

Zwolle, Ruimtelijk-functionele effectenanalyse functieverandering bibliotheekpand binnenstad

Gemeente Zwolle



Zwolle, Ruimtelijk-functionele effectenanalyse functieverandering bibliotheekpand binnenstad

Gemeente Zwolle

Rapportnummer:	204X00506.081034_3
Datum:	12 september 2014
Contactpersoon opdrachtgever:	Mevr. J. van den Berg, de heer R. Eggink, de heer P. Kok
Projectteam BRO:	Aiko Mein, Nadja Bressers
Trefwoorden:	Zwolle. functieverandering, bibliotheek, detailhandel, effecten, ruimtelijk, functioneel, binnenstad
Bron foto kaft:	Hollandse Hoogte 8
Beknopte inhoud:	BRO heeft de distributieve mogelijkheden voor en effecten van een functieverandering naar detailhandel van het bibliotheekpand in de binnenstad van Zwolle onderzocht. Geconcludeerd wordt dat de beoogde invulling voorziet in een regionale behoefte en dat het initiatief geen negatieve effecten heeft op de consumentenverzorging en detailhandelsstructuur in Zwollen omringende gemeenten

BRO
Hoofdvestiging
Postbus 4
5280 AA Boxtel
Bosscheweg 107
5282 WV Boxtel
T +31 (0)411 850 400
F +31 (0)411 850 401
E info@bro.nl

Inhoudsopgave	pagina
1. INLEIDING	3
1.1 Aanleiding en vraagstelling	3
1.2 Planinitiatief	4
1.3 Juridisch-planologisch kader	5
2. SAMENVATTING CONCLUSIES	9
3. ONTWIKKELINGSKADER	13
3.1 Aanbodsituatie Zwolle	13
3.2 Aanbodontwikkeling 2009-2014	20
3.3 Aanbod in omringende gemeenten	21
3.4 Trends en ontwikkelingen	24
3.4.1 Oorzaken	25
3.4.2 Gevolgen	26
3.5 Beleidskaders	26
3.6 Plannen en initiatieven	30
3.7 Draagvlak	32
3.8 Distributieve mogelijkheden	35
3.9 Effecten	37
4. SAMENVATTING EN CONCLUSIES ANALYSES	41
5. LADDER VOOR DUURZAME VERSTEDELIJING	43

1. INLEIDING

1.1 Aanleiding en vraagstelling

De gemeente Zwolle is voornemens de bibliotheek in de binnenstad te verhuizen. In het pand van de bibliotheek, een monumentaal pand aan de Diezerstraat, wordt vervolgens een grootschalige Zara 'full conceptstore' gevestigd. Om dit mogelijk te maken is een bestemmingsplanwijziging nodig.

De binnenstad van Zwolle is ca. 15 jaar geleden versterkt met enkele nieuwe winkelprojecten (o.a. Maagjesbolwerk) en daarmee is haar positie als hoofdwinkelcentrum voor een zeer ruime regio bestendigd. Maar om in het huidige tijdperk van e-commerce interessant voor de consument te blijven, is een constante vernieuwing noodzakelijk. Dat geldt voor de winkelomgeving, maar zeker ook voor het winkel-aanbod. De komst van een formule als Zara met een grootschalige winkel kan de binnenstad weer een extra impuls geven.

De vestiging van deze winkel betekent een uitbreiding van het winkelareaal, en vormt daarmee een nieuwe stedelijke ontwikkeling. Gezien de aard en omvang van het initiatief zou er bovendien sprake kunnen zijn van regionale effecten en dan is toepassing van 'Ladder voor Duurzame Verstedelijking', verder aangeduid als LvDV, bij de onderbouwing van de bestemmingsplanwijziging noodzakelijk.

De te beantwoorden vragen in dit kader zijn:

- Wat is de actuele¹ regionale behoefte aan uitbreiding van het detailhandelsaanbod in de vorm van een grootschalige winkel op de beoogde locatie? Hierbij wordt ook rekening gehouden met de effecten van onder meer de bevolkingsontwikkeling, het webwinkelen, de bestaande plannen en initiatieven, etc. De behoefte zal zowel kwantitatief als kwalitatief benaderd worden.
- Wat is het effect van het initiatief op lokale en regionale consumentenverzorging, de detailhandelsstructuur en de leegstand(ontwikkeling)? En wat zijn in het verlengde daarvan de gevolgen voor het woon-, leef en ondernemersklimaat?
- In hoeverre kunnen bestaande leegstaande winkelpanden Zwolle het beoogde functionele programma accommoderen, ook rekening houdend met de effecten op de consumentenverzorging en de detailhandelsstructuur?

¹ Uit handreiking bij de LvDV blijkt dat het hierbij voor detailhandel met name om de toekomstige behoefte gaat.

1.2 Planinitiatief

De geplande Zara winkel krijgt een omvang van circa 4.000 m² bvo² en is daarmee de vijfde XL-vestiging van Zara in Nederland. Het is de bedoeling dat aan de Diezerstraat een 'full conceptstore' gerealiseerd wordt met dames-, heren-, en kindermode.

Figuur 1.1 Impressie bibliotheekpand



Figuur³ 1.2 Locatie bibliotheekpand in binnenstad Zwolle (ster)



² Rekenend met een bvo-/wvo-factor van 75-80% is dit ca. 3.000 - 3.200 m² wvo.

³ Bron: BRO, Brancheringsvisie en gebiedsprofielen binnenstad Zwolle (2010)

1.3 Juridisch-planologisch kader

De laatste jaren verkeert de detailhandel in zwaar weer als gevolg van de economische crisis, de woningmarktcrisis en het toenemende gebruik van internet als aankoopkanaal. Dit heeft onder meer geleid tot een aanzienlijke toename van de winkelleegstand en dat kan weer negatieve gevolgen hebben voor de leefomgeving. Het gevolg is dat het omgaan met detailhandelsontwikkelingen bij de overheden meer aandacht heeft gekregen en dat de wet- en regelgeving ook is aangepast. Dit houdt in dat meer dan voorheen rekening moet worden gehouden met de juridisch-planologische regelingen en de jurisprudentie over de toepassing daarvan.

Ladder voor Duurzame Verstedelijking

In verband met bestemmingsplanwijzigingen is een gedegen ruimtelijk-functionele onderbouwing tegenwoordig gewenst, mede omdat binnen de ruimtelijke ordening steeds meer de nadruk komt te liggen op zorgvuldig ruimtegebruik. In verband hiermee is in oktober 2012 de 'Ladder voor Duurzame Verstedelijking' geïntroduceerd (art 3.1.6 Besluit ruimtelijke ordening (Bro)). De Ladder is een motiveringsinstrument dat verplicht toegepast moet worden bij bestemmingsplannen of projectafwijakingsbesluiten die een 'nieuwe stedelijke ontwikkeling' mogelijk maken. Wat er onder een nieuwe stedelijke ontwikkeling valt, is in art. 1.1.1 Bro bepaald:

"De ruimtelijke ontwikkeling van een bedrijventerrein of zeehaventerrein, of van kantoren, detailhandel, woningbouwlocaties of andere stedelijke voorzieningen."

De vestiging van de Zara 'full conceptstore' betekent een aanzienlijke uitbreiding van het winkelareaal, en vormt daarmee een nieuwe stedelijke ontwikkeling. Ook heeft de Afdeling Bestuursrechtspraak van de Raad van State eerder geoordeeld⁴ dat als er sprake is van functieverandering en nieuwbouw van een zekere omvang, dit als een nieuwe stedelijke ontwikkeling gezien dient te worden. Derhalve zullen we voor onderhavige ontwikkeling dan ook de Ladder toepassen.

Bij de toepassing van de Ladder dienen de volgende treden doorlopen te worden:

- a) *Er wordt beschreven dat de voorgenomen stedelijke ontwikkeling voorziet in een actuele regionale behoefte.*
- b) *Indien uit de beschrijving, bedoeld in onderdeel a, blijkt dat sprake is van een actuele regionale behoefte, wordt beschreven in hoeverre in die behoefte binnen het bestaand stedelijk gebied van de betreffende regio kan worden voorzien door benutting van beschikbare gronden door herstructurering, transformatie of anderszins.*
- c) *Indien uit de beschrijving, bedoeld in onderdeel b, blijkt dat de stedelijke ontwikkeling niet binnen het bestaand stedelijk gebied van de betreffende regio kan plaatsvinden, wordt beschreven in hoeverre wordt voorzien in die behoefte*

⁴ ABRS 5 maart 2014, 201303469/1/R3 (Ekkersrijt, Son en Breugel)

op locaties die, gebruikmakend van verschillende middelen van vervoer, passend ontsloten zijn of als zodanig worden ontwikkeld.

a) Eerste trede: Actuele regionale behoefte

Behoefte

Specifiek voor de eerste trede geldt dat deze slechts tot doel heeft na te gaan of de vestiging van een functie in overeenstemming is met een goede ruimtelijke ordening; het onderzoek mag geen betrekking hebben op economische ordening (economische behoefte, de marktvraag of de beoordeling van de mogelijke of actuele economische gevolgen). Hoewel dit in het kader van de Europese regelgeving met betrekking tot vrije vestiging al lang vast ligt, is het toch nog eens expliciet verwoord in een vierde lid dat per 1 juli 2014 aan art. 3.1.6. het Bro is toegevoegd.

Uit de toelichting en de handreiking bij de Ladder komt naar voren dat de behoefte zowel kwantitatief als kwalitatief van aard kan zijn. Verder is aangegeven dat het begrip 'actueel' niet letterlijk opgevat moet worden, het gaat in feite om de toekomstige vraag. Over de afbakening van de regio wordt vermeld dat die aan moet sluiten op het (te verwachten) verzorgingsgebied van de ontwikkeling.

Vernieuwing en marktruimte

In de recente uitspraak over de vestiging van Ikea op de locatie Zuiderhout te Zaanstad (ABRS 7 mei 2014, nr. 201307684/1) geeft de Afdeling aan dat juist in een situatie waar weinig marktruimte is, vernieuwing en versterking nodig is om het aanbod aan de veranderende vraag aan te passen. Hiermee is het belang van vernieuwing als kwalitatief argument bij de toepassing van de Ladder nog eens bevestigd, want eerder kwam dit al in navolgende uitspraak naar voren:

- VzABRS 17 februari 2014 (201310222/2IR6, *Herontwikkeling De Plu Heerlen*)
De voorzitter accepteert hier dat nieuwe ontwikkelingen voor een kwaliteitsimpuls in de voorzieningenstructuur kunnen zorgen die (in het kader van de Ladder) een extra (eigen) behoefte genereert c.q. creëert. Hiertoe dient wel de bestaande leegstand inzichtelijk gemaakt en meegewogen te worden.

b) Tweede trede: Benutting bestaande panden en leegstand

Specifiek voor trede 2 is in de toelichting bij het Bro-artikel aangegeven dat het bij detailhandel moet gaan om het aangeven in hoeverre bestaande leegstaande winkelpanden binnen het stedelijke gebied via transformatie of herstructurering het initiatief zouden kunnen huisvesten. Kan het initiatief redelijkerwijs ook in bestaande lege winkelpanden gehuisvest worden en heeft het initiatief geen onaanvaardbare effecten op de ruimtelijke kwaliteit van de omgeving in het algemeen?

Bij dit laatste gaat het in het bijzonder ook om de invloed van (structurele) leegstand. Uit de jurisprudentie komt naar voren dat hierbij met name de gevolgen voor het woon-, leef- en ondernemersklimaat centraal staan. Het belang van aandacht voor de leegstand wordt nog eens geïllustreerd door enkele recente uitspraken van de Afdeling Bestuursrechtspraak van de Raad van State met betrekking tot de toepassing van de Ladder.

- ABRs 26 maart 2014 (ECLI:RVS:2014:1101)
“De behoefte aan de beoogde ontwikkeling dient aldus, met het oog op het voorkomen van structurele winkelleegstand, te worden afgewogen tegen het bestaande aanbod. Inzichtelijk moet zijn gemaakt dat het plan geen zodanige leegstand tot gevolg zal hebben dat dit tot een uit een oogpunt van een goede ruimtelijke ordening onaanvaardbare situatie in de betrokken regio zal leiden.”
- ABRs 18 september 2013 (201208105/1/R2 (De Zeeland, Bergen op Zoom)
Over de door Toychamp B.V. gevreesde leegstand overweegt de Afdeling dat onder omstandigheden overcapaciteit kan leiden tot (een toename van) leegstand, hetgeen tot negatieve gevolgen voor het woon- en leefklimaat en het ondernemersklimaat kan leiden.
- ABRs 18 juni 2014 (201309201/1/A1 (Verplaatsing Aldi Echt)
Hoewel de afweging in het kader van artikel 3.1.6. lid 2 Bro door de gemeente niet expliciet benoemd is, heeft de Afdeling geoordeeld dat de afweging van de mogelijke effecten op de leegstand op zichzelf op de juiste wijze is gemaakt. Zij hebben hierbij betrokken dat het gaat om een verplaatsing van een bestaande supermarkt, er sprake is van een marginale uitbreiding van het wvo en dat er sprake is van een sterke supermarktstructuur. Ook is van belang dat er een juridische borging is dat leegstand op de oude locatie zoveel mogelijk voorkomen wordt. Hier is dat privaatrechtelijk overeen gekomen (inspanningsverplichting).

C) Derde trede: Buiten stedelijk gebied

De derde trede van de ladder heeft betrekking op de situatie dat een initiatief niet in het stedelijke gebied geacommodeerd kan worden, maar in het landelijke gebied een plek moet vinden. Daar is in onderhavig geval geen sprake van, dus deze trede is niet van toepassing.

2. SAMENVATTING CONCLUSIES

In dit hoofdstuk worden de belangrijkste conclusies uit het onderzoek puntsgewijs weergegeven.

