

**Detailhandelsvisie
Gemeente Winterswijk
2011 - 2016**

Detailhandelsvisie Winterswijk 2011 - 2016

Gemeente Winterswijk

Rapportnummer: 204X00355.062441_6

Datum: 9 augustus 2011

Contactpersoon opdrachtgever: Mevr. Nicolle Clemens en Dhr. Arjen Vedder

Projectteam BRO: Jan Carel Jansen Venneboer, Nienke van Gerwen, Felix Wigman

Trefwoorden: Detailhandelsvisie

Beknopte inhoud: Visie op de toekomst van de detailhandel in de gemeente Winterswijk en het centrum van Winterswijk in het bijzonder. Aandacht voor functionele én ruimtelijke versterkingsmogelijkheden. Naast de visie is een actieprogramma opgesteld voor de komende jaren. De visie kwam tot stand in nauw overleg met gemeente, ondernemers en andere betrokkenen.

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

B | **RO**
Ruimte | om *in* te leven

Inhoudsopgave

SAMENVATTING	3	4. TRENDS EN BELEID	27
		4.1 Algemene trends en ontwikkelingen	27
1. INLEIDING	7	4.2 Ontwikkelingen in de gemeente Winterswijk en de regio	31
1.1 Achtergrond	7	4.3 Relevante beleidskaders	33
1.2 Vraagstelling	7		
1.3 Totstandkoming advies	8	5. DETAILHANDELSVISIE WINTERSWIJK	37
1.4 Leeswijzer	8	5.1 Ambitie gemeente Winterswijk	37
		5.2 Algemene uitgangspunten voor deze visie	38
2. ANALYSE AANBODSTRUCTUUR	9	5.3 Marktmogelijkheden	39
2.1 Blik op Winterswijk: ligging & kenmerken	9	5.4 Toekomstige detailhandelsstructuur - functioneel	40
2.2 Winkelaanbod in de gemeente Winterswijk	11	5.5 Visie op de structuur van het centrum	44
2.3 Winkelaanbod in de kern Winterswijk	12	5.6 Beleid andere vormen van detailhandel	46
2.4 Winkelaanbod in Winterswijk-centrum	16	5.7 Relatie met gemeentelijke detailhandelsvisie uit 2004	49
2.5 Overig aanbod publieksfuncties in het centrum	18	5.8 Visiekaart	50
2.6 Structuur in het centrum	18		
2.7 Sterkte-zwakte analyse aanbodstructuur gemeente Winterswijk	22	6. UITVOERINGSPROGRAMMA	51
		6.1 Introductie	51
3. HUIDIG- EN TOEKOMSTIG FUNCTIONEREN DETAILHANDEL	23	6.2 Samenwerking	51
3.1 Huidig functioneren detailhandel	23	6.3 Aanpak herontwikkeling Notaristuin/Bossesteeg	53
3.2 Toekomstig functioneren detailhandel	24	6.4 Aanpak aanloopstraten	54
		6.5 Actieplan detailhandelsvisie Winterswijk	54

Inhoudsopgave (vervolg)

BIJLAGEN

Bijlage 1: Samenstelling begeleidingscommissie	1
Bijlage 2: Aanbodanalyse	3
Bijlage 3: Verslag ondernemersworkshop	5
Bijlage 4: Ondernemersonderzoek	7
Bijlage 5: Analyse vraagstructuur voorzieningen	13

SAMENVATTING

Visie op de toekomst van detailhandel in Winterswijk

Winterswijk heeft van oudsher een belangrijke verzorgingsfunctie in de oostelijke Achterhoek, ook voor detailhandel. De meest markante aankoopplaatsen zijn het centrum, de omgeving Europalaan en Vrijetijdsmarkt Obelink. Er zijn verschillende, deels grote supermarkten. Op een aantal locaties staat de winkelfunctie onder druk, met name in de aanloopstraten van het centrum. Dit uit zich in leegstand, een matige presentatie en weinig investeringsbereidheid bij ondernemers. Tegelijk hebben ook de bevolkingsontwikkeling, diverse regionale ontwikkelingen en landelijke trends hun weerslag op de toekomstpotenties van de lokale detailhandel. De gemeente Winterswijk heeft BRO gevraagd om een integrale visie te maken voor de gemeente, met bijzondere aandacht voor het kernwinkelgebied.

Ruimte voor vernieuwing en functieverbreiding

De gehele gemeente Winterswijk, inclusief de kern, is Nationaal Landschap. De kern heeft een veelzijdig centrum, met naast detailhandel ook dienstverlening, horeca en ambacht. Wel is dit aanbod wat traditioneel van karakter; vernieuwende of bijzonder onderscheidende zaken zijn er maar beperkt. De detailhandel in het centrum is behoorlijk gevarieerd en het kwaliteitsniveau van de zaken is overwegend goed, er zijn relatief weinig moderne modische winkelformules. Dit komt mede doordat er nauwelijks geschikt vastgoed met voldoende vloeroppervlak beschikbaar is in het kernwin-

kelgebied. Hierdoor kan het centrum onvoldoende inspelen op de toenemende schaalvergroting bij veel winkelformules. Het centrum van Winterswijk moet worden versterkt, daarbuiten moet detailhandel worden geconcentreerd in levensvatbare concentratiegebieden.

De centrumfunctie van Winterswijk komt zonder ingrijpen onder druk te staan. Op termijn kan dat leiden tot leegstand en verschrompeling van het aanbod. Met name de aanloopstraten kunnen hieraan verder ten prooi vallen, maar ook het kernwinkelgebied kan negatieve effecten ondervinden. In praktijk valt dit proces alleen te keren met structurele ingrepen vanuit heldere keuzes: functioneel en ruimtelijk. Het accent moet in Winterswijk liggen op het toevoegen van moderne winkelruimten in het kernwinkelgebied, aanboren van nieuwe marktsegmenten en doelgroepen en een grotere synergie tussen detailhandel, horeca, dienstverlening, cultuur en evenementen. Een modern hoofdwinkelcentrum biedt meer dan alleen 'voorspelbare' winkels; consumenten komen tegenwoordig niet meer enkel om te winkelen. Dit wordt mede veroorzaakt door de opkomst van het 'internetwinkelen'. Zeker voor recreatieve bezoekers van buiten Winterswijk wordt de aantrekkingskracht van het centrum sterk vergroot door een breder functiepalet en een sfeervolle, 'recreatieve' inrichting. Door verkoop van streekeigen producten en gelieerde activiteiten kan Winterswijk haar gastvrije Achterhoekse karakter duidelijker voor het voetlicht brengen. Hieronder vallen nadrukkelijk ook eigentijdse producten en winkelconcepten, al dan niet met een link naar cultuur, design of wellness. De visie biedt hiervoor het kader en een uitvoeringsprogramma.

Marktruimte

Tot 2020 ontstaat er in de dagelijkse artikelensector voor de gemeente Winterswijk geen marktruimte. Het toevoegen van een supermarkt is daarom niet aan de orde. Dat neemt niet weg dat er voor de gemeente Winterswijk kansen zijn om het dagelijkse artikelenaanbod te versterken, bijvoorbeeld door het opschalen van bestaande winkels en het (beperkt) toevoegen van (vers)speciaalzaken.

Voor het niet-dagelijkse artikelenaanbod is voor het centrum van Winterswijk zonder ingrijpende herstructurering circa 2.200 m² wvo marktruimte aan te wijzen. Deze ruimte wordt volledig ingevuld met het project in de Wooldstraat (o.a. Xenos en C&A). Indien een forse structuurversterking plaatsvindt, bijvoorbeeld rond de Notaristuin/Bossesteeg, is deze ruimte groter, tot maximaal 4.000 à 5.000 m² wvo. Er zijn dus zeker kansen voor een verdere doorontwikkeling van het centrum van Winterswijk met 'echte' nieuwe winkelmeets, mits dit leidt tot structuurversterking en kwaliteitsverbetering.

Structuurversterking en kortere aanloopstraten

Deze visie streeft naar een zo compleet en gevarieerd mogelijk pakket aan winkels en aanverwante publieksfuncties in Winterswijk, passend bij het economisch draagvlak. Het centrum heeft haar eigen kernkwaliteiten, maar die leiden niet automatisch tot hogere bestedingen.

Notaristuin

Juist het centrumdeel aansluitend aan de Notaristuin biedt ruimte voor een integrale herontwikkeling, waarin naast detailhandel (zowel moderne modische trekkers als hoogwaardige woninginrichting) ook horeca georiënteerd op de rustgevendende Notaristuin een plek kan krijgen. Hier laat Winterswijk haar 21^e eeuwse gezicht zien, als tegenhanger van de meer levendige Markt. De looproutes richting Wooldsestraat en Misterstraat vergen bijzondere aandacht.

Aanloopstraten in relatie met het kernwinkelgebied

Er moet een duidelijk onderscheid komen tussen aanloopstraten en het kernwinkelgebied. Dit moet ook terug te vinden zijn in de inrichting van de straten.

Aanloopstraten zijn belangrijk voor een sterk hoofdwinkelcentrum omdat ze doorgaans goedkopere, ruimere bedrijfsruimte bieden (ook voor starters) en meestal per auto bereikbaar zijn. In verschillende centrumdelen die nu nog als aanloopstraat functioneren moet de winkelfunctie geleidelijk worden afgebouwd (zie de visiekaart: paragraaf 5.8). Er is onvoldoende marktruimte om de aanloopstraten in te vullen met winkels en structurele leegstand tast op termijn de leefbaarheid ter plekke sterk aan. Voor deze straatdelen moet worden gezocht naar andere kansrijke functies, die de vastgoedwaarde bestendigen. Voorbeelden zijn wonen, ambacht, dienstverlening en/of cultuur, al dan niet in gecombineerde vorm. Zo zijn er nog veel meer ingrepen die in de visie en het uitvoeringsprogramma uitvoerig worden belicht.

Parkeren

De parkeerrouting moet worden versterkt, met extra parkeergelegenheid in de Spoorzone. Vestiging van meer grootschalige publieksfuncties in laatstgenoemd gebied zal de centrumfunctie van Winterswijk een forse impuls geven.

Samen optrekken

Gemeente, ondernemers en andere partijen zullen samen de visie moeten uitvoeren, elk vanuit hun eigen belangen en verantwoordelijkheden. De consument anno 2011 heeft een enorme keuze en komt niet meer vanzelfsprekend naar Winterswijk. Zij moeten dus actief worden verleid tot een bezoek. Ondernemers zullen daartoe continu bijzondere activiteiten en acties moeten organiseren, met medewerking van de gemeente waar nodig.

Belangrijk is om Winterswijk, zowel lokaal als regionaal, te positioneren als een veelzijdige, sfeervolle en gastvrije bestemming met geschiedenis. Het gastvrije centrum van een fraai toeristengebied in het Nationaal Landschap Winterswijk.

Uitgangspunten voor bijzondere vormen van detailhandel

De voorliggende detailhandelsvisie geeft ook uitgangspunten voor enkele bijzondere vormen van detailhandel zoals de verkoop aan huis en afhaalpunten voor goederen die via internet verkocht worden. Deze vormen van detailhandel kunnen de detailhandelsstructuur aanvullen, maar ook aantasten. Het uitgangspunt van deze visie is de keuze voor de bestaande structuur. Dit betekent dus een terughoudend beleid ten aanzien van allerlei vormen van detail-

handel, die deze structuur bedreigen. In paragraaf 5.6 zijn concrete uitgangspunten geformuleerd voor deze vormen van detailhandel.

1. INLEIDING

1.1 Achtergrond

Actualisatie detailhandelsvisie 2004

De gemeente Winterswijk heeft BRO gevraagd een detailhandelsvisie op te stellen voor de gemeente, met bijzondere aandacht voor het kernwinkelgebied. Er is behoefte aan een actualisatie van de visie die in 2004 is opgesteld door MKB Reva, 'Huidige en toekomstige mogelijkheden voor de winkelvoorzieningen te Winterswijk'.

