

Detailhandelsbeleid 2013+

Gemeente Nijkerk

Inhoudsopgave

MANAGEMENT SUMMARY.....	4
1 UITGANGSPUNTEN DETAILHANDELSBELEID	6
1.1 Aanleiding.....	6
1.2 Doel	7
1.3 (Beleids)kaders Nijkerk.....	8
1.4 Detailhandelsbeleid hogere overheden	10
1.5 Detailhandelsbeleid in de regio.....	12
1.6 Trends en ontwikkelingen	12
2 HUIDIGE DETAILHANDELSSTRUCTUUR	16
2.1 Nijkerkse detailhandel in cijfers	16
2.2 Positionering in de regio	17
2.3 Winkelaanbod onder de loep.....	18
3 VISIE OP DETAILHANDELSONTWIKKELINGEN 2030.....	23
3.1 Visie	23
3.2 Visie per type gebied	24
4 ROL, STRATEGIE EN UITVOERINGSKADER.....	28
4.1 Rollen en beleidsinstrumenten	28
4.2 Strategie	29
BIJLAGE 1 OVERZICHT GEÏNTERVIEWDE ONDERNEMERS.....	36
BIJLAGE 2 ONDERZOEKEN DERDEN.....	37
BIJLAGE 3 GERAADPLEEGDE LITERATUUR.....	38

MANAGEMENT SUMMARY

Detailhandel is belangrijk voor zowel de Nijkerkse economie als de leefbaarheid van de kernen en zorgt voor ca. 15% van de werkgelegenheid in Nijkerk. Nijkerk streeft naar een gezond ondernemersklimaat, complete en aantrekkelijke voorzieningen voor consumenten en duurzaam ruimtegebruik. Zowel in de Structuurvisie als in de Binnenstadsvisie Nijkerk, is ruime aandacht aan dit onderwerp besteed.

Veel winkelgebieden staan echter steeds meer onder druk. Het consumentengedrag is sinds de laatste jaren namelijk sterk aan het veranderen. Deels ten gevolge van de economische situatie, maar vooral ook door veranderingen in de samenstelling van de bevolking en de invloed van internet. Diverse studies en rapporten voorspellen, dat deze ontwikkelingen zullen leiden tot structurele leegstand in bestaande winkelcentra en stagnatie van nieuwe detailhandelsontwikkelingen. Schattingen gaan ervan uit dat in de toekomst ca. 40% van het huidige fysieke winkelloppervlak overbodig zal zijn.

Nijkerk wil in haar gemeente een gezonde detailhandelsstructuur met een aanbod aan winkels, dat past bij de functie van het desbetreffende winkelgebied en aansluit bij de behoeften van consumenten. Zij is zich bewust van de trends en ontwikkelingen op het gebied van schaalvergroting, branchevervaging en de verwachte sterke terugloop van het benodigde winkelloppervlak. Om bedreigingen (leegstand van winkelpanden en stagnatie van ontwikkelingen) het hoofd te kunnen bieden en tegelijkertijd de detailhandelsstructuur te versterken, is het belangrijk om duurzaam te investeren op basis van bewuste keuzes. De gemeente zal hierbij de regie moeten voeren, maar is hierbij afhankelijk van andere partijen. Zowel publieke partijen (provincie en het rijk) als private partijen (o.a. winkeliers, beleggers en ontwikkelaars) zullen hun steentje bij moeten dragen. Hierbij is het belangrijk dat de gemeente duidelijke en reële keuzes maakt.



In de afgelopen jaren zijn er in Nijkerk al meerdere onderzoeken en beleidsdocumenten verschenen over (ontwikkelingen in de) detailhandel, maar deze zijn maar beperkt uitgewerkt, gaan niet over de hele gemeente en er is onvoldoende naar de samenhang tussen de verschillende gebieden gekeken. Ze bieden weliswaar aanknopingspunten voor detailhandelsbeleid, maar zijn nog onvoldoende richtinggevend voor de beoordeling van initiatieven en bieden nog onvoldoende handvatten voor gemeentelijke inzet (waar ziet de gemeente voor zichzelf een rol weggelegd, en welke?). Daarom heeft de gemeente het initiatief genomen om een gemeentebrede detailhandelsbeleidsnota op te stellen, waarin op basis van een richtinggevende visie aandacht is besteed aan de rol van de gemeente, het in te zetten instrumentarium en prioriteitsstelling. Bij het opstellen van de detailhandelsbeleidsnota zijn diverse ondernemers betrokken.

Met dit nieuwe detailhandelsbeleid scherpen wij het bestaande beleid aan. Ons antwoord op de verwachte overbodigheid van winkelloppervlak bestaat uit het terugdringen en concentreren van verspreide bewinkeling, versterking van de kernwinkelgebieden en clustering van GDV/PDV op bedrijventerreinen. We kiezen voor versterking van de functie, samenhang en identiteit van de (kern)winkelgebieden in de binnenstad van Nijkerk ('rondje

Nijkerk'), Paasbos, Nijkerkerveen en Hoevelaken. Deze kernen hebben een verzorgende functie. Daarbij hoort een passend aanbod aan dagelijkse en niet-dagelijkse boodschappen. De binnenstad heeft naast een verzorgende functie ook een recreatieve functie, met, naast een dagelijks aanbod, een aantrekkelijk aanbod aan recreatieve winkels (shoppen). Inzet is om perifere en grootschalige detailhandelsvestigingen (PDV/GDV), die qua omvang en assortiment niet passen in de kernwinkelgebieden, te clusteren aansluitend aan de bestaande PDV-concentratie aan de Watergoorweg. Zo kunnen deze profiteren van elkaars nabijheid. Handel in ABC-goederen (auto's, boten, caravans) kan zich daarnaast vestigen op een zichtlocatie aan de A1/A28. Doel is afname van het totaaloppervlak aan verspreide bewinkeling buiten de bovengenoemde concentratiegebieden.

Gezien de dynamische ontwikkelingen in de detailhandel is het belangrijk dat de gemeente, veel meer dan voorheen, bewust de regie neemt. Bewust sturen begint met goede monitoring en afstemming met de belanghebbenden. Bij nieuwe initiatieven wordt een toetsingskader gehanteerd, op basis waarvan de gemeente al dan niet mee zal werken aan vestiging of uitbreiding van detailhandel. Daarnaast zal een verordening worden opgesteld, die samen met het algemene handhavingsbeleid, de basis vormt voor het handhaven van dit beleid.

Nijkerk kiest voor een offensief kaderstellende rol ter versterking van de functie, samenhang en identiteit van de bestaande kernwinkelgebieden (binnenstad Nijkerk, Paasbos, Nijkerkerveen en Hoevelaken). Eerste prioriteit vormt de binnenstad van Nijkerk, waarvoor een binnenstadsvisie is opgesteld. In samenwerking met ondernemers, bewoners en andere belanghebbenden, is de uitvoering hiervan gestart. Een onderdeel van dit plan is het opstellen van een beeldkwaliteitsplan en bestemmingsplan, om dit detailhandelsbeleid planologisch te verankeren. Planologische verankering van dit beleid op andere locaties vindt plaats op een natuurlijk moment; ofwel bij de periodieke actualisatie van een relevant bestemmingsplan, ofwel op het moment dat er een ruimtelijke ontwikkeling plaatsvindt, die aanleiding geeft tot de herziening van het bestemmingsplan. In Nijkerkerveen wordt detailhandel meegenomen in de ontwikkeling van het voorzieningencluster in deze kern. De volgende prioriteit vormt de herstructurering van het winkelcentrum in Paasbos als onderdeel van het plan van aanpak voor deze wijk. Het centrum van Hoevelaken is een aantal jaren geleden al aangepakt, zodat hier op dit moment geen plannen zijn voorzien.

Voor de concentratie van de PDV/GDV en ABC-goederen (auto's, boten en caravans) bij de Watergoorweg kiest Nijkerk vooralsnog voor een defensief kaderstellende rol. Verplaatsende of nieuwe PDV/GDV vestigingen kunnen zich op deze locatie concentreren. Dit is mogelijk op het moment dat er een pand vrijkomt en onder voorwaarde dat het oppervlak verspreide winkels per saldo gelijk blijft of afneemt. Vestiging van handel in ABC-goederen is daarnaast ook mogelijk op een zichtlocatie aan de A1/A28. In de Nota Werklocaties, die op de planning staat voor 2013, wordt samen met de bedrijven gekeken welke maatregelen getroffen en gefinancierd kunnen worden om de aantrekkelijkheid van het GDV/PDV cluster aan de Watergoorweg te bevorderen.

Ten slotte kiest Nijkerk voor een defensief kaderstellende rol voor wat betreft verspreide bewinkeling buiten de genoemde concentratiegebieden. Dit betekent dus consolideren en afbouwen. Uitbreiding en vestiging van nieuwe detailhandel is hier niet toegestaan. De gemeente zal op verzoek van de pandeigenaar meewerken aan eventuele planologische omvorming, indien dit ruimtelijk en economisch wenselijk is.

1 **Uitgangspunten detailhandelsbeleid**

1.1 **Aanleiding**

Een sterk detailhandelsaanbod is voor de gemeente Nijkerk van belang. Detailhandel heeft niet alleen een duidelijke economische functie, in die zin dat het werkgelegenheid creëert en ondernemers omzet genereren. Maar detailhandel kent ook een duidelijke sociaal-maatschappelijke functie: winkels maken wijken aantrekkelijker en hebben een positieve invloed op de leefbaarheid en sociale cohesie.

Ontwikkelingen in de detailhandelssector nemen de laatste jaren een enorme vlucht. De winkelmarkt verandert. Belangrijke oorzaak is het consumentengedrag dat aan het veranderen is, deels ten gevolge van de economische situatie, maar vooral ook door veranderingen in de samenstelling van de bevolking en de invloed van internet. Naar verwachting zullen deze ontwikkelingen leiden tot structurele leegstand in bestaande winkelcentra en stagnatie van nieuwe detailhandelsontwikkelingen (en terughoudendheid bij marktpartijen). Om bedreigingen (leegstand van winkelpanden en stagnatie van ontwikkelingen) het hoofd te kunnen bieden en tegelijkertijd de detailhandelsstructuur te versterken, is het belangrijk om duurzaam te investeren op basis van bewuste keuzes. De gemeente kan dat echter niet alleen, maar is hierbij afhankelijk van andere partijen. Zowel publieke partijen (provincie en Rijk) als private partijen (winkeliers, beleggers en projectontwikkelaars) zullen hun steentje moeten bijdragen.

Marktpartijen zijn eerder bereid om investeringen te doen in een gemeente, die zelf duidelijke en reële keuzes maakt. Private partijen moeten namelijk zelf investeringsrisico's dragen. Een risico dat groter is naarmate de gemeente onduidelijker is over (mogelijk concurrerende) detailhandelsontwikkelingen elders. In voorliggend detailhandelsbeleid wordt een visie geschetst voor de toekomst (anno 2030) en worden verwachte ontwikkelingen op het gebied van detailhandel vertaald naar concreet en integraal detailhandelsbeleid. Met dit beleid maakt de gemeente aan marktpartijen duidelijk waar ze aan toe zijn, en wat ze van de gemeente kunnen verwachten op het gebied van detailhandel. Zij zullen op basis hiervan eerder bereid zijn weloverwogen en duurzaam investeren in de kwaliteit en het aanbod van de gewenste detailhandel op de gewenste locaties in de gemeente Nijkerk.

De gemeente Nijkerk wil op deze manier (blijven) voorzien in:

- een gezond ondernemersklimaat voor detailhandel ('economisch'),
- complete en aantrekkelijke voorzieningen voor consumenten ('sociaal-maatschappelijk'),
- en ruimtelijke kwaliteit en duurzaam ruimtegebruik/ terugdringen leegstand ('ruimtelijk').

Positionering van het detailhandelsbeleid

Voorliggend detailhandelsbeleid vormt een uitwerking van de ontwikkelingsrichting voor detailhandel, zoals verwoord in de Structuurvisie Nijkerk/Hoevelaken 2030 en de Binnenstadvisie Nijkerk. In de afgelopen jaren zijn er – naast de Structuur- en Binnenstadvisie - in Nijkerk meerdere onderzoeken en beleidsdocumenten verschenen over (ontwikkelingen in de) detailhandel, maar deze zijn maar beperkt uitgewerkt, gaan niet over de hele gemeente en er is onvoldoende naar de samenhang tussen de verschillende gebieden gekeken. Ze bieden weliswaar aanknopingspunten voor detailhandelsbeleid, maar zijn nog onvoldoende richtinggevend voor de beoordeling van initiatieven en bieden nog onvoldoende handvatten voor gemeentelijke inzet (waar ziet de gemeente voor zichzelf een rol weggelegd, en welke?).

Daarom heeft de gemeente het initiatief genomen om het voorliggende gemeentebrede detailhandelsbeleid op te stellen, waarin op basis van een richtinggevende visie aandacht is voor de rol van de gemeente, het in te zetten instrumentarium en prioriteitsstelling. Met andere woorden: met dit detailhandelsbeleid geven we aan wat we willen doen om de detailhandelssector op een aantal plekken in de gemeente Nijkerk te versterken en welke keuzes we maken ter ondersteuning van de realisatie van zowel de Structuurvisie als de Binnenstadvisie. Bij het opstellen van deze beleidsnota zijn (in het voortraject) reeds diverse ondernemers in de detailhandel betrokken geweest (zie bijlage 1).

1.2 Doel

De doelstelling van het detailhandelsbeleid van de gemeente Nijkerk is om een toekomstgerichte, gemeentebrede visie op te stellen en deze door te vertalen in duidelijk detailhandelsbeleid, waarmee de gemeente ontwikkelmogelijkheden wil bieden aan ondernemers (economisch functioneren ondersteunen/ werkgelegenheid creëren), sociale cohesie en leefbaarheid stimuleren en een impuls geven aan de ruimtelijke kwaliteit van de verschillende (winkel)gebieden.

Hoe wil de gemeente dit aanpakken?

