



## Detailhandelsstructuurvisie Vlissingen







Opdrachtgever: Gemeente Vlissingen  
Contactpersoon: de heer B. Pouwer

Projectteam DTNP: de heer K. Trommelen  
de heer W. Frielink

Projectnummer: 1035.0411

Datum: 8 december 2011

Droogh Trommelen en Partners (DTNP)

Graafseweg 109 6512 BS Nijmegen

T 024 - 379 20 83 F 024 - 378 06 53

E info@dtnp.nl W www.dtnp.nl

## Detailhandelsstructuurvisie Vlissingen





# Inhoudsopgave

<b>1</b>	<b>Inleiding</b>	<b>1</b>	<b>Bijlage 1</b>	<b>Ambtelijke begeleidingsgroep</b>	<b>30</b>
<b>2</b>	<b>Huidige situatie</b>	<b>2</b>	<b>Bijlage 2</b>	<b>Branche-indeling detailhandel</b>	<b>30</b>
2.1	Kenmerken	2	<b>Bijlage 3</b>	<b>Begrippenlijst</b>	<b>31</b>
2.2	Detailhandelsstructuur	3	<b>Bijlage 4</b>	<b>Distributieve mogelijkheden</b>	<b>34</b>
2.3	Positie in de regio	6			
2.4	Ontwikkelingen winkelmarkt	8			
2.5	Ontwikkelingen vraag en aanbod	10			
<b>3</b>	<b>Toekomstvisie</b>	<b>12</b>			
3.1	Ambities en uitgangspunten	12			
3.2	Indicatie haalbaar aanbod	12			
3.3	Keuzes maken	13			
3.4	Visie op hoofdlijnen	14			
3.5	Gewenste winkelstructuur	14			
<b>4</b>	<b>Functioneel-ruimtelijke uitwerking binnenstad</b>	<b>17</b>			
4.1	Huidige situatie binnenstad	17			
4.2	Ruimtelijk-functionele visie binnenstad	21			
4.3	Acties en maatregelen	24			
<b>5</b>	<b>Beleidskader</b>	<b>26</b>			
5.1	Beleidskeuzes	26			
5.2	Toetsingskader	28			
5.3	Handhaving	29			



# 1 Inleiding

## Inleiding

Het vigerende detailhandelsbeleid van Vlissingen dateert uit 2007, met een uitwerking in december 2008. Landelijke trends en ontwikkelingen, zoals krimp en vergrijzing van de bevolking, economische recessie, behoefte van detailhandelsbedrijven aan schaalvergroting en aan vestiging op perifere locaties en de opkomst van internet spelen ook in Vlissingen een rol en vragen om een actualisatie van het detailhandelsbeleid.

De gemeente heeft DTNP opdracht gegeven deze actualisatie uit te voeren. Doel is te komen tot een geactualiseerde detailhandelsvisie voor de gemeente Vlissingen. Deze visie moet inzicht geven in de economische mogelijkheden voor detailhandel (o.a. in verband met de plannen voor het Scheldekwartier), in de wijze waarop de binnenstad (kwalitatief) kan worden versterkt, in de wijze waarop omgegaan moet worden met vestigingsverzoeken op bedrijventerreinen en in de toekomstmogelijkheden voor winkels in Oost-Souburg. De huidige situatie in de

winkelcentra in Paauwenburg en Papegaaienburg is door de gemeente als uitgangspunt aan DTNP meegegeven.

## Vragen

In het rapport wordt antwoord gegeven op de volgende vragen:

1. Hoe ziet de huidige aanbodstructuur van de gemeente Vlissingen eruit?
2. Welke vraag- en aanbodontwikkelingen doen zich voor in en rondom de gemeente Vlissingen?
3. Welke trends en ontwikkelingen doen zich voor in de detailhandel?
4. Wat is de gewenste winkelstructuur in de gemeente Vlissingen?
5. Wat is op hoofdlijnen de gewenste functioneel-ruimtelijke structuur van de binnenstad?
6. Welk beleidskader en uitvoeringsprogramma zijn gewenst om de beoogde winkelstructuur te realiseren, hoe dienen individuele plannen te worden getoetst?

## Werkwijze

Tijdens de totstandkoming van dit rapport heeft overleg plaatsgevonden met een ambtelijke projectgroep, met vertegenwoor-

digers van de sectoren EZ en RO (bijlage 1). Tevens heeft overleg plaatsgevonden met de verantwoordelijk wethouder van de gemeente Vlissingen. Op 20 september 2011 is er een discussiebijeenkomst geweest met ondernemers en vertegenwoordigers van ondernemersverenigingen uit de gemeente.

## Leeswijzer

In hoofdstuk 2 wordt ingegaan op de huidige situatie in Vlissingen. Het winkelaanbod, de regio, trends en ontwikkelingen aan de vraag- en aanbodzijde komen aan bod.

In hoofdstuk 3 worden de ambities en uitgangspunten van de visie beschreven. Tevens wordt de potentiële marktruimte van Vlissingen berekend. Dit leidt uiteindelijk tot een visie op de detailhandelsstructuur.

Hoofdstuk 4 gaat dieper op het centrum van Vlissingen in. Er wordt een analyse gemaakt van het centrum. Dit leidt tot een ruimtelijke-functionele visie op hoofdlijnen.

Hoofdstuk 5 geeft ten slotte het beleidskader waarmee de beoogde detailhandelsstructuur gerealiseerd kan worden.

## 2 Huidige situatie

### 2.1 Kenmerken

De gemeente Vlissingen heeft circa 44.600 inwoners\*, verspreid over de kernen Vlissingen (ca. 33.500), Oost-Souburg (ca. 10.500) en Ritthem (ca. 600).

Vlissingen ligt op Walcheren, aan de kust bij de toegang tot de Westerschelde. Ten noorden van de gemeente ligt Middelburg, bijna tegen de kern Oost-Souburg aan. De gemeenten Middelburg (ca. 48.000 inwoners) en Veere (ca. 22.000 inwoners) zijn de overige gemeenten op Walcheren.

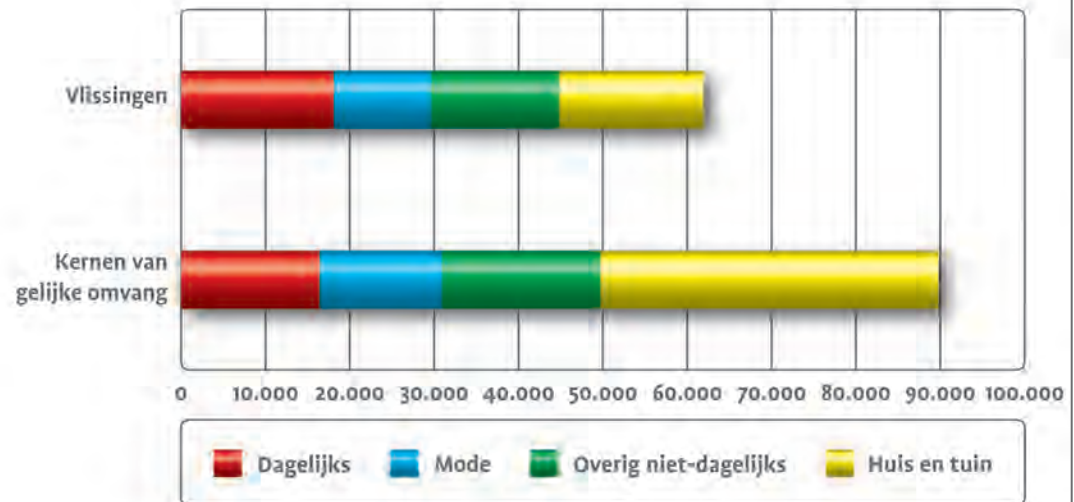
Vlissingen wordt ontsloten door de A58, die via Middelburg en Goes richting Breda loopt. Daarnaast heeft Vlissingen een treinstation. Een fiets-voetveer verbindt Vlissingen met Zeeuws-Vlaanderen.

\* Gemeente Vlissingen (01-01-2011)



Vlissingen ligt aan de toegang tot de Westerschelde... ...net ten zuiden van Middelburg

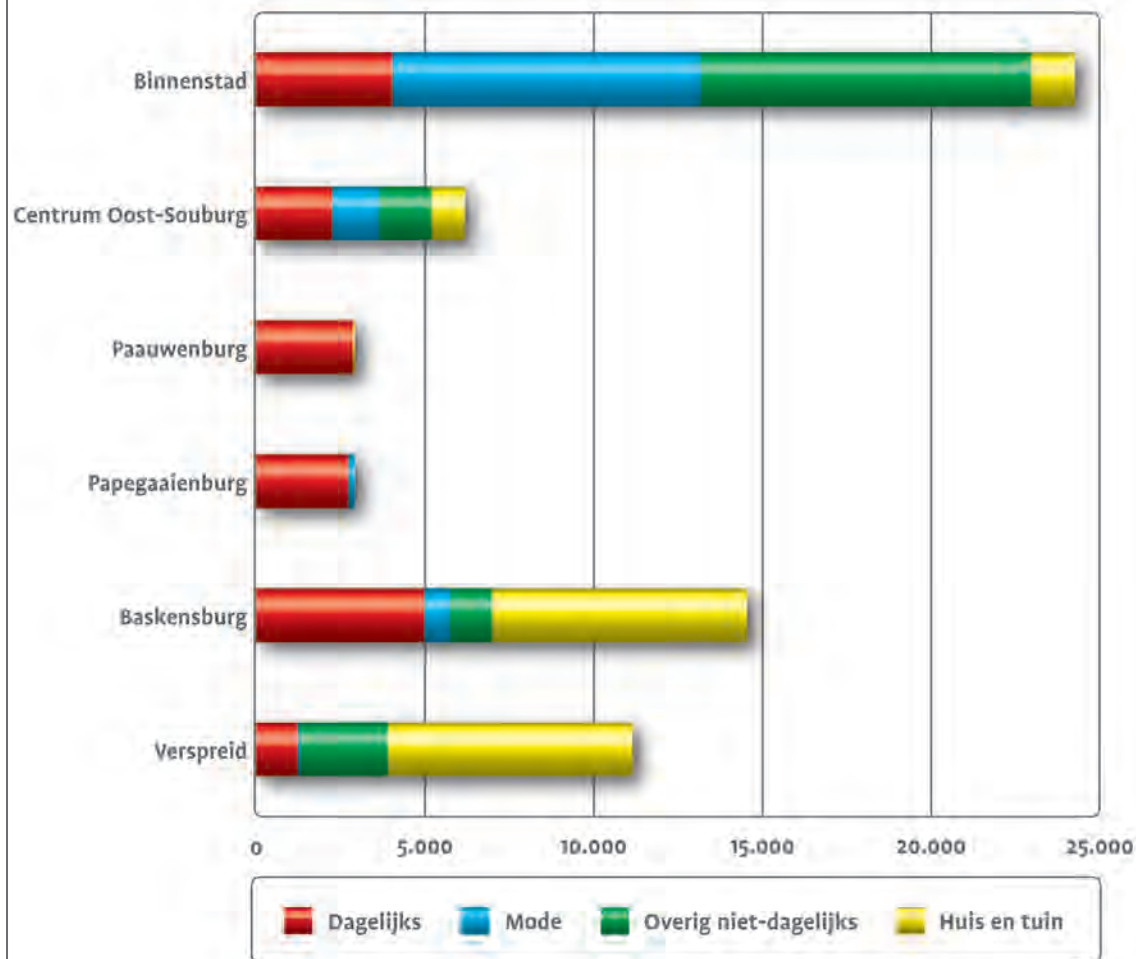
Figuur 1 Omvang winkelaanbod in Vlissingen en kernen van vergelijkbare omvang (in m<sup>2</sup> vvo)



Bron: Locatus, 16-06-2011; bewerking Droogh Trommelen en Partners



Figuur 2 Winkelaanbod in winkelgebieden in de gemeente Vlissingen (in m<sup>2</sup> wvo)