Het centrum centraal

Het coalitieprogramma 'Met minder naar meer' (2010) zet in op behoud en versterking van het centrum van Winterswijk. Een eenduidig ruimtelijk-functioneel afwegingskader voor het centrum ontbreekt nog. Wel zijn de kaders hiervoor recent verwoord in de 'Structuurvisie kom Winterswijk 2010 - 2020'¹. In november 2009 heeft de gemeenteraad van Winterswijk een amendement aangenomen om samen met de ABH-City Vereniging Winterswijk een Nota Versterking Kernwinkelgebied voor te bereiden. Bovendien heeft de gemeente en Stichting Ondernemersfonds Centrum Winterswijk in 2010 een Convenant Ondernemersfonds ondertekend. De gemeente en de ondernemers zijn bereid te investeren in de leefbaarheid van de gemeente en in het bijzonder het centrumgebied en de attractiviteit daarvan.

¹ Vastgesteld door de raad in februari 2011

Het centrum van de kern Winterswijk staat centraal in deze visie. Daarnaast geeft deze visie ook ontwikkelrichtingen van detailhandel in Winterswijk als geheel: o.a. buitengebied (inclusief buurtschappen) en bedrijventerreinen.

Doel van de visie

Het doel van de visie is tweeledig. Zij geeft richting aan de wenselijke ontwikkelingen om zowel de lokale inwoners, maar ook de regionale consumenten en toeristen met het centrumaanbod te blijven boeien en binden. Daarnaast dient de visie voor de gemeente als beleids- en toetsingskader voor planinitiatieven en voor ondernemers als actieplan. Het accent ligt op detailhandel; dienstverlening. Horeca en leisure zijn in dit kader alleen relevant voor zover ze de detailhandelsfunctie van Winterswijk ondersteunen.

1.2 Vraagstelling

In het onderzoek staat de volgende onderzoeksvraag centraal:

Wat zijn de voorwaarden voor het realiseren van een vitaal en geconcentreerd kernwinkelgebied van Winterswijk en wat zijn de mogelijkheden voor detailhandel in de rest van de gemeente?

1.3 Totstandkoming advies

Dit rapport is tot stand gekomen in nauwe samenspraak met een breed samengestelde begeleidingscommissie². Daarnaast is er een enquête afgenomen onder de winkeliers in het centrum en zijn er gesprekken gevoerd met ondernemers (ondernemersworkshop op 14 februari), leden van de begeleidingscommissie en de gemeente. De verslagen van de ondernemersworkshop en het ondernemersonderzoek zijn opgenomen in bijlage 3 en 4.

1.4 Leeswijzer

Achtereenvolgens komen in deze rapportage aan bod:

- Analyse aanbodstructuur Winterswijk (H2).
- Huidig- en toekomstig functioneren detailhandel (H3).
- Trends en beleid (H4).
- Detailhandelsvisie Winterswijk (H5).
- Uitvoeringsprogramma (H6).

² In bijlage 1 is een overzicht opgenomen van de participanten in de begeleidingscommissie.

2. ANALYSE AANBODSTRUCTUUR

Dit hoofdstuk behandelt de huidige detailhandelsstructuur in de gemeente Winterswijk, met bijzondere aandacht voor het centrum. Hiervoor wordt eerst gekeken naar het aanbod in de gemeente en de positie van het centrum van Winterswijk hierin. De aanbodgegevens zijn afkomstig van Locatus (peildatum december 2010), tenzij anders vermeld. Naast deze kwantitatieve analyse wordt ook een ruimtelijk-functionele analyse uitgevoerd voor het centrum. Het hoofdstuk wordt afgesloten met een resumerend overzicht van de sterkten en zwakten.

2.1 Blick op Winterswijk: ligging & kenmerken

De gemeente Winterswijk is gelegen in het meest oostelijke deel van de Achterhoek in de provincie Gelderland, tegen de Duitse grens. In de gemeente wonen circa 29.000 mensen. De gemeente Winterswijk bestaat naast de hoofdkern Winterswijk uit een aantal buurtschappen: Brinkheurne, Corle, Henxel, Huppel, Kotten, Meddo, Miste, Ratum en Woold. In de buurtschappen wonen in totaal ruim 5.000 mensen. Wat betreft het winkelaanbod zijn de inwoners van de buurtschappen sterk op het aanbod in de kern Winterswijk georiënteerd.



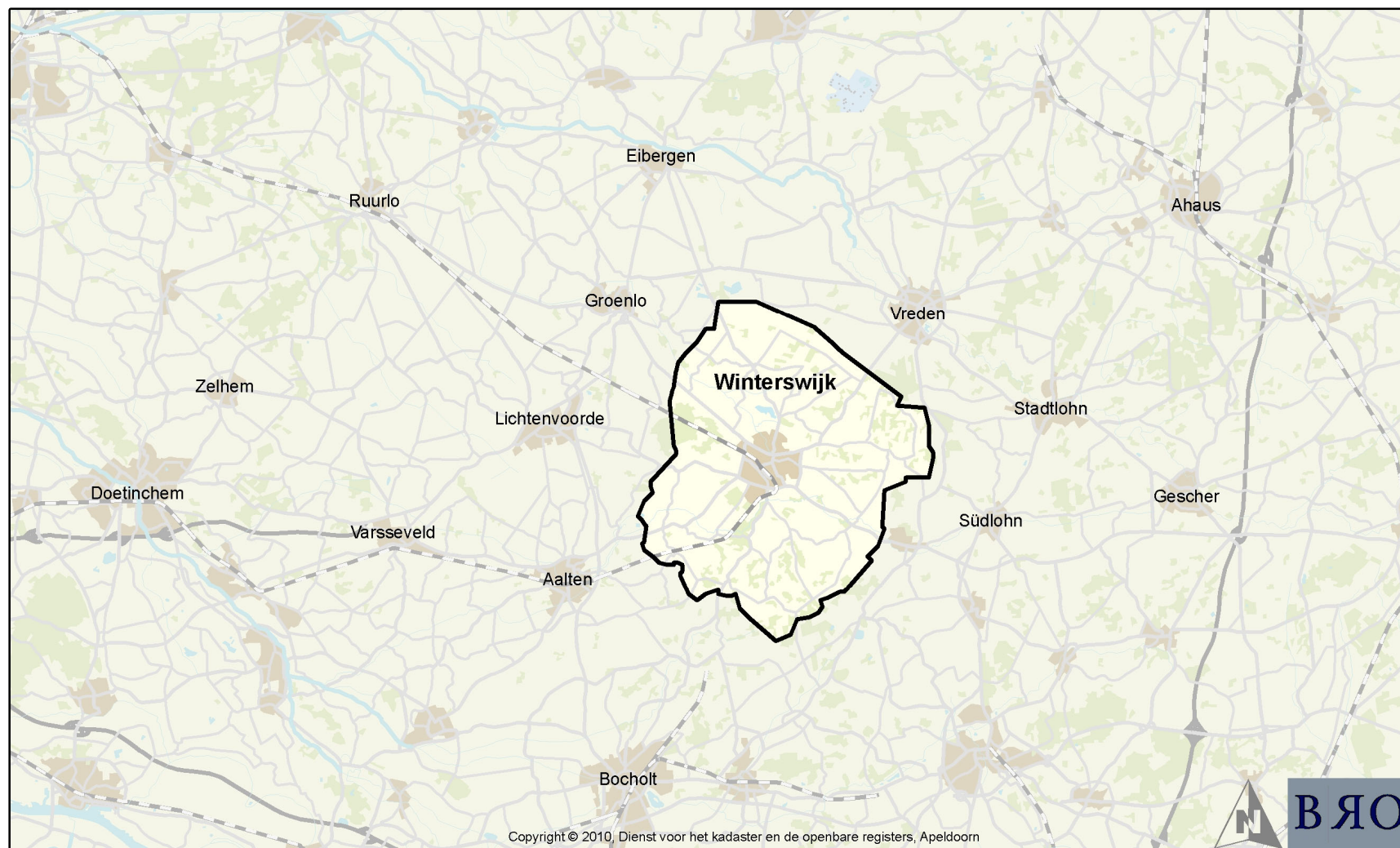
Winterswijk vervult belangrijke regiofunctie

Winterswijk heeft een sterke regionale verzorgingsfunctie. Plaatsen in Nederland met een sterk voorzieningenaanbod zoals Doetinchem en Enschede liggen op meer dan 30 km afstand, waardoor Winterswijk de belangrijkste aankoopplaats in de regio vormt. Door de ligging aan de Duitse grens trekt Winterswijk ook veel Duitse consumenten aan. Net over de grens vormt Bocholt (op circa 20 km afstand) een geduchte concurrent.

Nationaal landschap Winterswijk

De gehele gemeente, inclusief kern, is Nationaal Landschap Winterswijk, één van de twintig nationale landschappen van Nederland. Het buitengewoon fraaie en bijzondere coulisselandschap trekt veel toeristen en recreanten naar Winterswijk.

Figuur 2.1: Positie van Winterswijk in de regio



2.2 Winkelaanbod in de gemeente Winterswijk

93.700 m² winkelaanbod gemeente Winterswijk

Het winkelaanbod in de gemeente Winterswijk omvat momenteel ruim 93.700 m² wvo winkelvloeroppervlak (wvo), verspreid over 266 winkels. Hiervan behoren 65 winkels en 14.900 m² wvo tot de dagelijkse artikelensector en 201 winkels en 78.827 m² wvo tot de niet-dagelijkse artikelensector.

Gemeente Winterswijk omvangrijk winkelaanbod

De gemeente Winterswijk beschikt ten opzichte van het landelijke gemiddelde over een ruim aanbod aan dagelijkse artikelen. In dit marktsegment heeft de gemeente Winterswijk een aanbod van 0,51 m² wvo per inwoner ten opzichte van 0,33 m² wvo per inwoner landelijk. In de cijfers komt duidelijk de regiorol van Winterswijk naar voren. Ook in de niet-dagelijkse artikelensector beschikt de gemeente Winterswijk over een groot aanbod. Ten opzichte van landelijke gemiddelden is het niet-dagelijks winkelaanbod twee keer zo groot (2,71 m² wvo per inwoner t.o.v. 1,35 m² wvo landelijk). Dit is deels te danken aan grote aanbieders in Winterswijk zoals Obelink Vrijtijdsmarkt (13.000 m² wvo) en Eugelink te Kort-schot Wooncentrum (7.000 m² wvo).

