

**Detailhandelsvisie Hengelo 2006 – 2016**  
*Geactualiseerde beleidsvisie 2012*

Gemeente Hengelo  
Januari 2012



Sector Beleid en Projecten  
Afdeling Ruimtelijke en Economische Ontwikkeling

Digitale plan ID: NL.IMRO.0164.SV0001-0301

## Inhoudsopgave

<b>1.</b>	<b>Inleiding.....</b>	<b>3</b>
1.1	Aanleiding en doel.....	3
1.2	Definitie en afbakening.....	3
1.3	Totstandkoming visie.....	3
1.4	Reikwijdte.....	4
1.5	Leeswijzer.....	4
<b>2.</b>	<b>Trends en ontwikkelingen.....</b>	<b>5</b>
2.1	Consumentengedrag.....	5
2.2	Detailhandelsontwikkelingen.....	5
2.3	Demografische ontwikkelingen in Hengelo.....	7
<b>3.</b>	<b>Beleid.....</b>	<b>8</b>
3.1	Landelijk beleid.....	8
3.2	Omgevingsvisie en verordening Overijssel (2009).....	8
3.3	Netwerkstad / Regio.....	8
3.4	Beleid Hengelo.....	8
3.4.1	Structuurvisie Hengelo 2030 en Sociale visie 2020.....	8
3.4.2	Collegeprogramma.....	9
3.4.3	Binnenstadsprogramma.....	9
3.4.4	Overig aanverwant beleid.....	10
3.4.4.1	Ambulante handel.....	10
3.4.4.2	Horecabeleid.....	10
3.4.4.3	Wijkeconomie.....	11
3.4.4.4	Internet / Postorder.....	11
3.4.4.5	Winkeltijden.....	11
3.4.4.6	Parkeren en bereikbaarheid.....	12
3.4.4.7	Benzinestations.....	12
3.4.4.8	Boerderijen.....	13
3.4.4.9	Deregulering.....	13
<b>4.</b>	<b>Bestaande detailhandelsstructuur Hengelo.....</b>	<b>14</b>
4.1	Algemeen.....	14
4.2	Economisch functioneren.....	15
4.3	Binnenstad Hengelo.....	15
4.4	PDV/GDV Locaties.....	16
4.5	Wijk- en buurtwinkelcentra.....	16
<b>5.</b>	<b>Toekomstvisie detailhandel: geactualiseerd beleid 2012.....</b>	<b>18</b>
5.1	Ambities, strategische lijnen én ontwikkelingen.....	18
5.2	A. Dagelijks winkelen.....	18
5.2.1	A. Ambitie.....	18
5.2.2	A. Strategische lijn.....	18
5.2.3	A. Ontwikkelingen.....	19
5.3	B. Recreatief winkelen.....	20
5.3.1	B. Ambitie.....	20
5.3.2	B. Strategische lijn.....	20
5.3.3	B. Ontwikkelingen.....	20
5.4	C. Doelgericht winkelen.....	24
5.4.1	C. Ambitie.....	24
5.4.2	C. Strategische lijn.....	24
5.4.3	C. Ontwikkelingen.....	24
5.5	Overige aanverwante strategische lijnen.....	25
5.6	Actieplan.....	26

## **1. Inleiding**

### **1.1 Aanleiding en doel**

De *Beleidsvisie Detailhandel Hengelo 2006 – 2016* is in november van het jaar 2006 vastgesteld door de gemeenteraad. Deze detailhandelsvisie geeft onvoldoende antwoorden op beleidsvragen die in de huidige tijd gesteld worden. In november 2009 is in de gemeenteraad een motie aangenomen om de detailhandelsvisie te actualiseren.

In het coalitieakkoord 2010-2014 '*Investeren in verbinding*' heeft het college van B&W uitvoering gegeven aan deze motie. Daartoe is in september 2010 een bestuurlijke opdracht vastgesteld.

De ontwikkelingen en trends die in deze actualisatie zijn meegenomen zijn met name:

- demografische ontwikkelingen;
- economische ontwikkelingen;
- veranderingen in koopkracht, koopstromen en winkelgedrag;
- rol van wijkwinkelcentra;
- rol van de binnenstad in relatie tot perifere locatie Plein-Westermaat;
- detailhandel op bedrijventerreinen;
- planologische besluiten welke sinds 2006 zijn genomen.

Het doel van deze beleidsvisie is het scheppen van een breed gedragen geactualiseerd beleidskader dat antwoord moet geven op de vraag wat Hengelo wil bereiken met het winkelen en het winkelaanbod. De actualisatie van de detailhandelsvisie is geslaagd wanneer de visie en opgaven door zowel gemeente als partners worden herkend. Belangrijk is dus dat de detailhandel zichzelf ook herkent in de onderliggende analyse van de beleidsvisie, de ambities, de strategieën en de ontwikkelingen.

De voorliggende actualisatie betreft een aanscherping van de beleidsvisie uit 2006. Bij een algehele herijking van het detailhandelsbeleid zal er uitvoeriger onderzoek worden verricht naar de effecten als vergrijzing, werkgelegenheid en arbeidsparticipatie op de detailhandelsstructuur in Hengelo. Ook zullen tegen die tijd de effecten van e-commerce duidelijkere vormen aangenomen hebben.

### **1.2 Definitie en afbakening**

Onder detailhandel wordt in dit kader verstaan het bedrijfsmatig te koop aanbieden, waaronder begrepen de uitstalling ten verkoop, het verkopen en/of leveren van goederen aan personen die goederen kopen voor gebruik, verbruik of aanwending anders dan in de uitoefening van een beroeps- of bedrijfsactiviteit alsmede anders dan voor verbruik ter plaatse. Detailhandel omvat dus zowel de verkoop via de winkel en de ambulante handel, als via het internet of postorder.

De aandacht zal zich in deze nota vooral richten op detailhandel vanuit winkels (detailhandelsvestigingen). Echter, er worden ook nieuwe verkoopkanalen benoemd. Onder verkoop vanuit winkels wordt verstaan: "het bedrijfsmatig en voor de verkoop ter plaatse aanbieden van artikelen aan eindgebruikers".

### **1.3 Totstandkoming visie**

Zoals onder paragraaf 1.1 reeds is aangegeven, wordt de detailhandelsvisie uit 2006 geactualiseerd. Die detailhandelsvisie geldt dus als input voor de huidige actualisatie. Vanaf het opstellen van de opdracht eind 2010 is er contact geweest met ondernemers, ondernemersverenigingen en belanghebbenden.

Naast interne beleids- en onderzoeksdocumenten zijn diverse brancherapporten en onderzoeken verwerkt in de voorliggende actualisatie, te weten:

- ABN AMRO (2011), *De consument van 2015, cross channel retail*
- Blauw Research (2010), *Multichannel Monitor 2010*
- CBW.Mitex (2010), *Branche in detail, woonzaken 2010*
- DTNP (2011), *Dynamiek door beleid, hoe de overheid de winkelmarkt stimuleert*
- DTNP (2006), *Hengelo, detailhandelsstructuurvisie*
- DTNP (2010), *Kiezen of delen, beleid op maat voor perifere detailhandel*
- HBD (2010), *2010, jaarboek detailhandel*
- I&O Research (2010), *Deelrapportage, Koopstromenonderzoek 2010, Gemeente Hengelo*
- I&O Research (2010), *Regiorapportage, Koopstromenonderzoek 2010*

- Jones Lang LaSalle (2009), *Retail Market Special 2009, de winkelstraat verandert*
- Locatus (2011), *Winkelpassantentellingen, Hengelo Ov Centrum 2011*
- Ministerie van Economische Zaken (2010), *Handboek Wijkeconomie*
- Nederlandse Raad van Winkelcentra (2010), *Dynamiek van winkelgebieden*
- Provincie Overijssel (2007), *Detailhandelsvisie Overijssel 2007*
- Thuiswinkel.org (2011), *Online betalen 2011*
- TNO (2010), *Online winkelen in Nederland, noodzaak tot slimmere logistiek*
- VAKCentrum (2010), *Zelfstandige levensmiddelenhandelaren en hun meerwaarde*

Bij de definitieve vaststelling van de geactualiseerde detailhandelsvisie zal tevens de inspraaknotitie beschikbaar komen.

#### **1.4 Reikwijdte**

De visie richt zich op de detailhandel in Hengelo en gaat in ieder geval in op de ontwikkelingen en trends die in paragraaf 1.1 zijn genoemd. Enerzijds geeft het detailhandelsondernemingen en andere marktpartijen duidelijkheid over de ontwikkelingsrichting. Anderzijds is de beleidsvisie bedoeld als toetsingskader voor huidige en toekomstige fysieke ontwikkelingen. De visie geeft het college handvaten om bij ontwikkelingen te kunnen sturen op (het behoud van) ruimtelijke kwaliteit. Het is met nadruk geen instrument om economische verhoudingen te reguleren.

##### *Toelichting*

In deze visie is te vinden op welke locaties in Hengelo Perifere detailhandel mogelijk is.

De vraag of detailhandelsformule Y wenselijk is in het wijkwinkelcentrum wordt niet beantwoord, dit moet door de markt zelf worden opgepakt.

#### **1.5 Leeswijzer**

In hoofdstuk twee worden de huidige trends en ontwikkelingen geschetst. Naast consumentengedrag en detailhandelsontwikkelingen is er ook aandacht voor demografische ontwikkelingen. Hoofdstuk drie gaat in op het achterliggende en aanverwante beleid, zowel nationaal als lokaal. De bestaande detailhandelsstructuur is in hoofdstuk vier weergegeven. Naast de fysieke structuur is er ook aandacht voor koopstromen en het economisch functioneren. In hoofdstuk vijf, welke zelfstandig leesbaar is, worden de ambities, de strategische lijnen en de ontwikkelingen weergegeven. Hieruit moet blijken wat de gemeente Hengelo met het winkelen en het winkelaanbod wil bereiken.

## 2 Trends en ontwikkelingen

### 2.1 Consumentengedrag

Het gedrag van de consumenten bij het winkelen hangt samen met het bezoekmotief. Er kan een onderscheid gemaakt worden tussen drie typen bezoekmotieven, die elk ook een ander ruimtelijk patroon kennen. Hoewel veel winkels vanuit meer dan één bezoekmotief worden bezocht, specialiseren veel winkels en winkelgebieden zich primair op één type winkelgedrag.

De volgende bezoekmotieven en typen winkelgebieden zijn te onderscheiden:

1. *boodschappen doen*: de aankoop van voedings- en genotmiddelen en frequent benodigde non-food staat centraal. Verder zijn de verkrijgbaarheid, het gemak, parkeren en de bereikbaarheid belangrijk. Bijbehorende winkelgebieden zijn wijk- en buurtwinkelcentra, maar ook bijvoorbeeld traffic locaties (NS-station, benzinepomp);
2. *recreatief winkelen*: hierbij gaat het vooral om keuzegevoelige artikelen (mode, boeken). Het rondkijken en ontspannen spelen hierbij een belangrijke rol. Bijbehorende winkelgebieden zijn de binnensteden en hoofdwinkelcentra;
3. *doelgericht winkelen*: hierbij gaat het enerzijds om artikelen die niet keuzegevoelig zijn (doe-het-zelf), anderzijds gaat het om duurdere en laagfrequent gekochte artikelen (meubelen, auto's). Belangrijk zijn vindbaarheid, zichtbaarheid en bereikbaarheid. Voor de laatste categorie is men bereid relatief grote afstanden af te leggen. Bijbehorende winkelgebieden zijn PDV-locaties, meubelboulevards.