Bron: Locatus, 16-06-2011; bewerking Droogh Trommelen en Partners

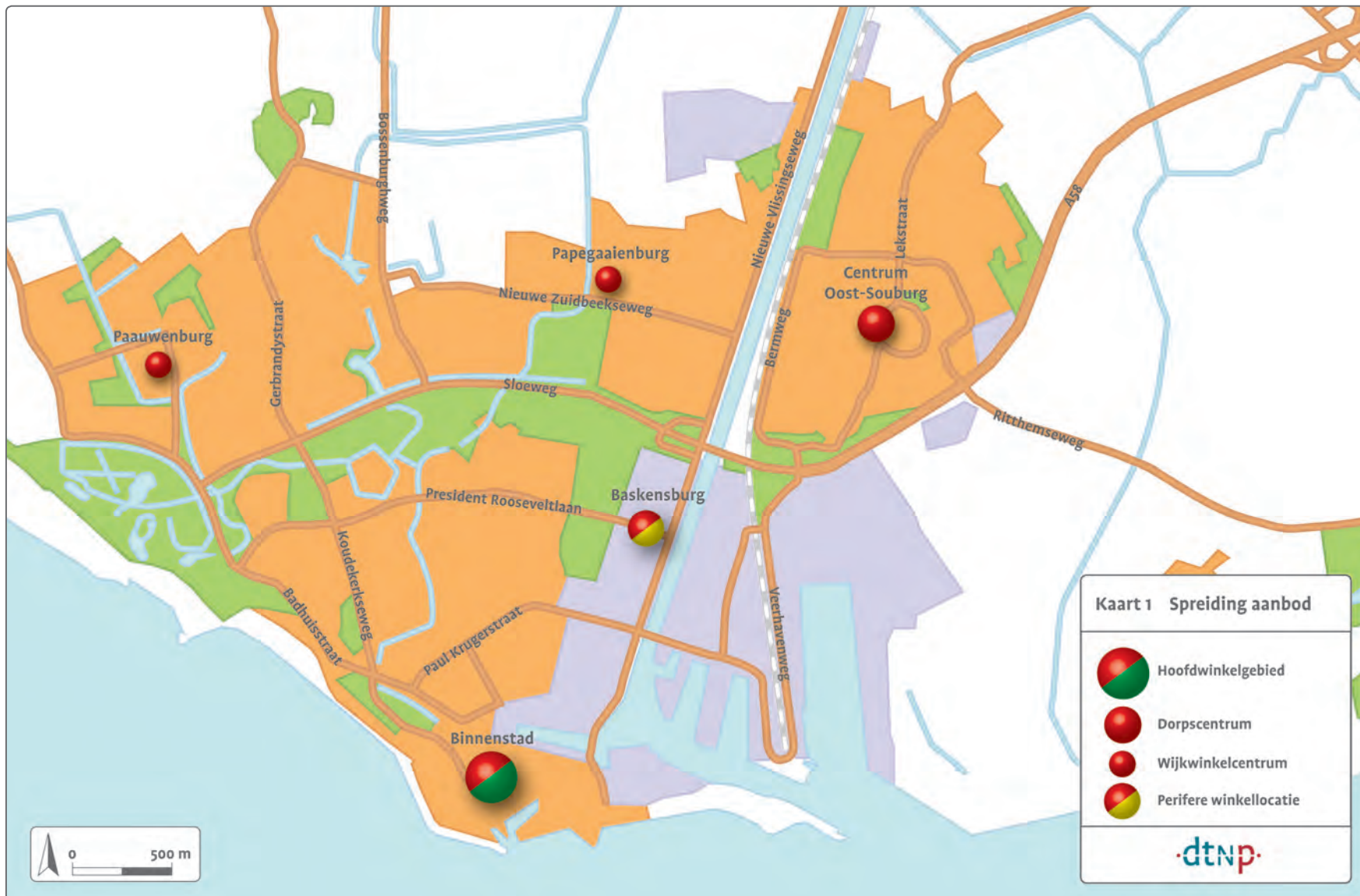
## 2.2 Detailhandelsstructuur

Het winkelaanbod in de gemeente Vlissingen is ongeveer 62.000 m<sup>2</sup> winkelvloeroppervlak (wvo) groot (figuur 1). Daarnaast staat in de hele gemeente Vlissingen (incl. Oost-Souburg en Baskenburg) circa 17.000 m<sup>2</sup> wvo leeg (winkels, dienstverlening en horeca).

Het dagelijkse winkelaanbod heeft een omvang van ± 18.000 m<sup>2</sup> wvo (supermarkten, versspecialzaken en persoonlijke verzorging) en heeft daarmee een gemiddelde omvang.

Het niet-dagelijkse aanbod is ongeveer 44.000 m<sup>2</sup> wvo groot, verspreid over de branchegroepen Mode, Overig niet-dagelijks en Huis en tuin. Ten opzichte van kernen met een vergelijkbaar inwonertal is het winkel-aanbod in deze drie branchegroepen relatief klein.

Het winkelaanbod in de gemeente Vlissingen is verspreid over de binnenstad van Vlissingen, twee wijkwinkelcentra, het centrum van Oost-Souburg, het bedrijventerrein Baskenburg en verspreid gelegen aanbod (kaart 1 en figuur 2).



### **Binnenstad Vlissingen**

De binnenstad van Vlissingen is het grootste winkelgebied van de gemeente. Het winkel-aanbod in de binnenstad (inclusief Scheldestraat) is ongeveer 24.000 m<sup>2</sup> wvo groot (figuur 2). Daarnaast staat in de binnenstad bijna 7.500 m<sup>2</sup> wvo leeg (winkels, dienstverlening en horeca). Het aanbod dagelijkse winkels is ongeveer 4.000 m<sup>2</sup> wvo groot (o.a. Albert Heijn, Aldi en Kruidvat). In het niet-dagelijkse aanbod (± 20.000 m<sup>2</sup> wvo) zijn veel filiaalbedrijven. Landelijke bekende formules zijn onder andere HEMA, H&M, New Yorker, Esprit, Vero Moda, C&A en Bart Smit.

De binnenstad ligt ten zuiden van Aagje Dekenstraat en Coosje Buskenstraat. De Scheldestraat is een uitloper van de binnenstad en heeft de kenmerken van een aanloopstraat (auto in de straat, veel zelfstandige ondernemers, gemengd aanbod (winkels, horeca, dienstverlening)).

### **Paauwenburg en Papegaaiburg**

De wijken Paauwenburg en Papegaaiburg beschikken beide over boodschappencentra van circa 3.000 m<sup>2</sup> wvo. In beide centra zijn een servicesupermarkt van moderne omvang

(± 1.500 respectievelijk ± 1.300 m<sup>2</sup> wvo) en een discounter gevestigd. Daarnaast is enig aanvullend aanbod aanwezig, waaronder een drogist. De centra liggen centraal in de wijken, zijn goed bereikbaar en hebben een verzorgde uitstraling. De centra zijn recent gerenoveerd en zijn klaar gemaakt voor de toekomst.

### **Centrum Oost-Souburg**

Het dorpscentrum van Oost-Souburg heeft een winkelaanbod van ongeveer 6.000 m<sup>2</sup> wvo. Daarnaast staat ± 3.000 m<sup>2</sup> wvo leeg. De winkels zijn verspreid gelegen aan vooral Kanaalstraat en Paspootstraat. Het aanbod bestaat uit discounter Aldi, Marskramer, Kruidvat en diverse aanvullende winkels in verschillende branches (waaronder mode). Op de centrale plek in het centrum staat een groot winkelpand leeg. Supermarkt Jumbo is op enige afstand van de overige winkels gevestigd aan het Oranjeplein.

### **Baskensburg**

Bedrijventerrein Baskensburg is een perifere winkellocatie\* en ligt tussen de binnenstad en

Papegaaiburg. Baskensburg is goed bereikbaar vanuit de hele stad en vanuit Middelburg. Op het bedrijventerrein is in totaal ruim 14.000 m<sup>2</sup> wvo gevestigd, verspreid over twee clusters van elk circa 7.000 m<sup>2</sup> wvo. Daarnaast staat in totaal circa 5.000 m<sup>2</sup> wvo leeg.

Het noordelijke cluster bestaat uit een AH XL (± 3.000 m<sup>2</sup> wvo), Gall&Gall, Etos, Blokker en Praxis. Ongeveer 1.000 m<sup>2</sup> wvo staat leeg. De winkels hebben een goede presentatie naar de doorgaande weg richting Middelburg (Nieuwe Vlissingeweg) en hebben een verzorgde uitstraling. Voor de ingang van de winkels ligt een groot parkeerterrein waar gratis geparkeerd kan worden.

Het zuidelijke winkelcluster bestaat uit een C1000 (± 1.100 m<sup>2</sup> wvo), Mitra, vishandel, Scapino en de grote woonwinkel Van Belle Wonen. Daarnaast staan enkele grote winkelunits leeg (± 4.000 m<sup>2</sup> wvo). De winkelpanden hebben een verouderde uitstraling en de presentatie naar de Nieuwe Vlissingeweg is onaantrekkelijk (achterkant). Er zijn ruim voldoende parkeerplaatsen aanwezig.

---

\* Binnen de bebouwde kom, maar geen regulier winkelgebied (zie bijlage 3).

### Verspreid

Het overige winkelaanbod ( $\pm 11.000 \text{ m}^2$  wvo) is verspreid gelegen over de gemeente. Het aanbod bestaat voor het grootste deel uit winkels in de branchegroep Huis en tuin.

Twee grote aanbieders zijn bouwmarkt Gamma ( $\pm 3.100 \text{ m}^2$  wvo) en Carpetright ( $\pm 1.350 \text{ m}^2$  wvo). Verder is er een solitaire vestiging van discounter Lidl ( $\pm 770 \text{ m}^2$  wvo) en zijn er verschillende winkels in overig niet-dagelijkse branches. Daarnaast is er zo'n  $1.600 \text{ m}^2$  wvo verspreid gelegen leegstand.

## 2.3 Positie in de regio

### Middelburg en Goes: recreatieve centra

De belangrijkste centra op Walcheren en Zuid-Beveland zijn de binnensteden van Middelburg ( $\pm 51.000 \text{ m}^2$  wvo) en Goes ( $\pm 43.000 \text{ m}^2$  wvo) (kaart 2). Het aanbod in deze centra bestaat vooral uit mode- en overige niet-dagelijkse winkels. Beide binnensteden hebben een historisch karakter. Door deze uitstraling en door de omvang van het winkelaanbod zijn de centra van Goes en Middelburg aantrekkelijk voor recreatief en thematisch winkelen. Bovendien hebben de binnensteden van Middelburg en Goes een

centrale ligging op respectievelijk Walcheren en Zuid-Beveland. Zij hebben daardoor een natuurlijke verzorgingsfunctie voor de schiereilanden. De centra trekken veel toeristen en dagrecreanten.

### PDV/GDV-locaties

Woonboulevard de Mortiere in Middelburg is de grootste locatie voor perifere (PDV) en grootschalige detailhandelsvestigingen (GDV) van Walcheren en Zeeland. Mortiere ligt aan de zuidrand van de stad, tussen Vlissingen en Middelburg, direct aan de A58. Het winkelaanbod is ca.  $37.000 \text{ m}^2$  wvo groot en bestaat hoofdzakelijk uit woninginrichters. Daarnaast zijn Media Markt, Mikro-Electro, Sport 2000 en Perry Sport er gevestigd.

Naast Woonboulevard de Mortiere ligt Zep Middelburg, een multifunctioneel complex met leisure, horeca, sport, scholen, winkels en bedrijfsfaciliteiten. Er zijn drie winkels gevestigd ( $\pm 3.500 \text{ m}^2$  wvo): BCC, Toys XL en een computerwinkel in het ROC.

De PDV/GDV-locatie van Goes ligt op bedrijventerrein Marconi. Het winkelaanbod is  $\pm 32.000 \text{ m}^2$  wvo groot en bestaat vooral uit



Op de Mortiere zijn veel woonwinkels gevestigd...



...maar er zijn ook andere branches, zoals sport...



...en elektronica.



woninginrichters. Daarnaast zijn er vestigingen van Jumbo, Scapino, Vögele en Blokker.

### Dorpscentra

De centra van de overige kernen in de regio zijn klein en hebben kernverzorgende functies. Deze centra zijn hoofdzakelijk gericht op boodschappen voor de eigen inwoners. Domburg heeft enig recreatief aanbod. Voor een grote(re) keuze in mode en overig niet-dagelijks zijn inwoners van de dorpen aangevoerd op Vlissingen, Middelburg en Goes.

### Binnenstad Vlissingen: lokale functie

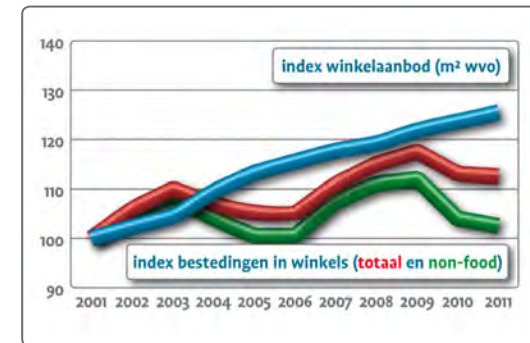
Vlissingen heeft maar een klein natuurlijk achterland. Het verzorgingsgebied van Vlissingen is daardoor klein. De binnenstad van Vlissingen is mede daarom de helft kleiner dan de binnensteden van Middelburg en Goes. Tevens heeft het centrum een minder historisch karakter dan deze centra. De binnenstad van Vlissingen heeft daardoor vooral een functie voor de inwoners van de eigen gemeente en de directe omgeving. Daarnaast heeft de Vlissingse binnenstad een functie voor toeristen.

## 2.4 Ontwikkelingen winkelmarkt

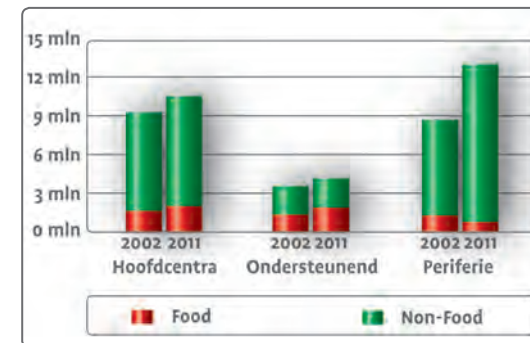
De Nederlandse winkelmarkt is momenteel aan forse veranderingen onderhevig, die ook van invloed zijn op de toekomstige detailhandelsvisie van Vlissingen. Een aantal trends versterkt elkaar. Er vindt een wijziging plaats van een groei- naar een verdringingsmarkt\*.

