

DPO Vaassen 2012

Gemeente Epe



DPO Vaassen 2012

Gemeente Epe

Rapportnummer:	203X00841.068154_3
Datum:	6 februari 2012
Contactpersoon opdrachtgever:	dhr. H. Naijen
Projectteam BRO:	Aiko Mein, Tommy Walvius
Trefwoorden:	DPO, centrum Vaassen, centrumgebieden, gemeente Epe
Bron foto kaft:	Hollandse Hoogte 4
Beknopte inhoud:	Voorliggend DPO is uitgevoerd als onderdeel van het nieuwe bestemmingsplan voor Vaassen-Centrum. Hierin worden mogelijkheden geboden voor uitbreiding van het detailhandelsaanbod. In het DPO worden de effecten van realisatie van de plannen op de detailhandelsstructuur en de wenselijkheid hiervan onderzocht.

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 Afbakening onderzoek	3
1.3 Leeswijzer	4
2. OVERWEGINGEN EN CONCLUSIES	5
2.1 Invloed op de structuur	5
2.2 Duurzame ontwricting	6
2.3 Slotoverweging	9
VERANTWOORDING	11
3. VERTREKSITUATIE	13
3.1 Aanbodstructuur dagelijkse artikelensector	13
3.2 Vraagstructuur Epe	15
4. ONTWIKKELINGEN EN FUNCTIONEREN	17
4.1 Plannen en initiatieven	17
4.2 Trends en ontwikkelingen	18
4.3 Economisch functioneren	21
4.4 Beleid	23
4.5 Beoogde locaties	24
BIJLAGE	
BIJLAGE 1: BEGRIPPENLIJST	

1. INLEIDING

1.1 Aanleiding en vraagstelling

Aanleiding

Aanleiding voor voorliggend distributie-planologisch onderzoek (DPO) is de aanpassing van het bestemmingsplan voor Vaassen-Centrum. Het voorgaande DPO uit 2007¹ heeft ten grondslag gelegen aan het detailhandelsprogramma in de Structuurvisie Centrum Vaassen. Toen werd geconcludeerd dat er zowel in kwantitatief als kwalitatief opzicht versterking van het winkelaanbod in Vaassen mogelijk en wenselijk was. Uit de benadering van het toekomstig functioneren kwam een uitbreidingsruimte van circa 2.300 m² wvo naar voren. Maar sinds 2007 hebben de nodige veranderingen plaatsgevonden in de uitgangspunten van dit onderzoek, onder meer in het aanbod, bestedingscijfers, woningbouwprogramma en bevolkingsprognose. Dit heeft zijn weerslag op de conclusies van de rapportage uit 2007. Om deze reden is ter onderbouwing van het aangepaste bestemmingsplan behoefte ontstaan aan een nieuw DPO.

Het branchegerichte distributie-planologisch onderzoek dient ons inziens antwoord te geven op de volgende vragen:

- Wat zijn de mogelijke effecten van realisatie van de plannen, zoals beschreven in de Structuurvisie Centrum Vaassen en is hierdoor sprake van duurzame ontwikkeling?
- Is de inpassing van de beschreven versterkingen op de voorgenomen locaties vanuit kwalitatief oogpunt gewenst?

1.2 Afbakening onderzoek

Plannen en initiatieven

In het bestemmingsplan Vaassen-Centrum wordt voorzien in twee concrete initiatieven op het gebied van detailhandel: uitbreiding van Aldi en nieuwbouw van een woonwinkelcomplex met daarin een nieuwe Albert Heijn vestiging. In totaal is in deze plannen een winkelverkoop vloeroppervlak² (wvo) opgenomen van 1.700 m², waarvan 900 in de supermarktbranche.

Daarnaast zijn er nog enkele (zachte) plannen in het centrum van Vaassen, zoals de uitbreiding van Dekamarkt. Om ook toekomstige dynamiek te faciliteren, wordt in voorliggend DPO uitgegaan van een groter detailhandelsprogramma dan alleen de

¹ Een actualisatie van eerder onderzoek uit 2004

² Alleen de voor het publiek toegankelijke ruimten, dus zonder personeelsruimten (o.a. magazijn en kantine).

voorgaand benoemde concrete initiatieven. Voor de dagelijkse artikelensector wordt uitgegaan van een toevoeging van 1.500 m² wvo, in de niet-dagelijkse artikelensector van 1.500 – 3.000 m² wvo.

1.3 Leeswijzer

Voorliggende rapportage bestaat uit twee delen: de beantwoording van de onderzoeksvragen en de verantwoording. In hoofdstuk 2 vindt u de belangrijkste afwijkingen omtrent duurzame ontwrichting en de wenselijkheid van de plannen. Dit hoofdstuk wordt afgesloten met de conclusies en aanbevelingen. De achterliggende analyses zijn te vinden in de verantwoording. Hierin wordt achtereenvolgens uitgebreid ingegaan op de aanbod- en vraagstructuur, de beleidskaders, trends en ontwikkelingen in de detailhandel en het economisch functioneren.

De cijfers over het aanbod aan winkels zijn ontleend aan Locatus Verkenner, update 7 november 2011, tenzij anders vermeld.

2. OVERWEGINGEN EN CONCLUSIES

2.1 Invloed op de structuur

Heldere detailhandelsstructuur

In de gemeente Epe is er sprake van een evenwichtige ruimtelijke spreiding van de detailhandelsconcentraties over de gemeente. De centrumgebieden van Epe en Vaassen staan aan de top van de hiërarchie. In deze centra is een compleet boodschappenaanbod aanwezig en wordt de consument ook voorzien in de meeste niet-dagelijkse artikelenbranches. Ook de inwoners van Oene en Emst hebben een (buurt)super tot hun beschikking.

Relatief sterke koopkrachtbinding

Uit het koopstromenonderzoek uit 2002 komt naar voren dat de inwoners van Vaassen sterk op het eigen winkelaanbod gericht zijn, met name in de dagelijkse artikelensector. Ook komt een aanzienlijk deel van de omzet uit omliggende kleine kernen. Dit is ook niet verwonderlijk, gezien het relatief complete boodschappenaanbod in het centrum van Vaassen.

Niet-dagelijkse artikelensector Vaassen beperkt

Voor het aantal inwoners van de kern Vaassen is het niet-dagelijkse artikelaanbod relatief beperkt. Dit aanbod is sinds 2004 ook (fors) afgenomen. De nadruk ligt op frequent benodigde niet-dagelijkse artikelen, zoals huishoudelijke artikelen, diervoeding, etc. Het recreatieve winkelaanbod (mode & luxe) en doelgericht winkelaanbod (wonen, doe-het-zelf, etc.) is ondervertegenwoordigd. Hiervoor zijn de consumenten aangewezen op omliggende steden.

Consumentengedrag verandert

Consumenten doen hun boodschappen het liefst dicht bij huis. Maar als de supermarkt niet voldoet aan hun verwachtingen (o.a. omvang, assortiment, bereikbaarheid, etc.), dan zijn ze bereid verder te reizen. Consumenten bezoeken ook meerdere supermarkten. Er zijn geen duidelijk afgebakende verzorgingsgebieden meer te trekken rondom supermarkten. De steeds mobielere consumenten doen boodschappen op het moment wanneer het hen uitkomt, bij de formule die het beste bij hen aansluit en op de locatie waar zij zich thuis voelen.

