

Ruimtelijk-economische effectstudie

Heracles Stadion

Opdrachtgever: Stichting Heracles, Wyckerveste - BAM

Rotterdam, 11 oktober 2013



Ruimtelijk-economische effectstudie

Heracles Stadion

Versie: Definitief rapport

Opdrachtgever: Stichting Heracles, Wyckerveste - BAM

Bart Stek
Ewoud Dekker
Hugo ter Heegde

Rotterdam, 11 oktober 2013

Over Ecorys

Met ons werk willen we een zinvolle bijdrage leveren aan maatschappelijke thema's. Wij bieden wereldwijd onderzoek, advies en projectmanagement en zijn gespecialiseerd in economische, maatschappelijke en ruimtelijke ontwikkeling. We richten ons met name op complexe markt-, beleids- en managementvraagstukken en bieden opdrachtgevers in de publieke, private en not-for-profitsectoren een uniek perspectief en hoogwaardige oplossingen. We zijn trots op onze 80-jarige bedrijfsgeschiedenis. Onze belangrijkste werkgebieden zijn: economie en concurrentiekracht; regio's, steden en vastgoed; energie en water; transport en mobiliteit; sociaal beleid, bestuur, onderwijs, en gezondheidszorg. Wij hechten grote waarde aan onze onafhankelijkheid, integriteit en samenwerkingspartners. Ecorys-medewerkers zijn betrokken experts met ruime ervaring in de academische wereld en adviespraktijk, die hun kennis en best practices binnen het bedrijf en met internationale samenwerkingspartners delen.

Ecorys Nederland voert een actief MVO-beleid en heeft een ISO14001-certificaat, de internationale standaard voor milieumanagementsystemen. Onze doelen op het gebied van duurzame bedrijfsvoering zijn vertaald in ons bedrijfsbeleid en in praktische maatregelen gericht op mensen, milieu en opbrengst. Zo gebruiken we 100 procent groene stroom, kopen we onze CO₂-uitstoot af, stimuleren we het ov-gebruik onder onze medewerkers, en printen we onze documenten op FSC- of PEFC-gecertificeerd papier. Door deze acties is onze CO₂-voetafdruk sinds 2007 met ca. 80 procent afgenomen.

ECORYS Nederland BV
Watermanweg 44
3067 GG Rotterdam

Postbus 4175
3006 AD Rotterdam
Nederland

T 010 453 88 00
F 010 453 07 68
E netherlands@ecorys.com
K.v.K. nr. 24316726

W www.ecorys.nl

Inhoudsopgave

1	Inleiding	5
1.1	Aanleiding	5
1.2	Doel- en vraagstelling	5
2	Context en locatie	7
2.1	Context	7
2.2	Locatie	8
3	Vigerend overheidsbeleid	11
3.1	Rijksbeleid	11
3.2	Provinciaal beleid	11
3.3	Regionaal beleid	13
3.4	Gemeentelijk beleid	13
3.5	Conclusies	15
4	Beschouwing onderzoeken	17
4.1	DTNP: Detailhandelsstructuurvisie Almelo 2013-2018	17
4.2	BEA: Investeren in stad en stadion	18
4.3	Conclusies	19
5	Vraag-aanbodanalyse detailhandel	21
5.1	Verzorgingsgebied	21
5.1.1	Regionale behoefte per detailhandelsbranche	21
5.1.2	Omvang verzorgingsgebied	22
5.1.3	Kenmerken verzorgingsgebied	23
5.2	Detailhandelsstructuur verzorgingsgebied	24
5.2.1	Huidige detailhandelsstructuur	24
5.2.2	Huidig detailhandelsaanbod	26
5.2.3	Benchmark detailhandelsaanbod	27
5.2.4	Toekomstige detailhandelsontwikkelingen	27
5.3	Kwaliteit winkellandschap Almelo	28
5.3.1	Woonboulevard	28
5.3.2	Centrum	28
5.4	Conclusies	29
6	Kwantitatieve en kwalitatieve marktbehoefte	31
6.1	Kwantitatieve marktbehoefte	31
6.1.1	Kerncijfers detailhandel	31
6.1.2	Distributieplanologische berekening	31
6.2	Kwalitatieve marktbehoefte	32
6.2.1	Levensmiddelen	32
6.2.2	Warenhuis	34
6.2.3	Kleding & Mode	34
6.2.4	Schoenen & Lederwaren	34
6.2.5	Huishoudelijke & Luxe artikelen	35
6.2.6	Sport & Spel	35

6.2.7	Hobby	36
6.2.8	Media	36
6.2.9	Plant & Dier	36
6.2.10	Bruin & Witgoed	37
6.2.11	Auto & Fiets	37
6.2.12	Doe-het-zelf	37
6.2.13	Wonen	38
6.3	Conclusies	39
7	Ruimtelijk-economische effecten	41
7.1	Europese dienstenrichtlijn	41
7.2	Jurisprudentie	42
7.2.1	Gronsveld, Eijsden-Margraten	42
7.2.2	Emmeloord-De Deel, Stadshart	42
7.2.3	Duurzame ontwrichting	43
7.3	Ruimtelijke ordeningsmotieven	43
7.3.1	Duurzame ruimtelijke kwaliteit	43
7.3.2	Woon- en leefklimaat	45
7.3.3	Effecten detailhandelsstructuur	47
7.4	Conclusies	49
8	Ladder voor duurzame verstedelijking	51
9	Conclusies en aanbevelingen	53
9.1	Conclusies	53
9.2	Beantwoording hoofdvraag	54
9.3	Aanbevelingen	54
	Bijlagen	57
	Bijlage 1. Koopkrachtbinding- en toevloeiing	58
	Bijlage 2. Distributieplanologische berekeningen	59
	Bijlage 3. Omschrijving Hoofdbranches	63

1 Inleiding

1.1 Aanleiding

De gemeenteraad van Almelo heeft op 12 juli 2011 besloten detailhandel mogelijk te maken op de locatie van het nieuwe Heracles stadion. Begin juni 2013 is de Raad akkoord gegaan met een aanpassing van het bestemmingsplan voor het nieuwe stadion van Heracles. Die aanpassing werd doorgevoerd door middel van een amendement op de detailhandelsvisie en betrof goedkeuring voor de plannen om 8.500 m² bruto vloeroppervlak (bvo) grootschalige detailhandel (zonder branchebeperking) mogelijk te maken, bestaande uit units groter dan 1.000 m² bvo. In een eerder stadium was al overeenstemming bereikt over een bestemmingsplan met daarin de mogelijkheid om 10.000 m² thematische sportdetailhandel te realiseren, deze regeling komt met dit amendement te vervallen.

Om het amendement van juni 2013 in het ruimtelijk beleid van Almelo te kunnen verankeren is het wijzigen van het huidige bestemmingsplan noodzakelijk. Dit onderzoek vormt de ruimtelijk-economische onderbouwing die gewenst is bij het vaststellen van het nieuwe bestemmingsplan. Ook is de 'ladder voor duurzame verstedelijking' in dit onderzoek opgenomen. Met het inwerking treden van het Besluit ruimtelijke ordening zijn overheden verplicht nieuw te realiseren stedelijke ontwikkelingen te motiveren aan de hand van deze ladder.

1.2 Doel- en vraagstelling

In het kader van de voorgenomen bestemmingsplanwijziging is er behoefte aan een objectief inzicht in de kwantitatieve en kwalitatieve marktbehoefte, vigerend overheidsbeleid en voorziene ruimtelijk-economische effecten. Daartoe hebben we hieronder de volgende vraagstelling geformuleerd. Voorgaande in ogenschouw nemende, luidt de centrale vraag als volgt:

Kan er grootschalige detailhandel (> 1.000 m²) worden gerealiseerd in en rondom het Heracles stadion op basis van de regionale behoefte (in relatie tot artikel 3.1.6 Bro), het vigerend overheidsbeleid en de voorziene ruimtelijk-economische effecten?

Om de centrale vraag te kunnen beantwoorden maken we gebruik van de volgende deelvragen:

- Wat is de context van de ontwikkeling van grootschalige detailhandel in en rondom het Heracles stadion en welke kenmerken heeft de locatie?
- Wat is het vigerende overheidsbeleid ten aanzien van de vestiging van grootschalige detailhandel en welke conclusies zijn getrokken in reeds uitgevoerde onderzoeken en beleidsnotities?
- Wat is het verzorgingsgebied, wat is de omvang van de detailhandelsvraag en wat is de regionale structuur van grootschalige detailhandel naar hoofdbranche?
- Is er, in relatie tot artikel 3.1.6 Bro, in de regio Almelo sprake van een regionale marktbehoefte naar hoofdbranche naar:
 - Kwantiteit: winkelvloeroppervlak van grootschalige detailhandel?
 - Kwaliteit: consumentenwensen ten aanzien van grootschalige detailhandel?
- Welke ruimtelijk-economische effecten heeft de vestiging van grootschalige detailhandel naar hoofdbranche in en rondom het Heracles stadion op de regionale detailhandelsstructuur in relatie tot ruimtelijke ordeningsmotieven en de ladder van duurzame verstedelijking? En welke effecten heeft de vestiging meer specifiek op de woonboulevard en de binnenstad van Almelo?

2 Context en locatie

In dit hoofdstuk wordt ingegaan op de lokale context waarin de ontwikkeling van detailhandel in het Heracles stadion zich afspeelt en daarnaast de locatie eigenschappen van het plan.

2.1 Context

De ontwikkelcombinatie Wyckerveste en BAM zijn geselecteerd door Heracles voor de ontwikkeling van het nieuwe Heracles stadion. Naast de ontwikkeling van het stadion, is er een commerciële invulling voorzien in het plan. In het kader van dit onderzoek wordt alleen ingegaan op het voorlopige c.q. beoogde detailhandelsprogramma van in totaal 8.500 m² bvo (is ca. 6.800 m² winkelvloeroppervlak) voor het stadion dat er als volgt uit ziet:

Tabel 2.1 Beoogd winkelprogramma Heracles stadion

Winkel	Omvang (m ² bvo)	Bestaande winkel(s)	Toezegging
Action	1.080	Ja	Ja
KPN-XL	720	Ja	Nee
Xenos	1.000	Ja	NB
Top 1 Toys	1.000	Ja	Nee
Bristol	1.390	Ja	Ja
Big Bazar	1.000	Ja	NB
Aldi	1.310	Ja	NB
Retail	1.000	n.v.t.	n.v.t.
Totaal	8.500		
Uitbreiding Plus	600	Ja	Ja

Bron: Wyckerveste.

Toezeggingen van bestaande winkelketens

Een niet onbelangrijk aspect in de huidige discussie is de toezegging dat een aantal potentiële huurders heeft gedaan ten aanzien van de winkelruimten in het stadion. Deze toezegging heeft betrekking op de garantie dat het openen van een nieuwe winkel in het stadion niet ten koste gaat van de bestaande winkel, ofwel de huidige winkel wordt de komende 10 jaar niet gesloten omdat een nieuwe vestiging wordt geopend in het Heracles stadion.

Uit het gesprek met de voorzitter van de winkeliersvereniging van de binnenstad, Martijn Rijssemus, bleek dat het voor hen niet veel uitmaakt of de bestaande retailers een dergelijke toezegging geven of niet. Als dit door alle winkels die met een 'dubbele' winkel in Almelo komen te zitten geldt, dat dan nog steeds de ontwikkeling van detailhandel in het Heracles stadion wat betreft de winkeliers in het centrum onbespreekbaar is.

Daar moet wel bij gezegd worden dat een dergelijke regeling waarschijnlijk moeilijk juridisch is af te dichten. Hoewel het niet waarschijnlijk is dat een van de hierboven genoemde retailers failliet gaat, zou het mogelijk zijn dat de kans op faillissement bij bepaalde huurders groter is. In een dergelijk geval is de '10-jaars' regeling onbruikbaar, omdat er dan gezocht zal worden naar een nieuwe huurder waarvoor deze voorwaarden dan niet gelden. Wij raden aan om een dergelijke constructie verder juridisch te onderzoeken.

Detailhandel in politieke context

De ontwikkelingen in de detailhandel van Almelo zorgen voor veel discussie binnen de gemeente, inwoners, winkeliers en ontwikkelende partijen. De discussie gaat onder meer over de toekomstige winkelstructuur van Almelo, het functioneren van de binnenstad en de gevolgen c.q. effecten van nieuwe ontwikkelingen op het functioneren van met name de binnenstad.

De gemeenteraad heeft in een amendement de mogelijkheid geboden om 8.500 m² bvo (is ca. 6.800 m² wvo) grootschalige detailhandel (zonder branche beperkingen) te realiseren in het Heracles stadion, naast de bestaande Plus supermarkt die in de huidige situatie reeds in het stadion is gevestigd. De Plus wordt in de nieuwe situatie de mogelijkheid geboden om uit te breiden met 600 m². Hiermee komt het totaaloppervlak van de supermarkt op 1.750 m² bvo.

In dit onderzoek wordt daarom ingegaan of er regionale behoefte bestaat aan deze ontwikkeling en wordt inzicht geboden in de effecten van de ontwikkeling op de detailhandelstructuur van Almelo. Naast de mogelijkheden die zijn geboden voor detailhandel in het Heracles stadion, heeft de gemeenteraad tevens besloten de detailhandelsfunctie van de totale oppervlakte van de woonboulevard te verruimen. Door deze regeling vervalt de bepaling die alleen volumineuze detailhandel (PDV) op de woonboulevard mogelijk maakte. In plaats hiervan worden geen detailhandelsbeperkingen meer opgelegd. Ook voor de woonboulevard (52.000 m² bvo) geldt echter ook dat een bestemmingsplanwijziging moet plaatsvinden voordat een dergelijke ruimere branchering mogelijk is. Hiervoor is tevens een ruimtelijke onderbouwing vereist.

2.2 Locatie

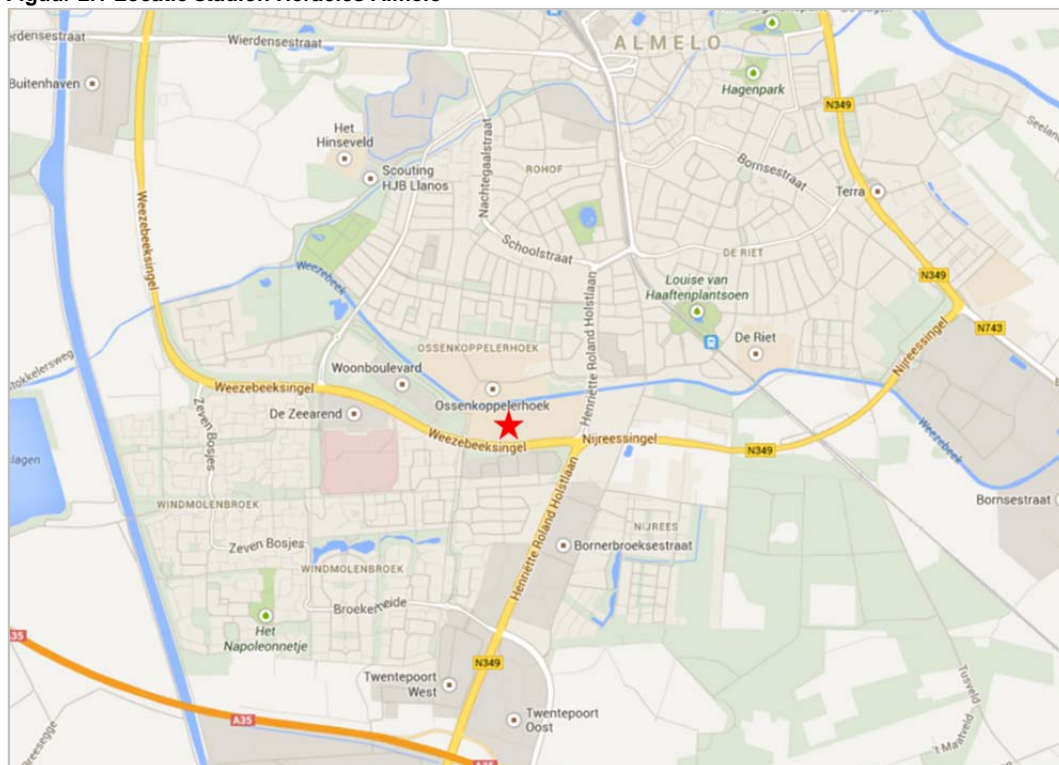
Het nieuwe Heracles stadion en de commerciële en maatschappelijke voorzieningen zijn deels gepland op het huidige perceel, als wel op het perceel ten oosten van de huidige locatie, op de plek waar op dit moment voetbalvereniging Oranje Nassau gevestigd is. Deze locatie is gelegen in het zuiden van Almelo, ten westen van de kruising van de Henriëtte Roland Holstlaan en de Nijreessingel en ten oosten van de Woonboulevard. Het gebied is gelegen binnen de stedelijke ringweg (N349) en ligt zodoende binnen de bestaande stedelijke structuur van Almelo. Het plangebied wordt op dit moment voor auto's ontsloten door de Stadionlaan die aansluit op de Weezebeeksingel (N349). De locatie heeft door zijn geringe afstand ten opzichte van de N743 en de op- en afrit 30 van de Rijksweg A35, een zeer goede regionale bereikbaarheid. Ook vanuit het centrum is de bereikbaarheid goed, zowel per auto, via de invalsweg Henriëtte Roland Holstlaan (ongeveer 7 minuten) als per fiets (ongeveer 15 minuten).

In de nabije omgeving liggen verschillende woonwijken waaronder de Windmolenbroek in het zuiden en Ossenkoppelerhoek in het noorden. Tevens ligt in de Windmolenbroek het ziekenhuis van Almelo, ZGT Almelo (roze vierkant op de kaart hieronder). Het plangebied is voor de bewoners van de noordelijk gelegen wijk per fiets en te voet bereikbaar via de Maardijk. De bewoners in de zuidelijk gelegen woonwijk kunnen gebruik maken van dezelfde weg in de vorm van een fietsers-/voetgangerstunnel die onder de Weezebeeksingel loopt. Een ander alternatief is de voetgangersbrug die tussen het ziekenhuis en de woonboulevard gelegen is.

In de huidige situatie zijn er op het voorterrein van het Polmanstadion 224 parkeerplaatsen beschikbaar. Tijdens voetbalwedstrijden zijn er op verschillende locaties in de directe omgeving van het stadion (IISPA, woonboulevard, wielervedstrijd, SV Almelo en Oranje Nassau) parkeerplaatsen beschikbaar, in totaal circa 1.700 stuks. Met de eerste drie instanties zijn parkeervereenkomsten gesloten. In de huidige situatie zijn onvoldoende parkeervoorzieningen aanwezig, wat leidt tot

parkeeroverlast in de omliggende woonwijken.¹ Op dit moment ligt de bushalte 'Stadion', ter hoogte van de fietsers- en voetgangersonderdoorgang, en de halte 'Frederik van Eedenstraat' aan de H.R. van Holstlaan op loopafstand van het stadion.

Figuur 2.1 Locatie stadion Heracles Almelo



Bron: Google Maps (2013); bewerking Ecorys.

¹ Stadion Heracles Almelo, Milieueffectrapport, Oranjewoud (2012)

3 Vigerend overheidsbeleid

3.1 Rijksbeleid

In de Structuurvisie Infrastructuur en Ruimte (SVIR) staan de plannen voor ruimte en mobiliteit. Zo beschrijft het kabinet in de Structuurvisie in welke infrastructuurprojecten het de komende jaren wil investeren. Provincies en gemeentes hebben meer bevoegdheden bij ruimtelijke ordening gekregen. De Rijksoverheid richt zich op nationale belangen, zoals verbetering van de bereikbaarheid. De structuurvisie vervangt verschillende bestaande nota's, zoals:

- de Nota Ruimte;
- de Structuurvisie Randstad 2040;
- de Nota Mobiliteit;
- de Mobiliteit Aanpak;
- de Structuurvisie voor de Snelwegomgeving.

In de Structuurvisie Infrastructuur en Ruimte (SVIR) wordt gesteld dat vraaggericht programmeren en realiseren van verstedelijking door provincies, gemeenten en marktpartijen nodig is om groei te faciliteren, te anticiperen op stagnatie en krimpregio's leefbaar te houden. Ook dient de ruimte zorgvuldig te worden benut en overprogrammering te worden voorkomen. Om beide te bereiken, wordt een ladder voor duurzame verstedelijking opgenomen in het Besluit ruimtelijke ordening (Bro). Deze ladder is een procesvereiste. Dit houdt in dat bij ruimtelijke besluiten moet worden gemotiveerd hoe een zorgvuldige afweging is gemaakt van het ruimtegebruik.

3.2 Provinciaal beleid

Op 3 juli 2013 hebben de Provinciale Staten van Overijssel de actualisatie van de Omgevingsvisie en de Omgevingsverordening uit 1 juli 2009 vastgesteld. De hierin benoemde uitgangspunten zullen per 1 september 2013 van kracht zijn. Hierin is het ruimtelijk beleid van de provincie vastgelegd. In het beleid van de provincie staan de zorg voor ruimtelijke kwaliteit en duurzaamheid centraal. Deze elementen zijn derhalve binnen de gehele omgevingsvisie terug te vinden.

In de omgevingsverordening zijn de voorwaarden ten aanzien van nieuwe detailhandelsvestigingen in Overijssel opgenomen. Daarbij staat centraal dat binnensteden het hart van Overijsselse steden en regionale centra vormen. De kwaliteit van de binnensteden bepaalt de identiteit en het imago van de steden, maar ook de mate waarin Overijssel als geheel als aantrekkelijke en dynamische economische en culturele regio wordt gezien. De bundeling van detailhandelsvoorzieningen in binnensteden en wijkwinkelcentra draagt bij aan het creëren van aantrekkelijke winkelomgevingen en is belangrijk voor de aantrekkingskracht van binnensteden als woon/werklocaties en recreatieve bestemmingen.

Grootschalige detailhandelsvestigingen (GDV)

De provincie Overijssel formuleert in de Omgevingsverordening 2009 (artikel 2.4.1. lid c Begripsbepalingen) grootschalige detailhandel als: winkelformules met een zeer groot winkelvloeroppervlak dat (hoog)-frequent wordt bezocht en waarin een aanbod plaatsvindt van niet-volumineuze goederen. Er kan gesteld worden dat de commerciële voorzieningen aan deze beschrijving voldoen en het beleid omtrent grootschalige detailhandel zodoende van kracht is op de voorgenomen ontwikkeling. Voor grootschalige detailhandel geldt dat wanneer er sprake is van een regionale uitstraling, hiervoor alleen ruimte is in de stedelijke centra mits aangetoond is dat dit niet leidt tot

ontwrichting van de bestaande detailhandelsstructuur. Daarnaast dient de locatie gelegen te zijn in, of aan te sluiten op bestaande binnensteden en winkelcentra. Met deze regeling wordt voldaan aan afspraken die met het Rijk zijn gemaakt over grootschalige detailhandel met regionale effecten, gelet op de mogelijke gevolgen die dat soort vestigingen kunnen hebben voor het voorzieningsniveau in binnensteden. Van bovenstaande regeling kan en mag alleen worden afgeweken wanneer er binnen de binnensteden en wijkwinkelcentra geen ruimte gevonden kan worden of wanneer er thematische detailhandel aan de perifere locatie is geboden.