- a. De gemeente geeft duidelijk aan 'wat' de gewenste detailhandelsfunctie is per gebied (en de vertaling naar het soort winkels dat bij die functie aansluit), 'waar/ in welke gebieden' ze detailhandel wil behouden en stimuleren (en waar juist niet), en daarbij op basis van ruimtelijke argumenten aangeeft 'waarom' daar wel of niet.
- b. De gemeente Nijkerk geeft aan 'welke rol' en (beleids)instrumenten zij heeft en kiest om gewenste detailhandel toe te staan of te faciliteren en ongewenste detailhandel niet toe te staan of te ontmoedigen. Dit wordt uitgewerkt in een uitvoeringskader voor de verschillende te onderscheiden gebieden: de kernen, de binnenstad van Nijkerk, de bedrijventerreinen, en de verspreide bewinkeling (buiten de kernen).
- c. Tot slot geeft de gemeente aan wat ze zelf belangrijk vindt voor het functioneren van het gebied, zoals bijvoorbeeld de ruimtelijke kwaliteit, en hoe zij hier zelf in mee wil investeren.

Onze definitie van detailhandel is als volgt: 'Het bedrijfsmatig te koop of te huur aanbieden (waaronder de uitstalling voor verkoop), het verkopen en/of leveren van goederen aan personen die deze goederen kopen voor gebruik, verbruik of aanwending anders dan in de uitoefening van een beroeps- of bedrijfsactiviteit'.

Opbouw nota

In het vervolg van dit hoofdstuk worden de kaders gesteld die voor de inhoud en uitwerking van dit detailhandelsbeleid van belang zijn en waarmee de gemeente rekening zal moeten houden c.q. op in zal moeten spelen. Het gaat om de Nijkerkse (beleids)kaders, de rol van Rijk of provincie, de regionale (beleids)kaders en de trends en ontwikkelingen (die landelijk spelen). In hoofdstuk 2 komt de huidige detailhandelsstructuur aan bod (wat is er nu). In hoofdstuk 3 staat de visie op de gewenste toekomstige winkelstructuur in de gemeente Nijkerk centraal, waarbij eerst een totaalvisie wordt uitgewerkt en vervolgens een vertaling plaatsvindt naar een aantal type detailhandelsgebieden in de gemeente (wat wil de gemeente). Het laatste hoofdstuk gaat in op rollen en beleidsinstrumenten (wat kan de gemeente: verantwoordelijkheid, rol en beleidsinstrumenten) en vervolgens staat hier de strategie centraal, waarbij keuzes worden gemaakt, geprioriteerd en de aanpak wordt geschetst (hoe pakt de gemeente het aan).

1.3 (Beleids)kaders Nijkerk

In diverse Nijkerkse beleidskaders, waaronder de Structuurvisie Nijkerk/Hoevelaken 2030 en de Binnenstadsvisie, is detailhandel een belangrijk thema. Een deel hiervan is reeds vertaald naar beleidsregels, zoals de beleidsregels 'detailhandel op bedrijventerreinen' en 'niet-woonactiviteiten aan huis'. Ook zijn er meerdere onderzoeken uitgevoerd, zoals een Distributie Planologisch Onderzoek (DPO¹) en onderzoeken die de NOV heeft laten uitvoeren (zie bijlage 2). De Binnenstadsvisie is momenteel het verste uitgewerkt. De gemeente is, samen met ondernemers en bewoners gestart met de realisatie hiervan.

Structuurvisie Nijkerk / Hoevelaken 2030

Voorafgaand aan de Structuurvisie is geconstateerd dat de detailhandel in de drie kernen van de gemeente Nijkerk onder druk staat. Daarom heeft het gemeentebestuur – als input voor de Structuurvisie – een DPO laten uitvoeren. Op basis daarvan, is voor de Structuurvisie een aantal belangrijke opgaven geschetst, namelijk:

- Eigen identiteit kernen behouden en versterken;
- Binnenstad van Nijkerk vormt een belangrijke opgave;
- Impuls aan de detailhandelsstructuur van Nijkerk, Nijkerkerveen en Hoevelaken.

In de Structuurvisie is dit vertaald in de strategie van het tegengaan van spreiding van detailhandel waardoor de winkelvoorzieningen in de kernen aan kracht winnen. De gemeente Nijkerk heeft twee doelstellingen als het gaat om de vestiging van detailhandelsfuncties:

- het centrum van Nijkerk als sterk hoofdwinkelgebied met een compleet en gevarieerd voorzieningsaanbod;
- vitale dagelijkse winkelvoorzieningen op wijk- en dorpsniveau om de leefbaarheid op peil te houden.

Uit deze doelstellingen valt af te leiden dat het behoud en waar mogelijk versterken van de bestaande winkelgebieden het uitgangspunt moet zijn voor het detailhandelsbeleid.

Binnenstadsvisie

De Binnenstadsvisie, die in nauwe samenhang met de Structuurvisie is opgesteld, biedt aanknopingspunten voor beleidsontwikkeling met betrekking tot de detailhandelsstructuur. Voor de binnenstad worden in de Binnenstadsvisie een aantal uitgangspunten geformuleerd, namelijk:

- Versterken kernwinkelcircuit
- Sterke trekkers rondom het kernwinkelcircuit
- Diversiteit aan vestigingsmilieus
- Heldere parkeerlocaties en ontsluitingsroute ten behoeve van de snelle vindbaarheid en bereikbaarheid van winkels
- Toenemende aantrekkingskracht voor winkels in het midden- en hogere segment
- (Mogelijk maken van) vergroting winkelvloeroppervlak

¹ Bij een distributieplanologisch onderzoek (DPO) wordt via benchmarking met vergelijkbare kernen elders in Nederland een berekening gemaakt van de marktruimte die er is voor verschillende detailhandelsbranches. Door deze af te zetten tegen het reeds aanwezige winkelaanbod, wordt duidelijk of er sprake is van een evenwicht tussen vraag en aanbod. Ook wordt inzichtelijk welke branches over- of ondervertegenwoordigd zijn. Het DPO is een belangrijk hulpmiddel bij het opstellen van detailhandelsbeleid.

Om dit te kunnen bereiken, is in de Binnenstadvisie een aantal projecten gedefinieerd die de komende jaren in de binnenstad worden opgepakt. De visie voor de overige detailhandelslocaties en de typering van winkels per deelgebied is nog niet verder uitgewerkt. Daarbij is er tot op heden onvoldoende gekeken naar de samenhang tussen de verschillende detailhandelslocaties.

Beleidsregel 'detailhandel op bedrijventerreinen'

Vooruitlopend op voorliggend detailhandelsbeleid zijn in 2011 de beleidsregels 'detailhandel op bedrijventerreinen' vastgesteld door het college van B&W. Deze zijn gericht op de ruimtelijke inpassing of uitbreiding van detailhandel op bedrijventerreinen. Bij de herziening van de bestemmingsplannen voor de bedrijventerreinen zijn op basis van deze beleidsregel eisen gesteld aan vier vormen van detailhandel die worden toegestaan. Dit zijn detailhandel in volumineuze goederen², grootschalige detailhandel³, internetdetailhandel⁴ en ondergeschikte detailhandel⁵. In onderstaande box staat aan welke criteria de vier vormen van detailhandel op bedrijventerreinen moeten voldoen volgens het herziene bestemmingsplan voor bedrijventerreinen. Deze beleidsregel is tevens opgenomen in de bestemmingsplannen voor de nieuwe bedrijventerreinen Arkerpoort en De Flier.

Voor detailhandelsactiviteiten die aan huis plaatsvinden, heeft de gemeente (eveneens recent) de *beleidsregel 'niet-woonactiviteiten aan huis'* vastgesteld. In deze beleidsregel worden voldoende mogelijkheden geboden voor niet-woonactiviteiten aan huis die passen in een woonomgeving, mits wordt voldaan aan een aantal voorwaarden waaronder oppervlakte, bereikbaarheid, parkeren, aantal klanten. Een van de geldende criteria is echter dat detailhandel (anders dan via internet), horeca en groothandel niet zijn toegestaan.

² Detailhandel in goederen die qua aard of omvang niet passen binnen de bestaande winkelstructuur (bijvoorbeeld de verkoop van auto's, boten, caravans, keukens en bouwmaterialen).

³ Detailhandel in goederen waarvoor een minimaal bruto vloeroppervlak van 1500 m² gewenst is (bijvoorbeeld een tuincentrum, outlet-store of multimediaspecialist).

⁴ Detailhandel in goederen via het internet (bijvoorbeeld de verkoop van fietsen via internet).

⁵ Detailhandel in goederen die ondergeschikt is aan de hoofdactiviteit van het betreffende bedrijf (bijvoorbeeld een fabriek die de door haar geproduceerde goederen ook rechtstreeks aan de consument verkoopt).

Voor alle vormen van detailhandel op bedrijventerreinen geldt dat:

- aangetoond dient te worden dat de voorziene vorm van detailhandel qua aard of vorm niet past in de bestaande plaatselijke winkelstructuur;
- thematische ontwikkelingen zijn toegestaan, als daarvoor binnen de bestaande plaatselijke winkelstructuur geen geschikte locatie voorhanden is;
- geen strijdigheid mag ontstaan met de algemeen geldende milieuregelgeving;
- voorzien dient te worden in voldoende parkeervoorzieningen op eigen erf dan wel in de directe nabijheid van de desbetreffende percelen, waarbij wordt aangesloten bij de normen zoals opgenomen in bijlage X;
- bij nieuw- of herbouw een verantwoorde stedenbouwkundige inpassing dient plaats te vinden;
- geen sprake mag zijn van een onevenredig nadelige beïnvloeding van de normale afwikkeling van verkeer dan wel van een onevenredige parkeerdruk op de openbare ruimten;
- de belangen van de omliggende bedrijven niet onevenredig mag worden geschaad;
- detailhandel als ondergeschikte nevenactiviteit bij groothandel niet is toegestaan;

Voor detailhandel in *volumineuze goederen* geldt dat:

- de te verkopen goederen qua aard en omvang niet mogen passen binnen de bestaande plaatselijke winkelstructuur;
- de detailhandelsvestiging goed bereikbaar dient te zijn, waarbij tevens sprake is van een goede ontsluiting per auto en/of openbaar vervoer;

Voor *grootschalige detailhandel* geldt dat:

- de bruto vloeroppervlakte niet minder dan 1.500 m² mag bedragen;
- de detailhandelsvestiging goed bereikbaar dient te zijn, waarbij tevens sprake is van een goede ontsluiting per auto en/of openbaar vervoer;

Voor *internetdetailhandel* geldt dat:

- de levering van goederen uitsluitend mag plaatsvinden via post of koeriersdiensten;
- het volledige assortiment uitsluitend mag zijn te bezichtigen via internet of (post)catalogus;
- een showroom op het bedrijventerrein niet is toegestaan;

Voor *ondergeschikte detailhandel* geldt dat:

- de detailhandel in directe relatie met de bedrijfsvoering dient te staan;
- maximaal 20% van de totale netto vloeroppervlakte van het bedrijf mag worden aangewend voor ondergeschikte detailhandel, waarbij een oppervlakte van 300 m² niet mag worden overschreden;
- de detailhandel dient plaats te vinden in een van de rest van het bedrijf afgesloten ruimte;

1.4 Detailhandelsbeleid hogere overheden

Voor detailhandelsbeleid is het bestemmingsplan het meest krachtige instrument. Maar hoe dan ook, keuzes die gemaakt worden om het gewenste toekomstbeeld te realiseren, moeten door nieuwe Europese jurisprudentie beargumenteerd worden op basis van ruimtelijk relevante criteria. Dit impliceert voor de gemeentelijke overheid dat 'economische ordening niet (meer) mag, en ruimtelijke ordening wel'. De beleidsmaker bepaalt weliswaar, maar moet keuzes zoals gezegd te allen tijde kunnen motiveren op basis van ruimtelijke argumenten.

In het detailhandelsbeleid worden keuzes gemaakt over de ruimtelijke spreiding, locatie van detailhandelsbestemmingen maar ook over de omvang en het aanbod. Het beperken van de toegestane branches of winkelgroottes op een specifieke locatie is daarmee toegestaan. Dit moet echter altijd ruimtelijk relevant gemotiveerd worden. De Wro en de jurisprudentie bieden houvast hiervoor. Hieronder enkele voorbeelden van ruimtelijk relevante argumentatie:

- Ruimtelijke inpasbaarheid (fysieke ruimte, parkeren, bevoorraden, milieueisen, verkeersveiligheid);
- Omvang/verzorgingsfunctie (benodigd draagvlak t.o.v. aanwezig draagvlak);
- Omvang/kritische massa (voldoende variëteit/kwaliteit aanbod);
- Ruimtelijke kwaliteit (uitstraling, investeringsniveau);
- Duurzaam ruimtegebruik (flexibiliteit, intensief ruimtegebruik, duurzaamheid);
- Ruimtelijke synergie (functiemenging, dubbelgebruik, combinatiebezoek);
- Mobiliteit (afstand tot de consument, centrale goed ontsloten locaties, knooppunt openbaar vervoer).

Rijksbeleid

Volgens de in maart 2012 vastgestelde Structuurvisie Infrastructuur en Ruimte (SVIR) delegeert de Rijksoverheid het winkellocatiebeleid aan gemeenten en provincies. In de Structuurvisie Infrastructuur en Ruimte (SVIR) is detailhandel aan de ladder van duurzame verstedelijking toegevoegd.

Afwegingskader 'ladder van duurzame verstedelijking'

1. Is er vraag naar een nieuwe ontwikkeling?
2. Kan bestaand stedelijk gebied of bestaande bebouwing worden hergebruikt?
3. Mocht nieuwbouw echt nodig zijn, dan moet altijd worden gezorgd voor een optimale inpassing en bereikbaarheid.

Deze ladder vraagt van gemeenten bij nieuwe winkelontwikkelingen eerst naar herstructurering binnen of aan de rand van bestaande winkelgebieden te kijken, voordat een nieuwe perifere locatie wordt overwogen. Op deze wijze wordt een duurzame detailhandelsstructuur met een beperkt aantal sterke winkellocaties nagestreefd, wordt winkelleegstand tegengegaan en wordt zuinig omgegaan met schaarse ruimte. In voorliggend detailhandelsbeleid worden de nodige keuzes gemaakt. De gemeente Nijkerk heeft de genoemde stappen reeds geïncorporeerd in haar uitgiftebeleid.