Uitgangssituatie, trends en beleid

- Het aanbod in de binnenstad van Zwolle blijft zowel in omvang als in aantal winkels achter bij de meeste hoofdwinkelcentra van plaatsen met een vergelijkbaar inwonertal. Dit geldt ook voor de modische sector. De omvang van het aanbod aan niet-dagelijkse artikelen is ook afgenomen sinds 2009.
- De leegstand in zowel de gemeente als de binnenstad van Zwolle is min of meer vergelijkbaar met die van (de centra van) vergelijkbare plaatsen.
- De detailhandel in Zwolle heeft een sterke regionaal-verzorgende functie: relatief veel omzet komt van buiten de eigen gemeente. De vestiging van een bijzondere, nog niet in de ruime omtrek aanwezige mode-formule als Zara zal die functie nog versterken.
- Het aanwezige winkelaanbod in de niet-dagelijkse artikelensector in totaliteit realiseert theoretisch een relatief hoge omzet per m² wvo (vloerproductiviteit) en dat geldt ook voor de modebranche.
- Het aantal inwoners van de gemeente Zwolle en ook van het secundaire verzorgingsgebied (omringende gemeenten) zal het komende decennium stijgen.
- De bestedingen in de fysieke winkels als gevolg van de verdere groei van e-commerce waarschijnlijk niet gaan toenemen, en in de niet-dagelijkse artikelen-sector en modebranche zelfs iets verder dalen. Hier is in de berekening van de distributieve ruimte rekening mee gehouden
- Er is theoretisch veel distributieve ruimte in de sector niet-dagelijkse artikelen en de branche mode en luxe voor een uitbreiding van het aanbod in Zwolle. Deze ruimte is ruimschoots voldoende voor een uitbreiding van het aanbod in het kernwinkelgebied met een Zara Conceptstore van ca. 3.200 m² wvo.
- De consument vraagt steeds meer om vernieuwing en beleving in binnensteden. Winkels veranderen daardoor in een versnelde ontwikkeling naar beleveniscentra, met een toenemende vraag naar (zeer) grootschalige units in A1-gebied tot gevolg. De vestiging van Zara speelt in op deze ontwikkeling en betekent daarmee een versterking van de Zwolse binnenstad als hoofdwinkelcentrum.
- De vestiging van Zara op de beoogde locatie past in het beleid van zowel de gemeente Zwolle als de provincie Overijssel om de focus bij detailhandelsontwikkelingen gericht op het recreatieve winkelen te leggen op de binnenstad en daarbinnen de het A1-gebied. Met dit beleid wordt ingespeeld op de meer algemene trends en ontwikkelingen ten aanzien vraag en aanbod in de detailhandel. De gemeente Zwolle heeft in haar ontwikkelingsprogramma voor de binnenstad de bibliotheeklocatie ook al benoemd als een van de voornaamste

locaties om bovenregionale of landelijke trekkers naar de binnenstad van Zwolle te halen.

Toepassing ladder voor duurzame verstedelijking: eerste trede

- Met het initiatief wordt gezien de geconstateerde distributieve ruimte in kwantitatieve zin voorzien in een actuele regionale behoefte.
- Het faciliteren van de grootschalige Zara in de Diezerstraat speelt ook in kwalitatieve zin in op de behoefte en heeft per saldo een positief effect op de consumentenverzorging en de detailhandelsstructuur in Zwolle en omliggende gemeenten. De belangrijkste argumenten hiervoor zijn:
 - o De vestiging van een nieuwe, nog niet in het centrum van Zwolle aanwezige modeformule betekent dat de consument in Zwolle en haar achterland meer keuzemogelijkheden gaan krijgen dicht bij huis.
 - o De vestiging van een extra, nog niet in Noord-Oost Nederland aanwezige, trekker in de hoofdwinkelstraat Diezerstraat draagt bij aan een versterking van de regionaal-verzorgende positie van de stad.
 - o In het koopgedrag ten aanzien van modische artikelen hecht de consument steeds meer waarde aan kijken en vergelijken. De consument is op zoek naar volwaardige binnensteden met een zo compleet mogelijk aanbod. De beoogde ontwikkeling voorziet nadrukkelijk in deze behoefte.
 - o De komst van de Zara 'full conceptstore' Store leidt naar verwachting tot een significante stijging van het bezoekersaantal aan de binnenstad waar ook andere (mode)winkels en niet-commerciële functies van profiteren (positief spin-off effect).
 - o De inpassing van de bibliotheeklocatie met de grootschalige trekker Zara 'full conceptstore' kan als aanjager voor de versterking van het winkelcircuit worden gezien (verbetering voetgangsrouting). De aansluiting op het oostelijk deel van de Diezerstraat zal sterk verbeteren door de toegenomen aantrekkingskracht.

Toepassing ladder voor duurzame verstedelijking: tweede trede

- Bij trede 2 van de Ladder dient aangegeven te worden in hoeverre in de geconstateerde behoefte binnen het bestaand stedelijke gebied kan worden voorzien door benutting van beschikbare gronden, herstructurering, transformatie etc. Het gaat in Zwolle bij het mogelijk maken van de vestiging van Zara om de herontwikkeling van een bestaand pand in de binnenstad door een functieverandering van bibliotheek naar detailhandel. Er is dus sprake van transformatie.
- De kans dat er als gevolg van de vestiging van Zara leegstand ontstaat, is minimaal. Zo er daar al aanbod verdwijnt dan zal dat eerder een versnelling van een autonome ontwikkeling zijn en zal dat voor de detailhandelsstructuur en de consumentenverzorging geen onaanvaardbare effecten hebben. Dat wil zeggen dat van duurzame negatieve effecten op de woon-, leef en ondernemersklimaat naar verwachting geen sprake zal zijn.

- Binnen het centrum van Zwolle zijn er geen bestaande leegstaande winkelpanden of (her)ontwikkelingslocaties aanwezig die een grootschalige winkel als Zara kunnen faciliteren. Ze zijn te klein, er is al een andere invulling voor gevonden, of de locatie is gezien vanuit de ruimtelijk-functionele structuur van het winkelgebied minder gunstig gelegen dan het beoogde pand.

Slotconclusie

De vestiging van een Zara full conceptstore op de beoogde locatie midden in het kernwinkelgebied van Zwolle draagt bij aan het versterken de regionale verzorgingsfunctie van de stad en de consumentenverzorging voor de inwoners van de stad en de regio. Er is per saldo geen sprake van negatieve effecten op het woonleef- en ondernemersklimaat.

3. ONTWIKKELINGSKADER

Dit hoofdstuk vormt de verantwoording voor de conclusies en overwegingen zoals opgenomen in hoofdstuk 2. Allereerst wordt er een beknopte aanbod-analyse gemaakt van het gevestigde aanbod in Zwolle en omgeving. Vervolgens wordt er stilgestaan bij de ontwikkelingskaders in vraag en aanbod: trends en ontwikkelingen, beleidskaders en de ontwikkeling van het consumentendraagvlak. Deze aspecten worden gebruikt voor het benaderen van de marktmogelijkheden en effecten.

3.1 Aanbodsituatie Zwolle

Omvang en schaal

Het winkelaanbod in Zwolle heeft een omvang van circa 213.000 m² wvo, verdeeld over 735 zaken. De meest omvangrijke branches zijn 'wonen', 'levensmiddelen' en 'kleding en mode' met respectievelijk ca. 20%, 16% en 13% van de winkelmeters.

Tabel 3.1: Aanbod Zwolle naar branche (Bron: Locatus, checkdatum februari 2014)

	Vergelijkbare plaatsen met 100.000 tot 175.000 inwoners*					
	Zwolle (123.215 inwoners)					
	Aantal	m ² wvo	gem. wvo per winkel	Aantal	m ² wvo	gem. wvo per winkel
Levensmiddelen	131	33.765	258	159	35.423	223
Persoonlijke verzorging	43	6.569	153	46	6.457	141
Dagelijkse artikelen	174	40.334	232	205	41.880	205
Warenhuis	6	10.135	1.689	4	11.577	2.751
Kleding en mode	155	27.259	176	182	31.049	170
Schoenen en lederwaren	32	7.737	242	41	7.086	172
Juwelier en optiek	33	2.206	67	36	2.191	61
Huishoudelijke en luxe artikelen	25	7.769	311	31	6.955	222
Antiek en kunst	5	307	61	13	1.028	78
Sport en spel	43	14.485	337	34	9.564	278
Hobby	20	2.361	118	19	2.227	115
Media	20	4.174	209	28	3.670	131
Dier en plant	31	17.694	571	40	14.019	352
Bruin- en witgoed	37	8.089	219	40	6.866	171
Fietsen en autoaccessoires	30	5.145	172	26	4.289	162
Doe-het-zelf	16	16.407	1.025	19	18.741	986
Wonen	70	42.097	601	79	42.734	543
Detailhandel overig	38	6.861	181	52	7.099	137
Niet-dagelijkse artikelen	561	172.726	308	646	169.097	262
Totaal detailhandel	735	213.060	290	850	210.977	248

* Gewogen naar het inwonertal van Zwolle (123.215)

Vergelijken we het in Zwolle aanwezige aanbod met dat van naar inwonertal vergelijkbare plaatsen, zijn de volgende constatering te maken:

- Zwolle beschikt over nagenoeg eenzelfde aantal winkelmeters, maar over minder verkooppunten dan plaatsen met een vergelijkbaar inwonertal. Een en ander duidt op een bovengemiddelde schaalgrootte van de winkelpanden.
- De gemiddelde oppervlakte van een winkel in de dagelijkse artikelsector in Zwolle is 232 m² wvo. In de niet-dagelijkse artikelsector is het gemiddelde winkeloppervlak 308 m² wvo. De gemiddelde omvang per winkel is in beide sectoren groter dan dat in plaatsen met een vergelijkbaar inwonertal (dagelijks: 205 m² wvo en niet-dagelijks: 262 m² wvo).
- In vergelijking met de referentieplaatsen is de branche sport en spel zowel naar aantal verkooppunten als naar winkelmeters sterk in Zwolle aanwezig.
- De branches schoenen lederwaren, huishoudelijke en luxe artikelen, media, dier en plant, bruin- en witgoed en fietsen en autoaccessoires beschikken in Zwolle over een bovengemiddeld aantal winkelmeters.
- Branches die achterblijven naar winkelmeters zijn levensmiddelen, warenhuis, kleding en mode, antiek en kunst, doe-het-zelf en overige detailhandel.

Detailhandelsstructuur Zwolle

Het detailhandelsaanbod in Zwolle heeft een vrij heldere hiërarchie, met de binnenstad als hoofdwinkelgebied en een ruim ondersteunend aanbod in de diverse wijk- en buurtwinkelcentra.

Tabel 3.2: Detailhandelsstructuur Zwolle naar type winkelconcentratie

Type	Winkelcentrum	
Hoofdwinkelgebied	Binnenstad Zwolle	
Binnenstedelijke winkelstraat	Diezerpoort	Assendorperstraat
Wijkcentrum groot	Aa-landen	Stadshagen
	Zwolle-Zuid	
Wijkcentrum klein	Holtenbroek	
Buurtcentrum	Stationsplein	Petuniaplein
	Forelolk	Campherbeeklaan
	Hogenkampsweg	Deventerstraatweg
Grootschalige concentratie	Ceintuurbaanstadion	Centuurbaanstadion
Grootschalige concentratie	Woonboulevard Zwolle	George Stephensonstraat

Zwolle kent een vijftal wijkwinkelcentra, drie grote (Aa-landen, Stadshagen en Zwolle-Zuid) en één klein (Holtenbroek). Ook zijn er zes buurtcentra aanwezig, maar deze zijn van beperkte omvang. In Zwolle zijn er daarnaast twee binnenstedelijke winkelstraten: Dieze-Centrum en de Assendorperstraat. Dit zijn ondersteunende winkelgebieden met meer dan 50 winkels, aanvullend op het hoofdwinkelgebied met een bovenwijkse verzorgende functie. Diezerpoort, aan de rand van het stadscentrum, omvat de grootste concentratie aan dagelijkse artikelen in Zwolle.

Het laagfrequente winkelaanbod is sterk geclusterd op de Woonboulevard en aan de George Stephensonstraat (Marslanden B). Een gedeelte van deze winkels ligt verspreid over de bedrijventerreinen. Ook in het complex van het ceintuurbaanstation zijn enkele grootschalige winkels gevestigd (o.a. Telstar Sport).

Positionering binnenstad

De binnenstad van Zwolle staat aan de top van de hiërarchische structuur. Met nagenoeg 64.000 m² wvo en 319 verkooppunten, is hier circa 30% van het totaal in Zwolle aanwezige winkelmeters en 43% van het aantal verkooppunten gevestigd. Vergelijken we het in de binnenstad van Zwolle aanwezige aanbod met dat in centra van naar inwonertal vergelijkbare plaatsen aanwezige aanbod, blijft het aanbod in de binnenstad van Zwolle zowel in omvang als in aantal achter. Nagenoeg alle branches, behalve schoenen en lederwaren, hobby, media en bruin- en witgoed, blijven op beide vlakken achter op de referentie.