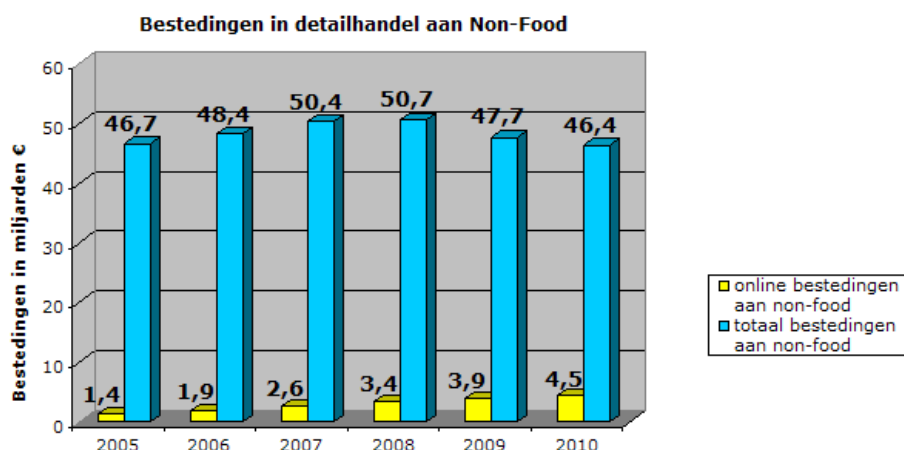
Het gedrag van de consument laat zien dat doelgericht winkelen ook steeds vaker in recreatieve winkelgebieden plaats vindt. Dit zogenaamde runshoppin zorgt ervoor dat bezoekers niet het gehele winkelgebied ervaren en relatief korter in het winkelgebied aanwezig zijn. Gemiddeld verblijven bezoekers bijna 2 uur in het centrum van Hengelo. Dit is vergelijkbaar met 2008 en 2009. Dat bezoekmotieven gecombineerd worden is ook te zien op PDV-locaties. De consument gaat doelgericht naar een bepaalde meubelzaak en binnen deze meubelzaak wordt recreatief gewinkeld.

### 2.2 Detailhandelsontwikkelingen

#### Internet

Onder online bestedingen verstaan we de online aankopen van producten voor privé-doeleinden, waarbij de bestelling via internet (online) heeft plaatsgevonden. De betaling hoeft niet per definitie online te gebeuren. Het gaat om de bestedingen van consumenten bij een webwinkel of via een website van een fysieke winkel.

De online-bestedingen in Nederland aan non-food namen in 2010, net als in voorgaande jaren, toe. De groei hiervan was 15%. De online bestedingen aan non-foodproducten kwamen uit op bijna € 4,5 miljard. Opvallend daarentegen is dat de totale bestedingen aan Non-food artikelen met 1,5 % is gedaald over het jaar 2010. De totale bestedingen aan Non-food artikelen lopen dus terug en verschuiven van de fysieke winkel naar de online winkel.



De thuiswinkelmarkt bestaat niet alleen uit internet, maar ook uit de kanalen catalogus, post, televisie en telefoon. Branchevereniging Thuiswinkel.org verwacht dat de online bestedingen binnen vijf tot 10 jaar zullen stijgen tot 20% van de totale omzet in non-foodproducten.

Een internetwinkel kan worden gezien als een nieuw afzetkanaal voor een winkel die zich reeds fysiek ergens gevestigd heeft. Ook is de tegengestelde trend zichtbaar: een groothandel of magazijn, aan huis of op een bedrijventerrein, dat als basis dient voor de internetactiviteiten gaat op locatie verkopen aan de particulier. Dit is alleen mogelijk indien dit volgens het geldende bestemmingsplan is toegestaan.

#### *Schaalvergroting in structuur*

Het aantal m<sup>2</sup> wvo<sup>1</sup> per winkelgebied neemt toe. Er vindt een geleidelijke schaalvergroting plaats in de voorzieningsstructuur. Het gevolg is dat buurtcentra/-strips verdwijnen en binnensteden en grote wijk- en themacentra opkomen.

#### *Ontwikkeling van supermarkten*

De schaalvergroting in winkelvloeroppervlakte bij supermarkten zet door. De gemiddelde wijksupermarkt heeft tegenwoordig al gauw een oppervlakte tussen de 1200 en 1600 m<sup>2</sup>. Deze schaalvergroting leidt tot grotere verzorgingsgebieden voor supermarkten en tot een afnemend aantal vestigingen. Vooral de kleinere supermarktvestigingen zullen door deze ontwikkeling hun deuren sluiten. Grootschalige formules van 3.000 m<sup>2</sup> en groter proberen al enige tijd voet aan de grond te krijgen in de grotere Nederlandse gemeenten. Veel gemeenten zijn nog terughoudend ten opzichte van deze initiatieven.

#### *Schaalvergroting door meer filialen*

Het aandeel filiaalbedrijven nam de afgelopen 10 jaar toe van 28% naar 35%. Ook dit is een vorm van schaalvergroting met als doel het vergroten van het marktaandeel. Het doorzetten van deze trend zorgt voor een daling van het aantal zelfstandigen en meer homogenisering van winkelgebieden.

#### *Ontwikkeling speciaalzaken*

De supermarkten hebben een steeds groter marktaandeel in handen, hierdoor neemt de rol van de speciaalzaken in de dagelijkse food-benodigdheden af. Supermarkten hebben een ruimer assortiment, ook in dagelijkse artikelen. De consument kan dus voor meer artikelen in eenzelfde winkel terecht. Daarnaast is wel een trend van superspecialisatie zichtbaar. Er duiken, zowel in het dagelijkse als niet-dagelijkse segment, vaker winkels op met een zeer specialistisch of bijzonder assortiment. Hierbij kan voor Hengelo gedacht worden aan een winkel als Kaldi of De Dondersteen.

#### *Belang van de detailhandel als werkgever*

De detailhandel in Hengelo was in 2010 goed voor 5.758 arbeidsplaatsen. Dit betreft detailhandel exclusief de handel in en reparatie van auto's, motorfietsen en aanhangers. De binnenstad is de belangrijkste werkgever met bijna 1.300 arbeidsplaatsen. De wijk Woolde, met o.a. winkelgebied Plein Westermaat, is een goede tweede met 1000 arbeidsplaatsen. Ongeveer 10% van het totale aantal werkzame personen in Hengelo is werkzaam in de detailhandel (Beleidsonderzoek en Geo Informatie).

#### *Meer zelfstandigen met pensioen*

De beroepsbevolking neemt in omvang af. De komende tien jaar gaat een groeiend deel van de bevolking met pensioen. Dit geldt ook voor de zelfstandige winkeliers. Circa 40% van hen is ouder dan 50, eenzesde zelfs ouder dan 60 jaar. Meer dan voorheen gaan zelfstandigen stoppen. Zij worden minder opgevolgd door starters waardoor veel winkels sluiten zonder opvolger. Dit doet zich vooral voor op locaties buiten winkelcentra.

#### *Branchevervaging*

Dit verschijnsel gaat zich steeds vaker voor doen. Supermarkten hebben een breder assortiment in non-food artikelen, maar ook bouwmarkten en meubelzaken hanteren een assortiment dat niet binnen de geldende branche past. Gemeenten kunnen alleen controleren of het assortiment binnen de geldende detailhandelsbestemming past. Een supermarkt die besluit kleding te verkopen kan dit doen op basis van het bestemmingsplan. Een meubelzaak, gevestigd op een perifere detailhandelslocatie, met een aanzienlijk assortiment aan bijvoorbeeld bruin- en witgoed is niet toegestaan op basis van het bestemmingsplan en het detailhandelsbeleid.

---

<sup>1</sup> Wvo: winkelvloeroppervlak

#### *Detailhandel als nevenactiviteit*

Bedrijven op locaties zonder detailhandelsbestemming gaan in meerdere mate detailhandelsactiviteiten ontplooiën. Te denken valt aan een groothandel of een productiebedrijf dat zijn goederen ook aan particulieren gaat leveren.

### **2.3 Demografische ontwikkeling in Hengelo**

In de periode tot 2020 zal het totaal aantal inwoners naar verwachting eerst nog verder toenemen, tot boven de 83.000 in 2020. Daarna kan het aantal inwoners nog verder stijgen, tot bijna 85.000 in 2030. Op dit moment blijft de bevolkingsontwikkeling iets achter bij de Primos-prognose 2009. Het is dus afwachten of het aantal inwoners op korte termijn inderdaad weer aantrekt onder invloed van opgeleverde nieuwbouw.

De potentiële beroepsbevolking neemt in de toekomst in omvang af en het aantal ouderen is de afgelopen jaren al steeds toegenomen, en zal dit ook in de toekomst blijven doen. Voor deze doelgroep zijn de bereikbaarheid en toegankelijk van voorzieningen erg belangrijk.

## **3 Beleid**

### **3.1 Landelijk beleid**

In de Nota Ruimte (2005) is het beleid voor PDV en GDV vervangen door integraal locatiebeleid voor bedrijven en voorzieningen:

- Doelstelling van het locatiebeleid is: ieder bedrijf een goede vestigingsplaats zodat een optimale bijdrage wordt geleverd aan de kracht van steden en dorpen.
- Provincies concretiseren locatiebeleid in het provinciale beleid. Uitgangspunt is dat nieuwe locaties voor detailhandel niet ten koste mogen gaan van de bestaande structuur in wijkcentra en binnensteden.

Op 1 juli 2008 is de nieuwe Wet op de Ruimtelijke Ordening (Wro) in werking getreden. Belangrijke veranderingen ten opzichte van de voormalige wetgeving zijn:

- Gemeenten zijn verplicht om actuele bestemmingsplannen op te stellen
- In bestemmingsplannen is, behalve de bestemming detailhandel, branchering (branchebeperking) toegestaan.
- Branchebeperkingen moeten wel worden gemotiveerd vanuit overwegingen van ruimtelijke kwaliteit (ruimtelijke relevantie) en niet met argumenten van concurrentiebeperking (economische ordening).

### **3.2 Omgevingsvisie en verordening Overijssel (2009)**

Het ruimtelijke beleid van de provincie Overijssel is vastgelegd in de Omgevingsvisie en de Omgevingsverordening:

- Ingezet wordt op het behouden en versterken van de leefbaarheid van steden en dorpen door te sturen op concentratie van voorzieningen en stimuleren van herstructurering.
- Weidewinkels (PDV / GDV buiten de bestaande stedelijke omgeving) wordt niet toegestaan
- Nieuwe grootschalige detailhandel mag alleen vestigen in of aansluitend op bestaande winkelcentra. Bij regionale uitstraling dient aangetoond te worden dat geen sprake is van ontwrichting van de bestaande detailhandelsstructuur.
- Op bedrijventerreinen kan een ontheffing worden gegeven voor vestiging van volumineuze of grootschalige detailhandel waarvoor in binnensteden en wijkwinkelcentra geen ruimte is.
- Voor locaties elders binnen de stedelijke centra kan ontheffing worden gegeven voor vestiging van GDV, indien deze thematisch aan deze perifere locatie is gebonden.

### **3.3 Netwerkstad / Regio**

Er is geen overkoepelend detailhandelsbeleid voor de Netwerkstad vastgesteld. De detailhandelsontwikkelingen en het te voeren beleid vragen per gemeente veel aandacht. De insteek per gemeente is hierop zeer verschillend. Er is echter wel behoefte aan informatie-uitwisseling en afstemming. Hiertoe wordt op ambtelijk niveau structureel overleg gevoerd. Hierdoor vindt zoveel mogelijk afstemming plaats tussen de gemeenten hoe om te gaan met nieuwe trends en ontwikkelingen in de detailhandel.

### **3.4 Beleid Hengelo**

#### **3.4.1 Structuurvisie Hengelo 2030 en Sociale Visie 2020**

De Structuurvisie geeft antwoord op de vraag hoe Hengelo zich moet ontwikkelen en hoe zij er in 2030 uitziet. Hengelo wil haar ontwikkeling ombuigen van "Groei naar Kwaliteit," hetgeen een breuk is met het verleden.

Uit de eerste evaluatie van Hengelo 2030 (december 2010) blijkt dat demografische en economische veranderingen niet leiden tot een wijziging van het perspectief van *Structuurvisie Hengelo 2030*. Wel moet in de beleidsprogramma's en projecten meer aandacht worden geschonken aan de indirecte effecten. Zo zullen deze ontwikkelingen gevolgen hebben voor het draagvlak voor voorzieningen. Het betekent ook dat prioritaire (woningbouw)projecten, die zijn gestart onder een gunstig economisch klimaat, over een langere periode worden uitgesmeerd, programma's in projecten worden herontwikkeld of projecten die uiteindelijk niet ontwikkeld worden omdat de vraag terugloopt.

Een aantrekkelijke binnenstad vormt een bindend element: winkelaanbod, inrichting, horeca, vermaak en evenementen en ruimte voor ontmoetingen. Dat is bevestigd in het binnenstadsdebat uit 2009 en onderstreept in het coalitieakkoord, welke in paragraaf 3.4.2 besproken wordt. We



blijven investeren in die aantrekkelijkheid, waarbij een grotere rol is weggelegd voor onze externe partners. Belangrijke dragers zijn horeca en detailhandel.