- De afgelopen 10 jaar is het winkelaanbod in Nederland met een kwart toegenomen tot 27,3 mln m<sup>2</sup> wvo. De bestedingen in de detailhandel blijven in toenemende mate achter bij de groei van het aanbod. Mede door de economische crisis dalen de bestedingen terwijl het aanbod (winkeloppervlak) blijft stijgen.
- De toename van het aanbod heeft geleid tot schaalvergroting van winkelgebieden. Grote winkelgebieden zijn groter geworden. Voor kleine winkelclusters is het steeds moeilijker om aan de eisen van de consument te voldoen. De noodzakelijke massa (aantal m<sup>2</sup> wvo) voor een winkelgebied neemt toe en daarmee het

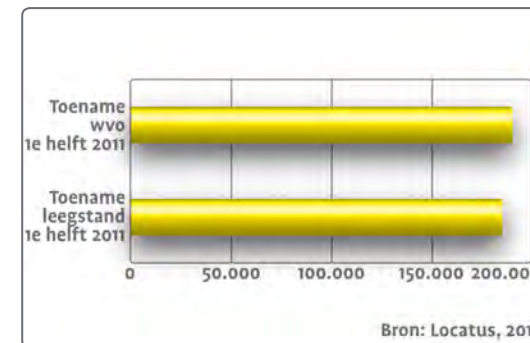
\* zie ook: DTNP (2010), Dynamiek door Beleid, Hoe de overheid de winkelmarkt stimuleert (i.o.v. HBD en CBW-Mitex)



Ontwikkeling vraag en aanbod



Ontwikkeling winkelaanbod naar locatie



Even grote toename aanbod en leegstand 1e helft 2011



Supermarkten zorgen voor grote bezoekersstromen



Toename van de verkoop van internet



Toename van de vergrijzing

benodigde aantal consumenten. Kleine dorps- en buurtcentra verdwijnen langzaam uit het straatbeeld.

- Door schaalvergroting blijft de omvang van winkels verder toenemen, zowel in de food als in de non-food. Met een groter oppervlak kunnen winkels een ruimer assortiment bieden en beter aansluiten op eisen van de consument.
- In de woonbranche is de balans tussen vraag en aanbod (ernstig) verstoord. Het toenemende verschil tussen vraag (bestedingen) en aanbod (vloeroppervlak) speelt zich versterkt af in deze branche. De forse groei van aanbod (woonboulevards) is niet gepaard gegaan met eenzelfde stijging van bestedingen.
- Supermarkten zijn steeds belangrijker als publiekstrekker voor winkelcentra. Zij zorgen voor grote bezoekersstromen (landelijk gemiddeld ± 12.000 bezoekers per week bij een supermarkt van gemiddelde omvang) waar speciaalzaken van kunnen profiteren. Uit grootschalig onderzoek\* blijkt dat 75% van de supermarktbezoekers ook één of meer

speciaalzaken bezoekt, mits deze nabij de supermarkt zijn gelegen (goede zichtrelatie, korte loopafstand).

- In toenemende mate vinden aankopen plaats via internet. De rol van internet is tot op heden nog bescheiden en groeide naar 5% marktaandeel in 2010. Het aandeel internetaankopen is in bepaalde branches veel groter (bijv. elektronica: 25%). Naar verwachting komt internet als volwaardig aankoopkanaal de komende jaren verder op gang. Techniek en logistiek ontwikkelen zich, generaties consumenten groeien op met internet. Op termijn zal minder winkeloppervlak nodig zijn voor de uitstalling en verkoop van producten.
- De leegstand in de detailhandel neemt sterk toe. In de eerste helft van 2011 zijn evenveel nieuwe winkelmeters opgeleverd als de leegstand is toegenomen. De toename van de leegstand is vooral groot op PDV/GDV-locaties. De groei van internetbestedingen zal tot nog meer leegstand leiden op perifere locaties.
- Vergrijzing van de bevolking heeft een nadelig effect op de omzet. Ouderen besteden minder dan mensen in de

\* Jilesen/DTNP (2010), De rol van supermarkten

opbouwfase van hun leven (o.a. kleding, meubels, sport, etc.).

- Ook het zelfstandig ondernemersbestand vergrijsst. Voor veel ondernemers is het lastig om een opvolger of koper te vinden voor hun bedrijf.
- Er is in toenemende mate sprake van branchevervaging: het aangeboden assortiment past niet in de oorspronkelijke branchegroep. Op perifere locaties (buiten reguliere winkelgebieden) kan dit leiden tot structuurversturende effecten.

## 2.5 Ontwikkelingen vraag en aanbod

In Vlissingen zijn de ontwikkelingen op de winkelmarkt ook duidelijk zichtbaar. De belangrijkste ontwikkelingen zijn:

### Minder inwoners

Het aantal inwoners in de gemeente Vlissingen neemt sinds 2005 af (-1,7%). De prognose van de gemeente gaat voor 2020 uit van een daling van circa 2,5% ten opzichte van 2009. Volgens deze prognose zal Vlissingen in 2020 ongeveer 43.580 inwoners hebben\*.

### Meer 65+'ers

Het aantal 65+'ers neemt in Vlissingen toe. In Vlissingen is het aandeel 65+'ers in de afgelopen 10 jaar gegroeid van 16% naar 19%. De gemeente verwacht dat dit percentage in 2030 is opgelopen tot 33%\*\*.

### Grillig aantal toeristen

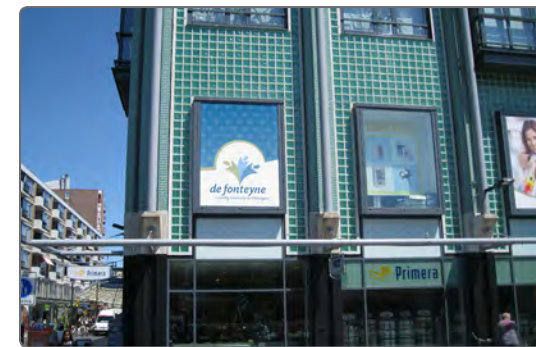
Het aantal toeristische overnachtingen in Zeeland is sinds 2003 zeer grillig. In de

\* Scoop (2009), Sociale staat van Zeeland: Vlissingen

\*\* Gemeente Vlissingen (2009), Structuurvisie 2020



Grillig aantal toeristen in Zeeland sinds 2003



Het meest recente winkelproject: De Fonteyne



Herinrichting van de Kleine Markt





De ontwikkelingslocatie Scheldekwartier met...



...in de plannen ruimte voor maritieme detailhandel.



Op de Mortiere is nog ruimte voor enige uitbreiding

topjaren 2003 en 2004 lag het aantal toeristische overnachtingen in heel Zeeland op ruim 12 en 10 miljoen. Vanaf 2005 zijn er ongeveer 8,3 miljoen toeristische overnachtingen per jaar in heel Zeeland. Ongeveer eenderde van deze overnachtingen vindt plaats in Walcheren ( $\pm 2,7$  miljoen overnachtingen in 2009).

#### **De Fonteyne**

In 2008 is het project De Fonteyne geopend. Hiermee heeft het centrum van Vlissingen een groot nieuw winkelproject en een grote nieuwe parkeergarage gekregen aan de westzijde van het centrum. De Fonteyne is circa 5.000 m<sup>2</sup> wvo groot. Hiervan staat nog steeds ongeveer eenderde leeg. Vooral aan de zijde van de Oude Markt en op de verdieping van dit project is veel leegstand. HEMA is de belangrijkste publiekstrekker. Tegelijkertijd met de realisatie van De Fonteyne zijn de Oude Markt, de Spuistraat en een deel van de Lange Zelke heringericht.

#### **Herinrichting binnenstad**

Vanaf 2002 wordt gefaseerd gewerkt aan de herinrichting van het centrum. Onder andere Walstraat-Zuid, Sint Jacobsstraat, Nieuwen-

dijk en Plein Vierwinden zijn reeds voorzien van een nieuwe bestrating. Herinrichting van het Bellamypark is bijna klaar. In november 2011 wordt gestart met Walstraat-Midden.

#### **Scheldekwartier**

De belangrijkste ontwikkeling voor de binnenstad van Vlissingen is het project Scheldekwartier. Nabij de binnenstad wordt op het terrein van de voormalige scheepswerf De Schelde een woonwijk aan het water ontwikkeld. De bouw van de eerste woningen is inmiddels gestart. Er wordt gewerkt aan een nieuwe plan voor het Scheldekwartier met daarin  $\pm 4.500$  m<sup>2</sup> brutovloeroppervlak (bvo) detailhandel. In de planvorming wordt uitgegaan van circa 3.000 m<sup>2</sup> bvo maritieme detailhandel (detailhandel gericht op de marina). Het overige deel betreft reguliere detailhandel.

#### **Woonboulevard de Mortiere**

Op woonboulevard de Mortiere in Middelburg is nog ruimte voor een uitbreiding van ca. 4.500 m<sup>2</sup> bvo. De uitbreiding is bedoeld voor winkels in de branchegroep Huis en Tuin.

## 3 Toekomstvisie

### 3.1 Ambities en uitgangspunten

De gemeente Vlissingen heeft de volgende ambities voor haar winkelstructuur:

- Compacte binnenstad met een goede doorstroming van de bezoekers/ consumenten;
- Binnen de gemeente zo min mogelijk versnippering van detailhandelsfuncties;

Daarnaast geeft de gemeente de voorkeur aan kwalitatieve versterking van de structuur boven kwantitatieve versterking.

Op basis van deze ambities zijn de volgende uitgangspunten voor de structuurvisie opgesteld:

- Een sterke binnenstad;
- Behoud van wijkcentra;
- Behoud dorpscentrum Oost-Souburg;
- Alleen ontwikkelingen op Baskensburg die kansrijk zijn en de positie van de binnenstad en de overige centra niet ondermijnen.

### 3.2 Indicatie haalbaar aanbod

De trends in de detailhandel duiden op een verminderde behoefte aan winkels. In combinatie met een afnemend inwonertal, vergrijzing, het huidige aanbod, de aanwezige leegstand en de uitgangspunten lijkt er overaanbod van winkeloppervlak te zijn. Om de omvang van het haalbare toekomstige winkelaanbod te bepalen hebben we een indicatieve berekening gemaakt van de economische marktruimte in 2020. Het toekomstig gewenste winkelaanbod wordt bepaald door het inwonertal, inkomen, koopkrachtbinding en -toevoeiing (zie bijlage 4 voor berekeningen).

#### Dagelijkse sector

Op basis van het huidige aanbod kan voor winkels in de dagelijkse sector uitgegaan worden van een binding van  $\pm 95\%$ . Het aandeel vreemde koopkracht (toevoeiing) is naar verwachting relatief laag. Het aantal consumenten van buiten de gemeente is beperkt en komt vooral uit de zuidelijke delen van de gemeenten Veere en Middelburg. Uitgaande van een koopkrachttoevoeiing van 20% is er voor de gemeente Vlissingen een

economische marktruimte te berekenen van circa 16.600 m<sup>2</sup> wvo in de dagelijkse sector. Het huidige aanbod is  $\pm 18.100$  m<sup>2</sup> wvo groot. Er is geen marktruimte aanwezig voor uitbreiding.

#### Niet-dagelijkse sector

Het aanbod in de niet-dagelijkse sector (exclusief woninginrichters, doe-het-zelf en tuincentra) is circa 28.100 m<sup>2</sup> wvo groot. Het toekomstig gewenste aanbod is aanzienlijk kleiner dan het huidige aanbod. Zelfs als uitgegaan wordt van een zeer hoge lokale koopkrachtbinding (70%) kan geconstateerd worden dat het aanbod de vraag overstijgt ( $\pm 26.600$  m<sup>2</sup> wvo t.o.v. de huidige  $\pm 28.100$  m<sup>2</sup> wvo). Momenteel is derhalve sprake van matig functioneren van de sector.

#### Volumineus aanbod

Gelet op de nabijheid van de Mortiere is er in Vlissingen marktruimte voor maar 2.800 à 4.200 m<sup>2</sup> wvo in de woonbranche. Op dit moment is het aanbod circa 8.500 m<sup>2</sup> wvo groot. Er is sprake van een groot overaanbod.

De doe-het-zelfbranche is circa 7.300 m<sup>2</sup> wvo groot. Dit aanbod past bij het verzorgings-



Recreatieve centra zijn in de toekomst kansrijk...



...evenals boodschappencentra...



...maar PDV/GDV-locaties zijn kwetsbaar.

gebied van Vlissingen. Er is geen marktruimte voor uitbreiding van het aanbod.

In Koudekerke is Intratuin ( $\pm 9.700 \text{ m}^2$  vvo) en op de Mortiere is Groenrijk ( $\pm 4.000 \text{ m}^2$  vvo) gevestigd. Dat is voldoende voor de Vlissingse behoefte aan tuincentra. In Vlissingen is geen marktruimte voor een eigen tuincentrum.

### 3.3 Keuzes maken

Vlissingen heeft op dit moment te veel winkelaanbod. Er is relatief veel leegstand en het winkelaanbod functioneert matig. Met de huidige winkelmarkt, het reeds aanwezige aanbod in en rondom Vlissingen, de verwachte stabilisering/daling van het bevolkingsaantal en de indicatieve berekening van marktruimte in 2020 is er geen marktruimte aanwezig voor uitbreiding van het huidige winkelaanbod. Het beleid zal gericht moeten worden op concentratie en afname van het winkelaanbod.

Uitgangspunt voor deze structuurvisie is een sterke binnenstad, behoud van de wijkcentra en het centrum van Oost-Souburg en

passende ontwikkelingen op Baskensburg.

Voor de kwalitatieve versterking of behoud van de gewenste detailhandelsstructuur moeten keuzes worden gemaakt om kansrijke winkellocatie hun aantrekkingskracht te laten behouden en/of te versterken. Ingezet dient te worden op locaties met de beste kansen.