Versterking centrum

De voorgenomen uitbreidingsplannen van Aldi en Albert Heijn passen binnen het gemeentelijke detailhandelsbeleid ter versterking van het centrum van Vaassen. Het zijn de trekkers voor de twee belangrijke assen, zoals benoemd in de structuurvisie voor het centrum. Het draagt bij aan een compact en compleet centrum.

Moderne supermarkten

In het centrum van Vaassen zijn vier supermarkten gevestigd, waarvan eigenlijk alleen C1000 een moderne schaal heeft. Op het niveau van Vaassen zijn supermarkten de belangrijkste dragers van het centrum. Modernisering van deze supermarkten voldoet aan de wens van de consument, waardoor het centrum een impuls krijgt.

2.2 Duurzame ontwricting

Uit de kwantitatieve benadering van het toekomstig functioneren komt naar voren dat er geen sprake zal zijn van blijvende negatieve effecten op de detailhandelsstructuur of 'duurzame ontwricting'. Om deze conclusie verder toe te lichten is het van belang om het begrip duurzame ontwricting helder te krijgen.

Duurzame ontwricting

In de ruimtelijke ordening dient op basis van ruimtelijk relevante argumenten beoordeeld te worden of nieuwe initiatieven resulteren in duurzame ontwricting van de voorzieningenstructuur. Het gaat hierbij om de effecten op de structuur, dus het geheel van de winkelvoorzieningen. Een verslechterde concurrentiepositie voor individuele bedrijven is geen ruimtelijk relevant argument³. Bij haar besluitvorming behoort een overheid zich niet te mengen in onderlinge concurrentieverhoudingen.

Pas als het verdwijnen van één of meerdere winkels als gevolg van een initiatief een onevenredige aantasting van de distributieve voorzieningen tot gevolg heeft, is er sprake van duurzame ontwricting. Het gaat hierbij om aantasting gedurende langere tijd (b.v. als het leidt tot langdurige leegstand en verpaupering). Bij duurzame ontwricting gaat het dus om het directe consumentenbelang op lange termijn. Dit is het geval indien er wezenlijke beperkingen ontstaan voor de inwoners van een kern bij het doen van hun aankopen, door het te verwachten wegvallen van één of meerdere winkels. In concreto gaat het om een onaanvaardbare afname van de in een verzorgingsgebied aanwezige variatie in het aanbod van een bepaalde branche. Hiervan is bijvoorbeeld sprake als door uitbreiding van een supermarkt, de supermarkten in de omliggende wijken/ kernen omvallen, en de consument een fors grotere reisafstand heeft om boodschappen te kunnen doen. De consument dient een voldoende voorzieningenniveau te behouden op een aanvaardbare afstand van hun woonplaats⁴. De definitie van 'aanvaardbare afstand' is in de rechtspraak echter nog niet eenduidig. Dit is onder meer afhankelijk van de regio en de branche.

Bij duurzame ontwricting gaat het dus om het directe consumentenbelang op lange termijn en niet om een verslechterde concurrentiepositie voor individuele bedrijven.

³ ABRS 2 oktober 2001, zaaknummer 200105597/1

⁴ Afdeling bestuursrechtspraak 10 juni 2009 AB 2009, 252; r.o. 2.7.1 – winkelcentrum gemeente De Marne

Duurzame ontwrichting en Vaassen

In het gemeentelijk detailhandelsbeleid zijn de centrumgebieden van Epe, Vaassen, Emst en Oene benoemd als onderdeel van de gemeentelijke detailhandelsstructuur. Uitsluitend wanneer er effecten op deze centrumgebieden optreden, zou er sprake kunnen zijn van duurzame ontwrichting. Die gevallen kunnen zich voordoen wanneer er sprake is van een onaanvaardbare reisafstand voor de consument. Dit heeft met name betrekking op de frequent benodigde artikelen, zoals levensmiddelen (dagelijkse artikelensector).



Omzeteffect dagelijkse artikelensector

Uit de benadering van het toekomstig functioneren komt naar voren dat er een kleine kwantitatieve uitbreidingsruimte is aan te geven in zowel de dagelijkse- als de niet-dagelijkse artikelensector. Dit wordt met name veroorzaakt door een sterke koopkrachtbinding uit eigen kern. De voorgenomen uitbreiding in de dagelijkse artikelensector is echter groter dan de geraamde uitbreidingsruimte.

Met realisatie van de plannen voor Albert Heijn en Aldi komen de omzetten in de dagelijkse artikelensector in Vaassen 2% onder het landelijke gemiddelde te liggen. Wanneer ook rekening wordt gehouden met een mogelijke uitbreiding van Dekamarkt komen de omzetten 12% onder het landelijke gemiddelde te liggen. Deze effecten spreiden zich over de verschillende aanbieders. Modernisering van de supermarkten in het centrum betekent met name een grotere onderlinge concurrentie. De concurrentiedruk voor de supermarkten neemt toe. Overigens zal de uitbreiding van Aldi maar tot een beperkte toename van de concurrentie leiden, temeer de formule zich in een heel ander prijssegment bevindt.

Geen duurzame ontwrichting

Op basis van voorgaand juridisch kader zijn wij van mening dat de voorgaand besproken plannen niet leiden tot duurzame ontwrichting:

- In de dagelijkse artikelensector is het planvolume groter dan de geraamde uitbreidingsruimte. De effecten zullen zich echter spreiden over de verschillende aanbieders in de gemeente.

- De omzeteffecten door uitbreiding van Aldi en Albert Heijn bedragen -2% in de dagelijkse artikelensector. Wanneer ook rekening wordt gehouden met modernisering van Dekamarkt bedraagt de gemiddelde daling van de omzet -12%. Hierdoor komt er druk op de omzetten te staan, maar dit zal niet leiden tot effecten op de detailhandelsstructuur.
- Uitsluitend in gevallen wanneer er effecten op de centrumgebieden van Vaassen, Epe, Emst en Oene optreden, zou er sprake kunnen zijn van duurzame ontwrichting van de detailhandelsstructuur.
- De verwachting is dat modernisering van het supermarktaanbod in Vaassen met name effecten heeft op de dagelijkse artikelensector in Vaassen zelf. In Epe zijn immers supermarkten van dezelfde formules aanwezig.
- Mocht door de uitbreiding van de supermarkten in Vaassen onverhoopt een van de supermarkten in Epe of Vaassen niet meer duurzaam exploitabel zouden zijn dan verandert de situatie voor de consument in wezen niet. De consument blijft beschikken over een modern supermarktaanbod in de centrumgebieden. Er is dus geen sprake van duurzame ontwrichting.
- Ook in de centrumgebieden van Oene en Emst is een supermarkt aanwezig. De afstand Oene - Vaassen is echter te groot om effecten te verwachten. De Spar in Emst ligt wel op korte afstand van Vaassen. Maar ook hier verwachten we geen effecten. Voor de inwoners van Emst verandert de situatie namelijk niet, zij hebben nu ook al de mogelijkheid om op korte afstand naar een moderne Aldi en Albert Heijn in Epe te gaan. Zelfs al zal een supermarkt in Emst niet meer duurzaam exploitabel zijn, dan is het nog maar de vraag of de rechter zal oordelen of er sprake is van duurzame ontwrichting. De consument blijft immers op aanvaardbare afstand een ruim boodschappenaanbod houden in Epe en Vaassen.