Tabel 3.3: Aanbod binnenstad Zwolle naar branche

	Binnenstad Zwolle			Centra van plaatsen met 100.000 tot 175.000 inwoners*		
	Aantal	m ² wvo	gem. wvo per winkel	Aantal	m ² wvo	gem. wvo per winkel
Levensmiddelen	29	2.366	82	41	5.285	129
Persoonlijke verzorging	11	1.864	169	17	2.500	148
Dagelijkse artikelen	40	4.230	106	58	7.785	134
Warenhuis	2	8.781	4.391	3	10.382	4.040
Kleding en mode	122	21.616	177	135	24.710	183
Schoenen en lederwaren	27	5.797	215	31	5.018	163
Juwelier en optiek	21	1.404	67	22	1.415	64
Huishoudelijke en luxe artikelen	11	3.184	289	18	3.368	184
Antiek en kunst	4	226	57	10	632	65
Sport en spel	19	3.665	193	20	5.176	262
Hobby	12	1.673	139	10	1.380	132
Media	9	2.833	315	16	2.508	160
Dier en plant	3	143	48	6	501	82
Bruin- en witgoed	17	5.518	325	21	3.083	146
Fietsen en autoaccessoires	4	726	182	5	787	160
Doe-het-zelf	0	0	0	2	279	140
Wonen	20	3.107	155	25	6.053	247
Detailhandel overig	8	766	96	27	2.760	104
Niet-dagelijkse artikelen	279	59.439	213	350	68.053	195
Totaal detailhandel	319	63.669	200	408	75.838	186

* Gewogen naar het inwonertal van Zwolle (123.215)

Levensmiddelen beperkt aanwezig, persoonlijke verzorging sterk gefilialiseerd

De dagelijkse artikelensector is zowel in omvang als in aantal winkels ondervertegenwoordigd in het centrum van Zwolle. Dit is onder meer te verklaren door het

ontbreken van een reguliere supermarkt in het centrum en het relatief sterke aanbod rondom (o.a. Diezerpoort). Wel is er een grotere biologische supermarkt aanwezig (Goody Foods). De branche persoonlijke verzorging bestaat uit vijf drogisterijen. Deze aanbieders zijn van beperkte omvang, de grootste heeft een omvang van circa 300 m² wvo. Ook het hogere segment is vertegenwoordigd met zes parfumerieën, waaronder de formules Rituals, Sabon en Douglas. Zoals gebruikelijk is de persoonlijke verzorgingsbranche sterk gefilialiseerd.

Warenhuizen van bovengemiddelde omvang

In het centrum van Zwolle zijn twee warenhuizen aanwezig: V&D en Hema. Beide warenhuizen hebben een (boven)gemiddelde schaal. Het V&D warenhuis heeft een omvang van ca. 6.730 m² wvo (gemiddeld 5.355 m² wvo, van de 66 vestigingen naar grootte op de 18^e plaats). De Hema behoort met een omvang van ruim 2.000 m² wvo tot de vijf grootste vestigingen in Nederland. Deze keten heeft een relatief kleine gemiddelde schaal (ca. 700 m² wvo), omdat er ook veel kleine vestigingen in dorps- en wijkcentra gevestigd zijn.

Modisch aanbod dominant, maar ook relatief beperkt

Ondanks dat het modische aanbod dominant is in het centrum van Zwolle, blijft de omvang van het winkelaanbod achter op de referentie. Het aanbod is breed en bestaat uit verschillende winkels in dames- en herenmode en schoenenwinkels, aangevuld met speciaalzaken. De grootste oppervlakten worden ingenomen door de landelijke modewarenhuizen: C&A (2.400 m² wvo), H&M (1.750 m² wvo), Piet Zoomers (1.200 m² wvo) en The Sting (1.015 m² wvo). In het centrum is ook een groot aantal zelfstandige ondernemers gevestigd, zoals Houtman, Old Vic, La Ropa, Sjans en Derksen & Derksen. De omvang van deze winkels is veelal beperkt. Als we kijken naar centra van naar inwonertal vergelijkbare plaatsen, valt op dat verschillende landelijke formules in Zwolle ontbreken (bijv. Geddes & Gilmore, Name It, New Yorker, G-star Raw, Levis Store, Sandwich, Van Dalen, Vanilia, Tanqs, Zara).

Huishoudelijke & luxe: bekende formules en lokale spelers aanwezig

Naast de landelijke formules Kijkshop, Blokker, Xenos en Dille & Kamille zijn in Zwolle ook speciaalzaken in glas/aardewerk, cadeauartikelen en kookwinkels aanwezig. Bijzonder in deze branche zijn de verschillende winkels van Oldenhof. Deze zijn slechts beperkt geconcentreerd. De gemiddelde schaal van de winkels in deze branche is groter dan het landelijke gemiddelde.

Grootschaligheid sport & spel beperkt

De branche sport & spel blijft in omvang achter bij het landelijke gemiddelde. Dit komt doordat de gemiddelde omvang van de winkels beperkt is (193 m² wvo ten opzichte van 262 m² wvo landelijk). Dit is te verklaren doordat echte mega sport- of speelgoedwinkels ontbreken. Enige winkel met een behoorlijke omvang is Perry

Sport (1.080 m² wvo). Zowel het sport- als speelgoedaanbod is divers en omvat verschillende speciaalzaken.

Specialistisch aanbod in branches hobby en media

Het aanbod in de branche hobby is bovengemiddeld en bestaat grotendeels uit zelfstandige ondernemers, zoals Reichenbach muziekinstrumenten en het Knopenwinkeltje. De grootste aanbieder is wel een landelijke formule: Jan Sikkes (ca. 780 m² wvo). De branche media ligt qua aantal winkelmeters op niveau. De winkels kennen dan ook een bovengemiddelde schaal. Een groot deel wordt ingenomen door de vijf boekhandels, met een totale omvang van ca. 2.230 m² wvo. De grootste boekhandel is Waanders in de Broeren met een omvang van 1.100 m² wvo. In de muziek/gamesbranche is Game Mania aanwezig, maar ook zelfstandige zaken als Diskid en Plato.

Beperkte omvang woonzaken

De woonbranche bestaat uit 20 aanbieders, in uiteenlopende sub-branches, verspreid over het centrum. Het aanbod is met name gericht op woondecoratie (meeneemproducten). Naast de landelijke formules Lampenier en Bulthaup, zijn er slechts zelfstandige ondernemers aanwezig, ook in het hogere prijssegment. In zijn totaliteit blijft de branche wel sterk achter bij vergelijkbare centra.

Veel winkelmeters bruin- en witgoed

De branche bruin- en witgoed wordt sterk gedomineerd door de twee electronica-warenhuizen Media Markt en Scheer & Foppen. Het aanbod wordt aangevuld met verschillende speciaalzaken, zoals Bang & Olufsen, Xando en verschillende telecom-aanbieders.

Auto & fiets, plant & dier en doe-het-zelf en overige detailhandel beperkt aanwezig

De branche auto & fiets bestaat uit drie rijwielenzaken en een vestiging van Halfords. Voor een binnenstad is de vestiging van Scholten rijwielen relatief groot (ca. 410 m² wvo). De branche plant & dier bestaat enkel uit drie kleinschalige bloemenwinkels. De doe-het-zelfbranche ontbreekt helemaal. Detailhandel overig is slechts beperkt aanwezig met een omvang van circa 765 m² wvo in het centrum van Zwolle. Het betreft zelfstandige ondernemers in onder meer feestartikelen, erotica, hoortoestellen en tweedehands artikelen. Enige landelijke formule is Used Products.

Gemiddelde omvang winkelleegstand

De leegstand in Zwolle bedroeg op de peildatum⁵ 104 verkooppunten en ca. 17.745 m² wvo; gelijk aan een leegstandspercentage van 5,3% naar winkelmeters en 12,4% van het aantal verkooppunten. Vergelijken we dit met de gemiddelde leegstand in plaatsen met een vergelijkbaar inwonertal staan relatief minder winkelmeters in Zwolle leeg (6,3% van het wvo en 12,0% van het aantal verkooppunten). Nagenoeg

⁵ Hoofdwinkelcentrum 26-2-2014, overig aanbod iets later of eerder.

de helft van de leegstand in Zwolle bevindt zich in het centrum, hier staan 51 verkooppunten met een totaal oppervlak van ca. 7.430 m² wvo leeg. Dit komt neer op een leegstandspercentage van 7,2% van het wvo en 13,8% van het aantal verkooppunten. Dit is min of meer vergelijkbaar met de centra van vergelijkbare plaatsen (8,2% van het wvo en 13,6% van het aantal verkooppunten). De grootste leegstaande panden in de binnenstad van Zwolle hebben een omvang van 825 m² wvo (Melkmarkt) en 535 m² wvo (Drietrommeltjessteeg).

Vergelijking met vijf 'vergelijkbare' binnensteden

In de voorgaande analyse is het aanbod van het centrum van Zwolle vergeleken met de centra van steden met een vergelijkbaar inwoneraantal. Om een meer specifiek voor Zwolle relevante vergelijking te kunnen maken is gekozen een vergelijking te maken met een vijftal binnensteden: Amersfoort, Arnhem, Breda, Haarlem en 's-Hertogenbosch. Deze steden zijn qua omvang en inwoneraantal redelijk vergelijkbaar met Zwolle en hebben bovenal een historische binnenstad. In de volgende tabel is het winkelaanbod voor de referentiesteden op omvang per branchegroep vergeleken.

Tabel 3.4: Winkelaanbod per branchegroep naar centrum (m² wvo)

Centrum	Inwoners	Totaal aanbod	Dagelijks	Mode & luxe	Vrije tijd	In/om huis	overig
Amersfoort	151.534	63.981	6.496	39.891	9.845	5.913	1.836
Arnhem	151.356	90.434	7.365	62.431	7.480	10.604	2.554
Breda	180.420	92.379	7.941	54.160	11.710	13.408	5.160
Haarlem	155.758	89.274	9.341	47.066	11.120	17.563	4.184
's-Hertogenbosch	143.786	91.192	8.488	59.412	10.793	8.738	3.761
Zwolle	123.215	63.669	4.230	41.008	8.171	9.494	766

Hieruit blijkt dat:

- Van de referentiesteden hebben Breda en 's-Hertogenbosch het omvangrijkste winkelaanbod. De omvang van het aanbod in Zwolle en Amersfoort is het kleinst.
- De samenstelling van het winkelaanbod verschilt per centrum, zo ligt in Arnhem de nadruk meer op mode & luxe en scoort Haarlem relatief hoog op 'in/om het huis'.
- De dagelijkse artikelensector is veruit het kleinst in het centrum van Zwolle (ca. 4.230 m² wvo). In de referentiesteden ligt het dagelijkse artikelenaanbod tussen grofweg 6.500 m² wvo en 9.300 m² wvo.
- De omvangrijkste branchegroep is mode & luxe. Dit geldt voor alle steden. Het aanbod in Arnhem steekt boven de andere referentiesteden uit (ca. 62.430 m² wvo). Het aanbod in Zwolle en Amersfoort is vergelijkbaar (ca. 40.000 m² wvo). Naar verhouding is het aanbod mode & luxe in Zwolle enigszins ruim (64% van

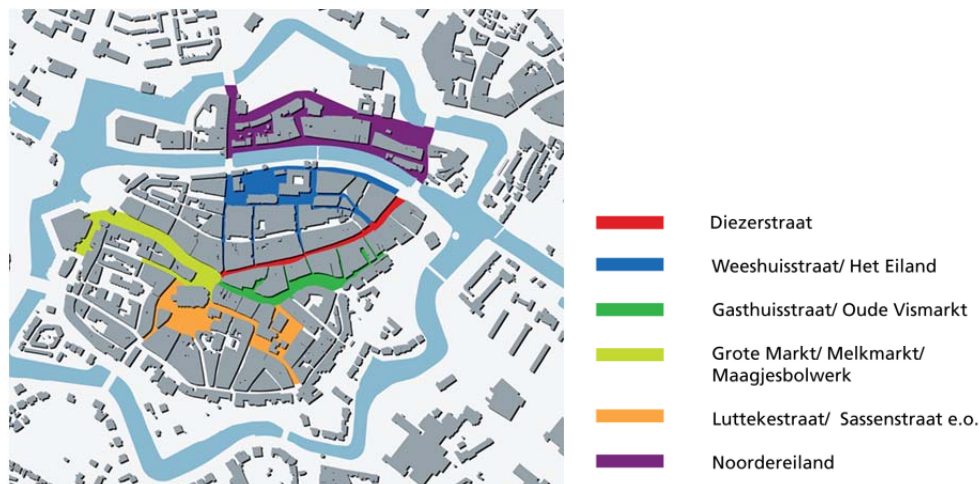
de winkelmeters behoort tot mode & luxe, in de referentiesteden is dit gemiddeld 62%).

- Het winkelaanbod in de branchegroep vrije tijd ligt relatief dicht bij elkaar, enkel het aanbod in Arnhem blijft relatief gezien achter.
- De branchegroep in/om huis is het sterkst vertegenwoordigd in Breda en Haarlem. Het aanbod in met name Amersfoort, 's-Hertogenbosch en Zwolle blijft hierbij achter.
- De branchegroep 'detailhandel overig' blijft achter in Zwolle in vergelijking met de andere centra.
- De gemiddelde omvang van de winkels in het centrum van Zwolle bedraagt 200 m² wvo. Dit is ruimer dan de gemiddelde omvang van de winkels in de steden Amersfoort (193), Haarlem (152), 's-Hertogenbosch (174), Breda (183), maar blijft achter bij Arnhem (218).

Positionering Diezerstraat

De Diezerstraat is de belangrijkste winkelstraat van de binnenstad van Zwolle. Het aanbod in de straat richt zich met name op de branchegroep mode & luxe. Volgens eerdere passantentellingen is de Diezerstraat het drukste gedeelte van de binnenstad van Zwolle. Een groot deel van het Zwolse winkelaanbod is hier dan ook gevestigd. De winkels bestaan voornamelijk uit landelijke filiaalbedrijven. Veel landelijke formules zijn hier aanwezig, zoals H&M, Coolcat, Miss Etam, Hema en Blokker. Het aanbod richt zich sterk op het midden segment. Naast de landelijke formules omvat de Diezerstraat nog enkele onderscheidende, zelfstandige winkels, zoals Derksen & Derksen en Lonx. Over het algemeen is het winkelklimaat in de Diezerstraat prettig. Het ontbreekt in de winkelstraat zelf aan echte rustpunten, hiervoor is de consument aangewezen op achterliggende gebieden en de Grote Markt.