Tabel 2.1: Winkelaanbod gemeente Winterswijk vergeleken met landelijke gemiddelden

	Gemeente Winterswijk			
	Aantal winkels	m² wvo	m² wvo per inw.	m² wvo per inw. landelijk
Dagelijkse artikelen	65	14.900	0,51	0,33
Niet-dagelijkse artikelen	201	78.827	2,71	1,35
Totaal detailhandel	266	93.727	3,22	1,68

Tabel 2.2: Winkelaanbod gemeente Winterswijk uitgesplitst naar kern

Gemeente Winterswijk	Dagelijks		Niet-dagelijks		Totaal	
	a.w.*	m² wvo	a.w.	m² wvo	a.w.	m² wvo
Centrum Winterswijk	31	5.743	143	28.580	174	34.323
Kottenseweg	3	1.134	1	930	4	2.064
Europalaan	-	-	6	12.655	6	12.655
Verspreide bewinkeling	14	6.914	40	35.623	54	42.537
Subtotaal kern Winterswijk	48	13.791	190	77.788	238	91.579
Brinkheurne	4	115	-	-	4	115
Henxel	1	45	-	-	1	45
Kotten	4	220	2	127	6	347
Meddo	2	389	7	847	9	1.236
Miste	1	174	-	-	1	174
Woold	5	166	2	65	7	231
Totaal	65	14.900	201	78.827	266	93.727

* a.w. = aantal winkels

98% van het winkelaanbod in kern Winterswijk gevestigd

In tabel 2.2 is een overzicht opgenomen van het winkelaanbod in de gemeente Winterswijk, uitgesplitst naar de hoofdkern Winters-

wijk en de buurtschappen. Bijna al het winkelaanbod in de gemeente Winterswijk is in de kern Winterswijk gevestigd, namelijk circa 91.500 m² wvo (inclusief Obelink) van circa 93.700 m² wvo. In paragraaf 2.3 wordt nader ingegaan op de detailhandelsstructuur in de kern Winterswijk. Het winkelaanbod buiten de kern Winterswijk, in de buurtschappen, is beperkt:

- Meddo huisvest van de buurtschappen het grootste winkelaanbod (9 winkels, ruim 1.200 m² wvo). Naast een Spar supermarkt (354 m² wvo) en een bakker zijn er verschillende winkels in de niet-dagelijkse artikelsector aanwezig (branches hobby, plant & dier, doe-het-zelf en wonen).
- In Kotten bevindt zich een slager, groenteboer, slijter, apotheek ('Die Grenze'), antiekwinkel en een doe-het-zelf zaak.
- Aan de Kottenseweg ligt tuincentrum Multi Garden.
- In Het Woold zijn vijf winkels gevestigd in de levensmiddelenbranche waaronder een campingsupermarkt (Harmienehoeve, 50 m² wvo), bakker, 2 kaaswinkels en een viskweker. Het aanbod wordt aangevuld met een cadeauartikelenwinkel en een stoffenwinkel.
- In Brinkheurne is enkel winkelaanbod in de levensmiddelenbranche aanwezig. Er bevindt zich een minisupermarkt (40 m² wvo), een poelier, groenteboer en slijter.
- In Miste is een campingsupermarkt (Attent supermarkt, 174 m² wvo) gevestigd.
- In Henxel is een groenteboer aanwezig.

In de overige buurtschappen, Corle, Huppel en Ratum, ontbreekt winkelaanbod.

2.3 Winkelaanbod in de kern Winterswijk

Kern Winterswijk bovengemiddeld winkelaanbod

Het detailhandelsaanbod in de kern Winterswijk beslaat circa 91.500 m² wvo, verdeeld over 238 verkooppunten. Dit is bijna het dubbele in winkeloppervlak ten opzichte van vergelijkbare kernen. Gemiddeld zijn in kernen met 20.000 à 30.000 inwoners 155 winkels met een winkeloppervlak van circa 47.000 m² wvo aanwezig. In onderstaande tabel en in bijlage 2 is het winkelaanbod in de kern Winterswijk afgezet tegen referentieplaatsen.

Tabel 2.3: Winkelaanbod kern Winterswijk vergeleken met vergelijkbare plaatsen³

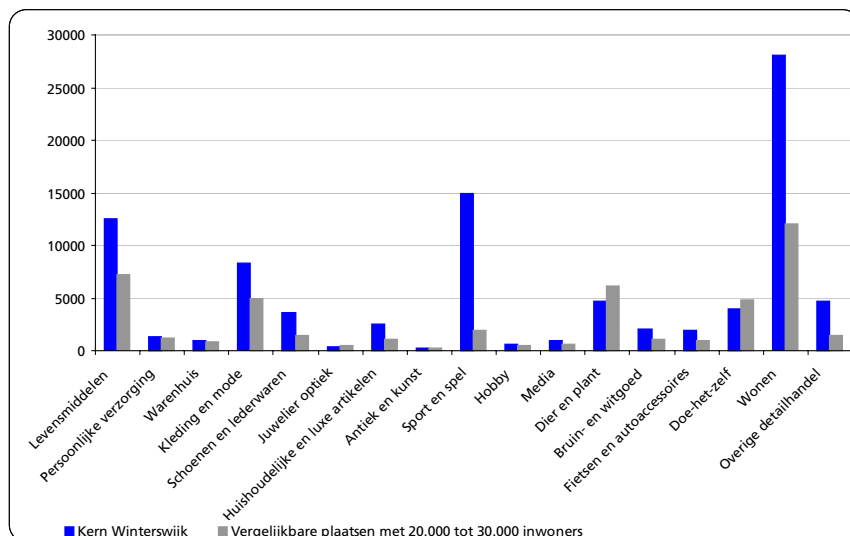
	Kern Winterswijk			
	Aantal winkels	m ² wvo	m ² wvo per inw.	m ² wvo per landelijk inw.
Dagelijkse artikelen	48	13.791	0,58	0,36
Niet-dagelijkse artikelen	190	77.788	3,28	1,63
Totaal detailhandel	238	91.579	3,86	1,99

Aanbod naar branche

In figuur 2.2 is het aanbod in m² wvo in de kern Winterswijk afgezet tegen kernen van vergelijkbare omvang.

³ Vergelijkbare plaatsen met 20.000 tot 30.000 inwoners, gewogen naar 29.000 inwoners.

Figuur 2.2: Kern Winterswijk: Winkelaanbod vergeleken (m² wvo)



Uit de figuur kan het volgende worden opgemaakt.

Sterk aanwezige branches	Zwak of minder aanwezige branches
Levensmiddelen	Juwelier en optiek
Kleding en mode	Dier en plant
Schoenen en lederwaren	Doe-het-zelf
Huishoudelijke en luxe artikelen	
Sport en spel	
Media	
Bruin en witgoed	
Fietsen- en autoaccessoires	
Wonen	

Centrum Winterswijk aan de top van de hiërarchie

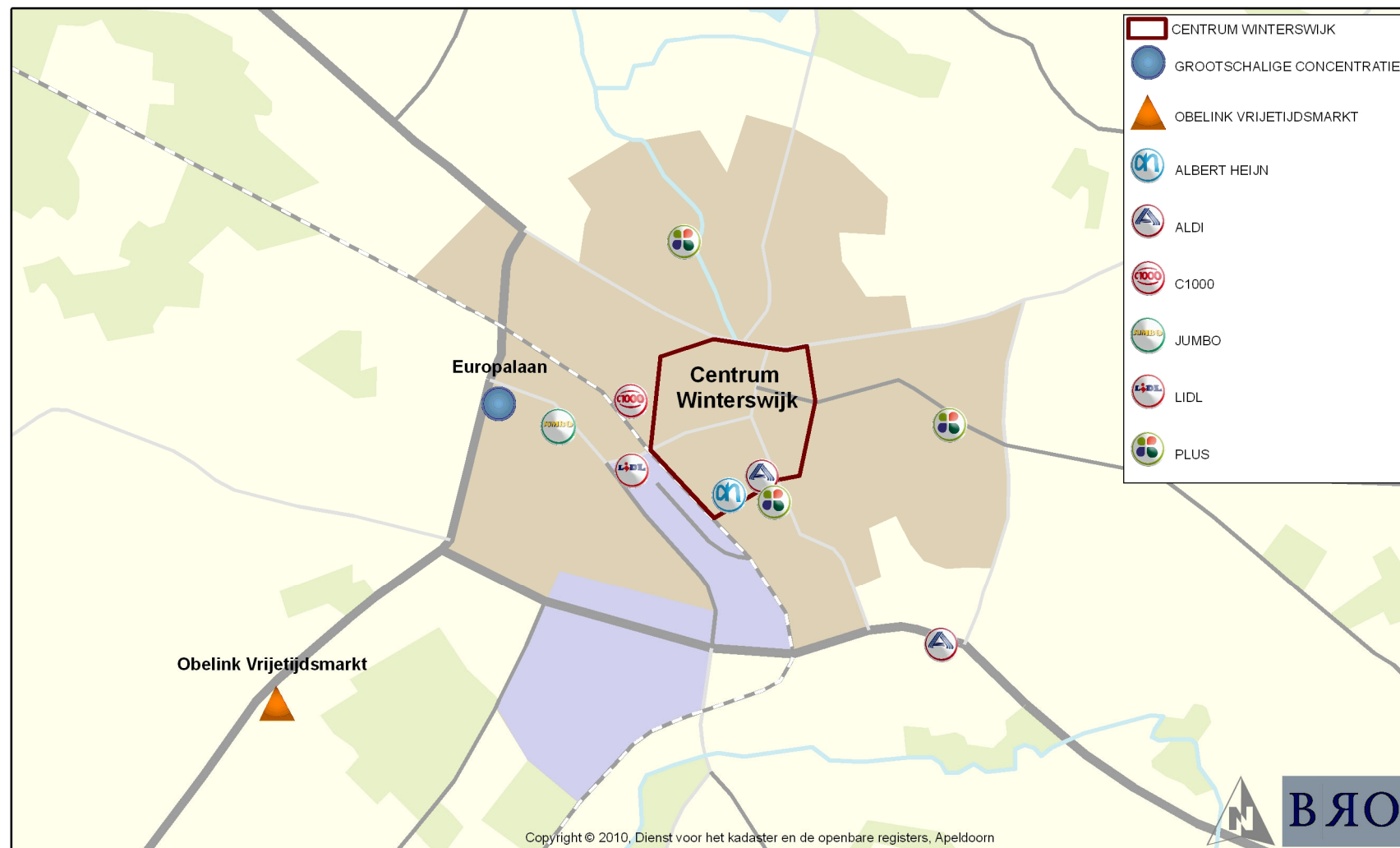
Het centrum⁴ van Winterswijk is het belangrijkste winkelcentrum in de kern en in de gemeente Winterswijk met een winkeloppervlak van circa 34.300 m² wvo, voornamelijk in de niet-dagelijkse artikelensector (circa 28.500 m² wvo). De branchering in het centrum is met name gericht op het recreatieve winkelen maar heeft daarnaast een boodschappenfunctie. In het centrum is Aldi en een ruim aanbod aan versspecialzaken aanwezig. Albert Heijn en Plus bevinden zich aan de rand van het centrum. Ten opzichte van centrumgebieden in referentieplaatsen (zie figuur 2.3) beschikt Winterswijk-centrum bijna over het dubbele aantal winkelmeters.

Verspreid gelegen winkelaanbod groot

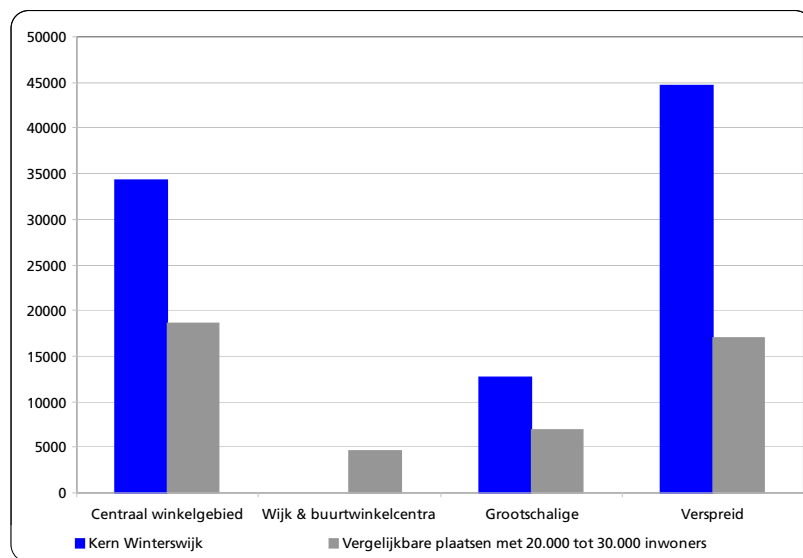
Uit figuur 2.3 is tevens af te lezen dat het verspreid gelegen winkelaanbod ten opzichte van referentieplaatsen zeer groot is (44.601 m² wvo ten opzichte van 16.972 m² wvo landelijk). Dit is voor een belangrijk deel te verklaren uit de verspreid gelegen supermarkten (ruim 7.000 m² wvo) en de vestiging van Obelink Vrijetijdsmarkt in het buitengebied (13.000 m² wvo).

⁴ De volgende winkelstraten behoren tot het centrum: Bossesteeg, Dingstraat, Gasthuisstraat, Goudvinkenstraat, Jonendwarstraat, Markt, Meddosestraat, Misterstraat, Ratumsestraat, Roelvinkstraat, Satinkspas, Spoorstraat, Torenstraat, Weurden, Willinkstraat, Wooldstraat, Zonnebrink.

