winkels op goede locaties winkels op zwakke locaties verdringen. Dit betekent bedreigingen (toename van structurele leegstand) voor het ene winkelgebied, en kansen voor het andere (figuur 1). Grote hoofdcentra (binnensteden)



hebben een sterke uitgangspositie door het grote aanbod en kunnen zich met sfeer en beleving onderscheiden van internet. Ook boodschappencentra blijven kansrijk, mits het aanbod compleet is en keuze biedt in de nabijheid van de consument (gemak). Winkellocaties die hier niet aan voldoen doordat het aanbod te beperkt is of doordat ze buiten reguliere winkelgebieden liggen, zijn kwetsbaar.

Van de groeigedachte van de afgelopen jaren moet definitief afscheid genomen worden. Dit betekent niet dat er nergens meer geïnvesteerd kan worden. Wel zijn selectieve keuzes in de structuur noodzakelijk: alleen nog op die locaties investeren die de detailhandelsstructuur kwalitatief versterken.

2.4 Almelo in relatie tot de trends

Te ruim winkelaanbod in de gemeente Almelo

De landelijke trends in de detailhandel zijn ook in Almelo zichtbaar. Het aantal winkels is de afgelopen jaren afgenomen. Gemiddeld zijn de winkels wel groter geworden. Toevoeging van winkelmeters heeft de afgelopen vijf jaar per saldo vooral geleid tot een toename van

leegstand (figuur 2). De leegstand bedraagt inmiddels circa 20% van het totaal aan winkelpanden. Door teruglopende winkelbestedingen zal het winkelapparaat in kwantiteit verder afnemen. Door de verdringingsmarkt en grote onzekerheid over de verschillende ontwikkellocaties wordt door de markt nergens geïnvesteerd.

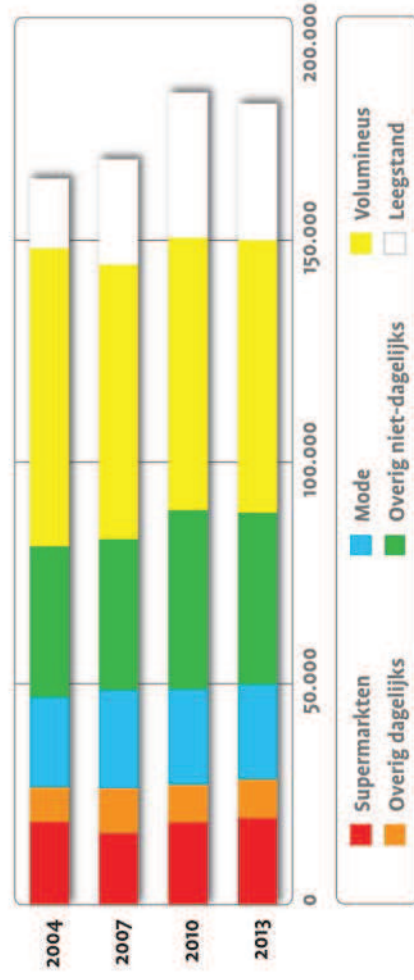
Potenties aantrekkelijk winkelaanbod aanwezig

Draagvlak voor een behoorlijk winkelprogramma in Almelo blijft bestaan, ondanks afnemende bestedingen. Dit is het voordeel van een stad met circa 72.800 inwoners en

(nog steeds) een regiofunctie. In tegenstelling tot regio's met een sterke vergrijzing en afname van het inwonertal heeft Almelo een relatief sterke uitgangspositie. De huidige winkelstructuur biedt aanknopingspunten een aantrekkelijk dagelijks, modisch en overig recreatief, en volumineus winkel-aanbod in de gemeente te behouden. Gezien de autonome trends moet hierbij uitgegaan worden van kwaliteit boven kwantiteit (minder winkels).

In de volgende hoofdstukken wordt het belang van duidelijke keuzes in de detailhandelsstructuur nader onderbouwd.

Figuur 2 Winkelaanbod gemeente Almelo (m² wvo), ontwikkeling in de afgelopen 10 jaar



Bron: Locatus, april 2013

3 Uitgangspositie

3.1 Ligging en kenmerken

Middelgrote stad in westen van Twente

De gemeente Almelo ligt in het westen van de regio Twente en telt circa 72.800 inwoners*. Naast de hoofdkern Almelo (± 69.500 inwoners) bestaat de gemeente uit de kleine kernen Bornebroek (± 1.800 inwoners) en Aadorp (± 1.500 inwoners). Het inwonertal van de gemeente neemt naar verwachting de komende jaren toe, tot circa 74.300 in 2020**.

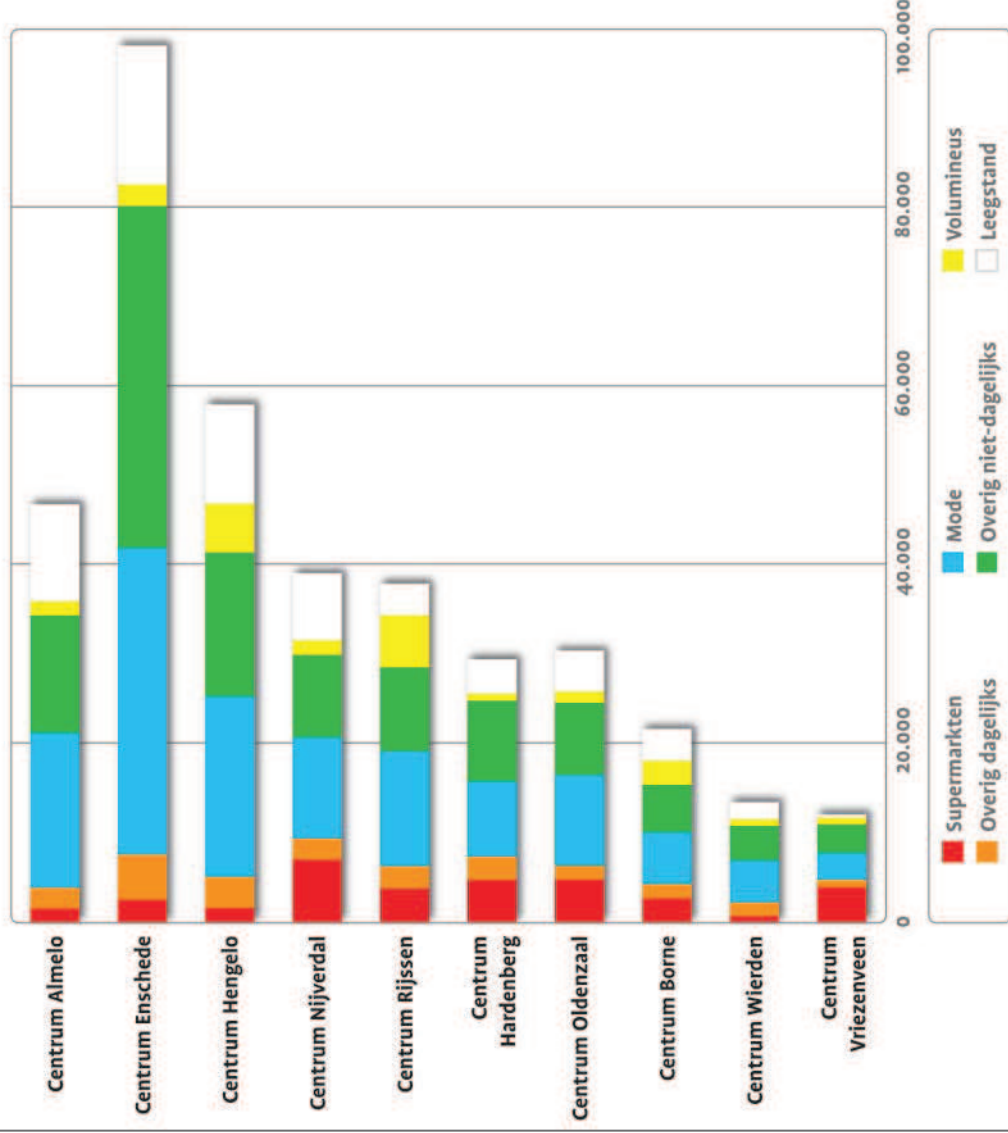
Sterk regionaal aanbod

Almelo is de derde stad van Twente, na Enschede en Hengelo. De binnenstad van Enschede en Plein Westermaat zijn regionaal functionerende winkelgebieden (kaart 1). Afgelopen jaren is een aantal centra in de regio versterkt. Hierdoor hebben de kleinere kernen Nijverdal, Rijssen en Hardenberg inmiddels een centrum dat qua omvang bijna vergelijkbaar is met het centrum van Almelo (figuur 3). Desondanks blijkt uit recent

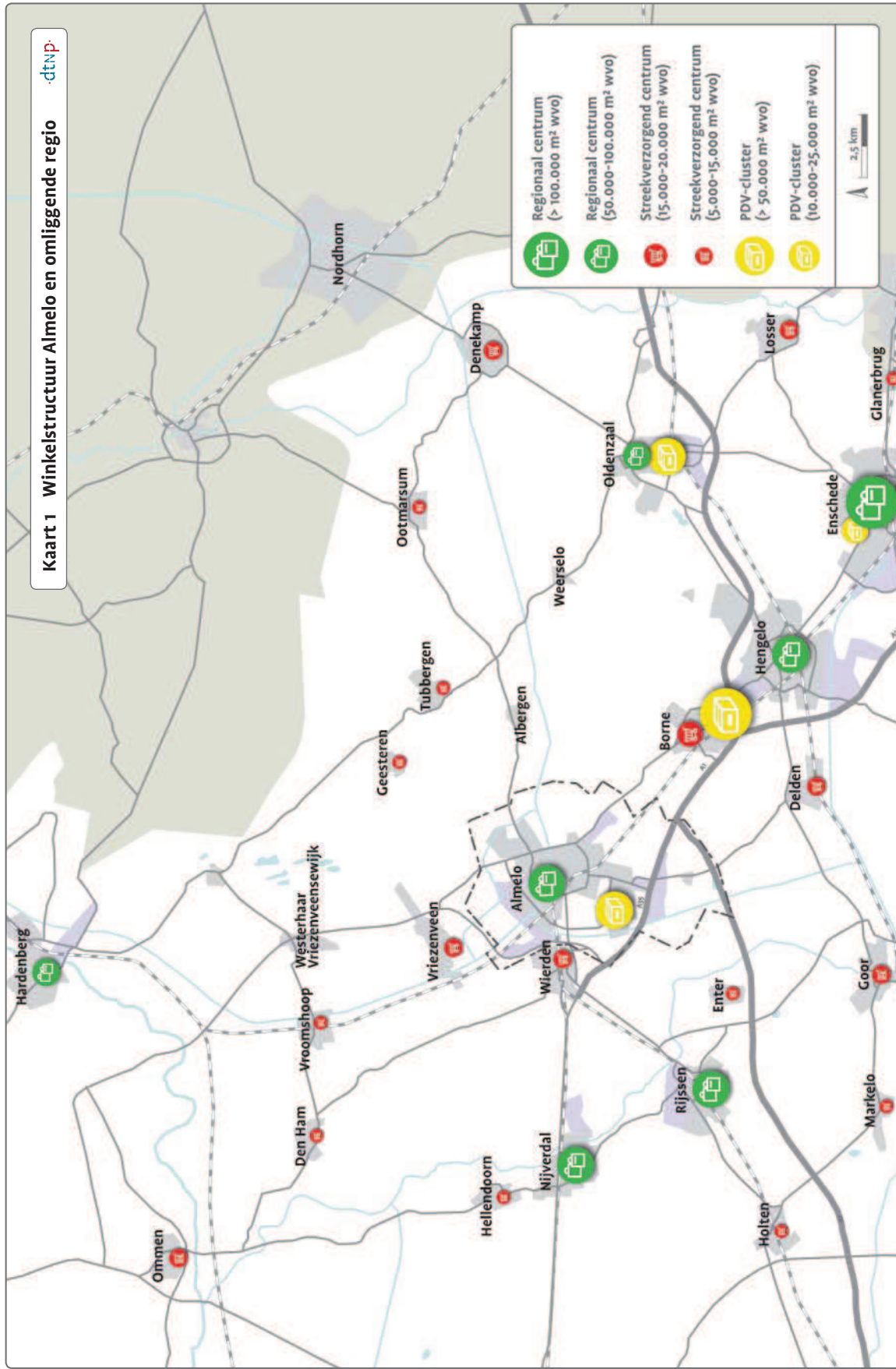
* Gemeente Almelo (2013), peildatum 1 januari 2013

** Gemeente Almelo (2013), Eindrapport scenario's grondbedrijf (prognose mediaanvariant)

Figuur 4 Winkelaanbod Almelo-centrum en centra in de regio (m² wvo)



Bron: Locatus, april 2013



koopstromenonderzoek nog steeds een regiofunctie* (o.a. Wierden, Vriezenveen en Tubbergen). In belangrijke mate wordt de regiofunctie bepaald door het centrum en de woonboulevard. Het vasthouden van de huidige regiofunctie is, gezien de regionale concurrentiekracht, een uitdaging.

3.2 Winkelaanbod Almelo

Ruim winkelaanbod, veel leegstand

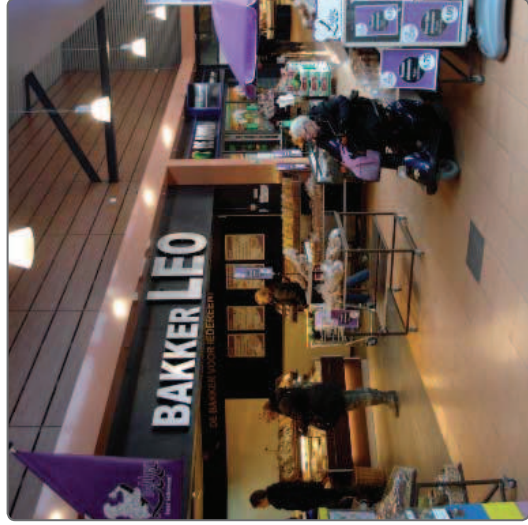
Winkelaanbod in de gemeente Almelo heeft een omvang van circa 150.000 m² wvo, verdeeld over circa 370 winkels. Nagenoeg al het aanbod is in de kern Almelo gevestigd. De omvang van het winkelaanbod is iets groter dan gemiddeld in kernen met een

vergelijkbaar inwonertal (figuur 5). Alle branchegroepen hebben een gemiddelde of beperkt bovengemiddelde omvang. Aanbod in de branches warenhuis en doe-het-zelf is relatief beperkt. Een overzicht van de gehanteerde branche-indeling, en het aanbod per hoofdbranche en een begrippenlijst zijn opgenomen in bijlage 2 t/m 4.

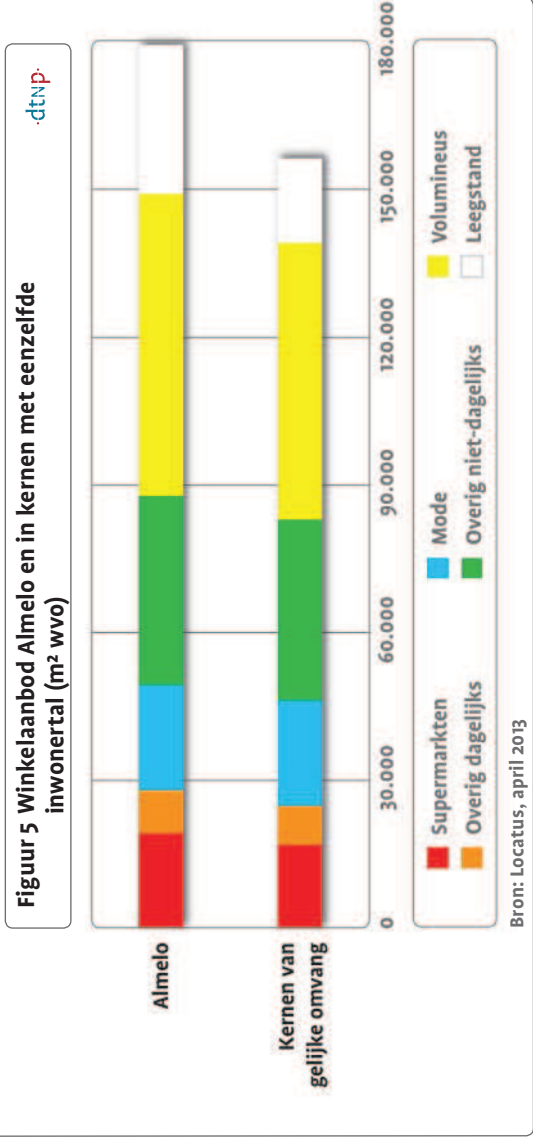
* I&O (2010), Koopstromenonderzoek 2010, Regiorapport Twente



Centrum grootste winkelgebied

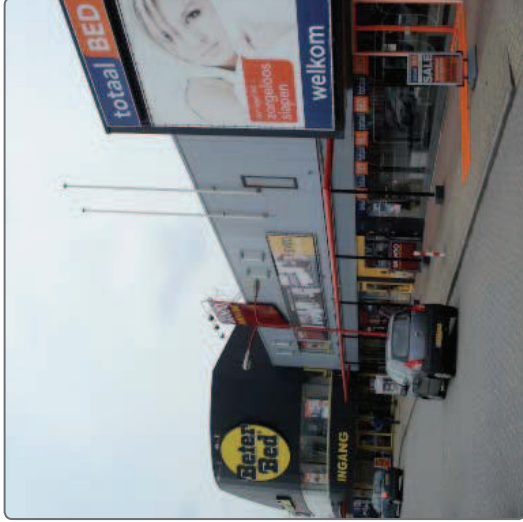


Dagelijkse winkelaanbod in wijkwinkelcentra





Centrum: vooral modisch en overig recreatief aanbod



Volumineus aanbod op de woonboulevard

Leegstaand commercieel oppervlak dat beschikbaar is voor winkels in de gemeente Almelo heeft een omvang van circa 30.200 m² wvo (± 130 panden). Hiervan wordt circa 1.400 m² wvo (14 panden) in het centrum strategisch leeggehouden in afwachting van realisatie van het centrumplan. Exclusief strategische leegstand is het aandeel leegstand in het totale aanbod circa 16% van het oppervlak. Dit is ruim anderhalf keer zoveel als gemiddeld in Nederland (bijna 10%).