Internationale afstemming

De provincie geeft aan de internationale concurrentiepositie te willen versterken. Goede afstemming is noodzakelijk als het gaat om nieuwe grootschalige ontwikkelingen op het gebied van infrastructuur, wonen en werken, detailhandel, ontgrondingen en natuur en landschap. De provincie zal bij nieuwe initiatieven hiertoe goed overleg plegen met de overheden aan Duitse kant en zich ervoor inzetten dat zich geen nadelige effecten voordoen voor nieuwe ontwikkelingen op Duits grondgebied (p.71).

Specifiek provinciaal detailhandelsbeleid

In de provinciale omgevingsverordening zijn specifieke regels opgenomen voor detailhandel. Deze zijn hieronder opgenomen.

Titel 2.4. Detailhandel

Artikel 2.4.1. Begripsbepalingen

In deze titel wordt verstaan onder:

- a. stedelijke centra: steden binnen de stedelijke netwerken Zwolle Kampen, Netwerkstad Twente en Stedendriehoek;
- b. volumineuze detailhandel: winkelformules die vanwege de omvang en aard van het assortiment een groot oppervlak nodig hebben, zoals bouwmarkten, tuincentra, wooninrichtingszaken;
- c. grootschalige detailhandel: winkelformules met een zeer groot winkelvloeroppervlak dat (hoog)frequent wordt bezocht en waarin een aanbod plaatsvindt van niet-volumineuze goederen;
- d. weidewinkel: zelfstandige detailhandelsvestigingen aan de rand van bestaand bebouwd gebied van steden en dorpen of in de groene omgeving. Onder weidewinkel wordt niet verstaan detailhandel in de vorm van 'verkoop bij de boer'.

Artikel 2.4.2. Volumineuze detailhandel

1. Bestemmingsplannen voorzien niet in de nieuwe mogelijkheid om detailhandel uit te oefenen op bedrijventerreinen.
2. In afwijking van het bepaalde in lid 1 kan in bestemmingsplannen voor bedrijventerreinen de mogelijkheid worden geboden voor de vestiging van volumineuze detailhandel waarvoor in binnensteden en wijkwinkelcentra geen ruimte gevonden kan worden.

Artikel 2.4.3. Grootschalige detailhandel

1. Bestemmingsplannen voorzien uitsluitend in nieuwe grootschalige detailhandelsvestigingen wanneer de locatie gelegen is in of aansluit op bestaande binnensteden en winkelcentra. Daarbij geldt dat grootschalige detailhandelsvestigingen met een regionale uitstraling uitsluitend mogen worden toegelaten in de stedelijke centra en nadat uit onderzoek is gebleken dat dit niet leidt tot een ontwrichting van de bestaande detailhandelsstructuur.
2. In afwijking van het bepaalde in lid 1, eerste volzin, kan in bestemmingsplannen voor bedrijventerreinen binnen de stedelijke centra een ontheffing als bedoeld in artikel 3.6, lid 1, sub c Wro worden opgenomen ten behoeve van de vestiging van grootschalige detailhandel waarvoor in de binnensteden en wijkwinkelcentra geen ruimte gevonden kan worden.

3. In afwijking van het bepaalde in lid 1, eerste volzin, kan in bestemmingsplannen voor locaties elders binnen de stedelijke centra een ontheffing als bedoeld in artikel 3.6, lid 1, sub c Wro worden opgenomen ten behoeve van de vestiging van grootschalige detailhandel in geval de grootschalige detailhandel thematisch aan deze perifere locatie is gebonden.

Artikel 2.4.4. Weidewinkels

Bestemmingsplannen voorzien niet in de mogelijkheid tot vestiging van nieuwe weidewinkels.

3.3 Regionaal beleid

In de Ontwikkelagenda die door Netwerkstad Twente (gemeenten Almelo, Borne, Enschede, Hengelo, Oldenzaal en de provincie Overijssel) is opgesteld staat beschreven dat concentratie van detailhandel in de binnenstad het uitgangspunt is, maar dat er afspraken worden gemaakt over hoe er wordt omgegaan met grootschalige en perifere detailhandelsvestigingslocaties (p. 27).

3.4 Gemeentelijk beleid

De gemeente Almelo heeft in 2012 vanwege autonome winkeltrends, diverse marktinitiatieven en het overaanbod op de Almelse winkelmarkt een detailhandelsstructuurvisie laten opstellen voor de periode 2013-2018. Deze visie geeft aan waar welke winkels gewenst zijn en waar de ontwikkelingsmogelijkheden liggen. Voor de winkelstructuur in Almelo wordt gestreefd naar: een sterke binnenstad voor recreatief winkelen, in elke wijk een zo compleet mogelijk boodschappencentrum, woonboulevard als PDV-cluster en basisvoorzieningen in Bornerbroek. Buiten deze gewenste structuur vinden zo min mogelijk detailhandelsactiviteiten plaats.

Bij het vaststellen van deze detailhandelsstructuurvisie heeft de gemeenteraad van de gemeente Almelo in de vergadering van 18 juni 2013 een amendement vastgesteld. In dit amendement wordt inzake het Hercales stadion onder punt 1.f. het volgende beschreven: 'Aan de Sportboulevard Weezebeeksingel is het Heracles, ter vervanging van de bestaande toezegging om 10.000 m² sportgerelateerde commerciële ruimte te ontwikkelen, toegestaan om 8.500 m² grootschalige detailhandel, bestaande uit units groter dan 1.000 m², te ontwikkelen. Tevens gelden deze en onderstaande bepalingen voor de woonboulevard (52.000 m² bvo).' (p.4).

Hierop volgen in punt 1.f.1. de volgende voorwaarden en bepalingen die verder richting geven aan de ontwikkeling genoemd onder 1.f.:

- a) Door de ontwikkelaar wordt een businessplan (met daarin uitwerking van ondernemersplannen, commerciële potentie alsook financiële onderbouwing en rendementsdoelstellingen) aangeleverd, wordt een business case gemaakt die de gemeente extern kan laten toetsen;
- b) De bouw van het nieuwe stadion en de commerciële ruimte vangt aan binnen één jaar nadat het bestemmingsplan onherroepelijk is geworden;
- c) In de te ontwikkelen commerciële ruimte mag maximaal één supermarkt worden gerealiseerd;
- d) In het totale gebied (woonboulevard en locatie Heracles) is verdere uitrol/toepassing van de zgn. 'shop in shop' formule niet toegestaan;
- e) De "Zuidas" bestaat uit drie locaties, te weten de woonboulevard, locatie Heracles en Decathlon tot Hornbach. Daarmee is de locatie gelimiteerd en niet verder uitbreidbaar.

1.f.2. Om deze ontwikkeling ook werkelijk te kunnen realiseren, levert Heracles een maatschappelijke en financiële bijdrage ten behoeve van de herinrichting van de amateur sportverenigingen aan de sportboulevard Weezebeeksingel.

1.f.3. Het genoemde onder 1.f. heeft geen gevolgen voor de realisatie van de voorgenomen ontwikkelingen in de binnenstad van Almelo, noch voor de financiering en/of cofinanciering daarvan.

In het beleid zelf was opgenomen dat: 'de detailhandelsstructuurvisie laat onverlet eventuele gedane toezeggingen op basis van reeds ingediende verzoeken met betrekking tot toegestane detailhandel, waaronder in ieder geval wordt verstaan Hornbach, Heracles, Almelo Nouveau, Karwei, hoek Nieuwstraat-Knoopshöfte, onder voorwaarde dat de gemeente haar publiekrechtelijke verantwoordelijkheid van (onder meer) ruimtelijke ordenings- en Wabo-procedures in deze behoudt' (p.5).

Bij het opstellen van de detailhandelsstructuurvisie is uitgegaan van de plannen die in een eerder stadium waren vastgesteld (de toevoeging van 10.000 m² thematische sportdetailhandel) en is niet van toepassing op het nieuwe plan, zoals is vastgesteld door Raad in het amendement.

Almelo Nouveau

In de detailhandelsstructuurvisie is genoemd dat de gedane toezegging voor het detailhandelsplan van Almelo Nouveau gevrijwaard is van de richting in de detailhandelsstructuurvisie. De plannen voor deze detailhandel zijn in de raadsvergadering van 20 december 2011 goedgekeurd. Het besluit is als volgt:

1. In te stemmen met de verplaatsing van een Emté supermarkt van het winkelcentrum Vincent van Goghplein naar Almelo Nouveau, onder de voorwaarde van een adequate invulling tussen het oude en het nieuwe centrum.
2. Het aantal aanvullende winkels in het Almelo Nouveau van totaal maximaal 1.400 m² bruto vloeroppervlak met een minimum van 7 en een maximum van 9.
3. In te stemmen met maximaal 3.600 m² bruto vloeroppervlak perifere detailhandel in auto's, boten en caravans in Almelo Nouveau onder voorbehoud van goede ruimtelijke onderbouwingsmogelijkheden.
4. In te stemmen met maximaal 6.500 m² voor de gecombineerde functie zorgwonen en hotel in Almelo Nouveau.
5. In te stemmen met maximaal 2.000 m² voor de functie medisch in Almelo Nouveau onder nader te bepalen voorwaarden.
6. In te stemmen met maximaal 2.500 m² leisure/bowling in Almelo Nouveau.
7. In te stemmen met maximaal 1.500 m² sport/wellness/fitness in Almelo Nouveau.

Woonboulevard

In het amendement van 18 juni 2013 is in punt 1.f. opgenomen dat de branchebeperking voor de totale woonboulevard (52.000 m² bvo) vervalt. In de detailhandelsstructuurvisie van DTNP is te lezen idat de woonboulevard een omvang heeft van 32.500 m² winkelvloeroppervlak (wvo), wat vergelijkbaar is met het totale oppervlak in de binnenstad. Het aantal winkels is met ruim 20 filialen een stuk kleiner dan in de binnenstad. Door recentelijke invullingen is de grote leegstand op de woonboulevard enigszins afgenomen. In april 2013 zijn 5 leegstaande units met een totaal leegstaand winkelvloeroppervlak van circa 7.700 m² geregistreerd.

In ditzelfde beleid wordt gemeld dat de woonboulevard het enige PDV-cluster in Almelo is met een grootschalig aanbod in volumineuze branches. Er moet volgens het beleid nagestreefd worden deze positie van de woonboulevard te consolideren. Daarnaast moet "zover haalbaar de nadruk van het aanbod op vergelijkend woonwinkelen en overige doelgerichte volumineuze aankopen (doe-het-zelf en tuin) liggen. Aan huidige branchebeperkingen wordt vastgehouden om de potenties voor regulier niet-dagelijks winkelaanbod aan de binnenstad niet te laten vervliegen." Verder wordt vermeld dat "Bestedingen in de woonzaken en doe-het-zelf staan nog meer onder druk dan andere

winkelbranches. De ambitie is, ondanks het grote volumineuze winkelaanbod in de regio (o.a. Plein Westermaat) en de ontwikkeling van Hornbach, de huidige woonboulevard goed ingevuld te houden. In de detailhandelsstructuurvisie wordt voor de toekomstige haalbare omvang uitgegaan van maximaal het huidig ingevulde beschikbare oppervlak. Er is geen aanleiding de lange en ruim bemeten boulevard verder uit te breiden. Eerder is een compactere opzet gewenst. Uitbreiding van dit PDV-cluster zou in uitzonderlijke gevallen, zoals bij verplaatsing (sanering) van bestaand solitair volumineus aanbod elders, kunnen worden overwogen." Het besluit om de branchebeperking los te laten, gaat in tegen het advies van DTNP.

3.5 Conclusies

- In het provinciaal beleid staat centraal dat de detailhandelsvoorzieningen moeten worden gebundeld in binnensteden en wijkwinkelcentra. Detailhandel op bedrijventerreinen dient tot uitzondering beperkt te blijven. Er is alleen ruimte voor grootschalige detailhandel waarvoor binnen de reguliere winkelcentra geen ruimte kan worden gevonden of wanneer er thematische detailhandel aan de locatie is gebonden. In de huidige situatie maakt het voorzieningencluster in het Heracles stadion onderdeel uit van de detailhandelstructuur van Almelo. Hiermee takt de ontwikkeling aan op een bestaand voorzieningencluster, hetgeen een voorwaarde is van het provinciale beleid. Omdat er geen bestaande winkellocatie binnen de andere reguliere winkelcentra is, waar één cluster van 8.500 m² bvo grootschalige detailhandel dat voldoet aan de vereiste (flexibele) maatvoering, infrastructurele voorzieningen (parkeren en bereikbaarheid) in combinatie met de gewenste uitstraling ingepast kan worden, voorziet Ecorys geen strijdigheid met het provinciaal beleid.
- In het regionaal beleid is weergegeven dat concentratie in de binnenstad het uitgangspunt is en dat er afspraken worden gemaakt over de wijze waarop wordt omgegaan met grootschalige en perifere detailhandelsvestigingslocaties. Afhankelijk van verdere afspraken binnen de regio zal blijken of het plan wel of niet strijdig is met het regionale beleid.
- In het amendement d.d. 18 juni 2013 wordt specifiek gefocust op de ontwikkeling van het nieuwe Heracles stadion. In dit amendement wordt 8.500 m² bvo grootschalige detailhandel met winkelunits groter dan 1.000 m² bruto vloeroppervlak, toegestaan.
- Naast de toezegging aan het Heracles stadion om nieuwe detailhandel toe te voegen, heeft de gemeenteraad toestemming gegeven om 1.400 m² bvo aanvullende detailhandel in ABC-goederen in Almelo Nouveau mogelijk te maken en de mogelijkheid geboden dat de bestemming op de woonboulevard (52.000 m² bvo) verruimd wordt naar een bestemming die detailhandel zonder branchebeperking mogelijk maakt.

4 Beschouwing onderzoeken

In dit hoofdstuk worden de twee bestaande onderzoeken ten aanzien van ontwikkelmogelijkheden in de detailhandel van Almelo beschouwd. Daarbij gaat het concreet over de detailhandelsvisie van DTNP en het rapport van BEA 'Investeren in stad en stadion'. In de beschouwing wordt met name stil gestaan bij de berekeningen van het uitbreidingspotentieel in de detailhandel.

4.1 DTNP: Detailhandelsstructuurvisie Almelo 2013-2018

In opdracht van de gemeente Almelo heeft het bureau Droog Trommelen en Partners (DTNP) een detailhandelsstructuurvisie opgesteld voor de periode 2013 tot 2018. Deze visie vormt een integrale actualisatie op de 'Toekomstvisie Detailhandel 2008-2015' welke naar aanleiding van nieuwe detailhandelsplannen binnen de gemeente en de ontwikkelingen in economische vooruitzichten kritisch geëvalueerd moest worden.

Algemene trends

De visie begint met een beschrijving van algemene landelijke trends die zich voordoen binnen de detailhandel. Zo wordt onder andere toenemende schaalvergroting en de afname in de bestedingen ten opzichte van het aanbod genoemd. Vervolgens wordt kort bekeken hoe deze trends zich verhouden tot Almelo. Ecorys onderschrijft deze trends en is van mening dat de bestedingen in de niet-dagelijkse detailhandel afvlakken op de lange termijn als gevolg van toenemende internetbestedingen en vergrijzing.

Beschrijving Almelo

Het in kaart brengen van de gemeente Almelo en de regio wat betreft het aantal inwoners, de verwachte inwonersgroei, het reeds aanwezige detailhandelsaanbod, het leegstandspercentage en de winkelstructuur van zowel Almelo als per buurtwinkelcentra sluit aan op de methode die Ecorys hanteert.

Distributieve mogelijkheden

De plannen die gemaakt zijn en waar de gemeente inmiddels toezegging voor heeft gedaan (opgenomen in het bestemmingsplan of dat zeer binnenkort worden en/of waar een raadsbesluit aan ten grondslag ligt) worden in hoofdstuk 3 opgesomd waarbij de conclusie wordt getrokken dat er 30.000 m² vwo aan de huidige voorraad wordt toegevoegd. In de berekening die DTNP uitvoert om de distributieve mogelijkheden inzichtelijk te maken wordt de toevoeging van deze 30.000 vierkante meters niet meegenomen. De uitkomsten van deze berekeningen laten zien dat er binnen de dagelijkse en niet-dagelijkse detailhandel overaanbod bestaat (respectievelijk 5.000 m² en 25.000m²).

De methode die DTNP hanteert om de distributieve mogelijkheden inzichtelijk te maken is identiek aan de methode die Ecorys hanteert. Echter, een berekening op het niveau van de dagelijkse en niet-dagelijkse sector is een erg grove berekening, met name voor de niet-dagelijkse sector. Tot de niet-dagelijkse sector worden namelijk 14 verschillende hoofdbranches onderscheiden. Een berekening voor de gehele niet-dagelijkse sector brengt verschillen in uitbreidingspotentieel tussen deze hoofdbranches niet in beeld. De berekening die DTNP heeft gemaakt voor de niet-dagelijkse sector zegt volgens ons niet zoveel. DTNP benadrukt ook het indicatieve karakter van de berekening in de detailhandel structuurvisie. Ze geven aan dat de uitkomst met een ruime bandbreedte bezien moet worden.

Een ander verschil in de aanpak van Ecorys is de toekomstige ontwikkeling van het aantal inwoners in Almelo. Dit heeft een zeer beperkt effect op de uitkomsten van de berekening, aangezien de bevolkingsgroei tot en met 2025 gering zal zijn.

Verder heeft DTNP een benchmark opgesteld waarin het winkelaanbod in de binnenstad en in Almelo wordt vergeleken met het gemiddelde van een benchmark. Niet duidelijk is welke gemeente/woonplaatsen deel uitmaken van de benchmark. Daarnaast is geen gebruik gemaakt van een verhoudingscijfer (bijv. m² per 1.000 inwoners) waardoor de vergelijkbaarheid minder accuraat is, maar nog steeds een redelijk betrouwbaar beeld geeft. Ecorys deelt de conclusie die DTNP trekt over de redenen van het relatief kleine niet-dagelijkse winkelaanbod in de binnenstad in relatie tot het relatief grote aanbod buiten het centrum.

Aanbevelingen

Op basis van het bovenstaande heeft DTNP een visie opgesteld voor de gemeente Almelo. Wat Ecorys betreft sluit deze goed aan op de ontwikkelingen die hiervoor zijn geschetst. Zo wordt er bijvoorbeeld gesteld dat er keuzes in locaties nodig zijn om de winkelstructuur te kunnen versterken. In combinatie met verschillende geformuleerde ambities is een aantal hoofdlijnen voor de detailhandelsstructuur verwoord en verbeeld in een kaart. Per winkelgebied (binnenstad, wijkcentra, winkelradialen, woonboulevard en overige locaties) wordt beschreven welke punten er worden nagestreefd. Voor bepaalde locaties en branches worden concrete acties genoemd wat als positief wordt beschouwd. Op een aantal punten blijft onduidelijk wat er precies bedoeld of geadviseerd wordt.

4.2 BEA: Investeren in stad en stadion

In dit document voert het Bureau voor Economische Argumentatie (BEA) in opdracht van Wyckeveste en BAM (de combinatie B2W) een second opinion uit op de hierboven genoemde visie. Daarbij ligt de focus op het uitbreidingspotentieel in de detailhandel van Almelo en de berekeningen die hier aan ten grondslag liggen.

Kritiek BEA op DTNP

De kritiek die BEA levert op DTNP richt zich vooral op het cijfermatige aspect. BEA laat zien dat het gebruik van andere (volgens BEA recentere) cijfers een veel minder negatief beeld wat betreft het uitbreidingspotentieel laat zien. Aan de hand van drie varianten die BEA schetst komen de distributieve mogelijkheden voor Almelo voor de niet-dagelijkse sector op een overschot van 1.547 m² en een tekort van 13.622 m² en 26.036 m². De belangrijkste component van de marktruimteberekening waar BEA andere waarden voor hanteert is de vloerproductiviteit. Door lagere vloerproductiviteit cijfers te hanteren van de Rabobank neemt de marktruimte aanzienlijk toe. Door het HBD wordt jaarlijks de publicatie "omzetkenngetallen ten behoeve van ruimtelijk-economisch onderzoek" uitgegeven, om zodoende eenduidigheid onder onderzoeksbureaus te krijgen in de parameters die in detailhandelsonderzoek worden gehanteerd. De lagere vloerproductiviteiten in het onderzoek van BEA geven een groter uitbreidingspotentieel, hetgeen discutabel is, gelet op de leegstand in Almelo en de druk op het functioneren van de detailhandel. Het is onwaarschijnlijk dat veel branches in de niet-dagelijkse sector kunnen blijven functioneren c.q. bestaan met een gemiddelde omzet van € 1.375 of € 1.681 m². Verder maakt BEA in haar rapport geen gebruik van de benchmarkmethode, om op deze manier de uitkomsten van haar marktruimteberekeningen te staven.

Daarnaast wijst BEA op de kwalitatieve aspecten van het leegstaand aanbod in Almelo. Hier worden de lage bezoekenintensiteit, de passantenwaarde en de staat van bepaalde vastgoedobjecten genoemd. Deze aspecten zorgen er volgens BEA voor dat een deel van de leegstand als 'niet courant' getypeerd moet worden en het daardoor niet reëel is om de vierkante meters die hiertoe behoren te relateren aan de stadionplannen.

Verder focust het onderzoek zich vooral op de ontwikkeling van de koopkrachtbinding en koopkrachttoevoeiing. De koopkrachtbinding is gedaald in vergelijking met andere steden in Twente terwijl de koopkrachttoevoeiing beperkt is gestegen. Volgens BEA moet Almelo daarom een keuze maken: Aanhaken of afhaken. Als Almelo bij andere grote steden in Overijssel aan wil sluiten moet er volgens het BEA geïnvesteerd worden en niet te defensief ten opzichte van detailhandel gehandeld worden. Doet Almelo dit niet, dan is het gevaar volgens BEA dat zij wegzakt naar een niveau van subregionale waarde zoals Hardenberg of Rijssen.