Figuur 2.3: Winkelstructuur kern Winterswijk



Figuur 2.4: Kern Winterswijk: winkelstructuur vergeleken (m² wvo)



Geen aanbod in buurt- en wijkwinkelcentra

Buiten het centrum is het dagelijks winkelaanbod niet geclusterd in buurt- of wijkwinkelcentra. Enkel aan de Kottenseweg is sprake van enige clustering (Aldi, Motomarkt (kleine grenssupermarkt) en een partijgoederenzaak) maar dit centrum heeft geen buurt- of wijk-functie. De concentratie aan de Kottenseweg valt onder de categorie ‘verspreide bewinkeling’.

Overige supermarkten solitair gelegen

De overige supermarkten zijn solitair gelegen in de kern Winterswijk:

- Ten noorden van het centrum aan de Ravenhorsterweg en ten oosten van het centrum aan de Kloetenseweg is een Plus supermarkt aanwezig.
- Ten westen van het centrum, nabij het spoor, zijn drie supermarkten gevestigd. Het betreft een megasupermarkt van Jumbo aan de Europalaan (2.870 m² wvo), Lidl aan de Misterweg en C1000 aan de Landbouwstraat.

Detailhandelaanbod geclusterd rond de Europalaan

Aan de Europalaan bevindt zich een grootschalige concentratie met o.a. zeven woonwinkels geclusterd met een totaal oppervlak van circa 12.700 m² wvo. In vergelijking tot referenties is er sprake van een sterke clustering. Het overige perifere en grootschalige winkelaanbod is verspreid over de kern gevestigd, met name op bedrijventerrein Vèèneslat-Zuid en aan de Vredenseweg.

Obelink Vrijtijdsmarkt bovenregionale trekker

Obelink Vrijtijdsmarkt biedt op circa 13.000 m² wvo een breed assortiment aan in tenten, caravans, kampeerbenodigdheden, outdoorartikelen, sportartikelen en tuinmeubelen. De zaak vormt een begrip tot ver buiten de regio en heeft daarom een grote aantrekkingskracht.

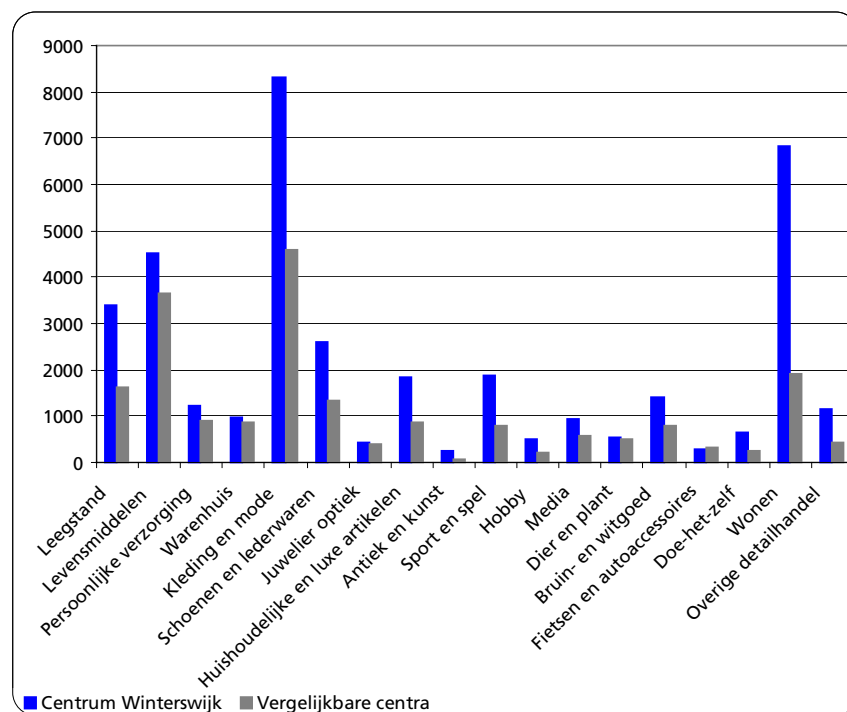
Winkelstructuur Kern Winterswijk

In figuur 2.3 is de winkelstructuur van de kern Winterswijk gevisualiseerd.

2.4 Winkelaanbod in Winterswijk-centrum

In het centrum van Winterswijk zijn 174 winkels met een winkel-vloeroppervlak van circa 34.300 m² wvo gevestigd⁵. Dat is erg veel. Gemiddeld beslaat het winkelaanbod in centrumgebieden in kernen met 20.000 à 30.000 inwoners circa 18.536 m² wvo, verdeeld over 98 winkels. Met name in de branchegroepen mode & luxe, vrije tijd en in & om het huis is het aanbod groot.

Figuur 2.5: Centrum Winterswijk: Winkelaanbod vergeleken



⁵ 't Weurden rekent Locatus ook tot het centrum.

Ruim dagelijks winkelaanbod

Met twee supermarkten aan de rand van het centrum (Albert Heijn en Plus), één supermarkt in het centrum (Aldi) en een uitgebreid aanbod aan versspeciaalzaken en drogisterijartikelen beschikt het centrum zowel in aantal als in omvang over een ruim dagelijks aanbod (5.740 m² wvo t.o.v. 4.560 m² wvo). De Albert Heijn en de Plus hebben met respectievelijk 1.295 m² wvo en 1.350 m² wvo een redelijke omvang. De Aldi zit met 435 m² wvo in een te kleine jas en voldoet niet meer aan de huidige maatstaven. Deze zaak draagt onvoldoende bij aan de centrumstructuur omdat de ingang niet naar de winkelstraat gericht is. Het groot aantal versspeciaalzaken vormt een welkome aanvulling voor het centrum omdat dit de diversiteit in het aanbod vergroot. In de drogisterijbranche bevinden zich in het centrum verschillende winkels met meerdere vestigingen (2x Kruidvat, 2x DA).

Alle recreatieve winkelbranches sterk vertegenwoordigd

Op het niveau van de verschillende branches binnen de branchegroep mode & luxe valt op dat de branches kleding en mode, schoenen en lederwaren en huishoudelijke en luxe artikelen sterk vertegenwoordigd zijn. Uitzondering hierop vormen de branches 'warenhuis' en 'juwelier en optiek' die ten opzichte van referenties redelijk normaal vertegenwoordigd zijn. Opvallende aanbieders zijn Hema met circa 950 m² (warenhuis), Vögele, De Duif, Tuunte Fasion en Lückman van respectievelijk 580 m² wvo, 450 m² wvo, 410 m² wvo en 210 m² wvo (kleding & mode), Scapino van circa 850 m² wvo (schoenen & lederwaren) en Blokker van 535 m² wvo (huishoudelijke en luxe artikelen). Onlangs hebben ook C&A en Xenos een vestiging geopend in het centrum.

Breed recreatief winkelaanbod

In de branchegroep mode & luxe beschikt het centrum van Winterswijk over een breed aanbod, wat wil zeggen dat er voor vrijwel elke doelgroep wat te bieden is. Bijzonder is de combinatie van filiaalbedrijven met zelfstandige zaken. Voorbeelden in het lage segment zijn winkels als Scapino, Schoenenreus, Vögele Mode, Wibra en Zeeman. In het centrum zijn ook verschillende winkels te vinden in het hoge marktsegment. Zo kunnen onder andere De Duif, Lückman, Van Ommen, Fauves, Oxener en Milikan worden aangemerkt als winkels in het hoge segment, door zowel de omvang als de uitstraling van de winkel. Dergelijke winkels zijn een plus voor het centrumaanbod omdat zij deels een autonome trekkracht genereren.



Tevens ruim aanbod in branchegroep vrije tijd

Het aanbod in de afzonderlijke branches sport en spel, hobby en media is ten opzichte van referenties ongeveer twee keer zo groot. Het aanbod in de vrijetijdsbranche is hiermee goed vertegenwoordigd. Op het gebied van sport en spel vormen Top 1 Toys (780 m² wvo) en sportzaak Leugemors (400 m² wvo) grote aanbieders. Het

aanbod in de hobbybranche (foto/film, handvaardigheid, muziekinstrumenten etc.) bestaat uit lokale aanbieders. Het media-aanbod wordt onder andere gevormd door boekhandel Kramer (290 m² wvo), Bruna (150 m² wvo) en Free-record shop (109 m² wvo).

In & om het huis

Het aanbod in de branches dier en plant en fietsen- en autoaccessoires is normaal vertegenwoordigd.

Het aanbod in de bruin- en witgoedbranche (o.a. Expert, 495 m² wvo), de doe-het-zelfbranche (o.a. Handy, 590 m² wvo) en de woonbranche is daarentegen zeer ruim. In de woonbranche bevinden zich maar liefst 22 winkels en 6.816 m² wvo ten opzichte van 6 winkels en 1.921 m² wvo landelijk. Bijzondere aanbieder Slijkhuis (914 m² wvo) en Baby Outlet op 't Weurden (1.375 m² wvo) vormen binnen de woonbranche de grootste aanbieders.

Leegstand

Ten opzichte van referentiecentra is de leegstand in het centrum van Winterswijk ongeveer twee keer zo groot. De leegstand in het centrum van Winterswijk concentreert zich in de aanloopstraten ('t Spek-Ende, Meddosestraat en Ratumsestraat). De grootste leegstaande panden in het centrum zijn het postkantoor aan de Balinkesstraat⁶ (400 m² wvo, 12% van de totale leegstand) en een pand aan de Ratumsestraat (351 m² wvo, 10% van de totale leegstand).

⁶ Wordt ingevuld door het WMO+-loket

2.5 Overig aanbod publieksfuncties in het centrum

Groot horeca-aanbod in de gemeente

De gemeente Winterswijk beschikt over 93 horecazaken in totaal⁷. Circa 40% hiervan (38 zaken) bestaat uit drankverstrekkers (cafés en bars). Er zijn 23 fastfoodzaken (snackbars, grillrooms), 20 restaurants, 10 hotels en 2 partycateraars aanwezig. Per 10.000 inwoners is het totale aanbod qua aantal zaken beduidend groter dan gemiddeld in Nederland: 32 zaken t.o.v. 26 zaken gemiddeld.

Ongeveer 40% van het horeca-aanbod, 37 zaken, is in het centrum van Winterswijk gevestigd⁸. In het centrum is de meeste horeca geconcentreerd rond de markt (11 horecazaken). Hier zijn diverse cafés, restaurants, lunchrooms, een hotel-restaurant etc. gesitueerd. Daarnaast zijn er verschillende horecazaken aanwezig die enigszins geclusterd zijn in de achterste gedeelten van de Wooldstraat en de Misterstraat (vanuit de Markt gezien).

Overige dienstverlening en cultuur

Het centrum telt verder 23 ambachtbedrijven (waaronder 11 kappers en 3 schoonheidssalons), 17 particuliere dienstverleningsinstellingen (waaronder 5 makelaars, 4 uitzendbureaus en 4 reisbureaus), 11 financiële instellingen (waaronder 6 financieel interims en 4 banken) en 1 verhuurbedrijf (videotheek). Het dienstverlenend aanbod concentreert zich in de aanloopgedeelten van de Misterstraat en de Wooldstraat en de aanloopstraten (Meddosestraat en Ratumsestraat).

⁷ Bron: Bedrijfschap Horeca en Catering (2010)

⁸ Bron: Locatus, 2010

Het cultureel aanbod bestaat uit een bioscoop in de Meddosestraat, een bibliotheek in de Spoorstraat, het Mondriaanhuis in de Meddosestraat en enkele galeries in de Meddosestraat en de Wilhelminastraat.

Warenmarkt

De warenmarkt op de Markt vindt iedere woensdag van 8.00 tot 13.00 uur plaats (in de zomer tot 14.00 uur) en zaterdag van 8.00 uur tot 16.00 uur. De warenmarkt is een absolute trekker voor het centrum van Winterswijk.