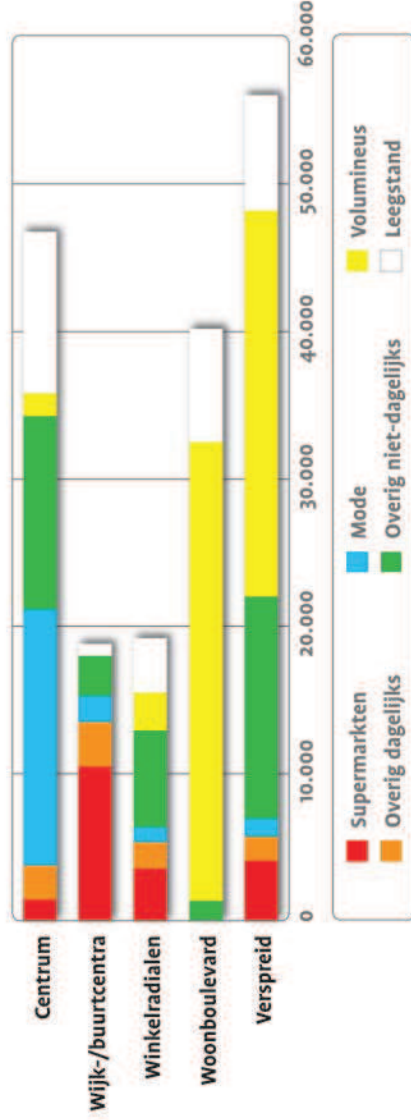
3.3 Spreiding winkelaanbod

Duidelijke thematisering winkelgebieden

De huidige detailhandelsstructuur van Almelo is in de basis helder (kaart 2).

- Het centrum is het grootste winkelgebied en profileert zich door het modische en overige niet-dagelijkse winkelaanbod als het recreatieve hoofdwinkelgebied van Almelo en de omliggende kernen. Nage-noeg alle mode (kleding en schoenen) is in het centrum geconcentreerd (figuur 6).
- De woonboulevard is in omvang het tweede winkelgebied en het aanbod bestaat hoofdzakelijk uit woonzaken en twee bouwmarkten. De woonboulevard is

Figuur 6 Spreiding winkelaanbod in de gemeente Almelo (m² wvo)



Bron: Locatus, april 2013

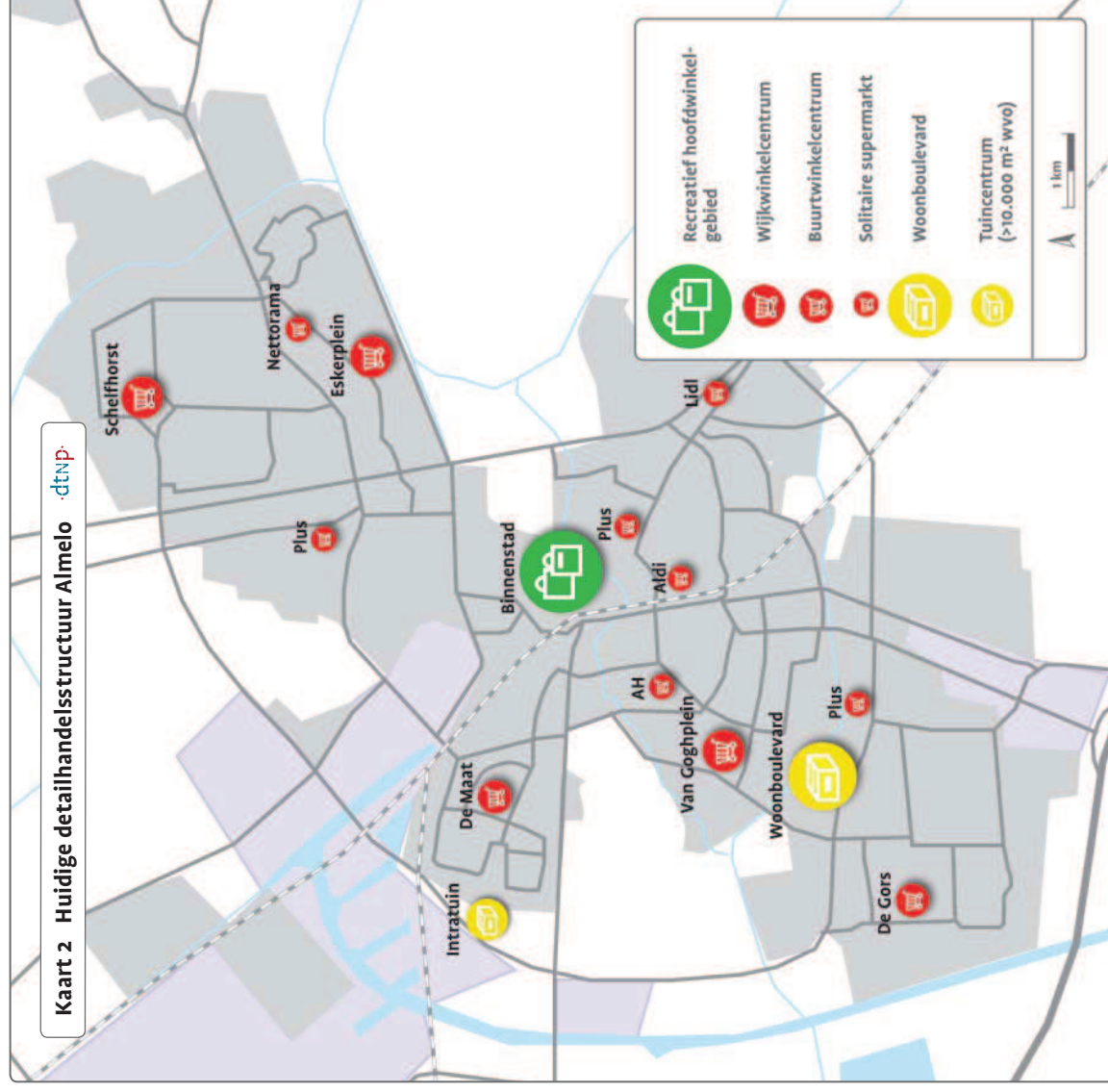
hiermee de locatie voor volumineuze aankopen (woninginrichting en doe-het-zelf) in de gemeente.

- De wijk- en buurtwinkelcentra hebben een zeer duidelijke boodschappenfunctie voor de wijk. Supermarktaanbod vormt in deze centra de basis voor inwoners uit de wijk, voor het doen van frequente aankopen (boodschappen). Het overige winkelaanbod heeft een duidelijk boodschappenkarakter.

Relatief veel verspreid winkelaanbod

Bijna de helft van het winkelaanbod is buiten een winkelgebied (winkelradialen en overig verspreid) gevestigd. Het centrum heeft mede hierdoor een relatief beperkte omvang en ook potenties voor compleet en divers boodschappenaanbod in de wijken worden niet optimaal benut door verspreid gevestigde supermarkten (kaart 2). Behalve in de wijk- en buurtwinkelcentra is de leegstand op alle locatietypen aanzienlijk (figuur 6).

In bijlage 5 is een korte sterkte-zwakteanalyse per winkelgebied opgenomen. Hierna volgt een korte typering van het huidige aanbod in en de functie en positie van de verschillende winkelgebieden.



3.4 Centrum Almelo

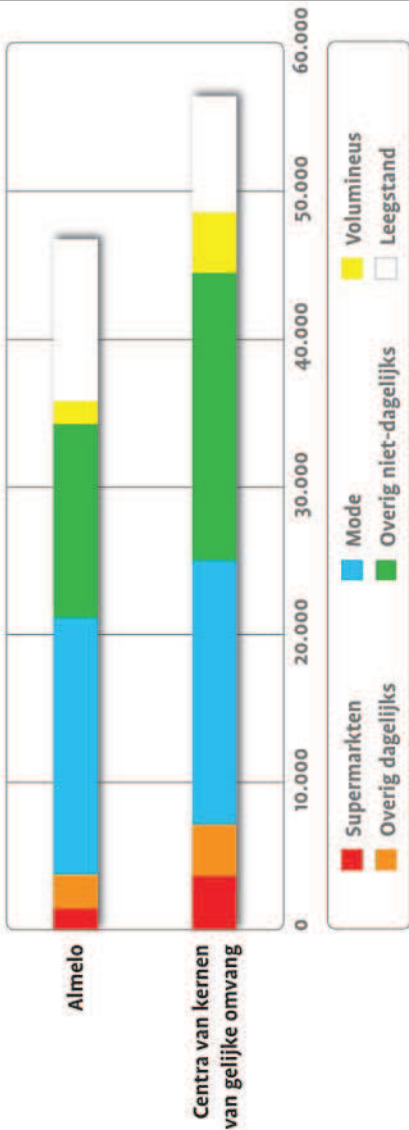
Hoofdwinkelgebied met recreatieve functie

Het centrum telt circa 180 winkels met een totale winkelomvang van 35.800 m² wvo. Het winkelaanbod bestaat hoofdzakelijk uit recreatief winkelaanbod. Met name het mode-aanbod is relatief sterk. Het winkelaanbod bestaat uit een aantrekkelijke mix van ketens en zelfstandigen en van grote en kleine winkels. Publiekstrekkers in deze branche-groep zijn H&M, C&A, Duthler en Jac Hensen. Andere grote winkels (> 500 m² wvo) in het centrum zijn Albert Heijn, Hema, Bristol, Scapino, Action, Big Bazar, Bart Smit, Xenos, Scheer & Foppen en Telstar Sport. Echt grootschalige publiekstrekkers ontbreken (bijlage 5).

Het centrum heeft een duidelijke recreatieve winkelfunctie. Uit zeer recent onderzoek onder inwoners van Almelo blijkt dat winkelen/shoppen voor circa tweederde van de respondenten de belangrijkste reden van een bezoek aan de binnenstad is (op enige afstand gevolgd door bezoek aan horeca en de weekmarkt)*.

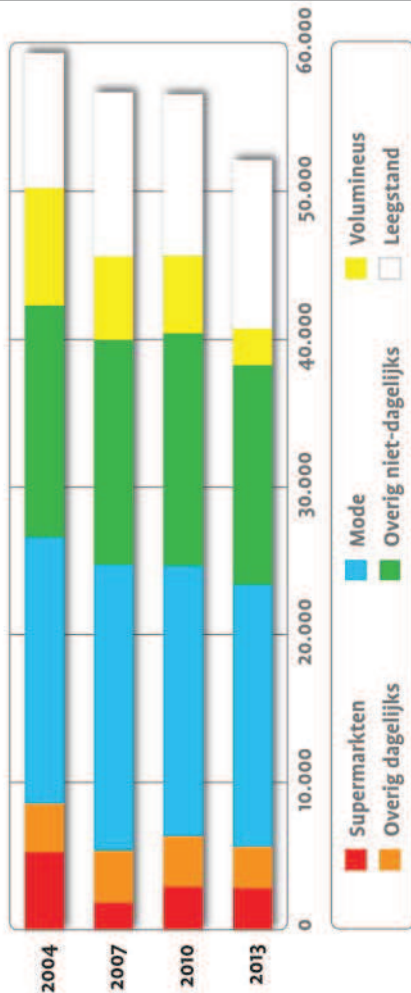
* Gemeente Almelo (2013), Kernresultaten winkelen in Almelo omnibuspanel (afdeling onderzoek en statistiek, afname februari 2013)

Figuur 7 Winkelaanbod Almelo-centrum en in centra van kernen met eenzelfde inwonertal (m² wvo)



Bron: Locatus, april 2013

Figuur 8 Winkelaanbod Almelo-centrum (m² wvo), ontwikkeling in de afgelopen 10 jaar



Bron: Locatus, april 2013

Naast het ingevulde aanbod staan circa 60 panden leeg (ruim 20%). Exclusief de strategische leegstand gaat het om circa 45 panden met een omvang van 9.500 m² wvo. De leegstand ligt ver boven de frictieleegstand (4 à 6%) en ook boven het gemiddelde in dergelijke centra.

Centrum relatief klein

In steden met een vergelijkbaar aantal inwoners is het centrum doorgaans groter (figuur 7) en loopt langzaam terug (figuur 8*). Het ondergemiddelde aanbod kan door meerdere met elkaar samenhangende factoren verklaard worden:

- relatief veel sterke gelijke of sterkere centra in de regio;
- groot niet-dagelijks aanbod buiten het centrum;
- plannen voor niet-dagelijks aanbod buiten het centrum;
- het uitblijven van centrumplannen die het aanbod versterken en moderniseren;
- teruglopende kooporiëntatie vanuit de gemeente en regio op Almelo centrum.

* Winkelradiaal Bornsestraat wordt door Locatus tot het centrum gerekend. Om de historische reeks te kunnen maken is deze afwijkende centrumafbakening aangehouden.

3.5 Woonboulevard

Locatie grootschalige woonzaak en bouwmarkt

In omvang is de woonboulevard (± 32.500 m² wvo) vergelijkbaar met de binnenstad. Het aantal winkels (ruim 20) is veel kleiner. De woonboulevard is de locatie voor grootschalige woonzaken. In combinatie met de twee bouwmarkten is de woonboulevard het PDV-cluster in de gemeente.

Recent is door nieuwe invullingen de zorgelijk grote leegstand op de woonboulevard enigszins afgenomen. De leegstand beslaat 5 units (met name aan de oostzijde) en bedraagt circa 7.700 m² wvo (peildatum april 2013).

3.6 Wijk- en buurtwinkelcentra

Wijkcentra met compleet boodschappenaanbod

In Almelo zijn drie wijkwinkelcentra:

Eskerplein, Schelfhorst en Vincent van Goghplein (kaart 2 en figuur 9). Alle drie de centra zijn te typeren als complete boodschappencentra met een sterke verzorgingsfunctie voor de wijk. Het winkelaanbod in deze centra bestaat uit 2 à 3 supermarkten en overig dagelijks aanbod:



Veel leegstaande panden in het centrum



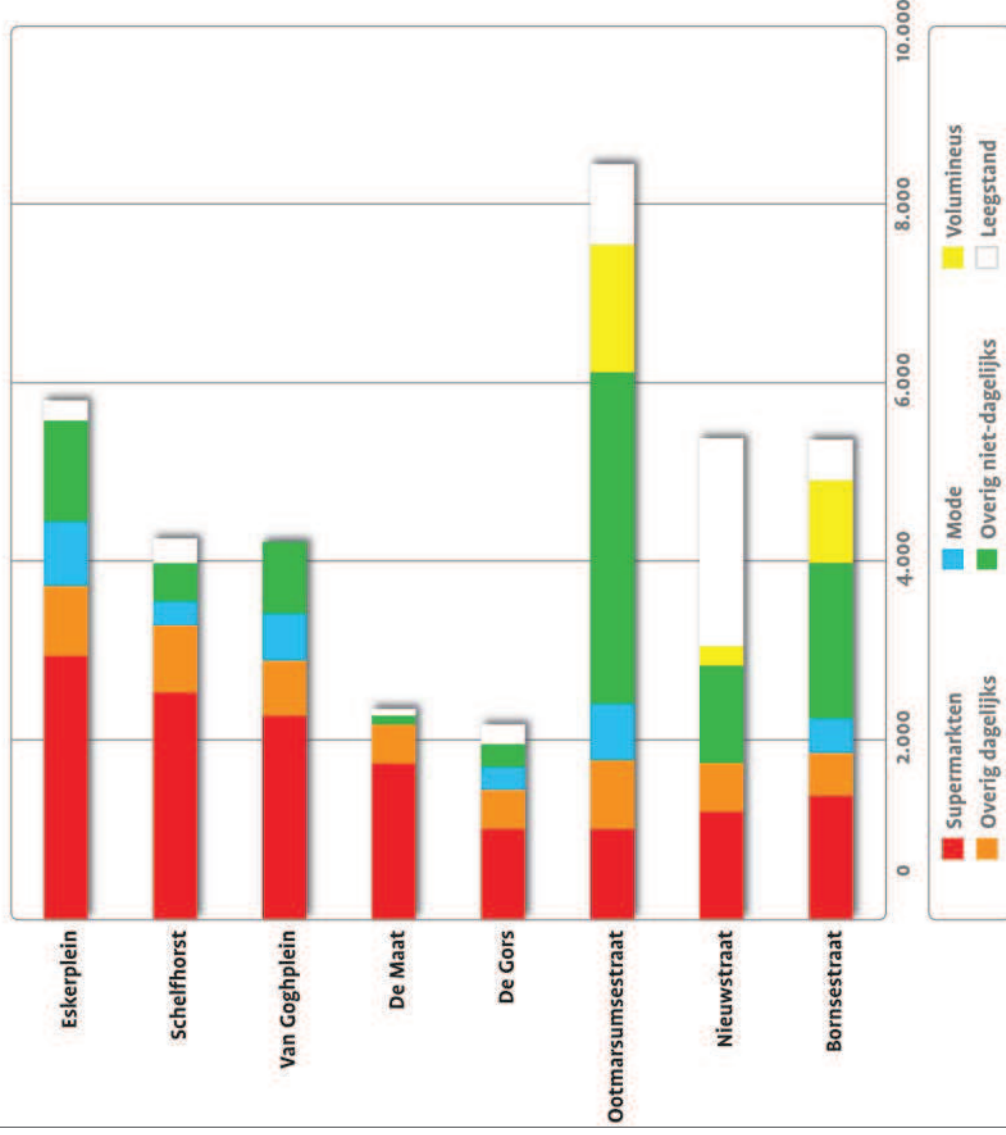
Woonboulevard is enige PDV-cluster in gemeente



Schelfhorst is een compleet boodschappencentrum

Figuur 9 Winkelaanbod in wijk- en buurtwinkelcentra en in winkelradialen (m² wvo)

dtnp



Bron: Locatus, april 2013

(vers-)speciaalzaken en drogist. Aanvullend aan de boodschappenfunctie zijn er winkels in huishoudelijke textiel/basismode, bloemen en lectuur. Dit aanbod in niet-dagelijkse branches wordt in belangrijke mate meegenomen bij de frequente aankopen. De wijkwinkelcentra kennen nagenoeg geen winkelleegstand. Het Eskerplein heeft een bijzondere positie doordat het onderdeel uitmaakt van de winkelradiaal Ootmarsumsestraat.

De meeste grote wijken (> 10.000 inwoners) beschikken over een wijkwinkelcentrum. De wijken Windmolenbroek en De Riet/Hofkamp beschikken echter over niet meer dan een buurtwinkelcentrum en/of situatie met solitaire supermarkten.

Buurtwinkelcentra met beperkt aanbod

Winkelgebieden De Maat en De Gors zijn eveneens te typeren als wijkgericht boodschappencentrum. Deze centra hebben echter een minder compleet aanbod. Winkelaanbod in De Maat bestaat uit twee kleinschalige supermarkten en een zeer beperkt overig winkelaanbod. Het ontbreken van een uitgebreider aanbod wordt in belangrijke mate verklaard door het beperkte

draagvlak (inwonertal Wierdensehoek (ook bekend als Aalderinkshoek), bijlage 5). De Gors heeft een uitgebreider overig aanbod, maar heeft slechts één supermarkt als publiekstrekker. De Maat en De Gors zijn hierdoor in de huidige situatie te typeren als buurtwinkelcentra.