Niet- dagelijkse artikelensector

Ook in de niet-dagelijkse artikelensector is de dynamiek groot. De concrete plannen op de Postkantoor-locatie passen binnen de geraamde uitbreidingsruimte. Wanneer wordt uitgegaan van een (toekomstige) toevoeging van 1.500 tot 3.000 m² wvo, dan zal het omzeteffect -3% tot -13% procent bedragen. Ook hiervoor geldt dat een overschrijding in de niet-dagelijkse artikelensector geen effecten heeft op de detailhandelsstructuur. Versterking van het centrum van Vaassen kan niet leiden tot duurzame ontwrichting van het centrum als geheel. Zelfs wanneer nieuwe ontwikkelingen er toe leiden dat andere winkels in het centrum, of zelfs hele delen van het centrum niet meer duurzaam exploitabel zouden zijn, dan blijft de situatie voor de consument gelijk. De consument blijft beschikken over een modern winkelaanbod in het centrum.

2.3 Slotoverweging

Ondanks dat het planvolume in de dagelijkse artikelensector de becijferde uitbreidingsruimte overschrijdt, is het wenselijk om bestaande supermarkten de kans te bieden om uit te breiden. Supermarkten kunnen meer comfort en keuze aanbieden; hier is de consument bij gebaat. De uitbreiding zal leiden tot een daling van de vloerproductiviteit van de supermarkten, maar dit zal geen effecten hebben op de gewenste detailhandelsstructuur.

Daarnaast zijn de voorgenomen locaties van Albert Heijn en Aldi in de structuurvisie voor het centrum aangeduid als trekkers voor de wenselijke structuur. Beide supermarkten kunnen deze trekkersrol vervullen. Schaalvergroting wordt op de juiste locaties gefaciliteerd.

Door uitbreiding van het aanbod in de niet-dagelijkse artikelensector zal de onderlinge concurrentie toenemen, afhankelijk van branche/formule, maar dit is geen ruimtelijk argument. Vernieuwing in de niet-dagelijkse artikelensector is dan ook wenselijk, mits op de goede locaties in het centrum, langs de twee centrum-assen.

VERANTWOORDING

Dekamarkt Vaassen



C1000 Vaassen



Aldi Vaassen



Spar Emst



3. VERTREKSITUATIE

3.1 Aanbodstructuur dagelijkse artikelensector

Omvang en spreiding aanbod

Het totale winkelverkoopvloeroppervlak (wvo) in de gemeente Epe bedraagt circa 46.000 m². Hiervan bevindt ongeveer 11.000 m² wvo zich in de dagelijkse artikelensector, de overig 35.000 in de niet-dagelijkse artikelensector (tabel 3.1).

In de kernen Epe (ca. 27.000 m² wvo) en Vaassen (ca. 15.000 m² wvo) is een aanzienlijk winkelaanbod aanwezig. De centrumgebieden van deze kernen zijn belangrijke aankoopplaatsen in de gemeente. In de kernen Oene en Emst is het winkelaanbod beperkt (respectievelijk 3.500 en 1.000 m² wvo).

Tabel 3.1 Spreiding winkelaanbod gemeente Epe

Kern	Inwoners ⁵	Dagelijks		Niet-dagelijks		Totaal	
		aantal	m ² wvo	aantal	m ² wvo	aantal	m ² wvo
Epe	15.436	31	5.742	91	21.257	122	26.999
Vaassen	12.791	18	4.115	44	10.813	62	14.928
Oene	1.577	4	335	6	3.135	10	3.470
Emst	3.069	4	561	4	348	8	909
Totaal	32.875	57	10.753	145	35.553	202	46.306

Winkelaanbod Vaassen onder niveau

Met een omvang van circa 15.000 m² wvo ligt het winkelaanbod in Vaassen circa 3.100 m² wvo lager dan in 2004. Het aanbod in de dagelijkse artikelensector is met circa 500 m² wvo afgenomen, de niet-dagelijkse artikelensector kent een daling van circa 2.600 m² wvo. De detailhandelsomvang van de kern Vaassen ligt hiermee ruim onder het landelijke gemiddelde voor plaatsen met een vergelijkbaar inwoneraantal⁶ (-11.000 m² wvo). De dagelijkse artikelensector blijft ongeveer 1.000 m² wvo achter bij de landelijke gemiddelden; de niet-dagelijkse circa 10.000 m² wvo.

Centrum Vaassen

Het centrum van Vaassen heeft een omvang van circa 10.000 m² wvo en is hiermee in omvang kleiner dan het centrum van Epe. Het winkelaanbod blijft iets achter bij centrumgebieden van kernen met een vergelijkbaar inwoneraantal; de dagelijkse artikelensector ligt op niveau, maar de niet-dagelijkse artikelensector blijft ongeveer 1.500 m² wvo achter.

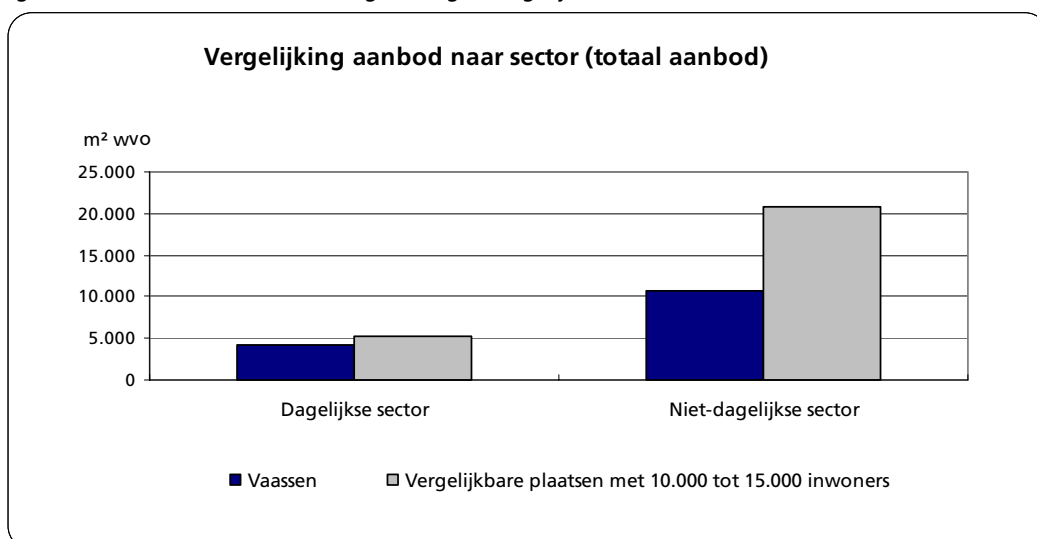
⁵ Gemeente Epe, inwoners per 1 januari 2011, www.epe.nl

⁶ Het gemiddelde van plaatsen met een inwonertal tussen 10.000 en 15.000 inwoners, gewogen naar het inwonertal van de kern Vaassen (indeling volgens Locatus).