2.6 Structuur in het centrum

Het centrum heeft een stervormige structuur waarbinnen de Markt het centrale hart vormt. De hoofdwinkelstraten en de aanloopstraten (historische linten) zijn aangehaakt op de Markt. Ten westen en zuiden van de Markt bevinden zich de hoofdwinkelstraten Misterstraat en Wooldstraat. Ten noorden van de Markt, verscholen achter de kerk, zijn de aanloopstraten Meddosestraat en Ratumsestraat gelegen. In de winkelstraten zijn verschillende monumentale blikvangers aanwezig die de aandacht trekken. Een winkelcircuit ontbreekt in het centrum van Winterswijk en het centrum is vrij uitgestrekt. Hierdoor zijn er voor de consument geen aantrekkelijke mogelijkheden om te 'dwalen' door het centrum.

Markt

De verblijfskwaliteit van de Markt, de centrale ontmoetingsplek in het centrum, laat momenteel nog te wensen over. De parkeerfunc-

tie is dominant aanwezig, er zijn weinig terrassen gevestigd en de inrichting van de openbare ruimte is niet optimaal (weinig groen, beperkte verlichting etc.). Onlangs zijn wel een aantal terrassen uitgebreid.



Misterstraat en Wooldstraat

In de Misterstraat en de Wooldstraat is grotendeels het recreatieve winkelaanbod geconcentreerd met inbegrip van de belangrijkste trekkers. Hierdoor hebben beide straten een sterke uitgangspositie. De kwaliteit van de openbare ruimte in beide straten is wisselend vanwege de uitstraling van de gevels en de luifels/ overkappingen die op sommige plaatsen te wensen overlaat. Daarnaast zijn reclameborden en uitstallingen dominant aanwezig in het straatbeeld.

Op 't Spek-Ende, in het uiteinde van de Misterstraat, is sprake van veel leegstand en dienstverlenende functies. 't Spek-Ende is niet herkenbaar als entree tot het kernwinkelgebied. Het nieuwe appartementencomplex met commerciële ruimte in de plint zal een kwaliteitsimpuls geven aan dit gebied.

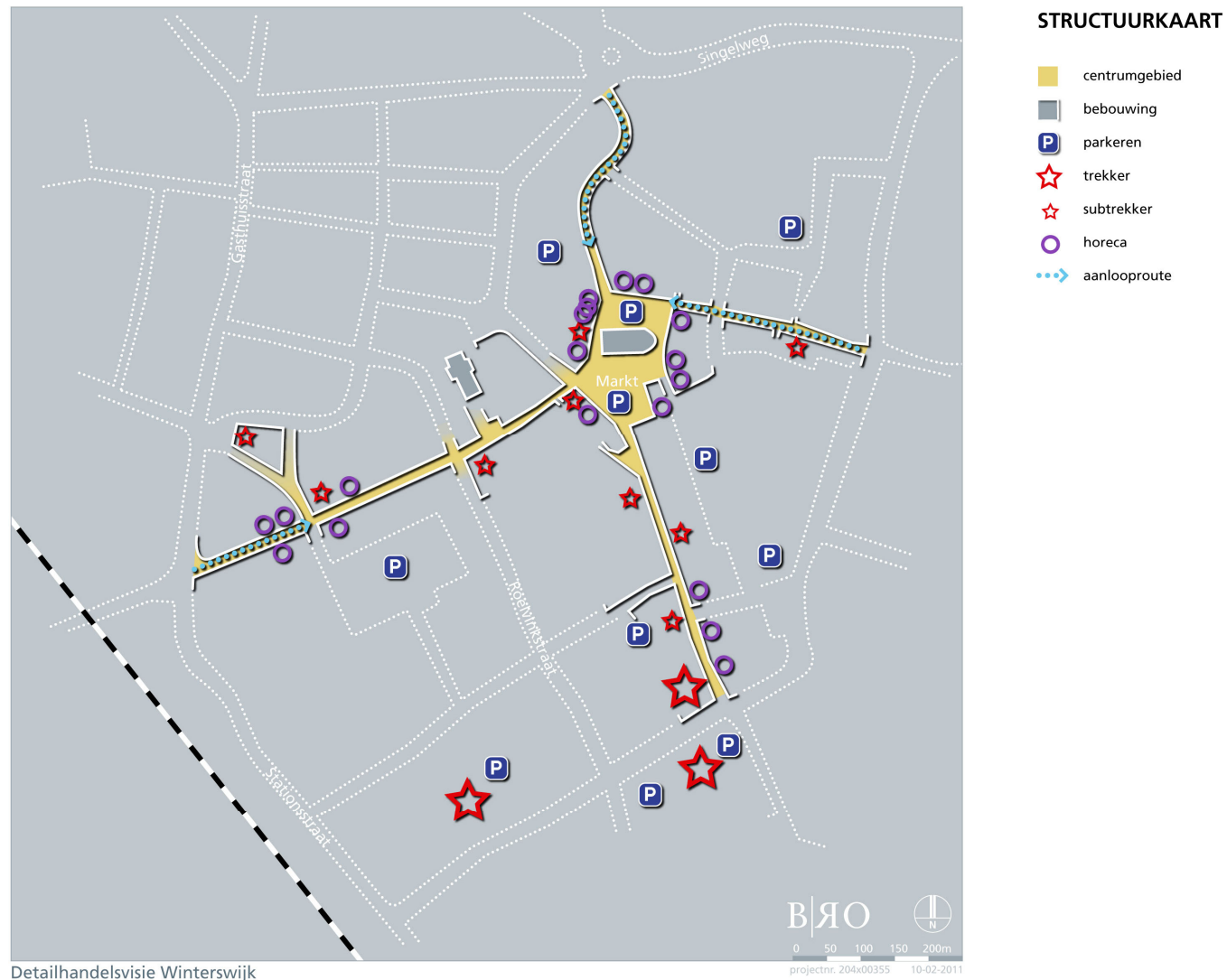
Sfeervol in de Wooldstraat is de concentratie van horeca op de kruising van de Wooldstraat en de Willinkstraat en het horecapleintje aan de Satinkspas. De Wooldstraat gaat na de kruising met de Spoorstraat over in het Weurden. Het pand van Aldi aan het Weurden draagt onvoldoende bij aan de winkelstructuur omdat de ingang van de winkel naar de achterzijde van de winkelstraat gericht is.

Meddosestraat en Ratumsestraat

De Meddosestraat en de Ratumsestraat vormen de aanloopstraten naar het centrum. De Meddosestraat is een mooi, historisch winkelstraatje met een aantal bijzondere, kleinschalige winkeltjes. De straat trekt echter maar weinig passanten vanwege het gebrek aan trekkers en de functie van uitloopstraat in plaats van aanloopstraat. Met name de noordelijke entree tot de straat is onaantrekkelijk door de vervallen uitstraling van de panden en de hoge leegstand. De aanloop is wel verbeterd door het realiseren van een parkeerplaats op de locatie van de voormalige Nissan-garage (Locatie Pepperbus)

De Ratumsestraat kan getypeerd worden als een functionele winkelstraat die vooral doelgericht bezocht wordt. De straat heeft een minder aantrekkelijke uitstraling dan de Meddosestraat maar fungeert wel duidelijk als aanlooproute. In de straat zijn enkele trekkers aanwezig zoals Scapino en DA.

Figuur 2.6: Structuurkaart centrum Winterswijk



Notaristuin

De Notaristuin ligt heel centraal in het centrum, in de oksel van de Misterstraat en de Wooldstraat. Dit binnenterrein wordt verder omsloten door de Bossesteeg, de Spoorstraat en de Roelvinkstraat.

Momenteel heeft de Notaristuin door de slechte onderhoudssituatie een matige uitstraling en weinig toegevoegde waarde voor het centrum. De tuin ligt geïsoleerd in haar omgeving, vooral door het ontbreken van een duidelijke fysieke relatie met overige delen van het centrum. De Notaristuin heeft een open front richting Roelvinkstraat. Aan de andere zijden is er sprake van achterkanten.



Bossesteeg

De Bossesteeg heeft een kwalitatief laagwaardige uitstraling, met uitzondering van enkele historische panden. Er is veel leegstand en achterstallig onderhoud. De Bossesteeg maakt geen onderdeel uit van het kernwinkelgebied.

Weurden – overzijde centrumring

Het Weurden behoort ruimtelijk gezien niet tot het centrum van Winterswijk omdat het aan de overzijde van de centrumring ligt. Omdat het Weurden een belangrijke invalsroute is voor Duitse consumenten heeft het winkelaanbod in deze straat bestaansrecht. Vaak veroorzaakt dit wel verkeersproblemen in het weekend.

Versnipperd parkeeraanbod

De binnenring, die gevormd wordt door de Dingstraat, Stationsstraat, Gasthuisstraat, Burg. Bosmastraat, Singelweg, Vredensestraat en Zonnebrink fungeert tevens als parkeerroute. Het parkeeraanbod ligt versnipperd rond het kernwinkelgebied en de verbindingen tussen de parkeerplaatsen en het kernwinkelgebied zijn matig. In het weekend is op sommige plekken de parkeercapaciteit onvoldoende. Op doordeweekse dagen is het parkeeraanbod ruim voldoende. Het gratis parkeren vormt een sterk punt van Winterswijk.



2.7 Sterkte-zwakte analyse aanbodstructuur gemeente Winterswijk

Sterke punten

- Sterke regiofunctie, veel Duitse bezoekers
- Sterk supermarktaanbod
- Gezellig en klantgericht
- Recreatieve rol centrum
- Historische linten met monumentale blikvangers
- Uitgebreid en divers winkelaanbod
- Veel lokale, bijzondere aanbieders maar ook sterk filiaalaanbod
- Veel versspeciaalzaken
- Concentratie horeca aan de Markt
- Sterke warenmarkt woensdag en zaterdag
- Gratis parkeren
- Samenwerking ABH/Cityvereniging en gemeente
- Veel en toenemend toerisme in de regio (verblijfs- en dagrecreatie)

Zwakke punten

- Het winkelgebied is te langgerekt
- Ontbreken van een goede routing in het centrum
- Geen centrumdelen met uitgesproken eigen profiel
- Onvoldoende fysieke ruimte voor toevoeging nieuwe modische trekkers in het kernwinkelgebied
- Notaristuin nauwelijks publieksfunctie
- Markt te weinig uitstraling van ontmoetings- en horecaplein
- Entrees niet aantrekkelijk vanwege leegstand, matige uitstraling
- Meddosestraat en Ratumsestraat verborgen achter kerk
- Misterstraat en Wooldstraat rommelig beeld: reclameborden, uitstallingen en overkappingen
- Slecht onderhoud winkelpanden op sommige plaatsen
- Uitstraling Bossesteeg is zeer matig
- Verlichting, o.a. Spek-Ende en Markt
- Versnipperd parkeeraanbod, vindbaarheid parkeerplaatsen
- Verbindingen parkeerplaatsen en het winkelgebied

- Dienstverlening te prominent aanwezig (uitzendbureaus)
- Nauwelijks detailhandel in de buurtschappen, onvoldoende consumentendraagvlak
- Nauwelijks onderling profijt centrum Winterswijk en Obelink



3. HUIDIG- EN TOEKOMSTIG FUNCTIONEREN DETAILHANDEL

3.1 Huidig functioneren detailhandel

Vraagaspecten (zoals de bevolkingsontwikkeling, de bestedingen en de koopstromen) zijn van invloed op het huidig en toekomstig functioneren van de voorzieningen in de gemeente, de kern en het centrum van Winterswijk. Deze aspecten worden beschreven in bijlage 5. Door confrontatie van de vraag- (bijlage 5) en de aanbodgegevens (hoofdstuk 2) kan het economisch functioneren van het winkelaanbod bepaald worden. Uit de benadering volgt de vloerproductiviteit c.q. de gemiddelde omzet per m² wvo, de gangbare indicator voor het economisch functioneren van het winkelaanbod. Onderscheid is gemaakt in de dagelijkse en niet-dagelijkse artikelensector.

