

Toekomstvisie winkelcentrum de Wyborgh

Westervoort Have BV. (Albert Heijn)



Albert Heijn

Datum: 18-11-19

Huidige problematiek

Door onder andere de toename van online shoppen zijn veel winkelketens vertrokken uit het centrum. Op dit moment is leegstand een groot probleem in de Wyborgh.

De klantengroep die naar de Wyborgh gaat voor andere aankopen dan de dagelijkse boodschappen is te klein. Hierdoor zijn bijvoorbeeld kledingzaken en schoenenwinkels niet of nauwelijks levensvatbaar binnen het centrum.

Deze trend is in veel dorpen in Nederland de orde van de dag, Westervoort is daarop geen uitzondering.

Daarnaast heeft het centrum door de verstrooide indeling met een passage en her en der winkels geen goede klantenroute. Tevens is de passage donker en zorgt de naar binnen gekeerde indeling voor een bunker idee aan de buitenzijde. Het is nauwelijks te zien dat de klant een winkelcentrum binnenloopt.

De bedreigingen samengevat:

- Teveel "retailmeters" voor een service en boodschappencentrum
- Donkere passage
- De buitenzijde laat niet zien dat het een winkelcentrum is
- Vanaf de parkeerplaats en station een onaantrekkelijk aangezicht



Onze visie

Vanuit onze ervaring weten we dat het zeer lastig is om winkelketens en ondernemers te verleiden tot het exploiteren van een filiaal in een winkelcentrum als deze. Het centrum zal "tevreden" moeten zijn met een functie voor de dagelijkse boodschappen. Voor een dagje shoppen gaat de klant eerder naar de centra in omliggende steden zoals Arnhem en Nijmegen.

Gezien de zeer grote leegstandproblematiek zijn wij dan ook van mening dat er verkoopvloeroppervlakte meters moeten worden verwijderd om de leegstand te kunnen verkleinen. Het centrum zal kleiner worden met de ketens voor dagelijkse boodschappen dicht bij elkaar in het blok waarin ook de Albert Heijn is gevestigd. Alle leegstandsmeters weer opvullen achten wij geen reëel scenario.

Hierin dient vervolgens een aantrekkelijke ingang gecreëerd te worden, gelegen aan de parkeerplaats. Op dit moment is het centrum vanaf teveel verschillende kanten benaderbaar om een gezellig en druk winkelgebied te creëren. De Albert Heijn dient met haar ingang richting de parkeerplaats gesitueerd te worden, en haar achterzijde van het pand kan dan ook direct de achterzijde van het centrum worden. Hierdoor wordt voorkomen dat "dode hoeken" gecreëerd worden.

Om de ingang van het centrum en de Albert Heijn heen kunnen de kleinere winkels zich situeren. Deze opzet heeft zich al een meerdere plaatsen als succesvol laten bewijzen. Voorbeeld hiervan is het centrum in Warnsveld. Doordat Albert Heijn de grootste klantenstroom heeft zorgt men er met een dergelijke indeling voor dat klanten verplicht worden langs de overige winkels te lopen, en hier dus eerder iets zullen kopen.