Provinciaal beleid

De provincie Gelderland voert geen eigenstandig detailhandelsbeleid. Wel staat in de Ruimtelijke Verordening dat de provincie Gelderland zich het behoud van een duurzame en fijnmazige detailhandelsstructuur in Gelderland tot doel stelt. Hierbij heeft de positie van bestaande winkelgebieden prioriteit. Gelderland formuleert specifiek voor bovenlokale, perifere, thematische en grootschalige detailhandelsontwikkelingen een aantal beleidsuitgangspunten:

- alleen detailhandel is toegestaan welke vanwege specifieke ruimtelijke eisen moeilijk inpasbaar is in bestaande winkelcentrumgebieden. Onder detailhandel die op een perifere locatie kan worden toegestaan verstaat de provincie detailhandel in volumineuze goederen zoals bijvoorbeeld tuincentra, bouwmarkten, meubelwinkels, en handel in auto's en boten en detailhandel die uit veiligheidsoverwegingen niet in winkelgebieden kan worden gevestigd;

- thematische ontwikkelingen (clusters van detailhandel rond een zelfde branchegroep) zijn toegestaan, als daarvoor in de bestaande centra geen geschikte locatie voorhanden is;
- detailhandel in voedings- en genotmiddelen mogen zich niet vestigen op perifere locaties;
- voor grootschalige detailhandel (>1.500 m² bruto vloeroppervlak per winkel) met een bovenlokale functie/reikwijdte geldt dat deze dient aan te sluiten bij bestaande detailhandelsconcentratie en goed bereikbaar moet zijn per openbaar vervoer en auto;
- In het buitengebied is op agrarische bedrijven detailhandel als nevenfunctie mogelijk voor zover het de verkoop van lokaal geproduceerde agrarische producten betreft.

1.5 Detailhandelsbeleid in de regio

Veel gemeenten in de omgeving van Nijkerk hebben de afgelopen tijd detailhandelsbeleid opgesteld, onder andere Amersfoort en Zeewolde. Regionale afstemming is met name belangrijk bij perifere detailhandelsontwikkelingen. Perifere detailhandel is - vanwege aard en omvang van de producten - meestal niet in deze traditionele winkelcentra gevestigd. Dat geldt ook voor grootschalige detailhandel die vanwege de omvang van de winkel (> 1.500 m² bvo) vaak perifeer is gevestigd. Veelal gaat het daarbij om winkels die een groot verzorgingsbereik hebben (bovenlokaal/regionaal) en een grote verkeer- en parkeerbehoefte genereren. Vaak zijn dit soort winkels gevestigd op bedrijventerreinen, aan de rand van gemeenten (perifeer!), waardoor het voor buurgemeenten van belang is om niet te veel soortgelijk aanbod te ontwikkelen.

In de voormalige WERV regio (Wageningen, Ede, Rhenen en Veenendaal) en Barneveld is gezamenlijk PDV/GDV⁶ beleid opgesteld (2010). Hierin zijn afspraken gemaakt over vestigingen van detailhandel met een oppervlakte van meer dan 1.000 m². Er is een aantal beleidskeuzen gemaakt, o.a. over uitbreidingslocaties, branchevreemd assortiment en internetwinkels, waarmee helderheid is ontstaan over regionale ontwikkelingsmogelijkheden voor zowel projectontwikkelaars en beleggers als voor de (regio)gemeenten die het beleid moeten effectueren. Nu de WERV-regio met de Vallei-regio is opgegaan in Regio FoodValley, zal Nijkerk in toenemende mate regionaal gaan afstemmen op basis van deze eerder gemaakte regionale afspraken. Maar afstemming zal met name ook met de gemeente Amersfoort moeten plaatsvinden, aangezien inzicht in koopstromen aantoonde dat de relatie van Nijkerk met Amersfoort veel nadrukkelijker aanwezig is.

Tot slot heeft de Kamer van Koophandel Centraal Gelderland en het Hoofdbedrijfschap Detailhandel (HBD) recent de Detailhandelsagenda voor de toekomst, regio FoodValley opgesteld (2012) waarin een oproep wordt gedaan aan overheden en ondernemers in de regio zich bewust te zijn van de 'nieuwe winkelmarkt' en een actieve rol te vervullen om hierop in te spelen. Tevens worden in de Agenda handreikingen en instrumenten gegeven aan gemeenten, regio en provincies om te komen tot een toekomstbestendige winkelstructuur in regio FoodValley. Dit betreft een onderzoek/advies en geen regionaal detailhandelsbeleid.

1.6 Trends en ontwikkelingen

⁶ Perifere detailhandelsvestigingen (PDV) zijn gevestigd buiten de reguliere winkelconcentraties, maar binnen bestaand of te ontwikkelen stedelijk gebied, bijvoorbeeld op een bedrijventerrein. Deze detailhandel heeft vanwege de omvang en de aard van de gevoerde producten een groot oppervlak nodig voor de uitstalling. Hierdoor is vestiging binnen reguliere winkelconcentratiegebieden in veel gevallen moeilijk. Grootschalige detailhandelsvestigingen (GDV) zijn winkels met een omvang van minimaal 1.500 m² winkelvloeroppervlak.

Hoe ziet die nieuwe winkelmarkt er dan uit? Het is duidelijk dat de winkelmarkt momenteel aan het veranderen is: er is niet langer sprake van een groei, maar van een verdringingsmarkt. Deze wordt niet alleen veroorzaakt door de huidige economische recessie, wellicht wel versterkt, maar feitelijk is er sprake van een optelsom van een aantal autonome trends. Het gaat om trends die landelijk spelen, maar die ook hun invloed hebben op detailhandel in de gemeente Nijkerk. Enkele van deze trends zijn:

Schaalvergroting

- De schaalvergroting van winkels gaat door. Dit uit zich in een aantal onderliggende ontwikkelingen, namelijk:
 - Het gemiddelde oppervlak per winkel wordt steeds groter, er komen met andere woorden steeds grotere winkels. Zo ging het gemiddelde winkelloppervlak de afgelopen 10 jaar van 216 m² naar 266 m²;
 - Er komen steeds meer filialen, terwijl het aantal zelfstandigen afneemt (steeds hogere filialiseringsgraad): in 10 jaar van 28% naar 35%;
 - Het winkelaanbod (in m²) per inwoner neemt toe: in de afgelopen 10 jaar betrof het een toename van 20% in oppervlak.
 - Het winkelaanbod per inwoner neemt dus toe, terwijl het steeds minder winkels per inwoner zijn. Hierin is de schaalvergroting duidelijk zichtbaar.

Ontwikkelingen in PDV/GDV aanbod

PDV betreft perifeer gelegen detailhandel (dus buiten kernwinkelgebieden). Oorspronkelijk waren dit volumineuze goederen: detailhandel in ABC goederen (auto's, boten, caravans), grove bouwmaterialen en gevaarlijke stoffen. Daarna werd het steeds meer 'in en rond het huis' (met name wonen, doe-het-zelf en tuincentra) en tegenwoordig verschilt het per gemeente en/of locatie: soms gaat het ook om mode, speelgoed, sport e.d. GDV is grootschalige detailhandel, dit zijn winkels groter dan 1.000 m². Het gaat hier dus alleen over de omvang van de winkel.

Ontwikkelingen in het PDV/GDV aanbod (als gevolg van de verdringingsmarkt) zijn:

- Het onderscheid PDV / GDV verdwijnt
- Toenemende concurrentie voor binnensteden (goedkopere huurprijzen)
- Beperking branchering e.d. mag alleen op basis van ruimtelijk relevante argumenten

De beste kansen zijn er voor de multifunctionele PDV locaties (3e generatie), op goed bereikbare locaties en met voldoende parkeervoorzieningen. En uiteraard moet er voldoende winkelaanbod zijn ('moeite waard om erheen te gaan').

In de praktijk is zichtbaar dat grootschalige perifere winkels steeds meer producten verkopen, die ook verkrijgbaar zijn in winkels die traditioneel zijn gevestigd in binnensteden. Concurrentie van perifere detailhandel met binnensteden neemt dan ook toe, terwijl huurprijzen op perifere locaties lager liggen.

Bestedingen en consumentengedrag

- De groei van de bestedingen blijft achter bij de groei van het aanbod; dit als gevolg van demografische trends als de bevolkingskrimp die in sommige regio's optreedt, de vergrijzing en de ontgroening. Dit betekent dat de omzet per m² afneemt, in de afgelopen 10 jaar gebeurde dit met 10%.
- Er vindt een verschuiving plaats van bestedingen, en dus ook omzet, *van fysieke winkels naar internet*: nu betreft het marktaandeel van internet (webwinkels) nog maar 5% (overigens heeft internet in de niet-dagelijkse sector een marktaandeel van 10%, en in sommige branches zoals de vrije tijdsbranche en elektronica, ligt dit nog hoger), maar

naar verwachting komt het internet de komende jaren verder op als volwaardig aankoopkanaal. De toekomstverwachting voor het internet marktaandeel voor elektronica en media betreft zelfs meer dan 50%, voor versproducten blijft het laag.

Leegstand

- Toenemende (meer structurele) leegstand van winkels als gevolg van internet, demografische ontwikkelingen en grootschalige winkels die kleinschalige spelers verdringen.
- Meer zelfstandigen gaan de komende jaren met pensioen en hebben geen opvolging. Ongeveer 40% van hen is ouder dan 50 jaar, en 1/6 deel ouder dan 60 jaar.

Winkelgebieden

- De beste winkelgebieden zullen 'overleven'. De beste kansen hebben winkelgebieden met 'beleving en sfeer' (o.a. sfeervolle binnensteden, voldoende aanbod, recreatief shoppen), maar ook de combinatie van 'dagelijks en gemak' (o.a. goed bereikbaar, gemakkelijk parkeren, boodschappen doen). Natuurlijk zijn er ook kwetsbare winkellocaties, die te maken krijgen met (toenemende) leegstand. Kansarm zijn met name de gebieden die 'klein en kleurloos' zijn en die zich kenmerken door veel 'prijs en run' (internet)-aanbod.
- Winkelen op internet (webwinkels) biedt in het bijzonder voor vergelijkend winkelen en doelgerichte aankopen goede mogelijkheden.
- Er is (vanuit beleggers en ontwikkelaars) steeds minder belangstelling voor de traditionele PDV-gebieden, deze worden als onaantrekkelijk beoordeeld. De A1 locaties zoals binnensteden, maar ook de kleinere centrumgebieden, zijn voor private partijen vaak nog wel interessant om in te investeren.

Kortom, het consumentengedrag verandert, en mede als gevolg daarvan verandert de winkelier: er ontstaat een nieuwe winkelmarkt. Het totale winkelloppervlak in Nederland heeft zijn grens bereikt. De verwachting bestaat zelfs dat 40% van het winkelloppervlak in de toekomst overbodig zal zijn. De urgentie om hierop in te spelen is dan ook groot. Ook voor Nijkerk betekent dit dat er grenzen aan de groei zitten: ook Nijkerk krijgt naar verwachting steeds meer te maken met lagere passantenaantallen, lagere winkelbestedingen en toenemende leegstand. Daarom moet de gemeente – samen met ondernemers, projectontwikkelaars en beleggers – in zien te spelen op deze overgang van een groei- naar een verdringingsmarkt.

Inspelen op risico's

Om dit goed te kunnen doen, is het van belang om na te gaan wat de belangrijkste risico's zijn die aan bepaalde ontwikkelingen kleven. Gezien de grillige economische ontwikkelingen in de afgelopen jaren, en de snelle ontwikkelingen die zich momenteel in de detailhandelssector voordoen, is dat geen eenvoudige opgave.

Het winkellandschap moet zich in ieder geval vernieuwen en dynamisch en attractief blijven, zonder dat (te) veel nieuw areaal wordt toegevoegd. Daar waar wel nieuw areaal wordt toegevoegd, kan het nodig zijn om verouderd areaal uit de markt te halen. Bijvoorbeeld door een bestemmingswijziging van detailhandel naar woningbouw. Dit is een duidelijke trendbreuk met het (recente) verleden. Naast attractiviteit wordt ook ondernemerschap steeds belangrijker. Beleggers, beheerders en retailers zullen gezamenlijk moeten bepalen hoe zij in deze behoefte van consumenten gaan voorzien (NRW, 2010). Risico's waar we ons als gemeente in ieder geval van bewust moeten zijn en op in moeten spelen, zijn:

- Verdere toename van het aantal webwinkels kan zorgen voor uitholling van winkelgebieden. Keerzijde is echter dat webwinkels ook kunnen zorgen voor versterking van de positie van detaillisten, die met dit 'extra verkoopkanaal' meer omzet genereren.

- Doordat de geldkranen door banken en (voorheen vaak opportunistische) beleggers steeds verder worden dichtgedraaid, en hier vooralsnog geen verandering in lijkt te komen, is de financiering van winkelprojecten zeer moeilijk geworden. Er bestaat gevaar voor toename van winkelleegstand als gevolg van de voortdurende economische recessie, maar ook doordat er geen opvolging is bij zelfstandigen. Zoals eerder gezegd, bestaat de kans dat 40% van de fysieke winkels in de toekomst overbodig wordt.

2 Huidige detailhandelsstructuur

In dit hoofdstuk wordt de huidige detailhandelsstructuur van de gemeente Nijkerk onder de loep gelegd. Op basis van een aantal onderzoeken die zijn geschetst in het vorige hoofdstuk kan de Nijkerkse detailhandel in cijfers uiteen worden gezet, wordt het detailhandelsaanbod van de gemeente in regionaal perspectief geplaatst, en wordt duidelijk wat de sterke en zwakke kanten van de huidige detailhandelsstructuur in de verschillende 'type gebieden' die in voorliggend detailhandelsbeleid worden onderscheiden.