Figuur 3.1⁶ Ligging Diezerstraat in de binnenstad van Zwolle



⁶ Bron: BRO, Brancheringsvisie en gebiedsprofielen binnenstad Zwolle (2010)

3.2 Aanbodontwikkeling 2009-2014

Om de evaluatie van het aanbod de afgelopen jaren inzichtelijk te maken, wordt voor de binnenstad van Zwolle een vergelijking gemaakt met de aanbodgegevens uit 2009.

Tabel 3.5: Ontwikkeling aanbod 2009-2014 binnenstad Zwolle

	2009			2014		
	aantal	m ² wvo	m ² wvo per winkel	aantal	m ² wvo	m ² wvo per winkel
Levensmiddelen	24	1.517	63	29	2.366	82
Persoonlijke verzorging	13	1.841	142	11	1.864	169
Dagelijkse artikelen	37	3.358	91	40	4.230	106
Warenhuis	2	8.165	4.083	2	8.781	4.391
Kleding en mode	133	23.709	178	122	21.616	177
Schoenen en lederwaren	29	5.698	196	27	5.797	215
Juwelier en optiek	24	1.508	63	21	1.404	67
Huishoudelijke en luxe artikelen	12	3.115	260	11	3.184	289
Antiek en kunst	3	373	124	4	226	57
Sport en spel	22	4.182	190	19	3.665	193
Hobby	17	2.038	120	12	1.673	139
Media	15	2.795	186	9	2.833	315
Dier en plant	3	145	48	3	143	48
Bruin- en witgoed	22	6.579	299	17	5.518	325
Fietsen en autoaccessoires	5	908	182	4	726	182
Doe-het-zelf	-	-	-	0	0	0
Wonen	20	3.125	156	20	3.107	155
Detailhandel overig	9	1.423	158	8	766	96
Niet-dagelijkse artikelen	316	63.763	202	279	59.439	213
Totaal	353	67.121	190	319	63.669	200
Leegstand	31	3.100	100	51	7.430	146

Dagelijks aanbod toegenomen

Uit de tabel valt direct op te maken dat de totale omvang van het detailhandelsaanbod in de binnenstad van Zwolle is afgenomen met 34 verkooppunten en ca. 3.450 m² wvo. Er heeft zich in de afgelopen jaren een (geringe) schaalvergroting voorgedaan. Zoomen we nader in op de branchering, blijkt dat het dagelijkse artikelenaanbod per saldo is toegenomen met drie verkooppunten en ca. 870 m² wvo. Het aanbod aan levensmiddelenspeciaalzaken is toegenomen, het aantal zaken in de persoonlijke verzorging is daarentegen wat afgenomen.

Niet-dagelijks aanbod afgenomen

In de niet-dagelijkse sector is het aanbod per saldo met 37 verkooppunten afgenomen, het aantal winkelmeters is afgenomen met ca. 4.325 m² wvo. Er hebben in deze jaren veel mutaties plaatsgevonden. In nagenoeg alle branches heeft zich een afname van het aantal verkooppunten voorgedaan, toename heeft zich slechts voorgedaan in de branches antiek en kunst en het aantal verkooppunten in de branches warenhuis, dier en plant en wonen is per saldo gelijk gebleven. Branches waarin het aantal winkels relatief sterk is afgenomen zijn media, hobby en bruin- en witgoed. Absoluut gezien heeft zich de grootste afname van het aantal verkooppunten voorgedaan in de branche kleding en mode (afname met 11 verkooppunten). De grootste afname in het aantal winkelmeters heeft zich absoluut gezien voorgedaan in kleding en mode en bruin- en witgoed.

Enkele voorbeelden van mutaties zijn de komst van onder meer boekhandel Waanders in de Broeren (1.100 m² wvo), interieurzaak Nibourg (955 m² wvo) en natuurwinkel Goody Foods (635 m² wvo). Uit het aanbod verdwenen zijn onder meer modewarenhuis Duthler (1.130 m² wvo), meubelzaak Teak en Trends (710 m² wvo), elektrozaak It's (710 m² wvo) en boekhandel de Slegte (660 m² wvo).

Leegstand toegenomen

In 2009 stonden in de binnenstad van Zwolle ca. 31 panden leeg met een omvang van ca. 3.100 m² wvo. Dit komt overeen met een percentage van 3,0% naar winkelmeters en 8,1% naar verkooppunten. De leegstand is de afgelopen jaren toegenomen met ca. 20 verkooppunten en ca. 4.330 m² wvo tot anno 2014 7,2% van het wvo en 13,8% van het aantal verkooppunten. Dit is een forse toename, maar well in lijn met het landelijke beeld van de afgelopen jaren dat de leegstand vrijwel overal is toegenomen.

3.3 Aanbod in omliggende gemeenten

Zwolle wordt omringd door de gemeenten Kampen, Zwartewaterland, Staphorst, Dalfsen, Raalte, Olst-Wijhe, Hattem, Oldebroek, Heerde, Ommen, Hardenberg, Dron-ten, Meppel en Noordoostpolder. Deze gemeenten tezamen typeren we in dit onderzoek als het secundaire verzorgingsgebied. Figuur 3.2 geeft de ligging weer.

Figuur 3.2: Secundaire verzorgingsgebied Zwolle



Navolgende tabel geeft de omvang van het detailhandelsaanbod in deze gemeenten weer.

Tabel 3.6: Aanbod dagelijks en niet-dagelijks secundaire verzorgingsgebied (Bron: Locatus)

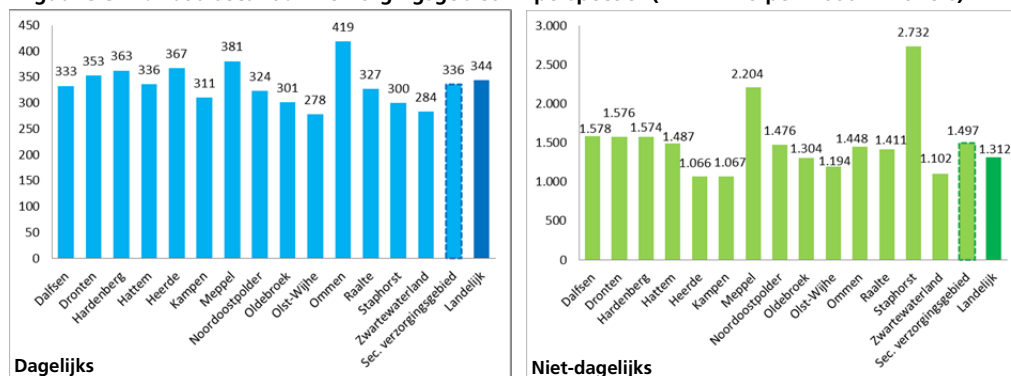
Gemeente	Inwoners ⁷	Dagelijks (m ² wvo)	Niet-dagelijks (m ² wvo)	Totaal (m ² wvo)
Dalfsen	27.655	9.216	43.630	52.846
Dronten	40.451	14.283	63.760	78.043
Hardenberg	59.592	21.621	93.808	115.249
Hattern	11.742	3.949	17.462	21.411
Heerde	18.515	6.804	19.731	26.535
Kampen	51.069	15.861	54.515	70.376
Meppel	32.875	12.534	72.442	84.976
Noordoostpolder	46.372	15.024	68.425	83.449
Oldebroek	22.824	6.874	29.760	36.634
Olst-Wijhe	17.760	4.938	21.204	26.142
Ommen	17.370	7.281	25.156	32.437
Raalte	36.526	11.956	51.528	63.484
Staphorst	16.365	4.917	44.706	49.623
Zwartewaterland	22.148	6.283	24.397	30.680
Totaal	421.264	141.541	630.524	771.885

In totaal is in het secundaire verzorgingsgebied nagenoeg 772.000 m² wvo gevestigd, waarvan ca. 141.500 m² wvo in de dagelijkse sector en ca. 630.500 m² wvo in de niet-dagelijkse sector. De gemeente Hardenberg beschikt met ruim 115.000 m² wvo

⁷ Bron: CBS Statline, 1 januari 2014

over het meest omvangrijke detailhandelsaanbod. In het secundaire verzorgingsgebied is in de dagelijkse sector afgezet tegen het inwonertal relatief weinig aanbod aanwezig, in de niet-dagelijkse sector is dit relatief veel: 336 m² wvo dagelijks per 1.000 inwoners in het secundaire verzorgingsgebied tegen 344 m² wvo per 1.000 inwoners landelijk en 1.497 m² wvo niet-dagelijks per 1.000 inwoners in het secundaire verzorgingsgebied tegen 1.312 m² wvo per 1.000 inwoners landelijk.

Figuur 3.3: Aanbod secundair verzorgingsgebied in perspectief (in m² wvo per 1.000 inwoners)



Uit de grafieken is op te maken dat in de dagelijkse sector Dronten, Hardenberg, Heerde, Meppel en vooral Ommen over een bovengemiddeld aanbod beschikken. In de niet-dagelijkse sector zijn dit alle gemeenten behalve Heerde, Kampen, Oldebroek, Olst-Wijhe en Zwartewaterland. Het relatief ruime niet-dagelijkse aanbod in Staphorst is te verklaren door de aanwezigheid van zeer grootschalig aanbod (o.a. woonwarenhuis Boer Staphorst: 13.700 m²wvo, Intratuin: 6.750 m²wvo).

Specifiek voor het initiatief aan de Diezerstraat is de omvang van het aanbod in de branchegroep 'kleding en mode' van belang. Navolgend wordt een overzicht getoond van het aanbod per gemeente in deze branchegroep.

Tabel 3.7: Aanbod 'kleding en mode' secundaire verzorgingsgebied (Bron: Locatus)

Gemeente	Inwoners ⁸	Aanbod kleding en mode (m ² wvo)	Aanbod per 1.000 inwoners
Dalfsen	27.655	3.938	142
Dronten	40.451	6.053	150
Hardenberg	59.592	12.721	213
Hattem	11.742	2.777	237
Heerde	18.515	2.128	115
Kampen	51.069	7.258	142
Meppel	32.875	10.455	318
Noordoostpolder	46.372	8.243	178
Oldebroek	22.824	2.471	108
Olst-Wijhe	17.760	1.963	111
Ommen	17.370	3.321	191
Raalte	36.526	6.501	178
Staphorst	16.365	1.624	99
Zwartewaterland	22.148	2.285	103
Totaal secundair	421.264	71.738	170
Landelijk			185

Gemeenten met absoluut gezien het meest omvangrijke aanbod zijn Hardenberg en Meppel. Afgezet naar inwonertal beschikken vooral Meppel en Hattem over een omvangrijk aanbod. Zetten we het totaal in het secundaire verzorgingsgebied aanwezige aanbod af tegen het inwonertal, blijkt dat dit onder het landelijk gemiddelde ligt (ca. 8%). Bekijken we het aanbod in de gehele regio, dus inclusief Zwolle, is per 1.000 inwoners 182 m² wvo aanwezig. Dit blijft nog steeds (licht) achter op het landelijk gemiddelde.

3.4 Trends en ontwikkelingen

Winkelgebieden hebben te maken met toenemende concurrentie als gevolg van toenemende internetbestedingen, veranderend consumentengedrag en toenemende leegstand. Landelijk concentreert de toename van de leegstand zich vooral in krimpgebieden, de centra van middelgrote plaatsen, kleine dorpen, buurtwinkelcentra en de randgebieden van grotere binnensteden. De concurrentie is in deze winkelgebieden het hevigst. We zoomen kort in op de oorzaken.

⁸ Bron: CBS Statline, 1 januari 2014

3.4.1 Oorzaken

Veeleisende consument

De concurrentie tussen winkelgebieden neemt toe omdat de consument steeds hogere eisen gaat stellen aan aanbod, kwaliteit, keuzemogelijkheid, service, gastvrijheid, gemak, prijsstelling, bereikbaarheid en parkeren en beleving en vermaak. De consument is steeds minder trouw aan aankooplocaties vanwege de toegenomen mobiliteit en het feit dat men veelal zeer goed geïnformeerd is over de kwaliteiten van winkels en winkelgebieden (internet!). Het aankoopmoment is door internet 24/7 mogelijk.

Beleving centraal

De keuze van de consument om de binnenstad te prefereren boven andere winkelcentra of internet is met het koopmotief (recreatief winkelen) veelal gekoppeld aan beleving. Binnensteden richten zich met name op het recreatieve winkelen. Hierin staat kijken en vergelijken centraal. De consument wil veel keuzemogelijkheden en geprikkeld worden om (impuls)aankopen te doen. De sfeer en beleving van een centrum zijn erg belangrijk. In veel gevallen is dit koop- of bezoekgedrag een vorm van vrije tijdsbesteding waarbij de mix met andere functies zoals horeca, leisure en cultuur erg belangrijk is.

Openingstijden

De consument waardeert verruiming van de winkeltijden. Koopzondagen zijn in toenemende mate populair onder winkelend publiek. De opkomst van het 'nieuwe werken' en wisselende tijdspatronen creëren een wens naar avond- en zondagsopenstellingen. Ondernemers zullen hierin mee moeten bewegen willen ze de concurrentie met het internet aan kunnen gaan.

Schaalvergroting en transformatieprocessen

Door veranderend gebruik van het vastgoed is behoefte aan andersoortige winkelruimte. Enerzijds zet de schaalvergroting en netwerkverdichting van filiaalbedrijven door. Bij een deel van de aanbieders, vooral degene met grootschalige formules, resulteert dit ook in een vraag naar vestiging op perifere locaties. Maar ook op A1 gebied is er vraag naar (zeer) grootschalige units. Anderzijds is ook een trend van schaalverkleining gaande, met name in grotere reguliere winkelcentra. Dit als gevolg van de mogelijkheden tot efficiënter voorraadbeheer en de combinatie met internetverkoop. Het transformatieproces houdt tevens verkleuring in van functies. Verandering van winkelfuncties naar dienstverlening, horeca, woonfuncties en zorgfuncties. Met name aan de randen van binnensteden.