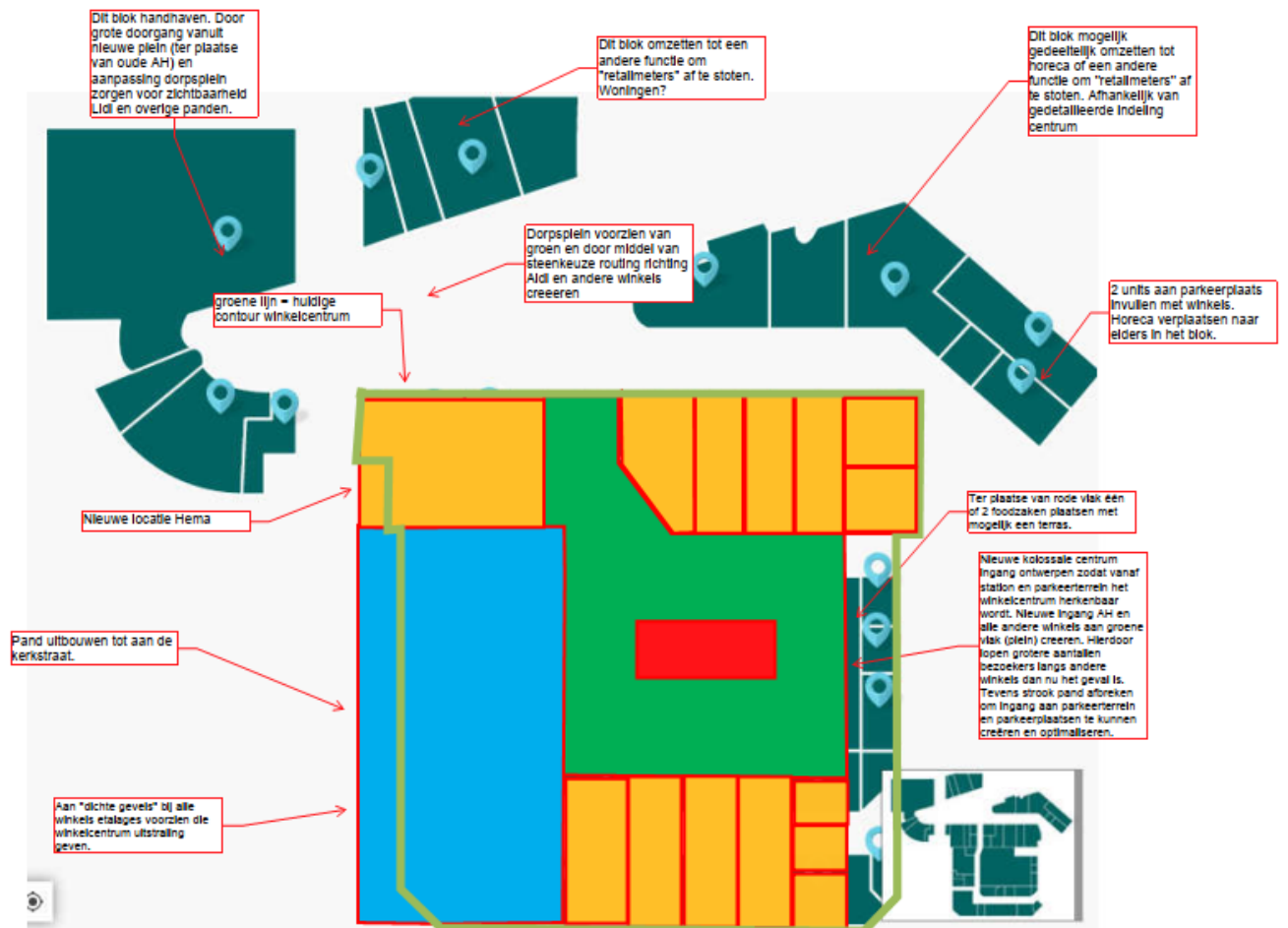
Op de plattegrond in bijlage 1 is weergegeven hoe wij het centrum zouden indelen. Door dit op deze manier te doen wordt een centraal punt gecreëerd waarvandaan de winkels bezocht kunnen worden. Daarnaast zal er wat aan de buitenzijde van het winkelcentrum moeten gebeuren om te zorgen dat deze een aantrekkelijker uiterlijk krijgt. De dichte gevels moeten als etalages worden ingedeeld, zodat ook aan de buitenkant zichtbaar is dat er een winkelcentrum is gevestigd. Ook zal de parkeerplaats aantrekkelijker moeten worden aangekleed met een duidelijk zichtbare routing richting de ingang van het centrum en meer groen.

Tot slot zijn er op bijlage 2 enkele foto's van "ingangen met uitstraling" toegevoegd.

De kansen samengevat:

- Centrale klantenstroom creëren door herstructureren indeling
- Zichtbaarheid vergroten vanaf parkeerplaats en stationsgebied
- Leegstand verkleinen door winkelmeters af te stoten
- Gezellig overdekt plein zorgt ervoor dat klanten blijven hangen en elkaar ontmoeten

Bijlage 1: nieuwe Lay-out centrum



Bijlage 2: Voorbeelden gevels en entree winkelcentrum