4.3 Conclusies

- Beide onderzoeken baseren zich voor de marktruimteberekeningen op uitkomsten van het koopstromenonderzoek uit 2010.
- In beide onderzoeken worden alleen berekeningen uitgevoerd voor de dagelijkse en niet-dagelijkse sector. Een verdere uitsplitsing naar branches wordt niet gemaakt, waardoor niet inzichtelijk is in welke branches sprake is van wel of geen marktbehoefte.
- Beide onderzoeken kijken niet naar de regionale marktbehoefte op het gebied van detailhandel (in het kader van de Ladder van duurzame verstedelijking).
- De onderzoeken van BEA en DTNP verschillen in de conclusies en aanbevelingen en verschillen sterk in de berekende marktruimte voor dagelijkse en niet-dagelijkse detailhandel door het gebruik van verschillende parameters (o.a. vloerproductiviteit). De methode en manier van rekenen die in de twee onderzoeken worden gehanteerd komen overeen.
- Ecorys kan zich meer vinden in de berekening en gehanteerde waarden (op basis van cijfers HBD) die zijn toegepast in de berekening door DTNP. De grootste beperking in beide onderzoeken is de scope. Beide onderzoeken kijken alleen naar de dagelijkse- en niet-dagelijkse sector, waardoor de uitkomst van de berekening weinig zegt.
- In deze rapportage wordt dieper ingegaan op het uitbreidingspotentieel c.q. regionale behoefte in de verschillende niet-dagelijkse detailhandelsbranches.

5 Vraag-aanbodanalyse detailhandel

5.1 Verzorgingsgebied

5.1.1 Regionale behoefte per detailhandelsbranche

De gemeenteraad van Almelo is d.d. 18 juni 2013 akkoord gegaan met de toevoeging van 8.500 m² bvo detailhandel (zonder branchebeperking), waardoor de mogelijkheid is ontstaan om verschillende detailhandelsbranches op de locatie te huisvesten. De enige aanvullende voorwaarde die door de gemeente wordt gesteld, is dat een winkelvestiging minimaal 1.000 m² aan bvo afneemt. Alhoewel er een indicatief programma voor de invulling van de 8.500 m² bvo is vastgesteld, is er nog geen zekerheid over de exacte invulling; er kunnen wijzigingen plaatsvinden in het type winkelformules en zodoende kunnen de branches die zijn vertegenwoordigd veranderen.

Om de kwantitatieve behoefte te kunnen bepalen is het van belang om de omvang van het verzorgingsgebied van de verschillende detailhandelsbranches die zich op de locatie kunnen gaan vestigen in kaart te brengen. In het licht van de regionale behoefte, zoals geschetst in de ladder van duurzame verstedelijking, kan er naar gelang de detailhandelsbranche sprake zijn van een andere geografische invulling van de regio. Immers, een supermarkt bedient een andere meer lokale markt dan een bouwmarkt, waar veel meer sprake is van een regionale markt. De in het Bro gestelde 'regionale behoefte' maken wij afhankelijk van de verzorgingsfunctie c.q. het verzorgingsgebied van een winkelvoorziening. In dit onderzoek verschilt dit per branche.

Uit een analyse van winkelformules die ergens in Nederland een winkel hebben met een vloeroppervlak groter dan 1.000 m², komt naar voren dat er potentieel 13 hoofdbranches op de locatie kunnen worden gehuisvest. In de tabel hieronder is het verzorgingsgebied van de 13 hoofdbranches weergegeven, waarbij rekening is gehouden met de specifieke ontwikkeling van grootschalige winkels (> 1.000 m²) op een perifeer gelegen detailhandelslocatie. Enkel een grootschalige winkel in de hoofdbranche levensmiddelen heeft een lokaal verzorgingsgebied. Het verzorgingsgebied in de overige hoofdbranches is als regionaal te bestempelen (zie bijlage 3 voor een omschrijving van de hoofdbranches).

Tabel 5.1 Verzorgingsgebied hoofdbranches

Hoofdbranche	Verzorgingsgebied
Levensmiddelen	Lokaal
Warenhuis	Regionaal
Kleding & Mode	Regionaal
Schoenen en Lederwaren	Regionaal
Huishoudelijke & Luxe artikelen	Regionaal
Sport & Spel	Regionaal
Hobby	Regionaal
Media	Regionaal
Plant & Dier	Regionaal
Bruin & Witgoed	Regionaal
Auto & Fiets	Regionaal
Doe-het-zelf	Regionaal
Wonen	Regionaal

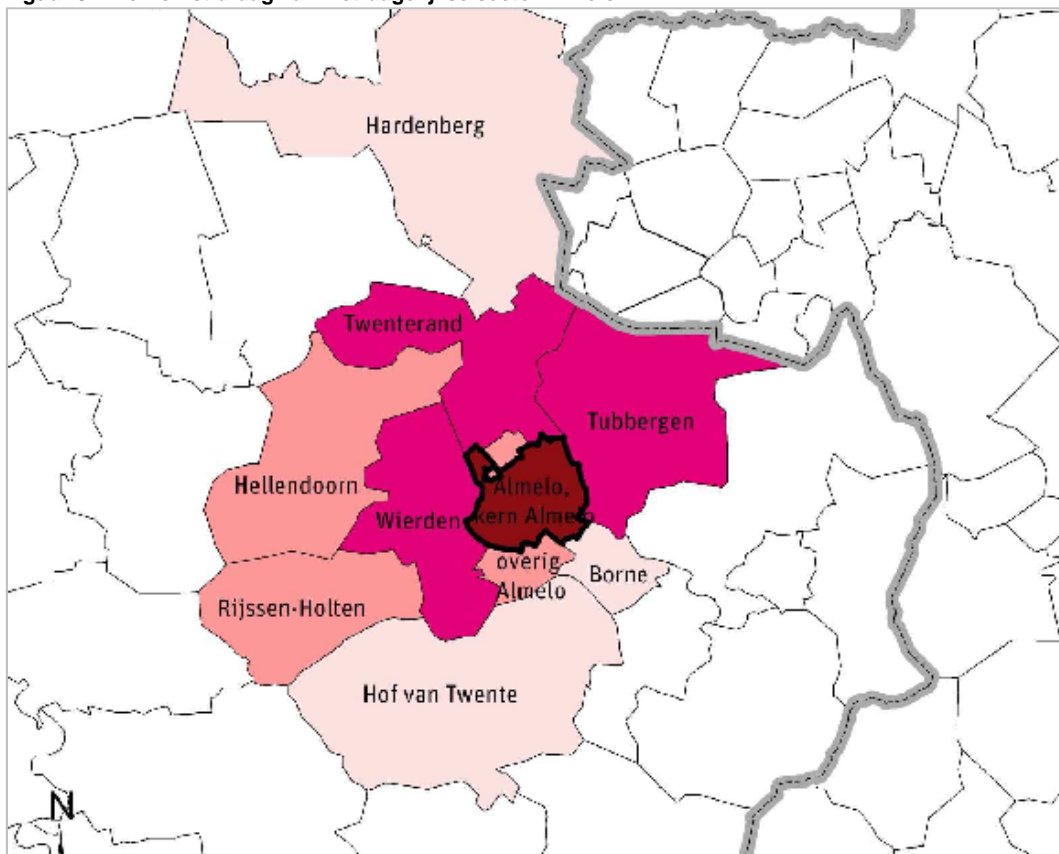
Bron: Locatus (2013), bewerking Ecorys.

5.1.2 Omvang verzorgingsgebied

Het lokale verzorgingsgebied is op basis van de beperkte omvang van de gemeente Almelo en de relatief korte reisafstanden gedefinieerd als de gehele gemeente Almelo, inclusief alle daartoe behorende kernen. Zie het rood gearceerde deel in figuur 5.2.

Bij het bepalen van het regionale verzorgingsgebied is enerzijds rekening gehouden met het aantal autominuten dat consumenten bereid zijn af te leggen voor de winkelformules binnen de twaalf hoofdbanches en anderzijds met de kwantiteit (omvang) en kwaliteit (prijs-kwaliteitverhouding, serviceniveau, productomvang en –voorraad en mate van klantenbinding) van de concurrentie in relatie tot de twaalf hoofdbanches die op een regionaal verzorgingsgebied opereren. Wat betreft het aantal autominuten is gerekend met een reistijd van ongeveer 15 minuten. Deze reistijd is niet van toepassing waar het de reistijd naar het zuiden betreft. Voorgaande is het gevolg van de zeer beperkte oriëntatie van inwoners van Borne en Hengelo op de detailhandel in Almelo, zoals tevens uit het koopstromenonderzoek naar voren komt. Uit de onderstaande figuur blijkt dat Almelo vooral klanten trekt uit het gebied ten noorden en westen en dan met name uit de gemeenten Tubbergen, Twenterand en Wierden.

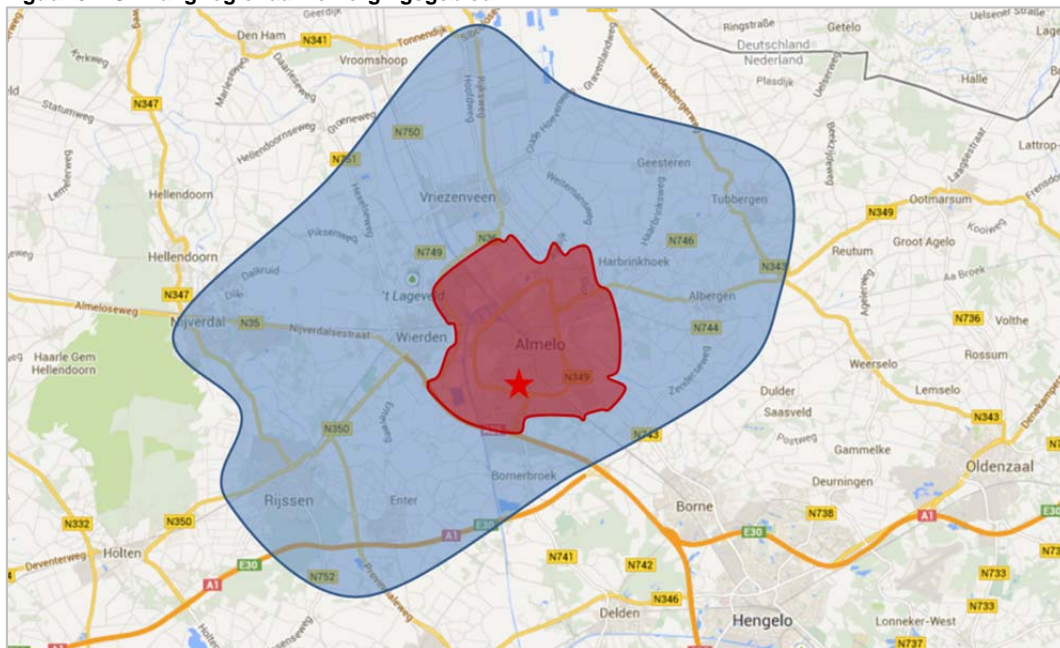
Figuur 5.1 Herkomst draagvlak niet-dagelijkse sector Almelo



Bron: Koopstromenonderzoek, I&O Research (2010).

Als gevolg hiervan hebben inwoners ten zuiden van Almelo, ook met de toevoeging van 8.500 m² bvo detailhandel, nagenoeg geen reden om Almelo aan te doen voor de aangeboden producten. Daarnaast verwacht Ecorys dat er geen of beperkt combinatiebezoek zal plaatsvinden van een voetbalwedstrijd van Heracles Almelo en de detailhandel. Het blauw gearceerde deel in de figuur hieronder geeft het regionale verzorgingsgebied weer, dat in dit onderzoek gehanteerd wordt. Hiermee is de regio Almelo en de gemeenten die zijn opgenomen in tabel 5.2, tevens het verzorgingsgebied in deze studie.

Figuur 5.2 Omvang regionaal verzorgingsgebied



Bron: Google Maps (2013), bewerking Ecorys.

5.1.3 Kenmerken verzorgingsgebied

Het lokale verzorgingsgebied bestaat uit de gemeente Almelo. Uit de eerste rij in de tabel hieronder is weergegeven dat Almelo in 2012 ruim 72.000 inwoners telde. De verwachting is dat dit aantal tot 2025 licht zal toenemen met ongeveer 2.500 inwoners tot bijna 75.000 inwoners. Het gemiddelde inkomen in Almelo is relatief laag vergeleken met het landelijk gemiddelde: € 18.800 tegenover € 21.700. Het regionale verzorgingsgebied omvat naast Almelo, de gehele gemeente Wierden en een aantal omliggende kernen in buurgemeenten. Uit de tabel hieronder is af te lezen dat het verzorgingsgebied in totaal ruim 183.426 inwoners telt. Tot 2025 zal het aantal inwoners in het gebied beperkt toenemen. Het gemiddelde inkomen is met ongeveer € 18.945 euro lager dan het Nederlands gemiddelde van € 21.700.

Tabel 5.2 Kenmerken regionaal verzorgingsgebied

Gemeente	Kern en buitengebied	Aantal inwoners		Gemiddeld inkomen per inwoner
		2012	2025	
Almelo	Alle kernen	72.255	74.784	€ 18.800
Twenterand	Vriezenveen	13.845	13.734	€ 18.400
	Westerhaar-Vriezenveensewijk	4.840	4.801	€ 16.400
Tubbergen	Tubbergen	6.370	6.567	€ 19.600
	Albergen	3.565	3.676	€ 19.100
	Harbrinkhoek	1.920	1.980	€ 18.900
Wierden	Geesteren	4.275	4.408	€ 18.400
	Alle kernen	23.825	24.016	€ 20.400
Rijssen-Holten*	Rijssen	28.631	29.804	€ 18.000
Hellendoorn	Nijverdal	23.900	23.350	€ 19.800
Totaal / gemiddeld		183.426	187.120	€ 18.945

Bron: CBS Wijken en Buurten, bewerking Ecorys (2012/2011); Primos, bewerking Ecorys (2012).

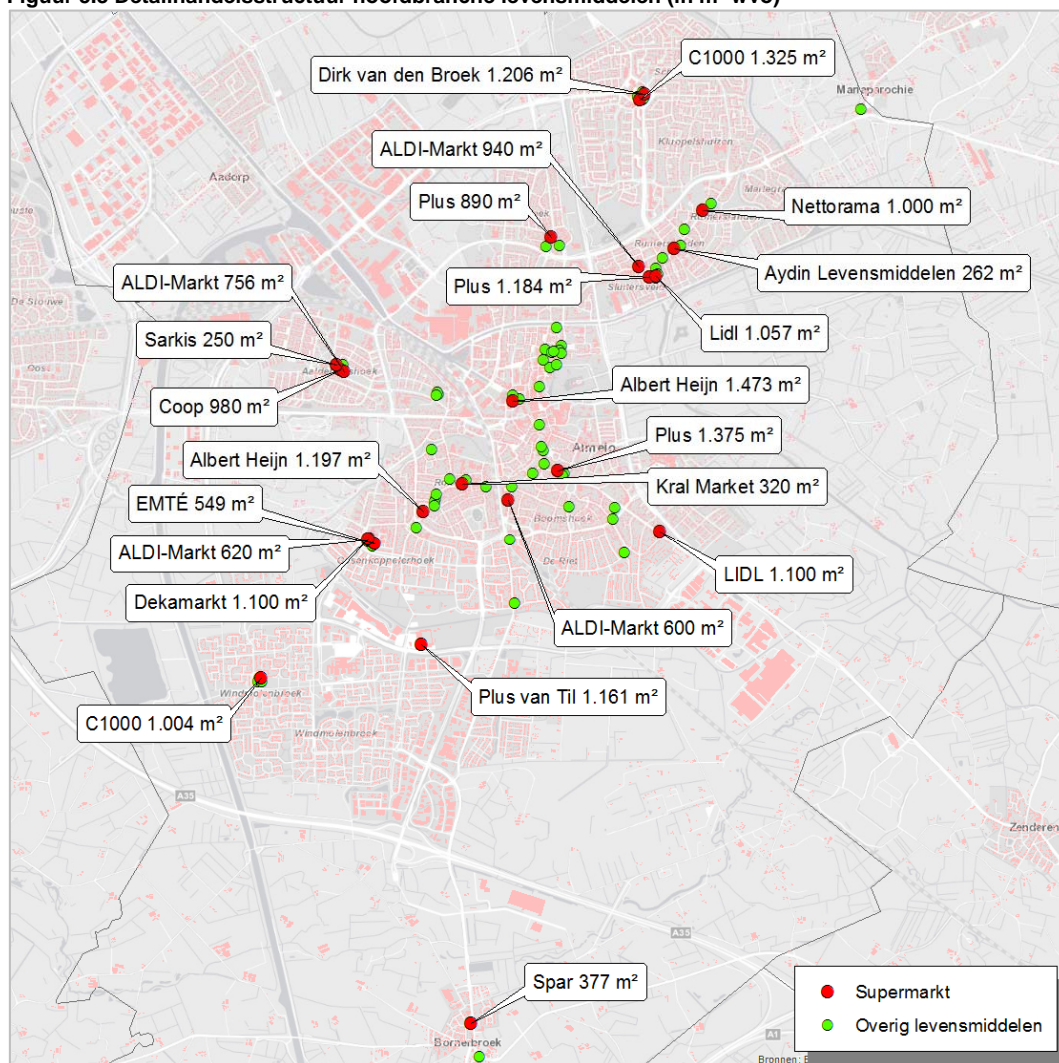
* CBS-gegevens over inwonertal Rijssen kloppen niet; gegevens zijn overgenomen van de gemeente Rijssen-Holten (2013).

5.2 Detailhandelsstructuur verzorgingsgebied

5.2.1 Huidige detailhandelsstructuur

De hoofdbranche levensmiddelen heeft, zoals hierboven toegelicht, een lokaal verzorgingsgebied dat de gemeente Almelo beslaat. In de figuur hieronder is een overzicht gegeven van alle detailhandel in deze hoofdbranche, waarbij de rode stippen supermarkten met label betreffen en de groene stippen andere winkels binnen de branche zijn. Uit de figuur is op te maken dat Almelo verspreid over de gemeente een groot aantal supermarktformules heeft, die sterk verschillen in typering en winkelvloeroppervlak. Opvallend is dat het gemiddelde oppervlak van de supermarkten relatief klein is. De overige winkels in de hoofdbranche levensmiddelen liggen meer gecentreerd op een aantal locaties, waaronder rondom het centrum en aan de noordkant van het centrum.

Figuur 5.3 Detailhandelsstructuur hoofdbranche levensmiddelen (in m² vvo)



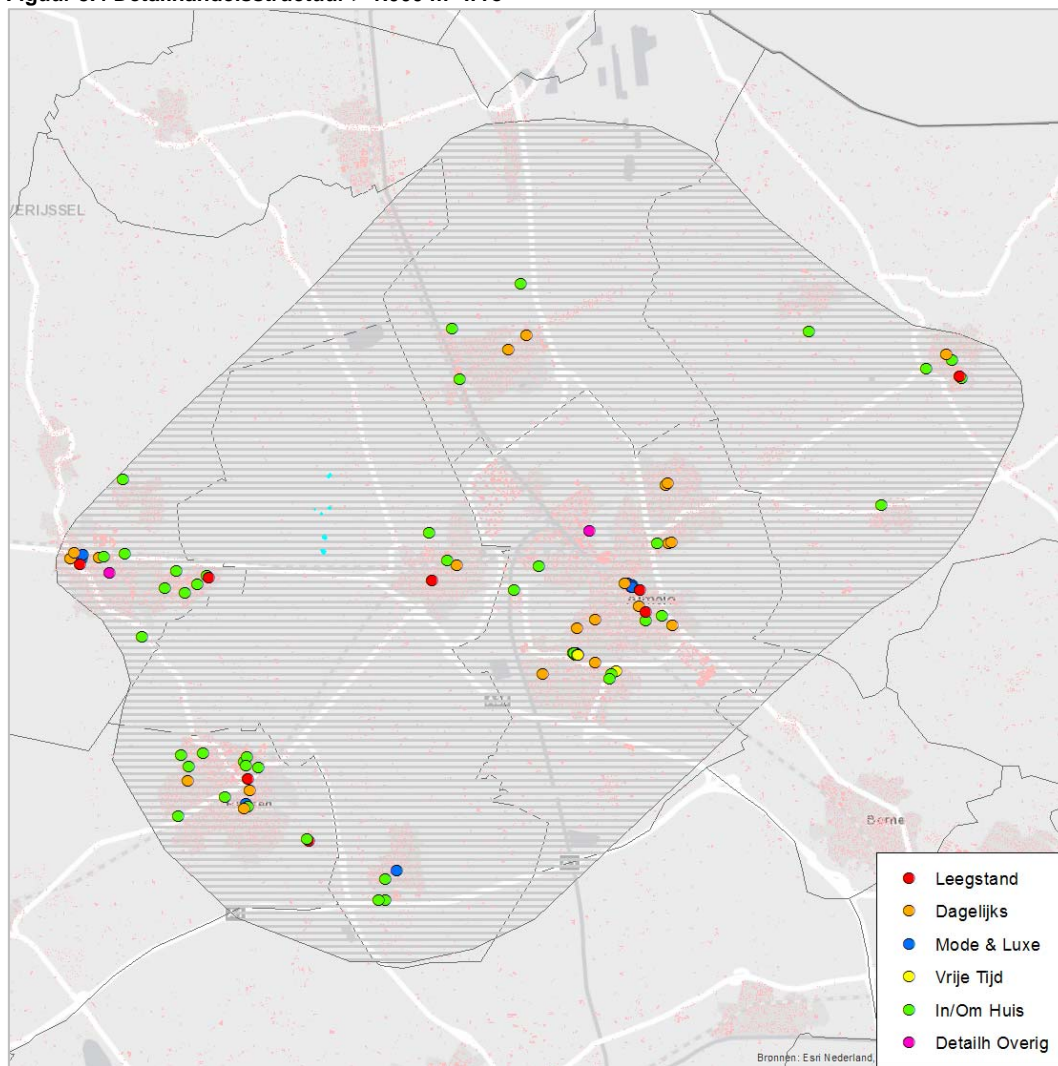
Bron: Locatus (2013).

Naast deze bovenstaande bestaande supermarktllocaties is er medio februari 2013 een vergunning verleend voor een supermarkt van 1.500 bvo aan Het Wendelgoor. Het is nog onbekend welke supermarktketen zich hier zal vestigen. Daarnaast is aan de Zuiderstraat een uitbreiding van 2.500 m² bvo toegestaan voor een Jumbo supermarkt en uitbreiding van de Aldi op deze locatie.