Dagelijks op gemeenteniveau, niet-dagelijks op centrumniveau

Voor de dagelijkse artikelensector hebben we berekeningen uitgevoerd voor de gemeente Winterswijk. Voor de niet-dagelijkse sector hebben we alleen een berekening uitgevoerd voor Winterswijk-centrum. Dit is bewust gedaan om hiermee de vertekening van het grootschalige aanbod te voorkomen (wonen, doe-het-zelf, Obelink). Immers, dit aanbod is binnen de gemeente Winterswijk relatief sterk vertegenwoordigd. Dergelijk aanbod realiseert doorgaans een lage gemiddelde omzet per m² wvo. Door uit te gaan van het aanbod in het centrum van Winterswijk en de binding hierop ont-

staat een helder beeld over de ontwikkelingsmogelijkheden specifiek voor het centrum.

Dagelijks aanbod in de gemeente functioneert matig

De omzetcijfers zijn vergeleken met de meest recente landelijke vloerproductiviteitscijfers⁹. Uit de benadering van het economisch functioneren blijkt dat het aanbod in de dagelijkse artikelensector een gemiddelde vloerproductiviteit realiseert in de bandbreedte van € 5.700,- tot € 6.150,-. Dit ligt onder het landelijke gemiddelde van € 6.900,- per m² wvo. Er kan gesteld worden dat het dagelijks artikelaanbod matig tot redelijk functioneert in de gemeente Winterswijk.

Tabel 3.1: Huidig functioneren dagelijks en niet-dagelijks winkelaanbod (excl. BTW)

	Dagelijks gemeente Winterswijk	Niet-dagelijks centrum Winterswijk
Inwoners	29.080	29.080
Besteding/hoofd (€)	2.152	2.444
Bestedingspotentieel (€ mln.)	62,6	71,1
Koopkrachtbinding	95%	60%
Totaal gebonden bestedingen (€ mln.)	59,4	42,6
Koopkrachttoevloeiing	30% - 35%	35%
Omzet door toevloeiing (€ mln.)	25,5 – 32,0	23,0
Totale besteding (€ mln.)	84,9 – 91,5	65,6
Totaal oppervlak (m ²)	14.900	28.580
Omzet per m ² wvo (€)	5.700 – 6.150	2.300
Omzet per m ² wvo (€) landelijk	6.900	2.300

⁹ HBD 2010, omzetkengetallen ten behoeve van ruimtelijk economisch onderzoek (augustus, 2010).

Niet-dagelijks aanbod in het centrum functioneert op niveau

Uit het economisch functioneren is af te lezen dat het niet-dagelijks aanbod in het centrum van Winterswijk op niveau functioneert (€ 2.300,- per m² wvo) ten opzichte van landelijke referentiecijfers (€ 2.300,- per m² wvo).

3.2 Toekomstig functioneren detailhandel

Uitgangspunten koopstromen

Op basis van inzichten in het toekomstige draagvlak, het bestedings- en koopgedrag en ontwikkelingen in de gemeente en de regio kan de haalbare distributieve ruimte voor de toekomst worden benaderd. Hiervoor worden de volgende uitgangspunten gehanteerd:

- De bevolking in de gemeente zal de komende jaren licht afnemen naar circa 28.900 inwoners in 2020 (bron: Primos-bevolkingsprognose 2009).
- De bestedingen in de dagelijkse- en niet-dagelijkse artikelensector zijn constant gehouden, omdat niet duidelijk is hoe deze zich zullen ontwikkelen.
- In de dagelijkse artikelensector zal de koopkrachtbinding en -toevoeiing naar de toekomst toe ongeveer gelijk blijven.
- In de niet-dagelijkse artikelensector is de verwachting dat de koopkrachtbinding met ongeveer 5% kan stijgen naar circa 65% dankzij een verdere versterking van het centrum (winkel- en horeca-aanbod, openbare ruimte, verkeer en parkeren). De koopkrachttoevoeiing in de niet-dagelijkse artikelensector van buiten de gemeente zal naar verwachting in absolute zin gelijk blijven (35%).

Tabel 3.2: Toekomstig functioneren dagelijks en niet-dagelijks winkelaanbod (excl. BTW)

	Dagelijks gemeente Winterswijk 2020	Niet-dagelijks centrum Winterswijk 2020
Inwoners	28.927	28.927
Besteding/hoofd (€)	2.152	2.444
Bestedingspotentieel (€ mln.)	62,2	70,7
Koopkrachtbinding	95%	65%
Totaal gebonden bestedingen (€ mln.)	59,1	46,0
Koopkrachttoevoeiing	30% - 35%	35%
Omzet door toevoeiing (€ mln.)	25,3 – 31,8	24,7
Totale besteding (€ mln.)	84,5 – 91,0	70,7
Totaal oppervlak (m ²)	14.900	28.580
Omzet per m ² wvo (€)	5.675 – 6.125	2.475
Omzet per m ² wvo (€) landelijk	6.900	2.300
Uitbreidingsruimte?	-	2.160

Enkel uitbreidingsruimte in de niet-dagelijkse artikelensector

Uitgaande van het toekomstige inwonertal en de toekomstige koopstromen is er geen ruimte voor uitbreiding van de dagelijkse artikelensector in de gemeente Winterswijk. Voor de niet-dagelijkse artikelensector specifiek in het centrum ontstaat een marktruimte van circa 2.200 m² wvo. Deze ruimte wordt volledig ingevuld met het project in de Wooldstraat (o.a. Xenos en C&A). Bij een verdere structuurversterking met aantoonbare meerwaarde voor het centrum (bijvoorbeeld in de Notaristuin) is een extra uitbreiding mogelijk.

Kwaliteit boven kwantiteit

Confrontatie van de vraag- en aanbodgegevens biedt inzicht in het huidige en toekomstig economisch functioneren van de detailhandel, uitgedrukt in een gemiddelde omzet (vloerproductiviteit) per m² wvo. De berekeningen zijn echter gebaseerd op meerdere aannames. Het gaat voor de huidige situatie om een inschatting van de parameters. Naar de toekomst toe spelen ontwikkelingen die op voorhand nooit exact voorspeld kunnen worden. De uitkomsten van de berekeningen mogen daarom nooit als normatief gezien worden, maar als indicatief.

In dit verband is het ook van belang aan te geven dat aan kwalitatieve aspecten bij winkelontwikkelingen in wezen meer waarde moet worden gehecht dan aan de kwantitatieve distributieve mogelijkheden. Als bijvoorbeeld nieuwe winkelontwikkelingen, op een vanuit de structuur gezien goede plek, het resultaat hebben dat verouderd aanbod op een slechte plek verdwijnt, dan is de detailhandelsstructuur er per saldo op vooruitgegaan. Er is immers modern aanbod en/of een aantrekkelijk verblijfsklimaat bij gekomen en daar heeft de consument uiteindelijk het meeste baat bij. Het in het kader van structuurverbeteringen meer realiseren dan de berekende distributieve uitbreidingsruimte hoeft dus niet erg te zijn, vooropgesteld dat de effecten per saldo positief zijn.

Kortom: een sterk vernieuwende detailhandelsontwikkeling in het centrum met aantoonbare meerwaarde voor de structuur van het centrum is ook in Winterswijk nog steeds goed mogelijk en zelfs wenselijk.



4. TRENDS EN BELEID

In dit hoofdstuk worden de relevante trends en ontwikkelingen in het koopgedrag en de effecten daarvan op de aanbod- en vraagzijde in beeld gebracht. Daarnaast worden de actuele plannen en initiatieven gericht op de detailhandelsontwikkeling beschreven in de gemeente Winterswijk en in de regio en worden de relevante beleidskaders (zowel op provinciaal als op gemeentelijk niveau) benoemd. De trends en ontwikkelingen en het geldend beleid zijn kader voor de detailhandelsvisie. De visie is in het volgende hoofdstuk uitgewerkt.

4.1 Algemene trends en ontwikkelingen

Het winkellandschap is sterk in beweging. Zowel consumentengedragingen als de (retail)markt zijn voortdurend aan veranderingen onderhevig. Specifiek voor de gemeente Winterswijk en het centrum van Winterswijk zijn een aantal ontwikkelingen relevant om te vermelden.

Centrumgebieden staan onder druk

De concurrentiedruk op de Nederlandse centrumgebieden neemt toe. Niet alleen neemt de onderlinge concurrentie toe, maar ook het aanbod aan mode & luxe in de stadsdeelcentra en wijkwinkelcentra wordt omvangrijker. Daarnaast moeten centrumgebieden concurreren met nieuwe concepten als het outletcenter en het re-

tailpark. Ook vestigen zich op perifere locaties steeds meer recreatieve winkelbranches, bijvoorbeeld sport & spel en bruin & witgoed. Ook Winterswijk heeft te kampen met een toenemende concurrentiedruk.

Herwaardering centrumgebieden

Nieuwe projecten geven binnensteden nieuwe impulsen, bijvoorbeeld Musiskwartier in Arnhem en Entre Deux en Mosae Forum in Maastricht. Dergelijke projecten resulteren vooral in het behoud van de positie van centrumgebieden en minder in een echte versterking ervan. In kleinere centrumgebieden vindt deze structuurversterking veelal op kleiner niveau plaats, al gaat het ook hier soms om enige duizenden vierkante meters extra. Meestal gaat dit gepaard met de sloop van verouderde winkelruimten. Ook in Winterswijk moet de structuur worden versterkt, eventueel in combinatie met het toevoegen van nieuwe winkelmeters.

Bezoekdoel staat centraal

Het verwachtingspatroon ten aanzien van een bepaald winkelgebied wordt ingegeven door het bezoekdoel van de consument. Komt de consument voor dagelijkse boodschappen dan worden andere eisen gesteld aan onder meer branchemix, keuzemogelijkheden, inrichting en verblijfsklimaat dan bij winkelen en laagfrequente aankopen. Het doen van boodschappen moet, net als laagfrequente aankopen, snel en eenvoudig zijn. Efficiëntie is een belangrijk thema, dat zich onder meer uit in de eisen ten aanzien van parkeergelegenheid. Parkeervoorzieningen moeten in omvang voldoende aanwezig zijn en bij voorkeur voor de deur liggen. Bij het recreatieve winkelen staan kijken en vergelijken centraal. De con-

sument stelt hoge eisen aan comfort, sfeer, gezelligheid en keuzemogelijkheden. Het gaat immers veel meer om ontspanning, verrassing en belevenis, dan om noodzaak en efficiëntie. In het centrum van Winterswijk is met name het laatste bezoekdoel van belang. De supermarkten die aan de rand van het centrum liggen dienen op een efficiënte manier bezocht te kunnen worden. Bovendien versterken deze supermarkten de centrumfunctie. De klanten van de supermarkten kunnen hun bezoek namelijk combineren met een bezoek aan het centrum.

Veranderende samenstelling centrumgebieden

De laatste jaren zien wij de samenstelling van het winkelaanbod in centrumgebieden veranderen. Het aandeel ketenbedrijven blijft groeien en het winkelaanbod wordt steeds modischer, vooral op de A-locaties in centrumgebieden. Hieruit blijkt dat wordt ingespeeld op de consument, die het centrum vooral bezoekt om te shoppen (recreatieve winkelen). Met name de hoofdwinkelstraten in Winterswijk, de Misterstraat en de Wooldstraat, dienen in te spelen op deze trend en zoveel mogelijk ruimte te bieden aan modische bedrijven en ketenbedrijven die zich eventueel willen vestigen in Winterswijk.