3.4.2 Gevolgen

De zojuist genoemde trends resulteren in een verandering van de winkelmarkt en daarmee de structuur van binnensteden. Waar in het verleden sprake was van een steeds maar groeiende winkelmarkt vindt nu verdringing plaatst. In een krimpende markt betekent dit dat er winkellocaties zullen zijn die niet meer weerbaar zijn voor de veranderingen en waarvan het perspectief zwak is. Landelijk concentreert de toename van de leegstand zich vooral in krimpgebieden, de centra van middelgrote plaatsen, kleine dorpen, buurtwinkelcentra en de randgebieden van binnensteden.

De discussie moet daarom niet meer gaan over de kwantitatieve uitbreidingsruimte, maar veel meer over de vraag waarop kwaliteit kan worden toegevoegd. Want ook al is de winkelmarkt in zwaar weer en neemt de leegstand toe, voor kwaliteit is altijd ruimte. Grote vraag is echter op welke plekken kwaliteit de grootste toegevoegde waarde heeft. Investeerders hebben nog altijd een grote interesse in A1-locaties. Zeker wanneer binnensteden verder verdichten / compacter worden, neemt het belang van deze locaties alleen maar toe. Dit gaat ten koste van aanloopstraten / randgebieden. Dit is echter een autonome ontwikkeling die door nieuwe winkelontwikkelingen hooguit versneld wordt. Leegstand heeft hier in toenemende mate een structureel karakter. Een gevolg is dat vastgoedwaardes afnemen en dat eigenaren gedwongen zijn te kijken naar andere functies dan detailhandel.

De in deze paragraaf genoemde trends en ontwikkelingen staan mede aan de basis van de keuzes die de gemeente Zwolle heeft gemaakt in haar beleid, zoals verwoord in de Kadernota Detailhandel en 2012-2020 en het Ontwikkelingsprogramma Binnenstad 2020 (zie volgende paragraaf). De gemaakte keuzes zijn daarmee nog steeds actueel.

3.5 Beleidskaders

Provinciaal beleid

Het huidige detailhandelsbeleid van de provincie Overijssel is verwoord in de Partiele Herziening van de Omgevingsverordening Overijssel 2009. In deze Partiele Herziening ziet de provincie voor zichzelf een belangrijke regie rol weggelegd in de regionale afstemming en programmering van detailhandel met een regionale uitstraling en voor het tegengaan van het overaanbod aan winkelruimte. Dit blijkt met name uit de toenemende leegstand in winkelcentra. Deze leegstand heeft een negatief effect op het functioneren en het verblijfsklimaat in de binnensteden en daarmee op het woon- werk en leefklimaat van steden en dorpen.

De provinciale regeling geeft een aanvulling op de regionale afstemming die beoogd wordt met de zogenaamde 'Ladder voor duurzame verstedelijking' uit het Besluit ruimtelijke ordening. Op basis van de Ladder van duurzame verstedelijking

moet de actuele regionale behoefte van een stedelijke ontwikkeling zijn aangetoond en dient binnen die betreffende regio te worden afgewogen waar deze kan worden gefaciliteerd binnen het bestaand stedelijk gebied van de betreffende regio. De Ladder voor duurzame verstedelijking heeft een ander bereik dan de SER-ladder zoals die in de Omgevingsverordening is vastgelegd. De Ladder voor duurzame verstedelijking is alleen van toepassing als er sprake is van een ontwikkeling die voorziet in een regionale behoefte. De SER-ladder in de Omgevingsverordening is een motiveringseis waarbij voor elke nieuwe ontwikkeling waarmee een ruimtebeslag wordt gelegd op de groene omgeving moet worden nagegaan of daarvoor geen ruimte te vinden of gemaakt kan worden binnen het bestaand bebouwd gebied. De provinciale regeling legt voor detailhandel nadrukkelijker de focus op binnensteden en gaat uit van de kernen hiërarchie zoals vastgelegd in het principe van concentratie.

In het geval van de herinvulling van het bibliotheekpand is er sprake van een ontwikkeling in een stedelijke omgeving en bovendien van een detailhandelsonwikkeling centraal in de binnenstad. Het vestigen van de Zara 'full conceptstore' in het A-milieu van de Zwolse binnenstad sluit daarmee aan op het provinciale beleid.

Gemeentelijk beleid

Kadernota Detailhandel 2012-2020, Topwinkelstad Zwolle

De Kadernota Detailhandel 2012-2020, Topwinkelstad Zwolle is vastgesteld door de gemeenteraad op 2 april 2012. Het doel van het beleid is het versterken van de aantrekkelijkheid van Zwolle als winkelstad, voor zowel eigen inwoners als bezoekers uit de regio. De opgave: Zwolle bij de top van de Nederlandse binnensteden.

De ambitie is dat de Zwolse binnenstad in 2020 op het gebied van detailhandel, horeca en cultuur bij de top van de Nederlandse binnensteden hoort. Het aanbod van detailhandel, horeca en cultuur wordt in dit scenario gekenmerkt door een grote diversiteit. Zwolle beschikt over speciaalzaken waarvan er in Nederland slechts enkele zijn te vinden. Het aanbod heeft daarmee een landelijke uitstraling en trekt mensen vanuit het hele land. Ook de belangrijkste landelijke formules zijn in dit scenario in de binnenstad te vinden. Er is een uitgebreid horeca-aanbod te vinden op de aanlooproutes, terwijl het verblijfsrecreatieve aanbod wordt uitgebreid. Dit houdt in dat de binnenstad beschikt over hotels, maar ook over bed & breakfasts en monumentenlogies. Het uitgebreide culturele aanbod maakt het voor consumenten interessant om meerdere dagen in de binnenstad van Zwolle te verblijven. De leegstand is beperkt.

De Zwolse binnenstad onderscheidt zich van winkelcentra in de wijken en omliggende kernen en binnensteden in andere steden en in het bijzonder in Overijssel, Gelderland, Drenthe, Friesland en Groningen. In dit scenario wordt optimaal inge-

speeld op de goede bereikbaarheid van Zwolle en de aansluiting met de Randstad door de ligging aan de A28 en de Hanzelijn.

De opgave die volgt uit het beleid is dat sterke inzet op de binnenstad nodig is. De positie van de binnenstad is niet onomstreden. Dit geldt overigens voor veel meer binnensteden. Er is een gezamenlijke verantwoordelijkheid om de winkelpositie van de binnenstad te verbeteren. De historische binnenstad met haar vele winkels en horecagelegenheden is het uithangbord van Zwolle. Doel is ervoor te zorgen dat de huidige trends en ontwikkelingen zich niet uiten in een afnemend aantal bezoekers en bestedingen in de Zwolse binnenstad.

Schaalvergroting - Ruimtelijke schaalvergroting is een trend die zich in alle branches blijft voortzetten. De laatste jaren zijn in Nederland steeds meer megasupermarkten en andere megawinkels (bouwmarkten) verschenen. Daarnaast zien we, daar waar mogelijk, ook steeds grotere winkelfilialen in binnensteden verschijnen. Hierbij neemt niet alleen de schaal per winkel toe, maar ook de omvang van de winkelgebieden in hun geheel.

Binnenstad versus perifere locaties – De drang om zich buiten de reguliere winkelcentra te vestigen neemt toe, omdat op perifere locaties veel winkelvloeroppervlak kan worden gerealiseerd tegen relatief lage huurprijzen. Ook de betere bereikbaarheid speelt een rol. Branches als ‘wonen’ en ‘doe-het-zelf’ zijn al weggetrokken uit de binnensteden. Hetzelfde lijkt te gebeuren met winkels in andere branches zoals buitensportwinkels en computerwinkels. Deze branches zijn vaak nog wel te vinden aan de randen van de binnenstad, waar de huurprijzen lager zijn en zij zich nog beter kunnen onderscheiden.

Ontwikkelingsprogramma Binnenstad 2020

Het Ontwikkelingsprogramma 2020 is in 2012 vastgesteld. Het Ontwikkelingsprogramma geeft een visie op de toekomstige ontwikkeling van de binnenstad, en geeft aan hoe de gewenste ontwikkeling bereikt kan worden. Er wordt aangegeven dat de kracht van de binnenstad is dat bezoekers hier op hun gemak kunnen slenteren, winkelen en recreëren en daarnaast terecht kunnen voor unieke winkels en grotere formules. Als ambitie wordt onder meer een toename van de bezoekers en passanten beoogd. Om de toename van het aantal passanten te realiseren, zet Zwolle in op het uitbreiden van de winkelvloeroppervlakte in de binnenstad. Zowel door verdichting als door uitbreiding. Daarnaast wil de gemeente de aantrekkelijkheid van de binnenstad vergroten door een menging van nieuwe formules, horeca en cultuur.

Specifiek op het vlak van detailhandel wordt het volgende aangegeven: Het winkelaanbod in de binnenstad onderscheidt zich onvoldoende van de wijkwinkelcentra, omliggende kernen en andere steden in regio. Het winkelaanbod in de binnenstad

moet zich meer gaan onderscheiden met een mix van cultuur(historie), winkels en horeca. De gemeente houdt vast aan het bestaande beleid om het compacte winkelgebied van Diezerstraat, Weeshuisstraatgebied en Eiland te vergroten in de richting van de Melkmarkt en andere plekken. Wel wordt gekozen voor concentratie in het Winkelhart, langs de aanloopstraten tot aan de Entrees en niet langer daarbuiten.

Enkele voor dit stuk relevante aandachtspunten voor de economische functies in de binnenstad zijn:

- Tot 2020 wordt een groei voorzien aan winkels. Dit kan worden gerealiseerd door verdichting van en uitbreiding in het bestaande kernwinkelgebied en de aanloopstraten. De voornaamste locaties hiervoor zijn de Weeshuisstraat en omstreken, bibliotheeklocatie, Bankenlocatie Melkmarkt en Waanders Broerenkerk.
- Het is belangrijk om een of meerdere bovenregionale of landelijke trekkers naar deze locaties te halen.
- De gemeente zal een actieve rol vervullen in de visievorming rond deze locaties en in het werven van kandidaten om nieuwe winkelformules in te vullen.

Geconcludeerd kan worden dat het inpassen van de landelijke formule Zara op de bibliotheeklocatie aan de Diezerstraat in de Zwolse binnenstad binnen het gemeentelijk beleid past.

Overigens heeft BRO in 2010 in opdracht van het centrummanagement een brancheringsvisie en gebiedsprofielen voor de Zwolse binnenstad opgesteld⁹. In de brancheringsvisie is ook voor de bibliotheeklocatie een profiel opgesteld (zie kader). Vestiging van Zara op deze locatie sluit naadloos aan op het destijds opgestelde profiel.

De bibliotheeklocatie vormt de centrale spil in de toekomstvisie van BRO voor het centrum van Zwolle, zowel functioneel als ruimtelijk. De herontwikkeling van deze locatie met vooral bovenregionale winkelfuncties moet als aanjager voor de versterking van de Binnenstad en het winkelcircuit worden gezien. De aansluiting op het oostelijk deel van de Diezerstraat (richting de Korte Smeden) zal sterk verbeteren door de sterk toegenomen aantrekkingskracht en tweezijdige verwinkeling. Daarnaast is de bibliotheeklocatie een belangrijke schakel om het zuidelijke subcircuit (Gasthuisplein – Oude Vismarkt) te ontsluiten en te verwezenlijken. Daarvoor is het wel van belang dat de nieuwe ontwikkeling een interne routing/passage krijgt die zich ook presenteert (ook met uitgangen) richting Gasthuisplein. Voorwaarde voor de herontwikkeling van de bibliotheeklocatie is de herplaatsing van de bibliotheek naar een geschikte locatie aan de rand van de Binnenstad.

⁹ BRO, Brancheringsvisie en gebiedsprofielen binnenstad Zwolle (2010)

3.6 Plannen en initiatieven

In deze paragraaf worden de plannen en initiatieven in Zwolle, de omringende gemeenten en de nabijgelegen concurrerende winkelcentra (Apeldoorn, Deventer en Zutphen) beknopt beschreven.

Zwolle

- Aan de Diezerstraat, tegenover het bibliotheekpand in het voormalige pand van Duthler, is recent een vestiging van modewinkel Bershka gevestigd.
- Op de Melkmarkt staat op de voormalige Rabobank-locatie de bouw van een complex van winkels en appartementen gepland.
- Na de Nieuwe Markt en de Grote Markt wordt binnenkort de Oude Vismarkt heringericht. Deze winkelstraat krijgt bredere trottoirs, groene hagen en fietsparkeervakken. De herinrichting zou in het najaar van 2014 moeten beginnen. Ook het Gasthuisplein zou heringericht moeten worden, concrete plannen hiervoor ontbreken vooralsnog.
- Woonwarenhuis IKEA opent naar verwachting begin 2015 een vestiging in Zwolle op het bedrijventerrein van Hessenpoort.
- Hornbach gaat aan de Katwolderweg (voormalige Shell-terrein) een bouwmarkt, tuincentrum en 'drive-in' voor grote bouwmaterialen vestigen. Onbekend is vooralsnog voor wanneer de opening gepland staat.
- Onderdeel van de herontwikkeling van de wijk Kamperpoort is de ontwikkeling van het Katwolderplein. Het Katwolderplein krijgt een functie als schakel tussen de binnenstad van Zwolle en Kamperpoort. De plannen omvatten winkels, een supermarkt, horeca, leisure, een megabioscoop, ca. 75 woningen en een parkeergarage.