2.1 Nijkerkse detailhandel in cijfers

Economische betekenis

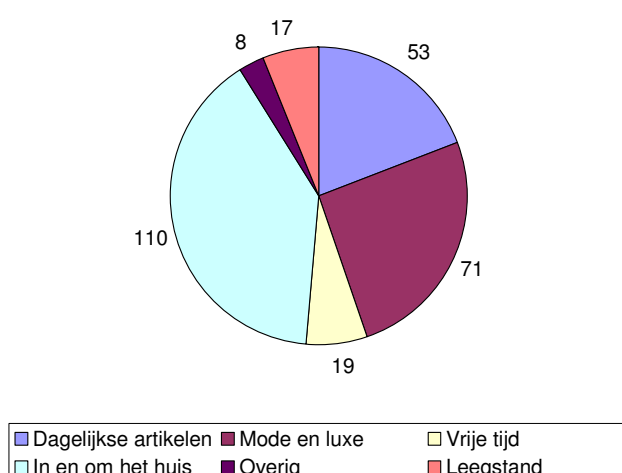
Voor de gemeente Nijkerk is detailhandel een belangrijke economische sector, die relatief veel werkgelegenheid creëert. Met 3.060 banen en 15% van de totale werkgelegenheid valt de detailhandel – in vergelijking met andere gemeenten in de omgeving – in positieve zin op (PWE, 2011).

Winkelaanbod

De gemeente Nijkerk telt 252 winkels met een totaal winkelvloeroppervlak van 75.300 m², dit is gemiddeld 300 m² per winkel (DTNP, 2012). De filialiseringsgraad in Nijkerk is met 52% van het winkelvloeroppervlak hoog: in de gemeente zijn relatief veel filialen van grotere winkelketens te vinden. Overigens hoeft dit niet per definitie negatief te zijn. De authenticiteit van een centrum neemt weliswaar af bij een hogere filialiseringsgraad, maar niet iedereen hecht daar even veel waarde aan.

De typering van het winkelaanbod (zie figuur 2.1) laat zien dat de gemeente Nijkerk de meeste winkels telt in de categorie 'in en om het huis', gevolgd door de winkels in mode en luxe en de winkels in dagelijkse artikelen. De winkels in de categorie 'in en om het huis' zijn relatief grootschalig (ook wel volumineus) van aard.

Figuur 2.1 Typering winkelaanbod gemeente Nijkerk (aantal winkels)



Bron: Koopstromenonderzoek Randstad 2011

Leegstand

In de gemeente Nijkerk is het leegstandspercentage van winkels relatief beperkt in vergelijking met andere gemeenten in Regio FoodValley, als Veenendaal (9,6%) en ook

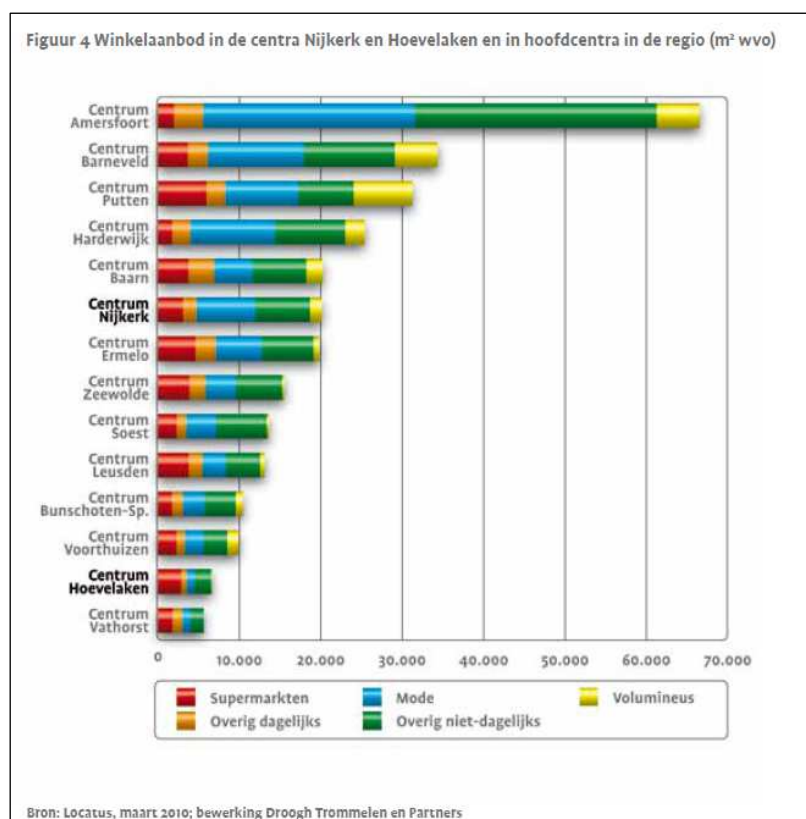
Barneveld (7,5%). Met 5,5% zit de winkelleegstand in de gemeente Nijkerk net boven de frictieleegstand. Dit zijn 26 winkels met een totaal winkelvloeroppervlak van 4.360 m² (bron: DTNP, 2012). In de binnenstad van Nijkerk is de leegstand met 9,5% beduidend hoger.

Concentratiegraad

Minder dan de helft van de winkelmeters in de gemeente Nijkerk is gevestigd in een winkelgebied. Een concentratiegraad van 46% is daarmee relatief laag. Ofwel, relatief veel winkels in de gemeente Nijkerk zitten buiten de winkelgebieden in de kernen.

2.2 Positionering in de regio

De gemeente Nijkerk heeft een mooie historische binnenstad, maar als het gaat om de positie van Nijkerk als 'winkelstad' dan is er sprake van forse regionale concurrentie. Het



winkelaanbod in de omgeving van Nijkerk is behoorlijk sterk (zie figuur), en Nijkerk moet zich ervan bewust zijn dat consumenten - zeker voor het niet-dagelijkse aanbod - niet zijn gebonden aan de eigen kern. Naast 'grote broer' Amersfoort - met name concurrerend als het gaat om niet-dagelijks aanbod en volumineus - kennen ook buurgemeenten Barneveld en Putten een groter winkelaanbod dan het centrum van Nijkerk. Op een net iets grotere afstand zijn het de centrumgebieden van Harderwijk en in mindere mate Baarn die in omvang groter zijn dan Nijkerk (DTNP, 2011).

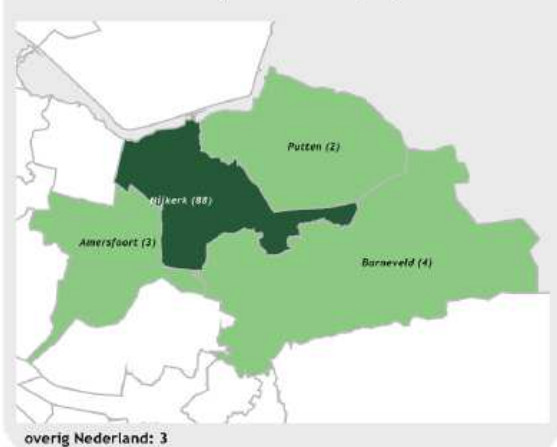
Ondanks de grote concurrentie van centra in de directe omgeving, kent Nijkerk een hoge bindingsgraad⁷, zo blijkt uit het Koopstromenonderzoek Randstad dat in 2011 plaatsvond. Dat geldt voor dagelijkse artikelen (89%), maar ook voor niet-dagelijkse artikelen is de binding 56% en dat is een stuk hoger dan in gemeenten van vergelijkbare omvang (42%). Afvloeiing van bestedingen gaat vooral naar Amersfoort en andere omliggende gemeenten, terwijl toevloeiing van bestedingen met name uit de gemeenten Amersfoort en Barneveld komt. Zo trekt het relatief grote dagelijkse aanbod in Hoevelaken met name consumenten uit beide buurgemeenten. Het niet-dagelijkse aanbod in de binnenstad van Nijkerk trekt bezoekers uit een aantal buurgemeenten, waaronder Amersfoort (Vathorst), maar ook Bunschoten, Zeewolde, Putten en Barneveld (zie kaarten).

⁷ Het aandeel (%) van de totale bestedingen van inwoners dat wordt gedaan in het winkelapparaat in het eigen verzorgingsgebied.

Het is van groot belang om binding van eigen inwoners en toevloeiing van bestedingen 'van buiten' zoveel mogelijk vast te houden, met name in de binnenstad van Nijkerk.

Dagelijkse artikelen

Waar komt omzet in Nijkerk vandaan (in %)



Dagelijkse artikelen

Waar gaan bestedingen uit Nijkerk naar toe (in %, excl. 0% internet)



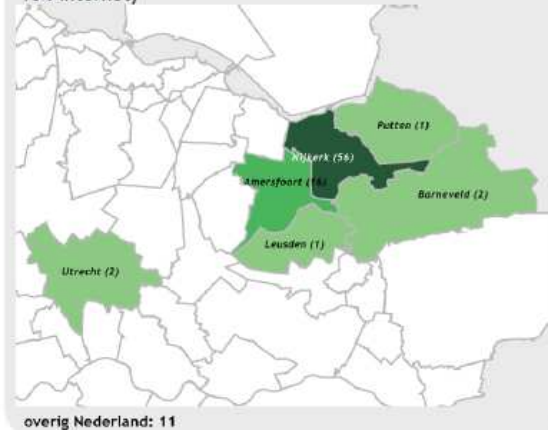
Niet-dagelijkse artikelen

Waar komt omzet in Nijkerk vandaan (in %)



Niet-dagelijkse artikelen

Waar gaan bestedingen uit Nijkerk naar toe (in %, excl. 10% internet)



2.3 Winkelaanbod onder de loep

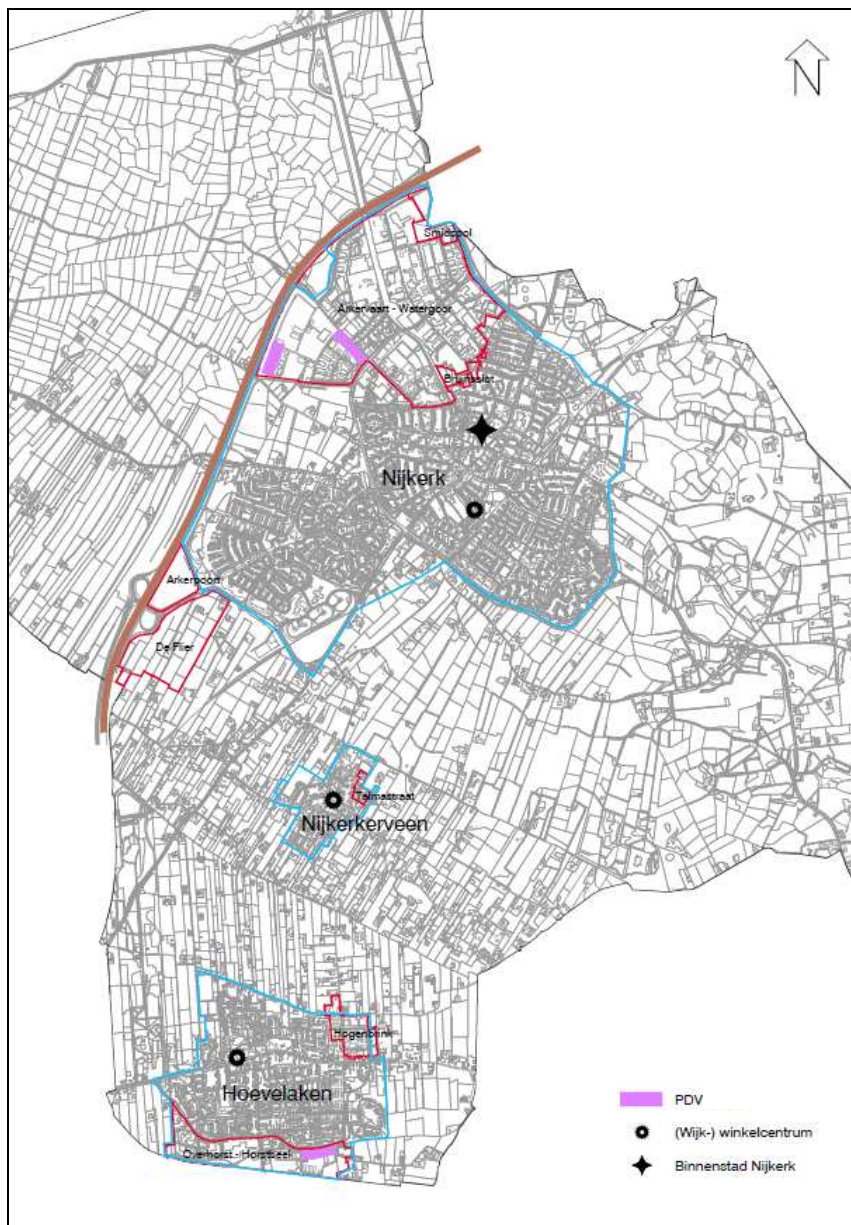
Zoals ook verwoord in de Binnenstadsvisie, staat de binnenstad van Nijkerk onder druk. Dat geldt in meer of mindere mate ook voor de overige locaties in de gemeente waar detailhandelsfuncties gevestigd zijn. Zo zijn er in toenemende mate zorgen over de levensvatbaarheid van winkels in de kernen, onder andere door schaalvergroting van winkels en toename van winkelen via internet. Zoals geschetst in hoofdstuk 1 komen daar nog eens de demografische- en economische ontwikkelingen bij die hun weerslag hebben op het winkelaanbod. Daarmee dreigt toenemende winkelleegstand in de gemeente Nijkerk.

Het grootste detailhandelsaanbod concentreert zich in onze gemeente in de binnenstad van Nijkerk. Daarnaast zijn er (wijk)winkelcentra in de kernen, zoals Paasbos in Nijkerk en het centrum van Hoevelaken, maar ook buiten de kernen zitten detailhandelsfuncties, zoals bijvoorbeeld op de bedrijventerreinen en daarbuiten.

We onderscheiden drie 'type locaties' waar detailhandel is gevestigd, namelijk:

- A. *(Wijk)winkelcentra in de drie kernen van de gemeente Nijkerk.* Dan hebben we het steeds over het winkelcentrum Paasbos in de kern Nijkerk, het winkelcentrum in de kern Hoevelaken, en de winkels in de kern Nijkerkerveen.
- B. *Binnenstad Nijkerk.*
- C. *Verspreide bewinkeling buiten de kernwinkelgebieden in de gemeente Nijkerk* (o.a. op bedrijventerreinen).