In de evaluatie zijn de ruimtelijke implicaties van de sociale opgave (*Sociale Visie 2020*) bekeken. Deze hebben geen ingrijpende wijziging in de fysieke structuur van onze stad tot gevolg. Het betreft meer aandachtspunten bij de verder invulling van de kernopgaven uit de Structuurvisie Hengelo 2030. Een aantal daarvan concreet:

- Voorzieningen en accommodaties: de Sociale Visie legt de nadruk op de programma's en activiteiten die er plaatsvinden. Flexibiliteit en medegebruik van accommodaties moet mogelijk zijn.
- Toegankelijkheid: juist om de deelname aan de activiteiten te bevorderen (participatie) moeten accommodaties bereikbaar, dichtbij en toegankelijk zijn. Dat betekent onder andere goed gesitueerd in de wijk;
- Wijkeconomie: faciliteren. De individualisering, maar ook de financiële crisis, leiden tot meer bedrijvigheid in de wijken. ZZP'ers en starters beginnen hun activiteiten vanuit huis. Zij hebben behoefte aan werkplaatsen aan of dichtbij huis.
- Binnenstad: recht doen aan centrum van ontmoeting.

### **3.4.2 Collegeprogramma**

In het coalitieakkoord 2010-2014 '*Investeren in verbinding*' heeft het college ingezet op verbinden met de samenleving. Nadrukkelijk wordt ingezet op het benutten van de kracht van de stad, haar burgers en haar partners. Het college wil inzetten op het versterken van de economische structuur van de binnenstad. Horeca en detailhandel zijn daarvoor dragende factoren. Bekeken zou worden hoe het dereguleringsinstrument Bedrijven Investeringszone (BIZ) kan worden toegepast. Inmiddels is deze BIZ per 1 januari 2011 voor het Centrum ingesteld.

Het college ziet de binnenstad bij uitstek als de huiskamer van Hengelo, de plek van verbinding en ontmoeting voor de Hengeloërs en bezoekers van de stad. De ontwikkeling van de Binnenstad wordt opgepakt in goed overleg met belanghebbenden. Hierbij is de goede verhouding met de binnenstadsondernemers essentieel voor een aantrekkelijke binnenstad. De gebiedsontwikkeling Lange Wemen, Blokkercomplex (gerealiseerd in 2010) en de Lambertushof/Wetstraatkwartier vormen daarbij belangrijke dragers.

Voor het andere belangrijke winkelgebied, Plein Westermaat en Westermaat-Zuidwest, wordt een mobiliteitsplan opgesteld. Ondernemers aldaar hebben belang bij goede bereikbaarheid.

### **3.4.3 Binnenstadsprogramma**

De essentie van politieke programma's zit in de verandering die we tot stand willen brengen. Die veranderambities zijn recent (nog eens) benoemd in een aantal visiedocumenten ((Evaluatie) Hengelo 2030, Sociale Visie 2020 en het Coalitieakkoord '*Investeren in verbinding*').

Uit deze verzamelde ambities en de daarbinnen aangebrachte accenten in samenhang bezien zijn vijf besloten politieke programma's gedestilleerd. Hieronder het programma '*Naar een aantrekkelijke binnenstad.*'

De essentiële veranderbeweging in het programma Binnenstad is het creëren van een vitale binnenstad waar de inwoners van Hengelo zich thuis voelen en waartoe ook de inwoners van de ons omringende gemeenten en toeristische bezoekers zich aangetrokken voelen. Om de bovenstaande veranderbeweging te stimuleren formuleert het college de volgende mijlpalen:

- Drie glanzende parels: Stationsplein, Markt en Burgermeester Jansenplein;
- Een actieve, florerende ondernemersvereniging in de Binnenstad (met de BIZ als instrument) als bestendig partner voor de gemeente met een gezamenlijke focus op een goed ondernemersklimaat;
- Een binnenstad met een duidelijk en herkenbaar evenementenprofiel, o.a. als modecentrum van Twente;
- 'Reuring' in de binnenstad, meer bezoekers en meetbaar tevreden klanten.

In het najaar van 2011 zal het definitief programma binnenstad worden vastgesteld. Dan zal een bredere invulling gegeven aan (het bereiken van) de genoemde mijlpalen.

### **3.4.4 Overig aanverwant beleid**

#### **3.4.4.1 Ambulante handel**

##### *Standplaatsen*

Op 26 januari 2010 heeft de gemeenteraad het Standplaatsenbeleid vastgesteld. Er zijn twee soorten standplaatsen: tijdelijke en vaste. Onder de tijdelijke standplaatsen worden ook de seizoensstandplaatsen gerekend. Bij standplaatsverkoop wordt met een voertuig, een kraam, een tafel of ander middel diensten of goederen verkocht wat in de basis complementair moet zijn aan het aanwezige aanbod in de naastgelegen winkelconcentratie.

Het uitgangspunt is dat de gemeente conform standplaatsenbeleid bepaalt dat er een vaste standplaats komt. Winkeliersverenigingen worden benaderd om het soort en de locatie van de vaste standplaats te bepalen. Komen zij er niet uit, dan bepaalt de gemeente het soort en de locatie van de vaste standplaats.

##### *Venten*

Onder venten kan het uitoefenen van ambulante handel, met uitzondering van de markt en standplaatsen, worden verstaan. Het gaat hier bijvoorbeeld om de verkoop van goederen langs deuren. Voor venten is geen beleid ontwikkeld en voor venten is geen ventvergunning benodigd. Deze vergunning is in het kader van deregulering afgeschaft. Mocht er, bijvoorbeeld door melding van overlast, aanleiding toe zijn, kan de gemeente een vergunning weer verplicht stellen.

##### *Warenmarkt*

Toekomstbestendige warenmarkt

De warenmarkt is een belangrijke trekker voor de binnenstad van Hengelo. Om klanten ook in de toekomst te kunnen binden aan de warenmarkt, moet deze worden verbeterd. Het gaat dan om zaken als vakmanschap, aankleding, branchering, indeling van de markt en de rol van de marktmeester. Ook is het belangrijk om goed te communiceren naar de klant toe, bijvoorbeeld over de openingstijden van de markt.

Gezamenlijk met de marktkoopliden is een traject gestart om deze punten nader uit te werken. Om de kwaliteit te verbeteren wordt een andere manier van plekken toewijzen op de markt ingevoerd. Marktkoopliden moeten aan bepaalde criteria voldoen en solliciteren naar een plek op de markt. Ook is er continue aandacht voor de branchering en indeling van de markt. De markt heeft een eigen website [www.markthengelo.nl](http://www.markthengelo.nl). waarop de markt wordt aangeprijsd en de vrije plekken worden aangekondigd. Ook kunnen er met de binnenstadsondernemers acties ontwikkeld worden en kan worden onderzocht of themamarkten of een markt op bijvoorbeeld een koopzondag interessant is.

In de zomer van 2011 heeft de warenmarkt tijdelijk als een lint door de stad gestaan. De ervaringen over deze opstelling waren over het algemeen positief. Zowel bij marktkoopliden, winkeliers als consumenten. De lintmarkt is in ieder geval een goede alternatieve locatie voor de warenmarkt en zal voortaan ook als zodanig gebruikt worden in plaats van het Wetplein. Onderzocht kan worden of de warenmarkt vaker in deze opstelling gezet kan worden bij speciale gelegenheden of evenementen.

#### **3.4.4.2 Horecabeleid**

Horeca heeft een wisselwerking met de detailhandel. Tijdens het winkelen wordt vaak ook een horecagelegenheid aangedaan. Horeca draagt bij aan de levendigheid en gezelligheid in de stad. Goede horecavoorzieningen zijn dan ook belangrijk en aanvullend voor de detailhandel. In december 2005 is het horecabeleid 2005 -2015 vastgesteld door de gemeenteraad. Dit horecabeleid zal in het jaar 2012 worden geactualiseerd.

Vooraf voor de binnenstad is het belangrijk een juiste samenhang tussen dag-/ avondhoreca en detailhandel te verwezenlijken. Samen met partners in de binnenstad is voor de binnenstad aangegeven waar activiteiten een plaats moeten krijgen. Hierdoor is het voor de gemeente mogelijk zowel haar detailhandels- als horecabeleid met bijbehorende actieprogramma's daar op in te richten.

### 3.4.4.3 Wijkeconomie

Onder wijkeconomie wordt de economie in de wijken verstaan. Het gaat om bedrijvigheid die zich in de wijken bevindt. Deze bedrijvigheid draagt bij aan de economische vitaliteit en leefbaarheid van de wijk en daarmee aan de stad als geheel. Vooral detailhandel draagt bij aan deze leefbaarheid. De bedrijvigheid op de bedrijventerreinen en grote winkelgebieden, bijvoorbeeld Plein Westermaat, vallen niet onder Wijkeconomie.

In het algemeen heeft wijkeconomie tot doel het behouden dan wel stimuleren van economische activiteiten in de wijken. De economische activiteiten hoeven zich echter niet specifiek op de wijk zelf te richten. De bedrijvigheid kan ook gericht zijn op de hele stad of daarbuiten.

Onder wijkeconomie wordt dus ook de detailhandel in de wijken verstaan. Vooral de losse winkels en winkels in kleine winkelstrips zijn aandachtspunten in de wijken, maar ook de winkels in de aanloopstraten van de binnenstad. De binnenstad is in dit kader een bijzondere wijk.

De gemeente richt zich bij wijkeconomie op de ruimtelijke fysieke omgeving van bedrijven en de sociale aspecten van de bedrijvigheid. Dit betekent onder meer aandacht voor bedrijfsruimte in nieuwe ontwikkelingen, de ruimtevraag van ondernemers beantwoorden, maar ook ondersteuning van startende ondernemers.

Met betrekking tot de detailhandel gaat het erom een goede balans te vinden tussen de wenselijke ruimtelijke detailhandelsstructuur en wijkeconomie. De vraag die dan vooral beantwoord moet worden, is welke andere economische bestemming gegeven kan worden aan een afgewaardeerd winkelpand om de economische functie in de wijk wel te behouden. De verwachting is dat deze vraag de komende jaren frequenter wordt.

### 3.4.4.4 Internet/Postorder

Zowel internet als postorderverkoop valt onder de detailhandel. Zolang deze verkoop vanuit een magazijn gebeurt, heeft dit geen invloed op de ruimtelijke detailhandelsstructuur. Vooral bij internetverkoop wordt echter ook vaak de mogelijkheid geboden de goederen te bezichtigen en af te halen. Vaak zijn deze bedrijven gevestigd op een bedrijventerrein op een groothandelsbestemming. Zodra echter sprake is van verkoop aan particulieren op de locatie zelf, is er sprake van detailhandel en kan dat van invloed zijn op de detailhandelsstructuur. Wanneer is sprake van een winkel en wanneer van een afhaalmogelijkheid voor internetverkoop? De volgende definities kunnen hierin uitsluitsel geven:

De volgende combinatie van activiteiten is te beschouwen als een **winkel**:

- verkoop van goederen aan de eindverbruiker;
- tonen van verkoopwaar (of delen daarvan) in een voor het publiek vrij toegankelijke ruimte; en
- het ter plekke kunnen afrekenen.

De volgende combinatie is te beschouwen als een **afhaalmogelijkheid voor internetverkoop**:

- het bieden van de mogelijkheid aan de eindgebruiker om bestelde goederen af te kunnen halen;
- een vrij voor het publiek toegankelijke afhaalruimte zonder verkoopwaar van maximaal 10 m<sup>2</sup>; en
- het ter plekke kunnen afrekenen van bestelde goederen.

### 3.4.4.5 Winkeltijden

De detailhandel moet met haar openingstijden rekening houden met het wettelijke kader van de Winkeltijdenwet. In Hengelo is tevens een Verordening Winkeltijden opgesteld, waarin de regels van de wet nader zijn uitgewerkt. De winkels mogen van maandag tot en met zaterdag geopend zijn van 6.00 uur tot 22.00 uur. Daarnaast biedt de Verordening Winkeltijden de mogelijkheid voor een vrijstelling voor (beperkte) openstelling op zondag of 's nachts.

In Hengelo worden jaarlijks koopzondagen vastgesteld. Hiervoor is Hengelo ingedeeld in twee gebieden, de binnenstad en het gebied daarbuiten. Voor beide gebieden worden jaarlijks door het college twaalf koopzondagen vastgesteld. Vooral een aantal ondernemers van Plein-Westermaat

hebben de wens geuit voor meer koopzondagen. Wettelijk mogen er echter jaarlijks 12 koopzondagen worden vastgesteld per gebied. Deze mogelijkheid is in de Verordening Winkeltijden overgenomen.