Divers aanbod en leegstand in de winkelradialen

In de stad Almelo zijn de drie winkelradialen Ootmarsumsestraat, Nieuwstraat en Bornsestraat te onderscheiden. Kenmerkend voor de winkelradialen is dat het winkelaanbod hoofdzakelijk bestaat uit zelfstandige ondernemers met winkels in allerlei dagelijkse en niet-dagelijkse branches en dat deze winkels over een zeer lang gebied verspreid zijn. Door deze spreiding kan niet gesproken worden over een samenhangend winkelgebied. Winkelaanbod wordt afgewisseld met leegstand, woningen en andere functies. In de Nieuwstraat is de winkelfunctie zelfs niet (meer) de dominante functie in de straat. In alle drie de winkelradialen is een supermarkt gevestigd* (solitaire supermarkten op kaart 2).

In de winkelradialen (en overig verspreide bewinkeling) mag de komende jaren, mede door vergrijzing van de zelfstandige ondernemers en

verdringingseffecten van sterkere locaties, een afname van het aantal winkels verwacht worden.

De Ootmarsumsestraat heeft een van oudsher uitgebreid en divers winkelaanbod. Door de aanwezigheid van het complete wijkwinkelcentrum Eskerplein heeft deze straat een sterke positie in de winkelstructuur.

3.7 Overige verspreide bewinkeling

Solitaire winkels op overige locaties

Verspreide bewinkeling, naast de winkelradialen, is er veel en is divers. Op allerlei locaties in woongebieden en bedrijventerreinen zijn grote en kleine winkels gevestigd. Veel verspreid aanbod valt onder de branche overig niet-dagelijks of volumineus aanbod. Een kwart van de in totaal 48.200 m² aan verspreide bewinkeling komt voor rekening van één zeer grote schalige winkel: Intratuin van circa 12.800 m² wvo (kaart 2). Een andere grote solitaire winkel is Kees Smit Tuinmeubelen (± 3.500 m² wvo).

Op solitaire locaties zijn, naast drie supermarkten in de winkelradialen, nog eens vier supermarkten gevestigd (kaart 2). De aanbodstructuur in Almelo is sterk versnipperd.



Incompleet aanbod winkelcentrum De Gors



Winkelfunctie in Nieuwstraat nog maar beperkt



Zelfstandige ondernemers in Ootmarsumsestraat

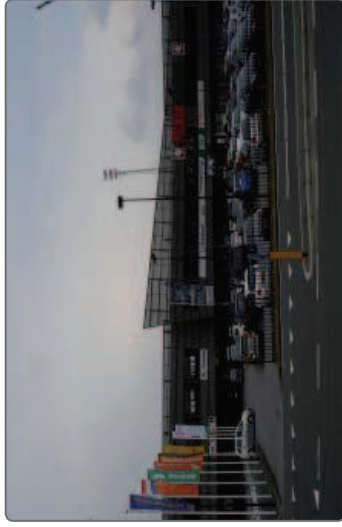
* Albert Heijn sluit binnenkort haar vestiging aan de Nieuwstraat (verplaatsing naar Violierlocatie)



Veel solitaire supermarkten



Spar biedt basisvoorziening inwoners Bornebroek



Plannen op nieuwe locaties, o.a. bij Heraclesstadion

ABC-goederen geen onderdeel winkelstructuur

Detailhandel in auto's, boten en caravans (ABC-goederen) en brand- en explosie-gevaarlijke goederen maakt geen onderdeel van het reguliere winkelaanbod. In hoofdstukken 4 en 5 is aangegeven hoe initiatieven in deze niet reguliere branches te beoordelen.

Zeer beperkt aanbod in Bornebroek en Aadorp

Het winkelaanbod in de kleine kernen Bornebroek en Aadorp is zeer beperkt. Bornebroek beschikt over een kleinschalige supermarkt (Spar: $\pm 400 \text{ m}^2$ wvo), een bakker en drie andere verspreid gevestigde winkels (totaal $\pm 750 \text{ m}^2$ wvo). Eén pand staat leeg. Winkel-aanbod in Aadorp ($\pm 200 \text{ m}^2$ wvo) bestaat uit een winkel in tuinartikelen en een scooter-winkel. Draagvlak voor een uitgebreider winkelaanbod ontbreekt in deze kleine kernen.

3.8 Winkelplannen

Diverse winkelontwikkelingen toegestaan

In de gemeente Almelo zijn meerdere winkel-ontwikkelingen reeds toegestaan (kaart 3)*:

* Voor deze plannen geldt dat besluitvorming heeft plaatsgevonden: opgenomen in bestemmings-plannen of dat zeer binnenkort worden en/of dat hier een raadsbesluit aan ten grondslag ligt. Of hier uitvoering aan gegeven wordt, is afhankelijk van de betreffende marktpartij.

- Hornbach, locatie Rhijnbeek: 15.000 m² brutovloeroppervlak (bvo) grootschalige bouwmarkt annex tuincentrum;
- Heraclesstadion: 10.000 m² bvo, bestaande uit grootschalige sportwinkels ($> 1.000 \text{ m}^2$ bvo) en vervanging en vergroting bestaande supermarkt tot 1.750 m² bvo;
- Binnenstad: 6.700 m² bvo toevoeging ten opzichte van het bestaande aanbod in de eindsituatie van de centrumplan**, waarbij ingezet wordt op meer grote units op centrale locaties in het kernwinkelgebied***;
- Almelo Nouveau: 3.400 m² bvo voor een supermarkt van 2.000 m² bvo (verplaatsing EmTé Van Goghplein) en 7 à 9 kleine winkelunits;
- Zuiderstraat: 2.500 m² bvo uitbreiding, bestaande uit toevoeging supermarkt van 2.100 m² bvo (Jumbo), uitbreiding Aldi en 2 kleine winkelunits;
- Violierlocatie: 2.200 m² bvo voor een supermarkt van 1.730 m² bvo

** Gemeente Almelo (2011), Ruimtelijk plan voor de binnenstad van Almelo, Een vernieuwde binnenstad, Almelo vaart er wel bij! (vastgesteld door de gemeenteraad op 22 november 2011)

*** Gemeente Almelo werkt momenteel aan herijking van het plan en overweegt een kleiner winkel-programma (mogelijk kleiner dan huidige situatie)

(verplaatsing Albert Heijn Nieuwstraat*)

en 4 kleine winkelunits;

- Wendelgoor: 1.500 m² bvo voor een supermarkt in een hal met detail-handelsbestemming.

De toegestane plannen hebben een omvang van meer dan 38.000 m² bvo, (exclusief vervangingsmeters). Dit komt neer op een toevoeging van circa 30.000 m² aan extra winkelvloeroppervlak**.

Extra winkelplannen

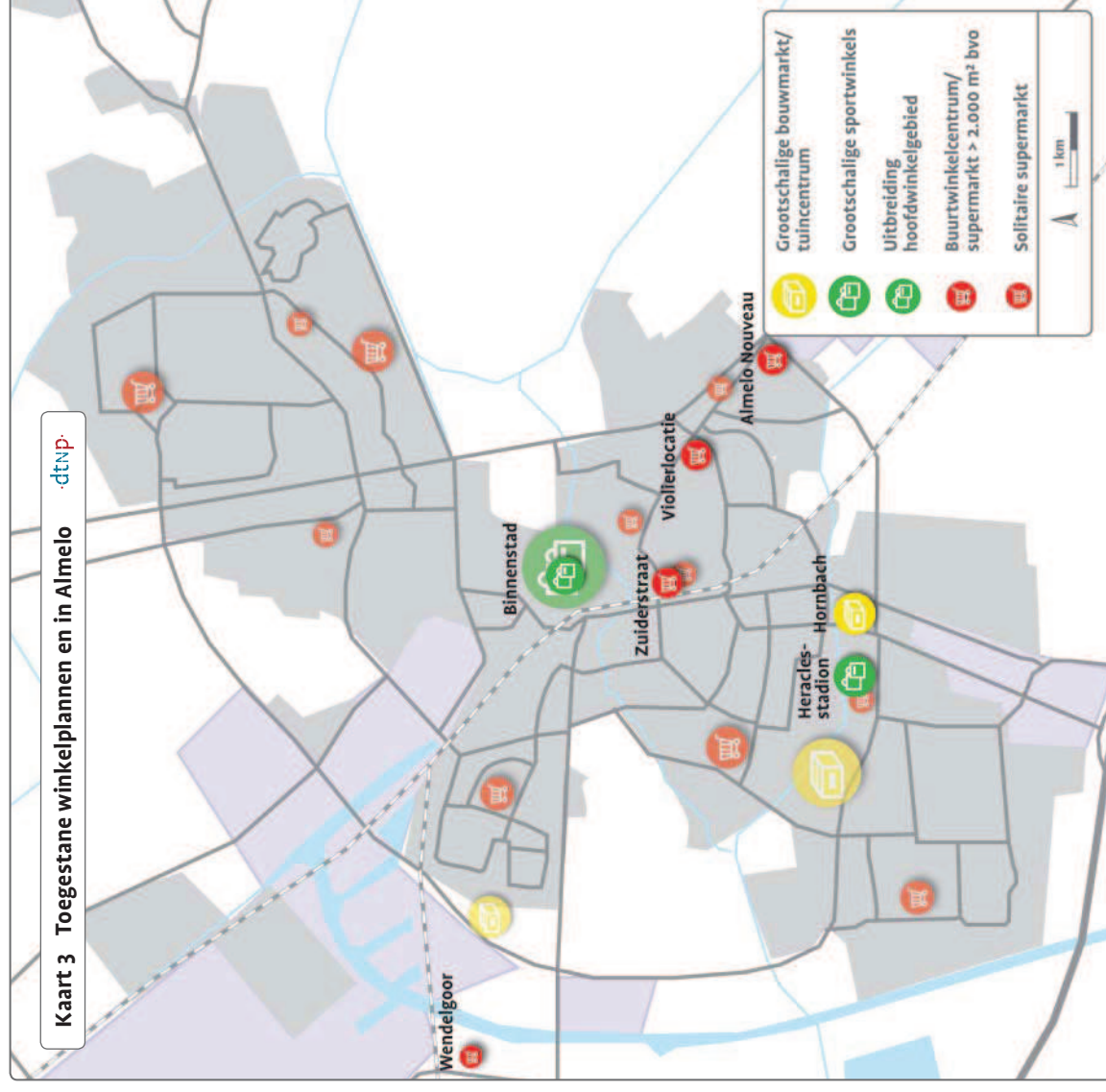
Bovenop de bestaande winkelstructuur en de toegestane plannen spelen in de gemeente Almelo nog een aantal winkelinitiatieven. Voor deze wensen heeft nog geen besluitvorming plaatsgevonden (kaart 4):

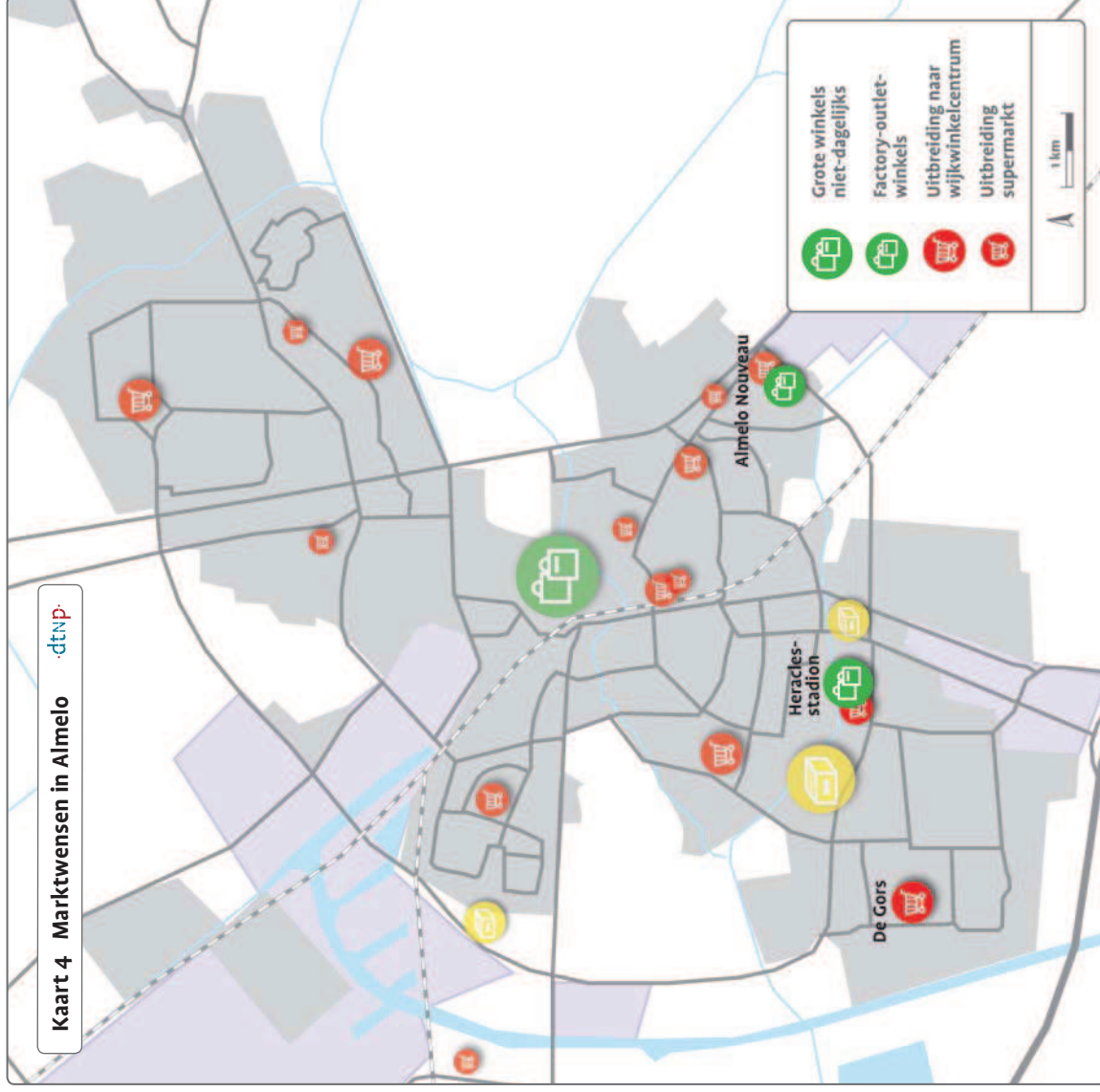
- Heraclesstadion: circa 20.000 m² bvo***, 10.000 m² bvo extra voor verdere vergroting bestaande supermarkt en

* Na verplaatsing van Albert Heijn verliest de achtergebleven locatie aan de Nieuwstraat haar detailhandelsbestemming. De ontwikkeling op de Viollerlocatie is daarmee geen (grote) toevoeging van winkelaanbod.

** Winkelvloeroppervlak (wvo) bedraagt gemiddeld circa 80% van het totale brutovloeroppervlak, zie begrippenlijst.

*** Gemeente Almelo (22 maart 2013), Memo gemeenteraad





- (grootchalige) winkels in diverse reguliere detailhandelsbranches;
- Almelo Nouveau: 8.000 m² bvo met factory outlet-winkels (kleine en middelgrote units voor hoofdzakelijk mode) naast het reeds toegestane dagelijkse winkelprogramma;
 - De Gors: circa 1.800 m² bvo voor toevoeging tweede supermarkt en twee kleine winkelunits.

Bij ontwikkeling van bovengenoemde plannen, wordt circa 20.000 m² bvo aan winkelruimte in Almelo toegevoegd (ruim 15.000 m² wvo).

3.9 Indicatie distributieve mogelijkheden

Geen uitbreidingsruimte in huidige situatie

Op basis van de meest actuele beschikbare lokale gegevens* en algemene kengetallen** is een indicatieve berekening gemaakt van de distributieve ruimte voor dagelijks en niet-dagelijks winkelaanbod in Almelo anno 2013.

* Gemeente Almelo, inwonertal per 1 januari 2013; Locatus, winkelaanbod situatie april 2013; I&O, koopstroomgegevens 2010; CBS, inkomen per inwoner 2010

** HBD (2012), Omzetkengetallen ten behoeve van ruimtelijk-economisch onderzoek (gemiddelde omzetten en vloerproductiviteiten winkelaanbod)

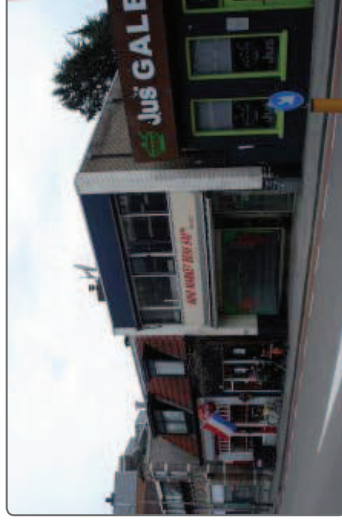
Uit deze indicatieve berekening komt naar voren dat er op dit moment sprake lijkt te zijn van overaanbod. Ondanks de positieve koopstroomgegevens uit 2010 (hoge binding en hoge toevoeling) is er een negatieve distributieve ruimte, voor zowel het dagelijkse (indicatie -5.000 m² wvo) als het niet-dagelijkse (indicatie: -25.000 m² wvo) winkelaanbod (exclusief leegstand). Voor de berekening en toelichting, zie bijlage 5.

3.10 Conclusie analyse

- Almelo heeft een ruim winkelaanbod. In alle branchegroepen is het aanbod gemiddeld of iets groter. Het centrum is kleiner dan centra van gelijke kernen.
- In de basis is de detailhandelsstructuur helder gepositioneerd met het recreatieve hoofdwinkelgebied (mode en overig recreatief winkelaanbod), woonboulevard (volumineus aanbod) en de wijk- en buurtwinkencentra (dagelijks aanbod).
- Er zijn echter nog meer winkellocaties (winkelradialen, solitaire supermarkten en overige verspreid gevestigde winkels) die de heldere hoofdstructuur ondermijnen.
- Op alle locatietypen, behoudens de wijkwinkencentra, is veel leegstand.
- Realisatie van winkelpannen betekent meer winkelaanbod en -locaties. Potenties voor winkelaanbod worden bij ontwikkeling verdeeld over nog meer locaties.
- Op dit moment is sprake van overaanbod. Uit een indicatieve berekening lijkt er reeds circa 30.000 m² wvo meer aanwezig te zijn dan op basis van kengetallen voldoende kan functioneren. Bij deze berekening zijn de huidige leegstand (± 28.800 m² wvo), toegestane winkelontwikkelingen (± 30.000 m² wvo) en zachte plannen en wensen (± 15.000 m² wvo) niet meegerekend.
- Toename van het inwonertal (prognose + 1.500 inwoners tot 2020) en investeringen in de aanbodstructuur zullen de overmaat aan planvoorraad slechts beperkt kunnen reduceren en zullen teniet gedaan worden door teruglopende winkelbestedingen (o.a. door meer internetverkoop). Per saldo is nu en op termijn (2018 en daarna) behoefte aan een winkelaanbod in Almelo van een beperktere omvang dan anno 2013 reeds beschikbaar is.