De voorziene grootschalige winkels in de overige hoofdbranches hebben een regionaal verzorgingsgebied. Hieronder is het grootschalige detailhandelsaanbod in de regio weergegeven. Daaruit is op te maken dat met name Almelo, Rijssen en Nijverdal een groot aantal winkels heeft

met een winkelvloeroppervlak groter dan 1.000 m² wvo. Waar de grootschalige vestigingen in Almelo zich met name in het dagelijkse segment (o.a. supermarkten) bevinden, zijn de grotere winkels in Rijssen en Nijverdal met name gericht op een assortiment binnen de groep in/om huis. Wat betreft de grootschalige vestigingen in Almelo wordt opgemerkt dat, door de grote concentratie winkels op de Woonboulevard, er een overlap is van dergelijke winkels. Hierdoor is in de onderstaande figuur niet inzichtelijk dat er op de Woonboulevard een aanzienlijk aantal grootschalige winkelunits leeg staat.

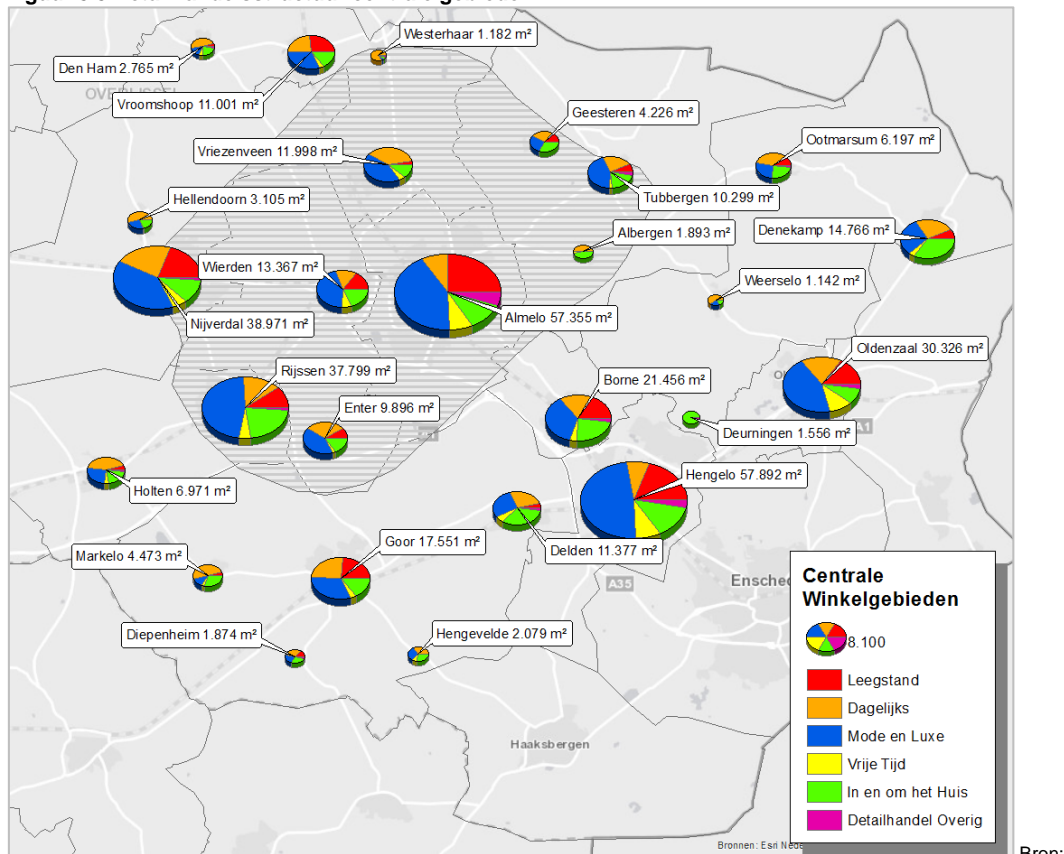
Figuur 5.4 Detailhandelsstructuur > 1.000 m² wvo



Bron: Locatus (2013).

In de onderstaande figuur zijn de centrale detailhandelsgebieden in en rondom het verzorgingsgebied weergegeven. Daaruit komt naar voren dat Almelo het grootste aanbod heeft in het verzorgingsgebied. Ook de plaatsen Rijssen en Nijverdal hebben een groot detailhandelsaanbod. Opvallend in met name Almelo en Nijverdal is het grote leegstandspercentage.

Figuur 5.5 Detailhandelsstructuur centrale gebieden



Locatus (2013).

5.2.2 Huidig detailhandelsaanbod

Het detailhandelsaanbod in het verzorgingsgebied is in de onderstaande tabel weergegeven. Daaruit komt naar voren dat het detailhandelsaanbod in de hoofdbranches kleding & mode, plant & dier en wonen het grootst is. Met name de laatste hoofdbranche, wonen, kent een zeer groot aanbod.

Figuur 5.6 Detailhandelsaanbod in verzorgingsgebied naar hoofdbranche

Hoofdbranche	Detailhandelsaanbod (m ²)
Levensmiddelen*	25.035
Warenhuis	5.213
Kleding & Mode	47.606
Schoenen en Lederwaren	14.152
Huishoudelijke & Luxe artikelen	11.567
Sport & Spel	13.026
Hobby	2.287
Media	3.663
Plant & Dier	51.108
Bruin & Witgoed	7.718
Auto & Fiets	12.659
Doe-het-zelf	32.866
Wonen	114.955
Totaal	338.437

Bron: Locatus (2013)

* Hier zijn de toekomstige ontwikkelingen aan Het Wendelgoor en de Zuiderstraat niet in meegenomen.

5.2.3 Benchmark detailhandelsaanbod

Om meer gevoel te krijgen bij de omvang van het detailhandelsaanbod in het vastgestelde verzorgingsgebied van Almelo is hieronder een benchmark opgesteld, waarin het aanbod in de 13 hoofdbanches is vergeleken met het gemiddelde aanbod in Nederland. In de berekening is rekening gehouden met het verzorgingsgebied van de hoofdbanches. Dat wil zeggen dat voor de hoofdbanche levensmiddelen het aantal vierkante meters in Almelo is verrekend met het aantal inwoners van Almelo. Voor de overige hoofdbanches is het aantal m² winkelvloeroppervlak in het regionale verzorgingsgebied en het aantal inwoners in het verzorgingsgebied gebruikt.

Uit de benchmark is af te lezen dat het aanbod in het verzorgingsgebied van Almelo op vrijwel alle onderdelen hoger of gelijk is aan het landelijk gemiddelde. De hoofdbanches die in het verzorgingsgebied van Almelo ondervertegenwoordigd lijken, zijn warenhuis, hobby, media en bruin- & witgoed. Binnen de hoofdbanches kleding & mode, plant & dier en wonen is het detailhandelsaanbod significant hoger dan gemiddeld in Nederland. Als gevolg van het aantal hoofdbanches met een bovengemiddeld detailhandelsaanbod, kan worden geconcludeerd dat er in het verzorgingsgebied in totaliteit een overaanbod is, maar er in enkele branches sprake is van een onderaanbod c.q. tekort.

Figuur 5.7 Benchmark m² winkelvloeroppervlak per 1.000 inwoners

	Almelo	Nederland	Vershil
Levensmiddelen	346	294	52
Warenhuis	28	51	-23
Kleding & Mode	260	189	71
Schoenen en Lederwaren	77	46	31
Huishoudelijke & Luxe artikelen	63	54	9
Sport & Spel	72	67	5
Hobby	12	14	-1
Media	20	21	-2
Plant & Dier	277	169	108
Bruin & Witgoed	42	46	-4
Auto & Fiets	69	40	29
Doe-het-zelf	179	161	18
Wonen	609	391	217
Totaal	1.845	1.544	301

Bron: Locatus (2013); bewerking Ecorys.

5.2.4 Toekomstige detailhandelsontwikkelingen

Zoals reeds in hoofdstuk 3 toegelicht is de ontwikkeling van detailhandel in en rondom het Heracles stadion niet de enige detailhandelsontwikkeling in de gemeente Almelo. De gemeenteraad heeft toestemming gegeven om in Almelo Nouveau, naast de te verplaatsen Emté supermarkt, maximaal 1.400 m² bruto winkeloppervlak voor ABC-goederen te realiseren met een minimum van zeven winkels en een maximum van negen winkels. Daarnaast is beschreven dat er toestemming is gegeven om de woonboulevard uit te breiden met 8.500 m² bruto vloeroppervlak aan grootschalige winkelunits. Uit de detailhandelsstructuurvisie is tevens op te maken dat het totale metrage toegestane winkelontwikkelingen in de gemeente Almelo ca. 30.000 m² vwo bedraagt. Daarnaast bestaan er nog zachte plannen en wensen met een metrage van 15.000 m².

5.3 Kwaliteit winkellandschap Almelo

De gemeente Almelo kent verschillende type winkelgebieden die grofweg verdeeld kunnen worden onder het hoofdwinkelgebied (binnenstad), de wijk-/buurtcentra, de binnenstedelijke winkelstraat en een grootschalige concentratie (woonboulevard). Door de eigenschappen van deze winkelgebieden (omvang, aanbod winkels, type winkels, verzorgingsgebied, etc.) liggen vooral de binnenstad en de woonboulevard winkelgebieden binnen de invloedssfeer van de nieuwe ontwikkeling. Daarom is het goed om kort te kijken naar de kwaliteit van deze twee gebieden.

5.3.1 Woonboulevard

De woonboulevard (52.000 m² bvo) in Almelo was een van de eerste woonboulevards van Nederland. De boulevard heeft een langgerekte structuur, dat wil zeggen dat de winkels op een lijn liggen en de parkeervoorzieningen hier parallel aan liggen. Een voordeel is dat de auto bij elke winkel voor de deur geparkeerd kan worden (mits er plaatsen vrij zijn), maar heeft als grote nadeel dat de winkels verspreid liggen en bij combinatiebezoek ofwel de hele boulevard afgelopen moet worden of eerst de auto opgehaald moet worden om deze te verplaatsen naar een parkeerplaats dichterbij de volgende bestemming. Beide opties zijn niet optimaal.

De structuur van meer recente woonboulevards kennen over het algemeen een meer compacte structuur om dit probleem te tackelen. Daarnaast heeft de boulevard een te kleine korrelgrootte, de bebouwing is te laag voor (moderne) winkels (uit de woonbranche) en te laag om als een uitnodigende woonboulevard gekenmerkt te worden door de consument. Een ander punt dat matig wordt beoordeeld is de vormgeving van de gebouwen, de winkels hebben een loods/doosachtige structuur met weinig hoogwaardige attractieve waarde. Het geheel geeft de indruk dat er de afgelopen jaren niet of nauwelijks is geïnvesteerd in het gebied en het vastgoed. De woonboulevard heeft de beschikking over voldoende parkeerplaatsen, maar ontbeert belangrijke trekkers.

5.3.2 Centrum

Het centrum wordt overall gezien middelmatig beoordeeld, hier liggen verschillende redenen aan ten grondslag:

- Het centrumwinkelgebied van Almelo is uitgestrekt over een groot gedeelte van de binnenstad.
- De uitstraling van het vastgoed is in bepaalde gevallen erg gedateerd, niet goed onderhouden en de uitstraling is matig.
- De hoofdloopstroom doet niet alle locaties aan.
- Het Marktpluin/Centrumplein is erg verstenigd, er zijn weinig groene elementen, terrasjes en/of bankjes ontbreken.
- De passages zijn gedateerd.
- De Grotestraat heeft met de aanwezigheid van historische panden en goede inrichting van de openbare ruimte een hoge kwalitatieve waarde.
- De parkeervoorzieningen worden als voldoende tot goed beoordeeld.

Het investeren in het opwaarderen van de binnenstad zou een goede stap kunnen zijn om het centrum als hoogwaardig binnenstedelijk winkelgebied te behouden. Het betrekken van de vastgoedeigenaren is hierbij van groot belang. Dit laatste is ook goed mogelijk met de eigenaar van de woonboulevard.

Mogelijke manieren om de binnenstad op te waarderen zijn bijvoorbeeld het uitvoeren van stedenbouwkundige aanpassingen, zoals het aanpakken van het Marktpluin en Centrumplein of het

toepassen van stedelijke ruilverkaveling, om op die manier de binnenstad compact te houden, hoogstaand vastgoed te benutten en 'rotte kiezen' te verwijderen/herontwikkelen. Voor dit laatste punt is het in dienst stellen van een 'binnenstads-/retailmanager' aan te bevelen. Deze persoon kan als aanspreekpunt voor winkeliers fungeren en actief bezig gaan met het uitvoeren van beleid en ontwikkelingen ten behoeve van het opwaarderen van de verschillende winkelgebieden in Almelo.

5.4 Conclusies

- Het verzorgingsgebied verschilt per detailhandelshoofdbranche, waarmee de regionale behoefte tevens per hoofdbranche kan verschillen. Daarnaast wordt de omvang van het verzorgingsgebied beïnvloedt door het type en de omvang van de betreffende winkels.
- De hoofdbranche levensmiddelen heeft een lokaal verzorgingsgebied. De overige 12 hoofdbranches die grootschalige winkelformules (> 1.000 m²) bevatten, hebben een regionaal verzorgingsgebied.
- Het lokale verzorgingsgebied bestaat uit de gemeente Almelo en bevat 72.255 inwoners met een gemiddeld inkomen van € 18.800. Het regionale verzorgingsgebied telt momenteel 183.426 inwoners die een gemiddeld inkomen hebben van € 18.945. Het totaal aantal inwoners zal tot en met 2025 licht stijgen.
- Opvallend aan de huidige detailhandelsstructuur is dat Almelo een groot aantal supermarktformules heeft met een grote diversiteit aan winkelvloeroppervlak. Het gemiddelde oppervlak van supermarkten is relatief klein. Daarnaast komt naar voren dat de overige winkels in de hoofdbranche levensmiddelen meer zijn gecentreerd in of rondom het centrum.
- Het grootste aanbod aan grootschalige winkels bestaat in Almelo uit supermarkten. Daarnaast is op de Woonboulevard een groot cluster gevestigd, waar een relatief groot aantal grootschalige winkelunits leeg staat. Ook in het centrum van Almelo staat relatief veel winkelruimte leeg.
- Absoluut gezien is er in de regio een groot detailhandelsaanbod in de hoofdbranches kleding & mode, plant & dier en wonen. Uit de benchmark komt tevens naar voren dat het aanbod in deze branches in vergelijking met Nederland zeer groot is. In de branches warenhuis, hobby, media en bruin & witgoed lijkt op basis van de benchmark nog uitbreidingsruimte aanwezig.
- Naast de toezegging dat er in en rondom het Heracles stadion detailhandel mag worden toegevoegd, is toestemming gegeven om in Almelo Nouveau 1.400 m² bvo detailhandel in ABC-goederen toe te voegen en om de bestemming op de woonboulevard te verruimen naar een bestemming die detailhandel zonder branchebeperking mogelijk maakt.
- Het huidige detailhandelsaanbod in Almelo is relatief groot in vergelijking met het landelijk gemiddelde. Vooral de hoofdbranche wonen kent een zeer groot aanbod. Volgens de benchmark is er binnen Almelo een onderaanbod in de branches warenhuis, hobby, media en bruin & witgoed.

6 Kwantitatieve en kwalitatieve marktbehoefte

6.1 Kwantitatieve marktbehoefte

6.1.1 *Kerncijfers detailhandel*

Aan de hand van een distributieplanologische berekening wordt inzicht gegeven in het aanwezige detailhandelspotentieel in de branches doe-het-zelfzaken en tuincentra. De distributieplanologische berekening komt tot stand met behulp van cijfers die hierboven zijn toegelicht. Daarnaast worden de volgende onderdelen in de berekening meegenomen:

- bestedingen;
- koopkrachtbinding en –toevloeiing;
- vloerproductiviteit.

Bestedingen

De bestedingen per hoofdbranche zijn in kaart gebracht met behulp van de bestedingscijfers die in 2012 zijn gepubliceerd door het HBD in het document 'Omzetkengetallen ten behoeve van ruimtelijk-economisch onderzoek' en kengetallen die beschikbaar zijn op de website van het HDB. De bedragen zijn inclusief btw, waarbij een btw-percentagte van 9 procent is gehanteerd voor de dagelijkse sector en 20 procent voor de niet-dagelijkse sector. Ten aanzien van deze bestedingen wordt een inkomenselasticiteit gehanteerd van 0,25 voor de dagelijkse sector en 0,50 voor de niet-dagelijkse sector. Het lagere inkomen maakt dat de bestedingen in het verzorgingsgebied iets lager uitvallen dan gemiddeld in Nederland.

Koopkrachtbinding en –toevloeiing

Voor de koopkrachtbinding en –toevloeiing in het verzorgingsgebied zijn de koopstroomgegevens van de plaatsen in het verzorgingsgebied naar rato van het aantal inwoners gemiddeld, waarbij de gegevens uit het Koopstromenonderzoek (KSO) in Oost-Nederland de basis vormen. In het KSO is een andere branche-verdeling gehanteerd dan HBD of Locatus hanteren. Vanwege voorgaande zijn de cijfers voor de betreffende branches die in het KSO zijn genoemd onderverdeeld en/of gecombineerd, zodat deze als input kunnen worden gebruikt voor de distributieplanologische berekening. In bijlage 1. is hier een overzicht van gegeven.

Vloerproductiviteit

In dit onderzoek wordt gerekend met de vloerproductiviteit die het HBD hanteert in het document 'Omzetkengetallen ten behoeve van ruimtelijk-economisch onderzoek' en kengetallen die beschikbaar zijn op de website van het HDB. Alle bedragen zijn inclusief btw, waarbij een btw-percentagte van 9 procent is gehanteerd voor de dagelijkse sector en 20 procent voor de niet-dagelijkse sector.

6.1.2 *Distributieplanologische berekening*

Aan de hand van een distributieplanologische berekening is een inschatting gemaakt van de potentiële uitbreidingsruimte in de verschillende hoofdbranches in het verzorgingsgebied. In de berekening is gebruik gemaakt van de cijfers die in bovenstaande paragrafen en hoofdstukken zijn toegelicht. Daarbij is tevens rekening gehouden met het lagere gemiddelde besteedbaar inkomen per inwoner in het verzorgingsgebied. In de onderstaande berekening zijn de hoofdbranches Hobby en Media samengevoegd omdat er niet voldoende cijfers voorhanden waren specifiek gericht op deze branches om een nauwkeurige berekening te maken. Uit de berekening komt naar voren dat er in negen hoofdbranches sprake is van een negatieve uitbreidingsruimte. In drie branches is er op

basis van de distributieplanologische berekening wel uitbreidingsruimte aanwezig, te weten warenhuis, huishoudelijke en luxe artikelen en hobby en media.

Tabel 6.1 Distributieplanologische berekening hoofdbranches

Hoofdbranche	Regionale marktbehoefte
Levensmiddelen	-4.363
Warenhuis	886
Kleding & Mode	-15.279
Schoenen en Lederwaren	-5.904
Huishoudelijke & Luxe artikelen	3.322
Sport & Spel	-3.362
Hobby en Media (samengevoegd)	1.683
Plant & Dier	-20.191
Bruin & Witgoed	-1.732
Auto & Fiets	-9.883
Doe-het-zelf	-3.723
Wonen	-65.365

Bron: berekening Ecorys.

Ten aanzien van de potentiële uitbreidingsruimte in de toekomst kan worden geconcludeerd dat de geringe stijging van het aantal inwoners in het verzorgingsgebied niet zal leiden tot significant grotere detailhandelsuitgaven. Daar komt bij dat, als gevolg van toezeggingen door de gemeenteraad van Almelo, het detailhandelsaanbod in de komende jaren sterk toeneemt. De beschikbare uitbreidingsruimte die reeds aanwezig is en mogelijk iets toeneemt als gevolg van het toenemende aantal inwoners wordt hiermee volledig gebruikt.

6.2 Kwalitatieve marktbehoefte

Naast een kwantitatieve afweging zoals hierboven is weergegeven, is een kwalitatieve afweging gemaakt ten aanzien van de vestiging van grootschalige detailhandel in Almelo in verschillende hoofdbranches. Er kan meer waarde worden gehecht aan kwaliteit dan aan kwantiteit, ook als dit goed gerealiseerd wordt op een stadionlocatie. In het kader daarvan is hieronder een opsomming gemaakt van de belangrijkste marktontwikkelingen die plaatsvinden in de 13 hoofdbranches. In de beschikbare literatuur ontbreken trends en ontwikkelingen in de branches warenhuizen, hobby en auto. Deze zijn zodoende niet opgenomen in het onderzoek. Voor iedere hoofdbranche is vervolgens een korte toelichting gegeven op de kwalitatieve marktbehoefte. Daarnaast worden de kwalitatieve eigenschappen van het winkellandschap in Almelo in kaart gebracht.

6.2.1 Levensmiddelen

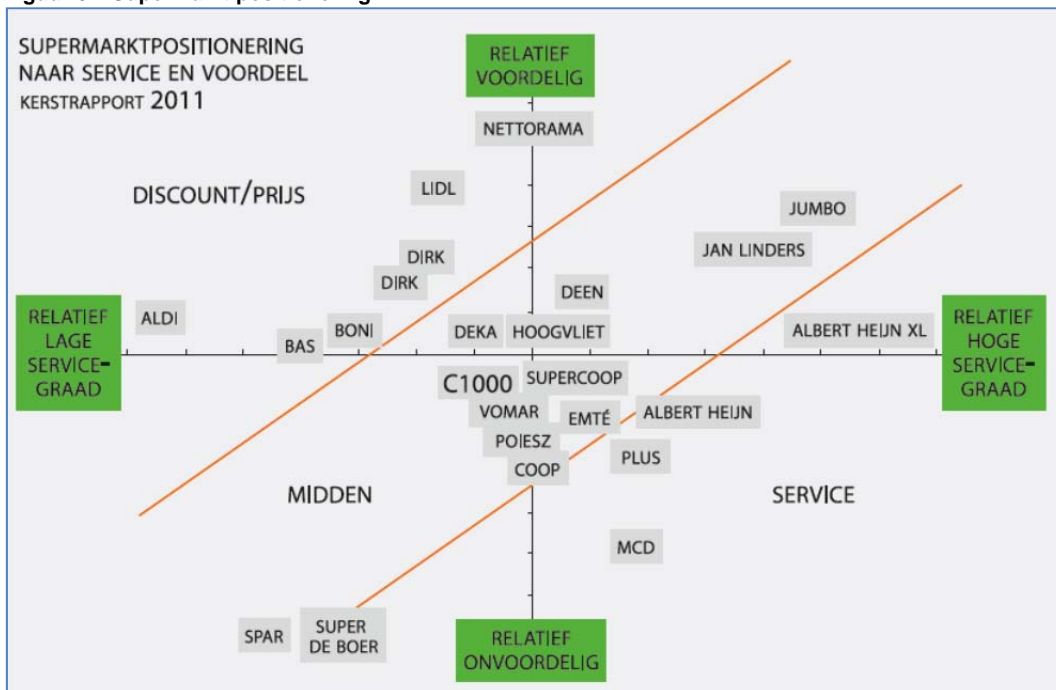
Trends en ontwikkelingen:

- Groeiende belangstelling voor gezondheid, duurzaamheid (productiewijze, dierenwelzijn) en milieu. De consument eist veilige, gecertificeerde producten.
- Veranderend eet- en koopgedrag is het gevolg van demografische ontwikkelingen. Zo komen er meer ouderen, meer en kleinere huishoudens en is de diversiteit toegenomen. De veranderingen leiden tot een toenemende vraag naar luxe en gemakkelijk te bereiden producten, zoals maaltijdcomponenten, kant-en-klaar-producten en dergelijke.
- Van de nog steeds toenemende behoefte van de consument aan one-stop-shopping heeft vooral de supermarkt de afgelopen jaren weten te profiteren. De versspecialzaken hebben marktaandeel ingeleverd ten gunste van de supermarkten.