Leegstand op C locaties neemt verder toe

Uit de laatste passantentellingen van Locatus in Nederlandse binnensteden blijkt dat de daling in het aantal winkelpassanten is afgevlakt, ondanks de economische ontwikkelingen van de laatste tijd. Waar drie jaar geleden nog sprake was van een daling van ca. 3% zien wij het laatste jaar een daling van 'slechts' 1 à 2%. Bovendien blijkt dat de stijging van de leegstand op A en B locaties tot

stilstand is gekomen. Op C locaties, daar waar minder winkelend publiek komt, stijgt de leegstand (nog steeds) met ca. 9% op jaarbasis. In de Meddosestraat en de Ratumsestraat staan momenteel al een aantal panden leeg. Gezien deze ontwikkeling is het aanneembaar dat de leegstand in de aanloopstraten nog verder gaat toenemen. Om de leegstand in de aanloopstraten terug te dringen kunnen maatregelen zoals functiewijziging en/of bestrijding van de leegstand mogelijk oplossingen bieden.

Schaalvergroting zet door

In veel winkelbranches wordt gezocht naar de maximale c.q. optimale schaal in winkelvloeroppervlak. Bij supermarkten is dit al jarenlang een proces met als exponenten winkels met een schaalgrootte van 3.000 m² wvo en meer. Verder geldt dit ook voor bijvoorbeeld bouwmarkten, elektronica, persoonlijke verzorging, rijwielen, sport, boeken en dierenartikelen. De zeer grootschalige zaken kunnen door hun omvang en aantrekkingskracht zowel positieve als negatieve effecten hebben op de winkelstructuur. De schaalvergroting is ook nadrukkelijk aanwezig in binnenstedelijke winkelgebieden, waar bijvoorbeeld diverse modeformules steeds grotere winkels openen.

Tegentrend van schaalverkleining & specialisatie

Tegenover de schaalvergroting is tegelijk een trend van schaalverkleining en superspecialisatie waar te nemen. Steeds vaker duiken winkels op met een zeer specialistisch en bijzonder assortiment. Voorbeelden hiervan zijn modeaccessoirewinkels als Six en koffie-speciaalzaken. Vooral aanloop- en 'zwerf' straten bieden vaak attractieve vestigingsmilieus. Vooral de aanloopstraten worden gekenmerkt door veel specialistische aanbieders.

Door de versterkingen van de A-locaties en de opkomst van het internet komen de aanloopstraten verder onder druk te staan. Delen van deze gebieden blijven echter een voorname positie innemen, doordat winkeliers zich hier nog kunnen onderscheiden en de huisvestingslasten relatief laag zijn. Met name de Meddosestraat is aantrekkelijk voor vestiging van winkels met een zeer specialistisch aanbod.

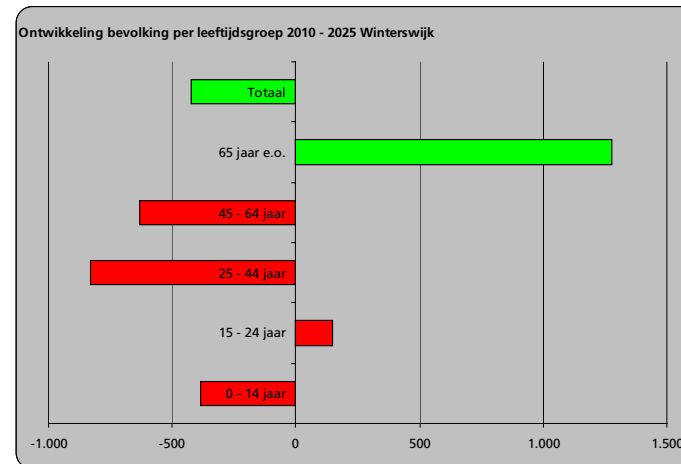
Vergrijzing zelfstandige ondernemers & vaak gebrek aan opvolging

In het algemeen is een vergrijzing onder zelfstandige ondernemers waar te nemen. Veelal zijn geen opvolgers voor deze ondernemingen in beeld. De verwachting is daarom dat een groot aantal (kleine) zelfstandige zaken de komende jaren zal sluiten. Uit het ondernemersonderzoek is gebleken dat deze bedreiging inderdaad ook enigszins in Winterswijk aan de orde is.

Vergrijzing bevolking

De komende 20 jaar stijgt het aandeel 65-plussers van 9 naar 25% van de bevolking in Nederland. Ook in de gemeente Winterswijk gaat het aantal 65-plussers flink stijgen (zie onderstaande grafiek). De koopkracht van 65-plussers ligt gemiddeld zo'n 20 procent lager dan gemiddeld. 65-plussers besteden minder in winkels. Aan mode en schoenen bijvoorbeeld besteden 65-plussers gemiddeld 40% minder dan de gemiddelde consument. Daarentegen zien we dat de ouderen van de toekomst wel meer te besteden hebben en dat ze over veel vrije tijd beschikken. De 65-plusmarkt is een groeimarkt pur sang. Daarom is het van belang dat winkelgebieden ook aantrekkelijk zijn en blijven voor 65-plussers. 65-plussers zijn in winkel-

centra op zoek naar gemak, service, reinheid en veiligheid. Bijkomend moet een winkelcentrum meer dan dit te bieden hebben, bijvoorbeeld bankjes, toiletten en horeca, maar zeker ook service-gerichte retailers. Voor winkelcentra die daarop goed inspelen, kan de vergrijzing een kans betekenen.



Bron: CBS, 2011

Internetbestedingen blijven groeien

De bestedingen via internet zitten fors in de lift. Tweederde van alle Nederlanders (16+) heeft inmiddels een online aankoop gedaan. Van de actieve internetters heeft 80% wel eens een online aankoop gedaan. De totale omzet van online aankopen is in 2009 uitgekomen op € 6,37 mrd en dat is 17% meer dan in 2008. De verwachting is dat de online consumentenbestedingen in 2010 met 15% zullen stijgen naar € 7,3 mrd¹⁰.

¹⁰ Thuiswinkel Markt Monitor 2009. Blauw Research, 2010

- Internetaankopen maken volgens de Thuiswinkel Markt Monitor nu 7% van de totale detailhandelsomzet uit. Het is niet onwaarschijnlijk dat dit percentage toeneemt tot 15-20% richting 2015-2020. Het verbeterde gebruiksgemak en de veilige betalingsmogelijkheden spelen daarbij een grote rol.
- Het gemiddeld besteed bedrag van de consument op internet is in 2009 gestegen met 13% naar € 737,-. Kleding, reizen en consumentenelektronica voeren daarbij de boventoon.
- Als belangrijkste redenen om online aankopen te doen gelden zaken als gemak, tijdsbesparing en winkelen wanneer je wilt, maar ook de toegang tot producten die vaak in de regio niet voorhanden zijn, de mogelijkheden tot vergelijking, een lagere prijs en een grotere keuze.
- Als gevolg van de groei in online winkelen zal de vraag naar winkelruimte de komende jaren afnemen. Jones Lang LaSalle¹¹ verwacht een daling van 7% tot 9%, voornamelijk in de aanloopstraten van centrale winkelgebieden.
- Opvallend is dat de consument het winkelen op straat gemakkelijker inwisselt voor online winkelen bij exceptionele omstandigheden, zoals extreem slecht weer. In december 2009 hadden webwinkels, veroorzaakt door het winterweer, een omzetstijging van 40% ten opzichte van dezelfde periode in 2008.

Internet is een belangrijk communicatiemiddel voor de consument. Voor de retailer vormt de opkomst van internetwinkelen enerzijds een bedreiging, anderzijds een kans. Steeds meer winkelketens openen een webshop. Daarnaast creëren webwinkels in toenemende mate fysieke afhaalpunten in bestaande winkelgebieden. In de

toekomst functioneren fysiek winkelen en virtueel winkelen naast elkaar.

Het is van belang dat Winterswijk dermate aantrekkelijk blijft zodat de consument blijvend getriggerd wordt om Winterswijk te bezoeken (aanbod aan winkels, inrichting openbare ruimte, goede bereikbaarheid en parkeermogelijkheden, marketing en promotie, evenementen enzovoort). Daarnaast dienen de gevestigde ondernemers mee te gaan in deze ontwikkeling door een positie te verwerven op het internet. Het centrum van Winterswijk als geheel kan op een gezamenlijke promotionele website ook links plaatsen naar de webshops van de gevestigde ondernemers.

Parkeren & bereikbaarheid worden steeds belangrijker

Het aantal auto's groeit snel. Datzelfde geldt voor het autogebruik. Het belang van een goede autobereikbaarheid en parkeergelegenheid neemt daardoor voor winkelvoorzieningen toe, ook voor centrumgebieden. Niet voor niets wordt vaak gezegd: 'No parking, no business'. Beschikbaarheid van parkeergelegenheid telt voor de meeste consumenten zwaarder dan de prijs, uiteraard tot op zekere hoogte. Daarom is het van belang dat de bereikbaarheid van Winterswijk centrum geoptimaliseerd wordt (door ontlasting van het Weurden (buiten centrumring)) en dat de parkeermogelijkheden uitgebreid worden (o.a. in de Spoorzone).

¹¹ Retail Market Special 2009. Jones Lang LaSalle, 2009

4.2 Ontwikkelingen in de gemeente Winterswijk en de regio

Ontwikkelingen in de gemeente Winterswijk

In de gemeente Winterswijk spelen verschillende ontwikkelingen die van invloed zijn op de visie op de detailhandelsstructuur:

- Nieuw winkelcomplex in de Wooldstraat: het voormalige Super de Boer complex (circa 1.200 m² vvo) tussen de Wooldstraat en het Wheme heeft plaats gemaakt voor een nieuw winkelcomplex. Het nieuwe winkelcomplex omvat drie winkelpanden met een winkeloppervlak van in totaal circa 2.400 m². C&A is half maart 2011 geopend. Kort daarna is ook een Xenos geopend.
- Project 't Spek-ende: aan het begin van de Misterstraat, 't Spek-Ende, is circa 850 m² aan commerciële ruimte, 20 appartementen en een ondergrondse parkeergarage gerealiseerd.
- Ontwikkeling Notaristuin en Bossesteeg: de Notaristuin krijgt weer de uitstraling van een openbare tuin en wordt als 'rustpunt' opgenomen in het centrumgebied. Mogelijk wordt er ook winkel-, horeca- en woonruimte toegevoegd en wordt Hotel De Klok herbouwd. Daarnaast wordt mogelijk het karakteristieke gevelbeeld in de Bossesteeg hersteld. De plannen zijn in ontwikkeling.
- Ontwikkeling Markt tot aantrekkelijk verblijfsplein: de gemeente wil mogelijk investeren in de ontwikkeling van de Markt tot aantrekkelijk verblijfsplein. In de zomer wil men de parkeerfunctie op het plein zoveel mogelijk beperken, er worden bomen geplant en er wordt mogelijk een semi-permanente tent geplaatst voor evenementen. Vanuit kosten oogpunt staan de plannen momenteel on hold.
- Ontwikkeling van de Spoorzone: het spooremlacement in Winterswijk moet veranderen in een attractief, groen en goed toegankelijk gebied voor wonen, werken, onderwijs en andere voorzieningen. De eerste fase (oplevering medio 2012) bestaat uit de nieuwbouw van middelbare school 'De Driemark', een sport- en turnhal, de aanleg van een fietstunnel langs het station naar de Driemark en de realisatie van 100 parkeerplaatsen. Daarnaast komt er een oversteek over of onder het spoor tussen de Dingstraat en de Industrieweg. In het gebied tussen het spoor en de Parallelweg wordt gedacht aan de ontwikkeling van grootschalige detailhandel. In totaal worden er in het gebied 200 parkeerplaatsen gerealiseerd.
- Ontwikkeling lifestylecentrum. Er wordt aan gedacht om een lifestylecentrum te ontwikkelen in het centrum van Winterswijk.
- Herbestemming oude raadhuis. De raad van de gemeente Winterswijk heeft besloten het raadhuis te verkopen/verhuren. Daarmee krijgt het pand ook een nieuwe bestemming. Hierbij kan gedacht worden aan een toeristisch recreatieve functie. Een andere functie wordt niet uitgesloten. Uitgangspunt is herbestemming van het bestaande, monumentale, pand.
- Parkeervoorziening einde Meddosestraat. recent is er een parkeervoorziening aan het einde van de Meddosestraat (op de plek van de voormalige Nissangarage) gerealiseerd.
- Invulling van het Siloterrein: er wordt gezocht naar een invulling voor het siloterrein aan de Landbouwstraat. De gemeente heeft twee opties verder uitgewerkt. De eerste is het hele terrein met woningen ontwikkelen. De tweede optie is een combinatie van één supermarkt (mogelijk de Aldi die uit het Weur-

den verplaatst) aan de kop van de Tuunterstraat en 16 woningen. Deze opzet kent ook een variant, waarbij de bestaande supermarkt C1000 in het plan wordt opgenomen.