Winkelpannen buiten bestaande structuur



Op bijna alle locaties is momenteel leegstand



Geen distributieve ruimte voor uitbreiding



Keuzes in locaties voor winkels hard nodig



Focus geeft markt meer zekerheid voor investeringen



Ambitie: gezonde winkelstructuur met sterk centrum

4 Visie

4.1 Ambitie en uitgangspunten

In Almelo is sprake van een verdringsmarkt

Uit de analyse van de uitgangspositie blijkt dat zonder de ontwikkeling van nieuwe

winkelmeters een situatie van overaanbod is.

Er is sprake van een verdringsmarkt.

Vanuit kwantitatief oogpunt is er geen reden om het winkelaanbod uit te breiden. Gezien de voortgaande autonome winkeltrends en mag eerder worden verwacht dat het aantal winkels de komende jaren verder zal afnemen.

Keuzes in de detailhandelsstructuur nodig

Marktruimte voor netto uitbreiding van het winkelaanbod ontbreekt. Investerings in de detailhandelsstructuur zijn echter wel gewenst. Keuzes in locaties zijn nodig om de winkelstructuur gericht te kunnen versterken. Hierbij moet ermee rekening gehouden worden dat versterking op de ene locatie (op termijn) ten koste zal gaan van andere locaties.

De vestigingslocaties van publiekstrekkers zijn van groot belang bij het bepalen van de gewenste winkelstructuur. Zo hebben supermarkten een cruciale trekkersrol in wijkwinkelcentra, zie het kader op pagina 20. Grote winkels met recreatief aanbod leiden tot meer bezoekers en combinatiebezoek in binnensteden, zie het kader op pagina 21.

Ambitie: goede structuur en ondernemersklimaat

In deze detailhandelsstructuurvisie zijn de volgende ambities geformuleerd:

- Een compacter kernwinkelgebied met een aantrekkelijk winkelvestigingsklimaat in een aantrekkelijke binnenstad met sfeer en beleving*.
- Een sterke en duurzame winkelstructuur met een zo compleet mogelijk aanbod voor inwoners van de gemeente Almelo en omliggende kernen (goed voorzieningenniveau).
- Een gezond ondernemersklimaat waar marktpartijen kunnen en willen investeren (ontwikkelingsgericht).

* Gemeente Almelo (2011), Ruimtelijk plan voor de binnenstad van Almelo, Een vernieuwde binnenstad, Almelo vaart en wel bij! (vastgesteld door de gemeenteraad op 22 november 2011)

Ruimtelijke uitgangspunten winkelstructuur

Voor de gemeente Almelo leidt bovenstaande ambitie tot de volgende uitgangspunten voor de winkelstructuur in de kern:

- Een aantrekkelijke binnenstad met een compact en zo compleet mogelijk recreatief winkelaanbod in combinatie met andere centrumfuncties (o.a. horeca en leisure) in een aantrekkelijk verblijfsgebied (groen en water).
- Behoud van de woonboulevard als het PDV-cluster in de gemeente met grootschalig aanbod in volumineuze branches.
- Een zo compleet mogelijk dagelijks winkelaanbod op loop-/fietsafstand voor de consument (laagdrempelig, comfort en beperking onnodige automobieliteit).
- Alle winkelontwikkelingen dienen in dienst te staan van deze winkelstructuur.

Supermarkt cruciaal voor speciaalzaak

Steeds meer boodschappen worden bij de supermarkt gedaan. Meer dan 80 cent van elke euro aan boodschappen komt inmiddels bij de supermarkt terecht. Dit gaat ten koste van de omzet bij speciaalzaken. Toch kunnen speciaalzaken zich het beste naast de supermarkt vestigen.

Een doorsnee supermarkt trekt elke week meer dan 10.000 bezoekers. Daarmee is de supermarkt in de meeste centra veruit de belangrijkste publiekstrekker. Uit grootschalig onderzoek onder ruim 4.500 supermarktklanten in 30 buurt- en dorpscentra* blijkt dat 75% van de supermarktbezoekers ook één of meer andere winkels bezoekt, mits deze zichtbaar zijn en op korte afstand liggen van de supermarkt.

Van de enorme klantenstroom van supermarkten kan de speciaalzaak profiteren: een beperkt deel ervan biedt al een gezonde omzet. Zonder supermarkt ontbreekt de aantrekkingskracht om voldoende klanten op

de been te krijgen. Een ruimer aanbod speciaalzaken is daardoor vaak pas mogelijk als er ook een supermarkt in de buurt is die een voldoende grote klantenstroom genereert. Twee (elkaar aanvullende) supermarkten bieden nog meer kansen voor speciaalzaken.



* DTNP (2010), De rol van supermarkten

Grootschalige sport- en elektronica-winkel als trekker voor het centrum

De rol van internet is in de sport- en elektronica-branches reeds groot. Sommige partijen kiezen voor schaalvergroting als middel om te concurreren met internetwinkels. Gepaard met deze schaalvergroting komt de vraag voor vestiging op locaties buiten reguliere winkelgebieden.

Steeds vaker zijn grootschalige sport- en elektronica-winkels op bedrijventerreinen of aan de snelweg gevestigd. Vaak wordt aangenomen dat ze doelgericht worden bezocht. Mede vanwege de forse ruimteclaim wordt soms een locatie buiten de binnenstad toegestaan. Uit grootschalig onderzoek* onder 4.500 bezoekers van grootschalige sport- en elektronica-winkels in 18 binnensteden blijkt echter dat dergelijke winkels een grote toegevoegde waarde hebben voor centrumgebieden.

In binnensteden blijken gemiddeld drie op de vier bezoekers van grootschalige sport- en

* DTNP (2011). Toegevoegde waarde grote sport- en elektronica-winkel voor binnenstad

elektronica-winkels tijdens hetzelfde bezoek aan de binnenstad één of meer andere winkels binnenlopen. Doordat grote sport- en elektronica-winkels bovendien hoge bezoekersaantallen hebben, zorgen ze voor veel toestroom waar de andere winkels van kunnen profiteren. Grootschalige sport- en elektronica-winkels zijn daardoor van grote waarde voor andere winkels in de binnenstad. Ze kunnen gezien worden als 'themawarenhuizen' en zijn een belangrijke schakel bij recreatief winkelen. Door deze winkels goed in te passen in de binnenstad kunnen zij structuurbepalend bijdragen aan de aantrekkingskracht van de binnenstad.



4.2 Visie op de structuur

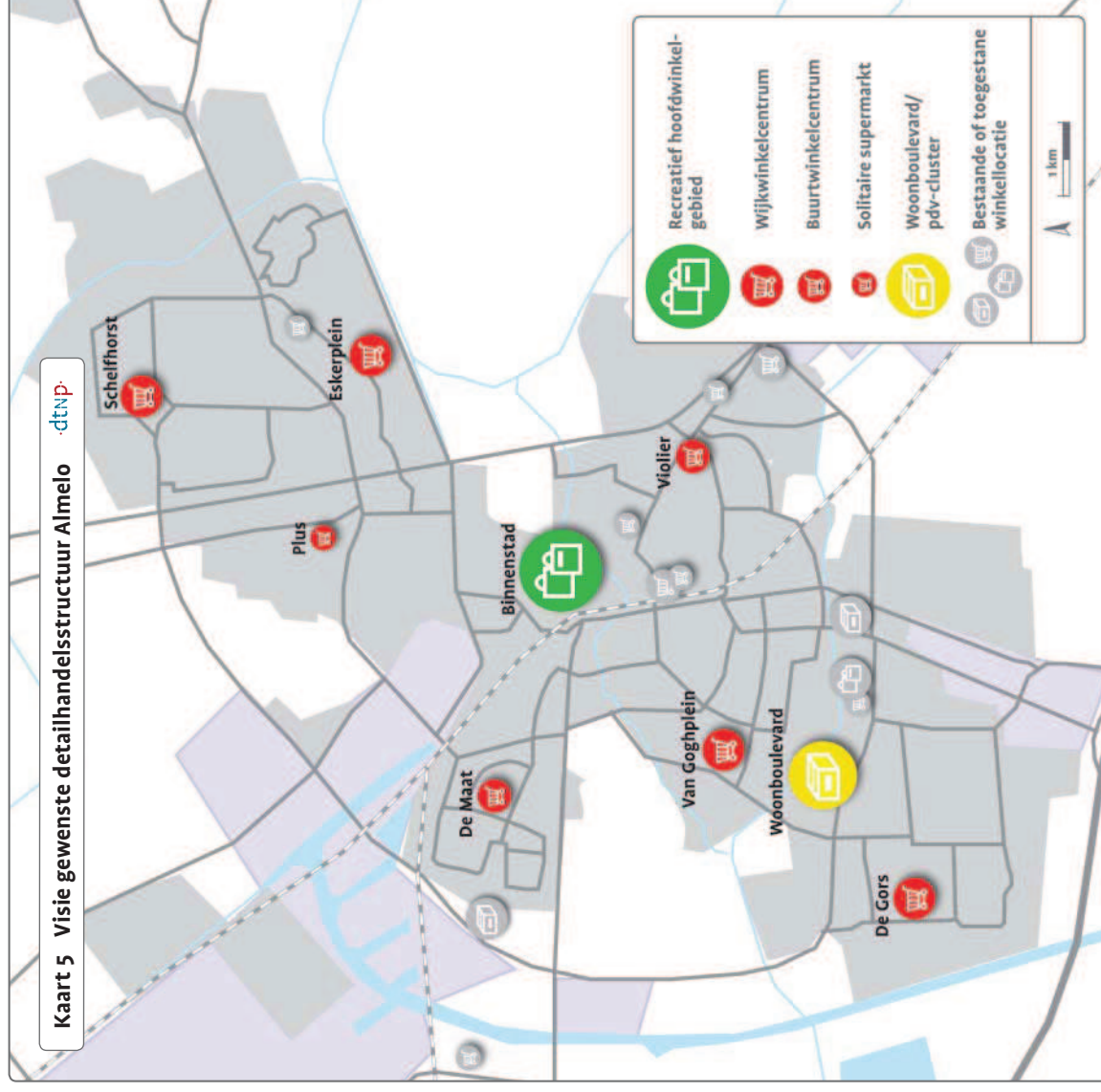
Winkelstructuur op hoofdlijnen

Op basis van de uitgangssituatie, trends en ambities, zijn de hoofdlijnen voor de detailhandelsstructuur (kaart 5):

- Nieuwe ontwikkelingen zoveel mogelijk faciliteren in winkelgebieden met een bijpassende functie en verzorgingsgebied.
- Behoud en zo mogelijk versterking van de regionale concurrentiepositie van de binnenstad als recreatief winkelgebied. De goede uitgangssituatie (reeds regionaal functionerend) en potentiële kwaliteiten (sfeer en beleving, kritische massa, keuze en functiesynergie) bieden hiervoor kansen.
- Opwaardering van de dagelijkse winkelstructuur naar zo compleet mogelijke boodschappencentra in de wijken, binnen de mogelijkheden die er in de bestaande structuur van vraag- en aanbod aanwezig is. Hierbij wordt, waar mogelijk, gestreefd naar bundeling van potenties in één wijkwinkelcentrum per wijk (voldoende kritische massa en draagvlak, synergie, meer kansen voor specialzaken).

- Behoud van de woonboulevard als het PDV-cluster in de gemeente met grootschalig aanbod in volumineuze branches. Voor zover haalbaar blijft de nadruk van het aanbod op vergelijkend woonwinkelen en doelgerichte volumineuze aankopen.
- Geen verruiming voor mogelijkheden voor detailhandelsactiviteiten op locaties buiten de gewenste structuur dan in besluitvorming reeds is toegestaan. Meewerken aan verzoeken tot herbestemming tot niet-winkelfuncties van onvoldoende levensvatbare winkelvoorzieningen en winkellocaties (alle locaties die buiten de gewenste structuur vallen).
- Zo mogelijk behoud van basisvoorzieningen in Bornerbroek, door flexibel mee te werken aan verzoek tot beperkte uitbreiding van bestaande winkels. Het draagvlak in de kleine kernen Bornerbroek en Aadorp is te beperkt voor volwaardige winkelvoorzieningen.

In de volgende paragrafen worden deze hoofdlijnen verder uitgewerkt per winkelgebied.





Alle potenties niet-dagelijks aanbod op één locatie



Behoeftte aan clustering en schaalvergroting



Centrumsupermarkt voor inwoners van binnenstad

4-3 Binnenstad Almelo

Bundeling potenties niet-dagelijks aanbod

De binnenstad wordt versterkt als regionaal verzorgend multifunctioneel centrumgebied, met een attractieve mix van winkels, horeca, leisure, warenmarkt, evenementen en overige stedelijke functies. Dit wordt vanuit de detailhandelsstructuurvisie ondersteund door nieuwe winkelinitiatieven in de niet-dagelijkse sector zoveel mogelijk in te passen in de binnenstad. Potenties voor modisch en overig niet-dagelijks aanbod (exclusief volumineus aanbod) worden zoveel mogelijk gebundeld op deze locatie. Speerpunten voor de verbetering van het vestigingsklimaat voor winkeliers in de binnenstad hierbij zijn schaalvergroting en concentratie van winkelaanbod en opwaardering van het verblijfsklimaat (bijlage 5).

Supermarkt voor bewoners en als trekker

Boodschappenaanbod draagt ook bij aan een aantrekkelijke binnenstad. Behoud van tenminste één supermarkt in de binnenstad is gewenst, zodat deze locatie meer als bronpunt en trekker voor de overige winkels blijft fungeren en inwoners van de wijk

'binnenstad' op een centrale plek beschikken over boodschappenaanbod.

Compact kernwinkelgebied in centrumgebied

Het centrumgebied beslaat een ruim gebied van centrumstraten, waar winkels, horeca en andere publieksgerichte centrumfuncties dominant aanwezig zijn. Binnen het centrum is het van belang te kiezen voor een compact gebied waar modische en overig recreatieve winkels concentreren: het kernwinkelgebied.

In het centrale deel van de Grotestraat, de Galerij en Marktplaats zijn de grootste aantallen winkelpassanten van het centrum*.

Het compactere kernwinkelgebied sluit hier bij voorkeur op aan (bijvoorbeeld begrenzing noordzijde bij het kruispunt Grotestraat en Hagengracht-De Götte en zuidzijde bij het kruispunt Grotestraat-Werfstraat). Welke afbakening wenselijk is, hangt af van de uitwerking van de centrumplan.

Binnen het kernwinkelgebied is behoefte aan heldere routing met een beperkt aantal logische winkelstraten (verdere bundeling

* Locatus (2012), Winkelpassantentelling Almelo centrum, najaar 2012

passantenstromen). Grofweg wordt voor het kernwinkelgebied uitgegaan van een winkelprogramma dat overeenkomt met de huidige omvang van het ingevulde winkelaanbod in het centrum. Schaalvergroting en nieuwvestiging van grote winkels zal gepaard gaan met een afname van het aantal winkels.

Huiskamer van de stad

Het streven van gemeente en marktpartijen met de binnenstadvisie (gemeente Almelo, 2011) is een flinke opwaardering in de openbare ruimte enerzijds en verdichting van commercieel programma (o.a. winkels en horeca) anderzijds. Op deze wijze wordt gestreefd naar meer sfeer en beleving in de 'huiskamer van Almelo', waar het altijd gezellig en druk is.

De gemeente acht het gewenst dat de Havenpassage en omgeving binnenkort herontwikkeld wordt. Het reeds ingevulde winkelprogramma wordt in een modernere opzet teruggebouwd. Per saldo komt de strategische leegstand niet terug (kleiner commercieel programma). Door deze impuls wordt gepoogd ook de andere delen van het kernwinkelgebied gefaseerd tot ontwikkeling

te laten komen. In welke volgorde en vorm dit kan gebeuren, vraagt om nadere uitwerking met betrokkenen, zie paragraaf 5.3.

Afnemende winkelfunctie aanloopstraten

De aanloopstraten Grotestraat-zuid, tweede deel Grotestraat-noord en Oranjestraat zijn het geschikte vestigingsmilieu voor specialistisch aanbod en tijdelijke of nieuwe concepten zoals afhaalwinkels en daarnaast ook ambachten en diensten. Verbetering van de vestigingskwaliteit in deze straten (bijvoorbeeld vergroten autobereikbaarheid en langsparkeren) vragen een nadere uitwerking.

De winkelfunctie van deze straten zal naar verwachting afnemen (deel zelfstandigen stopt en deel ondernemers zal naar het compactere centrum verplaatsen). De woon- en werkfunctie kan op deze locaties een aantrekkelijke aanvulling op het functieprofiel van de aanloopstraten zijn.

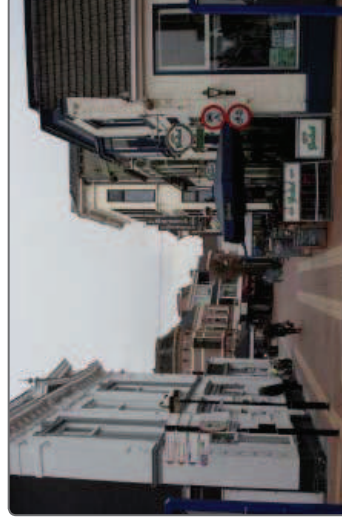
Een gezamenlijke uitvoeringsstrategie van gemeente en marktpartijen voor zowel het kernwinkelgebied en de aanloopstraten is gewenst. Gedacht kan worden aan het instellen van een vorm van structureel overleg en centrummanagement, zie paragraaf 5.3.



Combinatie winkels, horeca en andere functies..



.. en sfeer en beleving kracht van de binnenstad



Winkelfunctie in aanloopstraten niet meer dominant



Clustering boodschappenwinkels in wijkwinkelcentra



Behouden en versterken bestaande sterke centra



Geen groeimogelijkheden radialen en solitair aanbod

4.4 Wijkwinkelstructuur

Voor de dagelijkse sector (boodschappen)

wordt per grote wijk naar één

boodschappencentrum gestreefd:

- Inwoners kunnen zo beschikken over een compleet dagelijks aanbod in de eigen wijk (laagdrempelig, comfort en beperking onnodige automobilititeit).
- Door clustering van aanbod in wijkwinkelcentra (bundelen bezoekersstromen) ontstaan er kansen voor een meer divers aanbod (behalve een supermarkt ook een gevarieerd aanbod (vers)speciaalzaken).
- Clustering in een beperkt aantal levensvatbare centra biedt winkeliers een gezond ondernemersklimaat en stimuleert marktpartijen juist op deze locaties te (blijven) investeren.