- De afgelopen jaren is door schaalvergroting en sanering het aantal ondernemingen en vestigingen afgenomen.
- Supermarkten hebben de afgelopen jaren een groeiende omzet laten zien.
- Het prijsniveau wordt steeds belangrijker voor consumenten, het volumeaandeel van huismerken wordt steeds groter.
- De vloerproductiviteit in de branche is verder toegenomen.
- De rol van internetwinkelen is binnen deze branche nog beperkt. Nog lang niet alle levensmiddelenformules bieden de mogelijkheid om online te winkelen en producten thuis te laten bezorgen. Daarbij komt dat de bezorgdienst van de Albert Heijn 'Albert.nl' nog steeds verlies draait.

In Almelo zijn op dit moment een tiental supermarkten gevestigd en een groter aantal overige winkels die levensmiddelen aanbieden. In de onderstaande figuur zijn de supermarktketens in een kwadrantschema geplaatst. Uit deze figuur blijkt dat er grofweg drie typen supermarkten zijn te onderscheiden: de full-service supermarkt, de discountsupermarkt en een categorie die hier tussen valt.

Figuur 6.1 Supermarkt positionering



Bron: GFK (2011).

De gemeente Almelo heeft in iedere categorie een vertegenwoordiging van meerdere supermarkten. De ontwikkeling van een supermarkt zal zodoende in beperkte mate een kwalitatieve toevoeging betreffen. Uit de gegevens van Locatus blijkt echter wel dat Almelo niet beschikt over een megastore supermarkt (grootst aanwezige supermarkt is ongeveer 1.500 m² wvo), terwijl er de afgelopen jaren schaalvergroting heeft plaatsgevonden in de supermarktsector en de consument volgens de algemene trends steeds meer behoefte heeft aan one-stop-shopping. De uitbreiding van de bestaande Plus supermarkt in het Heracles stadion of de vestiging van een mega Jumbo of Albert Heijn XL op de locatie kan in dat opzicht van kwalitatief toegevoegde waarde zijn.

Oordeel: positief advies voor het toevoegen van een 'mega' supermarkt.

6.2.2 *Warenhuis*

Binnen deze hoofdbranche zijn slechts drie winkelformules die in Nederland een filiaal exploiteren groter dan 1.000 m² winkelvloeroppervlak. Dit zijn de ketens HEMA, V&D en De Bijenkorf. Van deze drie warenhuizen is op dit moment alleen een HEMA gevestigd in Almelo. Alhoewel filialen van V&D en De Bijenkorf in het centrum van de grote steden zijn gevestigd (zo is er een V&D gevestigd in Hengelo en in Enschede een vestiging van De Bijenkorf) zou een dergelijk warenhuis kwalitatief gezien een goede toevoeging aan het reeds aanwezige aanbod in Almelo zijn. Echter, dit type warenhuis komt beter tot zijn recht in het centrum aangezien warenhuizen combinatiebezoeken bevorderden. Daarnaast heeft De Bijenkorf zeer recent een strategische beslissing gemaakt het aantal vestigingen terug te brengen van 12 naar 5.

Oordeel: negatief advies voor het toevoegen van een warenhuis.

6.2.3 *Kleding & Mode*

Trends en ontwikkelingen:

- individualistische en veranderlijke consument, gevoelig voor lifestyle, merken en eigen identiteit;
- trend- en modegevoeligheid groeien, verkorting modecycle;
- toename internetverkopen, inmiddels derde grootste productgroep, aandeel stijgt nog steeds;
- franchiseketens hebben een steeds groter potentieel in de modedetailhandel;
- de omzet binnen de branche staat al enkele jaren onder druk;
- deskundigheid en persoonlijke service zijn doorslaggevend;
- teruglopende consumentenbestedingen en verschuiving naar internetverkopen drukken afzet.

Binnen de kleding- en modebranche is bij het toevoegen van grootschalige winkels een aantal algemene landelijke trends van belang. Aanvullend kunnen grootschalige winkels door hun omvang de mate van persoonlijke service negatief kunnen beïnvloeden, terwijl de consument hier veel waarde aan hecht. Momenteel zijn binnen Almelo lang niet alle ketens met vestigingen >1.000 m² winkelvloeroppervlak gevestigd. De vestiging van een Zara, Primark of The Sting kan een grote kwalitatieve toevoeging zijn. Wat betreft locatie is het wel van belang dat een dergelijke locatie zich kan vestigen in een bestaand winkelgebied. Indien er geen grootschalige winkelruimte beschikbaar is in de bestaande gebieden, dan kan worden uitgeweken naar een nieuwe locatie waar grootschalige detailhandel in kleding & modebranches zich kan vestigen.

Oordeel: positief advies voor het toevoegen van grote kleding en modeketens bij het stadion mits er geen geschikte winkelruimte binnen het bestaande winkelgebied voorhanden is.

6.2.4 *Schoenen & Lederwaren*

Trends en ontwikkelingen:

- heroriëntatie merkenwinkels en opkomst shop-in-shop en lifestylewinkels;
- schoen-, sport- en modewinkels begeven zich steeds vaker op elkaars terrein;
- de levenscycli van 'modische' collecties worden korter;
- een groeiend aantal consumenten koopt schoenen via internet;
- speciale assortimenten met alleen maar grote maten omdat de doelgroep blijft groeien. de gemiddelde voetmaat van de Nederlander stijgt al jaren;
- de voorsprong van fysieke winkels als oriëntatiepunt slinkt;
- grote internationale online aanbieders zijn in opkomst.

Ook binnen deze hoofdbranche krijgen fysieke filialen steeds meer concurrentie van onlineverkoop waarbij de voorsprong afneemt die de fysieke winkels hebben als oriëntatiepunt voor het doen van

aankopen. Daar komt bij dat drie van de vier ketens binnen deze branche (>1.000 m² wvo) al binnen het verzorgingsgebied gevestigd zijn. Dit zijn Bristol (totaal 2.972 m² wvo), Scapino (totaal 2.983 m² wvo) en Schoenenreus (totaal 1.387 m² wvo). Het toevoegen van een nieuwe vestiging van één van deze ketens op de locatie van het Heracles stadion zal waarschijnlijk geschieden op basis van een vervangingsvraag, waarmee de oude vestiging leeg komt te staan. Kamsma Schoe is de enige overgebleven keten die zich potentieel zou kunnen vestigen. Echter, door een dergelijke toevoeging zal het kwalitatieve aanbod in deze hoofdbranche niet toenemen.

Oordeel: negatief advies voor de vestiging van een grootschalige formule in de Schoenen & Lederwarenbranche.

6.2.5 Huishoudelijke & Luxe artikelen

Trends en ontwikkelingen:

- winkelformules winnen aan belang: tweedeling schaalgrootte versus specialisatie;
- concurrentie van buiten de branche blijft hevig, supermarkten, warenhuizen en tuincentra nemen steeds meer huishoudelijke artikelen succesvol op in hun assortiment;
- ketens richten zich op schaalvergroting en op het aanbieden van een breed assortiment tegen een lage prijs;
- kleine ketens en winkels specialiseren in een luxer nicheassortiment met hogere prijzen en marges;
- het aantal zelfstandige winkels neemt al jarenlang gestaag af.

Voor deze branche geldt hetzelfde als voor de vorige branche. De potentiële winkeliers zijn reeds vertegenwoordigd in het verzorgingsgebied: Action met vijf vestigingen en een totaal winkelvloeroppervlak van 3.809 m² en Blokker met zeven filialen verspreid over 2.425 m².

Oordeel: negatief advies voor de vestiging van een grootschalige formule in de Huishoudelijke & Luxe artikelenbranche.

6.2.6 Sport & Spel

Trends en ontwikkelingen:

- toenemende belangstelling voor gezondheid, sport en wellness;
- de consument heeft steeds minder vrije tijd;
- sporten buiten clubverband neemt toe;
- schaalvergroting en samenwerking nemen toe, circa 3/4 van de sportdetailisten werkt samen;
- de verkoop van sportartikelen, -schoenen en -kleding via internet wordt steeds belangrijker;
- branchevreemde aanbieders vormen een stevige concurrent;
- zelfstandige ondernemers hebben op de lokale markt een stevige positie door de verwevenheid met het lokale verenigingsleven;
- grote internationale ketens verkennen de Nederlandse markt en zijn in enkele gevallen al toegetreten.

Niet anders is de invloed van het internetwinkelen op deze branche. Toch zijn er grote internationale ketens die op de Nederlandse markt toetreden of dat overwegen. Opvallend is echter dat een groot aantal potentiële ketens nog geen vestiging hebben in het verzorgingsgebied. Daarnaast zijn er geen vestigingen in de hoofdbranche sport & spel groter dan 1.000 m² wvo. Door het ontbreken van een Bever Zwerfsport, Vrijbouter, Decathlon, Sport 2000, Perry Sport en Dekasport in het verzorgingsgebied neemt het kwalitatieve aanbod sterk toe bij het realiseren van een

dergelijke winkel. Deze winkels hebben in veel gevallen een vestiging op een met de auto goed bereikbare locatie.

Oordeel: positief advies voor het toevoegen van een grootschalige Sportwinkel of Buitenwinkel.

6.2.7 Hobby

Deze branche kent weinig grote vestigingen in Nederland. Daarnaast speelt deze branche een beperkte rol binnen de totale detailhandelssector, zo ook binnen Almelo. Een ondernemer die kansen ziet om een vestiging te open op de voor ogen zijnde locatie zal daarom het assortiment verruimen. Voorgaande kan als een positieve kwalitatieve ontwikkeling worden gezien.

Oordeel: positief advies voor een grootschalige vestiging in de Hobbybranche.

6.2.8 Media

Trends en ontwikkelingen:

- toename oriëntatie en verkoop via internet;
- opkomst e-boeken en bijhorende applicaties en gadgets;
- toename filialisering, schaalvergroting en commerciële samenwerking rondom inkoop en franchising;
- tweedehandsmarkt neemt toe, ook online.

De verkoop van boeken, die onder deze branche valt, is de op een na grootste productgroep in de online retailsector. De verkoop via internet zal in de toekomst verder toenemen. Andere producten binnen deze branche zijn beeld, geluid, software en games. Binnen het verzorgingsgebied zijn op dit moment iets minder dan tien winkels die binnen deze branche opereren. Indien deze winkels het gewenste product niet hebben zullen consumenten waarschijnlijk eerder geneigd zijn om via internet alsnog het gewenste product te bemachtigen, dan dat ze naar de locatie zullen rijden om het daar aan te kopen. Deze branche (vooral boekenwinkels) heeft dezelfde eigenschap als warenhuizen: ze komen beter tot hun recht in het centrum. Desalniettemin zal de toevoeging van een grootschalige winkel het aanbod vergroten wat als positief kan worden beschouwd.

Oordeel: positief advies voor het toevoegen van een grootschalige mediawinkel bij het stadion mits er geen geschikte winkelruimte binnen het bestaande winkelgebied voorhanden is.

6.2.9 Plant & Dier

Trends en ontwikkelingen:

- toenemende schaalgrootte, samenwerking en branchevervaging;
- tuincentra groeien uit tot complete retailers (huis en tuin);
- consumenten hebben meer oog voor het buitenleven en genieten;
- toename aandeel mode- en seizoensgevoelige artikelen en dode materialen;
- toenemende vraag naar beleving, service en informatie.

Deze branche heeft grote overeenkomsten met de branche sport & spel wat betreft de algemene trends die zich voordoen (schaalvergroting, samenwerking, toenemende belangstelling). Echter, het detailhandelsaanbod in deze branche is dermate groot, inclusief de zeer grootschalige Intratuin in het oosten van Almelo, dat een toevoeging geen kwalitatieve impuls zal betekenen.

Oordeel: negatief advies voor de vestiging van een grootschalige Plant & Dierformule.

6.2.10 Bruin & Witgoed

Trends en ontwikkelingen:

- internet en entertainmentindustrie groeien steeds meer naar elkaar toe;
- het aandeel van de verkoop via internet is hoog;
- schaalvergroting en toetreding van nieuwe grootschalige (buitenlandse) aanbieders;
- toenemende behoefte aan design;
- omzet daalt door gebrek aan nieuwe producten en zuinige consument.

Dit is de grootste productgroep in de internetretail. Toch is binnen Nederland een trend van schaalvergroting te zien en rukken ketens op, zoals Media Markt en Saturn. In Almelo is deze trend nog niet zichtbaar: geen van de vestigingen heeft een groter winkelvloeroppervlak dan 500 m². Ook is geen van de grote spelers (BCC, Media Markt, Saturn, Electro World, Harense Smid) gevestigd in het verzorgingsgebied. De voorgenomen locatie kan zeer geschikt zijn voor één van deze formules, mede doordat kopers vanwege de omvang van de producten graag met de auto komen en dergelijke winkels daarmee vaak op goed bereikbare locaties zijn gevestigd.

Oordeel: positief advies voor het vestigen van een grootschalige formule in de Bruin & Witgoedbranche.

6.2.11 Auto & Fiets

Trends en ontwikkelingen:

- de e-bike speelt een rol in het woon-werkverkeer en wordt populairder onder scholieren;
- consumenten stellen meer eisen aan de accu van een e-bike, grote actieradius is vereist;
- facebook en twitter belangrijk medium voor fietsconsumenten. Ook de 50+ generatie weet zich inmiddels via reviews en internet goed te informeren;
- merkfabrikanten stellen hogere eisen aan shopbeleving;
- de combinatie van clicks, bricks en brand spelen een belangrijkere rol voor de vakhandel.

In het verzorgingsgebied is reeds een vrij ruim aanbod van detaillisten in deze branche, waarvan de Profile een vestiging heeft van 1.200 m² vvo. Een tweede winkelier die een megastore in deze branche opent bij het Heracles stadion zal het keuzeaanbod vergroten. De producten die binnen deze branche worden aangeboden hebben echter relatief gezien vrij veel overlap met elkaar. De kwalitatieve impuls zal zodoende beperkt zijn.

Oordeel: neutraal advies voor de vestiging van een grootschalige winkel in de Auto & Fietsbranche.

6.2.12 Doe-het-zelf

Trends en ontwikkelingen:

- toenemende samenwerking, concentratie en toenemend vloeroppervlak;
- toenemende branchevervaging, concurrentie van en met woonzaken en tuincentra door branchevervreemding;
- opkomst online retail op de particuliere en zakelijke markt;
- de consument vraagt naar ruime keuzemogelijkheden onder één dak en naar totaaloplossingen voor klusproblemen;
- meer focus op de zzp-er als klant;
- herstel in de branche pas mogelijk na duurzaam herstel woningmarkt;
- teruglopende volumes, sinds 2008 bijna met een kwart afgenomen;
- forse concurrentie in de branche;

- zelfstandige ondernemers hebben het zwaar;
- het gemiddeld winkelvloeroppervlak is toegenomen, met name bij doe-het-zelfzaken en in mindere mate bij speciaalzaken;
- het aantal vestigingen neemt sterk af. onder invloed van opvolgingsproblemen neemt vooral het aantal speciaalzaken af.

De schaalvergroting die binnen de doe-het-zelfbranche plaatsvindt is het gevolg van de wens van de consument naar steeds ruimere keuzemogelijkheden onder één dak, directe beschikbaarheid van het product en de benodigde nevenproducten en de mogelijkheid het product ter plekke te beoordelen en te vergelijken met andere producten. Daarnaast vraagt de consument naar totaaloplossingen voor klusproblemen, waarmee de vraag naar specifieke deskundigheid op een groot aantal onderwerpen toeneemt. Daartegenover staat dat, volgens onderzoek van USP Marketing Consultancy, de consument nauwelijks onderscheid maakt tussen bouwmarktformules op de aspecten toegang, beleving, prijs, producten en service. De toevoeging van een grootschalige doe-het-zelfzaak zal naar verwachting een negatief effect hebben.

Oordeel: negatief advies voor de vestiging van een doe-het-zelfzaak.

6.2.13 Wonen

Trends en ontwikkelingen:

- meubelboulevards kampen met leegstand, hoge huurprijzen en onvoldoende attractiewaarde;
- beleving is een belangrijke factor in het trekken van klanten naar de winkel en internetsite/webshop;
- toenemend gebruik van internet voor oriëntatie en aankoop, ook via het buitenland;
- ouderen en singles vormen groeimarkten;
- focus op prijsconcurrentie, hierdoor vervaagt onderscheid tussen winkels;
- zesde jaar op rij omzetsdaling voor woonzaken;
- bestedingen daalden met 7,5 procent in 2012, meer dan ooit tevoren;
- haperende woningmarkt blijft de branche ook in 2013 parten spelen;
- doe-het-zelf en tuincentra nemen steeds vaker woonartikelen op in het assortiment wat voor toenemende concurrentie zorgt.

Cijfers in Nederland laten zien dat meubelboulevards kampen met (grote) leegstand, hoge huurprijzen en onvoldoende attractiewaarde. Bij meubelboulevards is al zes jaar op rij een omzetsdaling genoteerd en zal ook in 2013 geen herstel optreden door de stagnatie op de woningmarkt. Daarnaast is het onderscheid tussen woonzaken vervaagd door de focus op prijsconcurrentie. Ook nemen doe-het-zelfzaken en tuincentra steeds meer woonartikelen op in het assortiment wat een toenemende concurrentie tot gevolg heeft. In Almelo is voorgaande zichtbaar in het leegstandspercentage op de Woonboulevard. Het toevoegen van nieuwe grootschalige woonwinkels zal vanwege voorgaande geen kwalitatieve toevoeging zijn.

Oordeel: negatief advies voor het vestigen van woonwinkels

6.3 Conclusies

- Uit de distributieplanologische berekening komt naar voren dat er, op basis van de kenmerken van het verzorgingsgebied en de kerncijfers detailhandel, in negen hoofdbranches een negatieve uitbreidingsruimte is. In drie hoofdbranches is op basis van de berekening wel uitbreidingsruimte aanwezig: huishoudelijke & luxe artikelen, hobby en media.
- Ondanks een lichte groei van het aantal inwoners in de toekomst zal er, onder invloed van de zeer omvangrijke toezeggingen van de gemeenteraad om nieuwe winkels te ontwikkelen, ook in de toekomst geen sprake zijn van een significante uitbreidingsruimte.
- Een modern, grootschalig nieuw winkelcentrum bij het stadion met een aantrekkelijk verblijfsklimaat kan meer waarde hebben voor de consument.
- Wat betreft kwalitatieve marktbehoefte kan op basis van trends en ontwikkelingen in de markt worden geconcludeerd dat de toevoeging van winkels in zes hoofdbranches (levensmiddelen, kleding & mode, sport & spel, hobby en media en bruin- en witgoed) een kwalitatieve toevoeging betekent.

Tabel 6.2 Resultaten kwantitatieve en kwalitatieve regionale behoefte per branche

	Kwantitatieve behoefte	Benchmark	Kwalitatieve behoefte
Levensmiddelen	-4.363	52	Positief
Warenhuis	886	-23	Negatief
Kleding & Mode	-15.279	71	Positief, mits*
Schoenen en Lederwaren	-5.904	31	Negatief
Huishoudelijke & Luxe artikelen	3.322	9	Negatief
Sport & Spel	-3.362	5	Positief
Hobby	1.683	-1	Positief
Media	idem	-2	Positief, mits*
Plant & Dier	-20.191	108	Negatief
Bruin & Witgoed	-1.732	-4	Positief
Auto & Fiets	-9.883	29	Neutraal
Doe-het-zelf	-3.723	18	Negatief
Wonen	-65.365	217	Negatief

* Positief mits er geen geschikte winkelruimte binnen het bestaande winkelgebied voorhanden is.

- De bovenstaande tabel laat zien dat er voor de branche hobby en media (indien er geen geschikte winkelruimte binnen het bestaande winkelgebied voorhanden is) zowel kwantitatief (zeer beperkt) als kwalitatief marktruimte is.
- De kwalitatieve eigenschappen van het hoofdwinkelgebied van Almelo en van de woonboulevard worden als middelmatig en onvoldoende beoordeeld. Het opwaarderen van deze gebieden wordt sterk aanbevolen om verdere achteruitgang te voorkomen.

7 Ruimtelijk-economische effecten

De ruimtelijk-economische effecten die de ontwikkeling van grootschalige detailhandel in en rondom het Heracles stadion meebrengen zijn van groot belang in relatie tot de bestemmingsplanwijziging en het doorgaan van de realisatie. In het kader van de Europese dienstenrichtlijn is uitsluiting van een nieuwe vestiging op basis van enkel economische gronden c.q. concurrentiebeperking een niet rechtsgeldig argument. In deze stap wordt een toelichting gegeven op de Europese dienstenrichtlijn, jurisprudentie en het begrip duurzame ontwrichting.

Omdat economische motieven niet tot uitsluiting van een nieuwe vestiging mogen leiden, plaatsen we de vestiging van grootschalige detailhandel naar hoofdbranche in de context van de zogenaamde ruimtelijke ordeningsmotieven, te weten ontstaan/tegengaan van leegstand (eveneens in relatie tot de marktbehoefte waar naar wordt verwezen middels artikel 3.1.6 Bro), ruimtelijke kwaliteit, (verkeers-)overlast, bereikbaarheid van voorzieningen, verbeteren van leefbaarheid en een duurzaam stedelijk milieu. In het verlengde van dit laatste onderdeel is het daarnaast van belang de ladder van duurzame verstedelijking in ogenschouw te nemen, waarbij op basis van drie trappen een afweging is te maken. We onderzoeken zowel de positieve als negatieve ruimtelijk-economische effecten van de vestiging van grootschalige detailhandel op de benoemde punten, waarbij de voorgaande stappen een deel van de inhoud vormt. Bij het voorgaande hebben we specifiek aandacht voor de effecten op de binnenstad van Almelo.