De dagelijkse artikelensector heeft een omvang van 3.800 m² wvo, waarvan een groot deel wordt ingenomen door de vier supermarkten van Aldi, Albert Heijn, C1000 en Dekamarkt. Met 1.400 m² wvo is C1000 veruit de grootste supermarkt. Albert Heijn en Dekamarkt zijn beperkt in omvang van (minder dan 600 m² wvo). Het supermarktaanbod wordt aangevuld met diverse (vers)specialzaken en drogisterijen.

De niet-dagelijkse artikelensector heeft een omvang van 6.300 m² wvo. In het centrum zijn verschillende landelijke formules aanwezig, zoals Hema, Blokker, Bruna, Intertoys en Terstal. De branchegroep mode & luxe bestaat voornamelijk uit zelfstandige ondernemers. De consument kan ook voor de belangrijkste niet-dagelijkse artikelen terecht in het centrum van Vaassen. In verschillende branches is de keuze echter beperkt. Het winkelaanbod is breed, maar niet diep.

Figuur 3.1 Winkelaanbod Vaassen afgezet tegen vergelijkbare kernen



Centrum Epe sterker in mode & luxe

Het centrum van Epe is een belangrijke aankoopplaats in de gemeente. Qua omvang en functie is dit centrum sterk vergelijkbaar met Vaassen. In dit centrum zijn moderne supermarkten van Albert Heijn, C1000 en Aldi gevestigd. Ten opzichte van Vaassen is met name de branchegroep mode & luxe in Epe sterk vertegenwoordigd, met landelijke formules als Miss Etam, Bonita, Shoeby, Hunkemöller en Scapino. Buiten het centrum van Epe is ook nog een aanzienlijk winkelaanbod op het gebied van in/om het huis aanwezig.

Buurtsupers

Buiten de centrumgebieden van Epe en Vaassen zijn ook nog kleine supermarkten te vinden: Attent en Dekamarkt in Epe en in de kernen Oene en Emst is een buurtsuper gevestigd van Spar.

Nabijheid Apeldoorn

Op korte afstand van Vaassen ligt Apeldoorn, met verschillende sterke boodschappencentra, PDV-locaties en ruim mode-aanbod in de binnenstad. Voor een dagje winkelen of een ruimer winkelaanbod gaat de consument naar Apeldoorn of andere omliggende steden.

Concurrentiepositie Vaassen

Hemelsbreed is de afstand tot Epe en Apeldoorn nog geen zeven kilometer. Voor doelgerichte aankopen of om te winkelen is de consument zeker bereid dergelijke afstanden af te leggen. Boodschappen doet de consument nog steeds het liefst dicht bij huis.

Het centrum van Vaassen heeft dan ook met name een verzorgingsfunctie voor de inwoners van Vaassen en omliggende kernen, zoals Wenum, Wenum Wiesel en Emst, die dicht bij huis boodschappen willen doen. Ook de frequent-benodigde niet-dagelijkse artikelen kunnen in het centrum van Vaassen aangeschaft worden.

3.2 Vraagstructuur Epe

Stabilisatie inwoneraantal Vaassen

De gemeente Epe telde per 1 januari 2011 32.875 inwoners⁷. Het inwoneraantal van de gemeente is de laatste vijf jaar licht gedaald (ca. 33.000 inwoners in 2006). De bevolkingsprognoses laten een wisselend beeld zien. Het CBS gaat uit van een verdere daling van het inwoneraantal: 32.100 inwoners in 2016 en 31.700 inwoners in 2021⁸, terwijl de provinciale bevolkingsprognose uitgaat van een stabilisatie van het inwoneraantal (33.000 in 2020)⁹. Er zijn geen bevolkingsprognoses gemaakt op kernniveau.

In de kern Vaassen is het inwoneraantal toegenomen van 12.740 in 2007 naar 12.790 in 2011. De nieuwbouwwijk Vulcanus is in aanbouw; in totaal worden hier circa 150 woningen gerealiseerd. Daarnaast spelen er ook nieuwbouwinitiatieven in het centrum van Vaassen en aan de Laan van Fasna (De Pirk Noord). Deze projecten zijn weliswaar relatief kleinschalig, maar zorgen wel voor een groei van de woningvoorraad. Door de landelijke trend van huishoudensverdunding is echter de verwachting

⁷ Gemeente Epe (2011) Bevolkingscijfers per 1 januari 2011.

⁸ CBS Statline, regionale prognose bevolkingsopbouw 2011 - 2040

⁹ Provincie Gelderland (2010) Bevolkingsprognose Gelderland 2010

dat het inwoneraantal de komende jaren nagenoeg gelijk blijft. Voor het toekomstig functioneren wordt uitgegaan van een inwoneraantal van 12.750 naar 2016.

Bestedingen

Het inkomensniveau in de gemeente Epe bedraagt circa € 14.600,- per hoofd van de bevolking per jaar en ligt hiermee 1,4 procent onder het landelijke gemiddelde van € 14.800,-¹⁰. Het inkomen is van invloed op de bestedingen. Omdat het gemiddelde inkomen per hoofd van de bevolking in Epe minder dan 5% afwijkt van het landelijk gemiddelde, is het gebruikelijk om uit te gaan van de landelijk gemiddelde bestedingen aan de detailhandel in de dagelijkse (€ 2.240,-) en niet-dagelijkse artikelensector (€ 2.580,-).

Koopstromen

In 2002 is voor het laatst een koopstromenonderzoek en ondernemersenquête uitgevoerd in de gemeente Epe. De belangrijkste uitkomsten zijn navolgend opgesomd.

- In de dagelijkse artikelensector bedraagt de koopkrachtbinding 96%. Dit is relatief hoog. Het landelijke gemiddelde voor kernen van 10.000 – 15.000 inwoners bedraagt ca. 86%¹¹.
- Uit de ondernemersenquête kwam naar voren dat de omzet van buiten de kern Vaassen (koopkrachttoevoeiing), als aandeel van de omzet, circa 23% bedroeg. Het landelijke gemiddelde ligt op 20%.
- De koopkrachtbinding in de niet-dagelijkse artikelensector bedraagt 56%. Ook dit percentage is relatief hoog ten opzichte van de landelijke gemiddelden (ca. 43%).
- Het aandeel vreemde koopkracht in de niet-dagelijkse artikelensector bedraagt ca. 28%. Dit ligt onder het landelijke gemiddelde (34%),

Uit het onderzoek uit 2002 is op te maken dat de inwoners van Vaassen relatief sterk op hun eigen winkelaanbod georiënteerd zijn. Ook de consument uit de regio komt naar Vaassen, met name om boodschappen te doen. Zij besteden relatief weinig in de winkels in de niet-dagelijkse artikelensector. Wel dient opgemerkt te worden dat sinds 2002 de nodige wijzigingen hebben plaatsgevonden, zowel in aanbod als in consumentengedrag. Voor het toekomstig functioneren wordt hier rekening mee gehouden.

Inwoners uit de gemeente Epe winkelen ook in Apeldoorn, met name in de branches kleding, schoenen en woninginrichting¹². Ongeveer 2% van de bestedingen in Apeldoorn in de dagelijkse artikelensector is afkomstig uit de gemeente Epe (€ 7,2 mln.). In de niet-dagelijkse artikelensector ligt dit percentage op 8 procent (€ 31,7 mln.). De afvloeiing naar de kernen Voorst, Olst en Wijhe is gering.