#### **Kansrijke locaties: recreatief winkelen en boodschappen**

In de toekomst zijn kansrijke winkellocaties die gebieden die zich richten op recreatief winkelen (beleving) en gebieden die zich richten op dagelijkse boodschappen (o.a. vers). Deze gebieden weten zich vooralsnog goed te onderscheiden van internet, in tegenstelling tot perifere locaties. Kansrijke gebieden zijn vooral binnensteden en boodschappencentra. Voor binnensteden is van belang:

- Gevarieerd en groot aanbod (vooral in mode);
- Compacte opzet van het winkelgebied;
- Verzorgde en aantrekkelijke uitstraling;
- Combinatie van winkels en horeca;
- Goede bereikbaarheid met de auto (parkeren, ontsluiting);

Voor boodschappencentra is van belang:

- Goed supermarktaanbod, idealiter twee supermarkten van moderne omvang in aanvullende marktsegmenten;
- Aanvullend dagelijks aanbod (bv. drogist);
- Compacte opzet van het winkelgebied;
- Goede bereikbaarheid met de auto (parkeren, ontsluiting);
- Dicht bij mensen thuis.

#### **Kansarme locaties: perifere locaties en kleine winkelstrips**

Vooraf perifere winkelgebieden (o.a. woonboulevards en doelgericht bezochte locaties) die zich richten op efficiëntie, gemak en prijs zijn kwetsbaar. Ze hebben vaak een weinig onderscheidend aanbod en ze kunnen wat betreft gemak, efficiëntie en vooral prijs niet concurreren met internet. Ook kleine winkelgebieden met slechts enkele kleine winkels zijn kwetsbaar (buurtcentra, winkelstrips). Door het beperkte aanbod dat zij hebben, kunnen zij moeilijk concurreren met wijkwinkelcentra met een ruime keuze.

### **3.4 Visie op hoofdlijnen**

Op basis van de uitgangssituatie, de uitgangspunten en de trends zijn de hoofdlijnen van de detailhandelsstructuurvisie de volgende:

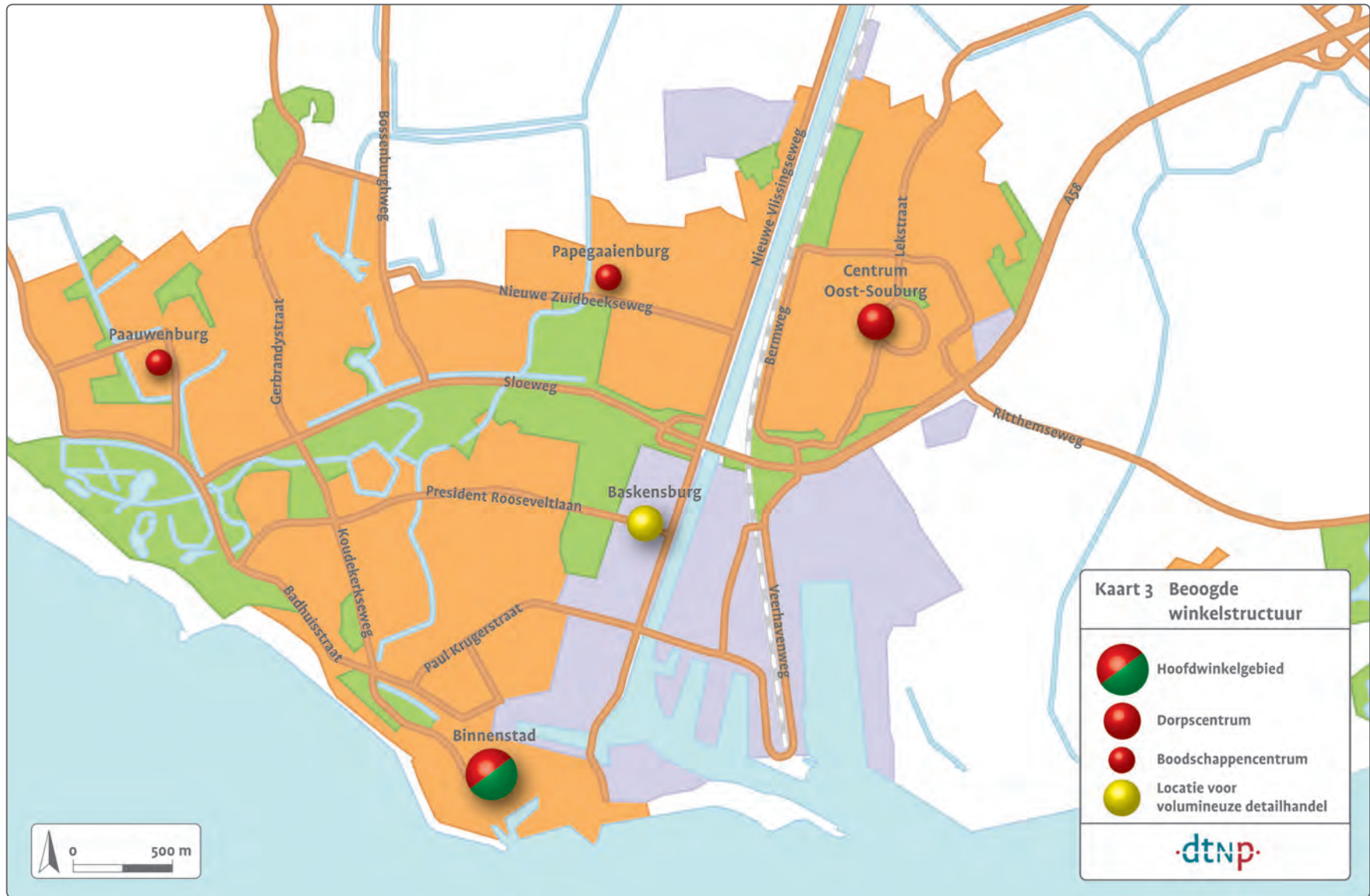
- Nieuwe winkelinitiatieven worden alleen toegestaan op bestaande winkellocaties.
- Versterking van de positie van de binnenstad van Vlissingen als hoofd-winkelgebied van de gemeente en de directe omgeving.
- Versterking van de toeristische attractiviteit van de binnenstad van Vlissingen.
- Concentratie van winkelinitiatieven in het centrum met het oog op een zo groot en gevarieerd mogelijk niet-dagelijks winkelaanbod, om zo de positie van de binnenstad te versterken (kritische massa, variëteit, attractie, functie-synergie).
- Behoud en versterking van een compleet pakket dagelijkse voorzieningen in de wijkwinkelcentra Papegaaienburg en Paauwenburg en in het dorpscentrum van Oost-Souburg (dicht bij huis, makkelijk).

- Concentratie van winkelinitiatieven in de dagelijkse sector in de wijkwinkelcentra en het dorpscentrum van Oost-Souburg (voldoende draagvlak, kritische massa, kansen voor speciaalzaken).
- Eén locatie voor volumineuze detailhandel op bedrijventerrein Baskenburg (locatie voor lokale initiatieven, geen versnippering).
- Buiten centra streven naar het opheffen van winkeloppervlak.

### **3.5 Gewenste winkelstructuur**

#### **Binnenstad Vlissingen**

De binnenstad van Vlissingen blijft het belangrijkste winkelgebied van de gemeente en de directe omgeving. Het centrum heeft een belangrijke functie als aankoopplaats voor mode en overige niet-dagelijkse artikelen. Daarnaast functioneert het centrum als boodschappen-centrum voor de omliggende wijken. Ook is de binnenstad het uitgaanscentrum van de stad voor de eigen bevolking en voor toeristen. De binnenstad van Vlissingen kan zich verder profileren als gemakscentrum. Hiervoor moet worden gestreeft naar een compacte opzet (korte afstanden tussen winkels, heldere structuur), een



compleet aanbod (gevarieerd en breed, maar wel ondiep) en comfort (betere bereikbaarheid).

Voor ontwikkeling van detailhandel in het Scheldekwartier is geen marktruimte. De beperkte economische mogelijkheden dienen gebruikt te worden om de routing in de binnenstad te verbeteren. Bij de Marina wordt evenwel gedacht aan circa 3.000 m<sup>2</sup> detailhandel. In onze visie kan daar alleen aan worden meegewerkt indien het gaat om artikelen voor boten en schepen. Belangrijk is dat de detailhandel het functioneren van de binnenstad of andere winkelgebieden in Vlissingen niet ondermijnt.

Naast inwoners van de gemeente is de binnenstad van Vlissingen ook voor toeristen interessant. De aantrekkelijkheid voor toeristen kan worden vergroot. Een goede koppeling tussen winkels, horeca en toeristische attracties is van belang. In hoofdstuk 4 wordt nader ingegaan op de hoofdlijnen van de ruimtelijk-functionele structuur van de binnenstad.

#### **Paauwenburg en Papegaaienburg**

De boodschappencentra in Paauwenburg en Papegaaienburg blijven belangrijke aankoopplaatsen voor dagelijkse artikelen in de wijk. Ze

zijn recent gerenoveerd en daarmee klaar gemaakt voor de toekomst. Ze kunnen de wijkfunctie blijven behouden. Voor verdere uitbreiding van het winkelaanbod is geen aanleiding.

#### **Centrum Oost-Souburg**

Het centrum van Oost-Souburg heeft een belangrijke functie voor het dorp. Ook in de toekomst kan het centrum van Oost-Souburg een functie blijven vervullen als dorpscentrum met een compleet dagelijks winkelaanbod, aangevuld met winkels in de niet-dagelijkse sector. Om in de toekomst het huidige aanbodniveau te kunnen blijven bieden is concentratie van het winkelaanbod noodzakelijk. Winkels kunnen dan profiteren van elkaars nabijheid. De kansen voor verszaken en niet-dagelijkse winkels nemen daardoor toe. Zonder concentratie van het winkelaanbod is op termijn het voortbestaan van vooral het niet-dagelijkse winkelaanbod en van de verszaken niet gegarandeerd.

#### **Baskensburg**

Het winkelaanbod op Baskensburg zal beperkt moeten blijven tot volumineuze detailhandel en zich vooral moeten richten op

een lokale verzorgingsfunctie. Substantiële uitbreiding van volumineuze detailhandel op het bedrijventerrein is niet realistisch. Het marktgebied is daarvoor te klein. Woonboulevard de Mortiere heeft reeds een regionale functie. Baskensburg kan in aanvulling daarop inspelen op lokale behoeften.

Het niet-volumineuze aanbod op Baskensburg ondermijnt het functioneren van de binnenstad, Paauwenburg, Papagaaienburg en Oost-Souburg. Bij voorkeur wordt dit aanbod op Baskensburg verminderd. Versterking en/of uitbreiding moet worden voorkomen.

#### **Verspreid**

Buiten de aangewezen winkellocaties wordt nieuwvestiging van detailhandel ontmoedigd. Het bestaande aanbod wordt waar mogelijk verminderd en nieuwe initiatieven worden niet toegestaan. Elke verspreid gelegen ontwikkeling zal de functie en positie van de te versterken winkellocaties onder druk zetten en draagt derhalve niet bij aan de realisatie van de gewenste winkelstructuur. Verplaatsing van verspreide bewinkeling naar de aangewezen winkellocaties wordt ondersteund.

## 4 Functioneel-ruimtelijke uitwerking binnenstad

### 4.1 Huidige situatie binnenstad

#### Aanbod

Vlissingen heeft een beperkte bovenlokale verzorgingsfunctie. Het winkelaanbod in het centrum van Vlissingen is ± 24.000 m<sup>2</sup> wvo groot. Kernen met een gelijk inwonertal hebben gemiddeld genomen een groter aanbod in alle branches. Van het totale aanbod in alle branches. Van het totale aanbod in het centrum is bijna 23.000 m<sup>2</sup> wvo gelegen in de binnenstad. Het overige deel ligt aan de Scheldestraat.

Belangrijke publiekstrekkers in de binnenstad zijn Albert Heijn, Aldi, HEMA, H&M, C&A en Action. Het aanbod is breed, maar ondiep en bestaat voor een groot deel uit filiaalbedrijven, vooral in de niet-dagelijks sector (tabel 1).

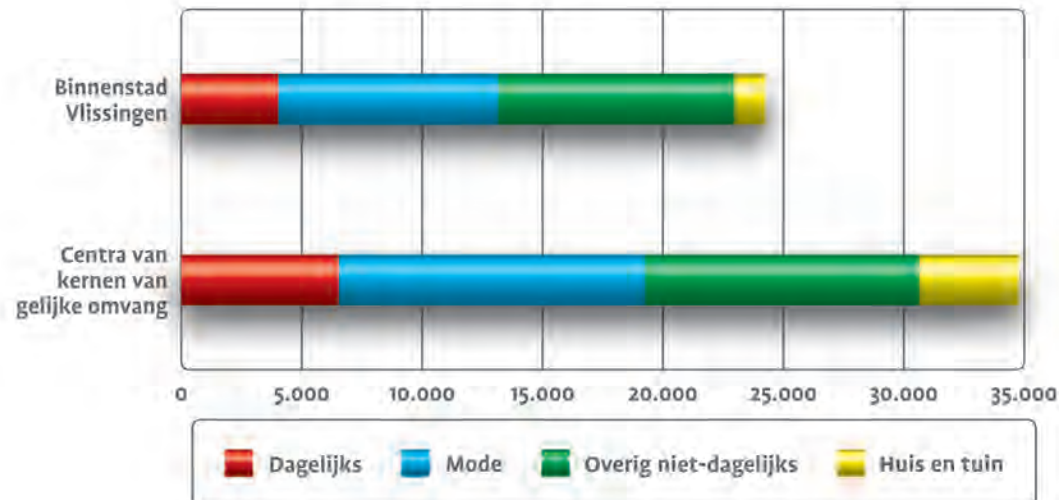
Het aanbod aan de Scheldestraat is zeer divers (winkels, horeca, dienstverlening) en bestaat vooral uit zelfstandige ondernemers.