Streven naar complete wijkwinkelcentra

Vanuit het streven naar een duurzame en fijnmazige ruimtelijke structuur is het gewenst de verschillende wijkwinkelcentra niet te groot (afhankelijkheid van andere wijken en concurrentie met het centrum) en ook niet te klein (onvoldoende aanbod, attractiviteit) te maken. De omvang van de verschillende

boodschappencentra moet aansluiten bij de omvang van het bijbehorende verzorgingsgebied (omvang van de wijk, bijlage 4). Waar mogelijk wordt een wijkwinkelcentrum met 2 à 3 supermarkten en aanvullend boodschappen-aanbod nagestreefd Voor Almelo wordt ingezet op de volgende wijkwinkelstructuur (kaart 5):

- Eskerplein: compleet wijkwinkelcentrum (indicatie 3.000 à 5.000 m² wvo), samen met een winkelcentrum Schelfhorst een verzorgingsfunctie voor de wijken Sluiterseveld, Schelfhorst (inclusief Noordflank) en Noorderkwartier. De huidige omvang (excl. verspreide bewinkeling aan de Ootmarsumsestraat) is uitgangspunt voor de visie.
- Schelfhorst: compleet wijkwinkelcentrum (indicatie 3.000 à 5.000 m² wvo), samen met een winkelcentrum Eskerplein een verzorgingsfunctie voor de wijken Sluiterseveld, Schelfhorst (inclusief Noordflank) en Noorderkwartier. Uitbreiding van supermarktaanbod in het winkelcentrum kan worden toegestaan.
- Van Goghplein: compleet wijkwinkelcentrum (indicatie 3.000 à 5.000 m² wvo) met een verzorgingsfunctie voor de wijken Ossenkoppelerhoek en Nieuwstraatkwartier. Uitbreiding van supermarkt-

aanbod in het winkelcentrum kan worden toegestaan.

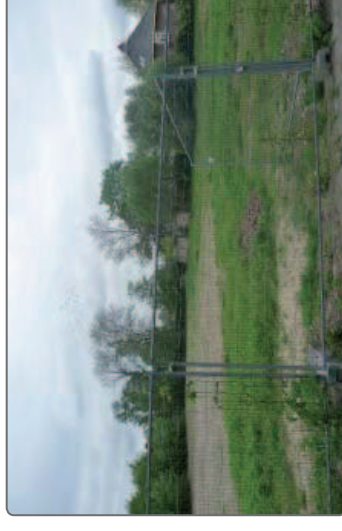
- De Gors: compleet wijkwinkelcentrum (indicatie 3.000 à 5.000 m² wvo) met een verzorgingsfunctie voor de wijk Windmolenbroek. Het boodschappenaanbod wordt bij voorkeur versterkt met een tweede supermarkt. Realisatie van een compleet nieuw wijkwinkelcentrum op een nieuwe locatie is niet reëel. Om toch in de wijk tot een structuur met één compleet wijkwinkelcentrum te komen wordt bij deze enigszins decentrale reeds in de woonwijk aanwezige locatie aangesloten. Deze structuur is voor de consument aantrekkelijker dan met twee minder complete buurtwinkelcentra (nadere toelichting keuze in bijlage 5).
- De Maat: buurtwinkelcentrum (indicatie 1.500 à 2.500 m² wvo) met een verzorgingsfunctie voor de wijk Wierdensehoek. Vanwege het beperkte draagvlak in de wijk moet uitgegaan worden van twee relatief kleine supermarkten (huidige situatie) of één volwaardige supermarkt en beperkt overig dagelijks winkelaanbod.
- Violier: buurtwinkelcentrum (1.500 à 2.500 m² wvo) met een verzorgingsfunctie voor de wijken De Riet en Hofkamp. Door de aanwezigheid van meerdere solitaire

supermarkten met een moderne omvang en uitstraling in dit gebied, ontbreken potenties voor een compleet wijkwinkelcentrum, ondanks een voldoende groot draagvlak in dit gebied (> 10.000 inwoners). Fysieke ruimte voor een wijkwinkelcentrum ontbreekt bovendien vooralsnog. Met één moderne servicesupermarkt van circa 1.500 m² wvo als basis en een aantal overige dagelijkse winkels het meest complete en centraal in dit verzorgingsgebied gelegen boodschappencentrum. Indien op termijn een solitaire supermarkt op termijn toch de kans ziet te verplaatsen naar dit winkelcentrum is dit wenselijk.

- Vriezenveenseweg: solitaire supermarkt (indicatie 1.000 m² wvo) met een verzorgingsfunctie voor Noorderkwartier. Behoud van een solitaire service-supermarkt als basisvoorziening in deze enigszins geïsoleerd gelegen wijk kan worden nagestreefd. Beperkte uitbreiding (± 200 m² wvo) van de huidige supermarkt kan worden toegestaan. Draagvlak voor een groter aanbod ontbreekt door het beperkte inwonertal en de nabijheid van wijkwinkelcentra Eskerplein en Schelfhorst en de binnenstad.



Tweede supermarkt De Gors gewenst



Violier: zo compleet mogelijk boodschappencentrum



Verplaatsing solitaire aanbod naar centra gewenst

Voor de wijkwinkelstructuur is een actieprogramma per winkelgebied gewenst om de gewenste structuur daadwerkelijk te realiseren (o.a. inpassingsplan tweede supermarkt De Gors). Ook in de wijkwinkelcentra waar het winkelaanbod op orde is, zijn knelpunten in de opzet van het winkelgebied en/of de parkeersituatie op te lossen (bijlage 4). Voor alle buurt- en wijkwinkelcentra is een nadere ruimtelijke uitwerking en actieplan nodig om leegstand en verloedering tegen te gaan en de gewenste functie en positie in de structuur daadwerkelijk vast te kunnen houden. Deze kwalitatieve op te waarderen centra vormen het hart van de wijk en vormen de basis voor een goed woon- en leefklimaat in Almelo.

Bevriezen en mogelijk afbouw winkelradialen en solitaire supermarkten

In de detailhandelsstructuurvisie krijgen de winkelradialen Ootmarsumsestraat, Nieuwstraat en Bornsestraat geen positie als te behouden of te versterken winkellocatie. Indien de detailhandelsfunctie op deze locatie afneemt of verdwijnt, draagt dit bij aan de gewenste winkelstructuur. Door het uitgebreide aanbod in de Ootmarsumsestraat

houdt deze straat naar verwachting de komende jaren nog wel een winkelfunctie behouden. Uitbreiding van detailhandel op deze locaties is echter ongewenst.

Ook de overige solitaire supermarkt krijgen geen (nieuwe) mogelijkheden om uit te breiden. In veel gevallen zijn deze supermarkten van moderne omvang en uitstraling. Mocht een solitaire supermarkt uit de structuur verdwijnen (beëindiging of verplaatsing naar een winkelgebied) is dit een ontwikkeling die de gewenste structuur versterkt. Bestaande rechten van winkels in woonwijken die buiten de gewenste structuur zijn gevestigd worden gerespecteerd.

Geen draagvlak voor winkels in kleine kernen

De kleinschalige supermarkt (Spar) biedt inwoners van Bornerbroek (voorlopig) een basisvoorziening. Draagvlak in zowel Bornerbroek als Aadorp voor eigentijdse boodschappenwinkels is door het kleine inwonertal te beperkt. Voor winkelaankopen zijn inwoners uit deze kernen aangewezen op de winkelgebieden in Almelo.

4.5 Woonboulevard

Woonboulevard enige PDV-cluster in Almelo

Behoud van de woonboulevard als het PDV-cluster in de gemeente met grootschalig aanbod in volumineuze branches wordt nagestreefd. Voor zover haalbaar blijft de nadruk van het aanbod op vergelijkend woonwinkelen en overige doelgerichte volumineuze aankopen (doe-het-zelf en tuin). De woonboulevard heeft primair een verzorgingsfunctie voor Almelo en omliggende kernen. Aan huidige branchebeperkingen wordt vastgehouden om de potenties voor regulier niet-dagelijks winkelaanbod aan de binnenstad niet te laten vervliegen.

Bestedingen in woonzaken en doe-het-zelf staan nog meer onder druk dan andere winkelbranches. De ambitie is, ondanks het grote volumineuze winkelaanbod in de regio (o.a. Plein Westermaat) en de ontwikkeling van Hornbach, de huidige woonboulevard goed ingevuld te houden. In de detailhandelsstructuurvisie wordt voor de toekomstige haalbare omvang uitgegaan van maximaal het huidige ingevulde beschikbare oppervlak. Er is geen aanleiding de lange en ruim bemeten

boulevard verder uit te breiden. Eerder is een compactere opzet gewenst. Uitbreiding van dit PDV-cluster zou in uitzonderlijke gevallen, zoals bij verplaatsing (sanering) van bestaand solitair volumineus aanbod elders, kunnen worden overwogen.

4.6 Overige winkellocaties

Op perifere locaties enkel toestaan wat al mag

In algemene zin worden buiten de gewenste winkelstructuur, zoals weergegeven op kaart 5, nieuwe winkelontwikkelingen niet toegestaan, teneinde de gewenste structuur te verwezenlijken. De perifere locaties Heraclesstadion en Almelo Nouveau hebben reeds de mogelijkheid voor ontwikkeling van een winkelprogramma dat door middel van besluitvorming toegestaan is. Deze rechten worden gerespecteerd. Aan verdere wensen tot uitbreiding van winkelvloeroppervlak en/of verruiming van de reeds toegestane branchering wordt niet meegewerkt.

De zeer grootschalige volumineuze winkels tuincentrum Intratuin en bouwmarkt/tuincentrum Hornbach zullen individueel hun publiek trekken en zijn uitgangspunt voor de

detailhandelsstructuurvisie. Eventuele toekomstige uitbreidingsverzoeken worden niet toegestaan om verdere ondermijning van de woonboulevard als het PDV-cluster in de gemeente te voorkomen.

Geen uitbreiding detailhandel buiten structuur

Ook op overige perifere locaties, waaronder bedrijventerreinen, worden geen nieuwe mogelijkheden voor detailhandel toegestaan. Mocht een bestaande winkel uit de structuur verdwijnen (beëindiging of verplaatsing naar een winkelgebied) is dit een ontwikkeling die de gewenste structuur versterkt. Bestaande rechten op bedrijventerreinen en overige perifere locaties worden gerespecteerd.

Op de fysieke verschijningsvormen en het beleid voor internetverkoop op locaties buiten winkelgebieden (wanneer is er sprake van een winkel, wat wordt toegestaan) wordt nader ingegaan in het beleidskader (paragraaf 5.1).

ABC- en brand- en explosiegevaarlijke goederen zijn een uitzonderingscategorie, vanwege de aard en omvang van de goederen. Deze kunnen worden toegestaan op de daarvoor geschikte delen van bedrijventerreinen.



Woonboulevard is PDV-cluster voor gemeente



Geen extra mogelijkheden buiten gewenste structuur



In Aadorp geen draagvlak voor winkels

5 Beleidskader

5.1 Beleidsregels

Keuzes maken: selectieve ontwikkeling

Zonder heldere keuzes zullen marktpotenties versnipperen over te veel locaties met elk te weinig kritische massa en attractiviteit. Deze visie voorziet, uitgaande van de bestaande kwaliteiten en lopende projecten, in een toekomstgerichte structuur voor de detailhandel in Almelo (zie visiekaart op p. 22). In het te voeren beleid geldt als uitgangspunt dat ontwikkelingen de beoogde winkelstructuur moeten versterken. Overige plannen zijn in beginsel ongewenst. Deze benadering noopt tot een zorgvuldige kwalitatieve afweging van plannen.

Vertaling naar bestemmingsplannen

Om succesvol ruimtelijk detailhandelsbeleid te kunnen voeren is het van belang dat de visie wordt vertaald in bestemmingsplannen. Het bestemmingsplan (en handhaving) is het meest krachtige instrument dat de gemeente tot haar beschikking heeft om ruimtelijk beleid te voeren. Hierin wordt door middel van

bestemmingen en voorschriften structureel bepaald waar wel en waar geen detailhandel is toegestaan. In het bestemmingsplan kan de gemeente gebieden aanwijzen waar detailhandel mag plaatsvinden. Hierbuiten wordt geen (uitbreiding van) detailhandel toegestaan. Bij leegstaande panden buiten de winkelgebieden wordt bij voorkeur de bestemming gewijzigd in niet-winkelfunctie.

In jurisprudentie over bestemmingsplannen is de afgelopen jaren een groot aantal uitspraken gedaan over wat wel en wat niet vastgelegd mag worden. Planvoorschriften in het bestemmingsplan mogen in principe slechts om dringende redenen het meest doelmatige gebruik beperken. Deze dringende redenen dienen een planologisch karakter te hebben. Met andere woorden: ze moeten ruimtelijk relevant zijn. Bovendien moeten ze vanuit het oogpunt van een goede ruimtelijke ordening overtuigend worden gemotiveerd.

Geen branchebeperkingen, uitzondering volumineuze detailhandel

Met de Wro en Bro hebben gemeenten de mogelijkheid om in een bestemmingsplan de vestiging van bepaalde branches te beperken

of uit te sluiten (artikel 3.1.2 Bro). Een branche- of assortimentseis zal echter moeten worden gemotiveerd vanuit overwegingen van ruimtelijke kwaliteit en kan niet louter gegrond zijn op argumenten van concurrentiebeperking. Dit vereist een overtuigende motivering.

Vanwege de aard of omvang van goederen (brandgevaarlijk, volumineus) is onderscheid tussen de traditionele PDV-branches en de algemene bestemming detailhandel ruimtelijk relevant gebleken. Dit maakt het bijvoorbeeld mogelijk bouwmarkten door middel van een afwijking of een eigen bestemming op een bedrijventerrein te vestigen. De schaal van het artikel is een ruimtelijk relevant criterium.

Voor branches of formules die bijvoorbeeld vanwege de schaal van de winkel zelf buiten winkelgebieden willen vestigen (megasupermarkten, grote sportwinkels of multimedia-winkels) zijn op voorhand geen ruimtelijk relevante criteria te vinden. Het ruimtelijk relevante onderscheid met bijvoorbeeld een warenhuis of een (grote) modewinkel is niet evident. Branchebeperkingen vragen om een

motivering vanuit overwegingen ter bevordering van de ruimtelijke kwaliteit.	afgezien van de juridische houdbaarheid en praktische handhaafbaarheid, snel verouderd en gaat voorbij aan de dynamiek in de detailhandel. Het biedt geen ruimte voor nieuwe of veranderende winkelconcepten. In het bestemmingsplan moet daarom een goed evenwicht worden gevonden tussen flexibiliteit en rechtszekerheid.	huishoudelijke artikelen verkopen. Er is dan sprake van branchevervaging. In reguliere winkelgebieden (stads-, dorps- en wijkcentra) leidt dit niet tot problemen, omdat in deze gebieden vaak een algemene bestemming detailhandel of centrumvoorzieningen wordt gehanteerd.
Het vastgestelde ruimtelijke detailhandelsbeleid dient handhaafbaar te zijn en gehandhaafd te worden. Een te stringente en gedetailleerde bestemmingsregeling is ongewenst, omdat deze moeilijk te handhaven is, en bovendien is de juridische houdbaarheid twijfelachtig. Voor het detailhandelsbeleid in de gemeente Almelo is, afgezien van de uitzonderingsgevallen in de periferie (Heraclesstadion: branche sport, woonboulevard: PDV-branches), voor de verschillende winkelgebieden geen aanleiding om in de algemene bestemming detailhandel nadere branchering toe te passen.	Winkels die reeds gevestigd zijn buiten de gewenste winkelstructuur kunnen hun bedrijfsvoering voortzetten. Om de beoogde structuur met sterke clusters te realiseren, is het gewenst bij actualisatie van bestemmingsplannen nieuwvestiging van detailhandel buiten de gewenste structuur uit te sluiten. De bestemming (functie) op bestaande winkelpanden kan verruimd worden, zodat (leegstaande) winkelpanden bijvoorbeeld een woonfunctie krijgen.	De ongebreidelde verkoop van branchevreemde artikelen (op perifere locaties) dient te worden voorkomen. Uit bestaande rechtspraak over afwijkend gebruik (verkoop van branchevreemde en niet-PDV-branches) blijkt dat dit in beginsel toegestaan is indien sprake is van incidenteel, in beperkte mate en ondergeschikt gebruik*. In dit licht is voor perifere detailhandel per vestiging de verkoop van branchevreemde niet-volumineuze artikelen aanvaardbaar tot maximaal 15% van het oppervlak, met een maximum van 500 m² wvo. Belangrijke voorwaarde voor het hanteren van dergelijke criteria is dat door de gemeente strikt gehandhaafd wordt om ongewenste precedënten te voorkomen.
Handhaving noodzakelijk Het voeren van ruimtelijk detailhandelsbeleid is vooral zinvol indien het vastgestelde beleid ook wordt gehandhaafd. Bij het nader detailleren van branches, assortimenten, schaalgrootte of een ander criterium in afwijking van de algemene bestemming detailhandel, moet worden bedacht dat bestemmingsplannen handhaafbaar moeten zijn. Een te strikte bestemmingsregeling is,	Branchevreemde artikelen/nevenassortiment In grootschalige winkels met aanbod in perifere branches (woonzaken, bouwmarkten, tuincentra) worden steeds vaker branchevreemde artikelen verkocht (ondergeschikt nevenassortiment). Zo zijn er bouwmarkten die speelgoed verkopen en tuincentra die	* Klijn, A.M. (2006), Branchering en thematisering in de perifere duurzaam ontworpen?