Omringende gemeenten

- Dronten – Er zijn plannen om het plein de Rede in het centrum van Dronten herin te richten en tegelijkertijd de bereikbaarheid van en parkeren in het centrum te verbeteren.
- Hardenberg – In het centrum van Dedemsvaart wordt aan de Markt een woonwinkelcomplex ontwikkeld met ca. 3.000 m². Onderdeel van de invulling zijn onder andere Jumbo en Hema. Ook wordt de Markt deels heringericht. Naar verwachting is een en ander eind 2015 gereed.
- Kampen – Aan de rand van Kampen is op Melmerpark een perifeer detailhandelscluster ontwikkeld. Hier gevestigde winkels zijn onder andere Wereldkeuken Plaza, Hubo en Jysk. In het bestemmingsplan is opgenomen dat 2.000 m² ingevuld mag worden door 'overige detailhandel'. Deze meters gaan ingevuld worden met vestigingen van Aldi en Action. De wens is geuit om de ruimte voor grootschalige detailhandel op Melmerpark aan de rand van Kampen verder uit te breiden naar ca. 5.000 m². Onduidelijk is of hier gehoor aan gegeven gaat worden.

- Noordoostpolder – De gemeente Noordoostpolder werkt al geruime tijd aan versterking van het centrum van Emmeloord. Er is al veel geïnvesteerd en gerealiseerd: de Lange Nering is opgeknapt, de Paardenmarkt is vernieuwd, het Cultuurplein met de bioscoop is gerealiseerd. Het nog geplande project de Deel omvat een herinrichting tot een integraal en hoogwaardig onderdeel van het centrum van Emmeloord. Hiermee moet het een functie als belangrijke entree naar het centrum van Emmeloord gaan bekleden. De nadruk zal komen te liggen op cultureel-recreatieve functies inclusief horeca en detailhandel, aangevuld met wonen, parkeren, busstation en ruimte voor evenementen.
- Oldebroek – Er zijn plannen om de Stouwdam-locatie in het centrum van Oldebroek te herontwikkelen tot een Boni supermarkt, winkels en appartementen. Het is daarbij de bedoeling dat het centrum publieksvriendelijker wordt ingericht.
- Ommen – Op bedrijventerrein de Rotbrink wordt de ontwikkeling van een retailpark beoogd. Het retailpark zou plek moeten bieden aan zeven tot negen units voor grootschalige/volumineuze detailhandel. De stand van zaken is onduidelijk.
- Zwartewaterland – Er zijn plannen om in Hasselt de stadskade langs het Zwarte Water, het winkelgebied en de Grintwal her in te richten. De plannen zijn nog niet definitief. Daarnaast zijn er plannen om het centrum van Genemuiden her in te richten. Ook is in het centrum de komst van de Hema en enkele andere winkels op de dan voormalige Boni-locatie gepland.

Apeldoorn

- Hornbach gaat zich vestigen in Apeldoorn-Noord/Zuidbroek.
- Decathlon gaat zich vestigen in het grootschalige winkelcentrum de Voorwaarts in Apeldoorn, naast Omnisport. Behalve Decathlon zijn hier Media Markt, Fit For Free, Telstar en Toychamp gevestigd. De Decathlon winkel wordt naar verwachting in het najaar van 2014 geopend.

Deventer

- In het bestemmingsplan voor het Kantorencomplex De Leeuwenbrug is naast kantoren en dienstverlening ook de vestiging van max. 1.000 m² detailhandel mogelijk. De ontwikkelaar van deze locatie geeft aan dat detailhandel hier geen primaire functie is, maar er op beperkte schaal enige flexibiliteit gewenst is naast de hoofdfunctie voor kantoor en dienstverlening. Onduidelijk is vooralsnog of, en hoeveel detailhandel hier gevestigd zal worden.

Zutphen

- Basseroord en Overweling, onderdeel van de binnenstad, ondergaan in 2015 een metamorfose. Onderdeel zijn onder andere herinrichting van de openbare ruimte heringericht en de aanleg van een fietsverbinding.

- De gedempte Noorderhaven wordt opnieuw uitgegraven. De nieuwe Noorderhaven krijgt een recreatieve functie. Samen met de IJsselkade en de oude Vispoorthaven gaat de Noorderhaven een langgerekt recreatief gebied vormen. Momenteel worden plannen uitgewerkt voor metamorfose van de IJsselkade.

3.7 Draagvlak

Bevolkingsomvang- en ontwikkeling

In het primaire verzorgingsgebied Zwolle wonen er anno 2014 123.215 personen, in het secundaire verzorgingsgebied zijn dit er ca. 421.265. De bevolking in Zwolle gaat de komende jaren fors toenemen tot nagenoeg 131.000 in 2020 en ca. 136.400 in 2025. Het secundaire verzorgingsgebied laat eveneens een toename zien naar circa 425.100 inwoners in 2020 en 426.400 in 2025.

Tabel 3.8: Bevolkingsomvang¹⁰ en –ontwikkeling¹¹ primair en secundair verzorgingsgebied

Gemeente	2014	2020	2025
Zwolle	123.215	130.910	136.370
Dalfsen	27.655	27.700	28.100
Dronten	40.451	43.100	44.800
Hardenberg	59.592	60.200	60.500
Hattem	11.742	11.700	11.400
Heerde	18.515	18.000	17.500
Kampen	51.069	50.900	51.300
Meppel	32.875	33.900	34.500
Noordoostpolder	46.372	46.800	46.200
Oldebroek	22.824	22.900	22.900
Olst-Wijhe	17.760	17.300	16.700
Ommen	17.370	18.000	17.800
Raalte	36.526	36.100	36.600
Staphorst	16.365	16.400	16.500
Zwartewaterland	22.148	22.100	21.600
Totaal Secundair	421.264	425.100	426.400

¹⁰ Bron Zwolle: gemeente Zwolle; bron secundaire verzorgingsgebied: CBS Statline, 1 januari 2014

¹¹ Bron Zwolle: O&S prognose 2012, gemeente Zwolle; bron secundaire verzorgingsgebied: Planbureau voor de Leefomgeving 2013

Inkomensniveau en bestedingen

Het gemiddelde inkomensniveau in de gemeente Zwolle ligt met een bedrag van € 14.600,- per hoofd van de bevolking circa 2 procent onder het landelijk gemiddelde van € 14.900,- per hoofd. Omdat het inkomen per hoofd van de bevolking in de gemeente minder dan 5% afwijkt van het landelijke gemiddelde hoeft geen correctie te worden toegepast op de te hanteren bestedingen.

Bestedingscijfers anno 2014

Voor de bestedingen gaan we doorgaans uit van landelijke gemiddelden. De meest recente landelijke gemiddelden stammen echter uit 2011. Omdat de bestedingen in de meeste branches sinds 2011 verder gedaald zijn als gevolg van de economische recessie en internet, passen we een correctie op de 'huidige' bestedingen toe. Deze correcties zijn gebaseerd op de omzetontwikkeling¹² van de winkels in de betreffende sector/branche sinds het uitkomen van de omzetkengetallen. De gecorrigeerde bestedingscijfers voor 2014, zijn gelijk gehouden aan het bestedingsniveau van 2012.

Tabel 3.9: Bestedingscijfers gecorrigeerd naar economische situatie en internet

Branche	Bestedingscijfer	Gecorrigeerde bestedingscijfers	
	per hoofd per jaar 2011	2014	2020/2025
Niet-dagelijks	€ 2.540,-	€ 2.440,-	€ 2.320,-
Mode	€ 600,-	€ 580,-	€ 555,-

Verwachtingen toekomstige bestedingen

Op de middellange termijn zal de economische situatie zich naar verwachting verbeteren en zullen de detailhandelsbestedingen weer (licht) gaan toenemen. Voor 2020 en 2025 wordt ook gezien de onzekerheid van de prognoses een stabilisatie van de bestedingscijfers ten gevolge van de economische situatie aangenomen. Een ontwikkeling die zich wel onverminderd door zal zetten is de stijging van de internetbestedingen. In de berekeningen van de toekomstige marktruimte wordt hier rekening mee gehouden door in bepaalde branches uit te gaan van een lager bestedingsvolume in fysieke winkels. Omdat in de HBD-cijfers¹³ reeds de internetbestedingen via multichanneling worden meegenomen, gaat het slechts om een toename van de bestedingen via ondernemingen die alleen een online verkoopkanaal hebben (pure players).

De fysieke winkel blijft weliswaar veruit de populairste aankoopplaats maar verliest wel terrein ten opzichte van het internet. In de niet-dagelijkse sector en meer specifiek 'mode' is de impact van internetaankopen reeds groot en deze zal ook nog fors groeien. Aangezien verwacht wordt dat vooral de internetbestedingen via multi-

¹² Niet-dagelijks: ca. -4%, kleding & mode: ca. -3%, afgeleid van HBD omzetcijfers

¹³ De huidige omzetkengetallen van het HBD zijn allesomvattend, dat wil zeggen inclusief de opbrengsten uit verkoop aan niet-particulieren en inclusief de opbrengsten uit verkoop via niet-winkelkanalen. De internetbestedingen bij winkels met zowel een fysieke als online winkel (multichannel) zijn hierin dus ook meegenomen.

channeling zullen gaan toenemen, wordt uitgegaan van een daling van de bestedingscijfers in deze sector/branche met ca. 5% ten gevolge van internetbestedingen aan pure players.

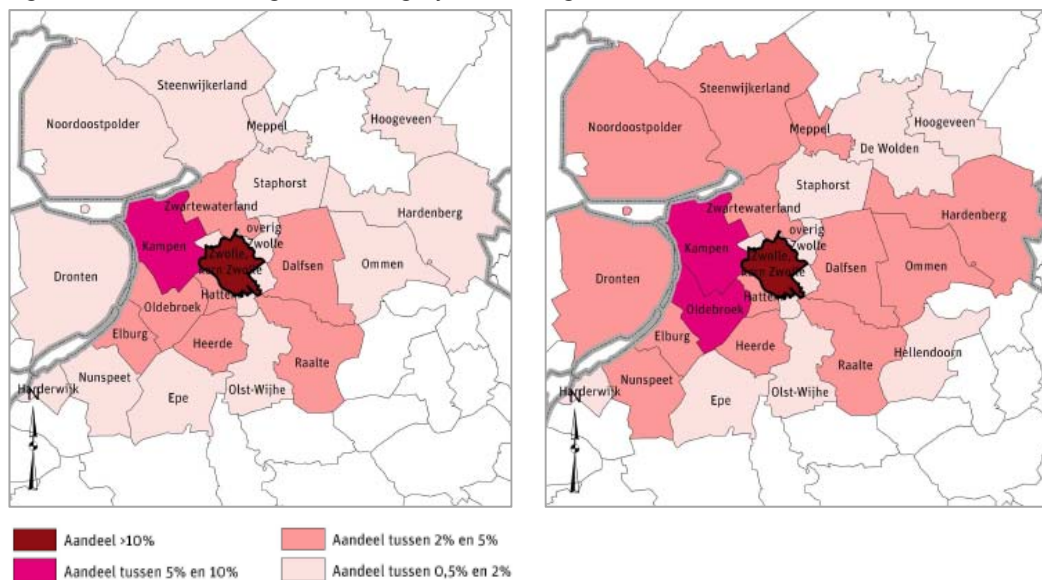
Koopstromen

In de koopstromen maken wij onderscheid in koopkrachtbinding en koopkrachttoevloeiing. De mate waarin de lokale consument zijn bestedingen doet in het winkel-aanbod van de eigen gemeente c.q. kern wordt koopkrachtbinding genoemd. Naast de koopkrachtbinding bestaat een deel van de omzet uit bestedingen van consumenten die niet afkomstig zijn uit dit gebied. Dat deel wordt koopkrachttoevloeiing genoemd.

Koopstromen Zwolle

In 2010 zijn in het kader van het Koopstromenonderzoek Overijssel 2010 de koopstromen voor Zwolle bepaald. In de niet-dagelijkse sector wordt in Zwolle een koopkrachtbinding van 80% gerealiseerd. Specifiek voor de branche kleding is dit 76%. In de niet-dagelijkse sector wordt in Zwolle een toevloeiing van 49% gerealiseerd en in de branche kleding 61%. De toevloeiing is grotendeels afkomstig uit het eerder benoemde secundaire verzorgingsgebied. Ook komt een deel van verder weg gelegen gemeenten (o.a. Steenwijkerland, Elburg, Nunspeet, de Wolden, Hoogeveen). Onderstaande afbeeldingen geven de herkomst van de toevloeiing weer. Hieruit is duidelijk de regionaal-verzorgende positie van de stad Zwolle af te leiden.

Figuur 3.4: Herkomst draagvlak niet-dagelijks en kleding



Zetten we de in 2010 gemeten koopstromen af tegen de koopstromen in enkele qua omvang en inwonertal vergelijkbare steden met een historische binnenstad¹⁴ (zie ook paragraaf 3.1), lijken de cijfers voor de niet-dagelijkse sector in Zwolle aanneemelijk. Wel lijken de koopstromen voor de branche kleding en mode op een erg hoog niveau te liggen. In de huidige situatie nemen we voor deze branche de koopkrachtbinding en toevloeiing wat lager aan; een binding van 70% en toevloeiing van 50%.

Gezien het feit dat de koopkrachtbinding in de niet-dagelijkse sector reeds op een redelijk hoog niveau ligt, houden we deze in de toekomstige situatie (na vestiging van de Zara 'full conceptstore') gelijk. Wel verwachten we dat de toevloeiing in de niet-dagelijkse sector nog wat zal toenemen ten gevolge van de vestiging van deze zaak. Omdat de toevloeiing absoluut gezien reeds stijgt door de toename van de bevolking, verwachten we hier nog een kleine toename van de toevloeiing tot 50%. Specifiek voor de branche kleding en mode verwachten we dat door te toevoeging van een dergelijke trekker, de koopkrachtbinding een niveau kan bereiken van ca. 72,5% en de toevloeiing kan stijgen tot 52,5%.