Tabel 1 Filialiseringsgraad

		Binnenstad van Vlissingen (excl. Scheldestraat)	Centra van kernen met 30.000-50.000 inwoners
Verkooppunten	Dagelijks	54%	53%
	Niet-dagelijks	53%	45%
Winkelvloeroppervlak	Dagelijks	83%	85%
	Niet-dagelijks	78%	62%

Bron: Locatus, 27-06-2011; bewerking Droogh Trommelen en Partners

Figuur 3 Omvang winkelaanbod binnenstad Vlissingen en centra van kernen van vergelijkbare omvang (in m<sup>2</sup> wvo)



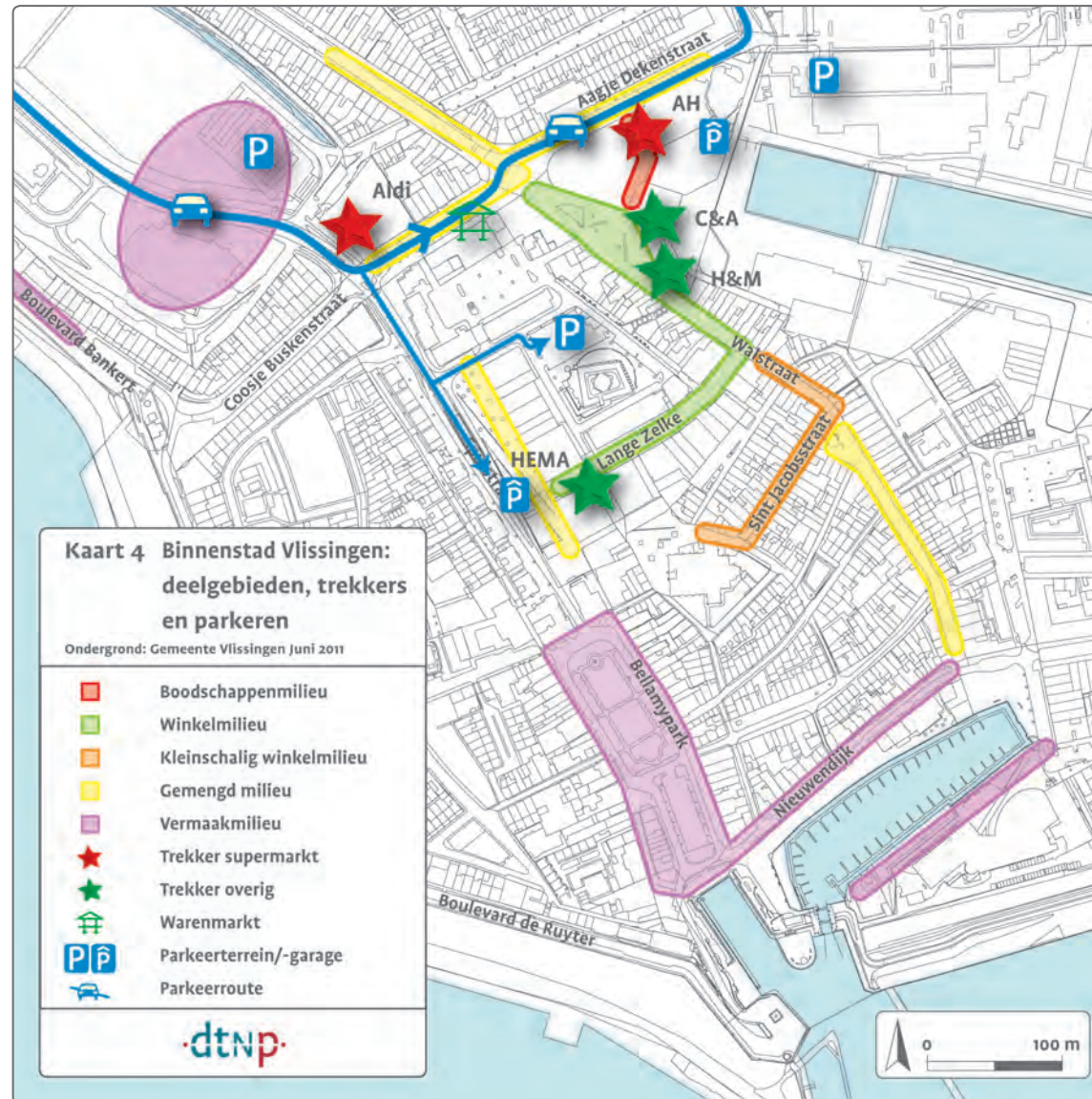
Bron: Locatus, 16-06-2011; bewerking Droogh Trommelen en Partners

### Routing en locaties publiekstrekkers

Het kernwinkelgebied van Vlissingen bestaat uit het Scheldeplein, de Walstraat-Noord en de Lange Zelke tot aan de Spuistraat (De Fonteyne). Samen vormen zij een 'winkelhaak'. Aan het Scheldeplein liggen drie belangrijke publiekstrekkers (Albert Heijn, H&M en C&A). HEMA functioneert als publiekstrekker aan de andere kant van het kernwinkelgebied, in de Fonteyne. De passantenstromen zijn het grootst in het kernwinkelgebied\*.

De Walstraat-Midden, de Kleine Markt en de Sint Jacobsstraat zijn winkelstraten met veel kleinschalige modewinkels en zelfstandige ondernemers. Tevens is er relatief veel leegstand.

De aansluiting van de Oude Markt op de Lange Zelke is zeer matig vanwege een gebrekkige doorgang door De Fonteyne. Door deze gebrekkige aansluiting maakt de Sint Jacobsstraat nauwelijks onderdeel uit van een logisch winkelrondje. De bezoekersstromen



\* Locatus (2009), Winkelpassantentellingen Vlissingen-Centrum





Slechte verbinding tussen Oude Markt en Lange Zelke



Toeristisch gebied ronder Michiel de Ruyterhaven



Monumentaal pand tussen Bellamypark en Spuistraat

aan de Sint Jacobsstraat en de Oude Markt zijn daardoor veel te klein. Als de situatie onveranderd blijft, valt op termijn een toename van de leegstand te verwachten.

De Walstraat-Zuid (ten zuiden van de Kleine Markt) vormt de schakel met het toeristische gebied rondom de Michiel de Ruyterhaven (o.a. het Arsenaal, jachthaven, theater). De Walstraat-Zuid heeft een zeer gemengde invulling (horeca, dienstverlening, ambacht, wonen). De winkelfunctie is beperkt.

De Nieuwendijk is nagenoeg geheel gevuld met horeca en vrije tijd-functies (o.a. muZEEum). De straat komt uit bij het Bellamypark. Aan dit park is veel horeca gevestigd. Er is een ruim aanbod aan terrassen.

Het Bellamypark grenst aan de noordzijde aan de Spuistraat, dicht bij het begin van het kernwinkelgebied. De aansluiting tussen het Bellamypark en de Lange Zelke wordt belemmerd door een monumentaal pand tussen Bellamypark en Spuistraat. De relatie tussen het Bellamypark en het kernwinkelgebied is daardoor matig.

Aan de noordzijde van het Scheldeplein waaert het centrum uiteen in vier richtingen: Aagje Dekenstraat, Badhuisstraat, Coosje Buskenstraat en Scheldestraat. De straten hebben een mix van functies. Publiekstrekker Aldi is samen met Vögele op het kruispunt van de Coosje Buskenstraat en de Spuistraat gevestigd.

De verschillende deelgebieden in het centrum van Vlissingen zijn slecht met elkaar verbonden (vooral rondom de Oude Markt/De Fonteyne). Het kernwinkelgebied en het horecagebied zijn hierdoor twee gescheiden werelden. Ook het kleinschalige winkelmilieu (Kleine Markt, Sint Jacobsstraat, Oude Markt) heeft slechte aansluitingen bij beide centrumdelen. Logische circuits in het centrum van Vlissingen ontbreken.

#### **Verkeer en parkeren**

De ontsluiting van de binnenstad vindt vooral plaats via de parkeerroute (Spuikomweg, Coosje Buskenstraat, Aagje Dekenstraat en Scheldestraat) (kaart 4). De belangrijkste parkeervoorzieningen voor het kernwinkelgebied (Spuikom, Fonteyne, Scheldeplein en Aagje Dekenstraat/Arsenaal 2) worden via de

parkeerroute ontsloten. De gebouwde parkeervoorzieningen van De Fonteyne en het Scheldeplein zorgen voor bronpunten aan weerszijden van de winkelhaak.

De bereikbaarheid van de parkeervoorzieningen is matig. De route naar het centrum is onduidelijk. Vooral parkeergarage Fonteyne is slecht bereikbaar doordat de Coosje Buskenstraat tussen de Spuistraat en de Badhuisstraat éénrichtingsverkeer is. Parkeergarage Fonteyne is daardoor alleen bereikbaar via de Spuikomweg.

Aan de Koningsweg ligt ook nog een groot parkeerterrein. Voor lokale bezoekers ligt dit terrein te ver van het kernwinkelgebied en het horecagebied rondom de jachthaven en het Bellamypark.

Ter verbetering van de bereikbaarheid van de binnenstad zal in 2012 een directe verbinding tussen de Aagje Dekenstraat en de Koningsweg (Verlengde Aagje Dekenstraat) worden gerealiseerd.

### **Uitstraling en openbare inrichting**

De (winkel)panden in de binnenstad hebben overwegend een verzorgde uitstraling. Er is wel een grote diversiteit in de winkelgevels. Recent is de bestrating van een groot deel van het centrum vernieuwd\*. Het geheel heeft hierdoor een aantrekkelijke uitstraling gekregen. Bovendien wordt het centrum nu meer als één geheel ervaren.

Daarnaast zijn/worden tijdens de herinrichting de luifels boven sommige straten verwijderd (Sint Jacobsstraat en een deel van de Walstraat). De luifel boven een deel van de Lange Zelke bestaat nog wel. In de Lange Zelke staan (mede hierdoor) veel uitstallingen van winkels op straat. Hierdoor ontstaat een zeer rommelige uitstraling.

### **Toerisme**

De Boulevards Bankert (horeca) en Evertsen (strand) en het gebied rondom de Michiel de Ruyterhaven en het Bellamypark (horeca, cultuur en ontspanning) trekken veel toeristen. De relatie tussen de toeristische gebieden en

\* o.a. Bellamypark, Oude Markt, Spuistraat, deel van de Lange Zelke, Sint Jacobsstraat, Kleine Markt, Walstraat-Zuid en Nieuwendijk.



Éénrichtingsverkeer in Coosje Buskenstraat



Parkeergarage alleen via het noorden bereikbaar



Vernieuwde bestrating in de Walstraat



Het kernwinkelgebied met o.a. het Scheldeplein



Toeristische attracties rondom Michiel de Ruyterhaven



Scheldestraat als aanloopstraat naar het centrum

het kernwinkelgebied is matig. De zichtrelatie tussen het Bellamypark en de Spuistraat is gebrekkig en de afstand tussen de boulevards en het kernwinkelgebied is groot.

#### 4.2 Ruimtelijk-functionele visie binnenstad

##### Ambitie

Voor de gewenste versterking van de binnenstad is het van groot belang de passantenstroom te bundelen en een helder circuit te realiseren. Het centrum moet daarvoor compact en helder van opzet zijn. Om detailhandel in de binnenstad aantrekkelijker te maken voor toeristen moet het toeristische (horeca)deel van het centrum beter aansluiten op het kernwinkelgebied. Een gevarieerd winkelaanbod (o.a. met zelfstandige ondernemers) en een goede relatie met horeca, cultuur en ontspanning is van belang.

##### Visie op hoofdlijnen binnenstad

In de toekomst kan de binnenstad van Vlissingen bestaan uit één duidelijk kernwinkelgebied en één toeristisch/vermaakgebied. Het kernwinkelgebied bestaat dan uit

Scheldeplein, Walstraat-Noord, Lange Zelke, Oude Markt, Sint Jacobsstraat en Kleine Markt. De “winkelhaak” blijft het A1-winkelgebied van de binnenstad met veel filiaalbedrijven. De Oude Markt, Sint Jacobsstraat en Kleine Markt vormen een kleinschalig winkelmilieu met kleinere winkels en meer zelfstandig ondernemers. De straten maken onderdeel uit van het winkelcircuit. In het kernwinkelgebied is ruimte voor een gevarieerd winkelaanbod.

De Scheldestraat kan haar huidige functie als aanloopstraat in de toekomst behouden. De veelheid aan functies (winkels, horeca, dienstverlening, ambacht en wonen) maken het voor de straat gemakkelijk om zich aan te passen aan de marktontwikkelingen. Nieuwe initiatieven zijn welkom, maar worden niet actief gestimuleerd.

Het toeristisch/vermaakgebied van de binnenstad blijft rondom het Bellamypark en de Michiel de Ruyterhaven. Een goede relatie tussen het Bellamypark en de Spuistraat bevordert het combinatiebezoek en zal de aantrekkelijkheid van het centrum vergroten, vooral voor toeristen.