¹⁰ CBS StatLine, Kerncijfers wijken en buurten 2009.

¹¹ Bolt (2003) Winkelvoorzieningen op waarde geschat

¹² I&O Research (2010) Koopstromenonderzoek Oost-Nederland 2010

4. ONTWIKKELINGEN EN FUNCTIONEREN

4.1 Plannen en initiatieven

Harde plannen centrum Vaassen

In het bestemmingsplan Vaassen-Centrum wordt voorzien in twee concrete initiatieven op het gebied van detailhandel, uitbreiding van Aldi en nieuwbouw van een woonwinkelcomplex:

- Aldi is voornemens het leegstaande pand dat grenst aan de Aldi-vestiging aan de Molenstraat, bij de winkel te betrekken. Dit pand heeft een omvang van circa 250 m² bvo en zal met name een magazijnfunctie krijgen. De totale omvang van de winkel komt hiermee op circa 900 m² bvo. Door een interne verbouwing zal het winkelverkoop vloeroppervlak (wvo) toenemen. BRO schat deze toename in op circa 150 m² wvo, tot een totaal wvo van circa 750 m².
- Op de locatie van het gesloopte Postkantoor aan de Dorpsstraat wordt een nieuw woon-/winkelcomplex ontwikkeld, met op de begane grond circa 1.900 m² bvo winkelruimte. Dit komt neer op een wvo van circa 1.550 m². Albert Heijn zal de huidige vestiging aan de Houtzagersstraat verplaatsen naar dit nieuwe project. Hierbij neemt de omvang toe van 550 m² tot circa 1.300 m² wvo. De overige 250 m² wvo wordt ingevuld door een aantal kleinere winkels.
- Het achterblijvende pand van Albert Heijn aan de Houtzagersstraat kan volgens het bestemmingsplan weer ingevuld worden met detailhandel. Het nieuwe winkel pand van Albert Heijn is dus feitelijk een netto toevoeging. Samen met de uitbreiding van Aldi bedraagt de netto toevoeging aan winkelmeters 1.700 m² wvo, waarvan 900 in de supermarktbranche.

Overige plannen centrum Vaassen

- Naast de initiatieven van Albert Heijn en Aldi, is ook Dekamarkt voornemens de winkel in het centrum van Vaassen uit te breiden. Hierbij wordt gesproken over een moderne maat van 1.200 m² wvo. Hiervoor zijn nog geen concrete plannen opgenomen in het bestemmingsplan Vaassen-Centrum.
- Afgelopen jaren zijn er ook verschillende ideeën gekomen om bestaand vastgoed van functie te wijzigen of te herontwikkelen tot een winkelfunctie. Het gaat hier om eerste ideeën; er zijn nog geen concrete plannen gepresenteerd.

In voorliggend DPO wordt naast de twee concrete initiatieven ook rekening gehouden met de andere plannen die boven de markt zweven, zoals samengevat in tabel 4.1.

Tabel 4.1 Planvolume centrum Vaassen

	Dagelijks	Niet-dagelijks
Harde plannen	900 m ² wvo	800 m ² wvo
Zachte plannen	600 m ² wvo	700 – 2.200 m ² wvo
Totaal planvolume waarmee gerekend wordt in het DPO	1.500 m ² wvo	1.500 – 3.000 m ² wvo

Voor de benadering van het toekomstig functioneren wordt uitgegaan van een totaal planvolume van 1.500 m² wvo in de dagelijkse artikelensector en 1.500 – 3.000 m² wvo in de niet-dagelijkse artikelensector.

Overige plannen

- In het centrum van Epe wordt aan de Markt het nieuwe woon-/ winkelcomplex Marktwand ontwikkeld. Onderdeel van deze plannen is de herinrichting van het winkelplein.
- Er zijn plannen om te komen tot een bouwmarktencluster aan de Kweekweg in Epe. Onder meer Welkoop, Praxis en Jysk zouden hier onderdak moeten vinden.
- Maar ook in de omgeving wordt het winkelaanbod versterkt. Zo zijn er diverse plannen voor versterking van het winkelaanbod in Apeldoorn, waaronder de herontwikkeling van de Van Berlo-locatie in de binnenstad en realisatie van een retailpark naast de woonboulevard en het Omnisportcentrum.

4.2 Trends en ontwikkelingen

Gewoonlijk worden drie soorten koopgedrag onderscheiden, waarin aspecten meespelen als het aan te schaffen artikel, de eisen die gesteld worden aan het bezoek en de kenmerken van de aankoopplaats (aanbod en verblijfsklimaat):

- **Boodschappen doen:** het gaat hier om de aankopen van de consument voor het primaire levensonderhoud. Deze aankopen worden met een hoge frequentie gedaan en veelal in de nabijheid van de woonomgeving. Regelmatig zal sprake zijn van combinatie aankopen van levensmiddelen en hoog frequent benodigde (alledaagse) non-food. Bij de keuze in aankoopplaats zijn reistijd, bereikbaarheid, parkeermogelijkheden, gemak, assortiment, uitstraling en prijs overwegingsfactoren.
- **Recreatief winkelen:** bij recreatief winkelen staat het kijken en vergelijken centraal. De consument wil veel keuzemogelijkheden hebben en worden geprikkeld (impuls)aankopen te doen. De sfeer en beleving van een centrum zijn erg belangrijk. Deze aankopen worden met een wisselend frequentie gedaan en men is bereid een grotere afstand af te leggen. Het gaat om artikelen waarmee men een hogere emotionele binding heeft of uit speciale interesse en/of persoonlijke voorkeuren zoals mode en luxe artikelen. In veel gevallen is dit koop- of bezoekgedrag een vorm van vrije tijdsbesteding.
- **Doelgericht aankopen:** dit zijn (duurzame en/of vervangings) aankopen die met een lage frequentie en veelal doelgericht worden gedaan. Het gaat om aankopen van woninginrichting, bruin- en witgoed, fietsen, doe-het-zelf- en tuinartikelen, etc. De aankopen van deze laatste twee worden vooral in de nabijheid van de woonomgeving gedaan. Voor de overige aankopen is de scope van de consument veel groter. Hier is een goede prijs-kwaliteitverhouding van groot belang.

Door aan te sluiten op dit koopgedrag kunnen winkelgebieden, maar ook delen van grotere centra, zich duidelijk profileren en hun eigen identiteit uitdragen. Dit draagt weer bij aan het onderscheidend vermogen van de winkelgebieden. Zo ligt de nadruk in binnensteden en grotere stadsdeelcentra sterk op het recreatieve winkelen en in de buurt- en wijkcentra sterk op het boodschappen doen. Voor perifere detailhandelslocaties geldt dat ze overwegend door de consument bezocht worden om doelgericht aankopen te doen.

Trends & ontwikkelingen

Landelijk zijn verschillende trends en ontwikkelingen te onderscheiden. De effecten hiervan verschillen per type winkelcentrum. Navolgend worden de algemene trends en ontwikkelingen in de detailhandel beschreven en de relevantie hiervan voor Vaassen.