De verordening en de wet bieden ook nog de mogelijkheid voor levensmiddelenwinkels om de zondagavond geopend te zijn. Naast de reguliere avondwinkel maken ook supermarkten hier gebruik van. Wettelijk is bepaald dat Hengelo 5 ontheffingen voor de zondagavond kan verlenen. Deze beperkte mogelijkheid tot opening op zondag biedt niet alle ondernemers in de gemeente gelijke kansen. De gemeente heeft deze ongelijkheid kunnen herstellen door in overleg met de ontheffinghouders te komen tot afspraken zodat geen van de supermarkten in Hengelo op zondag meer open gaan. De gemeente zal in het verlengde hiervan haar Verordening Winkeltijden aan moeten passen. Het college zal de gemeenteraad hier in het eerste kwartaal van 2012 een voorstel doen. Zolang het huidige wettelijke kader van kracht is wil het college nieuwe ontheffingen voor de zondagsopenstelling alleen verlenen aan de reguliere avondwinkel.

#### **3.4.4.6 Parkeren en bereikbaarheid**

Belangrijk voor het goed functioneren van een winkelgebied is een goede bereikbaarheid en voldoende parkeermogelijkheden. Dit is een continu aandachtspunt bij de ontwikkeling van nieuwe winkelgebieden, maar ook bij bestaande. Zeker voor de binnenstad is dit een belangrijk aandachtspunt, dit geldt ook voor expeditieverkeer. Als de stad niet goed bereikbaar is of als er niet geparkeerd kan worden, kan dit voor de bezoeker een reden zijn de stad minder vaak te bezoeken.

In de binnenstad van Hengelo liggen de parkeerlocaties evenwichtig gespreid en op korte (loop)afstand van het kernwinkelgebied. Er zijn drie parkeergarages en diverse parkeergelegenheden op maaiveld. Er zijn voldoende parkeerplaatsen aanwezig, ook op drukke momenten, zoals zaterdagmiddag, zijn er voldoende parkeerplaatsen vrij. Bij de ontwikkeling van Lange Wemen zal de parkeergarage Thiemsbrug verbouwd en uitgebreid worden.

De parkeerlocaties worden aangegeven via een statisch parkeerverwijssysteem. Voor de duidelijkheid naar de bezoekers toe zou een semi-dynamisch parkeerverwijssysteem (zgn. vol/vrij signalering) beter zijn. Vooralsnog wordt een dergelijk systeem niet nodig geacht, omdat er voldoende parkeercapaciteit is en de kosten van een dergelijk systeem erg hoog zijn. Bij ontwikkelingen zoals Lange Wemen zal het vraagstuk van parkeerverwijzing een integraal onderdeel vormen van het gehele parkeervraagstuk Lange Wemen en parkeren en bereikbaarheid / doorstroming centrum (ring).

In Hengelo wordt veel gebruik gemaakt van de fiets. De bereikbaarheid van de (binnen)stad per fiets is goed. De bewaakte stalling wordt goed gebruikt, zeker op de bekende (koop)pieken. Aandachtspunt blijft het fietsparkeervraagstuk tijdens evenementen met zeer veel bezoekers welke dan op de fiets komen.

Het parkeerbeleid is opgenomen in de Nota Autoparkeren 2008-2012 (december 2008). In 2010 heeft er een evaluatie plaatsgevonden van dit parkeerbeleid, vastgesteld in december 2010. Belangrijkste wijzigingen in het parkeerbeleid zijn het definitief afschaffen van betaald avondparkeren met uitzondering van de koopavond en het instellen van blauwe zones in de schilwijken daar waar er vraag naar is (in plaats van het invoeren van betaald parkeren in de schilwijken). De bereikbaarheid van het centrum is goed.

Ook op bedrijventerreinen is een goede bereikbaarheid van belang. De bereikbaarheid van Twentekanaal en Westermaat laat nog wel eens te wensen over. Vooral de bereikbaarheid van Plein Westermaat is niet optimaal tijdens piekmomenten, zoals koopzondagen en feestdagen. Ten aanzien van dit laatste is een groot pakket aan (verkeers)maatregelen in voorbereiding.

#### **3.4.4.7 Benzinstations**

Bij bemande benzinstations is meestal een kleine winkel te vinden. Een benzinstation is een zogenaamde trafficlocatie. Er komt en gaat verkeer. Het aanbod in een pompshop sluit veelal aan bij de behoefte van de reiziger. Daarmee vormen ze een onderdeel van de detailhandelsstructuur. Een pompshop moet echter niet uitgroeien tot een supermarkt. Daarom is er een maximale maat gesteld aan de grootte van een pompshop. Pompshops in de woonomgeving mogen maximaal 50

m<sup>2</sup> bvo<sup>2</sup> groot zijn, die aan invalswegen mogen maximaal 100 m<sup>2</sup> bvo groot zijn. De tankstations gelegen binnen een straal van 500 meter vanaf een afrit van de rijksweg mogen een pompshop van maximaal 250 m<sup>2</sup> bvo.

#### **3.4.4.8 Boerderijen**

Een andere vorm van kleinschalige detailhandelsontwikkelingen zijn de detailhandelsactiviteiten op boerderijen. Nu de agrarische sector sterk onder druk is komen te staan, wordt gezocht naar andere bronnen van inkomsten, zoals kamperen bij boer, caravanstalling, maar ook de verkoop van agrarische producten rechtstreeks aan de consument. Steeds vaker worden op boerderijen 'eigen' producten aangeboden, maar ook 'andere' producten. Het verkopen van eigen geteelde op geproduceerde goederen plus aanverwante artikelen kan beschouwd worden als een logisch verlengde van de hoofdactiviteit van de boerderij. De verkoop van op een boerenbedrijf geproduceerde c.q. geteelde producten is derhalve toegestaan, mits ondergeschikt aan de hoofdfunctie.

#### **3.4.4.9 Deregulering**

Deregulering is het afschaffen, vereenvoudigen of versoepelen van regelingen en wetten die de overheid oplegt aan bedrijven, instellingen en burgers. Deregulering hangt voor een groot deel samen met dienstverlening. Tevredenheid van bewoners en ondernemers neemt toe wanneer ze met minder regels te maken hebben. De gemeente kan zo bijvoorbeeld aanvragen sneller afhandelen.

In Hengelo hoeven bewoners en ondernemers niet meer bij elke activiteit een vergunning of ontheffing aan te vragen. De gemeente ziet alleen achteraf toe op juiste naleving van de wet. De gewijzigde Algemene Plaatselijke Verordening (APV) is hier een voorbeeld van, hieruit zijn tien soorten vergunningen geschrapt.

Een ander voorbeeld van deregulering is het Project Slim Handhaven. De Gemeente wil effectiever handhaven en handhaving minder belastend laten zijn voor bedrijfsleven en overheid.

Voor 2012 zijn speerpunten vastgelegd om de regeldruk te verminderen. Deze speerpunten worden nadrukkelijk meegenomen bij de herziening van de Welstandsnota en actualisatie van bestemmingsplannen. Vergunningen worden zoveel mogelijk gedigitaliseerd en overbodige regels worden afgeschaft. Verder onderzoekt de gemeente de mogelijkheden om bijvoorbeeld nog sneller een vergunning te verlenen, een digitaal horecaloket op te zetten en een algemeen kader te realiseren voor verkeersbesluiten.

---

<sup>2</sup> Bvo: bedrijfsvloeroppervlak.

## 4 Bestaande detailhandelsstructuur Hengelo

### 4.1 Algemeen

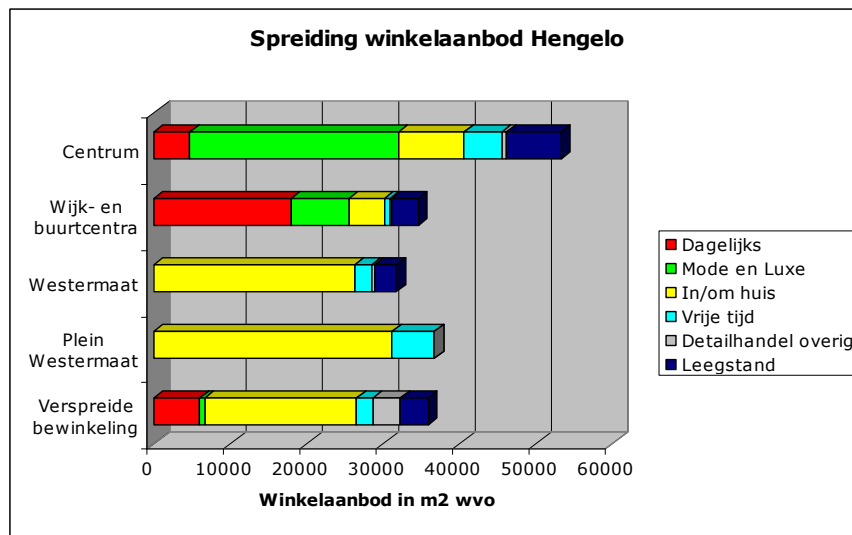
De gemeente Hengelo streeft winkelstructuur na die bezoekersmotieven koppelt aan fysieke locaties. Zo is het dagelijkse winkelen gekoppeld aan de wijk-/buurtwinkelcentra, is het recreatief winkelen gekoppeld aan de binnenstad en het doelgerichte winkelen aan de perifere locaties.

Hengelo heeft meer winkelvloeroppervlak (wvo) dan gemiddeld voor kernen met een vergelijkbare omvang. In totaal heeft Hengelo ca. 190.000 m<sup>2</sup> wvo<sup>3</sup>. Hengelo heeft met name een ruimer aanbod in de *overige recreatieve branches* (o.a. sport en spel, bruin- en witgoed) en in *gerichte non-food* (o.a. woninginrichting). Dit aanbod is verspreid over het centrum, Plein Westermaat, de wijk- en buurtcentra en verspreide bewinkeling. Het aanbod in bloemen, platen en tuinartikelen is beperkt: 48 % van de inwoners koopt deze artikelen buiten de eigen woonplaats.

Plein Westermaat is een detailhandelslocatie met een regionaal verzorgingsgebied. Het Koopstromenonderzoek uit 2010 stelt, dat met een omzet van ruim 140 miljoen euro Plein Westermaat het tweede winkelgebied in Oost Nederland is in de niet-dagelijkse artikelen. Ten opzichte van het vorige onderzoek (2005) heeft de elektrobranche van de niet-dagelijkse artikelgroepen de grootste toename van het regionale draagvlak (+ 65%), terwijl de grootste afname in het onderzoek is te zien in de artikelgroep Woninginrichting (- 35%).

Het Plein is qua omvang het tweede winkelgebied in Hengelo. Het centrum is het grootste winkelgebied in m<sup>2</sup>, maar is daarentegen relatief klein van omvang in vergelijking met soortgelijke winkelgebieden in steden met vergelijkbare omvang. Het centrum vervult een lokale recreatieve functie. De Hengeloër besteedt in de eigen binnenstad voor de artikelgroepen kleding (56%), schoenen (55%) en huishoudelijk (37%). Het centrum heeft een toevloeiing van 25% aan vreemde koopkracht (2006: 30%). Dit betekent dat 25 % van de bestedingen in het centrum door bezoekers aan Hengelo wordt gedaan. Ten opzichte van 2006 is de lokale verzorgingsfunctie dus licht afgenomen.

In onderstaande figuur is de spreiding van het winkelaanbod over de winkelgebieden voor de verschillende branches te zien.<sup>4</sup>



<sup>3</sup> Wvo: winkelvloeroppervlak, de voor het publiek toegankelijke winkelruimte, inclusief zichtbare ruimten zoals bijvoorbeeld etalages en de ruimte achter toonbanken. Wvo is gelijk aan vvo, verkoopvloeroppervlak. Tegenwoordig wordt het begrip wvo gehanteerd vanwege de verwarring die kan ontstaan met verhuurbaar vloeroppervlak.