7.1 Europese dienstenrichtlijn

In het kader van de invoering van de Europese dienstenrichtlijn is uitsluiting van een nieuwe vestiging op basis van economische gronden c.q. concurrentiebeperking een niet rechtsgeldig argument. Derhalve is de uitkomst van de distributieplanologische berekening ondergeschikt bij de beoordeling van een vestigingsvoornemen en een noodzakelijke aanpassing van het bestemmingsplan in het licht hiervan. De factor leegstand en de kans hierop kan wel worden gezien als ruimtelijk relevant argument.

Het is op basis van de Dienstenrichtlijn verboden om de toegang tot of de uitoefening van een dienstenactiviteit (waaronder begrepen detailhandel) afhankelijk te stellen van de toepassing per geval van economische criteria:

- waarbij de verlening van de vergunning afhankelijk wordt gesteld van het bewijs dat er een economische behoefte of marktvaart bestaat;
- van een beoordeling van de mogelijke of actuele gevolgen van de activiteit of;
- van een beoordeling van de geschiktheid van de activiteit in relatie tot de door de bevoegde instantie vastgestelde doelen van economische planning.

In het Besluit ruimtelijke ordening wordt nog eens bevestigd dat strijdigheid met de Dienstenrichtlijn moet worden voorkomen. Hieruit volgt dat aan de volgende besluiten in beginsel ruimtelijke ordeningsmotieven ten grondslag moeten liggen: aan het stellen van regels in een bestemmingsplan of beheersverordening, aan het nemen van een projectbesluit en aan de beslissing op een aanvraag om een ontheffing van een bestemmingsplan (of van een beheersverordening). Dit betekent echter niet dat een distributieplanologisch onderzoek niet meer

geoorloofd is. Uit jurisprudentie² is gebleken dat een distributieplanologisch onderzoek stand houdt, mits gebaseerd op de juiste motivatie, zoals bijvoorbeeld het voorkomen van ontwikkelingen die ongewenst zijn vanuit overwegingen van ruimtelijke kwaliteit, en niet het reguleren van concurrentieverhoudingen.

7.2 Jurisprudentie

7.2.1 Gronsveld, Eijsden-Margraten

Op 27 juni 2012 heeft de Raad van State, afdeling bestuursrechtspraak, een positieve uitspraak³ gedaan over de bestemmingsplanwijziging in de gemeente Eijsden-Margraten ten behoeve van detailhandel op de locatie Gronsveld. In de uitspraak zijn verschillende overwegingen van de Raad van State opgenomen op het gebied van een goede ruimtelijke ordening en onderbouwing, inzake de bestemmingsplanwijzigingen voor detailhandel. Naast de aspecten die in de eerdere onderdelen zijn genoemd, zijn de volgende aspecten van belang bij de keuze om wel of niet de bestemming detailhandel mogelijk te maken:

- Afweging tussen locaties en een goede verdeling van de aanwezige marktruimte is van belang bij het toestaan van nieuwe initiatieven.
- De gemeente komt een ruime mate van eigen beleidsvrijheid toe. Dit in relatie tot onder meer het detailhandelsbeleid dat wordt gevoerd door provincies en/of regio's en de mate waarin gemeenten hier van af mogen c.q. kunnen wijken.
- Bij detailhandelsontwikkelingen met een bovenlokale verzorgingsfunctie is het van belang om te streven naar afstemming en overeenstemming hierover. Initiatief vanuit de gemeente waar het ontwikkelplan speelt is essentieel.
- Bij de toetsing op marktruimte is het van belang om primair uit te gaan van het bestaande winkelaanbod en het toekomstig winkelaanbod dat planologisch mogelijk is gemaakt in bestemmingsplannen.
- De gemeente dient bij de keuze voor bestemming een afweging te maken van alle belangen die betrokken zijn bij de vaststelling van het plan. De voor- en nadelen van alternatieven en het plan dienen in die afweging te worden meegenomen.
- Het is van belang om de randvoorwaarden op te nemen onder welke omstandigheden een winkelontwikkeling mogelijk is.

7.2.2 Emmeloord-De Deel, Stadshart

Op 5 december 2012 heeft de Afdeling bestuursrechtspraak van de Raad van State een uitspraak⁴ gedaan over het bestemmingsplan Emmeloord-De Deel, Stadshart dat voorziet in de mogelijkheid om in Emmeloord ruim 10.000 m² bruto vloeroppervlak detailhandel te realiseren, waardoor er ten opzichte van de behoefte aan detailhandelsmeters in het berekende behoudende scenario een overcapaciteit ontstaat van bijna 9 procent. Geoordeeld is dat niet is uitgesloten dat de overcapaciteit kan leiden tot toename van de leegstand in het centrum van Emmeloord, hetgeen tot negatieve gevolgen voor het woon- en leefklimaat en het ondernemersklimaat kan leiden. De raad heeft volgens de Afdeling onvoldoende zorgvuldigheid betracht bij de in het kader van een goede ruimtelijke ordening af te wegen belangen.

² Afdeling bestuursrechtspraak Raad van State 10-8-2011, No. 20100203/1/M3 LJN: BR4596 (Bestemmingsplan Veenendaal).

³ LJN: BW9573, Raad van State, 201108336/1/R1.

⁴ LJN: BY5093, Raad van State, 201200385/1/R2.

7.2.3 Duurzame ontwricting

Naast de dienstenrichtlijn is de (invulling van de) term duurzame ontwricting van belang bij ruimtelijke afwegingen. Indien door de uitbreiding van het winkelaanbod in een gemeente, de omzet van andere winkels daalt of faillissement optreedt als gevolg hiervan, hoeft er nog geen sprake te zijn van duurzame ontwricting van de detailhandelsstructuur. De Afdeling Bestuursrechtspraak van de Raad van State acht verder onderzoek naar de beschikbare ruimte en (duurzame) ontwricting van de winkelstructuur nog steeds gerechtvaardigd vanuit het oogpunt van consumentenbescherming. De redenering is dat er door de komst van nieuwe winkels niet zoveel bestaande winkels mogen sluiten dat er voor de consument een onvoldoende voorzieningenniveau met keuzemogelijkheden overblijft. De Raad van State heeft in geen enkel van de gevallen die bij de Raad aanhangig waren duurzame ontwricting vastgesteld. Ook niet bij plannen waarmee de beschikbare marktruimte tot 20 procent werd overschreden.

Eerste levensbehoeften

Bij uitspraak van 18 september 2013, zaaknummer 201208105/1/R2, heeft de Afdeling bestuursrechtspraak van de Raad van State haar vaste jurisprudentie over wanneer sprake kan zijn van een duurzame ontwricting van het voorzieningenniveau, nog verder aangescherpt. Volgens de Afdeling is enkel nog doorslaggevend of een nieuwe voorziening ertoe leidt, dat inwoners van een bepaald gebied niet langer op aanvaardbare afstand van hun woning kunnen voorzien in eerste levensbehoeften.

7.3 Ruimtelijke ordeningsmotieven

In het kader van goede ruimtelijke ordening is het van belang om te weten op basis waarvan ruimtelijk geordend mag worden, nu duidelijk is geworden dat (economische) argumenten van concurrentiebeperking in het geheel geen rol mogen spelen bij het stellen van eisen aan de vestiging van detailhandel. Een goede ruimtelijke ordening moet in een ruimtelijke onderbouwing worden aangetoond, waarbij in beeld is gebracht welke effecten de toevoeging van detailhandel heeft op:

- Duurzame ruimtelijke kwaliteit;
- Woon- en leefklimaat;
- Detailhandelsstructuur.

7.3.1 Duurzame ruimtelijke kwaliteit

In de 'Handreiking Ladder voor duurzame verstedelijking' zijn ten aanzien van een duurzame ruimtelijke kwaliteit de volgende aspecten benoemd: stedenbouwkundige inpassing, versnippering/ontsnippering, welstand/beeldkwaliteit, open houden van mogelijkheden voor de toekomst, zorgvuldig ruimtegebruik (mogelijkheden voor functiecombinaties), een klimaatbestendige inrichting en mogelijkheden voor bestaande functies. Hieronder is op de relevante onderdelen een overzicht gegeven van de effecten die het nieuwe stadion met zich mee zal brengen.

Stedenbouwkundige inpassing

Op de onderstaande luchtfoto is de toekomstige stedenbouwkundige structuur van het plangebied te zien. Op het terrein is op dit moment het huidige stadion reeds gesitueerd. In de nieuwe situatie is het de verwachting dat het stadion ten oosten van het bestaande stadion wordt ontwikkeld. Het nieuwe stadion wordt waarschijnlijk een kwartslag gedraaid ten opzichte van de positionering van het huidige stadion. De bouw van een nieuw stadion zal, ondanks de toenemende korrelgrootte, de

stedenbouwkundige opzet van de directe omgeving niet negatief beïnvloeden. Wel is het uiteindelijke ontwerp, en de gekozen bouwmaterialen hierbij bepalend.

Figuur 7.1 Voorgenomen toekomstige situatie



Bron: Milieueffectrapport Stadion Heracles Almelo (2012).

De toevoeging van 8.500 m² bvo commerciële en maatschappelijke voorzieningen in het voorterrein van het stadion zorgt voor extra bebouwing. Daarbij komt dat het parkeerhuis dat de extra parkeerbehoefte in het gebied moet opvangen voor extra bouwvolume zal zorgen. Aangezien de Weezebeeksingel in de huidige situatie aan zowel de noord- als zuidzijde bebouwd is, en de sportvelden van Oranje Nassau hier de enige uitzondering op vormen, zal de toevoeging van deze bebouwing de structuur van deze verkeersas waarschijnlijk versterken.

Versnippering/ontsnippering

Op de luchtfoto in de figuur hieronder is te zien dat de locatie in de directe nabijheid van andere grootschalige detailhandelsvoorzieningen en soortgelijke bebouwing is gelegen. Het gebied grenst niet direct aan een woonwijk. Ook is te zien dat in het noorden van het gebied een groen gebied is gelegen bestaande uit sportvelden. De bouw van het nieuwe stadion en de retail- en parkeervoorzieningen zullen zodoende nauwelijks een versnipperend effect op de ruimtelijke structuur hebben.

Figuur 7.2 Huidige ruimtelijke structuur in de nabije omgeving van het stadion



Bron: Google Maps (2013).

Welstand/beeldkwaliteit

De gemeente Almelo heeft in haar beeldkwaliteitplan van 6 januari 2011 een aantal criteria verwoord waaraan de positionering en het ontwerp van het nieuwe stadion moet voldoen. Indien het ontwerp aan deze criteria voldoet, spreekt Ecorys de verwachting uit dat de algehele kwaliteit van het gebied niet zal verslechteren bij de realisatie van het nieuwe stadion en de gebouwen in de zone naast het stadion.

7.3.2 Woon- en leefklimaat

Bij de beoordeling van de effecten van het nieuwe stadion op het woon- en leefklimaat spelen verschillende factoren een rol. Hieronder is een overzicht gegeven van de factoren die in ieder geval een rol spelen, inclusief het te verwachten effect. Hierbij beroepen wij ons voornamelijk op het Milieueffectenrapport (MER) dat is opgesteld door Oranjewoud. Dit rapport gaat uit van de ontwikkeling van 10.000 m² bvo in plaats van de voorgenomen 8.500 m². Doordat er minder vierkante meters worden toegevoegd kan gesteld worden dat de effecten op het milieu geringer zullen zijn en het niet noodzakelijk is om de MER aan te passen.

Geluid

De geluidbelasting als gevolg van het nieuwe stadion zal beperkt toenemen. De geluidbelasting voldoet zowel in de huidige als in de toekomstige situatie deels niet aan de geluidambitie van het gemeentelijke geluidbeleid.

Ook de geluidbelasting van wegverkeer neemt beperkt toe, maar door de reeds grote verkeerskundige functie wordt het extra geluid als niet akoestisch herkenbaar beoordeeld.

Luchtkwaliteit

De ontwikkeling van het stadion, commerciële en maatschappelijke voorzieningen leidt tot een toename van verkeer. Deze ontwikkelingen hebben een minimale verslechtering van de luchtkwaliteit in de nabije omgeving tot gevolg. De stikstof en fijnstof waarden blijven binnen de grenswaarden die wettelijk zijn vastgesteld.

Licht

Door het ontwikkelen van verlichting in het stadion neemt de lichtemissie niet toe ten opzichte van de huidige situatie. Indirecte lichtemissie die uit de ontwikkeling voortkomt kan niet worden uitgesloten, echter zal het overall effect beperkt zijn.

Sociale veiligheid

De sociale veiligheid zal door het concentreren van parkeervoorzieningen iets toenemen. De toename in het aantal bezoekers zorgt er tegelijkertijd voor dat er meer potentieel kwaadwillenden naar het gebied komen.

Kwaliteit van de openbare ruimte

De directe omgeving van het stadion bestaat op dit moment uit parkeerplaatsen die de parkeerbehoefte van de bezoekers van de gevestigde voorzieningen, bedrijven en stadion bedienen. In de voorlopige plannen zal het voorterrein voorzien in de parkeerbehoefte en worden hier commerciële functies toegevoegd. Het nieuwe stadion en de toevoeging van extra parkeergelegenheid en winkelveorzieningen zullen de kwaliteit van de openbare ruimte ten aanzien van bijvoorbeeld het straatbeeld niet verslechteren, maar ook niet verbeteren.

Op het gebied van energie en duurzaamheid moet het gebouw hoog scoren. De energiestatistiek wordt minimaal 10 procent scherper geformuleerd dan de wettelijke eis. Ook aan de CO₂ uitstoot worden strengere eisen opgelegd (25% hoger dan het Energie Prestatie Certificaat). Daarnaast moet het stadion wat betreft het materiaalgebruik een 'Cradle to cradle' principe nastreven en worden de mogelijkheden onderzocht of het stadion gebruik zal maken van een of meerdere duurzame energiebronnen.

Verkeer en bereikbaarheid

De ontwikkeling van maatschappelijke en commerciële voorzieningen veroorzaakt een toename van verkeersintensiteit op het hoofdwegennet. Uit onderzoek is gebleken dat de uitbreiding van het aantal commerciële voorzieningen nauwelijks problemen zal veroorzaken. Alleen op de Stadionlaan en de H.R. Holstlaan zal in de avondspits congestie optreden. Het kruispunt Weezebeeksingel – H.R. Holstlaan krijgt in de ochtendspits te maken met een zware belasting. Voor dit laatste kruispunt heeft de gemeente aanpassingsplannen.

Bij evenementen, waarbij het maximale bezoekersaantal is vastgesteld op 20.000 bezoekers, zal gedurende korte tijd, zowel voor als na het evenement, verstoring van de verkeersafwikkeling plaatsvinden. Het effect van deze verstoring wordt beperkt doordat deze situatie zich slechts gemiddeld eens in de twee weken voordoet en benuttingsmaatregelen te treffen zijn. De hoofdwegen hebben voldoende capaciteit om het verkeer veilig af te wikkelen.

Volgens het Milieueffectrapport wordt wat betreft het parkeren geen probleem voorzien. 'Met het huidige P1, parkeren rondom het stadion en een meegroeiend parkeerhuis wordt voorzien in de parkeervraag ten gevolge van de commerciële en maatschappelijke voorzieningen (het dagelijks gebruik). Bij wedstrijden wordt tevens geparkeerd op een aantal omliggende parkeerterreinen, waarmee een overeenkomst betreft het parkeren aanwezig is. De gezamenlijke parkeervoorzieningen voldoen voor de parkeervraag bij een vol stadion, zoals dat in eerste instantie voorzien is, inclusief een gelijktijdige gedeeltelijke openstelling van de commerciële en maatschappelijke voorzieningen. Door aanwezigheid van voldoende parkeervoorzieningen, kan parkeren in de omliggende wijken voorkomen worden.'

Sociale kenmerken

Het nieuwe stadion zal naar verwachting geen effect hebben op de sociale kenmerken in de omgeving, zoals de aanwezigheid en kwaliteit van buurtcontacten en vormen van burenhulp.

Leefbaarheidsbeleid gemeente Almelo

De gemeente Almelo heeft geen specifiek leefbaarheidsbeleid opgesteld waaraan kan worden getoetst of het nieuwe stadion op de locatie binnen de gestelde normenregels past.

7.3.3 Effecten detailhandelsstructuur

De ruimtelijk-economische effecten binnen de detailhandelsstructuur zijn opgedeeld naar een drietal onderwerpen: voorzieningenniveau, effecten op leegstand en het ondernemersklimaat. In de volgende paragrafen wordt ingegaan op de effecten van een (hypothetische) uitbreiding van 8.500 m² in het Heracles stadion in een en dezelfde branche. Daarbij wordt per branche aangegeven welke effecten er verwacht worden op de winkelstructuur. Er wordt gesproken over een hypothetische uitbreiding, omdat in werkelijkheid de kans minimaal is dat het 'beschikbare' metrage wordt ingenomen door winkels uit een en dezelfde branche.

Voorzieningenniveau

Het nieuwe stadion kan invloed hebben op het voorzieningenniveau in de nabijheid en het totale verzorgingsgebied. Het verdwijnen van een wijkwinkelcentrum of een winkelier in het centrum van Almelo heeft niet automatisch tot gevolg dat er sprake is van een onvoldoende voorzieningenniveau. Zoals uit paragraaf 6.2 naar voren komt heeft de Raad van State in geen enkel van de gevallen die bij de Raad aanhangig waren duurzame ontwrichting vastgesteld. Ook in Almelo heeft de consument bij sluiting van bijvoorbeeld een buurtsuper of bakker nog steeds een aanvaardbaar niveau aan detailhandel voorzieningen.

Effecten op leegstand

Uit recente cijfers van Locatus blijkt dat Almelo een leegstand kent van 19,2 procent. Ten aanzien van de leegstandscijfers geeft Locatus aan dat hierin ook leegstaande gebouwen van diensten zijn meegenomen en dit niet enkel leegstaande detailhandel betreft. Om de detailhandelsleegstand te bepalen past Locatus een correctie toe, deze correctie is in de onderstaande tabel toegepast bij het berekenen van het leegstandspercentage voor het hoofdwinkelgebied in Almelo. Voorgaande geldt echter nagenoeg niet voor de leegstand op grootschalige concentraties, omdat op dergelijke locaties voornamelijk detailhandel is gevestigd. De leegstand is op deze locaties sterk toegenomen van 0 procent in 2005 naar 28,6 procent in 2013. Ook de leegstand in de rest van het verzorgingsgebied is aanzienlijk en komt uit op ruim 62.000 m² vwo. De leegstand binnen het hoofdwinkelgebied is eveneens toegenomen ten opzichte van 2005, zij het in beperktere mate, van 12,7 tot 18,1 procent.

Tabel 7.1 Detailhandelsaanbod en leegstand in Almelo en op grootschalige concentraties

		2005	2013
Detailhandelsaanbod (m ²)	Totaal gemeente Almelo	161.744	182.984
	Grootschalige concentraties	39.158	40.167
	Hoofdwinkelgebied	57.993	57.355
Leegstand (m ²)	Totaal gemeente Almelo	12.543	35.063
	Grootschalige concentraties	0	11.477
	Hoofdwinkelgebied	10.412	14.292
Leegstand (%)	Totaal gemeente Almelo	7,8%	19,2%
	Grootschalige concentraties	0%	28,6%
	Hoofdwinkelgebied	12,7%*	18,1%*

Bron: Locatus (2013); * met correctie voor niet-detailhandel.

Naast de bovenstaande leegstandscijfers, volgt uit de marktruimteberekeningen en benchmark-vergelijking voor de regio dat de detailhandel in het verzorgingsgebied in veel branches onder druk staat c.q. oververtegenwoordigd is. Dit betekent concreet dat bij het realiseren van additionele winkelmeters, in sommige gevallen leegstand zal ontstaan. Waar de leegstand zal ontstaan is afhankelijk van de branche en de concrete invulling ten aanzien van winkelformules. In de onderstaande tabel is een overzicht gemaakt van leegstandseffecten per branche die in dit onderzoek aan bod komen.

Daarbij is op basis van de locatie van het bestaande aanbod aangegeven waar mogelijk leegstand gaat ontstaan en vervolgens of dit een aantasting van de detailhandelstructuur betekend. Hierbij is geen rekening gehouden met eventuele toezeggingen ten aanzien van het behoud van bestaande winkels.

Tabel 7.2 Resultaten kwantitatieve en kwalitatieve regionale behoefte per branche (idem tabel 6.2)

	Kwantitatieve behoefte	Benchmark	Kwalitatieve behoefte
Levensmiddelen	-4.363	52	Positief
Warenhuis	886	-23	Negatief
Kleding & Mode	-15.279	71	Positief, mits*
Schoenen en Lederwaren	-5.904	31	Negatief
Huishoudelijke & Luxe artikelen	3.322	9	Negatief
Sport & Spel	-3.362	5	Positief
Hobby	1.683	-1	Positief
Media	idem	-2	Positief, mits*
Plant & Dier	-20.191	108	Negatief
Bruin & Witgoed	-1.732	-4	Positief
Auto & Fiets	-9.883	29	Neutraal
Doe-het-zelf	-3.723	18	Negatief
Wonen	-65.365	217	Negatief

* positief mits er geen geschikte winkelruimte binnen het bestaande winkelgebied voorhanden is.

In de onderstaande tabel is inzichtelijk gemaakt wat de verwachte leegstandseffecten zijn van de bestaande structuur voor de verschillende branches. Hieruit volgt dat toevoeging soms leidt tot aantasting van de structuur en in sommige gevallen niet (bijv. in het geval van verspreide bewinkeling). In de gevallen dat de leegstand zich naar alle waarschijnlijkheid gaat manifesteren in de centrale winkelgebieden, wordt met name de binnenstad van Almelo bedoeld.