- **Genieten en ervaren** – Steeds meer winkels zetten in op de beleving in hun winkels om een bepaalde sfeer te creëren. Service, productpresentatie en –beleving, try & buy, gemak, etc. zijn daarbij kernbegrippen. Ook de integratie van horeca en voorzieningen als kinderopvang is van groot belang. Dergelijke elementen dragen bij aan bezoekduurverlenging en daarmee tot hogere bestedingen in een winkel of winkelgebied.
- **Gemak** - Het verwachtingspatroon van consumenten wordt ingegeven door het bezoekdoel. Boodschappen moeten snel en eenvoudig kunnen worden gedaan. Het liefst parkeert de consument daarbij in de winkel. Ook laagfrequente aankopen moeten efficiënt plaatsvinden. Gaat de consument om te kijken, te vergelijken en te snuffelen (zoals in binnensteden), dan besteedt hij daar meer tijd aan, maar stelt ook hoge eisen aan comfort, sfeer en gezelligheid.
- **Webwinkelen** - De aankopen via internet nemen explosief toe. De bestedingen aan non-foodartikelen via internet zijn gestegen van circa € 0,9 miljard in 2005 tot € 2,7 miljard in 2009. Toch is dit nog maar een klein deel van de totale consumentenbestedingen in de non-food (6,1% in 2009)¹³. Online blijft vooral interessant voor probleemloze en emotieloze goederen van uniforme kwaliteit, zoals cd's, boeken, computers, electronica en speelgoed. De grootste effecten treden dan ook op in doelgerichte bezochte winkelbranches. Consumenten blijken hun kleding nog het liefst in de winkel kopen¹⁴, al stijgen ook in deze branche de internetbestedingen geleidelijk.
- **Schaalvergroting** – Komende jaren zal de schaalvergroting zich blijven door zetten. Schaalvergroting speelt in op de behoefte van de consument aan keuzemogelijkheden, comfort en beleving. Uitbreiding van winkels naar een grotere maat is niet één op één te vertalen in meer omzet. Grotere winkels worden immers ook gebruikt om meer comfort te bieden aan de consument (ruimere opzet winkel), een betere en attractievere productpresentatie en een grotere voorraad

¹³ HBD (2010) *Online bestedingen webwinkels*

¹⁴ Textilia, december 2010

(magazijn). De komende jaren blijft er echter ook behoefte aan speciaalzaken met een relatief smal maar diep assortiment.

- **Opleving ondersteunende centra** – Er is een opleving van dorps-, wijk- en stadsdeelcentra zichtbaar. Het aanbod in de wijken wordt steeds meer geconcentreerd en supermarkten in deze centra maken waar mogelijk een schaa sprong. Zij zijn op wijk-, buurt- en dorpsniveau de publiekstrekkingen. De branches die zich niet richten op comfort, sfeer en gezelligheid vertrekken uit de binnensteden (o.a. computers en fietsen) en komen steeds vaker in de ondersteunende winkelcentra (en op perifere locaties) terecht.
- **Kleine centra onder druk** – De kleine buurt- en wijkwinkelcentra en dorpscentra staan sterk onder druk. De kleinschaligheid van het aanbod, het veelal ontbreken van trekkers en een veranderend consumentengedrag zijn daar debet aan. Indien versterking en uitbreiding van het aanbod niet mogelijk is, wordt steeds vaker op zoek gegaan naar functieverandering van deze centra. Combinaties met maatschappelijke voorzieningen (welzijn, zorg) kunnen mogelijkheden bieden om een bepaald voorzieningenniveau te blijven bieden.
- **Filialisering en netwerkverdichting** – Er is sprake van een verdichting van het netwerk van filiaalbedrijven. Ook de kleinere verzorgingsgebieden worden bediend door bekende formules, zoals Hema.
- **Branchevervaging en parallellisatie** – Door branchevervaging en parallellisatie transformeren perifere winkelcentra geleidelijk naar 'gemakscentra', zoals de retailparks in Hengelo, Roermond en het geplande retailpark in Apeldoorn, maar ook op winkelniveau treden deze trends steeds vaker op. In de periferie zien we steeds meer branchegerichte warenhuizen.
- **Crisis** - De crisis drukt ook haar stempel op de winkelvastgoedmarkt. De effecten zijn met name aan de randen van de centrumgebieden en ondersteunende winkelgebieden te zien, waar een groter aandeel lokale ondernemers te vinden is. Steeds meer ondernemers hebben moeite de huur te betalen, terwijl banken terughoudend zijn met financieringen voor nieuwe ondernemers. Dit leidt tot meer leegstand. Daarnaast zijn beleggers minder geïnteresseerd in risicovolle vastgoedprojecten.

Relevantie voor Vaassen

Met de toenemende concurrentie in de regio is het zaak dat het centrum van Vaassen zich juist weet te profileren. Hierbij dient aansluiting gezocht te worden bij het koopgedrag van de consument. De functie van het centrum is tweeledig. Enerzijds is het een belangrijke aankoopplaats voor de boodschappen (lokaalverzorgend), anderzijds heeft het centrum een belangrijke functie voor frequent recreatief winkel-aanbod (beperkt regionaal verzorgend). Het centrum moet goed en eenvoudig bereikbaar zijn om boodschappen te kunnen doen, maar ook voldoende divers om de winkelende consument te kunnen boeien. Het is niet alleen een winkelgebied, maar ook een belangrijke ontmoetingsplaats. Ruimtelijk dient er gestreefd te worden naar een zo compact mogelijk winkelgebied.

De inwoners van Vaassen kunnen voor hun boodschappen en de belangrijkste niet-dagelijkse artikelen in hun eigen centrum terecht. Consumenten zullen ook in omliggende steden gaan winkelen, omdat het aanbod daar ruimer is, maar liever niet.

4.3 Economisch functioneren

Voor de benadering van het toekomstig functioneren van de detailhandel artikelen-sector in het centrum van Vaassen, worden de vraag- en aanbodsituatie met elkaar geconfronteerd. Hierbij gaan we uit van:

- Een stabilisatie van het inwoneraantal op 12.750.
- De voorgenomen versterking van het supermarktaanbod betekent een forse versterking van het boodschappenaanbod. Ons inziens kan de koopkrachtbinding hierdoor toenemen tot maximaal 95%. Een verdere toename is ons inziens niet reëel ondanks het hogere bindingspercentage van 96% uit het koopstromenonderzoek 2002. De consument wordt steeds mobieler en zal ook boodschappen op andere locaties blijven doen vanwege formule, assortiment of gemak. Dit blijkt ook uit het koopstromenonderzoek Oost-Nederland.
- Gezien het achterblijvende winkelaanbod in de niet-dagelijkse artikelensector is een bindingspercentage van 50% reëel. Bij een eventuele (kwalitatieve) versterking van het aanbod in het centrum zal dit cijfer oplopen tot maximaal 53%; hiermee wordt gerekend voor het toekomstig functioneren. Hiermee anticiperen we op de ontwikkelingen in Epe en Apeldoorn en een steeds mobieler consument.
- In de dagelijkse artikelensector wordt voor de koopkrachttoevloeiing uitgegaan van het landelijke gemiddelde van 20%.
- Voor de niet-dagelijkse artikelensector wordt uitgegaan van een toevloeiingspercentage van 25%. Dit is lager dan uit het consumentenonderzoek uit 2002 naar voren kwam, maar sindsdien is het aanbod ook fors afgenomen. Op basis van de huidige plannen voor het centrum zijn achten wij een hogere toevloeiing niet reëel
- De landelijk gemiddelde bestedingen per hoofd van de bevolking van € 2.240 (dagelijks) en € 2.580 (niet-dagelijks) worden naar de toekomst gelijkgehouden, omdat niet duidelijk is hoe deze zich in de toekomst zullen ontwikkelen.
- In Vaassen is een winkelaanbod in de dagelijkse artikelensector aanwezig van 4.115 m² wvo. Op basis van een landelijke gemiddelde omzet in de dagelijkse artikelensector, gewogen naar het aanbod aanwezig in Vaassen¹⁵, bedraagt de omzetclaim van het huidige dagelijkse artikelenaanbod circa € 29,2 miljoen.
- Op basis van de landelijk gemiddelde omzet per m² wvo, gewogen naar het winkelaanbod in de niet-dagelijkse artikelensector, bedraagt de omzetclaim van het huidige winkelaanbod circa € 21,5 miljoen.