Internetverkoop

In toenemende mate vindt detailhandel (de bedrijfsmatige verkoop van producten aan consumenten) plaats via internet. De vraag die zich daarbij vaak voordoet is in hoeverre de bestelling (virtueel), de betaling (virtueel) dan wel de aflevering (bij de consument) de detailhandelsactiviteit is. Voor het detailhandelsbeleid en de planologische vertaling in bestemmingsplannen zijn vooral de ruimtelijke effecten (beoogde detailhandelsstructuur, verkeer) en verschijningsvorm (ruimtegebruik, uitstraling) relevant. In dit licht wordt in het detailhandelsbeleid onderscheid gemaakt tussen vier vormen van internetverkoop:

1. Winkels: internetverkoop vindt plaats vanuit of in combinatie met een fysieke uitstalruimte die gericht is op en/of toegankelijk is voor consumenten (al of niet in combinatie met opslag/logistiek). Deze vorm van internetverkoop wordt in planologisch opzicht beschouwd als winkel en is alleen toegestaan in panden met een winkelbestemming (= detailhandelsbestemming).
2. Opslag/logistieke ruimte: internetverkoop vindt plaats vanuit of in combinatie met opslag en/of logistiek. Er is geen sprake

- van een fysieke uitstalruimte die gericht is op en/of toegankelijk is voor consumenten. Deze vorm van internetverkoop wordt planologisch beschouwd als logistiek bedrijf en is alleen toegestaan in panden met een passende bedrijfsbestemming.
3. Kantoren: internetverkoop vindt plaats zonder opslag en/of logistiek ter plaatse en er is geen sprake van een fysieke uitstalruimte die gericht is op en/of toegankelijk is voor consumenten. Wel is sprake van een bedrijfsactiviteit met (meerdere) ter plaatse werkzame personen. Deze vorm van internetverkoop wordt planologisch beschouwd als kantoor en is alleen toegestaan in panden met een passende kantorenbestemming.
 4. Woningen/overig: internetverkoop vindt plaats zonder opslag en/of logistiek ter plaatse, er is geen sprake van een fysieke uitstalruimte die gericht is op en/of toegankelijk is voor consumenten en er is geen sprake van een bedrijfsactiviteit met ter plaatse werkzame personen. Deze vorm van internetverkoop heeft planologisch geen substantiële effecten en kan in beginsel zonder beperkingen

worden toegestaan in panden met een woon- of andere bestemming.

Alle vormen van internetverkoop behoren in beginsel tot een van deze categorieën en worden als zodanig beoordeeld. Dit betekent bij voorbeeld dat een voor consumenten toegankelijke showroom (uitstalruimte), ook zonder bestelling, betaling of levering ter plaatse planologisch als winkel wordt beschouwd. Bij een bedrijfsgebouw op een bedrijventerrein mogen goederen worden afgehaald, maar indien sprake is van een voor publiek toegankelijke afhaalruimte waar artikelen zijn uitgestald, is sprake van een winkel. Hetzelfde geldt voor kantoren en woningen.

Winkelactiviteiten ook behandelen als winkel

Op het moment dat een pand vrij toegankelijk is voor publiek en er producten tentoongesteld worden ten behoeve van de verkoop aan particulieren spreken we van een winkel. Indien een bedrijf (bijvoorbeeld groothandel) de kenmerken van een winkel heeft, is dit enkel toegestaan op een locatie met een detailhandelsbestemming of wanneer het bedrijf voldoet aan de voorwaarden van detailhandel als ondergeschikte nevenactiviteit.

Detailhandel als ondergeschikte nevenactiviteit

Van oudsher vindt detailhandel (de bedrijfsmatige verkoop van producten aan consumenten) plaats als ondergeschikte nevenactiviteit bij andere bedrijfsactiviteiten.

De vraag die zich daarbij vaak voordoet is in hoeverre de detailhandelsactiviteit ondergeschikt is en/of deze noodzakelijk en/of gebruikelijk is voor de hoofdactiviteit. Evenals bij internetverkoop zijn voor het detailhandelsbeleid en de planologische vertaling in bestemmingsplannen vooral de ruimtelijke effecten (beoogde detailhandelsstructuur, verkeer) en verschijningsvorm (ruimtegebruik, uitstraling) relevant. Hiervan is vooral sprake indien verkoop plaatsvindt vanuit of in combinatie met een fysieke uitstalruimte die gericht is op en/of toegankelijk is voor consumenten (een winkelruimte).

In dit licht wordt in het detailhandelsbeleid voor de gemeente Almelo detailhandel als ondergeschikte nevenactiviteit buiten een pand met een winkelbestemming slechts zeer beperkt toegestaan en alleen onder alle drie de volgende voorwaarden:

- Er sprake is van ter plaatse vervaardigde artikelen (bijvoorbeeld asperges bij de

boer, meubelmakerij, etc.) en/of er is geen sprake is van een naar buiten toe zichtbare uitstraling als winkel (winkeltje in verzorgingshuis, verkoop van shampoo bij de kapper).

- De detailhandelsactiviteit blijft beperkt tot direct aan de hoofdactiviteit gerelateerde artikelen (wel asperges bij de boer, geen 'landwinkel' met versproducten van elders).
- De fysieke uitstalruimte die gericht is op en/of toegankelijk is voor consumenten beperkt zich tot maximaal 25 m² (het is immers een ondergeschikte nevenactiviteit).

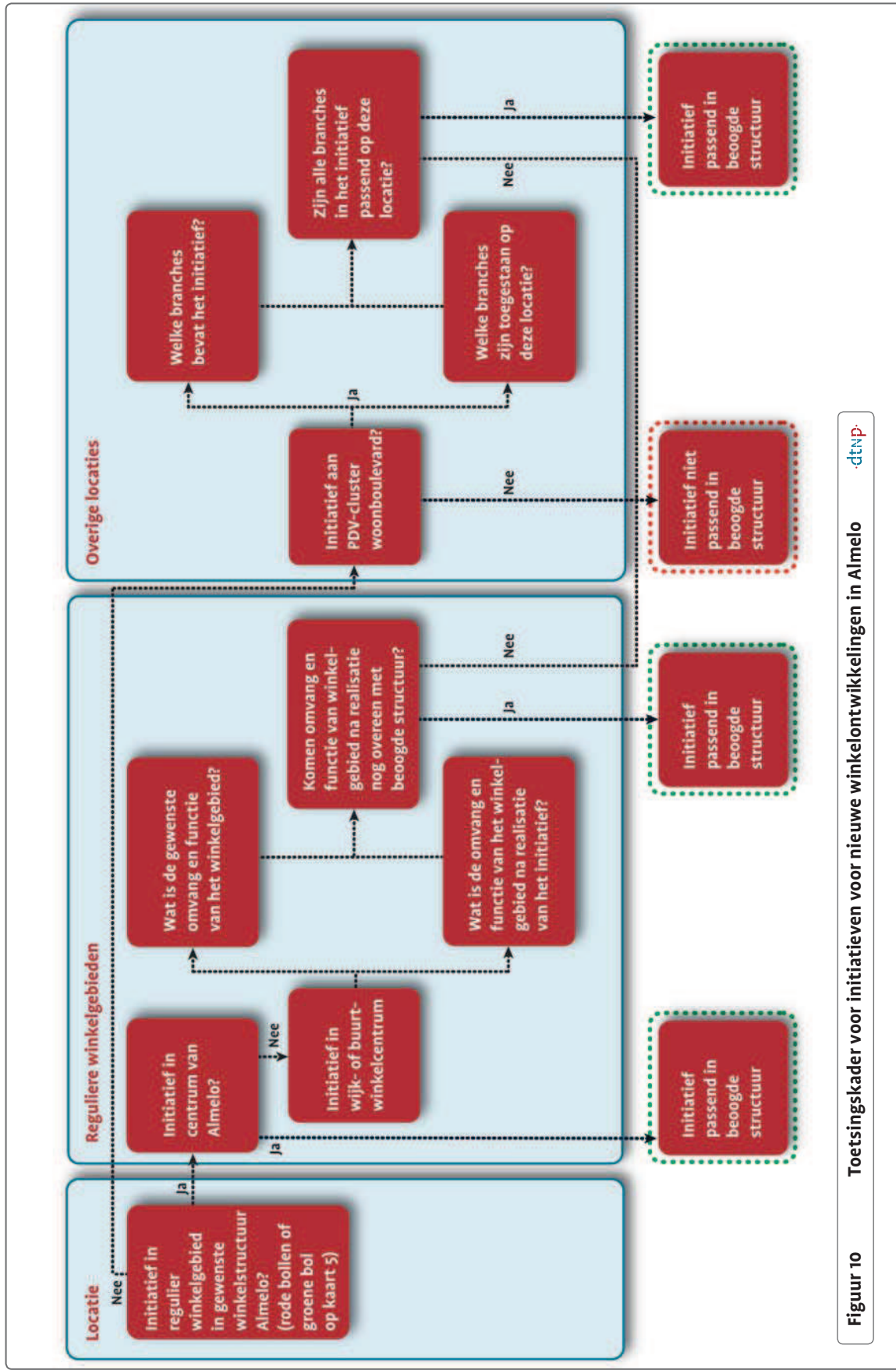
5.2 Toetsingskader initiatieven

Alle detailhandelsinitiatieven waarvoor een bestemmingswijziging of afwijking nodig is, worden door de gemeente getoetst aan de detailhandelsvisie en het beleid.

In figuur 10 is een toetsingsschema opgenomen aan de hand waarvan detailhandelsinitiatieven getoetst kunnen worden:

- Getoetst wordt of het initiatief een locatie betreft binnen een regulier winkelgebied

- in de beoogde winkelstructuur zoals beschreven in hoofdstuk 4 (kaart 5).
- Indien het een locatie is in de binnenstad gelden in principe geen beperkingen voor wat betreft omvang en branchering.
- Indien het een locatie betreft binnen de beoogde wijkwinkelstructuur (rode stippen kaart 5) gelden geen branchebeperkingen maar wel een gewenste verzorgingsfunctie en omvang van het winkelcentrum.
- Na realisatie van het initiatief dient de totale omvang niet substantieel groter te zijn dan beoogd in de gewenste structuur.
- Indien het de PDV-cluster woonboulevard (gele stip kaart 5) betreft, gelden in principe geen beperkingen qua omvang.
- Wel gelden branchebeperkingen die eveneens gelden voor nieuwe initiatieven op deze locatie.
- Indien het een locatie buiten de gewenste structuur betreft, wordt de ontwikkeling niet toegestaan. Uitzondering zijn ABC- en brand- en explosiegevaarlijke goederen die (bij afwijking van het bestemmingsplan) kunnen worden toegestaan op daarvoor geschikte delen van bedrijventerreinen.



Figuur 10 Toetsingskader voor initiatieven voor nieuwe winkelontwikkelingen in Almelo dtnp

5-3 Uitvoeringsparagraaf

De landelijke ontwikkelingen in de winkelmarkt leiden tot fundamenteel gewijzigde potenties.

De vraag naar winkels neemt de komende jaren naar verwachting verder af. Uitblijvende investeringen (afwachterende marktpartijen), uitblijven van onderhoud, stagnatie, leegstand en verloedering liggen op de loer. Hiermee is niet alleen het voorzieningenaanbod, maar ook het woon- en leefklimaat in het geding.

Detailhandelstructuurvisie als nieuwe basis

Het maken van heldere keuzes (focussen op een beperkter aantal, sterke winkelclusters) is een cruciale eerste stap om het vertrouwen en investeringsmogelijkheden op relatief dure en ingewikkelde locaties (binnenstad, wijk- en buurtcentra) te realiseren. De ervaring leert dat 'als alles overal mag' er in de praktijk niets (substantieel structuurversterkends) gebeurt. Het vaststellen van en vasthouden aan deze detailhandelsstructuurvisie is een belangrijke eerste stap om de winkelmarkt te stimuleren.

Strategie centrumplan ('centrumcoach')

Prioriteit ligt bij de aanpak van de binnenstad. Ook in de binnenstad is focussen op een

compact kernwinkelgebied met een heldere routing (bundelen passantenstroom) cruciaal.

Het centrumplan uit 2011 vraagt om nadere keuzes, aansluitend op de nog steeds snel wijzigende omstandigheden. Het kan hierbij gaan om bijstelling of temporisering van het programma van deelgebieden of straten, een andere inrichting of verkeersfunctie of een geleidelijke functiewijziging van straten. Met het centrumplan uit 2011 neemt de gemeente het initiatief. Het is gewenst marktpartijen actief te betrekken en potenties te bundelen om stap voor stap tot uitvoering te komen. Gelet op de impasse bij (veel) marktpartijen en de maatschappelijke urgentie vraagt de uitwerking en uitvoering van de centrumplan een strategische inhoudelijke en procesmatige 'coaching' en samenwerkingvorm onder begeleiding van een 'centrumcoach'.

Binnenstadsmanagement

In het verlengde van de strategie voor het centrumplan, is een meer 'basale' vorm van binnenstadsmanagement mogelijk. Hierin kunnen partijen in de binnenstad samen werken aan concrete projecten op het gebied van marketing, promotie, acquisitie, uitstraling, evenementen, etc. Cruciaal is te focussen op

concrete projecten in een praktische vorm van samenwerken. Het beschikbaar stellen van voldoende capaciteit en het helder afbakenen van taken en bevoegdheden zijn cruciaal tot concrete initiatieven en uitvoering te komen. Het aanstellen van een centrummanager is hierbij wenselijk.

Actieprogramma de wijk- en buurtcentra en de woonboulevard

Een actief actieprogramma voor de wijk- en buurtcentra en de woonboulevard zorgt er voor dat acties uit de sterke-/zwakteanalyse (bijlage 5) concreet worden uitgewerkt en uitgevoerd. Door dit planmatig aan te pakken ontstaan extra kansen. Zo kan op basis van deze detailhandelsvisie in De Gors worden gekozen 'eenvoudig' een tweede supermarkt toe te voegen. Een veel krachtiger resultaat kan worden bereikt als deze marktpotentie wordt benut om te komen tot een integrale modernisering van dit winkelcentrum. Een vergelijkbare benadering is mogelijk bij alle andere centra. Door maatregelen niet ad hoc uit te voeren, maar planmatig aan te pakken, krijgen centra een substantiële impuls.

Bijlage 1 Proces

Begeleidingscommissie

Tijdens de totstandkoming van deze Detailhandelsstructuurvisie Almelo heeft meerdere malen afstemming plaatsgevonden met een ambtelijke kerngroep van de gemeente Almelo, bestaande uit:

Mevrouw. D. Oegema
Mevrouw M.L. Stamsnieder
De heer J. Haarhuis
De heer J. Vreeling
De heer H. Wild

Sleutelbijeenvakomensten

DTNP heeft daarnaast input van marktpartijen verkregen (ontwikkelaars en winkeliersverenigingen), de beleidsadviescommissie en fractievoorzitters/-specialisten van de gemeenteraad tijdens aparte bijeenkomsten waarbij gesproken is over trends, analyse van de huidige situatie, plannen voor winkellocaties en een eerste discussie over de gewenste structuur.

- Marktpartijen Heraclesstadion: Hypercube, BAM Utiliteitsbouw, Wyckerveste, Heracles (23 april en 15 mei 2013)
- Marktpartij Almelo Nouveau: Prosyn (15 mei)
- Marktpartijen Binnenstad: Consortium, Urban Interest (14 mei 2013)
- Winkeliersverenigingen (aanwezig: binnenstad, woonboulevard, De Gors), MKB en Kamer van Koophandel (15 mei 2013)
- Beleidsadviescommissie Economie & Werkgelegenheid (14 mei 2013)
- Raadsleden: fractievoorzitters en/of fractiespecialist (16 mei)

Bijlage 2 Branche-indeling detailhandel

Branchegroep	Hoofdbranche
Supermarkten	• Supermarkten
Overig dagelijks	• Speciaalzaken (versspeciaalzaak, minisuper, slijter, tabak en lectuur) • Persoonlijke verzorging
Mode	• Kleding en modeaccessoires • Schoenen en lederwaren
Overig niet-dagelijks	• Warenhuizen • Juwelier en optiek • Huishoudelijke en cadeau-artikelen, • Antiek en kunst • Sport • Spel • Hobby • Media • Elektronica • Fiets- en autoaccessoires • Plant en dier • Overige detailhandel
Volumineus aanbod	• Woninginrichting (o.a. meubelen, keukens, sanitair, vloerbedekking) • Doe-het-zelf (o.a. bouwmarkten) • Tuincentra

Bijlage 3 Overzicht winkelaanbod Almelo

Winkelaanbod kern Almelo en gemiddeld in kernen met een gelijk inwonertal
(in m² wvo, per 1 april 2013)

Hoofdbranche	Almelo	Gemiddeld in kernen met ± 69.500 inw.
• Supermarkten	19.300	16.900
• Speciaalzaken	5.100	4.200
• Persoonlijke verzorging	3.600	3.700
• Kleding en modeaccessoires	16.100	16.900
• Schoenen en lederwaren	5.300	4.500
• Warenhuizen	1.400	5.000
• Juwelier en optiek	1.300	1.300
• Huishoudelijke en luxe	3.300	4.400
• Antiek en kunst	700	400
• Sport	4.600	4.900
• Spel	1.700	1.300
• Hobby	1.400	1.200
• Media	1.300	1.700
• Elektronica	2.900	5.100
• Fiets- en autoaccessoires	4.600	3.100
• Plant en dier	8.400	3.600
• Overige detailhandel	6.900	4.900
• Woninginrichting	39.800	37.400
• Doe-het-zelf	8.300	13.300
• Tuincentra	13.100	5.300
• TOTAAL	149.100	139.100
• Leegstand	30.200	17.100

Winkelaanbod Almelo-centrum en gemiddeld in centra van kernen met een gelijk inwonertal (in m² wvo, per 1 april 2013)

Hoofdbranche	Almelo-centrum	Gemiddeld in centra van kernen met ± 69.500 inw.
• Supermarkten	1.500	3.700
• Speciaalzaken	1.000	1.600
• Persoonlijke verzorging	1.300	1.900
• Kleding en modeaccessoires	12.600	14.100
• Schoenen en lederwaren	4.700	3.800
• Warenhuizen	1.100	4.700
• Juwelier en optiek	1.000	1.000
• Huishoudelijke en luxe	2.600	2.600
• Antiek en kunst	400	100
• Sport	1.300	2.000
• Spel	1.100	900
• Hobby	500	700
• Media	1.000	1.200
• Elektronica	1.200	3.100
• Fiets- en autoaccessoires	700	800
• Plant en dier	200	600
• Overige detailhandel	2.100	1.800
• Woninginrichting	1.600	3.800
• Doe-het-zelf	0	300
• Tuincentra	0	0
• TOTAAL	35.800	48.600
• Leegstand	9.500	7.800

Bijlage 4 Begrippenlijst

ABC-goederen

Detailhandel in auto's, boten en/of caravans.

Branche

Een groep van bedrijven die zich richt op de verkoop van één (dominante) artikelgroep (bijvoorbeeld schoenen) of op de verkoop van een veel voorkomende combinatie van artikelgroepen (bijvoorbeeld sport).

Bouwmarkt

Een winkel met een al dan niet geheel overdekt winkelvloeroppervlak van minimaal 1.000 m² waarop het volledige assortiment van bouw- en doe-het-zelfproducten aan zowel vakman als particulier wordt aangeboden op basis van zelfbediening.