In de gehanteerde koopstroomcijfers voor de niet-dagelijkse sector is geen rekening gehouden komst van grootschalige winkels als Ikea en eventueel Hornbach.

3.8 Distributieve mogelijkheden

Om de marktruimte te bepalen voor de niet-dagelijkse sector en de hoofdbranche kleding & mode in Zwolle, is een benadering gemaakt van het huidige en toekomstig economisch functioneren.

Benadering huidig functioneren

De (rekenkundig) gemiddelde vloerproductiviteit per m² wvo is de referentie waartegen het functioneren wordt afgezet. De gemiddelde vloerproductiviteit in Nederland bedroeg in 2011 in de niet-dagelijkse artikelensector circa € 1.970,- en voor mode circa € 2.630,-. Voor 2012 is in de niet-dagelijkse sector sprake geweest van een daling met ca. 2% tot ca. € 1.930,-. Deze daling heeft zich eveneens bij de branche kleding en mode voorgedaan (€ 2.575,-). Aangezien de in Zwolle gerealiseerde vloerproductiviteiten hier aanzienlijk boven liggen (zie navolgende tabel) gaan we voor de toekomstige situatie uit van een voor een normaal functioneren benodigde vloerproductiviteit die ca. 15% boven het landelijke gemiddelde ligt.

¹⁴ Amersfoort: niet-dagelijks binding 81% toevloeiing 39%, kleding & mode binding 69% toevloeiing 39%
Haarlem: niet-dagelijks binding 68% toevloeiing 45%, kleding & mode binding 72% toevloeiing 49%
Arnhem: niet-dagelijks binding 84% toevloeiing 54%
's-Hertogenbosch: niet-dagelijks binding 84% toevloeiing 50%

Tabel 3.10: Huidig economisch functioneren Zwolle

	Niet-dagelijks	Kleding en mode
Aantal inwoners gemeente Zwolle 2014	123.215	123.215
Bestedingen per hoofd (in €)	2.440	580
Bestedingspotentieel (in mln. €)	300,6	71,5
Koopkrachtbinding	80%	70%
Totaal gebonden bestedingen (in mln. €)	240,5	50,0
Koopkrachttoevloeiing (% totale omzet)	49%	50%
Omzet door toevloeiing (in mln. €)	231,1	50,0
Totale omzet (in mln. €)	471,6	100,1
Omvang huidig wvo totaal (in m² wvo)	172.726	27.259
<i>Omzet per m² wvo o.b.v. huidig aanbod (in mln. €)</i>	2.750	3.675
Landelijk gemiddelde omzet per m² wvo 2012 (in €)	1.930	2.575

Benadering toekomstig functioneren en uitbreidingsruimte

Tabel 3.11: Toekomstig economisch functioneren Zwolle

	Niet-dagelijks		Kleding en mode	
	2020	2025	2020	2025
Aantal inwoners Zwolle	130.910	136.370	130.910	136.370
Bestedingen per hoofd (in €)	2.320	2.320	555	555
Bestedingspotentieel (in mln. €)	303,7	316,4	72,7	75,7
Koopkrachtbinding	80%	80%	72,5%	72,5%
Totaal gebonden bestedingen (in mln. €)	243,0	253,1	52,7	54,9
Koopkrachttoevloeiing (% totale omzet)	50%	50%	52,5%	52,5%
Omzet door toevloeiing (in mln. €)	243,0	253,1	58,2	60,6
Totale omzet (in mln. €)	485,9	506,2	110,9	115,5
Normatieve omzet per m² wvo (in €)	2.200	2.200	2.950	2.950
Haalbare m² wvo	220.863	230.090	37.593	39.152
Omvang huidig wvo totaal (in m² wvo)	172.726	172.726	27.259	27.259
Uitbreidingsruimte in m² wvo (afgerond)	48.150	57.350	10.300	11.900

Kwaliteit boven kwantiteit

De hiervoor aangegeven distributieve ruimte is het resultaat van berekeningen die gebaseerd zijn op meerdere aannames. Het gaat immers om toekomstige ontwikkelingen en op voorhand kunnen die nooit exact voorspeld worden. De woningbouw kan bijvoorbeeld vertraging oplopen, de gemiddelde woningbezetting kan hoger of lager uitvallen, de bestedingen kunnen sterk gaan stijgen of juist gaan dalen en koopstromen kunnen toch iets anders lopen dan verwacht. De uitkomsten van de berekeningen mogen daarom nooit als normatief gezien worden, maar als indicatief.

In dit verband is het van belang aan te geven dat aan de kwalitatieve aspecten bij winkelontwikkelingen minstens zoveel waarde gehecht dient te worden als aan de kwantitatieve distributieve mogelijkheden. In de ruimtelijke ordening dient op basis van ruimtelijk relevante argumenten beoordeeld te worden of het consumentenbelang op langere termijn wordt gediend (geen duurzame ontwrichting); het gaat niet om een verslechterde concurrentiepositie voor individuele bedrijven.

Als bijvoorbeeld nieuwe winkelontwikkelingen, op een vanuit de structuur gezien goede plek, als resultaat hebben dat verouderd aanbod op een slechte plek verdwijnt, dan is de detailhandelsstructuur er per saldo op vooruitgegaan. Er is immers modern aanbod en/of een aantrekkelijk verblijfsklimaat bij gekomen en daar heeft de consument uiteindelijk het meeste baat bij. Het, in het kader van structuurverbeteringen, meer realiseren dan de berekende distributieve uitbreidingsruimte hoeft dus helemaal niet erg te zijn, vooropgesteld dat de effecten per saldo positief zijn.

3.9 Effecten

Regionale aantrekkingskracht Zwolle

De vestiging van een nieuwe, nog niet in het centrum van Zwolle aanwezige modeformule betekent dat de consument in Zwolle en haar achterland meer keuzemogelijkheden gaan krijgen. Juist omdat het gaat om een nog niet in Noord-Oost Nederland aanwezige formule, zullen naar verwachting relatief veel bezoekers van buiten de stad getrokken worden, niet alleen uit de aangegeven regio, maar ook vanuit verder weg gelegen plaatsen. De vestiging in de Diezerstraat met de nabijheid van andere grote publiekstrekkingen (o.a. H&M, The Sting) zal een positief effect hebben op het bezoek van buiten de stad: nu reeds trekken deze winkels veel bezoekers uit de genoemde regio. De vestiging van een extra trekker in dit gebied draagt bij aan een versterking van de regionaal-verzorgende positie van de stad.

Bijdrage aan versterking Diezerstraat

De keuze van de consument om een binnenstad te prefereren boven andere winkelcentra of internet is met het koopmotief (recreatief winkelen) veelal gekoppeld aan beleving. Winkels veranderen daardoor in een versnelde ontwikkeling naar beleveniscentra. Schaalvergroting, nieuwe technologieën en functiemix zijn daarvan uittingen. Vooral op A1-gebied is er daardoor vraag naar (zeer) grootschalige units. Zoals BRO in een eerdere visie¹⁵ heeft beschreven, vormt de bibliotheeklocatie de centrale spil voor het centrum van Zwolle, zowel functioneel als ruimtelijk, en kan deze locatie een bovenregionale winkelfunctie huisvesten. De inpassing van deze locatie met de grootschalige trekker Zara 'full conceptstore' kan als aanjager voor de versterking van het winkelcircuit worden gezien. De aansluiting op het oostelijk deel van de Diezerstraat zal sterk verbeteren door de toegenomen aantrekkingskracht.

¹⁵ BRO, Brancheringsvisie en gebiedsprofielen binnenstad Zwolle (2010)

Stijging bezoekersaantallen

Algemeen bekend is dat een Zara vestiging veel bezoekers trekt. Dit zal des te meer gelden voor een grootschalige Zara 'full conceptstore' zoals deze zich aan de Diezerstraat zal gaan vestigen. Er zijn geen cijfers beschikbaar met betrekking tot de bezoekersaantallen van een dergelijke grootschalige Zara winkel. Wel wordt Zara vaak in één adem met Primark genoemd als grote publiekstrekker (onder andere in recente/geplande winkelprojecten in Nijmegen, Groningen, Heerlen). Onderstaand kader geeft op basis van onderzoek naar het 'Primark-effect' een indicatie wat voor invloed een publiekstrekker als Zara kan hebben op de bezoekersaantallen, maar ook op het verzorgingsgebied en het vestigingsgedrag van andere retailers. Hierbij dient vermeld te worden dat de positieve effecten het grootst zijn wanneer de vestiging op een centrale positie in de winkelstructuur is gelegen.

Een Primark-vestiging leidt tot 10% tot 30% (gemiddeld 15 a 20%) extra bezoekers in het winkelcentrum of de winkelstraat. Het effect is vooralsnog structureel. Er is na de openingsweken geen sprake van serieuze afvlakking. De komst van deze winkel kan de omzet van nabijgelegen winkeliers flink omhoog stuwen. Omliggende moderetailers profiteren (10%) maar de horeca plust met wel 40%. Andere aanbieders plussen met 15 a 20%. Verder wordt het verzorgingsgebied van het winkelcentrum fors uitgebreid en is er sprake van een jonger en meer fashiongericht publiek dan voorheen. De komst van Primark geeft vertrouwen in de binnenstad of het winkelcentrum en heeft een positieve invloed op het vestigingsgedrag van retailers. Natuurlijk, de concurrentie neemt toe en die heeft soms het nakijken, maar de Primark stimuleert het ondernemerschap, houdt ondernemers scherp en daagt deze uit om soortgelijke of juist een andersoortige marketingstrategie te kiezen om de klant aan zich te binden ¹⁶.

Een (dergelijke) stijging van de bezoekersaantallen gaat volledig tegen de trend in van dalende bezoekersaantallen aan Nederlandse binnensteden van de laatste jaren. In de periode 2009 – 2013 nemen deze jaarlijks gemiddeld met 10% af. Passantentellingen van dataleverancier Locatus laten zien dat de afgelopen jaren ook in Zwolle een forse daling is opgetreden. In de periode tussen 2011 en 2013 is het bezoekersaantal gedaald met ruim 15%. Afgaande op het Primark-effect mag verwacht worden dat de vestiging van de Zara 'full conceptstore' deze neerwaartse trend kan breken en zelfs kan zorgen voor een stijging van de bezoekersaantallen. Ook gezien onderstaand bericht dat in de Stentor¹⁷ is verschenen lijkt dit een reële verwachting.

"De Zara is iets waar menig winkelend man en vrouw al lange tijd op zit te wachten. Sommige mensen zijn zelfs verbaasd dat hier nog geen vestiging is te vinden, maar bijvoorbeeld in Apeldoorn wel. Een vestiging van de Spaanse keten is voor veel mensen dé reden om in een bepaalde stad te gaan shoppen. "Ik ga normaal altijd naar Apeldoorn om specifiek bij de Zara kleding te kopen," vertelt de Zwolse Hulya Metin. "Het is echt super dat deze winkel straks in mijn eigen stad te vinden is. "

¹⁶ Bron: Vastgoedjournaal 8 juli 2014, Onderzoek: Primark-effect leidt tot extra bezoekers en extra bestedingen

¹⁷ De Stentor, Komst Zara heel goed voor de stad, 15 maart 2013

Effecten op de modebranche in Zwolle en omgeving

In Zwolle is ruim voldoende distributieve ruimte aan te geven voor een uitbreiding van het niet-dagelijks en in het bijzonder modische aanbod. De effecten op het bestaande aanbod zullen daarom zeer beperkt zijn. Wellicht zullen met de vestiging van een dergelijke modische trekker de concurrentieverhoudingen tussen de aanwezige aanbieders wat veranderen, maar zij kunnen ook profiteren van de trekkracht van de nieuwe winkel (kijken en vergelijken door de recreatief winkelende consument). Mocht echter een van de bestaande modezaken onverhoopt toch verdwijnen, dan heeft dat geen duurzame negatieve effecten voor de verzorgingsstructuur: er blijven nog veel keuzemogelijkheden voor de consument over, mede omdat er een nieuwe aanbieder bij gekomen is.

Naar verwachting van BRO zullen de effecten op het aanbod in de onderscheiden regio van omringende gemeenten zeer beperkt zijn omdat de daar aanwezige modezaken vooral een lokaal-verzorgende functie hebben. De consumenten die bij gelegenheid meer grootschalige aanbieders willen bezoeken, zullen nu voor een belangrijk deel ook al voor modisch aanbod naar de binnenstad van bijvoorbeeld Zwolle, Apeldoorn, Deventer of Zutphen gaan.

Door de uniciteit van de nieuwe winkel zullen zoals gezegd waarschijnlijk relatief veel klanten uit verder weg gelegen gebieden getrokken worden. Het gaat hierbij echter vooral om incidenteel bezoek en deze bezoekers zullen ook in de eigen omgeving recreatief blijven winkelen. De effecten zullen zich dan ook over een groot gebied en dus veel aanbieders spreiden. De kans dat er daar als gevolg van de vestiging van de Zara 'full conceptstore' in Zwolle aanbod verdwijnt, is minimaal. Zo er daar al aanbod verdwijnt dan zal dat eerder een versnelling van een autonome ontwikkeling zijn. Winkels die niet vernieuwen, onvoldoende beleving bieden of op een suboptimale locatie gelegen zijn, voldoen namelijk niet meer aan de wens en zullen daarom in toenemende mate de gunst van de consument verliezen.

De eventuele negatieve effecten van de komst van een concurrent zullen vooral bij het modische aanbod in Zwolle gevoeld worden, maar dit zal zoals gezegd geen structurele negatieve effecten op de verzorgings- en detailhandelsstructuur hebben. Verwacht wordt bovendien dat eerder positieve effecten zullen optreden voor het in de omgeving aanwezige aanbod ten gevolge van de stijging van de bezoekersaantallen. In de modische branches staat immers het kijken en vergelijken centraal.