<sup>4</sup> Bron: Locatus 2011

#### 4.2 Economisch Functioneren

Eens in de vijf jaar wordt er in Overijssel, deel Drenthe en Stedendriehoek een regionaal Koopstromenonderzoek gehouden. Dit onderzoek geeft een beeld van het economisch functioneren en de posities van de winkelgebieden in Hengelo, Twente en Overijssel. Uit het Koopstromenonderzoek van 2010 blijkt dat de totale omzet in de detailhandel in Oost-Nederland 3,1 miljard euro bedraagt. In Twente behaalt Enschede de hoogste omzet gevolgd door Hengelo. Hengelo laat van de grotere steden de sterkste toename in omzet zien sinds 2005, +15%. De binnenstad van Hengelo heeft een omzet van ongeveer 140 miljoen euro. Ten opzichte van 2005 is dat een afname van 30%. Plein Westermaat heeft een omzet van 143 miljoen euro en bezet daarmee een tweede plaats in de winkelgebieden voor niet-dagelijkse artikelen. De toename in omzet in Hengelo kan op het conto van Plein Westermaat en de wijk- en buurtcentra worden geschreven.

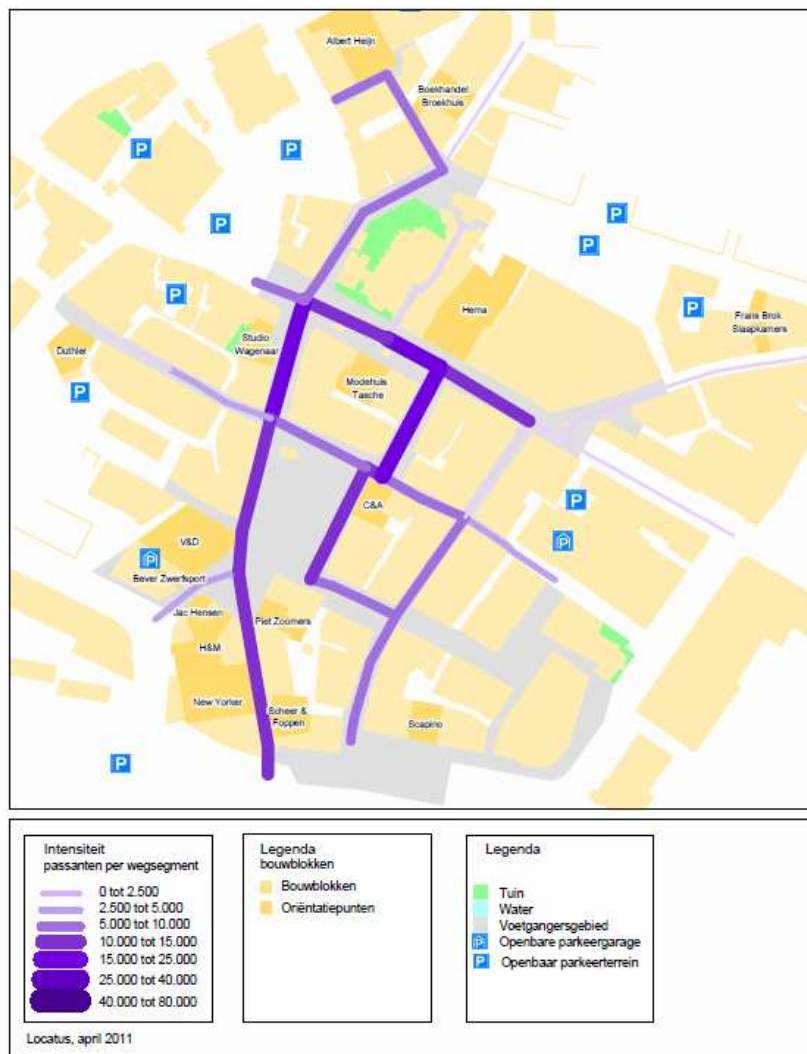
#### 4.3 Binnenstad Hengelo

De binnenstad van Hengelo heeft een omvang van bijna 47.000 m<sup>2</sup> wvo verspreid over bijna 230 verkooppunten. Hengelo heeft een relatief kleine en compacte binnenstad. De binnenstad heeft een relatief beperkt aanbod aan voedings- en genotmiddelen. Winkelcentrum Thiemsbrug is het boodschappencentrum. Ook het overige recreatieve aanbod en de gerichte non-food is wat kleiner van omvang dan gemiddeld. In vergelijking met de regio is de binnenstad van Hengelo na de binnenstad van Enschede het tweede winkelgebied wat betreft winkelvloeroppervlakte. Binnen Hengelo is de binnenstad na het Plein het belangrijkste centrum om de niet-dagelijkse aankopen te

doen. De binnenstad behaalt een marktaandeel van 34%. De binnenstad heeft het grootste marktaandeel in de artikelgroepen kleding, schoenen en huishoudelijke artikelen.

De binnenstad van Hengelo ligt centraal in de kern en is goed bereikbaar. Het parkeren is goed op orde. De parkeergarages en parkeerterreinen liggen goed gespreid en dichtbij het kernwinkelgebied. Uit de Centrummonitor 2010 blijkt dat bezoekers van Hengelo de goede bereikbaarheid en parkeervoorzieningen per fiets en per auto waarderen.

Het sterke punt van het kernwinkelgebied is de compacte opzet. Hierdoor is met een beperkte loopafstand een groot aantal winkels te bereiken. Ondanks de compactheid van het centrum is de doorbloeding ervan niet voldoende. Op belangrijke plekken ontbreken sterke aanbieders, waardoor delen van het centrum niet goed



worden bezocht. Voorbeelden hiervan zijn de kop van de Nieuwstraat/ Stationsplein en in de Wemenstraat / Thiemsbrug. Naast het ontbreken van sterke aanbieders kan ook een duidelijke routing het zogenaamde 'achtjes'-lopen versterken. Het gebied tussen Enschedesestraat, Markt, Telgen, Brinkstraat en Nieuwstraat is het sterkste deel van het centrum.

Het winkelaanbod in het centrum wordt voor het grootste deel gevormd door de modische, luxe en vrije tijdsbranche. De filialiseringsgraad voor deze recreatieve branches in de binnenstad van Hengelo is 53%. De meeste winkels bevinden zich in het middensegment. Hengelo onderscheidt zich van andere binnensteden door de aanwezigheid van enkele lokale modische aanbieders in het hogere segment.

Zowel uit de jaarlijkse binnenstadsonderzoeken en het Koopstromenonderzoek 2010 blijkt dat de bezoeker van Hengelo vooral de kwaliteit van de winkels waardeert, alhoewel een licht neergaande trend te signaleren is. De sfeer en gezelligheid van het winkelgebied worden het minst beoordeeld en dat is al een aantal jaren het geval. De inwoners en de bezoekers kiezen voor Hengelo vanwege de nabijheid, de veelheid aan winkels en de kwaliteit van de warenmarkt.

#### **4.4 PDV/GDV locaties**

##### *Plein Westermaat*

Plein Westermaat is één van de 13 aangewezen landelijke GDV locaties in stedelijke knooppunten als uitvloeisel van het rijks GDV beleid in de jaren negentig. Voor deze locatie is een regionale detailhandelsstructuurvisie opgesteld waarin is aangegeven hoe de invulling van Plein zou moeten worden. In totaal is er nu 42.000 m<sup>2</sup> wvo detailhandel gevestigd. Naast de branche woninginrichting zijn de branches bruin- en witgoed en sport en spel vertegenwoordigd. Plein valt onder de centra voor gerichte aankopen, hoewel het ook een aantal recreatieve branches huisvest.

Plein Westermaat heeft een (boven)regionale aantrekkingskracht. Dit blijkt ook uit het Koopstromenonderzoek 2010. Bijna 65% van de bezoekers aan Plein komt van buiten Hengelo. In 2005 lag dit nog op 90%. Hiermee heeft Plein vooral een sterke regionale verzorgingsfunctie. Een belangrijk deel van de bezoekers komt uit Duitsland. Plein Westermaat betreft de tweede plaats in het onderzoeksgebied met een omzet van 143 miljoen euro voor de niet-dagelijkse artikelen. Binnen Hengelo neemt Plein Westermaat een eerste plaats in voor wat betreft de niet-dagelijkse aankopen met een marktaandeel van 45%.

Westermaat Plein kent een gefaseerde ontwikkeling. De eerste twee fasen zijn ontwikkeld als PDV/GDV locatie, waarvoor een minimale oppervlakte geldt van 1.500 m<sup>2</sup>. Daarnaast zijn er voorwaarden gesteld aan de toegelaten branches. In de praktijk blijkt dat Westermaat Plein zich onderscheidt van andere winkelgebieden. Bij de ontwikkeling van de derde fase van Westermaat Plein is daarom aangesloten bij het grootschalige karakter van de fasen 1 en 2 en ook daar geldt de ondergrens van 1.500 m<sup>2</sup>.

Het bestemmingsplan Westermaat is in het tweede kwartaal van 2011 in werking getreden. Hieronder vallen onder andere de gebruiksregels met betrekking tot Plein Westermaat, fase I, II en III. Voor Plein Westermaat Fase III is de ontwikkeling opgenomen van 21.000 m<sup>2</sup> PDV met een minimale unit-maat van 1.500 m<sup>2</sup>. Daarnaast is voor Westermaat Zuid-West herbevestigd dat PDV mogelijk is op de daarvoor aangewezen percelen én dat verdere toevoeging of verruiming niet wenselijk is.

##### *Overige locaties*

De belangrijkste andere PDV locatie is Westermaat Zuidwest. Hier bevindt zich een groot aantal aanbieders op het gebied van auto's, woninginrichting, keukens en sanitair. Verder bevinden zich verspreid over Hengelo nog diverse aanbieders van volumineuze goederen, bijvoorbeeld op Timmersveld, Twentekanaal en Noordelijke Spoorzone.

De bouwmarkten zijn goed verspreid over Hengelo. Kleinere bouwmarkten zijn te vinden in de wijken. De grotere bouwmarkten zijn te vinden op de PDV-locaties en aan de radialen naar de binnenstad.

Het Gezondheidspark biedt ruimte aan ondergeschikte zorggerelateerde detailhandel in het centrumgebied van het Gezondheidspark

#### **4.5 Wijk- en buurtwinkelcentra**

Hengelo heeft momenteel vijf wijkwinkelcentra, Groot Driene, Esrein, Hasselo, Slangenbeek en Hengelose Es. De wijkwinkelcentra zijn, met uitzondering van het Esrein, moderne, eigentijdse winkelcentra met een goed aanbod in dagelijkse boodschappen. Daarnaast zijn er een drietal



buurtwinkelconcentraties in Klein Driene(verspreid over Mozartlaan, Josef Haydnlaan/ Schubertstraat), Olympiaplein/Berfloplein en de Oelerweg. Verder bevindt zich nog een aantal winkels voor de dagelijkse behoeften verspreid over de wijken. Dit is vooral in de oudere wijken het geval.

#### *Lange Wemen*

Het project Lange Wemen betreft de realisatie van ca. 9.260 m<sup>2</sup> bvo commerciële ruimten, bestaande uit ca. 8.160 m<sup>2</sup> bvo detailhandel, ca. 200 m<sup>2</sup> bvo commerciële dienstverlening en ca. 900 m<sup>2</sup> bvo horecaruimten. Het hiervoor genoemde metrage betreft voor een groot gedeelte een vervanging van te verwijderen detailhandelsruimten in het gebied. Per saldo wordt er ca. 3.000 m<sup>2</sup> bvo toegevoegd. Onderdeel van de nieuwe detailhandelsruimten zullen een nieuwe supermarkt en winkels in de dagelijkse artikelen zijn, die het boodschappenkarakter van het bestaande Thiemsbrug winkelcentrum versterkt waardoor een zesde wijkwinkelcentrum ontstaat.

#### *Esrein / Veldwijk-Noord*

De beoogde detailhandelsstructuur in Hengelo-Zuid bestaat uit een wijkwinkelcentrum en twee buurtsteunpunten. Het nieuwe winkelcomplex in Hart van Zuid heeft een sterke verwevenheid met het naastgelegen winkelgebied Esrein (Industriestraat). Er wordt een goede aansluiting gezocht tussen beide plandelen zodat het zal functioneren als één samenhangend winkelgebied. Het winkelcomplex is gesitueerd op de hoek van Esrein en Laan Hart van Zuid aan de kant van de Industriestraat en beslaat een oppervlakte van 4.000 m<sup>2</sup> wvo. Er is daar in ieder geval plaats voor twee supermarkten. Daarnaast wordt gezocht naar dagelijkse winkelvoorzieningen voor de invulling van de panden. Daarbij kan gedacht worden aan een bakker, winkel voor kantoorartikelen of drogisterij.