¹⁵ Landelijk gemiddelde detailhandelsomzet volgens HBD: supermarkten € 8.030, levensmiddelen speciaalzaken € 4.260 en persoonlijke verzorging € 4.810 per m² wvo.

- Voor de berekening van de uitbreidingsruimte is uitgegaan van een gemiddelde omzet van € 7.860 per m² wvo in de dagelijkse artikelensector (supermarktniveau) en € 1.960 per m² wvo in de niet-dagelijkse artikelensector.

Tabel 4.1: Benadering toekomstig functioneren kern Vaassen

2016	Dagelijks	Niet-dagelijks
Aantal inwoners	12.750	12.750
Bestedingen per hoofd	2.240	2.580
Totaal bestedingspotentieel kern Vaassen (in mln. €)	28,6	32,9
Koopkrachtbinding Vaassen	95%	53%
Gebonden bestedingen (in mln. €)	27,1	17,4
Toevloeiing (als aandeel van de omzet)	20%	25%
Omzet door toevloeiing (in mln. €)	6,8	5,8
Totale omzet (in mln. €)	33,9	23,2
Omzetclaim huidige aanbod (in mln. €)	29,2	21,5
Verschil (in mln. €)	4,7	1,7
Uitbreidingsruimte (in m ² wvo)	600	900

Op basis van de aangegeven uitgangspunten komt naar voren dat het winkelaanbod in Vaassen relatief sterk functioneert, wat in lijn is met eerdere onderzoeken. Dit leidt zelfs tot een (beperkte) distributieve uitbreidingsruimte. In de dagelijkse artikelensector is een uitbreidingsruimte aan te geven van circa 600 m² wvo. In de niet-dagelijkse artikelensector is een uitbreidingsruimte aan te geven van 200 tot 900 m² wvo, alhoewel sterk afhankelijk van de invulling. De uitbreidingsruimte van 800 tot 1.500 m² wvo is hiermee kleiner dan de voorgenomen uitbreiding van 1.700 m² wvo. Er zal echter geen blijvende negatieve effecten op de detailhandelsstructuur optreden.

- Met de voorgenomen uitbreiding van Albert Heijn en Aldi neemt het supermarktaanbod toe met circa 900 m² wvo. Dit is groter dan de geraamde uitbreidingsruimte. De gemiddelde omvang per m² wvo komt hierdoor uit op € 6.775; wat circa 2% onder het gemiddelde ligt (€ 6.910). Als ook rekening wordt gehouden met een mogelijke uitbreiding van de Dekamarkt komt de totale uitbreiding van de supermarkten op 1.500 m² wvo. Hierdoor daalt de gemiddelde omzet naar € 6.050,- per m² wvo, wat 12% onder het landelijke gemiddelde ligt.
- Uitgaande van een planvolume in de niet-dagelijkse artikelensector van 1.500 – 3.000 m² wvo, daalt de gemiddelde omzet per m² wvo naar € 1.900, respectievelijk € 1.700,-. Hierdoor komen de omzetten branchebreed 3 tot 13% onder het landelijke gemiddelde te liggen (€ 1.960). Deze effecten zijn overigens sterk afhankelijk per de branche/ formule.

Vershil t.o.v. 2007

De geraamde uitbreidingsruimte ligt lager dan in het vorige onderzoek uit 2007, ondanks dat de bestedingscijfers zijn gestegen en de bevolkingsprognoses en het winkelaanbod nagenoeg gelijk zijn gebleven. De reden hiervoor is dat we de aannames voor de koopkrachtbinding en –toevloeiing naar beneden hebben bijgesteld. Landelijk zien we namelijk dat het koopgedrag van de consument verandert. Door Internet is de consument beter geïnformeerd en is steeds vaker bereid voor een aanbieding of bepaald product verder te reizen, waardoor koopstromen zich meer spreiden. Daarnaast hebben de afgelopen jaren in de regio de nodige versterkingen plaatsgevonden en zien we ook een forse planvoorraad, de concurrentie neemt verder toe.

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 meer waarde gehecht dient te worden dan 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 detailhandelstructuur 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.

4.4 Beleid

De gemeente Epe heeft in het detailhandelsbeleid 2008 - 2013 acties en aanbevelingen beschreven op basis waarvan een optimaal vestigings- en verblijfsklimaat kan worden gewaarborgd c.q. kan worden gecreëerd in de centra van de kernen¹⁶. Daar-

¹⁶ Gemeente Epe (2008) Detailhandelsbeleid 2008 - 2013

naast worden de beleidsuitgangspunten voor perifere detailhandel beschreven. De beleidsuitgangspunten zijn:

- het sterk houden van de (veelal kleinschalige) economische dynamiek in de dorpen en het buitengebied;
- behoud en verdere uitbouw van sterk vertegenwoordigde sectoren (onder meer industrie, zorg en dienstverlening, recreatie en toerisme, detailhandel).

Vaassen

De gemeente Epe streeft voor Vaassen naar een compact, comfortabel, compleet en autovrij centrum dat goed bereikbaar is en waar voldoende parkeergelegenheid is. Het centrum heeft een streekfunctie die behouden dient te blijven. Hiervoor worden acties en aanbevelingen genoemd voor in het bestemmingsplan Vaassen Centrum:

- concentratie detailhandel in het centrum, tegengaan ontwikkelingen buiten het centrum;
- concentreren en uitbreiden horeca aan Marktpllein;
- verbeteren verblijfsklimaat Marktpllein;
- 'ouderproof' maken van het centrum;
- verbeteren parkeersituatie en handhaving gratis parkeren.