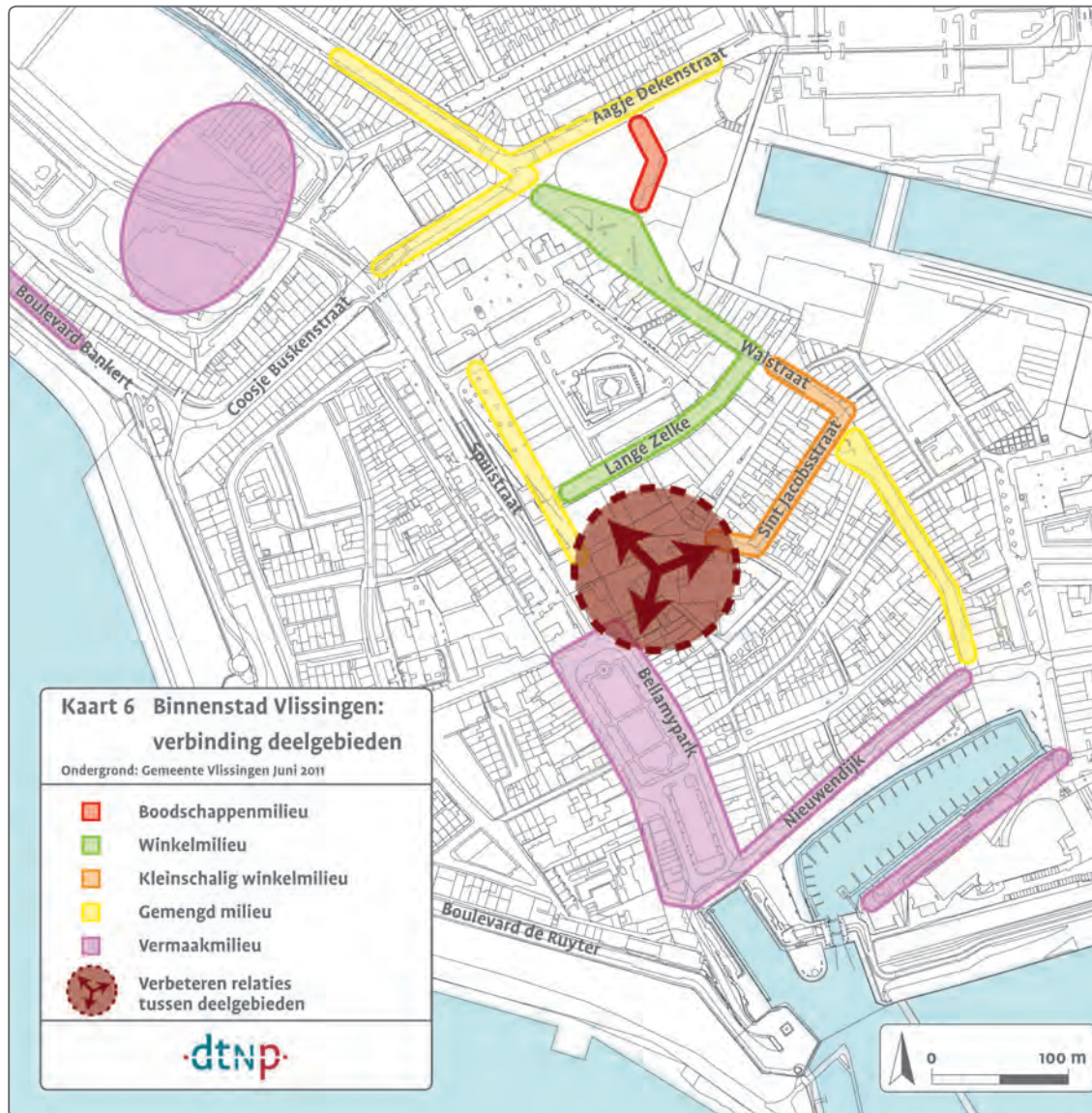
De Walstraat-Zuid zal een gemengd milieu zijn met dienstverlening, ambacht, horeca, wonen en winkels. Het vormt daardoor een schakel tussen het kernwinkelgebied en het toeristische gebied.

Aan weerszijden van het kernwinkelgebied zijn parkeergarages gelegen die als bronpunt functioneren (parkeergarages Fonteyne en Scheldeplein). Om een bezoek aan de binnenstad zo gemakkelijk mogelijk te maken is een goede bereikbaarheid van de parkeervoorzieningen van groot belang.

### Oude Markt/De Fonteyne/Spuistraat als spin in het web

Om een duidelijk circuit te realiseren in de binnenstad van Vlissingen moeten verschillende delen van het centrum beter met elkaar verknoot worden. Het gebied rondom de Oude Markt/De Fonteyne/Spuistraat is daarin een belangrijke schakel (kaart 6). Daar komen het kernwinkelgebied, het kleinschalige winkelmilieu en horeca samen. Nu ontbreekt een goede relatie tussen de gebieden. Door de milieus goed op elkaar aan te laten sluiten wordt een circuit in het centrum gerealiseerd waar ook de Sint Jacobsstraat onderdeel van





is. Gestreeft moet worden naar verbetering van de verbinding tussen de Oude Markt en de Lange Zelke. Om de loopstromen verder op gang te krijgen kan gedacht worden aan een publiekstrekker op de Kleine Markt.

#### **Zichtrelatie tussen Bellamypark en Spuistraat**

Voor het verbeteren van de relatie tussen het toeristische gebied (Bellamypark en rondom Michiel de Ruyterhaven) en het kernwinkelgebied moet de zichtrelatie tussen het Bellamypark en de Spuistraat worden verbeterd. Een belangrijke rol is weggelegd voor het monumentale pand tussen beide straten. Herinvulling van dat pand is noodzakelijk. De transparantie van het pand moet toenemen.

#### **Geen detailhandel in het Scheldekwartier**

Er is geen marktruimte aanwezig voor detailhandel in het Scheldekwartier. Daarnaast is er voor versterking van het kernwinkelgebied geen aanleiding detailhandel te ontwikkelen in het Scheldekwartier. Bij het uitblijven van de ontwikkeling daarvan nemen de kansen voor het vinden van een goede oplossing voor de Oude Markt/De Fonteyne sterk toe.

Wel kan vanwege ruimtelijke relevante redenen in het Scheldekwartier worden meegewerkt aan detailhandel in artikelen voor boten en schepen. De verkoop van deze artikelen kan een ondersteunende functie hebben voor de jachthaven die in het Scheldekwartier wordt gerealiseerd. Alle overige vormen van detailhandel, waaronder de verkoop van kleding en kleinschalige watersportartikelen, worden niet toegestaan in het Scheldekwartier.

#### **Aanvullende formules**

Het aanbod in het kernwinkelgebied van Vlissingen is zeer gevarieerd. Alle branches zijn vertegenwoordigd. Ook is het aandeel filiaalbedrijven groot. Met name in de mode en schoenenbranche is een aantal formules te vinden die nog niet in Vlissingen zijn gevestigd: Ziengs, Dolcis, Steps en Lake Side. Om de boodschappenfunctie te versterken kan ook worden gedacht aan de verplaatsing van een supermarkt naar het kernwinkelgebied.

#### **Bereikbaarheid**

Voor de versterking van de gewenste positie van de binnenstad is een goede bereikbaarheid van groot belang. De bereikbaarheid van het centrum dient op onderdelen te worden verbeterd. Belangrijk daarvoor is het beter bereikbaar maken van de parkeergarage van De Fonteyne. Het openstellen van de Coosje Buskenstraat voor verkeer in de richting oost-west is hiervoor van belang. Vanaf de invalswegen aan de noordzijde is een directere route in combinatie met een goed parkeerverwijssystem richting het kernwinkelgebied gewenst. De ontwikkeling van de verbinding tussen de Aagje Dekenstraat en de Koningsweg (Verlengde Aagje Dekenstraat) zal hieraan bijdragen.

### **4.3 Acties en maatregelen**

De eerste actie voor de gemeente is het vaststellen van de gewenste ruimtelijk-functionele structuur. Draagvlak bij vastgoedeigenaren en winkeliers zal het makkelijker maken de structuur te realiseren. Na de vaststelling is het aan de belanghebbende partijen (gemeente, vastgoedeigenaren, winkeliers) om samen te werken aan realisatie van deze structuur. Een goede overlegstructuur tussen de gemeente en marktpartijen is essentieel.

Hieronder staat een aantal projecten geformuleerd die voortvloeien uit ons onderzoek. Per project geven we aan wat de doelstelling is en welke acties en maatregelen genomen moeten worden:

1. Oude Markt/De Fonteyne
2. Spuistraat/BellamyPark
3. Luifel en uitstallingen Lange Zelke
4. Winkelwand Kleine Markt
5. Verbeteren parkeerroute



Project: verbeteren verbinding Oude Markt-Lange Zelke



Project: luifel en uitstallingen Lange Zelke



Project: invullen winkelwand Kleine Markt met trekker

#### Project 1 Oude Markt/De Fonteyne

Doel	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Goede verbinding Lange Zelke-Oude Markt-Sint Jacobsstraat</li> <li>• Heldere routing in kernwinkelgebied</li> </ul>
Actie	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Onderzoek naar verbeteren van verbinding Oude Markt en Lange Zelke</li> </ul>

#### Project 2 Spuistraat/Bellamypark

Doel	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Synergie tussen kernwinkelgebied en vermaakgebied</li> <li>• Aantrekkelijker centrum voor toeristen</li> </ul>
Actie	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Monumentale waarde pand Spuistraat/Bellamypark vaststellen</li> <li>• Invullingsmogelijkheden monumentale pand Spuistraat/Bellamypark onderzoeken</li> </ul>

#### Project 3 Luifel en uitstallingen Lange Zelke

Doel	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Minder rommelige uitstraling</li> </ul>
Actie	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Constructie van de luifel een beter aanzien geven</li> <li>• Uitstallingen op straat verwijderen</li> </ul>

#### Project 4 Winkelwand Kleine Markt

Doel	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Trekker aan oostwand Kleine Markt</li> <li>• Sterkere routing in kernwinkelgebied</li> </ul>
Actie	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Maximale omvang van trekker bepalen</li> <li>• Actief op zoek naar publiekstrekker</li> </ul>

#### Project 5 Verbeteren parkeerroute

Doel	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gemakkelijk bereikbaar centrum</li> </ul>
Actie	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Verbeteren parkeerroute</li> <li>• Coosje Buskenstraat openstellen voor verkeer in de richting oost-west</li> </ul>

## 5 Beleidskader

### 5.1 Beleidskeuzes

Op basis van de geactualiseerde detailhandelsvisie kan de gemeente haar ruimtelijk detailhandelsbeleid aanpassen en uitvoeren. In het beleid wordt uitgegaan van een winkelstructuur die bestaat uit:

- De binnenstad als compleet gemakscentrum voor de gemeente en de directe omgeving;
- Twee boodschappencentra in Paauwenburg en Papagaaienburg met een sterk dagelijks winkelaanbod;
- Een dorpscentrum in Oost-Souburg met een sterk dagelijks winkelaanbod en een beperkt niet-dagelijks winkelaanbod;
- Eén PDV-locatie voor volumineuze detailhandel met een lokaal karakter (Baskensburg);
- Op overige locaties géén nieuwvestiging of substantiële uitbreiding van het winkelaanbod.

#### Selectieve ontwikkeling

Zonder heldere keuzes zullen marktinitiatieven versnipperen over te veel locaties met elk te weinig kritische massa en attractiviteit. In bestaande centrumgebieden komen (her)ontwikkelingen daarbij minder snel van de grond, doordat perifere vestiging makkelijker en goedkoper is. De basis voor (stedelijke) herstructurering, intensief ruimtegebruik en een duurzame voorzieningsstructuur wordt zo ondergraven.

In het te voeren beleid geldt als uitgangspunt dat ontwikkelingen de beoogde winkelstructuur moeten versterken. Overige plannen zijn in beginsel ongewenst. Deze benadering noopt tot een zorgvuldige kwalitatieve afweging van plannen.

Winkels die reeds gevestigd zijn buiten de gewenste winkelstructuur kunnen hun bedrijfsvoering voortzetten. Een uitbreiding van de winkel is toegestaan, mits beperkt (maximaal 10%).

#### Binnenstad

In de binnenstad worden alle typen detailhandel toegestaan. Er zijn geen branche-

beperkingen. Marktinitiatieven worden zoveel mogelijk geclusterd in het kernwinkelgebied (zie kaart 5). Buiten dat gebied, waaronder de Scheldestraat, worden geen grote winkelontwikkelingen toegestaan.

Een uitzondering kan gemaakt worden voor het Scheldekwartier. Om ruimtelijk relevante redenen kan bij de te realiseren jachthaven detailhandel in artikelen voor boten en schepen worden toegestaan (motoren, touwen, zeilen, bolders, etc). Verkoop van kleding en kleinschalige watersportartikelen zijn expliciet niet toegestaan.

#### Boodschappencentra

De huidige situatie in de boodschappencentra Paauwenburg en Papegaaienburg is goed. Verdere uitbreidingen zijn niet nodig.

#### Dorpscentrum Oost-Souburg

Voor het dorpscentrum in Oost-Souburg moet een concentratiegebied worden aangewezen, vergelijkbaar aan het afbakenen van het kernwinkelgebied in het centrum van Vlissingen. Door een concentratiegebied aan te wijzen worden marktinitiatieven zoveel mogelijk in één gebied geclusterd. Winkels





Geen branchebeperkingen in de binnenstad



Leegstand bij voorkeur uit de markt nemen



Branchevreemd aanbod in een tuincentrum

kunnen daardoor profiteren van elkaars nabijheid (publieksaantrekkende werking).