In deze paragraaf zoomen we in op de huidige situatie van het winkelaanbod op de locaties. Voor het functioneren van winkelcentra en overige (concentraties van) detailhandel is ook menging met andere consumentendiensten als horeca, persoonlijke diensten (zoals een kapper of een schoonheidssalon) van belang. De combinatie van functies maakt een gebied levendig en aantrekkelijk om te bezoeken. Daarnaast is het functioneren van de verschillende gebieden sterk afhankelijk van de mate van bereikbaarheid en de aanwezige ruimtelijke kwaliteit. De huidige detailhandelsstructuur (uitgangssituatie) ziet er als volgt uit:



A. (Wijk)winkelcentra in de drie kernen

Nijkerk

De kern Nijkerk heeft op dit moment in totaal 60.000 m² wvo detailhandel, iets meer dan gemiddeld in kernen van soortgelijke omvang; dit zijn ca. 200 winkels. Ongeveer de helft, 30.000 m² wvo, betreft volumineuze detailhandel; dit is relatief veel en wordt vooral veroorzaakt door een groot aanbod van bouwmarkten en de Intratuin aan Het Spaanse Leger (15.200 m² wvo).



Het dagelijks winkelaanbod (met name 5 grote supermarkten: 3 in de binnenstad, een in de wijk Corlaer en een aan de Frieswijkstraat met een bovenwijkse functie) ligt in Nijkerk iets lager dan gemiddeld, terwijl het aanbod van modezaken en overige niet-dagelijkse winkels op een gemiddeld niveau ligt. Buiten de binnenstad, is het belangrijkste *winkelcentrum* te vinden in de wijk *Paasbos*. Dit heeft een belangrijke functie in deze wijk van bijna 8.000 inwoners. Er is een lokaal verzorgende supermarkt, enkele winkels voor dagelijkse boodschappen, een snackbar en een drogist.

Sterk, zwak?

Het wijkwinkelcentrum in Paasbos heeft een belangrijke wijkfunctie, het is een plek waar inwoners elkaar treffen (sociaal-maatschappelijke functie). Kijkend naar de ruimtelijke kwaliteit, dan is het winkelcentrum en de directe omgeving enigszins verouderd en toe aan een opknapbeurt.

Hoevelaken

De kern Hoevelaken heeft zo'n 14.400 m² wvo detailhandel. In vergelijking met kernen van soortgelijke omvang valt op dat Hoevelaken een relatief groot supermarktaanbod heeft, weinig aanbod in versspeciaalzaken, en een beperkt niet-dagelijks aanbod (relatief weinig modewinkels). De omvang van de volumineuze detailhandel is relatief groot, vooral veroorzaakt door een relatief groot aanbod in woninginrichting, met name buiten het centrum. Het centrum wordt vooral gebruikt voor boodschappen en heeft een bovenlokale functie.



Sterk, zwak?

Het centrum van Hoevelaken heeft een belangrijke economische functie, er is sprake van vitaliteit en het wordt goed bezocht ('traffic'). Daarnaast speelt het centrum van Hoevelaken een belangrijke rol als ontmoetingsplek voor de lokale inwoners, dat geldt met name voor De Brink. De drie supermarkten in het centrum van Hoevelaken trekken veel consumenten vanuit de eigen kern, en er is sprake van bovenlokale aantrekkingskracht (o.a. vanuit Amersfoort en Barneveld). Het aanvullende niet-dagelijkse aanbod met o.a. een HEMA en een Blokker past bij de bovenlokale functie van het winkelaanbod in Hoevelaken. De ruimtelijke kwaliteit kan op een aantal plekken worden verbeterd.

Nijkerkerveen

Het winkelaanbod in de kern Nijkerkerveen is beperkt. Er is in totaal ca. 3.400 m² wvo. Zowel het dagelijkse als het niet-dagelijkse aanbod is hier kleiner dan in kernen van

soortgelijke omvang het geval is. De belangrijkste winkel voor dagelijks aanbod is de dorpsupermarkt Spar. Net als in Hoevelaken is het aanbod in woninginrichting relatief groot.



Sterk, zwak?

Nijkerkerveen kent een relatief beperkt, tevens versnipperd, winkelaanbod in vergelijking met kernen van soortgelijke omvang.

B. Binnenstad Nijkerk

Het kernwinkelgebied in de binnenstad bestaat uit Singel en Plein en heeft ± 1.000 passanten/uur op zaterdag (daarbuiten 'slechts' (± 400 passanten/uur op zaterdag)). De binnenstad is het enige winkelgebied in Nijkerk met een bovenlokale functie, dat voor zowel boodschappen als voor recreatief winkelen wordt gebruikt. Wat opvalt is dat de bezoeker van de binnenstad vooral komt om boodschappen te doen (supermarkten) en daar het 'winkelen' aan koppelt. Supermarkten zijn daarmee van levensbelang voor de binnenstad. Dat geldt overigens niet alleen voor de supermarkten, ook de HEMA is als warenhuis een belangrijke trekker. Het niet-dagelijks aanbod zit vooral in het lagere segment, met nadruk op mode.



Sterk, zwak?

De binnenstad van Nijkerk is het enige winkelgebied in de gemeente met een bovenlokale functie. Echter, zoals reeds in de Binnenstadvisie geconstateerd, is er sprake van teruglopende bezoekersaantallen en toenemende leegstand (nu reeds 9,5%). Het concurrerende aanbod van buurgemeenten speelt hierin een rol (vooral het grote aanbod van niet-dagelijkse winkels in het midden- en hogere segment in Amersfoort, maar ook Vathorst, Putten, Barneveld en Harderwijk) en de toenemende verkoop via internet.

Verder zijn de verbindingen tussen het kernwinkelgebied en de overige deelgebieden in de binnenstad zwak. Het 'rondje Nijkerk' wordt door de consument onvoldoende herkend en bezocht. Ook het historische circuit functioneert matig. Overigens geeft de Binnenstadvisie duidelijk richting voor verbetering.

C. Verspreide bewinkeling

Het winkelaanbod in de gemeente Nijkerk buiten de kernwinkelgebieden bestaat uit ca. 80 winkels en heeft een omvang van 45.000 m² vwo. Een deel daarvan bevindt zich op

bedrijventerreinen⁸, met name op Arkervaart(-West) waar een relatief groot aantal bouwmarkten gevestigd is. Op dit bedrijventerrein liggen verder enkele



woninginrichtingzaken (bedden, tegels, keukens) en ook niet-volumineuze detailhandel, zoals in een winkel in muziekinstrumenten en tuinstoelen. Het aanbod van detailhandel op de overige bedrijventerreinen in de gemeente Nijkerk is beperkt, al zijn er tevens enkele winkels gevestigd op bedrijventerrein Watergoor en op bedrijventerrein Horstbeek in Hoevelaken.

Ook buiten de bedrijventerreinen zijn winkels gevestigd; een grote solitaire speler is de Intratuin aan Het Spaanse Leger, maar bijvoorbeeld ook de solitaire supermarkt (AH) aan de Frieswijkstraat. Het overige aanbod van verspreid gelegen winkels (o.a. stationswinkel, winkel bij tankstations, boerderijwinkels, drop-shops, winkels aan huis) is qua omvang per winkel relatief beperkt.

Sterk, zwak?

Een duidelijk zwak punt is dat er op de bedrijventerreinen momenteel nauwelijks sprake is van een duidelijk concentratiegebied voor perifere detailhandel. Die winkels die van elkaars nabijheid kunnen profiteren, zitten nu vaak niet bij elkaar met uitzondering van het 'bouwmarkten-cluster' aan de Watergoorweg. Bij winkels die nu verspreid zitten op bedrijventerreinen of daarbuiten, kan zowel de ondernemer als de consument onvoldoende van de voordelen van clustering profiteren. Daarbij zijn deze winkels vaak lastiger vindbaar, en daarbij laat de ruimtelijke inpassing vaak te wensen over (bereikbaarheid, parkeren e.d.).

⁸ Het gaat in Nijkerk om Arkervaart (incl. gedeelte gebied Bruins Slotlaan/Ardeschstraat), Arkerpoort (hard plan), De Flier (zacht plan), Smidspol en Watergoor. In Hoevelaken gaat het om Hogenbrink, Horstbeek en Overhorst.

3 Visie op detailhandelsontwikkelingen 2030

Met voorliggend detailhandelsbeleid streeft de gemeente duidelijkheid en transparantie na in de te maken keuzes, zodat noodzakelijke ontwikkelingen mogelijk worden gemaakt. Op deze manier kunnen kansen worden verzilverd, en risico's afgewend. De gemeente pakt haar regierol door aan te geven waar ontwikkelingen wenselijk zijn, waar niet en waarom dat zo is. Daarmee streeft de gemeente ernaar bij te dragen aan een gezond (winkel)voorzieningenniveau in de drie kernen, een aantrekkelijke binnenstad van Nijkerk, een goed functionerend PDV aanbod en bovendien het terugdringen van leegstand of overkomelijke herstructureringsopgaven. In dit hoofdstuk wordt de visie op de toekomstige winkelstructuur in de gemeente Nijkerk geschetst op de langere termijn (2030).

3.1 Visie

In deze visie wordt het gewenste resultaat geschetst van het detailhandelsbeleid van de gemeente Nijkerk. Het kan als volgt worden samengevat:

In de gemeente Nijkerk is sprake van een gezonde detailhandelsstructuur, met een aanbod van winkels, dat past bij de functie van het desbetreffende winkelgebied en aansluit bij de behoeften van consumenten. De gemeente Nijkerk is zich daarbij bewust van de trends en ontwikkelingen die elkaar in snel tempo opvolgen en naar verwachting een terugloop van het winkelloppervlak tot gevolg hebben.

In de bestaande kernwinkelgebieden zijn de functie, samenhang en identiteit versterkt. De betreffende gebieden kenmerken zich door economische, sociale en ruimtelijke vitaliteit. Het leegstandspercentage is laag. De bindingsgraad is onverminderd hoog. Voor de verschillende type (winkel)gebieden in de gemeente Nijkerk betekent dit het volgende:

- *(Wijk)winkelcentra in de drie kernen: elk van de drie kernen heeft een verzorgende functie met een vitaal aanbod van dagelijkse en niet-dagelijkse winkelvoorzieningen, goed afgestemd op de behoeften van inwoners/ consumenten ('aanbod op maat');*
- *Binnenstad Nijkerk: de binnenstad heeft een sterk hoofdwinkelgebied dat compleet en gevarieerd is. Naast een verzorgende functie heeft de binnenstad ook een recreatieve functie met zowel dagelijks aanbod als een aantrekkelijk aanbod van recreatieve winkels voor inwoners en bezoekers van buiten de gemeente;*
- *Verspreide bewinkeling: clustering van PDV/GDV in een concentratiegebied, dat ruimtelijk goed wordt ingepast. Buiten de kernwinkelcentra en het aangewezen 'PDV-cluster' zeer beperkte verspreide bewinkeling.*

Zoals aangegeven, is de detailhandelssector een belangrijke sector voor de Nijkerkse economie, die maar liefst 15% van de werkgelegenheid vertegenwoordigd. Duidelijk is echter dat een aantal trends en ontwikkelingen in de toekomst naar verwachting een dusdanig grote invloed heeft op de detailhandelssector dat visie en regie vanuit de gemeente noodzakelijk is. Zo zorgt de verwachte ontwikkeling dat '40% van de fysieke winkels in de toekomst overbodig dreigt te worden' ervoor dat de gemeente ervan overtuigd is dat er nu duidelijke keuzes moeten worden gemaakt. Alleen dan kan een gezonde detailhandelsstructuur worden verkregen.

De gemeente zet in op het terugdringen van verspreide bewinkeling enerzijds en clustering en versterking van kernwinkelgebieden anderzijds. Om de kernwinkelgebieden te versterken gaat de gemeente in de binnenstad van Nijkerk samen met ondernemers aan de slag met

uitvoering van de Binnenstadsvisie. Naast de Nijkerkse binnenstad als belangrijkste winkelgebied van de gemeente, zijn de overige (wijk)winkelcentra sterk verankerd in de kernen. De wijkwinkelcentra vormen het economische hart van de kern (of wijk) en hebben als 'ontmoetingsplek' een belangrijke sociaal-maatschappelijke functie (leefbaarheid). De detailhandel buiten de binnenstad en de (wijk)winkelcentra in de kernen blijft in omvang gelijk of neemt af. De gemeente kiest voor concentratie van deze 'perifere detailhandel' om zo verrommeling tegen te gaan, maar ook omdat het vaak publieksaantrekkende functies betreffen, die hogere eisen stellen aan zaken als bereikbaarheid, parkeren, veiligheid e.d. en bovendien vaak moeilijk ruimtelijk inpasbaar zijn. Het nieuwe parkeerbeleid (2013) wordt afgestemd op dit detailhandelsbeleid. Hierin zal aandacht zijn voor voldoende, goed bereikbare parkeervoorzieningen nabij de kernwinkelgebieden.

3.2 Visie per type gebied

Voor elk van de onderscheiden gebieden wordt een (wens-)beeld geschetst van de toekomstige detailhandelsstructuur (anno 2030).