4. SAMENVATTING EN CONCLUSIES ANALYSES

Relatief beperkte omvang aanbod centrum en mode

De omvang van het detailhandelsaanbod in Zwolle komt nagenoeg overeen met dat van naar inwonertal vergelijkbare plaatsen. De binnenstad van Zwolle staat aan de top van de Zwolse hiërarchische structuur. Vergelijken we het in de binnenstad van Zwolle aanwezige aanbod met dat in centra van naar inwonertal vergelijkbare plaatsen, blijft het aanbod in de binnenstad van Zwolle zowel in omvang als in aantal achter. Ondanks dat het modische aanbod dominant is in het centrum van Zwolle, blijft ook de omvang van het winkelaanbod in deze branche achter. Verschillende landelijke formules die wel in vergelijkbare centra aanwezig zijn, ontbreken in de binnenstad van Zwolle (bijv. Geddes & Gilmore, Name It, New Yorker, Levis Store, Tanqs, Zara).

Bekijken we de ontwikkeling van het aanbod de afgelopen jaren (sinds 2009), blijkt dat de omvang van het dagelijks aanbod wat gestegen is, maar de niet-dagelijkse sector is afgenomen. De grootste afname in het aantal winkelmeters heeft zich absoluut gezien voorgedaan in kleding en mode en bruin- en witgoed. Uit het aanbod zijn onder andere modewarenhuis Duthler en elektrozaak It's verdwenen. Het aanbod in de binnenstad is echter ook versterkt met bijvoorbeeld boekhandel Waanders in de Broeren en Bershka.

Sterke regionale functie

De detailhandel in Zwolle heeft een sterke regionaal-verzorgende functie. Uit het in 2010 gehouden koopstromenonderzoek blijkt dat relatief veel omzet van buiten de kern komt: in de niet-dagelijkse artikelensector ca. 49% in kledingbranche zelfs 61%. Het aanwezige winkelaanbod in de niet-dagelijkse artikelensector in totaliteit realiseert theoretisch een relatief hoge omzet per m² vvo (vloerproductiviteit) en dat geldt ook voor de modebranche. Dit is een indicatie dat het aanbod gemiddeld redelijk tot goed functioneert en dat er in de huidige situatie enige distributieve ruimte is aan te geven voor een uitbreiding van het aanbod.

Geen uitzonderlijke leegstand

De omvang van de leegstand in zowel de gemeente als de binnenstad van Zwolle is min of meer vergelijkbaar met die van (de centra van) vergelijkbare plaatsen.

Initiatief speelt in op relevante trends en ontwikkelingen

Het aantal inwoners van de gemeente Zwolle en ook van het secundaire verzorgingsgebied (omringende gemeenten) zal het komende decennium stijgen. Hoewel de detailhandelsbestedingen als gevolg van het economisch herstel de komende jaren wellicht weer iets zullen gaan stijgen, zullen de bestedingen in de fysieke win-

kels als gevolg van de verdere groei van het webwinkelen waarschijnlijk niet gaan toenemen, en in de niet-dagelijkse artikelensector en modebranche zelfs iets verder dalen. Mede hierdoor zal de leegstand landelijk naar verwachting verder toenemen, zij het dat er sterke verschillen tussen regio's en soorten winkelgebieden zijn.

De toename van de leegstand is deels ook terug te voeren op het feit dat veel zelfstandige ondernemers vanwege het bereiken van de pensioengerechtigde leeftijd de komende jaren zullen gaan stoppen en geen opvolging zullen hebben.

Tegelijkertijd vraagt de consument om vernieuwing en beleving in binnensteden. Winkels veranderen daardoor in een versnelde ontwikkeling naar beleveniscentra, met een toenemende vraag naar (zeer) grootschalige units in A1-gebied tot gevolg.

In het licht van de huidige trends en de ontwikkelingen in de detailhandel is de invulling van een dergelijk grootschalig pand op een A1-locatie in de binnenstad met modisch aanbod een goede ontwikkeling. Het is overigens naar de toekomst toe niet te verwachten dat zich andere branches in dit pand zullen vestigen. De vestiging van een supermarkt zal bovendien bestemmingsplanmatig uitgesloten worden.

Initiatief past in het beleid

Met het oog op de leegstandontwikkeling en de mogelijke gevolgen daarvan voor de leefomgeving wordt door veel lagere overheden, waaronder de provincie Overijssel, een restrictief beleid ten opzichte van nieuwe winkelontwikkelingen gevoerd. Overijssel legt voor detailhandelsontwikkelingen nadrukkelijk de focus op binnensteden. Het inpassen van de landelijke formule Zara op de bibliotheeklocatie aan de Diezerstraat in de Zwolse binnenstad past dus binnen provinciale beleid.

De gemeente Zwolle heeft in haar ontwikkelingsprogramma voor de binnenstad de bibliotheeklocatie benoemd als een van de voornaamste locaties om bovenregionale of landelijke trekkers naar de binnenstad van Zwolle te halen. Het initiatief voor het bibliotheekpand past daarmee ook in het gemeentelijke beleid.

Veel distributieve ruimte, geen negatieve effecten

Gezien de uitgangssituatie in de niet-dagelijkse artikelensector en specifiek de modebranche en de verwachte ontwikkelingen (bevolkingsgroei) is er theoretisch relatief veel distributieve ruimte voor een uitbreiding van het aanbod aan te geven, zeker wanneer het aanbod versterkt wordt met een trekker als de Zara 'full concept-store'. Dit betekent dat de toevoeging van nieuwe winkelmeters in de modebranche slechts zeer beperkte effecten zal hebben op het bestaande aanbod in Zwolle en omgeving. Negatieve effecten op de detailhandelsstructuur of consumentenverzorging zijn dan ook niet te verwachten, wel positieve. Navolgend wordt hier aan de hand van de Ladder voor Duurzame Verstedelijking nader op in gegaan.

5. LADDER VOOR DUURZAME VERSTEDELIJING

In dit hoofdstuk wordt ingegaan op de eerste twee treden van de verstedelijkingsladder. De derde trede is niet van toepassing omdat het initiatief zich voordoet in bestaand stedelijk gebied.

Trede 1: Actuele regionale behoefte

In voorliggend onderzoek is uitgebreid ingegaan op de kwantitatieve en kwalitatieve aspecten van de beoogde ontwikkeling. Vanuit de kwantitatieve behoefte bezien is het belangrijk te constateren dat er ruim voldoende uitbreidingsruimte voor zowel de niet-dagelijkse sector als meer specifiek de modebranche in Zwolle is. Bovendien zal de nieuwe ontwikkeling zichzelf vanwege de (boven)regionale aantrekkingskracht van de formule in hoge mate bedruipen en wordt daardoor ook in een kwantitatieve regionale behoefte voorzien. We merken hierbij op dat de gepresenteerde berekeningen gebaseerd zijn op diverse aannames en dat de uitkomsten daarom vooral als indicatief beschouwd moeten worden.

Het faciliteren van de grootschalige Zara in de Diezerstraat speelt ook in kwalitatieve zin in op de behoefte en heeft per saldo een positief effect op de consumentenverzorging en de detailhandelsstructuur in Zwolle en omliggende gemeenten. De belangrijkste argumenten hiervoor zijn:

- De vestiging van een nieuwe, nog niet in het centrum van Zwolle aanwezige modeformule betekent dat de consument in Zwolle en haar achterland meer keuzemogelijkheden gaan krijgen dicht bij huis. Nu bezoekt men andere binnensteden om bij deze formule te kunnen winkelen.
- De vestiging van een extra, nog niet in Noord-Oost Nederland aanwezige, trekker in de hoofdwinkelstraat Diezerstraat draagt bij aan een versterking van de regionaal-verzorgende positie van de stad.
- In het koopgedrag ten aanzien van modische artikelen hecht de consument steeds meer waarde aan kijken en vergelijken. De consument is op zoek naar volwaardige binnensteden met een zo compleet mogelijk aanbod. De beoogde ontwikkeling voorziet nadrukkelijk in deze behoefte.
- De komst van de Zara 'full conceptstore' Store leidt tot een significante stijging van het bezoekersaantal aan de binnenstad waar ook andere (mode)winkels en niet-commerciële functies van profiteren (positief spin-off effect).
- De inpassing van de bibliotheeklocatie met de grootschalige trekker Zara 'full conceptstore' kan als aanjager voor de versterking van het winkelcircuit worden gezien. De aansluiting op het oostelijk deel van de Diezerstraat zal sterk verbeteren door de toegenomen aantrekkingskracht.

- Het inpassen van een grootschalige trekker in de hoofdstructuur van het centrum past binnen de landelijke trends van verdichting op A1-locaties en schaalvergroting in binnensteden.
- Er zullen slechts een beperkt aantal Zara 'full conceptstores' in Nederland openen waardoor de steden met een vestiging van de modeketen allen een unieke speler huisvesten.
- De werkgelegenheid krijgt een impuls.

Trede 2: Mogelijkheden elders, leegstand

Mogelijkheden elders

Bij trede 2 van de Ladder dient aangegeven te worden in hoeverre in de geconstateerde behoefte binnen het bestaand stedelijke gebied kan worden voorzien door benutting van beschikbare gronden, herstructurering, transformatie etc. Het gaat in Zwolle om de herontwikkeling van een bestaand pand in de binnenstad door een functieverandering van bibliotheek naar detailhandel. Het bibliotheekpand aan de Diezerstraat is een zeer goede locatie voor een versterking van de detailhandelsfunctie van Zwolle. De bibliotheeklocatie vormt de centrale spil voor het centrum van Zwolle, zowel functioneel als ruimtelijk. De inpassing van deze locatie met grootschalige detailhandel kan zoals gezegd als aanjager voor de versterking van het winkelcircuit rondom de Diezerstraat worden gezien.

Specifiek voor de detailhandel dient er in het kader van de ladder gezien te worden in hoeverre het initiatief in bestaande lege, winkelruimte ingepast kan worden. Binnen de regio staan meerdere grote winkelpanden in centrumgebieden leeg (centrum Heeten 3.150 m² wvo, centrum Meppel 2.125 m² wvo en centrum Dedemsvaart 1.145 m² wvo). Enkel het leegstaande pand in het centrum van Heeten is ongeveer groot genoeg voor de vestiging van een winkel van de omvang van de Zara 'full conceptstore'. Deze locatie en het pand voldoen echter niet aan de eisen van Zara (omvang centrumgebied, uitstraling pand, etc.). Uit jurisprudentie blijkt ook dat bestaande leegstand, als gevolg van een matige kwaliteit van deze leegstand (bijv. locatie, courantheid vastgoed), geen beperking mag zijn voor een nieuwe ontwikkeling¹⁸.

Binnen het centrum van Zwolle zijn er enkele andere (her)ontwikkelingslocaties aanwezig, zoals aan de Melkmarkt en op Het Eiland. Voor beide projecten is echter al een andere invulling voorzien.

Impact op leegstand

Vanuit de jurisprudentie is naar voren gekomen dat het bij de onderbouwing van nieuwe stedelijke ontwikkelingen in bestemmingsplannen en de toepassing van de Ladder voor duurzame verstedelijking in dit kader vooral gaat om de effecten op

¹⁸ ABRvS 31 juli 2013, No. 201209729/1/A2 – Parkstad Limburg Stadion-Kerkrade

het woon-, leef en ondernemersklimaat. Bij dit laatste gaat het niet om de concurrentie voor individuele bedrijven.

Ondanks het feit dat er distributieve ruimte aan te geven is, is het niet uit te sluiten dat er als gevolg van de veranderde concurrentieverhoudingen effecten voor bestaand aanbod kunnen zijn. De kans dat er als gevolg van de ontwikkeling leegstand ontstaat, is minimaal. Zo er daar al aanbod verdwijnt dan zal dat eerder een versnelling van een autonome ontwikkeling zijn en zal dat voor de detailhandelsstructuur en de consumentenverzorging geen onaanvaardbare effecten hebben. Dat wil zeggen dat van duurzame negatieve effecten op de woon-, leef en ondernemersklimaat naar verwachting geen sprake zal zijn.

Effecten lokaal en regionaal

De regionale verzorgingsfunctie van Zwolle veronderstelt dat bewoners van Zwolle en in de regio in Zwolle terecht kunnen voor aanbod waarvoor elders bijvoorbeeld het minimaal vereiste aantal passanten voor vestigingen niet gehaald wordt. Dit is belangrijk als vestigingsfactor voor Zwolle. Daarnaast is de aanwezigheid van Zwolle een belangrijke vestigingsfactor voor de gemeenten in de regio.

Door middel van het versterken van de Zwolse binnenstad wordt de regionale verzorgingsfunctie versterkt, de dynamiek gefaciliteerd en de consument beter bediend voor die zaken waarvoor hij of zij in de eigen woonplaats niet terecht kan. De daarvoor benodigde distributieve ruimte is aanwezig. Eventuele negatieve effecten blijven daardoor beperkt voor Zwolle en de regio. Voor zover ze optreden zijn het verschuivingen waarbij ook een enkele zaak kan verdwijnen, maar voor de detailhandelsstructuur en de consumentenverzorging zal dat geen onaanvaardbare effecten hebben. Zoals aangegeven heeft de versterking van de Zwolse binnenstad per saldo positieve effecten voor zowel de eigen inwoners als die van de gemeenten in de regio.

Naar verwachting van BRO zullen de effecten op het aanbod in de onderscheiden regio van omringende gemeenten zeer beperkt zijn omdat de daar aanwezige modetaken vooral een lokaal verzorgende functie hebben. Bovendien zullen er positieve effecten optreden voor de Diezerstraat en omgeving ten gevolge van de stijging van de bezoekersaantallen en passanten. In de modische branches staat immers het kijken en vergelijken centraal.