Brutovloeroppervlak (bvo)

De totale ruimte van een winkel bestaande uit winkelvloeroppervlak en niet voor consumenten toegankelijke ruimten (opslag, kantine, etc.). Het winkelvloeroppervlak bedraagt, afhankelijk van de branche, circa 75 à 80% van het brutovloeroppervlak.

Dagelijkse artikelen

Artikelen in de branches voedings- en genotmiddelen en persoonlijke verzorging.

Detailhandel

Het bedrijfsmatig te koop aanbieden, waaronder begrepen de uitstalling ten verkoop, het verkopen en/of leveren van goederen aan personen die die goederen kopen voor gebruik, verbruik of aanwending anders dan in de uitoefening van een beroeps- of bedrijfsactiviteit alsmede anders dan voor verbruik ter plaatse.

Doe-het-zelf

Een winkel in de doe-het-zelfbranche voert een assortiment dat gericht is op gebruik door particuliere consumenten voor werkzaamheden in, aan en om het huis. We onderscheiden bouwmarkten, breedpakketwinkels, ijzerwarenwinkels en verf-/behangspecialisten.

Dienstverlening (publieksgericht commercieel)

Een bedrijf met uitsluitend of in hoofdzaak een dienstverlenende of verzorgende taak. Onder dienstverlening verstaan wij administratieve/financiële dienstverlening (bijv. assurantiëkantoor, bank etc.), publieksgerichte dienstverlening (bijv. stomerij, reisbureau) en ambachtelijke dienstverlening (bijv. schoenmaker, kapper etc.)

Filiaalbedrijf/grootwinkelbedrijf/winkelformule/winkelketen

Detailhandelsonderneming met 7 of meer eigen winkels.

Frictieleegstand

De leegstand tussen twee verhuurperiodes die maximaal één jaar belooft.

Horecabedrijf

Een bedrijf waar bedrijfsmatig dranken en/of etenswaren voor gebruik ter plaatse worden verstrekt, bedrijfsmatig logies wordt verstrekt en/of zaalaccommodatie wordt geëxploiteerd.

Koopkrachtbinding

Het aandeel (%) van de totale bestedingen van inwoners dat wordt gedaan in het winkelapparaat in het eigen verzorgingsgebied, noemen we de koopkrachtbinding.

Koopkrachtoevloeiing

Het deel van de omzet dat van buiten het primaire verzorgingsgebied komt, ofwel het aandeel vreemde koopkracht.

Leegstand

Leegstaand commercieel vastgoed (te koop/te huur) waar detailhandel mag vestigen.

Leisure

Commerciële en niet-commerciële vrijetijdsvoorzieningen (bijv. restaurant, museum, winkel, ijsbaan, bioscoop, theater etc.).

Marktaandeel

Aandeel van de betreffende onderneming(en) in de consumptieve bestedingen aan artikelen/artikelgroepen, uitgedrukt in procenten.

Niet-dagelijkse artikelen

Alle artikelen, met uitzondering van artikelen in de branches voedings- en genotmiddelen en persoonlijke verzorging.

Perifere detailhandel

Detailhandel gevestigd buiten de reguliere winkelconcentraties, maar binnen bestaand of te ontwikkelen stedelijk gebied (bijv. op een bedrijventerrein).

Primair verzorgingsgebied

Het aaneengesloten gebied rond een voorzieningencoluster dat zorgt voor circa 50% van de omzet in het voorzieningencoluster

Secundair verzorgingsgebied

Het aaneengesloten gebied rond het primaire verzorgingsgebied van het voorzieningencoluster dat de omzet in het voorzieningencoluster aanvult met 30%.

Tuincentrum

Detailhandel met een al dan niet geheel overdekt winkelvloeroppervlak waar bedrijfsmatig boomkwekerijproducten, planten, bloembollen en bloemen ten verkoop worden aangeboden, alsmede materialen voor de aanleg, de verfraaiing en het onderhoud van tuinen.

Verkoopruimte (vkr)

Een detailhandelsvestiging met winkelpersoneel en een eigen kassa.

Vloerproductiviteit

De gemiddelde omzet per m² winkelvloeroppervlak. Deze varieert per type winkelgebied, branche en winkelformule.

Volumineuze detailhandel

Detailhandel in auto's, boten, caravans en tenten, grove bouwmaterialen, keukens, badkamers en sanitair evenals bouwmarkten en detailhandel in woninginrichting waaronder meubels. Deze detailhandel heeft vanwege de omvang en de aard van de gevoerde artikelen een groot oppervlak nodig voor de uitstalling. Hierdoor is vestiging binnen reguliere winkelconcentratiegebieden in veel gevallen moeilijk.

Warenhuis

Een winkel waarin ten minste zes van de volgende artikelgroepen worden aangeboden: voedings- en genotmiddelen, kleding/textiel, meubelen/ woninginrichting, verlichting, huishoudelijke artikelen, consumentenelektronica, doe-het-zelfartikelen, educatie- en vrijetijdsartikelen. De artikelgroep kleding/textiel is altijd aanwezig. De afzonderlijke artikelgroepen nemen tussen de 5% en 50% van het winkelvloeroppervlak in beslag.

Warenmarkt

Een verzameling van minimaal 7 kramen, verkoopwagens of grondplaatsen van waaruit de toegelaten kooplieden detailhandel bedrijven. Een warenmarkt wordt met vaste regelmaat gehouden op een bepaald tijdstip en op een bepaalde dag en is ingesteld krachtens een gemeenteraadsbesluit.

Weekmarkt

Een warenmarkt die één tot drie dagen per week op eenzelfde locatie wordt gehouden.

Winkel

Ieder voor het publiek vrij toegankelijk pand met uitstalling van artikelen ten behoeve van verkoop aan particulieren.

Winkelgebied

Een geografisch geheel waarbinnen minimaal 5 winkels zijn gevestigd, eventueel in samenhang met andere consumentverzorgende functies (horeca, dienstverlening etc.).

Winkelvloeroppervlak (wvo)

De voor het publiek toegankelijke winkelruimte ten behoeve van detailhandel, inclusief zichtbare ruimten zoals bijvoorbeeld etalages en de ruimte achter toonbanken en kassa's. Het winkelvloeroppervlak bedraagt, afhankelijk van de branche, circa 75 à 80% van het brutovloeroppervlak.

Woninginrichting

De woninginrichtingsbranche wordt gevormd door winkels met een assortiment dat gericht is op gebruik door particuliere consumenten voor de inrichting van het huis. In de woninginrichtingsbranche onderscheiden we meubelspecialzaken, slaapkamerspecialzaken, woningtextielzaken, verlichtingszaken, gemengde zaken, tegelhandel, keukenspecialzaken, kurk- en parketzaken, badkamer- en sanitairzaken en zonweringszaken.

Bijlage 5 Sterkte-/zwakte-analyse winkelgebieden

Binnenstad

De binnenstad is te typeren als het recreatieve hoofdwinkelgebied met een uitgebreid modisch en overig niet-dagelijks winkelaanbod (totale aanbod ± 36.000 m² wvo; 150 vkp). Het aantal grootschalige publiekstrekkers in de niet-dagelijkse sector is beperkt. Er is al jaren niet meer op grote schaal geïnvesteerd in het vastgoed. Zwaartepunt van winkelaanbod ligt in het centrale deel van de Grotestraat, Galerij en Marktplaats (groot aandeel filiaalbedrijven). Hier zijn ook de grootste passantenstromen. Het huidige kernwinkelgebied is te langgerekt, met op diverse locaties leegstaande (kleinschalige) panden (± 45 panden, excl. strategische leegstand).

Uit zeer recent onderzoek onder inwoners in Almelo blijkt dat een ruime meerderheid van de respondenten aspecten als 'sfeer', 'gezelligheid' en 'uitstraling' in de binnenstad als matig of slecht beoordelen. Ook het

huidige winkelaanbod krijgt een onvoldoende en respondenten vinden in het afnemen van het winkelaanbod de belangrijkste verklaring in de achteruitgang van de binnenstad als geheel*.

Sterkte-/zwakteanalyse binnenstad

Branchering	+	Modisch en overig niet-dagelijks aanbod
	-	Warenhuisaanbod beperkt
	-	Veel leegstand
Trekkerbeeld	+	Veel landelijk bekende ketens aanwezig
	-	Ontbreken zeer grootschalige trekker(s)
Routing/lopzet	-	Te ruim gebied
	±	Op onderdelen onhellere routing
Uitstraling	-	Zeer wisselend, doorgaans matig
Ligging	+	Centraal in de stad
Bereikbaarheid	+	Goed, via hoofd-ontsluitingswegen
Parkeren	+	Voldoende capaciteit
	±	Parkeersituatie westzijde onprettig
	±	Parkeertarief

* Gemeente Almelo (2013). Kernresultaten winkelen in Almelo omnibuspanel (afdeling onderzoek en statistiek, afname februari 2013)

Gewenste acties

- Anstellen centrumcoach; strategische en procesmatige 'coaching' in een samenwerkingsvorm met marktpartijen);
- Uitwerken en (gefaseerde) uitvoering van het centrumplan (initiatief gemeente, met centrumcoach en marktpartijen);
- Afbakenen compact kernwinkelgebied;
- Verbeteren vestigingskwaliteiten kern-winkelgebied (o.a. meer grootschaligheid, opwaardering en uitstraling vastgoed en verblijfsgebied) en kwaliteiten van aanloopstraten (onderscheidend vestigingsmilieu t.o.v. kernwinkelgebied);
- Instellen centrummanagement: partijen binnenstad aan de slag met concrete projecten die bijdragen aan de gewenste versterking van de binnenstad.



Aanwezigheid alle niet-dagelijkse branches is kracht



Modern winkelcentrum met drie supermarkten



Compleet boodschappenaanbod en zelfs kleine Hema



Relatie met Aldi kan beter

Eskerplein

Het Eskerplein is het grootste wijkwinkelcentrum van Almelo. Dit moderne en complete wijkwinkelcentrum heeft een omvang van circa 5.300 m² wvo (18 winkels) en beschikt over drie supermarkttrekkers: Plus (± 1.200 m² wvo), Lidl (± 1.100 m² wvo) en Aldi (± 700 m² wvo). Aanvullend winkelaanbod (o.a. Kruidvat, Blokker, Hema, Ter Stal, Tuunte en Readshop) zijn gericht op frequente aankopen (boodschappen). Het boodschappencentrum heeft een verzorgende functie voor de wijk Sluitersveld en aangrenzende buurten (deel Schelfhorst en Noorderkwartier (kaart 6)). In het noorden van Almelo blijft het draagvlak op peil (beperkte toename inwonertal door enkele woningbouwprojecten (o.a. Waterrijk)).

Het boodschappencentrum heeft een compacte en overzichtelijke opzet rondom het parkeerterrein en een eigentijdse uitstraling. Door de aanwezigheid van winkelaanbod aan weerszijden in de Ootmarsumsestraat (winkelradiaal) heeft het totale gebied een sterke positie in de winkelstructuur. Door vergrijzing van het ondernemersbestand en

verdringingseffecten, zal het winkelaanbod in de radiaal naar verwachting af gaan nemen.

Sterke-/zwakteanalyse Eskerplein

Branchering	+	Compleet dagelijks aanbod, aanvullend semi-dagelijks
Trekkerbeeld	+	Drie supermarkten in verschillende marktsegmenten
Routing/opzet	+	Compacte en overzichtelijke structuur
Uitstraling	+	Eigentijdse uitstraling
Ligging	+	Centraal in de wijk
Bereikbaarheid	+	Goed, via Ootmarsumsestraat
Parkeren	+	Deels direct voor de winkels, meer capaciteit naast het winkelcentrum

Gewenste acties

- Verbeteren relatie met Aldi;
- Verplaatsing winkelaanbod Ootmarsumsestraat;
- Afbouw winkelfunctie uiteinden Ootmarsumsestraat.

Schelfhorst

Wijkwinkelcentrum Schelfhorst heeft een winkelaanbod van circa 4.000 m² wvo (16 winkels). Het centrum is aantrekkelijk ingevuld. Er zijn twee supermarkten: C1000 (± 1.300 m² wvo) en Dirk van de Broek (± 1.200 m² wvo) en. Compleet aanvullend dagelijks en overig boodschappenaanbod is aanwezig (o.a. versspeciaalzaken, DA en Blokker). Het winkelcentrum heeft een boodschappenfunctie voor inwoners uit de omliggende wijk Schelfhorst en voor toekomstige inwoners (o.a. Waterrijk).

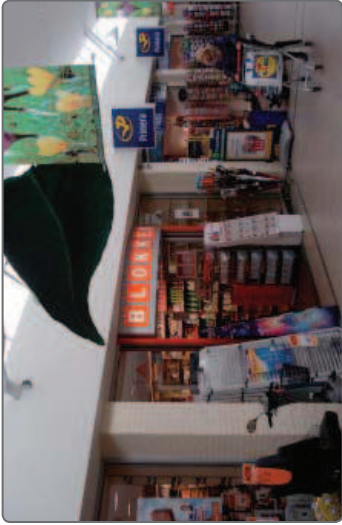
Het wijkwinkelcentrum is overdekt en heeft een introverte opzet. De uitstraling aan de buitenkant (zij- en achterkanten) is hierdoor matig. De ligging in het verzorgingsgebied en bereikbaarheid zijn goed. Enige schaalvergroting (o.a. supermarktaanbod) en modernisering is op termijn gewenst en door toenemend draagvlak mogelijk. Bij uitbreiding zijn de huidige introverte opzet en parkeersituatie mogelijk knelpunten.

Sterkte-/zwakteanalyse Schelfhorst

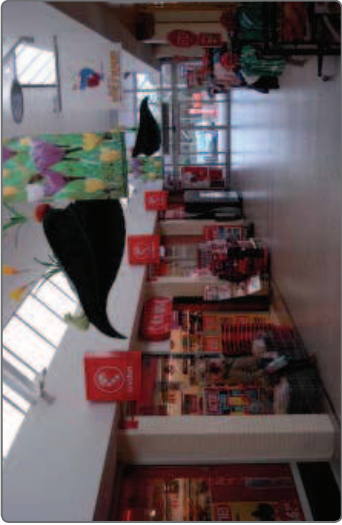
Branchering	+	Compleet boodschappenaanbod
Trekkerbeeld	+ ±	Twee supermarkten van voldoende omvang Beide supermarkten in middensegment
Routing/opzet	+ ±	Compacte structuur Introverte opzet
Uitstraling	±	Enigszins gedateerd
Ligging	+	Centraal in de wijk
Bereikbaarheid	+	Goed, op kruising van wijkontsluitingswegen
Parkeren	+ ±	Rondom winkelcentrum Parkeercapaciteit op piekmomenten

Gewenste acties

- Behoefte-onderzoek bestaande ondernemers voor uitbreiding;
- Modernisering uitstraling winkelgebied (vooral buitenkant);
- Bij uitbreidingsbehoefte of interesse derde supermarkt (voorkeur verplaatsing) integraal plan opstellen (opzet routing en parkeercapaciteit).



Compleet boodschappenaanbod



Overdekt en introverte opzet



Twee supermarkten als publiekstrekkers



Compleet boodschappencentrum



Weinig samenhang op meerdere plekken



Slechte relaties tussen oude en nieuwe deel

Vincent van Goghplein

Wijkwinkelcentrum Van Goghplein heeft een omvang van circa 4.200 m² wvo (17 winkels). Er zijn drie supermarkten: Dekamarkt (± 1.100 m² wvo), Aldi (± 600 m² wvo) en EmTé (± 500 m² wvo). Het overige boodschappen-aanbod is compleet (o.a. speciaalzaken Kruidvat en Blokker). Het winkelcentrum heeft een verzorgingsfunctie voor het doen van boodschappen voor inwoners uit de wijken Ossenkoppelerhoek en Nieuwstraatkwartier (kaart 6). Draagvlak voor behoud van een compleet wijkwinkelcentrum is aanwezig (zeker na verdwijnen supermarkt Nieuwstraat).

Het winkelcentrum bestaat uit twee delen, waartussen weinig samenhang is. Het oudste deel bestaat uit een kleine winkelstrip, die slecht zichtbaar is door de nieuwbouw ervoor. Het nieuwe deel heeft een eigentijdse, maar introverte uitstraling. De slechte relatie tussen het oude en het nieuwe deel wordt versterkt door de ondergrondse parkeergarage met een entree in het overdekte deel.

Sterkte-/zwakteanalyse Van Goghplein

Branchering	+	Compleet boodschappenaanbod
Trekkerbeeld	+	Drie supermarkten in verschillende marktsegmenten
	-	EmTé te klein
	±	Dekamarkt en Aldi aan kleine kant
Routing/opzet	-	Geen samenhang tussen oud en nieuw
	±	Onoverzichtelijke opzet
Uitstraling	-	Winkelstrip verouderd
	+	Overdekte deel eigentijdse uitstraling
	-	Blinde wanden in overdekte route
Ligging	±	Enigszins decentraal in verzorgingsgebied
Bereikbaarheid	+	Goed, aan ontsluitingsstructuur
Parkeren	-	Capaciteit op maaiveld beperkt

Gewenste acties

- Verbeteren uitstraling oude winkelstrip
- Verbeteren opzet en routing gehele centrum (relaties winkels, koppeling maaiveld- en garageparkeren, supermarktaanbod optimaliseren (2 of 3)).

De Gors / Windmolenbroek

Winkelcentrum De Gors is op basis van het aanbod te typeren als buurtwinkelcentrum. Omvang van het winkelaanbod bedraagt circa 2.000 m² vvo (10 winkels). Er is één supermarkt: C1000 (± 1.000 m² vvo, wordt Albert Heijn). Overig dagelijks en aanvullend boodschappen-aanbod is redelijk compleet (o.a. speciaalzaken, Kruidvat, Ter Stal). De Gors ligt in de wijk Windmolenbroek (ruim 14.000 inwoners).

Het draagvlak voor winkels is van voldoende omvang om in deze wijk een compleet wijk-winkelcentrum met twee supermarkten te realiseren. Een alternatieve structuur bestaat uit een scenario twee buurtwinkelcentra (De Gors en Heraclesstadion)*. Een structuur met één wijkwinkelcentrum (twee supermarkten) biedt inwoners van Windmolenbroek echter een sterker, duurzamer en completer boodschappenaanbod (twee supermarkten trekken

* In de eerdere notitie van DTNP 'Winkels Heracles en Almelo Nouveau' (februari 2013) zijn voor de wijk-winkelstructuur in Windmolenbroek twee mogelijke scenario's benoemd: 1 wijkwinkelcentrum of 2 buurtwinkelcentra (De Gors en Heraclesstadion). Welk scenario het meeste bijdraagt aan de voorzieningenstructuur als geheel, is onderdeel van de afweging in deze detailhandelsstructuurvisie.

voldoende bezoekers voor een compleet boodschappenpakket, paragraaf 4.4). Een centrale locatie in de woonwijk voor een dergelijk boodschappencentrum is niet haalbaar gebleken. Het winkelcentrum De Gors is, ondanks de decentrale ligging in de woonwijk, het gewenste (potentiële) boodschappen-centrum voor deze wijk, doordat De Gors in de woonwijk ligt (op fiets en loopafstand voor een groot deel van de bewoners) en de verzorgings-functie van het Van Goghplein niet aantast.