Visie kernen

In de kernen van de gemeente Nijkerk zijn dagelijkse winkelvoorzieningen gevestigd, zoals een supermarkt, bakker en slager. Het aanbod is zowel in kwantitatieve als in kwalitatieve zin goed afgestemd op de vraag vanuit de inwoners van deze kernen. Het niet-dagelijkse winkelaanbod is – naast de Nijkerkse binnenstad - aanwezig in het centrum van Hoevelaken. (Wijk)winkelcentra kennen een belangrijke sociaal-maatschappelijke functie, waarmee de leefbaarheid en eigen identiteit van de kernen wordt gewaarborgd.

a. Nijkerk

- In het belangrijkste wijkwinkelcentrum van Nijkerk, Paasbos, is het aanbod van met name dagelijkse winkels in stand gebleven.
- Het winkelcentrum en de directe omgeving heeft een kwaliteitsimpuls gekregen: de sociaal-maatschappelijke functie van het winkelcentrum is versterkt door de (mogelijke ontwikkeling van) voorzieningen op het gebied van wonen, welzijn, zorg en ontmoeten, die in de nabijheid van het winkelcentrum zijn gerealiseerd. Daarmee wordt tevens het winkelcentrum (inclusief directe omgeving) aangepakt.

b. Hoevelaken

- Hoevelaken is hét koopcentrum binnen de gemeente Nijkerk als het gaat om dagelijkse artikelen. Er is een relatief groot aantal supermarkten, die in toenemende mate als trekker voor het overige winkelaanbod in het centrum zijn gaan fungeren.
- Detailhandelsfuncties zijn geconcentreerd in het centrum Hoevelaken; het kernwinkelcircuit in Hoevelaken bevindt zich rond De Wiekslag, De Brink en aan beide zijden van de Westerdorpsstraat;
- Het kernwinkelgebied van Hoevelaken heeft met een relatief groot dagelijks aanbod, en beperkt aanvullend niet-dagelijks aanbod, een beperkte bovenlokale functie. Het aantal winkelmeters dagelijks aanbod is beperkt toegenomen, zodat deze bovenlokale functie van het centrum van Hoevelaken in stand kan worden gehouden;
- Het beperkt aanbod van winkels in het hogere segment concurreert niet met het aanbod in Nijkerk, aangezien beide kernen gescheiden bezoekersstromen kennen;
- Het centrum van Hoevelaken is een aantal jaren geleden al aangepakt, zodat hier op dit moment geen plannen zijn voorzien. Mogelijk worden, net als in Paasbos, aanpalende woon-, zorg-, en welzijnsvoorzieningen in de nabijheid van het centrum

gerealiseerd zodat de sociaal-maatschappelijke functie van het centrum verder kan versterkt.

c. Nijkerkerveen

- Het winkelaanbod in Nijkerkerveen is gericht op dagelijkse boodschappen. Met een sterke dorpssupermarkt en een aantal aanpalende voorzieningen (wonen en zorg), kent het centrum een duidelijke sociaal-maatschappelijke functie en heeft een kwaliteitsslag plaatsgevonden in het bredere voorzieningenaanbod. Voorzieningen zijn in toenemende mate gericht op gezinnen.
- Met de uitbreiding van het aantal woningen in Nijkerkerveen heeft in het dagelijkse winkelaanbod een beperkte uitbreiding van het aantal winkelmeters in dagelijkse artikelen plaatsgevonden. De beperkte uitbreiding en vernieuwing van het dagelijkse winkelaanbod wordt meegenomen in de (mogelijke) ontwikkeling van het voorzieningencuster in deze kern. Voor het overige niet-dagelijkse aanbod gaan inwoners uit Nijkerkerveen veelal naar Nijkerk of Hoevelaken, en daarin vindt dan ook geen uitbreiding plaats.

Visie binnenstad

De structuur van de binnenstad is versterkt en de winkelleegstand is tot een minimum beperkt door versterking van de 'trekkers' (zoals een supermarkt of woonwarenhuis) aan weerszijden van de binnenstad, goede parkeervoorzieningen en verbetering van de onderlinge verbindingen. Daarmee heeft de openbare ruimte een kwaliteitsimpuls gekregen, waardoor de binnenstad beter vindbaar en bereikbaar is, en het een aantrekkelijke plek is, niet alleen om te winkelen maar ook om te verblijven. De binnenstad kenmerkt zich door een sterk winkelgebied binnen 'het rondje Nijkerk', en heeft naast een verzorgende- ook een recreatieve functie met winkels in het midden- en hogere segment ('shoppen'). Winkels in dit midden- en hogere segment, waaronder in ieder geval mode, cadeau-artikelen, persoonlijke verzorging, accessoires (o.a. mode) en consumentenelectronica, vestigen zich primair in de binnenstad. Het winkelaanbod heeft daarmee duidelijk aan kwaliteit gewonnen. Met een combinatie van functies is de binnenstad aantrekkelijker voor recreatief bezoek. De binnenstad trekt hierdoor meer bezoekers, zowel vanuit de gemeente als ook in toenemende mate van buitenaf.

Voortvloeiend uit de Binnenstadvisie, wil de gemeente hier het volgende bereiken:

- Een sterk kernwinkelcircuit bestaande uit Singel, Plein, Nieuwstraat, Kerkplein, Langestraat, Wheemplein, Oosterstraat en het gebied Oosterpoort;
- Boven de winkels wordt gewoond, zodat er ook buiten de winkeltijden sprake is van een leefbaar centrum.
- Sterke trekkers zijn gevestigd aan de noordzijde (warenhuis/HEMA), zuidzijde (herontwikkeling Wheemplein) en westzijde (behoud en versterking supermarkt en parkeren) van het kernwinkelcircuit. De oostzijde wordt aanzienlijk versterkt door realisatie van het project Oosterpoort (inclusief een supermarkt als trekker, aanvullend niet-dagelijks aanbod (o.a. een C&A) en een parkeergarage).
- Er is onderscheid tussen een primair vestigingsmilieu (Plein, Singel, Oosterstraat), een secundair vestigingsmilieu (Langestraat, Verlaat, Kerkplein), een snuffelmilieu met bijzonder aanbod (Nieuwstraat, Gasthuisstraat en mogelijk een passage tussen de Catharinastraat en de Langestraat), aanloopgebieden met diensten (Kolkstraat en Kletterstraat) en op termijn het vernieuwde kerkplein als ontmoetingsplek.
- Verbetering van het centrummilieu leidt tot meer aantrekkingskracht van winkels in het midden- en hogere segment. Hierbij gaat het om vervanging van bestaande winkels, er is dus geen sprake van nieuw aanbod.

- Mogelijkheden zijn verkend voor het huisvesten van grotere winkelformules (bestemmingsplan).

Tot slot is De Havenaer een thematisch winkelcentrum – buiten het 'rondje Nijkerk' - gericht op het thema 'woon & lifestyle' binnen het luxere segment. Dit voor Nijkerk unieke cluster van winkels, dat het aanbod in de binnenstad aanvult en versterkt, omdat het regionale trekkracht genereert of een bijzonder aanvullend assortiment aan winkels biedt, dient nadrukkelijk te worden gemonitord. Wanneer in de toekomst mogelijk herontwikkeling van de Havenkom plaatsvindt, dan wordt een nieuwe integrale afweging gemaakt van de positie van De Havenaer ten opzichte van de binnenstad van Nijkerk.

Visie verspreide bewinkeling

Er is sprake van één PDV/GDV concentratiegebied, waarbinnen detailhandelsvestigingen, die qua omvang en assortiment niet passen in de kernwinkelgebieden, maar wel profiteren van elkaars nabijheid, zich concentreren. In principe biedt dit een aantrekkelijk perspectief voor zowel PDV-ondernemers als consumenten in de regio. Ondernemers zijn goed bereikbaar, hebben genoeg parkeerplek voor de deur en kunnen goed worden bevoorraad. Daarnaast profiteren ze van elkaars nabijheid, aantrekkingskracht en gemeenschappelijke faciliteiten. Consumenten die doelgerichte aankopen doen, kunnen zich zo goed oriënteren op het aanbod op een locatie die goed zichtbaar, vindbaar en bereikbaar is. Verdere clustering van perifere detailhandel op bedrijventerreinen leidt tevens tot minder gevaar voor overaanbod en leegstand (er is dus sprake van duurzaam ruimtegebruik). Daarbij draagt concentratie ook bij aan het beperken van het aantal verkeersbewegingen elders op bedrijventerreinen. De openbare ruimte is zodanig ingericht, dat het 'PDV-cluster' ruimtelijk optimaal is ingepast, en daarmee een goede bereikbaarheid (voor zowel bezoekers als leveranciers) en verkeersveiligheid zijn gegarandeerd.

Het PDV/GDV concentratiegebied in de gemeente Nijkerk betreft de Watergoorweg op bedrijventerrein Arkervaart-West. Het huidige kleinschalige cluster van PDV-bedrijvigheid op deze locatie, met name bouwmarkten, is uitgebreid. Voor meer concentratiegebieden bestaat er in de gemeente Nijkerk onvoldoende marktruimte. Voor een gemeente met de omvang van Nijkerk, is het PDV/GDV aanbod nu reeds behoorlijk ruim. Bij verplaatsing van PDV naar een nieuwe locatie hanteert de gemeente de 'ladder voor duurzame stedelijke ontwikkeling'. Private partijen zijn en blijven echter primair verantwoordelijk voor het oplossen van leegstand.

Op bedrijventerreinen, en deels ook daarbuiten (zoals internetdetailhandel), komen vier vormen van detailhandel voor, namelijk:

- detailhandel in volumineuze goederen: detailhandel in goederen die qua aard of omvang niet passen binnen de bestaande winkelstructuur (verkoop van auto's, boten, caravans);
- grootschalige detailhandel: detailhandel in goederen waarvoor een minimaal bruto vloeroppervlak van 1.500 m² gewenst is. Toegestane branches zijn woninginrichting, keukens, sanitair, bouwmarkten en tuincentra. Alle overige branches, met een recreatieve functie, blijven voorbehouden aan de binnenstad van Nijkerk of de (wijk)winkelcentra in de kernen. Daar is ook voldoende ruimte om deze branches een goede plek te bieden;
- internetdetailhandel: detailhandel in goederen via het internet (bijvoorbeeld de verkoop van fietsen via internet).
- ondergeschikte detailhandel: detailhandel in goederen die ondergeschikt is aan de hoofdactiviteit van het betreffende bedrijf (bijvoorbeeld een fabriek die de door haar geproduceerde goederen ook rechtstreeks aan de consument verkoopt).

Van deze vormen van detailhandel komen de laatste twee, internetdetailhandel en ondergeschikte detailhandel, verspreid voor. In het PDV/GDV concentratiegebied is uitsluitend grootschalige detailhandel gevestigd. Deze vorm van detailhandel past qua omvang en assortiment niet in de kernwinkelgebieden, maar dit type winkels profiteert wel het meest van vestiging in elkaars nabijheid. Het concentreren van grootschalige detailhandel heeft in die zin voor zowel ondernemers als consumenten het meest gunstige effect. Waar nodig zijn maatregelen getroffen om de ruimtelijke kwaliteit van dit gebied op peil te houden (denk aan de algemene ontsluiting, groenvoorzieningen etc.).

Daarnaast is detailhandel in volumineuze goederen, om precies te zijn de detailhandel in ABC goederen, gevestigd op een hoogwaardige zichtlocatie op een bedrijventerrein direct langs



de snelweg (A28, A1). Dit type winkels houdt zich aan het beeldkwaliteitsplan, met als doel een hoogwaardige uitstraling van panden. Als vestiging op een zichtlocatie aan de snelweg niet haalbaar blijkt, dan vestigt deze detailhandel in ABC goederen, in de praktijk gaat het meestal om autodealers, zich in het concentratiegebied aan de Watergoorweg. Op deze manier wordt voorkomen dat dit type detailhandel zich verspreid over bedrijventerreinen vestigt. Er zijn verschillende argumenten om – naast grootschalige detailhandel, die zoveel mogelijk op de Watergoorweg

is geconcentreerd – ook autodealers te clusteren. Een belangrijk ruimtelijk argument is het feit dat dit een publieksaantrekkende functie betreft, die hogere eisen stelt met betrekking tot ruimtelijke inpassing en veiligheid.

Buiten de aangegeven concentratiegebieden (Watergoorweg voor 'grootschalige detailhandel' (en mogelijk ABC) en de snelweglocaties voor 'detailhandel in ABC-goederen') komt verspreide bewinkeling nog maar zeer beperkt voor. Het kan een verstorende werking hebben op de winkelstructuur binnen de gemeente, zorgt voor een verkeersaantrekkende werking op plekken waar dit ongewenst is en de ruimtelijke inpassingsmogelijkheden zijn beperkt (met mogelijk gevaar voor overmatige parkeerdruk en een negatief effect op o.a. veiligheid en milieu). Daarom is het totale oppervlak van verspreide bewinkeling, buiten de kernwinkelgebieden en het PDV/GDV concentratiegebied, afgenomen.

Uitzonderingen daargelaten als het gaat om winkels bij tankstations en bij het NS-station van Nijkerk aangezien deze als 'traffic locaties' geen bedreiging vormen voor winkelgebieden. Hier komen doorgaans grote bezoekersstromen en consumentenaantallen samen, waarbij het winkelaanbod kleinschalig en ondersteunend van aard is. Ook winkels die een verlengstuk vormen van reeds bestaande functies, zoals zichtbaar in de recreatieve sector (o.a. kampwinkels), en in de agrarische sector (o.a. boerderijwinkels) komen in beperkte mate voor in Nijkerk en zijn kleinschalig van aard.

4 Rol, strategie en uitvoeringskader

In het vorige hoofdstuk is de visie waar de gemeente naartoe wil werken als het gaat om de toekomstige detailhandelstructuur. De visie geeft daarmee richting. De gemeente stelt kaders en biedt de mogelijkheid aan marktpartijen om te investeren in de gewenste detailhandelsstructuur. Ondernemers kunnen, en zullen hun steentje hieraan moeten bijdragen. Daarom is bij de totstandkoming van dit detailhandelsbeleid uitvoerig gesproken met verschillende ondernemers in de detailhandel in de gemeente Nijkerk (zie bijlage voor gesprekspartners). Hiermee heeft de gemeente het draagvlak voor de visie van ondernemerszijde vergroot.

In dit hoofdstuk komt aan de orde welke instrumenten de gemeente kan inzetten om het gewenste eindbeeld te bereiken, welke rol zij hierbij inneemt en op welke prioriteiten zal worden ingezet. Want niet alles kan tegelijk, en ook niet alles is even effectief.

4.1 Rollen en beleidsinstrumenten

Vanuit de Rijksstructuurvisie SVIR, die een vertaling heeft gekregen in de Ruimtelijke Verordening van de provincie Gelderland, zijn de kaders geschetst waarbinnen de gemeente beleid kan opstellen. Om goed te kunnen sturen op de gewenste ontwikkelingen die in het vorige hoofdstuk zijn geschetst, is het van belang dat de gemeente kiest voor een concrete rol en daarmee samenhangende beleidsinstrumenten. Dit kan per 'type gebied' verschillen.