Tabel 7.3 Leegstandseffect bij realisatie 8.500 m² bvo winkels in dezelfde branche

	Leegstands effect	Manifestatie leegstand	Invloed op detailhandelstructuur
Levensmiddelen	Middel	Verspreide bewinkeling	Minimaal
Warenhuis	Laag	n.v.t.	n.v.t.
Kleding & Mode	Hoog	Centrale winkelgebieden	Aantasting
Schoenen en Lederwaren	Hoog	Centrale winkelgebieden	Aantasting
Huishoudelijke & Luxe artikelen	Middel	Centrale winkelgebieden	Reële kans op aantasting
Sport & Spel	Hoog	Centrale winkelgebieden	Aantasting
Hobby	Middel	Centrale winkelgebieden + verspreide bewinkeling	Minimaal
Media	Middel	Centrale winkelgebieden	Reële kans op aantasting

	Leegstands effect	Manifestatie leegstand	Invoel op detailhandelstructuur
Plant & Dier	Hoog	Verspreide bewinkeling	Minimaal
Bruin & Witgoed	Middel	Centrale winkelgebieden + verspreide bewinkeling	Reële kans op aantasting
Auto & Fiets	Hoog	Verspreide bewinkeling	Minimaal
Doe-het-zelf	Hoog	Grootschalige concentratie + verspreide bewinkeling	Aantasting
Wonen	Hoog	Grootschalige concentratie + verspreide bewinkeling	Aantasting

Effecten in relatie tot beoogde programma Heracles stadion

Zoals eerder is aangegeven is de kans klein dat het volledige detailhandelsprogramma dat is voorzien in het Heracles stadion beperkt zal zijn tot winkels uit een en dezelfde branche. Wanneer gekeken wordt naar de winkels die beoogd zijn voor het Heracles stadion valt op dat de formules onder verschillende branches vallen. Hierdoor zullen de leegstandseffecten in veel gevallen kleiner zijn dan in de bovenstaande tabel is opgenomen, behalve voor de branche sport & spel. Wanneer de toezeggingen van retailers om de bestaande winkel minstens 10 jaar open te houden worden nagekomen, zal het leegstandseffect ook kleiner zijn. Bij de aanbevelingen komen we tevens met een voorstel van branches en winkels die een zeer beperkt of zelfs een minimaal negatief effect zullen hebben op de binnenstad of woonboulevard.

Tabel 7.4 Beoogd winkelprogramma Heracles stadion

Winkel	Omvang (m ² bvo)	Bestaande winkel(s)	Toezegging
Action	1.080	Ja	Ja
KPN-XL	720	Ja	Nee
Xenos	1.000	Ja	NB
Top 1 Toys	1.000	Ja	Nee
Bristol	1.390	Ja	Ja
Big Bazar	1.000	Ja	NB
Aldi	1.310	Ja	NB
Retail	1.000	n.v.t.	n.v.t.
Totaal	8.500		
Uitbreiding Plus	600	Ja	Ja

Ondernemersklimaat

Als gevolg van de hierboven beschreven voorziene toenemende concurrentie effecten op de reeds onder druk staande detailhandelsbranches, zullen met name de reeds kwetsbare zelfstandigen in het verzorgingsgebied verder onder druk komen te staan. Aantasting van het ondernemersklimaat door de realisatie van detailhandel in het Heracles stadion, is op voorhand niet uit te sluiten en is sterk afhankelijk van het uiteindelijke definitieve winkelprogramma.

7.4 Conclusies

In de onderstaande tabel is een opsomming gegeven van de ruimtelijk-economische effecten die optreden op het moment dat het nieuwe Heracles stadion gerealiseerd wordt. Hieruit volgt dat de ontwikkeling vooral positief is op het gebied van duurzame kwaliteit, weinig positieve dan wel negatieve effecten heeft op het gebied van woon- en leefklimaat en een mogelijk negatief effect heeft op de detailhandelstructuur en de leegstand. Dit laatste is overigens sterk afhankelijk van het

uiteindelijke winkelprogramma en de toezeggingen door bestaande winkelbedrijven die reeds een vestiging in Almelo hebben.

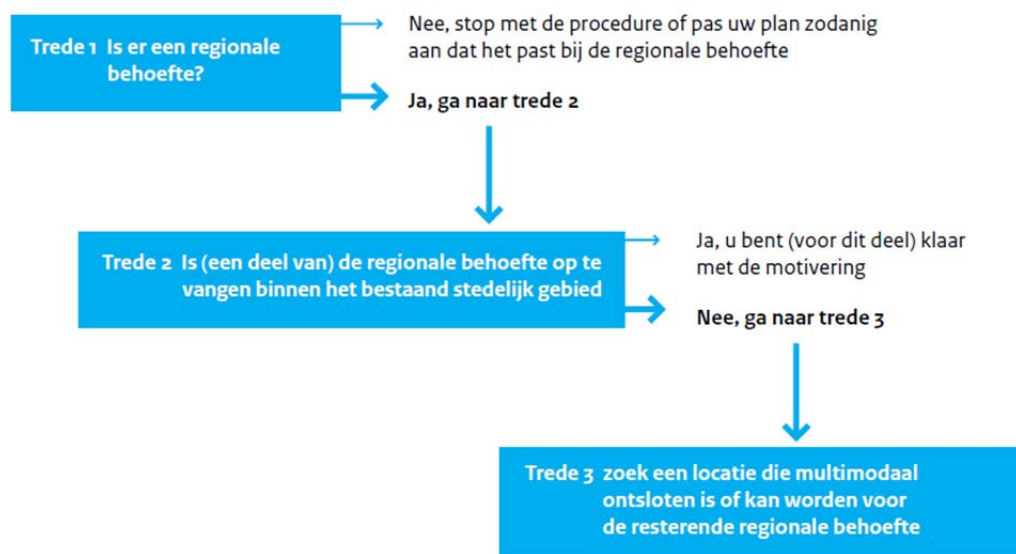
Tabel 7.5 Totaaloverzicht ruimtelijk-economische effecten

criterium	Effect
Duurzame ruimtelijke kwaliteit	
Stedenbouwkundige inpassing	
Versnippering/ontsnippering	
Welstand/beeldkwaliteit	
Woon- en leefklimaat	
Sociale veiligheid	
Kwaliteit van de openbare ruimte	
Verkeer en bereikbaarheid	
Sociale kenmerken	
Leefbaarheidsbeleid	
Detailhandelsstructuur	
Vorzieningenniveau	
Effecten op leegstand	
Ondernemersklimaat	

* Groen = positief effect, geel = neutraal en rood = negatief effect.

8 Ladder voor duurzame verstedelijking

Het Rijk heeft de verantwoordelijkheid voor ruimtelijke ordening neergelegd bij lagere overheden. Het locatiebeleid van het Rijk is daarmee komen te vervallen. De structuurvisie Infrastructuur en Ruimte noemt de termen detailhandel en winkels niet. Op 1 oktober 2012 is het Besluit ruimtelijke ordening gewijzigd (artikel 3.1.6, lid 2 Bro). Op grond hiervan dienen overheden nieuw te realiseren stedelijke ontwikkelingen te motiveren met behulp van een drietal opeenvolgende stappen. De stappen schrijven geen vooraf bepaald resultaat voor, omdat het optimale resultaat moet worden beoordeeld door het bevoegd gezag dat de regionale en lokale omstandigheden kent en de verantwoordelijkheid draagt voor de ruimtelijke afweging in relatie tot de betreffende ontwikkeling(en).



Trede 1: Is er een regionale behoefte?

In de eerste trede moet worden nagegaan of er een kwantitatieve en kwalitatieve regionale behoefte is naar de winkelontwikkeling zoals de ontwikkelcombinatie voorstaat. Aan de hand van distributieplanologische berekeningen en een benchmarkvergelijking kan worden geconcludeerd dat er sprake is van zowel een positieve als negatieve regionale marktbehoefte, afhankelijk van de winkelbranche. Daarnaast volgt dat er ook voor een aantal branches een kwalitatieve marktbehoefte bestaat.

Op de vraag of er sprake is van regionale marktbehoefte kan volgens ons geen eenduidig antwoord worden gegeven. Het onderzoek in ogenschouw nemend is Ecorys van mening dat er in het verzorgingsgebied in beperkte mate sprake is van een actuele regionale behoefte naar nieuwe grootschalige winkels. Bij het toevoegen van bepaalde winkelformules dient men de aanwezige behoefte in ogenschouw te nemen en bij de keuze voor een aantal branches rekening te houden met mogelijke leegstandseffecten.

Wanneer met het winkelprogramma ingezet wordt op de branches waar nog regionale marktbehoefte (kwantitatief en kwalitatief) aanwezig is, kan trede 1 met 'JA' beantwoord worden en dient verder te worden gegaan naar trede 2.

Trede 2: Is (een deel van) de regionale behoefte op te vangen binnen het bestaand stedelijk gebied?

Na het bepalen van de regionale marktbehoefte ziet de tweede stap erop toe dat bij nieuwe stedelijke ontwikkelingen eerst wordt gekeken of hiervoor binnen bestaand bebouwd gebied een plek kan worden gevonden. Met de ontwikkeling van het stadion en de realisatie van detailhandel kan de regionale behoefte die aanwezig is in de verschillende branches binnen bestaand stedelijk gebied worden opvangen. De huidige locatie heeft reeds een detailhandelsfunctie in combinatie met aanvullende voorzieningen. Met de ontwikkeling van het stadion en detailhandel zal deze functie verder worden uitgebouwd en wordt de regionale behoefte opgevangen in bestaand stedelijk gebied. Daarbij wordt tevens (deels) gebruik gemaakt van bestaande bebouwing, namelijk twee zijden van het stadion die worden herbested en gerenoveerd. Op deze manier wordt het winkelprogramma opgevangen binnen bestaand stedelijk gebied.

Zoals eerder in het rapport is geconstateerd, is de winkelleegstand in Almelo hoog, met name op grootschalige concentraties. Binnen deze leegstand valt een aantal grotere winkels, die voornamelijk verspreid over de Woonboulevard zijn gelegen. Inpassing van een cluster van grootschalige winkelformules kan niet vanzelfsprekend plaatsvinden in het centrum of op de woonboulevard. Er spelen namelijk ook specifieke vestigingseisen van retailers, als ruimtelijke kwaliteit, bereikbaarheid, zichtbaarheid, parkeren, de wens voor of tegen clustering met bepaalde type winkels, doelgroepen, huurprijs, plattegrond winkel, profiteren van traffic, etcetera. Dit wil zeggen dat niet elke retailer die mogelijk geïnteresseerd is in een vestiging in het nieuwe stadion, automatisch ook in de binnenstad of de woonboulevard gevestigd wil zijn. Dit geldt vanzelfsprekend ook de andere kant op.

De locatie van het Heracles stadion leent zich goed als cluster voor grootschalige detailhandel, waarbij sprake is van bestaand stedelijk gebied en waarbij niet op voorhand een alternatieve locatie aangewezen kan worden waar een dergelijke cluster zich onder gelijkwaardige of zelfs betere omstandigheden kan vestigen.

9 Conclusies en aanbevelingen

In dit laatste hoofdstuk worden de belangrijkste conclusies die in dit rapport zijn gemaakt opgesomd en wordt antwoord gegeven op de vraag of er grootschalige detailhandel kan worden gerealiseerd in en rondom het Heracles stadion op basis van de regionale behoefte, het vingerende overheidsbeleid en de voorziene ruimtelijk-economische effecten. Daarnaast geven we aanbevelingen ten aanzien van het winkelprogramma van het stadion en de mogelijkheden die bestaan om de risico's voor de binnenstad te beperken.

9.1 Conclusies

- De ontwikkelingen bij het Heracles stadion zijn middels een amendement door de gemeenteraad van Almelo goedgekeurd. Het provinciaal beleid stelt dat detailhandel in binnensteden en wijkcentra moet worden gebundeld. Daarnaast dient een locatie voor grootschalige detailhandel gelegen te zijn in, of aan te sluiten op bestaande binnensteden en winkelcentra. Het plan voor het Heracles stadion breidt de bestaande detailhandelfunctie verder uit. Hiermee sluit het plan aan op een bestaand voorzieningencluster (incl. detailhandel) en zien wij geen directe strijdigheid met het provinciaal beleid.
- De onderzoeken die gedaan zijn naar het mogelijke uitbreidingspotentieel van detailhandel in Almelo berekenen aan de hand van de uitkomsten van het koopstroomonderzoek uit 2010 ten behoeve van het uitbreidingspotentieel voor de dagelijkse en niet-dagelijkse sector. Een verdere verdeling wordt niet gemaakt.
- De uitkomsten uit de twee onderzoeken verschillen sterk in aanbeveling en in de berekende marktruimte ondanks dat de rekenmethode tussen de twee overeenkomen.
- Ecorys berekent de marktruimte per hoofdbranche. Hiervoor is per hoofdbranche het verzorgingsgebied vastgesteld. Deze is voor levensmiddelen lokaal, de overige 12 branches hebben een regionaal verzorgingsgebied.
- Het lokale verzorgingsgebied bestaat uit de gemeente Almelo en bevat 72.255 inwoners met een gemiddeld inkomen van € 18.800. Het regionale verzorgingsgebied telt momenteel 183.426 inwoners die een gemiddeld inkomen hebben van € 18.945. Het totaal aantal inwoners zal tot en met 2025 licht stijgen.
- Almelo heeft een groot aantal supermarktformules met een klein gemiddeld oppervlak.
- In het centrum en op de woonboulevard van Almelo staan relatief veel winkelruimtes leeg.
- Absoluut gezien is er in de regio een groot detailhandelsaanbod in de hoofdbranches kleding & mode, plant & dier en wonen. Het aanbod in deze branches is in vergelijking met de benchmark van Nederland zeer groot. In de branches warenhuis, hobby, media en bruin & witgoed lijkt op basis van de benchmark nog uitbreidingsruimte aanwezig. Binnen de branches warenhuis, hobby, media en bruin- & witgoed is een oeraanbod volgens de benchmark.
- Uit de distributieplanologische berekening komt naar voren dat er in negen hoofdbranches een negatieve uitbreidingsruimte is. In drie hoofdbranches is op basis van de berekening wel uitbreidingsruimte aanwezig: huishoudelijke & luxe artikelen, hobby en media.
- Ondanks een lichte groei van het aantal inwoners in de toekomst zal er, onder invloed van de zeer omvangrijke toezeggingen van de gemeenteraad om nieuwe winkels te ontwikkelen, ook in de toekomst geen sprake zijn van een significante uitbreidingsruimte.
- Een modern, grootschalig nieuw winkelcentrum bij het stadion met een aantrekkelijk verblijfsklimaat kan meerwaarde hebben voor de consument.

- Wat betreft kwalitatieve marktbehoefte kan op basis van trends en ontwikkelingen in de markt worden geconcludeerd dat de toevoeging van winkels in zes hoofdbranches (levensmiddelen, kleding & mode, sport & spel, hobby en media en bruin- en witgoed) een kwalitatieve toevoeging betekent.
- De kwalitatieve eigenschappen van het hoofdwinkelgebied van Almelo en van de woonboulevard worden als middelmatig en onvoldoende beoordeeld. Het opwaarderen van deze gebieden wordt sterk aanbevolen om verdere achteruitgang te voorkomen.
- De ontwikkelingen hebben een positief effect op de duurzaam-ruimtelijke kwaliteit van het gebied, een neutraal effect op het woon- en leefklimaat en een neutraal/negatief effect op de detailhandelsstructuur.
- Wanneer met het winkelprogramma ingezet wordt op de branches waar nog regionale marktbehoefte (kwantitatief en kwalitatief) aanwezig is, kan trede 1 met 'JA' beantwoord worden. De locatie van het Heracles stadion leent zich goed als cluster voor grootschalige detailhandel, waarbij sprake is van bestaand stedelijk gebied met een detailhandelsfunctie en waarbij niet op voorhand een alternatieve locatie aangewezen kan worden waar een dergelijk cluster zich onder gelijkwaardige of zelf betere omstandigheden kan vestigen.

9.2 Beantwoording hoofdvraag

De hoofdvraag voor dit onderzoek luidde als volgt:

Kan er grootschalige detailhandel (> 1.000 m²) worden gerealiseerd in en rondom het Heracles stadion op basis van de regionale behoefte (in relatie tot artikel 3.1.6 Bro), het vigerend overheidsbeleid en de voorziene ruimtelijk-economische effecten?

Op basis van het onderzoek concluderen wij dat er mogelijkheden zijn om grootschalige detailhandel in en rondom het Heracles stadion te realiseren, hoewel deze mogelijkheden beperkt en zeer specifiek van aard zijn. Gelet op de regionale behoefte (in relatie tot artikel 3.1.6 Bro), het vigerend overheidsbeleid en de voorziene ruimtelijk-economische effecten dient volgens ons rekening te worden gehouden met de specifieke branchering, de concrete invulling met winkelformules en de juridisch-planologische randvoorwaarden c.q. mogelijkheden om de negatieve ruimtelijk-economische effecten op de detailhandelstructuur van Almelo tot een minimum te beperken.

9.3 Aanbevelingen

Suggesties voor programma Heracles

In aanvulling op het voorlopige winkelprogramma worden in de onderstaande tabel suggesties gegeven voor mogelijke retailers met grootschalige vestigingen die volgens ons een aanvulling zijn op het bestaande winkelaanbod en een beperkte negatieve invloed hebben op de bestaande winkelstructuur.

Retailers	Effect binnenstad/woonboulevard	Inspelen op marktbehoefte	Formule passend op locatie
Kijkshop	Beperkt negatief	Ja	Ja/Nee
Sola Fabriekswinkel	Geen effect	Ja	Ja
Pipoos	Beperkt negatief	Ja	Ja/Nee
Computerwinkel (Mycom, Paradigit, PCX)	Minimaal	Ja	Ja

Retailers	Effect binnenstad/woonboulevard	Inspelen op marktbehoefte	Formule passend op locatie
Fietswinkel (Halfords, Itek, Leenders Hengelo)	Geen effect	Nee	Ja
Automaterialen (Brezan, Halfords)	Geen effect	Nee	Ja
Ruitersport winkel	Minimaal	Ja/Nee	Ja
Outdoorsport (Bever, de Vrijbouter)	Geen effect	Ja/Nee	Ja

Juridisch-planologische mogelijkheden tot branchebeperking in bestemmingsplan

Voor de realisatie van detailhandel in het Heracles stadion is een bestemmingsplanwijziging benodigd. Gelet op de mogelijke risico's (negatieve effecten op de binnenstad en woonboulevard) die bestaan bij een wijziging naar een generieke detailhandelsbestemming (alle detailhandelsbranches) met grootschalige winkels en het beoogde programma van de ontwikkelcombinatie, is het mogelijk opportuun om een specifieke (beperkte) branchering op te nemen, die in de toekomst het afbreukrisico voor het centrum (in het geval van wijzigingen in het huurdersbestand in het Heracles stadion) blijvend minimaliseert.

Wij raden aan om een specifieke branchering in het bestemmingsplan op te nemen, hetgeen makkelijker gezegd dan gedaan is. In de ruimtelijk ordening is namelijk voorgeschreven dat een dergelijke beperking in het bestemmingsplan alleen ingegeven kan worden door ruimtelijke argumenten c.q. motieven. De meest bekende toepassing op het gebied van detailhandel is het bestaan van winkels met volumineuze artikelen, zijnde ABC goederen en Perifere Detailhandels Vestigingen (PDV).

Toch denken wij dat er mogelijkheden zijn om zowel publiek-, als privaatrechtelijk tot een specifieke (beperkte) branchering in het bestemmingsplan te komen. Een publiekrechtelijke oplossing ligt eerder voor de hand, omdat hiermee door de gemeente de bepaalde branchering beter kan worden afgedwongen. Omdat het opnemen van een branchering ten behoeve van het tegengaan van leegstand in het centrum mogelijk als ruimtelijk argument gezien kan worden, lijkt het opnemen van een specifieke branchering haalbaar. Wel raden we aan om de mogelijkheden voor branchering verder juridisch uit te laten zoeken.

Bijlagen

Bijlage 1. Koopkrachtbinding- en toevloeiing

Tabel 1. Onderverdeling branche-indeling KSO naar Locatus

Hoofdbranche (Locatus)	Artikelgroep (KSO)	Binding	Toevloeiing
Levensmiddelen	Dagelijks	92%	17%
Warenhuis	Niet-dagelijks	55%	42%
Kleding & Mode	Kleding	43%	50%
Schoenen & Lederwaren	Schoenen	57%	42%
Huishoudelijk & Luxe artikelen	Huishoudelijke artikelen	69%	31%
Sport & Spel	Niet-dagelijks	55%	42%
Hobby	Niet-dagelijks	55%	42%
Media	Electronica	49%	35%
Plant & dier	Bloemen, planten en tuinartikelen	76%	28%
Bruin en witgoed	Electronica	49%	35%
Auto & fiets	Niet-dagelijks	55%	42%
Doe-het-zelf	Doe-het-zelf	78%	26%
Wonen	Woninginrichting	45%	48%
Warenhuis	Niet-dagelijks	55%	42%

Bijlage 2. Distributieplanologische berekeningen

Tabel 1. DPO hoofdbranche levensmiddelen (vanwege lokaal verzorgingsgebied maar één scenario)

Inwoners	72.255
Bestedingen per inwoner	€ 2.244
Bestedingspotentieel	€ 162.149.735
Koopkrachtbinding	92%
Gebonden bestedingen	€ 149.177.756
Koopkrachttoevloeiing	13%
Toevloeiende bestedingen	€ 22.290.929
Totale bestedingen	€ 171.468.685
Norm vloerproductiviteit	€ 8.295
Haalbaar aanbod (m ² wvo)	20.672
Gevestigd aanbod (m ² wvo)	25.035
Uitbreidingsruimte (m² wvo)*	-4.363

Bron: berekening Ecorys.

Tabel 2. DPO hoofdbranche Warenhuis

Inwoners	183.426
Bestedingen per inwoner	€ 112
Bestedingspotentieel	€ 20.613.870
Koopkrachtbinding	55%
Gebonden bestedingen	€ 11.332.078
Koopkrachttoevloeiing	42%
Toevloeiende bestedingen	€ 8.209.459
Totale bestedingen	€ 19.541.537
Norm vloerproductiviteit	€ 3.204
Haalbaar aanbod (m ² wvo)	6.099
Gevestigd aanbod (m ² wvo)	5.213
Uitbreidingsruimte (m² wvo)*	886

Bron: berekening Ecorys.

Tabel 3. DPO hoofdbranche Kleding & Mode

Inwoners	183.426
Bestedingen per inwoner	€ 684
Bestedingspotentieel	€ 125.401.045
Koopkrachtbinding	43%
Gebonden bestedingen	€ 54.535.809
Koopkrachttoevloeiing	50%
Toevloeiende bestedingen	€ 54.082.672
Totale bestedingen	€ 108.618.480
Norm vloerproductiviteit	€ 3.360
Haalbaar aanbod (m ² wvo)	32.327
Gevestigd aanbod (m ² wvo)	47.606
Uitbreidingsruimte (m² wvo)*	-15.279

Bron: berekening Ecorys.