Uitbreiding op de huidige locatie van het winkelcentrum voor een tweede supermarkt is fysiek mogelijk. Aansluiting van een tweede supermarkt met de rest van het centrum is in de huidige opzet echter lastig. Ook de gedateerde opzet en uitstraling van het centrum en parkeercapaciteit zijn op te lossen knelpunten. Een integrale opknappbeurt en zo mogelijk integrale herontwikkeling is gewenst.

Gewenste acties

- Toevoegen tweede supermarkt met goede relatie overige winkels;
- Uitbreiden parkeercapaciteit;
- Opknappen bestaande winkelcentrum;
- Onderzoek integrale herontwikkeling winkelcentrum.

Sterkte-/zwakteanalyse De Gors

Branchering	-	Supermarktaanbod beperkt
	+	Aanvullend aanbod redelijk compleet
Trekkerbeeld	-	Slechts één supermarkt
	±	C1000 aan kleine kant
Routing/opzet	+	Compacte opzet rondom autovrij plein
	±	Afstand tussen winkels en parkeren groot
Uitstraling	-	Gedateerde uitstraling
Ligging	-	Decentraal in de wijk
Bereikbaarheid	±	Redelijk, aan wijkontsluitingsweg
Parkeren	±	Beperkte parkeercapaciteit



Groter programma met twee supermarkten mogelijk



Twee supermarkten, overig aanbod beperkt



Relaties tussen winkelaanbod en uitstraling slecht



Potenties overig aanbod beperkt

De Maat

Winkelcentrum De Maat heeft een omvang van circa 2.300 (8 winkels). Er zijn twee supermarkten: Coop ($\pm 1.000 \text{ m}^2$ wvo) en Aldi ($\pm 800 \text{ m}^2$ wvo). Overig dagelijks winkel-aanbod is beperkt en incompleet. De Coop is aan de kleine kant. Het verzorgingsgebied van dit winkelcentrum bestaat uit de inwoners van de geïsoleerd gelegen wijk Wierdensehoek (ook bekend als Aalderinkshoek) en is te klein voor een wijkwinkelcentrum met twee supermarkten en een compleet aanvullend dagelijks aanbod (kaart 6).

Er is weinig samenhang tussen beide supermarkten en het overige (beperkte) aanbod. Dit geldt zowel voor de fysieke relatie (routing) als voor de kwaliteit van de bebouwing. De beide supermarkten hebben naar verwachting voldoende trekkracht om in de toekomst te kunnen (blijven) functioneren. Draagvlak voor overig aanbod is beperkt. Invulling van het verouderde deel van het winkelcentrum met alternatieve functies is een aandachtspunt.

Sterkte-/zwakteanalyse De Maat

Branchering	$\pm$	Supermarktaanbod
	-	Overig dagelijks aanbod beperkt
Trekkerbeeld	+	Twee elkaar aanvullende supermarkten
Routing/opzet	-	Onoverzichtelijke structuur
	-	Geen samenhang tussen Aldi en overige winkels
Uitstraling	-	Verouderd
	+	Supermarkten eigentijds
Ligging	+	Centraal in de wijk
Bereikbaarheid	+	Goed, aan wijkontsluitingsweg
Parkeren	+	Rondom winkelcentrum
	$\pm$	Parkeercapaciteit op piekmomenten

Gewenste acties

- Verbeteren relatie tussen supermarkten en overige winkels (deels door sloop);
- Plan alternatieve functies in leegstaande units winkelcentrum;
- Opknappen oude deel winkelcentrum.

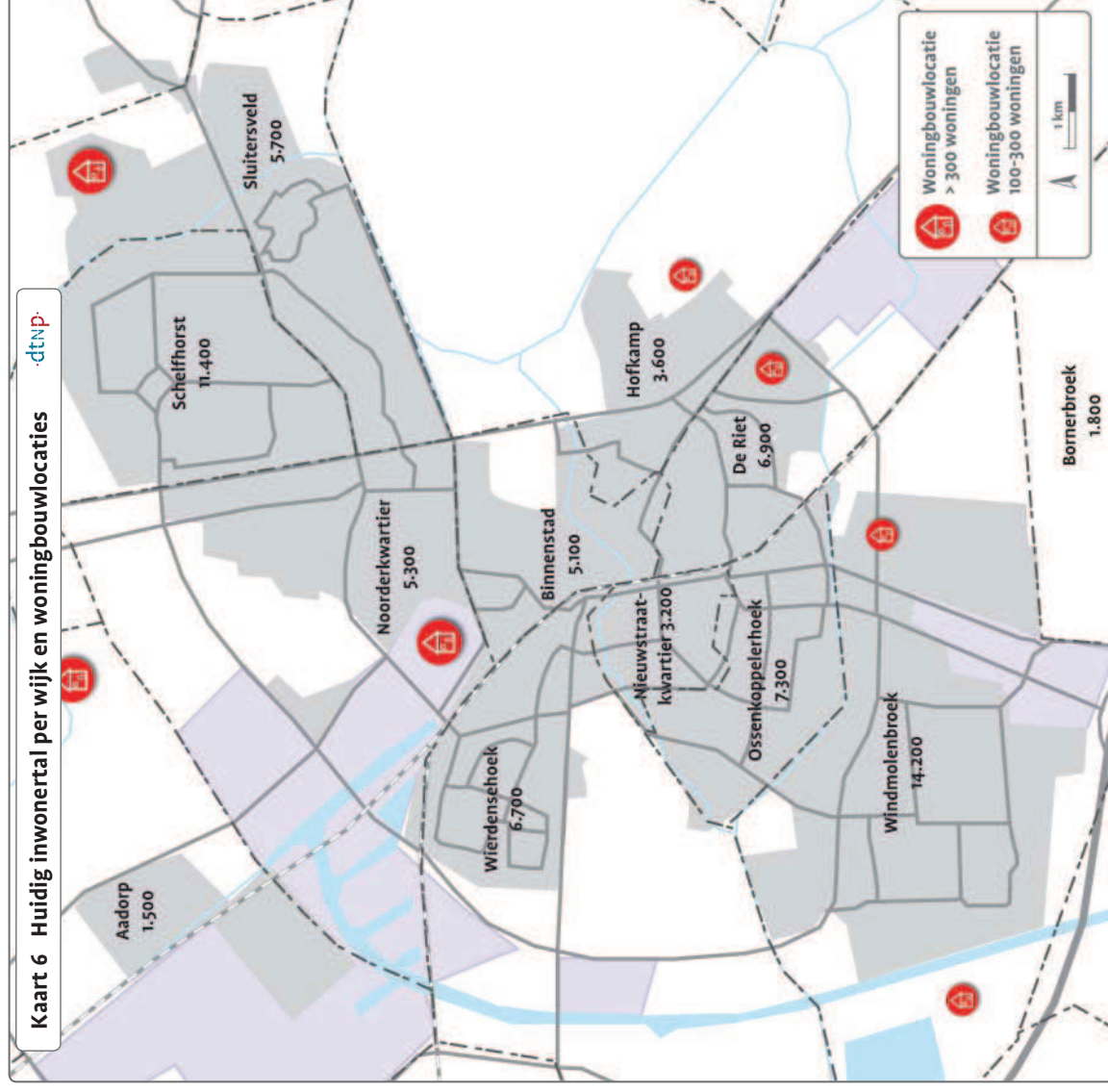
De Riet/Hofkamp

Het inwonertal in de wijken De Riet en De Hofkamp zijn samen voldoende groot om hier een compleet wijkwinkelcentrum te realiseren. Potenties hiervoor ontbreken echter door de aanwezigheid van solitaire supermarkten en toegestane ontwikkeling van nog een supermarkt en twee buurtwinkelcentra. Verspreid over de wijk De Riet liggen de supermarkten Plus, Aldi en Lidl, allen met eigentijdse omvang en uitstraling. Er zijn harde plannen voor Jumbo bij de Aldi, Albert Heijn en dagwinkels op de Violierlocatie en EmTé en dagwinkels in Almelo Nouveau.

De Violierlocatie ligt het meest centraal in dit verzorgingsgebied. Door het aanwezige en geplande supermarktenaanbod op andere locaties in dit gebied en het ontbreken van fysieke ruimte is een wijkwinkelcentrum op deze locatie met twee supermarkten niet haalbaar.

Gewenste acties

- Fysieke mogelijkheden voor winkels op Violierlocatie optimaal benutten.
- Verplaatsingen verspreide bewinkeling in wijk stimuleren.



Woonboulevard

De Woonboulevard Almelo is het enige PDV-cluster in de gemeente en heeft een omvang van circa 32.500 m² wvo (21 winkels). Het aanbod bestaat hoofdzakelijk uit winkels in de woninginrichtingsbranche (± 25.000 m² wvo), aangevuld met twee bouwmarkten (± 6.000 m² wvo). Een aantal panden staat leeg (± 7.700 m² wvo). De woonboulevard heeft een bovenlokale verzorgingsfunctie (gemeente en omliggende kernen).

De Woonboulevard heeft een langgerekte structuur met parkeerterreinen voor de winkels. Deze opzet sluit aan bij het dominante koopdoel gerichte volumineuze aankopen. De omvang van het winkelaanbod op de woonboulevard zal op termijn naar verwachting af gaan nemen.

Sterkte-/zwakteanalyse woonboulevard

Branchering	±	Ruim aanbod, maar nauwelijks midden- en hogere marktsegment
Trekkerbeeld	±	Vooraf trekkers in lage marktsegment, beperkt onderscheid t.o.v. regio
Routing/opzet	±	Overzichtelijk, maar zeer langgerekt, (te) grote loopafstanden
Uitstraling	±	Eenduidig, maar weinig attractief
	-	Paar grote panden leeg
Ligging	±	Decentraal in Almelo
Bereikbaarheid	+	Aan doorgaande N35
Parkeren	+	Ruim voldoende, voor de deur

Gewenste acties

- Onderzoek indikking structuur (minder langgerekt) rekening houdend met mogelijk minder winkels op termijn;
- Verplaatsing van solitair volumineus aanbod stimuleren.



Woninginrichting grootste branches woonboulevard



Ook twee bouwmarkten op PDV-cluster



Leegstand en langgerekte structuur vragen om actie

Bijlage 6 Distributieve mogelijkheden

Distributie planologisch onderzoek (dpo)

In vroegere dpo's werd het haalbare winkelaanbod vaak nauwkeurig berekend. Door grote onderlinge verschillen in typen winkelgebieden, branches en winkelformules moeten dergelijke berekeningen genuanceerd worden beoordeeld. De haalbaarheid van winkels wordt veel meer bepaald door de potentiële functie en kwaliteit van het winkelgebied. Niettemin kan een kwantitatieve analyse van vraag en aanbod een indicatie geven van overbewinning of uitbreidingspotenties.

Variabelen

Bij deze kwantitatieve analyse gaat het om de verhouding tussen vraag en aanbod. De vraagzijde wordt bepaald door de omzet per hoofd, de omvang van het verzorgingsgebied (aantal inwoners), de mate waarin het omzetspotentieel terecht komt in het betreffende winkelgebied (koopkrachtbinding) en de mate waarin omzet van elders toevloei (koopkrachttoevloeiing). Aan de aanbodzijde spelen de omvang (m² winkelvloeroppervlak) en benodigde omzet per m² wvo (vloerproductiviteit) een rol.

Verzorgingsgebied

De gemeente Almelo (primair verzorgingsgebied) heeft circa 72.800 inwoners*. Het inwonertal van de gemeente neemt naar verwachting de komende jaren toe, tot circa 74.300 in 2020**.

* Gemeente Almelo (2013), peildatum 1 januari 2013

** Gemeente Almelo (2013), Eindrapport scenario's grondbedrijf (mediaanvariant)

Gemiddelde omzet per inwoner

In distributieve berekeningen gaan we uit van de landelijk gemiddelde omzet per hoofd van de bevolking per jaar. Bij de gemiddelde omzet per hoofd van de bevolking zijn niet alleen bestedingen van consumenten meegenomen, maar ook bestedingen van bedrijven in winkels.

In deze indicatieve berekening wordt onderscheid gemaakt tussen winkels met dagelijkse aanbod (dagelijks) en winkels met niet-dagelijks aanbod (niet-dagelijks, inclusief volumineuze branches). Winkels met dagelijks aanbod zijn supermarkten, versspecialzaken en winkels in persoonlijke verzorging (o.a. drogisterij). Winkels met niet-dagelijkse aanbod zijn modewinkels (kleding, schoenen en lederwaren) en winkels met overig niet-dagelijks aanbod (o.a. warenhuizen, huishoudelijke artikelen, sport-, speelgoedzaken, winkels in wit- en bruinoed) en winkels met volumineus aanbod (tuincentra, bouwmarkten, overige doe-het-zelfzaken en winkels in woninginrichting).

In Nederland is de totale omzet van winkels in 2011 circa € 83,6 miljard (exclusief BTW). Dit betekent een gemiddelde omzet per hoofd van de bevolking per jaar van circa € 5.020. Hiervan wordt € 2.340 omgezet in winkels met dagelijks aanbod en € 2.690 in winkels met niet-dagelijks aanbod***.

Wanneer het gemiddeld besteedbaar inkomen per inwoner in het verzorgingsgebied afwijkt van het Nederlands gemiddelde is het gewenst de gemiddelde omzetcijfers per hoofd aan te passen. Voor winkels met

*** HBD (2012), Omzetkengedallen ten behoeve van ruimtelijk-economisch onderzoek

dagelijks aanbod is het gebruikelijk het omzetcijfer per hoofd aan te passen met een correctie van $\frac{1}{4}$ van het percentage dat het inkomen lager of hoger is dan het Nederlands gemiddelde. Voor winkels met niet-dagelijks aanbod is het gebruikelijk een correctie door te voeren van $\frac{1}{2}$ van het percentage dat het inkomen lager of hoger is dan het gemiddelde. Omdat het gemiddeld besteedbaar inkomen in de gemeente Almelo 13% onder het landelijk gemiddelde ligt*, gaan we uit van iets lagere omzetcijfers per inwoner. Voor winkels met dagelijkse artikelen gaan wij uit van € x ($\text{€ } 2.340 - (\frac{1}{4} \times 13\% \times \text{€ } 2.340)$). Voor winkels met niet-dagelijkse artikelen (inclusief volumineuze branches) gaan we uit van € x ($\text{€ } 2.690 - (\frac{1}{2} \times 13\% \times \text{€ } 2.690)$).

Koopkrachtbinding en -toevoeling

Niet alle bestedingen van inwoners in Almelo komen terecht in het eigen winkelapparaat. Het aandeel van de totale bestedingen van inwoners uit Almelo dat terecht komt in de eigen winkels noemen we de koopkrachtbinding. Behalve bestedingen van inwoners van gemeente Almelo (primair verzorgingsgebied) ontvangen de winkels in gemeente Almelo ook bestedingen van inwoners van buiten het primair verzorgingsgebied. Dit aandeel binnen de totale omzet noemen we de koopkrachttoevoeling.

In de berekening zijn de meest recente koopkrachtbindings- en koopkrachttoevoelingsgegevens uit het koopstromenonderzoek in Twente gehanteerd**.

* CBS (2013), StatLine databank

** I&O (2010), Koopstromenonderzoek 2010, Regiorapport Twente

Gemiddelde omzet per m²

In Nederland bedraagt de gemiddelde omzet per m² (uit de verkoop aan consumenten en bedrijven) in winkels met dagelijks aanbod circa € 7.310,- (excl. BTW). In winkels met niet-dagelijks aanbod (inclusief volumineuze branches) bedraagt de gemiddelde omzet per m² circa € 2.080,- (excl. BTW)***. De landelijk gemiddelde omzet per m² worden als indicatieve norm voor de benodigde omzet per m² voor winkels in Almelo gehanteerd.

Indicatie distributieve mogelijkheden

Op basis van bovenstaande cijfers wordt een indicatieve berekening gemaakt van de distributieve mogelijkheden voor Almelo. Uit deze indicatieve berekening komt naar voren dat er op dit moment sprake is van overaanbod. Uitgaande van de positieve koopstroomgegevens uit 2010 (hoge binding en hoge toevoeling) komt desondanks een negatieve distributieve ruimte voor zowel het dagelijkse (indicatie -5.000 m² wvo) als het niet- dagelijkse (indicatie: -25.000 m² wvo) winkelaanbod (exclusief huidige leegstand). Het vasthouden van de in 2010 gemeten koopkrachtbinding en -toevoeling vraagt al een behoorlijke ambitie gezien de complete centra in de regio. Naar verwachting nemen winkelbestedingen komende jaren af (o.a. internetverkoop). Een distributieve berekening voor de toekomstige situatie zal derhalve eerder een nog negatievere uitbreidingspotentie laten zien. DTNP benadrukt het indicatieve karakter van de berekening. De uitkomst moet met een ruime bandbreedte worden bezien.

*** HBD (2012), Omzetkengedaten ten behoeve van ruimtelijk-economisch onderzoek

Indicatie distributieve mogelijkheden winkels Dagelijks in Almelo in 2013

Inwoners primair verzorgingsgebied (kern)	72.800
Omzet/inwoner (excl. BTW)	€ 2.260
Koopkrachtbinding	92%
Koopkrachttoevoeling	13%
Totale potentiële omzet (excl. BTW)	€ 174,3 mln
Omzet/m² (excl. BTW)	€ 7.310
Potentieel winkelaanbod m² wvo	23.800
Aanwezig winkelaanbod (excl. leegstand) m² wvo	28.400
Distributieve ruimte winkelaanbod m² wvo	- 4.600

Indicatie distributieve mogelijkheden winkels niet-dagelijks in Almelo in 2013

Inwoners primair verzorgingsgebied (kern)	72.800
Omzet/inwoner (excl. BTW)	€ 2.520
Koopkrachtbinding	68%
Koopkrachttoevoeling	38%
Totale potentiële omzet (excl. BTW)	€ 200,8 mln
Omzet/m² (excl. BTW)	€ 2.080
Potentieel winkelaanbod m² wvo	96.500
Aanwezig winkelaanbod (excl. leegstand) m² wvo	121.600
Distributieve ruimte winkelaanbod m² wvo	- 25.100