De gemeente heeft verschillende (beleids)instrumenten in handen die gangbaar zijn en waarmee zij direct of indirect kan sturen op gewenste ontwikkelingen, namelijk:

1. Communicatie en dienstverlening:
 - a. Signaleren van veranderingen via monitoring van bestaande detailhandelslocaties (leegstand, concentratiegraad, e.d);
 - b. Heldere communicatie over het gemeentelijk detailhandelsbeleid en verwachtingen management met betrekking tot rol en inzet van de gemeente;
 - c. Extra aandacht voor ondersteuning/dienstverlening bij initiatieven die passen binnen het beleid.
2. Inzetten planologisch-juridisch instrumentarium:
 - a. Juridisch-planologisch verankeren van bestaande en eventueel gewenste vestigingsmogelijkheden en ruimtelijke kwaliteit voor detailhandel via het opstellen bestemmingsplannen, beeldkwaliteitsplannen en handhavingsverordening;
 - b. Toetsing van nieuwe initiatieven (uitbreiding/ nieuwvestiging): afgifte/weigering van vergunningen; al dan niet meewerken aan vrijstellingen;
 - c. Handhaving bij ongewenste ontwikkelingen.
3. Faciliteren:
 - a. Verbeteren van ruimtelijke kwaliteit door (her)inrichting en goed beheer openbare gebied;
 - b. Bevorderen van verbinding en samenwerking tussen belanghebbenden (bijvoorbeeld via binnenstadsmanagement).
4. Ontwikkelen:
 - a. Actief samenwerken met private partijen (PPS): contractuele afspraken maken m.b.t. (her)ontwikkeling van locaties of gebieden en de taken van de verschillende partijen hierbij;
 - b. Actief grondbeleid: actief verwerven en omvormen van ongewenste detailhandelslocaties;

- c. Verkrijgen of verstrekken van subsidies of cofinanciering ter bevordering van de gewenste detailhandelsstructuur.

Gezien de dynamische ontwikkelingen in de detailhandel is het echter belangrijk dat de gemeente, veel meer dan voorheen, bewust de regie neemt. Dat betekent dat zij duidelijke keuzes maakt en de hierboven genoemde rollen en beleidsinstrumenten strategisch, in plaats van willekeurig, inzet. De gemeente kan hiermee deels sturing geven aan de realisatie van de detailhandelsvisie. Voor het daadwerkelijk laten slagen hiervan, is zij echter afhankelijk van investeerders (ontwikkelaars / beleggers), ondernemers en consumenten.

4.2 Strategie

In de visie heeft de gemeente uitgewerkt waar ze met detailhandel naartoe wil, nu is het van belang duidelijk aan te geven 'hoe' de gemeente dit wil bereiken. Een heldere afweging van sturingsinstrumenten wordt gemaakt. Op de meest gewenste ontwikkelingen zal de gemeente het meest actief inzetten.

Monitoring

Bewust sturen begint met goede monitoring en communicatie met de stakeholders. Het is essentieel dat detailhandelsbeleid eens in de 10 jaar wordt geactualiseerd, voorafgaand aan de herziening van bestemmingsplannen die de gemeente in 2012 heeft geactualiseerd. Echter, de hedendaagse snelle ontwikkelingen kunnen zorgen voor effecten die nu nog onvoldoende in beeld zijn en mogelijk bijsturing van beleid vergen. Daarom is het van belang dat er regelmatig ontwikkelingen en effecten van beleid worden gemonitord. Het gaat dan bijvoorbeeld om leegstand en de (beleving van) ruimtelijke kwaliteit. Niet alleen de gemeente, maar zeker ook marktpartijen hebben belang bij deze informatie. Het zijn de ondernemers, beleggers, projectontwikkelaars en makelaars die goed inzicht nodig hebben in marktontwikkelingen. Hoe aantrekkelijk is Nijkerk voor ondernemers, welke winkels willen graag uitbreiden, welke gaan mogelijk vertrekken en welke willen zich hier juist graag vestigen? Het ligt dan ook voor de hand dat dit een gezamenlijke verantwoordelijkheid betreft.

De Regiegroep Binnenstad voert regie op individuele projecten in de binnenstad van Nijkerk zoals staat in het Plan van Aanpak Binnenstadsmanagement Nijkerk (2012). De Commissie Middenstand heeft - vanuit haar adviserende rol richting het college van B&W - een rol in de monitoring van ontwikkelingen, zoals in hoofdstuk 1 van deze nota geschetst, de invloed van deze ontwikkelingen op dit detailhandelsbeleid, en adviseert het college hierin. Op basis van dit advies stelt de gemeente eenmaal per twee jaar een monitor op van het detailhandelsbeleid, die zij met de besturen van de drie ondernemersverenigingen, de Commissie Middenstand en de Regiegroep Binnenstad bespreekt. Mogelijk leidt dit tot eerdere aanpassing/actualisatie van het beleid dan eens in de 10 jaar.

Daarnaast zal de gemeente moeten kiezen voor de vorm van regie, die aansluit bij de visie en beschikbare middelen. Opties die gangbaar zijn op dit terrein zijn:

1. Kaderstellende defensief

Een heel belangrijke basisvorm van regie kost relatief weinig: op basis van de structuurvisie detailhandel krijgt een kansarme locatie het expliciete predicaat 'niet versterken/geleidelijk af te bouwen'. Er wordt niet meegewerkt aan uitbreiding van detailhandel (consolideren). Functiewijziging naar niet-detailhandel wordt planologisch mogelijk gemaakt. Voor partijen is helder dat de toekomst niet ligt in winkels. De gemeente beperkt zich tot haar planologisch-juridische rol en toetst markt initiatieven

2. Kaderstellende offensief

Offensiever is een regierol waarin de gemeente bij voorkeur samen met marktpartijen (master)plannen uitwerkt. De huidige laagconjunctuur biedt tijd voor planvorming. Plannen kunnen worden uitgevoerd zodra de markt voor bedrijven, woningen, zorg, en andere functies aantrekt. Deze anticyclische benadering vraagt ambitie en visie voor de langere termijn en middelen voor planvorming. De gemeente zet naast planologisch – juridische instrumenten ook communicatie, dienstverlening en facilitering in om ontwikkelingen daadwerkelijk op gang te brengen.

3. Participerend herstructureren

De meest actieve, maar ook dure vorm van regie is kansarme locaties af te bouwen door als overheid zelf te investeren in grond en vastgoed. Dit is vooral gewenst bij leefbaarheidsproblemen en verval. Op basis van een herstructureringsplan kan vastgoed via onteigening tegen reële (lage) marktwaarde worden verworven. Langdurige speculatie en verval worden zo tegengegaan.

Strategie: bewust de regie nemen

Nijkerk kiest voor een offensief kaderstellende rol ter versterking van de functie, samenhang en identiteit van de bestaande kernwinkelgebieden (binnenstad Nijkerk, Paasbos, Nijkerkerveen en Hoevelaken). Eerste prioriteit vormt de binnenstad van Nijkerk, waarvoor een binnenstadsvisie is opgesteld. In samenwerking met ondernemers, bewoners en andere belanghebbenden, is de uitvoering hiervan gestart. Een onderdeel van dit plan is het opstellen van een beeldkwaliteitsplan en bestemmingsplan, om dit detailhandelsbeleid planologisch te verankeren. Planologische verankering van dit beleid op andere locaties vindt plaats op een natuurlijk moment; ofwel bij de periodieke actualisatie van een relevant bestemmingsplan, ofwel op het moment dat er een ruimtelijke ontwikkeling plaatsvindt, die aanleiding geeft tot de herziening van het bestemmingsplan. In Nijkerkerveen wordt de vernieuwing van de detailhandel meegenomen in de ontwikkeling van het voorzieningencuster in deze kern. De volgende prioriteit vormt de herstructurering van het winkelcentrum in Paasbos als onderdeel van het plan van aanpak voor deze wijk. Het centrum van Hoevelaken is een aantal jaren geleden al aangepakt, zodat hier op dit moment geen plannen zijn voorzien. Door ondernemers wordt terecht aandacht gevraagd voor zgn. 'free riders'⁹. De gemeente erkent dit probleem. Zo is in het kader van binnenstadsmanagement Nijkerk afgesproken dat de Nijkerkse Ondernemersvereniging (NOV) samen met de gemeente een plan maakt om free riders te verleiden deel te nemen aan de NOV. Ingrediënten van dit plan kunnen tevens worden ingezet door de Ondernemers Vereniging Hoevelaken (OVH). Het is van belang om altijd te benadrukken dat dit leidt tot kostenbesparing voor ondernemers die deelnemen. Het gaat erom te verleiden, niet te verplichten.

Voor de concentratie van de PDV/GDV en ABC-goederen (auto's, boten en caravans) bij de Watergoorweg kiest Nijkerk vooralsnog voor een defensief kaderstellende rol. Verplaatsende of nieuwe PDV/GDV vestigingen kunnen zich op deze locatie concentreren. Dit is mogelijk op het moment dat er een pand vrijkomt en onder voorwaarde dat het oppervlak verspreide winkels per saldo gelijk blijft of afneemt. Vestiging van handel in ABC-goederen is daarnaast ook mogelijk op een zichtlocatie aan de A1/A28. In de Nota Werklocaties, die op de planning staat voor 2013, wordt samen met de bedrijven gekeken welke maatregelen getroffen en gefinancierd kunnen worden om de aantrekkelijkheid van het GDV/PDV cluster aan de Watergoorweg te bevorderen.

⁹ Ondernemersverenigingen organiseren verschillende collectieve activiteiten en voorzieningen om het ondernemersklimaat en leefbaarheid van de omgeving te verbeteren en meer klanten te binden. Dit kost tijd, energie en financiële middelen. Niet alle ondernemers zijn lid van een ondernemersvereniging en/of betalen mee aan deze activiteiten. De 'free riders' betalen niet mee, maar profiteren wel van de georganiseerde activiteiten.

Ten slotte kiest Nijkerk voor een defensief kaderstellende rol voor wat betreft verspreide bewinkeling buiten de genoemde concentratiegebieden. Dit betekent dus consolideren en afbouwen. Uitbreiding en vestiging van nieuwe detailhandel is hier niet toegestaan. De gemeente zal op verzoek van de pandeigenaar meewerken aan eventuele planologische omvorming, indien dit ruimtelijk en economisch wenselijk is.

Met deze strategische inzet gaat de gemeente aan de slag. Om helder te maken hoe de gemeente bewust de regie kan nemen, wordt in onderstaande toetsingsmatrix uitgewerkt hoe de gemeente bij initiatieven in de verschillende 'type gebieden' een heldere afweging kan maken. Het maakt duidelijk wat de gemeente kan doen bij zowel uitbreiding van bestaande winkels en bij nieuwvestiging van winkels, en hoe actief de gemeente daarin is.

Rol gemeente →			
Type gebied ↓			
		<i>Bij uitbreidingsverzoek bestaande winkels</i>	<i>Bij nieuwvestiging van winkels</i>
<i>(Wijk)winkelcentra</i>		Meewerken onder voorwaarden: - gerelateerd aan toename woningbouwwolume ('behoefte uit de wijk') - in combinatie met andere centrumvoorzieningen (zodat een 'voorzieningencluster' ontstaat) - bijdrage aan versterking detailhandelsstructuur	Meewerken onder voorwaarden: - gerelateerd aan toename woningbouwwolume ('behoefte uit de wijk') - in combinatie met andere centrumvoorzieningen (zodat een 'voorzieningencluster' ontstaat) - bijdrage aan versterking detailhandelsstructuur
<i>Binnenstad</i>	<i>Binnen het rondje Nijkerk</i>	Meewerken, schaalvergroting winkels faciliteren	Meewerken, faciliteren met aandacht voor: - 'actief meepraten' over invulling panden via binnenstadsmanagement - bij voorkeur winkels in het midden- en hogere segment
	<i>Buiten het rondje Nijkerk</i>	Niet meewerken, maar wat dan wel? In gesprek met pandeigenaar om deze te 'verleiden' om de winkel binnen het rondje te vestigen, of om herinvullingsmogelijkheden en mogelijk functiewijziging te bespreken. We bouwen een flexibele schil in het bestemmingsplan in waarin we dubbele bestemming toestaan.	Niet meewerken. Winkels 'verleiden' om zich binnen het rondje te vestigen
<i>Verspreide bewinkeling</i>	<i>Binnen het concentratiegebied (aan de Watergoorweg)</i>	Meewerken onder voorwaarden: - het betreft uitsluitend grootschalige detailhandel binnen de branches woninginrichting, keukens, sanitair, bouwmarkten en tuincentra of ABC detailhandel - het totaal aanbod perifere detailhandel blijft gelijk of neemt af	Meewerken onder voorwaarden: - het betreft uitsluitend grootschalige detailhandel binnen de branches woninginrichting, keukens, sanitair, bouwmarkten en tuincentra of ABC detailhandel - totaal aanbod perifere detailhandel blijft gelijk of neemt af
	<i>Buiten het concentratiegebied</i>	Niet meewerken, maar wat dan wel? In gesprek met pandeigenaar om	Niet meewerken. Winkels 'verleiden' om zich binnen het concentratiegebied te vestigen.

		deze te 'verleiden' om de winkel het concentratiegebied te vestigen, of om herinvullingsmogelijkheden en mogelijk functiewijziging te bespreken	De enige uitzondering wordt gemaakt voor detailhandel in ABC-goederen. Deze kunnen zich vestigen op op een zichtlocatie langs de snelweg (A28/A1).
--	--	---	--

4.3 Consequenties uitvoering

Implementatie van dit beleid vindt plaats door:

1. Monitoring van de ontwikkelingen in de detailhandelsstructuur en effecten van beleid;
2. Uitvoeren van de binnenstadsvisie Nijkerk in samenwerking met belanghebbenden.
Dit is inmiddels gestart;
3. Uitwerken van (master-)plannen of plannen van aanpak voor de overige kernwinkelgebieden, en nadien vertaling naar bestemmingsplannen en beeldkwaliteitsplannen en concrete acties om ontwikkelingen op gang te brengen, voor zover dit kan binnen de reguliere ambtelijke capaciteit of meegenomen kan worden in projecten;
4. Uitwerking van de Nota Werklocaties (gepland in 2013) waarbij specifiek aandacht wordt besteed aan het functioneren- en de aantrekkelijkheid van het beoogde PDV/GDV-concentratiegebied aan de Watergoorweg;
5. Toetsing van initiatieven op basis van het toetsingskader in het detailhandelsbeleid;
6. Planologische verankering van dit beleid op een natuurlijk moment; ofwel bij de periodieke actualisatie van een relevant bestemmingsplan, ofwel op het moment dat er een ruimtelijke ontwikkeling plaatsvindt, die aanleiding geeft tot de herziening van het bestemmingsplan. Dit betekent vooralsnog geen aanpassing van het vastgestelde bestemmingsplannen.
7. Handhaving: passief handhavingsbeleid binnen de beschikbare capaciteit en op basis van melding van excessen, en voor zaken die de detailhandelsstructuur ernstig verstoren. Een handhavingsverordening wordt opgesteld om handhavingsmogelijkheden te vergroten en zaken als 'brancheervaging'¹⁰ goed in de hand te kunnen houden als gemeente.