Tabel 4. DPO hoofdbranche Schoenen & Lederwaren

	Scenario I
Inwoners	183.426
Bestedingen per inwoner	€ 127
Bestedingspotentieel	€ 23.362.386
Koopkrachtbinding	57%
Gebonden bestedingen	€ 13.258.564
Koopkrachttoevloeiing	42%
Toevloeiende bestedingen	€ 9.505.441
Totale bestedingen	€ 22.764.004
Norm vloerproductiviteit	€ 2.760
Haalbaar aanbod (m ² wvo)	8.248
Gevestigd aanbod (m ² wvo)	14.152
Uitbreidingsruimte (m² wvo)*	-5.904

Bron: berekening Ecorys.

Tabel 5. DPO hoofdbranche Huishoudelijke & Luxe artikelen

	Scenario I
Inwoners	183.426
Bestedingen per inwoner	€ 184
Bestedingspotentieel	€ 33.841.104
Koopkrachtbinding	69%
Gebonden bestedingen	€ 23.488.216
Koopkrachttoevloeiing	31%
Toevloeiende bestedingen	€ 10.458.671
Totale bestedingen	€ 33.946.887
Norm vloerproductiviteit	€ 2.280
Haalbaar aanbod (m ² wvo)	14.889
Gevestigd aanbod (m ² wvo)	11.567
Uitbreidingsruimte (m² wvo)*	3.322

Bron: berekening Ecorys.

Tabel 6. DPO hoofdbranche Sport & Spel

	Scenario I
Inwoners	183.426
Bestedingen per inwoner	€ 190
Bestedingspotentieel	€ 34.871.797
Koopkrachtbinding	55%
Gebonden bestedingen	€ 19.170.099
Koopkrachttoevloeiing	42%
Toevloeiende bestedingen	€ 13.887.669
Totale bestedingen	€ 33.057.767
Norm vloerproductiviteit	€ 3.336
Haalbaar aanbod (m ² wvo)	9.909
Gevestigd aanbod (m ² wvo)	13.271
Uitbreidingsruimte (m² wvo)*	-3.362

Bron: berekening Ecorys.

Tabel 8. DPO hoofdbranche Hobby en Media (samengevoegd)

	Scenario I
Inwoners	183.426
Bestedingen per inwoner	€ 136
Bestedingspotentieel	€ 24.908.427
Koopkrachtbinding	52%
Gebonden bestedingen	€ 12.978.291
Koopkrachttoevloeiing	38%
Toevloeiende bestedingen	€ 8.089.279
Totale bestedingen	€ 21.067.570
Norm vloerproductiviteit	€ 2.760
Haalbaar aanbod (m ² wvo)	7.633
Gevestigd aanbod (m ² wvo)	5.950
Uitbreidingsruimte (m² wvo)*	1.683

Bron: berekening Ecorys.

Tabel 9. DPO hoofdbranche Plant & Dier

	Scenario I
Inwoners	183.426
Bestedingen per inwoner	€ 217
Bestedingspotentieel	€ 39.853.483
Koopkrachtbinding	76%
Gebonden bestedingen	€ 30.464.173
Koopkrachttoevloeiing	28%
Toevloeiende bestedingen	€ 11.718.586
Totale bestedingen	€ 42.182.759
Norm vloerproductiviteit	€ 1.380
Haalbaar aanbod (m ² wvo)	30.567
Gevestigd aanbod (m ² wvo)	50.758
Uitbreidingsruimte (m² wvo)*	-20.191

Bron: berekening Ecorys.

Tabel 10. DPO hoofdbranche Bruin & Witgoed

	Scenario I
Inwoners	183.426
Bestedingen per inwoner	€ 236
Bestedingspotentieel	€ 43.289.128
Koopkrachtbinding	49%
Gebonden bestedingen	€ 21.313.385
Koopkrachttoevloeiing	35%
Toevloeiende bestedingen	€ 11.367.514
Totale bestedingen	€ 32.680.899
Norm vloerproductiviteit	€ 5.460
Haalbaar aanbod (m ² wvo)	5.986
Gevestigd aanbod (m ² wvo)	7.718
Uitbreidingsruimte (m² wvo)*	-1.732

Bron: berekening Ecorys.

Tabel 11. DPO hoofdbranche Auto & Fiets

	Scenario I
Inwoners	183.426
Bestedingen per inwoner	€ 42
Bestedingspotentieel	€ 7.730.201
Koopkrachtbinding	55%
Gebonden bestedingen	€ 4.249.529
Koopkrachttoevloeiing	42%
Toevloeiende bestedingen	€ 3.078.547
Totale bestedingen	€ 7.328.076
Norm vloerproductiviteit	€ 2.640
Haalbaar aanbod (m ² wvo)	2.776
Gevestigd aanbod (m ² wvo)	12.659
Uitbreidingsruimte (m² wvo)*	-9.883

Bron: berekening Ecorys.

Tabel 12. DPO hoofdbranche Doe-het-zelf

	Scenario I
Inwoners	183.426
Bestedingen per inwoner	€ 258
Bestedingspotentieel	€ 47.411.902
Koopkrachtbinding	78%
Gebonden bestedingen	€ 36.862.721
Koopkrachttoevloeiing	26%
Toevloeiende bestedingen	€ 13.146.609
Totale bestedingen	€ 50.009.330
Norm vloerproductiviteit	€ 1.716
Haalbaar aanbod (m ² wvo)	29.143
Gevestigd aanbod (m ² wvo)	32.866
Uitbreidingsruimte (m² wvo)*	-3.723

Bron: berekening Ecorys.

Tabel 13. DPO hoofdbranche Wonen

	Scenario I
Inwoners	183.426
Bestedingen per inwoner	€ 416
Bestedingspotentieel	€ 76.271.320
Koopkrachtbinding	45%
Gebonden bestedingen	€ 34.333.941
Koopkrachttoevloeiing	48%
Toevloeiende bestedingen	€ 32.304.982
Totale bestedingen	€ 66.638.923
Norm vloerproductiviteit	€ 1.440
Haalbaar aanbod (m ² wvo)	46.277
Gevestigd aanbod (m ² wvo)	111.642
Uitbreidingsruimte (m² wvo)*	-65.365

Bron: berekening Ecorys.

Bijlage 3. Omschrijving Hoofdbranches

Detailhandel			
ID	BRANCHECODE	BRANCHE	TOELICHTING
Dagelijks			
11.010.005		Diepvriesart	Vrijwel uitsluitend verkoop van diepgevroren artikelen
11.010.012		Groente/Fr	Vrijwel uitsluitend verkoop van aardappelen, groente en fruit
11.010.111		Bakker	Verkoop van brood en banket, met evt gelegenheid om het ter plekke op te eten, maar dit mag niet de hoofdactiviteit zijn
11.010.112		Vlaaien	Verkoop van banket, met de nadruk op vlaaien
11.010.120		Buiten Ov	Winkels met algemeen levensmiddelenaanbod maar met belangrijk assortiment voor west-Europa niet gangbare producten
11.010.123		Toko	Winkel die met name oosterse levensmiddelen verkoopt
11.010.132		Chocola	Winkel die zich bijna uitsluitend richt op de verkoop van chocola en pralines
11.010.137		Koffie/Thee	Winkel die met name koffie en thee verkoopt, evt aangevuld met spullen die bestemd zijn voor het koffie/thee drinken
11.010.141		Delicatessen	Winkel die speciale veelal luxere levensmiddelen verkoopt en vaak ook veel kant- en klaar producten
11.010.261		Kaas	Winkel voor de verkoop van kaas
11.010.309		Minisuper	Zie supermarkt, maar winkel is maximaal 149 m ²
11.010.350		Nachtwinkel	Minisuper met (late) avond en nachtopening
11.010.378		Noten	Verkoop van noten
11.020.395		Haarproducten	Verkoop van haarproducten (bijvoorbeeld extensions, kappersbenodigdheden)
11.010.399		Poeller	Verkoop van wild en gevogelte
11.010.423		Reform	Biologisch-dynamische, ecologisch en macrobiotisch geteelde producten aangevuld met voedingsupplementen, homeopathische artikelen en kruiden
11.010.471		Slagerij	Verkoop van vlees en vleeswaren
11.010.477		Slijter	Verkoop van alcoholhoudende en alcoholvrije dranken
11.010.519		Supermarkt	Winkel met een minimaal 5 verschillende soorten dagelijkse artikelen, die elk minimaal 5% van de omzet genereren. Dagelijkse artikelen vormen meer dan 50% van de omzet, maar geen van de groepen levert an sich meer dan 50% vd omzet. Opp vd winkel is minimaal 150 m ²
11.010.522		Tobak/Lect	Verkoop van tabaksproducten en rokersbenodigdheden, veelal in combinatie met tijdschriften, candybars e.d.
11.010.555		Tobak speciaalzaak	Verkoop van enkel tabaksproducten en rokersbenodigdheden, geen tijdschriften e.d.
11.010.588		Vis	Verkoop van vis, schaal- en weekdieren
11.010.657		Zoetwaren	Verkoop van snoep en suikerwerk, ook doopsuikers
11.010.912		Ziekenh Wink	Verkoop van dagelijkse artikelen in een ziekenhuis
11.010.950		Levensmid Ov	Alle verkoop van levensmiddelen die niet in een van bovenstaande kan worden ingedeeld (graanproducten bij molens, boerderijwinkels e.d.)

Mode & Luxe			
22.030.618		Warenhuis	Hieronder vallen winkels waar 50 of meer personen werkzaam en die voldoen aan de volgende criteria: de verkochte producten behoren tot acht of meer branches, waarbij elke branche een omzetaandeel van meer dan 5%, geen enkele klasse heeft een omzetaandeel van 50% of meer; voedings- en genotmiddelen hebben een omzetaandeel van minder dan 50%;
22.040.072		Beenmode	Verkoop van kousen, sokken en panty's
22.040.093		Bont	Winkel gespecialiseerd in de verkoop van (nep)bont kleding
22.040.114		Bruidskled	Winkel die zich met name richt op de verkoop van bruidskleding
22.040.135		Damesmode	Bovenkleding vrijwel uitsluitend voor dames
22.040.138		D&H Mode	Verkoop van zowel dames als heren bovenkleding
22.040.216		Herenmode	Bovenkleding vrijwel uitsluitend voor heren
22.040.258		Kindermode	Bovenkleding vrijwel uitsluitend voor kinderen. (n.b. maatvoering van de kleding vindt plaats in kindermaten)
22.040.324		Leermode	Verkoop van leren kleding en leren kleding accessoires voor zowel dames/heren als kinderen
22.040.330		Lingerie	Verkoop van onder- en nachtkleding, korsetten en bustehouders
22.040.360		Modeaccess	Verkoop van een of meer van de volgende artikelen: bijouterieën (=sieraden van onedele metalen, kunststof en/of textiel), hoofddeksels, shawls, stropdassen, riemen, paraplu's, handschoenen, niet lederen tassen.
22.040.495		Sportkleding	Verkoop van uitsluitend kleding bedoeld voor dragen tijdens het sporten of specifieke sportkleding die in het dagelijks gebruik wordt gedragen
22.040.543		Textielsuper	Verkoop van een algemeen assortiment aan kleding in het lage marktsegment, verkoop vindt met name plaats vanuit graaibakken, afrekenen meestal bij een kassa bij de uitgang van de winkel.
22.040.546		Modewarenh	Verkoop van een algemeen assortiment aan kleding in het midden marktsegment. kleding hangt overwegend in kledingrekken.
22.050.321		Lederwaren	Winkels in lederwaren en reisartikelen, ook van ledervervangende stoffen, waaronder portefeuilles, etuis, portemonnees, tassen, koffers en dergelijke
22.050.453		Schoenen	Winkels in schoeisel, inclusief sportschoeisel en schoenfournituren, zoals veters, schoensmeer, inlegzolen, enz.

22.070.207 Glas/Aardew	Uitsluitend verkoop van huishoudelijke artikelen van glas, porselein en aardewerk, zoals eet- en drinkserviezen, vazen, bloempotten en dergelijke.
22.070.240 Huishoud Art	Winkels met een breed assortiment huishoudelijke artikelen, zoals Glas/Aardew, kleine huishoudelijke apparaten, hout-, kurk-, riet- en plasticwaren, potten, pannen, bestek en andere huishoudelijke metaalwaren en niet-elektrische huishoudelijke artikelen en apparaten voorzover niet elders genoemd.
22.070.243 Huish linnen	Winkels gespecialiseerd in de verkoop van huishoudelijk textiel, handdoeken, theedoeken, pannenlappen, ovenhandschoenen, washanden e.d.
22.070.264 Cadeau Art	Winkels met een huishoudelijk assortiment, met name bedoeld om cadeau te geven
22.070.288 Kookwinkel	Winkels in potten, pannen, bestek en huishoudelijke metaalwaren die gebruikt worden voor de maaltijdvoorbereiding

Vrije tijd

35.100.125 Buitensport	Verkoop van sportartikelen voor outdoor sporten (bergwandelen, klimmaterieel, trekking, navigatie e.d.)
35.100.444 Ruitersport	Verkoop van artikelen voor paardensport
35.100.486 Speelgoed	Verkoop van speelgoed: spellen, puzzels en dergelijke; spelcomputers
35.100.487 Modelbouw	Verkoop van modelbouwdozen.
35.100.492 Sportzaak	Verkoop van algemeen assortiment sport, meerdere sporten en zowel kleding als accessoires
35.100.591 Hengelsport	Winkel gespecialiseerd in artikelen voor hengelsport
35.100.627 Watersport	Winkel gespecialiseerd in de verkoop van artikelen voor watersport, o.a. Zeilen, windsurfen, waterskiën
35.100.950 Sport Spec	Gespecialiseerde sportwinkel niet eerder genoemd (o.a. Winkel met artikelen voor Hardlopen, darten, golfen e.d. of uitsluitend verkoop sportschoenen)
35.110.165 Electronica	Elektronische artikelen voor hobby doeleinden, motoren/besturing voor modelbouw, apparatuur voor zendamateurs e.d.
35.110.189 Foto/Film	Verkoop van foto en film apparatuur, camera's, lenzen, statieven e.d.. Verder foto- en filmrolletjes, dataopslag voor fotocamera's e.d. Evt in combinatie met het maken van foto's en fotoreportages, maar dit mag niet de hoofdactiviteit zijn.
35.110.227 Handvaardigh	Diverse handvaardigheidartikelen, zoals boetseerlei, schildermaterialen e.d.
35.110.228 Wol/Handwerk	Verkoop van hobbyartikelen zolang het maar textielgebonden is, d.w.z. breien, stoffen borduren enz.
35.110.366 Munten/Postz	Verkoop van munten en postzegels voor verzamelaars in combinatie met apparatuur voor deze verzamelaars.
35.110.372 Muziekinstr	Verkoop van muziekinstrumenten, evt in combinatie met bladmuziek (piano's, blaasinstrumenten, slagwerk e.d.)
35.110.375 Naaimachines	Winkel met name gericht op de verkoop van naaimachines
35.110.510 Stoffen	Verkoop van stoffen voor o.a. Zelfmaak-kleding e.d.
35.120.090 Boekhandel	Verkoop van boeken, tijdschriften en kranten. N.B. De winkels in antiquarische boeken en tweedehands boeken horen niet bij deze branche
35.120.091 Stripboeken	Winkel gespecialiseerd in de verkoop van stripboeken
35.120.129 Beeld/Geluid	Winkels met als hoofdactiviteit de verkoop van beeld- (Video/DVD) en/of geluidsdragers (CD's / LP's)
35.120.180 Softwa/Games	Winkels met als hoofdactiviteit de verkoop van computersoftware en -games.
35.120.276 Kantoorart	Verkoop van kantoor- en schoolbenodigdheden, zoals schrijf- en tekenbenodigdheden, kantoorartikelen e.d.
35.120.411 Poster/Kaart	Verkoop van posters (niet zijnde kunst) en kaarten, maar ook de bijbehorende lijsten
35.120.750 Boek&Kantoor	Combinatie van de verkoop van het assortiment van boekhandels en kantoorartikelen, waarbij beide groepen een substantieel deel van de omzet vormen.
35.120.760 Inktvullers	Winkel voor de verkoop van inktcartridges voor printers en het navullen van eigen cartridges

In/Om huis

37.130.027 Aquariums	Winkel gespecialiseerd in de verkoop van aquariums, siervissen en bijbehorende artikelen
37.130.087 Bloem/Plant	Verkoop van snijbloemen en kamerplanten.
37.130.147 Dibevo	Verkoop van levende have, zoals knaagdieren, vogels, vissen en reptielen, diervoeding, accessoires, zoals kooien, aquaria, speelgoed en riemen, diergeneesmiddelen en onderhoudsproducten zoals kattenbakvulling
37.130.555 Tuinartikelen	Winkel gespecialiseerd in de verkoop van artikelen tbv tuinieren, gereedschap, potgrond e.d. Maar geen of nauwelijks verkoop van groen
37.140.558 Tuincentrum	Verkoop van algemeen assortiment aan tuinartikelen, bloemen, planten, boomkwekerijgewassen, zaden en tuinbenodigdheden, evt in combinatie met zelfweek, waarbij het omzet aandeel van zelf gekweekte producten minder dan 50% van de omzet moet uitmaken
37.130.559 Tuinmeubelen	Verkoop van meubilair voor de tuin, tuinstoelen, tuintafels, maar ook bijv. bbq-meubilair.
37.150.117 Radio & Tv	Verkoop van overwegend audio en videoapparatuur (Cd/dvd spelers, stereo's, tv's e.d.)
37.150.130 Computers	Verkoop van met name computers en computer randapparatuur (monitoren/printers e.d.)
37.150.231 Huishoud Ond	Winkel voor de verkoop van onderdelen voor zelfreparatie van elektronische apparatuur.
37.150.537 Telecom	Winkel voor de verkoop van telecom apparatuur (meestal mobiele telefoons, maar ook vaste telefoons/faxen e.d.)
37.150.639 Witgoed	Verkoop van overwegend witgoed, zoals wasmachines, koelkasten, fornuizen, magnetrons en vrieskasten;
37.150.642 Electro	Verkoop van algemeen assortiment, minimaal twee groepen (van computers/bruingoed/witgoed of telecom) moeten een substantieel deel van de omzet leveren.
37.160.039 Automaterialen	Verkoop van materialen ter verfraaiing of zelfreparatie van auto's
37.160.043 Car HiFi	Verkoop en evt installatie ter plekke voor audio apparatuur in auto's

37.160.177 Rijwielen	Winkel die zich met name richt op de verkoop van rijwielen en bromfietsen, reparatie
37.170.096 Bouwmarkt	Verkooppunten met een breed assortiment DHZ-artikelen, waaronder ten minste 6 van de volgende groepen: ijzerwaren, handgereedschap; installatiemateriaal (elektra/water); elektrisch handgereedschap, hout en houtwaren; groot en/of klein sanitair; verf, verproducten en toebehoren; behang; tuinartikelen niet-levend. Het oppervlak van de winkel bedraagt minimaal 800 m ² .
37.170.099 Bouwmateriaal	Verkoop van vrijwel uitsluitend bouwmaterialen
37.170.100 Sauna/Zwembad	Verkoop van materiaal voor aanleg van saunas en zwembaden (evt in combinatie met installatie)
37.170.102 Deur/Kozijn	Verkoop van vrijwel uitsluitend deuren, kozijnen, dakkapellen e.d.
37.170.108 Breedpakket	Definitie zie bouwmarkt, maar het VVO bedraagt maximaal 799 m ²
37.170.237 Hout	Verkoop van vrijwel uitsluitend hout en houtwaren voor doe-het-zelf doeleinden
37.170.249 IJzerw&Gereed	Verkooppunten met een breed en diep assortiment, van met name ijzerwaren (incl. bevestigingsmaterialen; hang-/sluitwerk); installatiemateriaal, (elektra); elektrisch gereedschap en machines; handgereedschap; tuin gereedschap. Het assortiment is dus duidelijk breder dan bij bouwmarkten en breedpakket
37.170.280 Sanitairmat	Verkoop van groot en/of klein sanitair, met name bedoeld voor zelfmontage
37.170.576 Verf/Behang	De verkooppunten voeren een breed en diep assortiment van de volgende twee groepen: verf, verproducten en toebehoren; behang, wandbekleding; eventueel aangevuld woningtextiel en/of zonwering. De beide eerste groepen moeten wel het overgrote deel van de omzet leveren.
37.180.054 Babywoonwinkel	Winkel gespecialiseerd in de verkoop van meubels voor de inrichting van babykamers, ook verkoop van kinderwagens, maxi-cosies e.d.
37.180.066 Slaapkam/Bed	Winkel gespecialiseerd in de verkoop van meubels voor slaapkamers
37.180.291 Keukens	Winkel gespecialiseerd in de verkoop van inbouwkeukens (evt in combinatie met de installatie)
37.180.348 Meubelen	Winkel met een breed assortiment aan meubels
37.180.350 Woonwaren	Verkoop van zowel meubels als andere woninginrichtingartikelen (vloerbedekking, woningtextiel, verlichting e.d.), maar ook hh artikelen
37.180.381 Oost Tapijten	Verkooppunt gespecialiseerd in de verkoop van oosterse tapijten
37.180.440 Keukens/Badk	Verkoop van zowel inbouwkeukens als badkamermeubilair (evt in combinatie met installatie)
37.180.447 Badkamers	Verkoop van badkamermeubilair (evt in combinatie met installatie)
37.180.579 Verlichting	Verkoop van verlichtingsartikelen
37.180.630 Parket/Lamin	Verkoop van houten en laminaat vloeren (in combi evt met leggen)
37.180.635 Tegels	Verkoop van wand- en vloertegels (evt in combi met zetten)
37.180.645 Woninginr	Verkoop van artikelen voor woninginrichting algemeen assortiment waarvan meubels, woningtextiel en vloerbedekking deel uitmaken, waarbij het omzetaandeel van meubels enerzijds en woningtextiel en vloerbedekking anderzijds minder dan 70% uitmaakt van de omzet.
37.180.648 Woningtext	Verkoop van gordijnen en vitrages, binnenzonwering, dekbedden, lakens en slopen, matrassen, bodems, woningtextiel- en meubelstoffen, eventueel in combinatie met het meten en snijden van woningtextielstoffen en op maat naaien en ophangen van gordijnen;
37.180.651 Woondecorat	Verkoop van relatief kleine woninginrichtingproducten die als aanvulling op het basisinterieur dienen. De producten vormen vaak een belangrijk decoratief en sfeerbepalend element in het interieur.
37.180.663 Zonwering	Verkoop van buitenzonwering (evt in combi met plaatsing)



Postbus 4175
3006 AD Rotterdam
Nederland

Watermanweg 44
3067 GG Rotterdam
Nederland

T 010 453 88 00
F 010 453 07 68
E netherlands@ecorys.com

W www.ecorys.nl

Sound analysis, inspiring ideas