### Baskensburg

Op Baskensburg wordt alleen volumineuze detailhandel toegestaan in traditionele PDV-branches (woonzaken, doe-het-zelf, tuincentra) met een overwegend lokaal karakter. Andere winkelontwikkelingen zijn uitgesloten, omdat zij de functie en positie van de beoogde detailhandelsstructuur ondermijnen. Tevens wordt voor detailhandel op Baskensburg een minimale omvang van 1.000 m<sup>2</sup> wvo gehanteerd. Kleinere winkelontwikkelingen worden geacht inpasbaar te zijn in de binnenstad.

Bestaande leegstand op Baskensburg wordt bij voorkeur uit de markt genomen of ingevuld met volumineuze detailhandel. Overige branches worden alleen toegestaan als die nu al juridisch-planologisch zijn verankerd. Aan initiatieven waarvoor een wijziging van het bestemmingsplan nodig is, wordt geen medewerking verleend, tenzij het initiatief past binnen de beoogde functie en positie van Baskensburg.

### Beperkt branchevreemd

In grootschalige winkels met volumineus aanbod (woonzaken, bouwmarkten, tuincentra) worden steeds vaker branchevreemde artikelen verkocht. Zo zijn er bouwmarkten die speelgoed, en tuincentra die huishoudelijke artikelen verkopen. Er is dan sprake van branchevervaging. In reguliere winkelgebieden (stads-, dorps- en wijkcentra) leidt dit niet tot problemen, omdat in deze gebieden vaak een algemene bestemming detailhandel of centrumvoorzieningen wordt gehanteerd.

Op perifere winkellocaties is om ontvrichting van de bestaande voorzieningsstructuur te voorkomen, alleen grootschalige detailhandel met volumineus aanbod toegestaan. De ongebreidelde verkoop van branchevreemde artikelen dient te worden voorkomen. Uit bestaande rechtspraak over afwijkend gebruik (verkoop van branchevreemde en niet-volumineuze artikelen) blijkt dat dit in beginsel toegestaan is indien sprake is van incidenteel, in beperkte mate en ondergeschikt gebruik\*.

\* Klijn, A.M. (2006), Branchering en thematisering in de periferie duurzaam ontworpen?

In dit licht is voor perifere detailhandel per vestiging de verkoop van branchevreemde niet-volumineuze artikelen aanvaardbaar tot maximaal 20% van het oppervlak, met een maximum van 500 m<sup>2</sup> wvo. Een afzonderlijke hoofdbranche mag hierbij niet meer bedragen dan 100 m<sup>2</sup> wvo. De verkoop van voedings- en genotmiddelen is in alle gevallen uitgesloten. Belangrijke voorwaarde voor het hanteren van dergelijke criteria is dat door de gemeente strikt gehandhaafd wordt.

Branchevervaging kan ook worden tegengegaan door gebruik te maken van een assortimentslijst waarin aangegeven wordt welke artikelen wel en niet zijn toegestaan. Dit kan een middel zijn om helder en duidelijk beleid te voeren. Nadeel is echter dat een assortimentslijst niet flexibel is en elke keer aangepast dient te worden als een nieuw product op de markt komt. Bovendien is hierbij een meer actieve handhaving noodzakelijk.

#### **Ontheffing: 'echt volumineuze artikelen'**

Volumineuze detailhandel met een lokaal karakter is toegestaan op Baskensburg. Onder strikte voorwaarden wordt

medewerking verleend aan aanvragen voor bestemmingsplanontheffingen voor overige vormen van detailhandel in echt volumineuze artikelen op Baskensburg.

Aanbieders van volumineuze artikelen zijn winkels buiten de traditionele PDV-branches (de volumineuze branches), die echter vanwege de aard en omvang van de artikelen toch een grote uitstallingsruimte nodig hebben en daardoor grootschalig zijn. Als voorbeelden kan gedacht worden aan jacuzzi's, zwembaden scooters, buitenspeeltoestellen, fitnessapparatuur, piano's en vleugels, surfplanken, etc. Het is echter expliciet niet de bedoeling dat deze winkels zich al of niet geleidelijk ontwikkelen tot winkels met (ook) een substantieel niet-volumineus aanbod (voorbeeld: van fitnessapparatuur naar (sport-)mode, of een 'shop in de shop').

Voor ontheffing voor winkels met volumineuze artikelen gelden de volgende voorwaarden:

- Alleen grootschalige vestigingen: minimaal 1.000 m<sup>2</sup> wvo (kleinere winkels zijn immers inpasbaar in winkelgebieden);

- Ontheffing op basis van voorwaarden voor een specifiek assortiment (geen branche);
- Limitatieve omschrijving van het gevoerde assortiment (met het oog op handhaving);
- Louter volumineuze artikelen (indicatie per artikel > 1 m<sup>3</sup>);
- Zeer beperkt niet-volumineus assortiment: maximaal 50 m<sup>2</sup> wvo (voorkomt shop-in-shop en substantieel (neven)assortiment);
- Het initiatief is handhaafbaar.

## **5.2 Toetsingskader**

Het voeren van ruimtelijk detailhandelsbeleid is zinvol indien nieuwe winkelontwikkelingen zorgvuldig worden getoetst. Onderstaand toetsingskader geeft weer hoe nieuwe initiatieven getoetst kunnen worden aan de gewenste detailhandelsstructuur.

De gemeente Vlissingen toetst of het initiatief past binnen de winkelbestemming van de beoogde locatie. Daarnaast beoordeelt de gemeente de mate waarin het initiatief inpasbaar is. Hierbij wordt gekeken naar de



Ontheffing mogelijk voor echt volumineus assortiment



Criteria zoals branches, assortimenten en...



...schaalgrootte moeten wel handhaafbaar zijn

fysieke ruimte en parkeercapaciteit op, en de bereikbaarheid van de beoogde locatie.

Vervolgens toetst de gemeente Vlissingen of de verzorgingsfunctie en branchering van het initiatief past bij de verzorgingsfunctie van het betreffende winkelgebied/-locatie. Deze dient overeen te komen met de verzorgingsfunctie van het betreffende winkelgebied. Indien de verzorgingsfunctie van het initiatief de verzorgingsfunctie van het betreffende winkelgebied overstijgt, is het initiatief niet passend. Gezocht kan worden naar een winkelgebied met een verzorgingsfunctie die wel aansluit op die van het initiatief.

In deze visie wordt uitgegaan van inpassing van nieuwe winkelontwikkelingen in een van de winkellocaties, bij voorkeur in de binnenstad van Vlissingen. Op Baskenburg na gelden er geen branchebeperkingen in de winkelgebieden. Winkels in de volumineuze branches kunnen zich eventueel vestigen op Baskenburg, maar worden ook in een van de andere winkelgebieden toegestaan. Voor de boodschappencentra Paauwenburg en Papegaaiburg gelden geen planologische branchebeperkingen, maar wordt hier wel een

bepaalde branchering nagestreeft (vooral dagelijks winkelaanbod), mogelijk aan de hand van een brancheringsplan.

### 5.3 Handhaving

Om succesvol ruimtelijk detailhandelsbeleid te kunnen voeren is het van belang dat bovengenoemde visie en beleid worden vertaald in bestemmingsplannen. Bij het nader detailleren van branches, assortimenten, schaalgrootte of een ander criterium in afwijking van de algemene bestemming detailhandel, moet worden bedacht dat bestemmingsplannen handhaafbaar moeten zijn. Een te strikte bestemmingsregeling is, afgezien van de juridische houdbaarheid en praktische handhaafbaarheid, snel verouderd en gaat voorbij aan de dynamiek in de detailhandel. Het biedt geen ruimte voor nieuwe of veranderende winkelconcepten. In het bestemmingsplan moet daarom een evenwicht worden gevonden tussen flexibiliteit en rechtszekerheid.

## Bijlage 1 Ambtelijke begeleidingsgroep

### Leden van de ambtelijke begeleidingsgroep

de heer J. Francke	Ruimtelijke Ordening, gemeente Vlissingen
mevrouw E. Jasperse	Ruimtelijke Ordening, gemeente Vlissingen
de heer B. Pouwer	Economische Zaken, gemeente Vlissingen
de heer P. Meerman	Bibliotheek, gemeente Vlissingen
de heer G. Stevense	Economische Zaken, gemeente Vlissingen

## Bijlage 2 Branche-indeling detailhandel

Branchegroep	Hoofdbranche
Dagelijks	<ul style="list-style-type: none"><li>• Supermarkten</li><li>• Speciaalzaken (versspeciaalzaak, minisuper, slijter, tabak en lectuur)</li><li>• Persoonlijke verzorging</li></ul>
Mode	<ul style="list-style-type: none"><li>• Kleding en modeaccessoires</li><li>• Schoenen en lederwaren</li></ul>
Overig niet-dagelijks	<ul style="list-style-type: none"><li>• Warenhuizen</li><li>• Luxe (juwelier, optiek, huishoudelijke en cadeau-artikelen, antiek en kunst)</li><li>• Sport, spel, hobby en media</li><li>• Wit/bruingoed en computershops</li><li>• Fiets- en autoaccessoires</li><li>• Overige detailhandel</li></ul>
Huis en tuin	<ul style="list-style-type: none"><li>• Woninginrichting (o.a. meubelen, keukens, sanitair, vloerbedekking)</li><li>• Doe-het-zelf (o.a. bouwmarkten)</li><li>• Plant en dier (o.a. tuincentra)</li></ul>

## Bijlage 3 Begrippenlijst

### Artikelgroep

Een groep van artikelen die qua aard en omvang een grote samenhang vertonen (bijvoorbeeld fitnessapparaten).

### Branche

Een groep van bedrijven die zich richt op de verkoop van één (dominante) artikelgroep (bijvoorbeeld schoenen) of op de verkoop van een veel voorkomende combinatie van artikelgroepen (bijvoorbeeld sport).

### Bouwmarkt

Een winkel met een al dan niet geheel overdekt winkelvloeroppervlak van minimaal 1.000 m<sup>2</sup> waarop het volledige assortiment van bouw- en doe-het-zelfproducten aan zowel vakman als particulier wordt aangeboden op basis van zelfbediening.

### Bronpunt

Verzamelpaats van consumenten van waaruit zij het bezoek aan een winkelconcentratiegebied beginnen (bijv. parkeergarage, busstation).

### Brutovloeroppervlak (bvo)

De totale ruimte van een winkel bestaande uit winkelvloeroppervlak en niet voor consumenten toegankelijke ruimten (opslag, kantine, etc.). Het winkelvloeroppervlak bedraagt, afhankelijk van de branche, circa 70 à 80% van het brutovloeroppervlak.

### Dagelijkse artikelen

Artikelen in de branches voedings- en genotmiddelen en persoonlijke verzorging.

### Detailhandel

Het bedrijfsmatig te koop aanbieden, waaronder begrepen de uitstalling ten verkoop, het verkopen en/of leveren van goederen aan personen die die goederen kopen voor gebruik, verbruik of aanwending anders dan in de uitoefening van een beroeps- of bedrijfsactiviteit alsmede anders dan voor verbruik ter plaatse.

### Doe-het-zelf

Een winkel in de doe-het-zelfbranche voert een assortiment dat gericht is op gebruik door particuliere consumenten voor werkzaamheden in, aan en om het huis. We onderscheiden bouwmarkten, breedpakketwinkels, ijzerwarenwinkels en verf-/behangspecialisten.

### Dienstverlening (publieksgericht commercieel)

Een bedrijf met uitsluitend of in hoofdzaak een dienstverlenende of verzorgende taak. Onder dienstverlening verstaan wij administratieve/ financiële dienstverlening (bijv. assurantiekantoor, bank etc.), publieksgerichte dienstverlening (bijv. stomerij, reisbureau) en ambachtelijke dienstverlening (bijv. schoenmaker, kapper etc.)

### Filiaalbedrijf/grootwinkelbedrijf

Detailhandelonderneming met 7 of meer eigen winkels.

**Grootschalige detailhandel**

Een winkel met een omvang van minimaal 1.000 m<sup>2</sup> winkelvloeroppervlak.

**Horecabedrijf**

Een bedrijf waar bedrijfsmatig dranken en/of etenswaren voor gebruik ter plaatse worden verstrekt, bedrijfsmatig logies wordt verstrekt en/of zaalaccommodatie wordt geëxploiteerd.

**Koopkrachtbinding**

Het aandeel (%) van de totale bestedingen van inwoners dat wordt gedaan in het winkelapparaat in het eigen verzorgingsgebied, noemen we de koopkrachtbinding.

**Koopkrachttoevoeiing**

Het deel van de omzet dat van buiten het primaire verzorgingsgebied komt, ofwel het aandeel vreemde koopkracht.

**Leisure**

Commerciële en niet-commerciële vrijetijdsvoorzieningen (bijv. restaurant, museum, winkel, ijsbaan, bioscoop, theater etc.)

**Maatschappelijke voorzieningen**

Educatieve, sociaal-medische, sociaal-culturele en levensbeschouwelijke voorzieningen, voorzieningen ten behoeve van sport en sportieve recreatie en voorzieningen ten behoeve van openbare dienstverlening, als ook ondergeschikte detailhandel en horeca ten dienste van deze voorzieningen.

**Marktsegment**

Op basis van samenstelling van het assortiment en prijsstelling van de artikelen kunnen commerciële bedrijven ingedeeld worden in verschillende marktsegmenten (discount, exclusief etc.)

**Niet-dagelijkse artikelen**

Alle artikelen, met uitzondering van artikelen in de branches voedings- en genotmiddelen en persoonlijke verzorging.