In het detailhandelsbeleid zijn deze activiteiten nader uitgewerkt. Via de Kadernota 2014 wordt voorgesteld budget te reserveren voor de monitoring van de ontwikkelingen in de detailhandelsstructuur en effecten van beleid, en voor het opstellen van een verordening om dit beleid op een goede manier te kunnen handhaven. Eventuele extra inzet van middelen (bijvoorbeeld voor de uitvoering van de binnenstadvisie of plannen) maakt geen onderdeel uit van het detailhandelsbeleid. Middelen hiervoor zullen worden aangevraagd op de reguliere wijze via de kadernota en programmabegroting. Er zal in principe geen actief aankoopbeleid worden gevoerd. Dat betekent dus, dat er geen panden/gronden zullen worden aangekocht of herontwikkeld door de gemeente.

Per type gebied ziet de uitvoering er als volgt uit:

¹⁰ Brancheervaging heeft betrekking op het verbreden van het assortiment door retailers, waardoor deze steeds meer in concurrentie treden met retailers uit andere branches (definitie HBD).

A. (Wijk)winkelcentra in de kernen

Uitvoering is gericht op:

- Paasbos: faciliteren via kwaliteitsimpuls openbare ruimte in aansluiting op mogelijke herstructurering van de wijk (inclusief evt. realisatie van voorzieningen op het gebied van wonen, welzijn en zorg).
- Nijkerkerveen: faciliteren door middel van beperkte uitbreiding van winkelaanbod en kwaliteitsimpuls, gerelateerd aan toename woningbouwvolume ('aanbod op maat') en mogelijke realisatie van een voorzieningencluster Nijkerkerveen.
- Hoevelaken: faciliteren door op termijn – bij bereidheid van ondernemers – binnenstadsmanagement te overwegen als update van het centrumplan dat inmiddels gedateerd is. Een kwaliteitsimpuls in de openbare ruimte kan hiervan deel uitmaken.
- Planologische verankering van dit beleid vindt plaats op een natuurlijk moment; ofwel bij de periodieke actualisatie van een relevant bestemmingsplan, ofwel op het moment dat er een ruimtelijke ontwikkeling plaatsvindt, die aanleiding geeft tot de herziening van het bestemmingsplan. In Nijkerkerveen wordt detailhandel meegenomen in de ontwikkeling van het voorzieningencluster in deze kern. De volgende prioriteit vormt de herstructurering van het winkelcentrum in Paasbos als onderdeel van het plan van aanpak voor deze wijk. Het centrum van Hoevelaken is een aantal jaren geleden al aangepakt, zodat hier op dit moment geen plannen zijn voorzien.

B. Binnenstad Nijkerk

Uitvoering is primair gericht op de uitvoering van de Binnenstadsvisie. Aandachtspunten zijn:

- Binnen het 'rondje Nijkerk' primair inzetten op detailhandel, daarbuiten met pandeigenaren in gesprek gaan om winkels te 'verleiden' om zich binnen het rondje te vestigen of om herinvullingsmogelijkheden en mogelijk functiewijziging te bespreken. Voor de binnenstad wordt een beeldkwaliteitsplan en bestemmingsplan opgesteld, om dit detailhandelsbeleid planologisch te verankeren.
- Voor specifieke, beeldbepalende panden in de binnenstad flexibiliteit in het bestemmingsplan inbouwen. Door bestaand, functiespecifiek vastgoed functieflexibel te maken, kunnen niet-detailhandelsfuncties waar mogelijk markt voor is, zoals kunst of cultuur, makkelijker worden gefaciliteerd en komt er meer ruimte voor nieuwe ontwikkelingen.
- Woonfuncties actief benoemen in het bestemmingsplan op plekken buiten 'het rondje Nijkerk', maar ook ruimte bieden voor wonen boven winkels.
- Faciliteren doet de gemeente door een betere routingstructuur te realiseren ter ondersteuning van de detailhandelsfunctie in de binnenstad (door middel van bestrating, bewegwijzering, en het bieden van voldoende parkeergelegenheid).
- In het kader van binnenstadsmanagement, waar zowel de gemeente als de NOV en de bewoners van de binnenstad ieder hun eigen rol en verantwoordelijkheid in hebben, actief inzetten op bijvoorbeeld acquisitie van winkels in het midden- en hogere segment (rol pandeigenaren/ beleggers/ makelaars).

C. Verspreide bewinkeling

Uitvoering is gericht op:

- Grootschalige detailhandel vestigt zich primair binnen het PDV/GDV concentratiegebied aan de Watergoorweg.
- Detailhandel in ABC-goederen vestigt zich op een hoogwaardige zichtlocatie op een bedrijventerrein direct langs de snelweg (A28, A1). Als vestiging op een zichtlocatie aan de snelweg niet haalbaar blijkt, dan vestigt deze ABC-detailhandel eveneens in het concentratiegebied aan de Watergoorweg.
- Versterking van het concentratiegebied vindt enerzijds plaats door verplaatsing van winkels buiten dit concentratiegebied hiernaartoe, anderzijds door nieuw aanbod. Echter, alleen indien er een pand vrijkomt en het oppervlak verspreide winkels per saldo gelijkblijft of afneemt (mogelijk doordat zittende winkels kleiner worden of bijvoorbeeld door 'shop-in-shop concepten'). In de Nota Werklocaties, die op de planning staat voor 2013, wordt samen met de bedrijven gekeken welke maatregelen getroffen en gefinancierd kunnen worden om de aantrekkelijkheid van het GDV/PDV cluster aan de Watergoorweg te bevorderen.
- Clustering van PDV binnen het daarvoor aangewezen concentratiegebied vindt plaats, mits voldaan wordt aan deze voorwaarden:
 - de voorziene vorm van detailhandel past qua aard of vorm niet in de bestaande winkelstructuur¹¹;
 - thematische ontwikkelingen, zoals een autoboulevard, zijn alleen toegestaan, als daarvoor binnen de bestaande winkelstructuur geen geschikte locatie voorhanden of te realiseren is;
 - bestaande functies en mogelijkheden in een gebied en de voorziene vorm van detailhandel in dat gebied zijn niet in strijd met milieukundige randvoorwaarden¹²;
 - de voorziene vorm van detailhandel is niet in strijd met de Nota Parkeernormen van de Gemeente Nijkerk;
 - detailhandel in voedingsmiddelen, levensmiddelen, genotmiddelen en huishoudelijke producten zijn niet gevestigd op bedrijventerreinen (bijvoorbeeld een supermarkt).
- Buiten het aangewezen concentratiegebied is uitbreiding niet toegestaan. De gemeente zal op verzoek van de pandeigenaar meewerken aan eventuele planologische omvorming, indien dit ruimtelijk en economisch (bijvoorbeeld bij een vrijwillige verplaatsing of beëindiging van de winkel) wenselijk is.
- Buiten het PDV/GDV concentratiegebied zijn geen nieuwe winkels toegestaan.
- Planologische verankering van dit beleid vindt plaats op een natuurlijk moment; ofwel bij de periodieke actualisatie van een relevant bestemmingsplan, ofwel op het moment dat er een ruimtelijke ontwikkeling plaatsvindt, die aanleiding geeft tot de herziening van het bestemmingsplan
- Detailhandelsactiviteiten aan huis zijn niet toegestaan, tenzij het product per post of internet wordt verstuurd en betaling per (online) overschrijving geschiedt (volgens de beleidsregel niet-woonactiviteiten aan huis).
- De gemeente damt branchevervaging van winkels buiten de kernwinkelgebieden in door een maximum van 10% van het winkeloppervlak aan branchevreemde producten toe te staan per winkel, met een maximum van 150 m2 bvo.
- Er vindt passief handhavingsbeleid plaats binnen de beschikbare capaciteit en op basis van melding van excessen, en voor zaken die de detailhandelsstructuur ernstig verstoren. Om goed te kunnen handhaven, en zaken als 'branchevervaging' goed in de hand te kunnen houden, is het opstellen van een verordening noodzakelijk.

¹¹ Aantoonbaar moet zijn waarom de voorziene vorm van detailhandel niet mogelijk is binnen het bestaande winkelgebied. Achterliggende gedachte is dat oneerlijke concurrentie en financiële voordelen (bijv. lagere huurprijzen) ten opzichte van detailhandel die in het bestaande winkelgebied gevestigd is voorkomen moet worden.

¹² Hiermee wordt bedoeld dat bijvoorbeeld reeds gevestigde bedrijven niet onevenredig benadeeld mogen worden in hun bedrijfsvoering ten opzichte van de mogelijk te vestigen vorm van detailhandel. Anderszins mag de voorgestelde vorm van

detailhandel ook niet in strijd zijn met milieukundige randvoorwaarden, zoals deze gelden in het kader van bijvoorbeeld de VNG-brochure Bedrijven en Milieuzonering en externe veiligheid.

Bijlage 1 Overzicht geïnterviewde ondernemers

- De Havenaer, dhr. Van Doggenaar
- Boekhandel Roodbeen, mevr. Lanting
- HEMA Nijkerk en Hoevelaken, dhr. van Maanen
- Formido, mevr. van er Biezen
- Multimate, dhr. Folkers
- Intratuin, dhr. Moons
- Tuinmeubelland, mevr. ten Teije
- Bakkerij Toebast, dhr. Toebast
- Voskuilen Interieur & Projectstoffering, dhr. Voskuilen
- Spar Supermarkt, dhr. Worst

Bijlage 2 Onderzoeken derden

DPO

Op basis van een analyse van de huidige detailhandelsstructuur die is uitgevoerd, kan een aantal conclusies worden getrokken:

- Het reguliere aanbod van detailhandel in de gemeente Nijkerk is gemiddeld. Het volumineuze aanbod is relatief groot;
- Nijkerk centrum is het hoofdwinkelgebied met een bovenlokale functie. Kenmerkend is de combinatie van de bezoekmotieven recreatief winkelen én boodschappen;
- In Nijkerk is er op wijkniveau sprake van een onevenwichtige structuur: twee kleine buurtwinkelcentra en één grote solitaire supermarkt met een bovenwijkse functie. Wel is uit het DPO onderzoek gebleken dat het huidige winkelaanbod (zowel dagelijks als niet-dagelijks) toereikend is voor de schaal van de gemeente Nijkerk. Uitbreiding van het aanbod buiten de bestaande 'winkelgebieden' is dan ook niet wenselijk.
- Hoevelaken centrum heeft een sterk dagelijks aanbod en een bovenlokale functie voor boodschappen;
- In Nijkerkerveen is geen samenhangend winkelgebied aanwezig. De kleinschalige supermarkt heeft alleen een functie voor het eigen dorp;
- De Havenaer is een relatief kleine woonboulevard met een bijzonder aanbod in het midden- en hoge segment.
- Het reguliere volumineuze aanbod (bouwmarkten, tuincentra, woonzaken in midden en lager segment) bevindt zich verspreid over de gemeente.

Onderzoek Nijkerkse Ondernemersvereniging (NOV)

De NOV heeft op basis van een ledenenquête en een onderzoek gedaan naar ontbrekende branches een aantal constatering gedaan ten aanzien van het winkelaanbod in de Nijkerkse binnenstad. Hierbij is tevens een vergelijking gemaakt met vergelijkbare centra. Om een aantrekkelijkere binnenstad te krijgen is het volgens leden van de NOV van belang dat er verbetering komt in parkeren en routing, uitstraling en beleving (te weinig beleving/recreatiemogelijkheden/fun, Nijkerk blijft 'boodschappencentrum'), het winkelaanbod (vraag naar bepaalde ketens/trekkers) en de eigen acties. In de eerste twee verbeterpunten ligt een duidelijke rol voor de gemeente, de laatste twee acties liggen nadrukkelijker op het bord van marktpartijen (winkeliers, ontwikkelaars, beleggers). Tevens blijkt dat winkels op het gebied van mode (in het midden- en hogere segment), cadeau-artikelen, persoonlijke verzorging, accessoires (o.a. mode) en consumentenelectronica nog maar beperkt in de binnenstad van Nijkerk zijn gevestigd.

Bijlage 3 Geraadpleegde literatuur

- Gezamenlijk PDV/GDV beleid WERV + B gemeenten, WERV, 2010
- Agenda voor de toekomst voor detailhandelsbeleid Regio FoodValley, DTNP, 2012
- Binnenstadsvisie Nijkerk, gemeente Nijkerk, 2011
- Structuurvisie Nijkerk/Hoevelaken 2030, gemeente Nijkerk, 2011
- Dynamiek door beleid, DTNP, 2011
- Dynamiek van winkelgebieden, Nederlandse Raad voor Winkelcentra, 2010
- Het nieuwe winkelen, retailtrends, januari 2011
- Kiezen of delen, beleid op maat perifere detailhandel, DTNP, 2010
- Koopstromenonderzoek Randstad, I&O Research, 2011
- Detailhandelsstructuurvisie en centrumvisie Nijkerk, DTNP, 2010
- Plan van Aanpak Binnenstadsmanagement, DTNP, 2012
- De consument centraal, detailhandelsontwikkelingen richting 2020 regio Gooi-, Eem-, en Flevoland, 2011
- Onderzoek ontbrekende winkelbranches in Nijkerk centrum, Andries Boone Advise, 2010
- NOV Ledenenquête, H. Aalbers/ J. Pleunis, 2010