4.5 Beoogde locaties

Het centrum van Vaassen wordt gedragen door twee assen, met op het kruispunt het Marktpllein¹⁷:

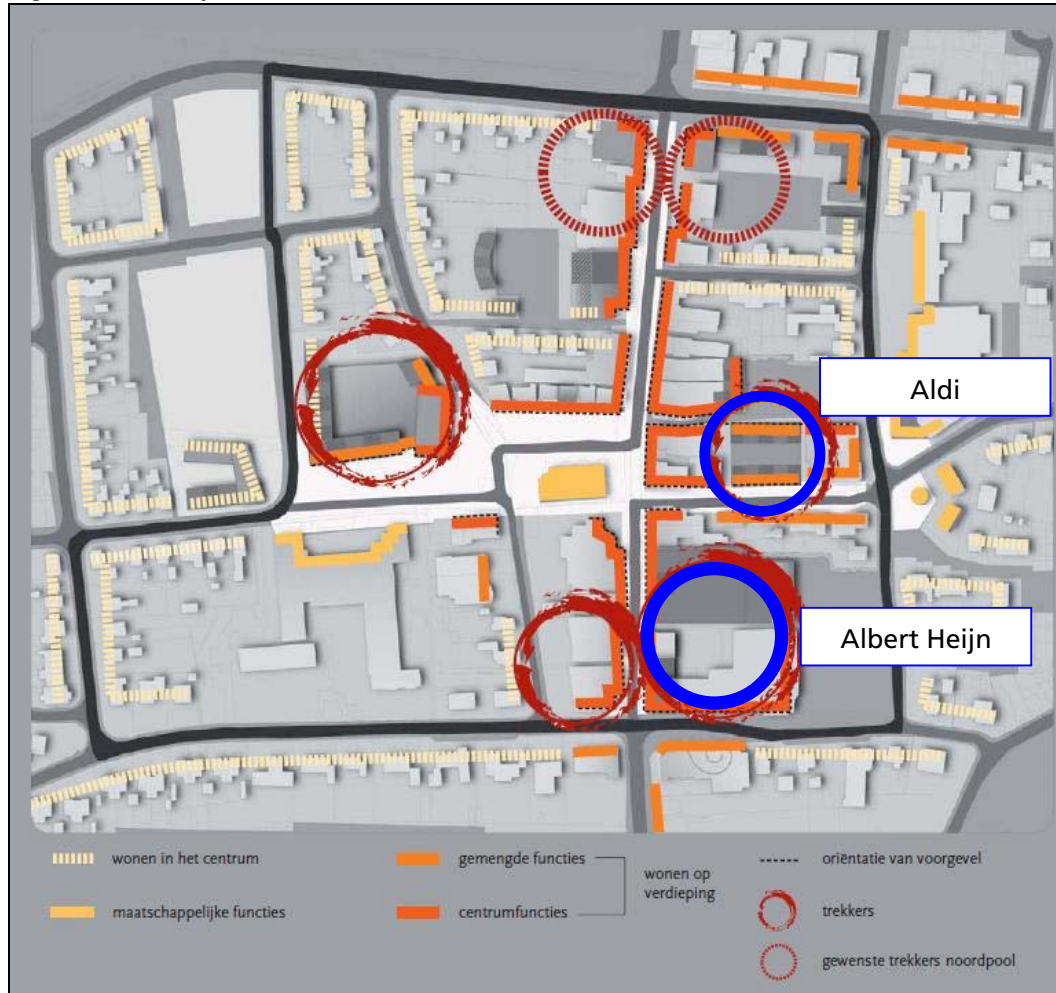
- De Dorpsstraat - de noord-zuid as - is de winkel-as. Een groot deel van de commerciële functies is hier gevestigd. Naar de toekomst zal het aanbod hier verder geconcentreerd worden.
- De oost-west as (Kerkweg- Jan Mulderstraat) kent hoofdzakelijk maatschappelijke functies. Naar de toekomst wordt deze as ruimtelijk en functioneel versterkt.

Gestreefd wordt naar twee sterke polen aan de Dorpsstraat, zowel aan de noord- als de zuidzijde (figuur 4.1). Hierdoor ontstaat een evenwichtig winkelgebied, wat goed is voor het centrale deel rondom het Marktpllein. Met de realisatie van de plannen voor de Postkantoorlocatie (Albert Heijn), wordt de gewenste trekker aan de zuidzijde gerealiseerd. Dit zal ook een verschuiving van het evenwicht betekenen, doordat het winkelaanbod in het noordelijke deel nog ondervertegenwoordigd is. Om dit evenwicht te herstellen zal ook gezocht moeten worden naar een trekker in het noordelijke deel van de Dorpsstraat.

¹⁷ Gemeente Epe (2009) Structuurvisie centrum Vaassen - vastgesteld 14-05-2009

Aldi is juist een trekker op de oost-west as en past binnen de gewenste structuur van de gemeente. Doordat het hier om een huidige aanbieder gaat treden er geen veranderingen voor de structuur op.

Figuur 4.1 Ruimtelijke structuur centrum Vaassen (bron: Structuurvisie centrum Vaassen)



BIJLAGE

BIJLAGE 1: BEGRIPPENLIJST

BVO/WVO

- Bruto verkoop vloeroppervlak: zowel de voor het publiek toegankelijke ruimten als de ruimten die alleen voor het personeel toegankelijk zijn.
- Winkelverkoop vloeroppervlak: alleen de voor het publiek toegankelijke ruimten

Detailhandel

Verkoopkanaal voor goederen rechtstreeks aan de eindgebruiker.

Detailhandel (als activiteit)

Het bedrijfsmatig te koop aanbieden, waaronder de uitstalling ten verkoop, verkopen en/of leveren van goederen aan de uiteindelijke gebruiker of verbruiker.

Dagelijkse artikelen

Voedings- en genotmiddelen (vgm) en artikelen op het gebied van persoonlijke verzorging. In de praktijk gaat het hierbij om supermarktaanbod, aanbod in vgm-speciaalzaken, drogisterij- en parfumeriezaken

Niet-dagelijkse artikelen

Alle artikelen die niet behoren tot de dagelijkse artikelensector.

Bestedingspotentieel

Totaal aan winkelbestedingen die door de inwoners van een bepaald gebied gedaan kunnen worden. Gebaseerd op inwoneraantal en gemiddelde (landelijke) toonbankbesteding per hoofd van de bevolking. Groepering daarvan noemt men bestedingsvolumes.

Winkel verkoopvloeroppervlak (wvo)

Winkelruimte die voor de consument toegankelijk is (dus exclusief magazijn, kantoor, etalage, etc.).

Vloerproductiviteit

Gemiddelde omzet in gevestigde winkels per m² verkoopvloeroppervlak (wvo).

Koopkrachtbinding

Mate waarin inwoners van een bepaald gebied hun bestedingen verrichten bij winkels die in dat gebied gevestigd zijn.

Koopkrachtafvloeiing

Mate waarin inwoners van een bepaald gebied hun detailhandelsbestedingen plaatsen bij gevestigde winkels **buiten** dat gebied.

Koopkrachttoevloeiing

Mate waarin inwoners van **buiten** een bepaald gebied detailhandelsbestedingen plaatsen bij winkels die **in** dat gebied gevestigd zijn (aandeel omzet van buiten).

Koopstromenonderzoek

Telefonische enquête onder de huishoudens van een bepaald gebied (zoals kern, gemeente, regio of provincie) om te bepalen waar (in welke winkels, concentraties) hun detailhandelsbestedingen terechtkomen. Het koopgedrag wordt uitgedrukt in 'koopkrachtbinding' en 'koopkrachtafvloeiing' voor een bepaalde aankoopplaats.