**Perifere detailhandel**

Detailhandel gevestigd buiten de reguliere winkelconcentraties, maar binnen bestaand of te ontwikkelen stedelijk gebied (bijv. op een bedrijventerrein).

**Tuincentrum**

Detailhandel met een al dan niet geheel overdekt winkelvloeroppervlak waar bedrijfsmatig boomkwekerijproducten, planten, bloembollen en bloemen ten verkoop worden aangeboden, alsmede materialen voor de aanleg, de verfraaiing en het onderhoud van tuinen.

**Verkooppunt (vkp)**

Een detailhandelsvestiging met winkelpersoneel en een eigen kassa.

**Verkoopvloeroppervlak (vvo)**

Gelijk aan winkelvloeroppervlak (wvo).

**Vloerproductiviteit**

De gemiddelde omzet per m<sup>2</sup> winkelvloeroppervlak. Deze varieert per type winkelgebied, branche en winkelformule.

**Volumineuze detailhandel**

Detailhandel in auto's, boten, caravans en tenten, grove bouwmaterialen, keukens, badkamers en sanitair evenals bouwmarkten en detailhandel in woninginrichting waaronder meubels. Deze detailhandel heeft vanwege de omvang en de aard van de gevoerde artikelen een groot oppervlak nodig voor de uitstalling. Hierdoor is vestiging binnen reguliere winkelconcentratiegebieden in veel gevallen moeilijk.

**Warenmarkt**

Een verzameling van minimaal 7 kramen, verkoopwagens of grondplaatsen van waaruit de toegelaten kooplieden detailhandel bedrijven. Een warenmarkt wordt met vaste regelmaat gehouden op een bepaald tijdstip en op een bepaalde dag en is ingesteld krachtens een gemeenteraadsbesluit.

**Winkel**

Ieder voor het publiek vrij toegankelijk pand dat bedoeld is voor de verkoop van artikelen aan particulieren en dat een winkelvloeroppervlak van minimaal 10 m<sup>2</sup> heeft.

**Winkelgebied**

Een geografisch geheel waarbinnen minimaal 5 winkels zijn gevestigd, eventueel in samenhang met andere consumentverzorgende functies (horeca, dienstverlening etc.).

**Winkelondersteunende horeca**

Een horecabedrijf is winkelondersteunend wanneer het bedrijf voor wat betreft ligging ondersteunend is aan en voor wat betreft openingstijden in het algemeen vergelijkbaar is met detailhandelsvestigingen. De bedrijfsactiviteit van winkelondersteunende horeca bestaat uit het verstrekken van in hoofdzaak kleinere maaltijden, lunch, koffie/thee en overige dranken.

**Winkelvloeroppervlak (wvo)**

De voor het publiek toegankelijke winkelruimte ten behoeve van detailhandel, inclusief zichtbare ruimten zoals bijvoorbeeld etalages en de ruimte achter toonbanken en kassa's. Het winkelvloeroppervlak bedraagt, afhankelijk van de branche, circa 70 à 80% van het brutovloeroppervlak.

**Woninginrichting**

De woninginrichtingsbranche wordt gevormd door winkels met een assortiment dat gericht is op gebruik door particuliere consumenten voor de inrichting van het huis. In de woninginrichtingsbranche onderscheiden we meubelspecialzaken, slaapkamerspecialzaken, woningtextielzaken, verlichtingszaken, gemengde zaken, tegelhandel, keukenspecialzaken, kurk- en parketzaken, badkamer- en sanitairzaken en zonweringszaken.

## Bijlage 4 Distributieve mogelijkheden

### Distributie planologisch onderzoek (dpo)

In vroegere dpo's werd het haalbare winkelaanbod vaak nauwkeurig berekend. Door grote onderlinge verschillen in typen winkelgebieden, branches en winkelformules moeten dergelijke berekeningen genuanceerd worden beoordeeld. De haalbaarheid van winkels wordt veel meer bepaald door de potentiële functie en kwaliteit van het winkelgebied. Niettemin kan een kwantitatieve analyse van vraag en aanbod een indicatie geven van overbewikeling of uitbreidingspotenties.

### Variabelen

Bij deze kwantitatieve analyse gaat het om de verhouding tussen vraag en aanbod. De vraagzijde wordt bepaald door de omzet per hoofd, de omvang van het verzorgingsgebied (aantal inwoners), de mate waarin het omzetpotentieel terecht komt in het betreffende winkelgebied (koopkrachtbinding) en de mate waarin omzet van elders toevloeit (koopkrachttoevoeiing). Aan de aanbodzijde spelen de omvang (m<sup>2</sup> winkelvloeroppervlak) en benodigde omzet per m<sup>2</sup> wvo (vloerproductiviteit) een rol.

### Verzorgingsgebied

We maken een indicatieve berekening voor het haalbare aanbod in Vlissingen in de dagelijkse sector en de niet-dagelijkse sector (excl. woninginrichting, doe-het-zelf en tuincentra) in 2020. De gemeente gaat voor dat jaar uit van ongeveer 43.600 inwoners.

### Gemiddelde omzet per inwoner

In distributieve berekeningen gaan we uit van de landelijk gemiddelde omzet per hoofd van de bevolking per jaar. Bij de gemiddelde omzet per hoofd van de bevolking zijn niet alleen bestedingen van consumenten meegenomen, maar ook bestedingen van bedrijven in winkels.

In Nederland is de totale omzet van winkels in 2010 circa € 83,5 mld (exclusief BTW). Dit betekent een gemiddelde omzet per hoofd van de bevolking per jaar van circa € 5.040. Hiervan wordt € 2.310 omgezet in winkels met dagelijks aanbod en € 2.070 in winkels met niet-dagelijks aanbod. In de woonbranche wordt €360 omgezet en in doe-het-zelfwinkels €230\*. In tuincentra wordt gemiddeld €70 omgezet. Voor tuincentra maken we echter geen berekening omdat de marktpotenties reeds worden afgevangen door een grote Intratuin (± 9.700 m<sup>2</sup> wvo) in Koudekerke (net over de grens van de gemeente Vlissingen) en een Groenrijk op Mortiere (± 4.000 m<sup>2</sup> wvo).

Het gemiddelde inkomen per persoon ligt in de gemeente Vlissingen ongeveer 5% lager dan gemiddeld in Nederland. De gemiddelde omzetcijfers per inwoner worden daarom gecorrigeerd. Voor winkels met dagelijks aanbod is het gebruikelijk het omzetcijfer per hoofd aan te passen met een correctie van ¼ van het percentage dat het inkomen lager of hoger is dan het Nederlands gemiddelde. Voor winkels met niet-dagelijks aanbod is het gebruikelijk een correctie door te voeren van ½ van het percentage dat het inkomen lager of hoger is dan het

\* HBD (2011), Omzetkengetallen ten behoeve van ruimtelijk-economisch onderzoek



gemiddelde. Voor Vlissingen gaan we uit van lagere omzetcijfers per inwoner. Voor winkels met dagelijkse artikelen gaan wij uit van € 2.280 ( $€ 2.310 + (\frac{1}{4} \times -5\% \times € 2.310)$ ). Voor winkels met niet-dagelijkse artikelen (exclusies woninginrichting, doe-het-zelf en tuicentra) gaan we uit van € 2.016 ( $€ 2.070 + (\frac{1}{2} \times -5\% \times € 2.070)$ ). Wonen en doe-het-zelf gaan we uit van respectievelijk €351 en €224.

### **Koopkrachtbinding en -toevloeiing**

Niet alle bestedingen van inwoners van Vlissingen komen terecht in het eigen winkelapparaat. Het aandeel van de totale bestedingen van inwoners van Vlissingen dat terecht komt in de eigen winkels noemen we de koopkrachtbinding. Behalve bestedingen van inwoners van de kern Vlissingen (primair verzorgingsgebied) ontvangen de winkels in Vlissingen ook bestedingen van inwoners van buiten het primair verzorgingsgebied. Dit aandeel binnen de totale omzet noemen we de koopkrachttoevloeiing. Vlissingen heeft toevloeiing vanuit het zuiden van de gemeente Veere en het zuiden van Middelburg. De bestedingen van toeristen maken deel uit van de koopkrachttoevloeiing.

Winkels in de dagelijkse sector hebben over het algemeen een lokaal verzorgend karakter. Het aanbod in Vlissingen is goed. Voor inwoners van Vlissingen is er weinig reden om aankopen in de dagelijkse sector buiten de eigen gemeente te doen. We rekenen voor Vlissingen voor de dagelijkse sector met een koopkrachtbinding van 95%. Toevloeiing zal er zijn vanuit een deel van Veere, een klein deel van Middelburg en enkele toeristen. We rekenen met een koopkrachttoevloeiing van 20%.

Het niet-dagelijkse winkelaanbod in Vlissingen is relatief klein. Een deel van de omzet zal waarschijnlijk afvloeien naar de binnensteden van Middelburg en Goed en de PDV/GDV-locatie Mortiere. Voor de niet-dagelijkse sector rekenen we met een zeer hoog ingeschatte koopkrachtbinding van 60 à 70%. Voor de koopkrachttoevloeiing gaan we uit van 20%.

De PDV/GDV-locatie Mortiere is de woonboulevard voor Vlissingen. Een groot deel van de bestedingen van inwoners van Vlissingen in de woonbranche zullen daarnaar afvloeien. We gaan voor de woonbranche uit van een lage koopkrachtbinding (20 à 30%). Er zal beperkte koopkrachttoevloeiing zijn. We rekenen met 10%.

Winkels in de doe-het-zelfbranche hebben over het algemeen een lokaalverzorgend karakter. Praxis, Gamma en Hubo zijn de belangrijkste aanbieders in de doe-het-zelfbranche in Vlissingen. Dit aanbod past bij Vlissingen. We rekenen voor Vlissingen met een koopkrachtbinding van 80%. De toevloeiing is klein, mede door de Praxis en Karwei op de Mortiere). We rekenen met 10%.

### **Gemiddelde omzet per m<sup>2</sup>**

In Nederland bedraagt de gemiddelde omzet per m<sup>2</sup> (uit de verkoop aan consumenten en bedrijven) in winkels met dagelijks aanbod circa € 7.130,- (excl. BTW). In winkels met niet-dagelijks aanbod (excl. woninginrichting, tuicentra, doe-het-zelf) bedraagt de gemiddelde omzet per m<sup>2</sup> circa € 2.890,- (excl. BTW). Voor winkels in de woonbranche bedraagt de gemiddelde omzet per m<sup>2</sup> €1.200 en voor winkels in de doe-het-zelfbranche €1.420.

### Indicatie distributieve mogelijkheden

Op basis van bovenstaande cijfers kan een indicatieve berekening worden gemaakt van de distributieve mogelijkheden voor winkels in de dagelijks en niet-dagelijkse sector in Vlissingen.

### Indicatie distributieve mogelijkheden winkels Dagelijks in Vlissingen in 2020

Inwoners primair verzorgingsgebied (kern)	43.600
Omzet/inwoner (excl. BTW)	€ 2.280
Koopkrachtbinding	95%
Koopkrachttoevoeiing	20%
Totale potentiële omzet (excl. BTW)	€ 118,0 mln
Omzet/m <sup>2</sup> (excl. BTW)	€ 7.130
Potentieel winkelaanbod m <sup>2</sup> wvo	16.600
Aanwezig winkelaanbod m <sup>2</sup> wvo	18.100
Uitbreiding winkelaanbod m <sup>2</sup> wvo	nihil

### Indicatie distributieve mogelijkheden winkels Niet-Dagelijks in Vlissingen in 2020

Inwoners primair verzorgingsgebied (kern)	43.600
Omzet/inwoner (excl. BTW)	€ 2.016
Koopkrachtbinding	60 à 70%
Koopkrachttoevoeiing	20%
Totale potentiële omzet (excl. BTW)	€ 65,9 à 76,9 mln
Omzet/m <sup>2</sup> (excl. BTW)	€ 2.890
Potentieel winkelaanbod m <sup>2</sup> wvo	22.800 à 26.600
Aanwezig winkelaanbod m <sup>2</sup> wvo	28.100
Uitbreiding winkelaanbod m <sup>2</sup> wvo	nihil

### Indicatie distributieve mogelijkheden woonwinkels in Vlissingen in 2020

Inwoners primair verzorgingsgebied (kern)	43.600
Omzet/inwoner (excl. BTW)	€ 351
Koopkrachtbinding	20 à 30%
Koopkrachttoevoeiing	10%
Totale potentiële omzet (excl. BTW)	€ 3,4 mln
Omzet/m <sup>2</sup> (excl. BTW)	€ 1.200
Potentieel winkelaanbod m <sup>2</sup> wvo	2.800 à 4.200
Aanwezig winkelaanbod m <sup>2</sup> wvo	8.500
Uitbreiding winkelaanbod m <sup>2</sup> wvo	nihil

### Indicatie distributieve mogelijkheden doe-het-zelfbranche in Vlissingen in 2020

Inwoners primair verzorgingsgebied (kern)	43.600
Omzet/inwoner (excl. BTW)	€ 224
Koopkrachtbinding	80%
Koopkrachttoevoeiing	10%
Totale potentiële omzet (excl. BTW)	€ 8,7 mln
Omzet/m <sup>2</sup> (excl. BTW)	€ 1.420
Potentieel winkelaanbod m <sup>2</sup> wvo	6.100
Aanwezig winkelaanbod m <sup>2</sup> wvo	7.300
Uitbreiding winkelaanbod m <sup>2</sup> wvo	nihil