In de Berflo Es zijn de winkels nog erg verspreid en is het gewenst om tot een buurtsteunpunt te komen. In Veldwijk-Noord is een buurtwinkelcentrum voorzien dat onder andere de winkelstrip aan het Olympiaplein vervangt. Het nieuwe centrum krijgt een omvang van maximaal 3.000 m<sup>2</sup> (bvo). Het programma dient zich bij voorkeur te vullen met **één** supermarkt, winkels en dienstverlening.

#### *Klein Driene*

In Klein Driene/De Noork liggen de winkels verspreid over meerdere locaties in de wijk. Zo zijn er concentraties van winkels aan de Mozartlaan, Josef Haydnlaan en de Schubertstraat. Voor de drie winkelstrips geldt dat deze kampen met leegstand en achteruitgang. In de wijkontwikkelingsvisie Klein Driene (2007) is uitgesproken dat het gewenst is te komen tot een geconcentreerd aanbod in de buurt dat voorziet in de dagelijkse behoefte. Een dergelijke concentratie kan bijdragen aan een toekomstbestendiger buurtvoorziening.

#### *Oelerweg/Wilderinkshoek*

Na het gereedkomen van de Klokstee en de verplaatsing van de supermarkt naar deze locatie is de levensvatbaarheid van de detailhandelsvestigingen aan de Oelerweg verminderd. Dit leidt tot leegstand en verloedering. Dit zorgpunt is ook in het wijkperspectief Wilderinkshoek erkend. De opdracht is hier om met de eigenaren van de veelal (voormalige) winkelpanden tot een eigentijdse herinvulling te komen.

#### *Beckum*

Beckum was tot 2006 zelfvoorzienend in de basisbehoeften. Na de sluiting van de supermarkt is dit niet meer het geval. De supermarkt wordt gemist zowel als winkelvoorziening als ontmoetingsplek. De vraag is echter of een dergelijke voorziening voldoende bestaansrecht heeft in Beckum. Na het verdwijnen van de commerciële supermarkt zijn er eerst door de Fulldauerstichting en daarna door de Stichting Allercare pogingen ondernomen, om vanuit een meer maatschappelijke insteek, een supermarkt in Beckum te starten. Inmiddels is duidelijk geworden, dat deze pogingen op niets zijn uitgelopen. Nu komt er twee maal per week een mobiele supermarkt uit Haaksbergen. Bewoners uit Beckum en Oele doen hun boodschappen in Hengelo, Haaksbergen of Delden.

## 5 Toekomstvisie detailhandel: geactualiseerd beleid 2012

### 5.1 Ambitieniveau, strategische lijnen én ontwikkelingen

Hengelo heeft op het gebied van detailhandel voor de komende tien jaar ambities. Om dit ambitieniveau te verwezenlijken moet er worden ingezet op een aantal duidelijke strategische lijnen. We koppelen daarvoor winkelmotieven aan duidelijke ruimtelijke locaties:

<i>Motief</i>	<i>Locatie</i>
A Dagelijks winkelen	Wijk- en buurtwinkelcentra
B Recreatief winkelen	Binnenstad
C Doelgerichte aankopen	Perifere locaties incl. Plein-Westermaat

De toekomstvisie is niet zonder meer te bereiken. Dit zal inspanningen vergen van zowel de gemeente als haar partners. De belangrijkste spil hierin vormen de ondernemers zelf. De actiepunten zullen nader uitgewerkt worden in een actieplan met middelen, tijdschema en actiehouders. Waarnodig of gewenst zullen dan ook nadere afspraken met partners worden gemaakt, waarin wederzijdse inspanningen en intenties worden vastgelegd.

### 5.2 A. Dagelijks Winkelen

#### 5.2.1 A. AMBITIE

##### **Eigentijdse wijk- en buurtvoorzieningen voor de dagelijkse boodschappen.**

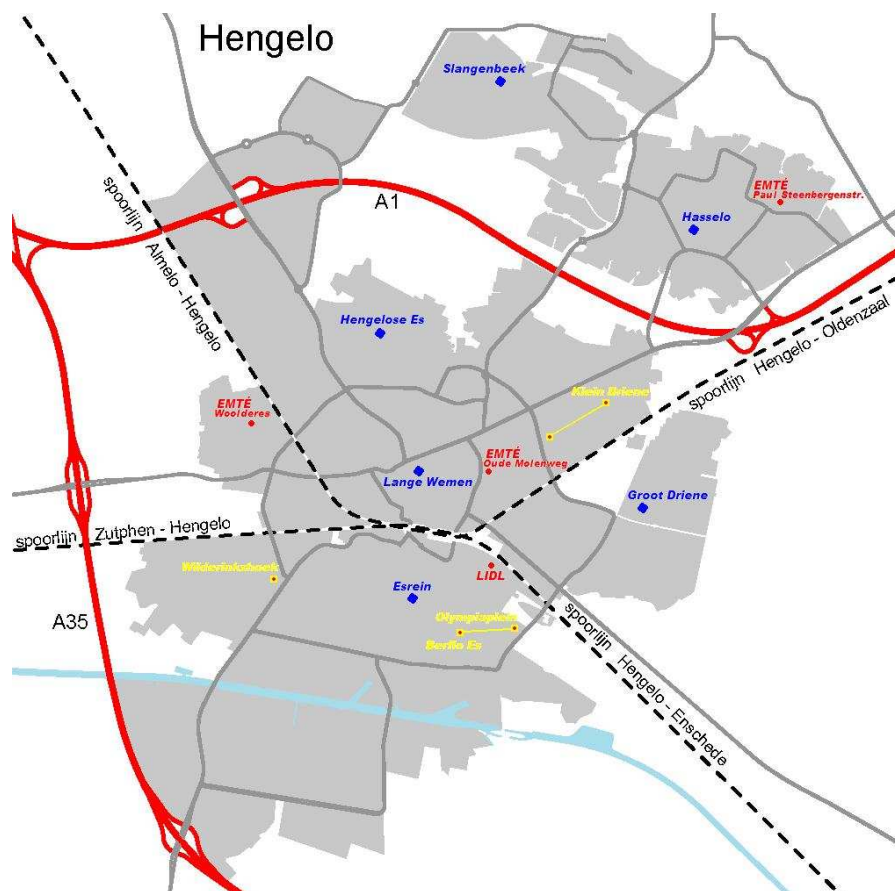
Hengelo staat voor haar gezonde, vitale wijken. Hierbij hoort in de wijk een passend voorzieningenniveau voor haar burgers. Kansrijk voor het behoud van een passend voorzieningenniveau is de clustering van winkels in dagelijkse goederen zodat zij elkaar versterken en parkeervoorzieningen gedeeld kunnen worden. Voor de leefbaarheid in de wijken is het van belang dat er dichtbij huis boodschappen gedaan kunnen worden. Een evenwichtige spreiding over de stad is daarvoor van belang.

#### 5.2.2 A. STRATEGISCHE LIJN

##### **Concentratie**

Hengelo heeft over het algemeen de wijk- en buurtwinkelcentra reeds goed op orde. Voor het dagelijkse winkelen zijn de zes wijkwinkelcentra de prioritaire locaties. Versterking en ontwikkeling (uitbreiding) van detailhandel vindt, indien aan de orde, hier plaats. Dat resulteert in een aanbod dat nadrukkelijk onderscheidend is qua omvang (aantal m<sup>2</sup> en aantal winkels) en aantrekkingskracht (toevloeiing) ten opzichte van de buurtwinkelcentra en solitaire locaties. Deze laatste twee zijn voorzienend voor de buurt en hier wordt geen toevloeiing van andere buurten nagestreefd.

De prioritaire wijkwinkellocaties (blauw) en de buurtwinkellocaties (geel/rood) zijn op onderstaande kaart aangegeven.



Ten aanzien van verdere clustering van de voorzieningen voor de dagelijkse boodschappen wordt dus een onderscheid gemaakt in voorzieningen voor de wijk en voorzieningen die buurtondersteunend zijn. Op buurtniveau kan het wenselijk zijn ontwikkelingen op perspectiefarme winkelconcentraties mogelijk te maken door functiewijziging of transformatie toe te staan. Deze aanpassing in de structuur zal recht doen aan een duurzame detailhandelsstructuur met toekomstperspectief voor ondernemers.

Belangrijke aandachtspunten bij clusters voor de dagelijkse boodschappen zijn een goede toegankelijkheid en bereikbaarheid.

#### **Geen toevoeging solitaire supermarkten**

Doordat wordt ingezet op concentratie van het dagelijkse winkelen in de wijken is nieuwvestiging van solitaire supermarkten in wijken, maar ook op bedrijventerreinen, niet toegestaan. Voor bedrijventerreinen geldt dat ook vestiging van de zogenaamde 'weidewinkels' niet wordt toegestaan. Verplaatsing van een bestaande supermarktlocatie met als doel een verbetering van het totale voorzieningenniveau is wel mogelijk.

### **5.2.3 A: ONTWIKKELINGEN**

- **Wijkwinkelcentrum: Winkelcentrum Esrein**

De ontwikkelingsvisie voor het wijkwinkelcentrum Esrein is voltooid. Op de locatie van de Noordelijke EMGA-hal zal een wijkwinkelcomplex worden gebouwd van 4.000 m<sup>2</sup> vwo. In de toekomst kan dit mogelijk worden uitgebreid met 1.500 m<sup>2</sup> vwo indien sanering plaats vindt van winkels aan de Meijersweg. Daar is momenteel geen sprake van. In de toekomst mag deze mogelijke extra uitbreiding niet tot gevolg hebben dat er in het winkelgebied Esrein een extra toevoeging van m<sup>2</sup> vwo plaatsvindt.

Het is van belang dat het nieuw te ontwikkelen winkelcomplex een goede aansluiting krijgt op de reeds bestaande winkelvoorziening op het Esrein. De ontwikkeling van het winkelcentrum past in de visie waarbij een wijkwinkelconcentratie duidelijk onderscheidend is qua grootte en aantal winkels.

- **Buurtwinkelcentrum: Klein Driene/De Noork**

De winkels in Klein Driene, de Noork en Elsbeek liggen verspreid over meerdere locaties. Het is wenselijk deze winkellocaties samen te voegen tot één locatie waardoor een buurtvoorzienend cluster kan ontstaan. Hierbij geldt dat er geen ruimte is voor toevoeging van m<sup>2</sup> detailhandel in de buurt, maar slechts voor verplaatsing daarvan. De aard van de ontwikkeling moet zijn gericht op de buurt en niet op een bovenwijkse toevloeiing van consument. Dit geldt ook voor de grootte van de supermarkt welke passend moet zijn bij de buurt. Een belangrijk aandachtspunt bij deze ontwikkeling is het behoud van groen in de buurt.

- **Buurtsteunpunt Wilderinkshoek; Agathaplein/Oelerweg**

In het jaar 2006 is het buurtsteunpunt aan het Agathaplein geopend. Onder andere door de verplaatsing van de supermarkt van de Oelerweg naar het Agathaplein is er leegstand ontstaan aan de Oelerweg. De panden aan de Oelerweg blijken in de praktijk lastig verhuurbaar. Samen met vastgoedeigenaren en partners als het ROZ kan worden onderzocht welke ontwikkeling, anders dan detailhandel, aan de Oelerweg mogelijk is.

- **Woolderes / Seahorse**

In de Woolderesweg is een solitaire vestiging van een supermarkt. Ontwikkeling van het Seahorse terrein met detailhandel kan alleen indien de bestaande locatie wordt gesaneerd. Het betreft immers een voorziening die maximaal buurtvoorzienend is. Hierbij past niet dat een extra supermarkt wordt toegevoegd.

#### **Aanvullende opmerkingen**

De gemeente gaat met winkeliersverenigingen bepalen op welke wijze een standplaats kan worden ingevuld. Uitgangspunt hierbij is dat de invulling complementair moet zijn aan het aanwezige winkelaanbod in de naastgelegen winkelconcentratie.

## 5.3 **B. Recreatief Winkelen**

### 5.3.1 **B. AMBITIE**

#### **De binnenstad is de huiskamer van Hengelo en het belangrijkste recreatieve winkelgebied van Hengelo waar mensen langer gaan verblijven.**

De binnenstad is hét winkelgebied van Hengelo. Hier komen inwoners en bezoekers om recreatief te winkelen. Hierbij hoort een kwalitatief en kwantitatief goed winkelaanbod. Daarnaast moet er aandacht zijn voor een goede mix met andere functies zoals horeca, leisure, cultuur, wonen en werken.

### 5.3.2 **B. STRATEGISCHE LIJN**

#### **Kwaliteit**

Het centrum van Hengelo krijgt een kwalitatieve impuls door de ontwikkeling van Lange Wemen en de mogelijke ontwikkeling van het Lambertushof. Door een juiste mix van zelfstandige ondernemers, filiaalbedrijven en aanverwante functies wordt de bezoeker langer en vaker gebonden. Kansrijk daarvoor is een sterkere concentratie van het A-kernwinkelgebied en een duidelijke visie en invulling van de B en C locaties. Toevoeging van winkelmeters is naast de genoemde ontwikkelingen niet meer wenselijk. Uitzondering hierop is beperkte incidentele uitbreiding vanuit bestaande bouw.

Het gaat hierbij om onder meer om sfeer, veiligheid, inrichting, bestrating, beheer, beeldkwaliteit van de gebouwen en leefbaarheid. Het verblijfsklimaat in de binnenstad is erg belangrijk voor de bezoeker van de binnenstad. Hoe aantrekkelijker de binnenstad, des te eerder de bezoeker zal blijven.

In dit kader is ook het belangrijk dat er voldoende daghoreca aanwezig is in de binnenstad. Maar ook andere functies als cultuur en wonen kunnen het verblijfsklimaat van de binnenstad versterken. De binnenstad moet gezien worden als de huiskamer van de stad. Het moet een aangename plek zijn waar mensen willen verblijven. Het gedrag van de consument verschuift van recreatief winkelen naar doelgericht winkelen, dit is ook terug te zien in de laatste binnenstadsonderzoeken. Door onder andere te investeren in sfeer, veiligheid, inrichting en beeldkwaliteit kan de bezoeker langer worden gebonden.

### 5.3.3 **B. ONTWIKKELINGEN**

- **Compact kernwinkelgebied (A) met een duidelijke routing, duidelijker profilering aanloopgebieden (B en C)**

Het kernwinkelgebied moet niet verder uitbreiden. De loopafstanden moeten niet te lang zijn en de routing eenvoudig. De binnenstad is onder te verdelen in drie gebieden. Het centrum is het *kernwinkelgebied (A-locatie)*. Dit gebied loopt globaal vanaf het station tot aan het eind van de Wemenstraat en van de Brinkstraat tot aan de Nieuwstraat. Belangrijk is dat dit gebied compact van opzet blijft. In dit gebied wordt ingezet op recreatief winkelen als hoofddoel.

Als dit gebied te groot wordt, zal de routing onduidelijker zijn en niet alle plekken in de binnenstad bezocht worden door het winkelende publiek. Hierdoor ontstaat leegstand, wat de sterkte van het winkelgebied ontkracht. Het is belangrijk om trekkers te hebben op strategische plekken in de stad. De bezoeker wordt hierdoor uitgenodigd de zogenaamde *achtjes* te lopen.

Als bronpunt voor het noordelijke deel van het kernwinkelgebied kan *boodschappencentrum Thiemsbrug* fungeren. Dit centrum wordt, door het project Lange Wemen, meer dan nu het geval is als boodschappencentrum neergezet en wordt daarom ook als wijkwinkellocatie erkend.

De Marktstraat, de Drienerstraat en het oostelijk deel van de Enschedesestraat zijn *aanloopstraten (B-locaties)*. Deze straten kenmerken zich door een ander profiel en een mix van winkels, horeca en dienstverlening. Aanloopgebieden bieden vestigingsmogelijkheden voor een ander type bedrijvigheid. Bijvoorbeeld winkels waarvoor het handig is om de auto voor de

deur te parkeren (Drienerstraat en Enschedesestraat). Aanloopstraten zijn ook geschikt voor de startende ondernemer, omdat de huren veelal lager zijn (Marktstraat). Er zal kritisch gekeken moeten worden naar investeringen in deze straten. Gelet op de huidige leegstand in deze straten en de toekomstige verwachtingen op detailhandelsgebied is het aannemelijk dat deze straten op den duur niet meer tot het kernwinkelgebied behoren. Deze gebieden komen voor transformatie in aanmerking. Samen met partners moet worden onderzocht hoe aan deze gebieden een passende invulling kan worden gegeven.

De Westflank (omgeving Pastoriestraat, Beekstraat, Willemstraat) is het *uitgaansgebied* van Hengelo (*C-locatie*). Hier biedt het te ontwikkelen horecaplein aan het Burgemeester Jansenplein de mogelijkheid een goede overgang te maken van het uitgaansgebied naar het kernwinkelgebied. In onderstaande kaart worden de ontwikkelingslocaties aangegeven.



Bij de totstandkoming en uitvoering van het binnenstadsprogramma wordt onderzocht welke functies in welke gebieden van de binnenstad een plek moeten krijgen zodat de algehele verblijfskwaliteit wordt versterkt. Bij de uitvoering hiervan zal de aandacht vooral liggen op de aanloopgebieden. Hiervan is de verwachting dat deze in de toekomst een andere functie in de binnenstad zullen vervullen.

- **Winkelaanbod binnenstad**

De uitbreidingsruimte in de binnenstad zit hem niet zo zeer in méér winkels, maar in meer ruimte voor grotere winkels. Het is gewenst om ruimte te creëren voor grootschalige winkels in de binnenstad. Dit is vooral van belang voor de publiekstrekkingen. Deze vragen om steeds meer ruimte. Een modewinkel van 700 à 1.000 m<sup>2</sup> is tegenwoordig niet meer vreemd. De binnenstad van Hengelo kent slechts negen panden met een oppervlak groter dan 1000 m<sup>2</sup>. Deze winkels kunnen fungeren als anchorstores (trekkers), waartussen de ideale looproute ontstaat. Deze ruimte kan onder andere geboden worden in nieuw te ontwikkelen locaties in de binnenstad zoals Lange Wemen en Lambertushof. De nieuw ontwikkelde panden aan de Enschedesestraat zijn hier een voorbeeld van.

- Versterken kwaliteit winkelaanbod binnenstad en beperken van leegstand**

Het streven is een goede mix van publiekstrekkers en speciaalzaken. Voor een goed winkelbestand zijn zowel de filiaalbedrijven noodzakelijk, als ook de zelfstandige ondernemers. De zelfstandige ondernemers geven een eigen uitstraling aan de binnenstad en maken Hengelo onderscheidend ten opzichte van andere binnensteden. Maar de consument wil daarnaast ook de bekende filiaalbedrijven aantreffen. Het is belangrijk een goede basis aan filiaalbedrijven in de stad te hebben om aanvullende winkels in het aanloopsegment te krijgen. Een goede kwaliteit van de winkels is mede zo belangrijk. Hierbij gaat het met name om de uitstraling van een winkel. De gemeente tracht met een aanjaagsubsidie winkeliers en pandeigenaren te stimuleren om hun winkelpui een kwaliteitsimpuls te geven.

De gemeente gaat met partners in en buiten de stad in gesprek om leegstand trachten te voorkomen, hiervoor bestaat onder meer een acquisitiewerkgroep. Ook zal de gemeente actief in overleg treden met pandeigenaren en belanghebbenden in gebieden waar structurele leegstand aan de orde is. Mogelijk resultaat kan zijn dat panden een toekomstbestendigere invulling of functie zullen krijgen.
- Wonen in de Binnenstad**

Voor de levendigheid in de binnenstad is het van belang dat er ook gewoond wordt. Veel woonruimten oven winkels staan reeds jaren leeg. Voor de aanpak van 'Wonen boven winkels' hebben gemeente en woningbouwcoöperatie Welbions een NV opgericht. Welbions voert het beheer uit en zal voor het einde van het jaar 2011 met een ondernemingsplan komen. Naast een eerste inventarisatie die is gehouden naar plekken die in aanmerking komen, kan ook kritisch worden gekeken naar de Drienerstraat en Marktstraat. Aanbevolen wordt Welbions nauw te betrekken bij het opstellen van het binnenstadsprogramma zodat op een juiste, kansrijke, plek in de binnenstad wordt geïnvesteerd vanuit de NV 'Wonen boven Winkels.' Er wordt een 'Ondernemingsplan Wonen boven Winkels' opgesteld.
- Uitbreiding van recreatieve detailhandel alleen in de binnenstad.**

We zetten in op de binnenstad als belangrijkste winkelgebied voor de recreatieve detailhandel. Uitbreiding van de recreatieve branches zal dan ook vooral in de binnenstad moeten plaatsvinden. Uitbreiding van de recreatieve branches buiten de binnenstad kan de positie van de binnenstad als belangrijkste trekker ondermijnen en is niet wenselijk. Dit betekent dat recreatieve detailhandelsvestigingen op perifere locaties uitdrukkelijk niet worden toegestaan.
- Toekomstbestendige warenmarkt**

De warenmarkt is een belangrijke trekker voor de binnenstad van Hengelo. Om klanten ook in de toekomst te kunnen binden aan de warenmarkt, moet deze worden verbeterd. Het gaat dan om zaken als vakmanschap, aankleding, branchering, indeling van de markt en de rol van de marktmeester. Ook belangrijk om goed te communiceren naar de klant toe, bijvoorbeeld over de openingstijden van de markt. Gezamenlijk met marktkoopliden en de binnenstadsondernemers kunnen acties ontwikkeld worden en ook kan worden onderzocht of themamarkten of een markt op bijvoorbeeld een koopzondag interessant is. Het marktreglement wordt aangepast om een snellere invulling van lege plekken te bewerkstelligen.

Onderzocht kan worden of de warenmarkt vaker in deze opstelling gezet kan worden bij speciale gelegenheden of evenementen.
- Burgemeester Jansenplein ontwikkelen als horecaplein.**

Conform hetgeen is vastgesteld in het horecabeleid is het ook vanuit de detailhandelsoptiek wenselijk het Burgemeester Jansenplein te ontwikkelen als horecaplein. Het Burgemeester Jansenplein zal transformeren naar horecaplein in combinatie met het bestuurscentrum van de stad. Deze ontwikkeling maakt onderdeel uit van het project Lange Wemen. Er ontstaat een overgangsgebied van het uitgaansgebied naar het kernwinkelgebied.
- Samenwerking met een actieve, florerende stichting in de binnenstad.**

De binnenstad van Hengelo kent de Stichting Centrummanagement, de grootste stichting van Nederland die voortgekomen is uit de oprichting van een Bedrijven InvesteringsZone (BIZ). Samen met de ondernemers en pandeigenaren wil de gemeente werken aan een meer sfeervolle, gezellige en goedfunctionerende binnenstad. De stichting is voor de gemeente het

aanspreekpunt en gesprekspartner, onder andere bij de economische en fysieke ontwikkeling van de binnenstad. De Bedrijven InvesteringsZone is ingesteld voor maximaal vijf jaar (t/m 2015). Samen met de Stichting Centrummanagement gaan wij tijdig onderzoeken of de opzet succesvol is en in welke vorm deze gecontinueerd kan worden.

## 5.4 **C. Doelgericht Winkelen**

### 5.4.1 **C. AMBITIE**

#### **Winkels voor gericht non-food aankopen kunnen zich vestigen in de clusters Plein Westermaat (regionale functie), Westermaat Zuidwest en Noordelijke Spoorzone.**

Onder de winkels voor gerichte non-food aankopen worden veelal de traditionele perifere detailhandelsbranches (PDV)<sup>5</sup> verstaan. PDV zal zich in principe kunnen vestigen in de drie bovengenoemde clusters. Uitzondering hierop zijn de zogenaamde ABC-branches. ABC-branches staat voor auto's, boten en caravans. Voor deze branches wordt onder meer ook ruimte geboden op de nieuw te ontwikkelen bedrijventerreinen Oosterveld en Veldkamp, maar ook op de bestaande bedrijventerreinen (o.a. Zeggershoek en Timmersveld).

### 5.4.2 **C. STRATEGISCHE LIJN**

#### **Ontwikkeling PDV-clusters en PDV-branchen**

PDV vindt plaats in de genoemde clusters. Daarbuiten is clustering van PDV niet wenselijk. Er kunnen zich echter uitzonderingsgevallen voordoen waarbij het toch wenselijk is een solitaire PDV-vestiging toe te staan aansluitend of buiten deze PDV-clusters. Voor bouwmarkten geldt dat zij veelal een wijkverzorgende functie hebben en daarom verspreid liggen over de stad. Dit laatste is ook in Hengelo het geval. Spreiding van bouwmarkten over de stad wordt ook in de toekomst nagestreefd. Een beperkte toevoeging kan plaatsvinden in het gebied Noordelijke Spoorzone. Dit zal echter een complementaire toevoeging kunnen zijn aan het bestaande aanbod. Functies die met name bij het recreatief winkelen horen (zoals leisure en extra horeca) worden niet toegestaan op PDV-Clusters.

#### **Detailhandel als nevenactiviteit**

Om te voorkomen dat winkels op overige bedrijfslocaties ontstaan, staan wij niet toe dat detailhandelsactiviteiten ontstaan op locaties zonder detailhandelsbestemming, tenzij anders in het geldende bestemmingsplan is opgenomen. Als gemeente zetten wij in op clustering van detailhandelsactiviteiten in de binnenstad, wijk- en buurtcentra en de PDV-clusters. Voor de PDV clusters geldt dat wij daar geen reguliere detailhandelsvestigingen zullen toestaan, omdat daarmee afbreuk wordt gedaan aan de keus voor de versterking van het recreatief winkelen in de binnenstad.

#### **Planologische uitwerking in bestemmingsplannen**

Uitermate belangrijk is de uiteindelijke vastlegging van een detailhandelsbestemming in het bestemmingsplan. Voor de binnenstad en de wijkwinkelcentra is dit niet zo moeilijk. Hier kan de bestemming detailhandel gegeven worden, waardoor alle mogelijke vormen van detailhandel zich hier kunnen vestigen. Vooral voor de detailhandel die zich kan vestigen op bedrijventerreinen is het een lastiger issue, omdat niet alle vormen van detailhandel daar wenselijk worden geacht. Deze detailhandelsvisie geeft aan dat winkels voor gerichte non-food aankopen (perifere detailhandel) zich kunnen vestigen op een aantal bedrijventerreinen. Of een eventuele verruiming van de perifere detailhandelsbranches mogelijk en wenselijk is vanwege gewijzigde regelgeving, de locatie of (regionale) functie kan aanleiding zijn dit beleid nader uit te werken of te onderzoeken.

### 5.4.3 **C. ONTWIKKELINGEN**

- **Plein Westermaat; regionaal centrum voor gerichte non-food aankopen**

De laatste fase van Plein Westermaat gaat zich ontwikkelen als centrum voor gerichte non-food aankopen in het PDV-segment. Dit betekent een uitbreiding van de traditionele perifere detailhandelsbranches met een minimaal vloeroppervlak van 1.500 m<sup>2</sup> per unit. De ondernemers richten zich op de consument die zich graag oriënteert, maar ook doelgericht zijn aankopen doet. Hierdoor zien zij de ontwikkeling van internet als een bedreiging. Om te kunnen blijven concurreren is zowel een goede bereikbaarheid als flexibiliteit in openingstijden

---

<sup>5</sup> Perifere detailhandel (PDV): detailhandel in brand- en explosiegevaarlijke stoffen en detailhandel in ABCgoederen (auto's, boten, caravans), tuincentra, bouwmarkten, grove bouwmaterialen, keukens en sanitair alsmede woninginrichting waaronder meubels, die vanwege omvang en aard van de gevoerde artikelen een groot oppervlak nodig hebben voor de uitstalling. Per bestemmingsplan kan worden afgeweken van deze traditionele PDV-artikelgroepen.



van belang. De gemeente zal samen met de ondernemers van Plein Westermaat deze randvoorwaarden zo goed mogelijk faciliteren.

Op Plein Westermaat, fase 3, is een PDV-cluster voorzien van in totaal 21.000 m<sup>2</sup> met een minimaal vloeroppervlak van 1.500 m<sup>2</sup> per unit. Binnen het PDV-segment is brancheervaging<sup>6</sup> zichtbaar. Om brancheervaging tegen te gaan geldt voor de 3<sup>de</sup> fase van Plein Westermaat dat er maximaal 10% van het verkoopvloeroppervlak per unit aan branchevreemd (niet-pdv) assortiment gevoerd kan worden, met een maximum van 300 m<sup>2</sup> vvo per unit.

- **Hart van Zuid/Stationsomgeving**

Ten zuiden van het station wordt het gebied Hart van Zuid ontwikkeld. Aan de zuidzijde van het station komen onder meer een WTC en kantoren. Inmiddels is er het ROC van Twente gevestigd. Het is belangrijk om een goede verbinding van de binnenstad met Hart van Zuid te maken, zodat bezoekers gemakkelijk over en weer kunnen lopen. De onderdoorgang onder het station is verbreed, waardoor er een meer natuurlijke verbinding met het gebied is ontstaan. Het station is een trafficlocatie, waarbij specifieke voorzieningen horen voor de reiziger, die even snel aankopen wil doen. Te denken valt hierbij aan een kiosk, boekhandel en een AH to go (kleine supermarkt).

Het gebied rondom het station, de kop van Hart van Zuid en het ROC worden echter niet tot het kernwinkelgebied gerekend. Dat betekent dat vestiging van recreatieve detailhandel, zoals mode, hier niet mogelijk is. Belangrijk is het huidige kernwinkelgebied compact te houden. In Lansinkveld is ruimte voor 2000 m<sup>2</sup> detailhandel. Dit kan alleen ontwikkeld worden indien het onderdeel uitmaakt van een bredere invulling van Lansinkveld. De detailhandel moet ondersteunend zijn aan die functie. Bij het mogelijke programma van de winkels is het zeer belangrijk om een aanvulling te zijn op het bestand van het centrum en niet een concurrerend aanbod te bieden. Ook wat betreft het aanbod levensmiddelen zal niet de concurrentie worden gezocht met het huidige winkelbestand (2003, Nota van uitgangspunten – Lansinkveld).

- **Creatieve Fabriek**

Zoals de naam al zegt ligt de nadruk voor de ontwikkellocatie op creativiteit. Op deze plek vinden onder andere culturele evenementen plaats, wordt in huisvesting voorzien voor kunstenaarsateliers en wordt creatieve bedrijvigheid gestimuleerd (Seats to Meet). Tevens worden er mogelijkheden geboden voor creatieve beroepen en ambachten. Op de Holec locatie is in principe reguliere detailhandel niet toegestaan. Ondergeschikte detailhandel van ambachtelijke, overwegend ter plekke gemaakte, producten is echter in principe mogelijk. Zoals bijvoorbeeld een glasblazerij die ter plekke glaswerk verkoopt.

## **5.5 Overige aanverwante strategische lijnen**

### **Internet**

De gemeente heeft de (fysieke) behoeften van de verschillende internetwinkels nog onvoldoende in kaart. De komende jaren zal het deze behoeften in kaart gaan brengen en waarnodig aanvullend beleid opstellen.

Een behoefte die reeds bekend is, betreft het ontgroeien van een locatie waardoor de internetwinkel in strijd met de huidige bestemming gevestigd zit. Samen met partners als het ROZ kan worden onderzocht of een pilot voor het bijeenbrengen van internetwinkels op fysieke locaties, met een detailhandelsbestemming, mogelijk is.

### **Winkeltijden**

Op basis van de Winkeltijdenwet en de, nog te actualiseren, Verordening Winkeltijden Hengelo 2005 worden gelijke voorwaarden voor concurrentie nagestreefd. Het college wenst ook dat ondernemers op basis van deze gelijke voorwaarden én binnen het wettelijke kader kunnen

---

<sup>6</sup> Onder branchevreemde verkoop wordt de verkoop verstaan van goederen die qua aard van het product niet behoren tot de brancheartikelen die volgens het bestemmingsplan op de locatie verkocht mogen worden. In een winkel met woninginrichting, op een perifere detailhandelsbestemming, valt de verkoop van serviesgoed onder branchevreemde verkoop. Het mag dus niet uitgroeien tot een woonwarenhuis.

Niet volumineuze goederen als spijkers en schroeven die verkocht worden in bv. een bouwmarkt hebben qua aard van het product een duidelijke relatie met volumineuze artikelen die in de bouwmarkt, gelegen op een perifere detailhandelslocatie, verkocht worden.

concurreren. Hierdoor zal dit college ook niet meewerken aan het instellen van de Hengelo als toeristisch gebied waardoor het mogelijk zou worden, voor bijvoorbeeld supermarkten, om elke zondag geopend te zijn.

Hengelo kent op grond van de winkeltijdenverordening een tweetal stadsdelen, *het centrum* en *overige wijken*. Jaarlijks worden er, na inspraak van ondernemers, ondernemersverenigingen en belanghebbenden, per stadsdeel maximaal twaalf koopzondagen vastgesteld. Uitgangspunten hierbij zijn zoveel mogelijk gezamenlijke koopzondagen, eenduidigheid richting de consument en zoveel mogelijk rekening houdend met de verschillende wensen van de ondernemers.

### **Monitoren detailhandelsontwikkelingen**

De verantwoordelijkheid voor het detailhandelsbeleid ligt bij de gemeenten afzonderlijk. Het verzorgingsgebied van perifere winkellocaties of weidewinkels overschrijdt echter de gemeentegrenzen. Regionale afstemming over trends, ontwikkelingen en eventueel zelfs fysieke ontwikkelingen kan steeds noodzakelijker worden om te bepalen of een toegevoegde waarde wordt bereikt. In dit kader is het verkrijgen van inzicht in koopstromen en koopgedrag op regionaal niveau erg belangrijk. Het Koopstromenonderzoek dat regionaal wordt uitgevoerd, levert daarvoor de benodigde gegevens. Wij zullen aan dit onderzoek blijven deelnemen. Ook zal jaarlijks het binnenstadsonderzoek worden uitgevoerd. Op het niveau van de Netwerkstad en de Regio wordt getracht het detailhandelsbeleid beter af te stemmen.

### **Herijken Detailhandelsbeleid**

In de huidige detailhandelsmarkt zit momenteel veel beweging. Verandering als consumentengedrag, koopstromen, en aankoopkanalen zijn beschreven. De voorliggende visie kan voor de komende 4 jaar worden gebruikt als basis. Een aanbeveling is om de detailhandelsvisie dan te herijken en te bepalen of het noodzakelijk is een nieuwe detailhandelsvisie op te stellen. Op basis van de huidige detailhandelsvisie wordt een actieplan opgesteld. Om in te kunnen spelen op veranderingen in het beleidsveld is de aanbeveling dit actieplan jaarlijks te monitoren en waarnodig te wijzigen.

### **Detailhandelsactiviteiten van de groothandel**

In de gemeente Hengelo zitten een aantal groothandelaren, waarvan de Makro de bekendste is. Verschillende ondernemers en ondernemersverenigingen kijken kritisch naar de activiteiten van de Makro, met name naar stuksverkoop, toegangsbeleid en openingstijden. De activiteiten van de Makro vertonen daardoor grote gelijkens met detailhandelsactiviteiten. Het feit dat de Makro als groothandel staat ingeschreven betekent onder andere dat zij feitelijk niet kunnen worden aangemerkt als detailhandel en buiten de winkeltijdenwet valt en dus ingevolge landelijke regelgeving op zondagen geopend mag zijn. Dit geopend zijn beperkt zich echter tot klanten met een zogenaamde Makro-pas. Op dit toegangsbeleid heeft de gemeente een controlerende bevoegdheid. Dat wordt voortaan intensiever gehandhaafd.

Het MKB heeft in de vorm van het Meldpunt Oneerlijke Concurrentie ook aandacht voor dit onderwerp. Zij gaan in gesprek met de vereniging voor groothandelaren en zodoende ook met de directie van de Makro. De bedoeling hiervan is te onderzoeken wat de gevolgen zijn van groothandelaren voor de reguliere detailhandel. De gemeente zal dit vervolgonderzoek volgen en de uitkomsten waar mogelijk/wenselijk toepassen.

### **Verspreide gebieden**

Hengelo kent een aantal overige concentraties en vestigingen van detailhandel, welke niet vallen binnen de eerder genoemde detailhandelsclusters. Te denken valt aan de concentratie van winkels aan de Oldenzaalsestraat of Breemarsweg. Voor deze detailhandelsvestigingen is geen actief beleid opgesteld.

## **5.6 Actieplan**

Na vaststelling door de gemeenteraad zal het college, binnen de kaders van deze visie, een uitvoeringsprogramma opstellen welke in deze paragraaf zal worden opgenomen.