Ontwikkelingen in de regio (Nederland en Duitsland)

Nederland

- Aalten: in 2009 is voor Aalten een centrumplan opgesteld. De ambitie is om van het centrum een aantrekkelijk verblijfsgebied te maken, waarbij sfeer en de eigen identiteit essentiële onderdelen vormen. Momenteel wordt uitvoering gegeven aan het centrumplan. De Markt en de winkelstraten worden heringericht. Daarnaast komt aan de Admiraal de Ruijterstraat, op de plaats van de voormalige zuivelfabriek, een complex voor twee supermarkten en 34 woningen voor diverse doelgroepen.
- Centrum Lichtenvoorde: het centrum van Lichtenvoorde is geheel nieuw ingericht. Uitgangspunt is hierbij geweest toegankelijkheid voor iedereen, met een frisse uitstraling, een afwisselend winkelaanbod, een horecaplein met cafés, restaurants en

gezellige terrassen en ruim voldoende parkeerplaatsen. De Rentenierstraat is anno voorjaar 2011 klaar. Blikvangers zijn de Antoniushove met haar tuin, de Bonifatiuskerk met pastorietaan en De Markt, ingericht als de 'huiskamer' van Lichtenvoorde. De parkeerplaatsen zijn uitgebreid en worden door middel van de parkeerroute verwezen. Er is in totaal circa 5.000 m² – 7.500 m² vwo toegevoegd op het voormalige ziekenhuisterrein.

- Centrum Groenlo: voor het centrum van Groenlo is in 2010 een ontwikkelingsvisie opgesteld. Doel is het aanpakken van de winkelleegstand, het opknappen van de openbare ruimte en het vergroten van de diversiteit aan winkels. De Beltrumsestraat, de noordzijde van het Europelein en de Lievelanderstraat vormt het gebied voor concentratie van winkels. De Kevelderstraat wordt genoemd als deel waar de horeca zich verder kan ontwikkelen, waardoor een 'horecastraat' ontstaat die samen met de Markt verblijfsgebied voor bezoekers wordt.
- Centrum Enschede: in het centrum van Enschede spelen verschillende ontwikkelingen op het vlak van aanbodversterking en kwaliteitsverbetering. De panden tegenover de Hema in het centrum (Klomp 1 t/m 9) ondergaan een metamorfose, er zijn vergevorderde plannen om winkelcentrum De Zuidmolen een facelift te geven, de Klokkenpas wordt herontwikkeld tot rustiek pleintje / groene oase met het accent op hoogwaardige horeca en wonen, onlangs is het Nationaal Muziekkwartier geopend en de stationsomgeving wordt aangepakt.
- Centrum Arnhem: ook in Arnhem zijn er verschillende projecten in ontwikkeling. Het Bartokkwartier wordt vernieuwd (circa 3.300 m²), het gebied Rijnboog wordt aangepakt (circa 12.000 m² voor cultuur en leisure), er zijn plannen in ontwikkeling om

op het Gele Rijdersplein een foodconcept te realiseren van circa 3.000 m² bvo en de Hommelstraat wordt ontwikkeld tot aantrekkelijke entree tot het Modekwartier.

Duitsland

De belangrijkste concurrent in het Duitse grensgebied vormt Bocholt. De binnenstad van Bocholt profileert zich als kwaliteitsvol centrum met een sterke servicegerichtheid. Naast een historische binnenstad beschikt Bocholt over een tweetal winkelcentra: Shopping-Arkaden (circa 45 winkels) en Neutor-Platz (circa 20 winkels).

Daarnaast kunnen Borken en Vreden ook gezien worden als concurrenten net over de grens. Borken ligt op ruim 20 km afstand en Vreden op circa 11 km. Borken profileert zich met name als een cultuurstad vanwege haar vijf middeleeuwse stadstorens. Het Vennehof is een groter overdekt winkelcentrum in de binnenstad met circa 30 winkels.

4.3 Relevante beleidskaders

Provinciaal beleid

Met de inwerkingtreding van de Wet Ruimtelijke Ordening in 2008 heeft het streekplan Gelderland 2005¹² de status van structuurvisie gekregen. De provincie Gelderland geeft in het streekplan aan prioriteit te stellen bij bestaande winkelgebieden. Vernieuwing en uitbreiding van de detailhandel moeten plaatsvinden binnen of on-

middelrijk grenzend aan bestaande winkelgebieden en in overeenstemming zijn met de aard, schaal en (verzorgings)functie van het aangrenzende winkelgebied. Dit beleid is juridisch verankerd in de 'Ruimtelijke Verordening Gelderland'.

Het doel van het beleid is het behoud van een duurzame en fijnmazige detailhandelsstructuur in Gelderland. De positie van de bestaande winkelgebieden heeft prioriteit. Nieuwe locaties voor detailhandel mogen niet ten koste gaan van de bestaande detailhandelsstructuur. Hieronder wordt verstaan zowel de leefbaarheid en de economische vitaliteit van stadscentra en wijken als de beschikbaarheid van een voldoende voorzieningenniveau op voor bewoners van een bepaald gebied aanvaardbare afstand.

Vestiging van grootschalige detailhandelsvoorzieningen is alleen binnenstedelijk of perifeer toegestaan. Onder grootschalige detailhandel wordt verstaan detailhandel met een bruto vloeroppervlak van meer dan 1.500 m². Grootschalige detailhandel wordt slechts op perifere locaties toegestaan indien deze vanwege specifieke ruimtelijke eisen en veiligheidseisen binnenstedelijk moeilijk inpasbaar zijn.

Onder detailhandel die op een perifere locatie kan worden toegestaan wordt verstaan detailhandel in volumineuze goederen zoals bijvoorbeeld tuincentra, bouwmarkten, meubelwinkels, en handel in auto's en boten en detailhandel die uit veiligheidsoverwegingen niet in winkelgebieden kan worden gevestigd. Vestiging van detailhandel in voedings- en genotsmiddelen op perifere locaties is niet toegestaan.

¹² Provincie Gelderland (2005) Streekplan Gelderland 2005 – kansen voor de regio's

In het buitengebied is op agrarische bedrijven detailhandel als nevenfunctie mogelijk voor zover het de verkoop van lokaal geproduceerde agrarische producten betreft.¹³

Beleid regio Achterhoek¹⁴

In het ambitieniveau van de regio Achterhoek (2004) ligt het accent op de optimalisering van de bestaande detailhandelsstructuur. De belangrijkste daarvan zijn voor Winterswijk:

- Geen uitbreiding van het aantal detailhandelsconcentraties in de regio Achterhoek.
- Voortzetting en versterking van de bestaande hiërarchie van de verzorgingsstructuur.
- Versterking van de koppositie van de binnensteden van Doetinchem en Winterswijk.
- Herstructurering van de stads- en dorpscentra tot kwalitatief sterke, compacte winkelcentra in een omgeving met een hoge verblijfswaarde.
- Voor initiatieven met grensoverschrijdende effecten is regionale toetsing vereist. Het gaat hierbij zowel om nieuwe initiatieven als om uitbreidingen van 1.000 m² wvo of meer.

Het beleid met betrekking tot de ontwikkeling van perifere (PDV) en grootschalige (GDV) detailhandel zal terughoudend zijn. De belangrijkste doelstellingen zijn:

- Geen duurzame ontvricting van de detailhandelsstructuur.
- Complementair aan de bestaande stads- en dorpscentra.
- Brancheverbreding op perifere clusters is niet toegestaan.

¹³ Zie pagina 42 van het Streekplan Gelderland

¹⁴ Regio Achterhoek, Detailhandelsvisie 2004

- Geen ruimte voor een tweede woonthemapcentrum naast de woonboulevard in Doetinchem.
- Eventuele GDV-initiatieven met regionale reikwijdten aansluitend aan bestaande binnensteden / centra met een regionale functie.

Gemeentelijk beleid

Toekomstvisie 2008-2011

In de Toekomstvisie 2008-2011 zijn de volgende actiepunten opgenomen ter versterking van het centrum:

- Kunst en cultuurhistorie en winkelen als een uitje voor het gezin en dagrecreatieve bezigheid (met verpozen en genot) vormen uitgangspunt voor inrichting en ontwikkelingen in het centrum:
 1. Autovrije markt aan de zuidzijde.
 2. De Jacobskerk als blikvanger op de markt door aankleding kerk en open ruimte om kerk.
 3. Meubilair en groeninplant.
 4. Whemerbeek zichtbaar maken.
 5. Detailhandelsvisie: beleid voor luifels en borden aan gevels en onderzoek naar ontwikkelingsmogelijkheden voor verpauperde straten.
 6. Kunst en cultuur(historie) in openbare ruimte (zichtlocaties in Notaristuin).
 7. Expositieruimten met werken van bekende kunstenaars die geleefd en gewerkt hebben in Winterswijk in karakteristieke en monumentale gebouwen (De Jacobskerk en het Raadhuis).
- Terrassen op Markt, Willinkstraat en Notaristuin.

- Ruime doorgang van centrum naar Notaristuin (verplaatsing winkels).
- Bestemmingswijzigingen van lang leegstaande panden naar woonfuncties.
- De publiekswaarde van de markt wordt vergoot door nieuwe ontwikkelingen in het centrum en de op woensdag (in het hoogseizoen) georganiseerde themamarkten. De weekmarkt in Winterswijk kan onder andere hierdoor uitgroeien tot de beste markt van Nederland.
- Hoge kwaliteit weekmarkt.

Structuurvisie kom Winterswijk 2010 – 2020

Voor het centrum, de supermarkten en de horeca in de kom van Winterswijk zijn in de structuurvisie de volgende richtlijnen opgenomen.

- Centrum: in het kernwinkelgebied (de Markt, Misterstraat en Wooldstraat) wordt nadrukkelijk ingezet op versterking van de winkelfunctie. 't Spek-Ende vormt een overgangsgebied, waar naast winkelfuncties ook publieksgerichte dienstverlenende functies mogelijk zijn. De Notaristuin wordt opgenomen in het centrumgebied. De Meddosestraat en de Ratumsestraat vormen aanloopstraten. Hier is menging met andere functies gewenst. De fiets kan eventueel een plek krijgen in deze straten om het aanloopkarakter te versterken. De Markt vormt het horecaconcentratiegebied. Winkelfuncties in het centrum buiten het kernwinkelgebied kunnen alleen worden toegestaan als ze niet concurrerend zijn met de hier gelegen vestigingslocaties, een duidelijke meerwaarde hebben voor Winterswijk als 'Winkel-

stad' en duidelijk gekoppeld kunnen worden aan het kernwinkelgebied. De openbare ruimte krijgt een impuls door het toevoegen van groen, de Markt wordt aantrekkelijker ingericht waarbij het parkeren 's zomers aan de zuidzijde van de Markt zal verdwijnen. Er wordt specifieke aandacht geschonken aan de gevelkwaliteit, reclame-uitingen, uitstallingen etc. Voor supermarkten direct in het centrum is geen ruimte. Het parkeren wordt opgehangen aan de 'stedelijke as' de Dingstraat. Ook de spoorzone krijgt betekenis als het gaat om parkeren voor het centrum. Parkeerplaatsen worden zo dicht mogelijk bij de winkelstraten gerealiseerd maar mogen de woonomgeving niet frustreren. Voor het parkeren moet een onderscheid gemaakt worden tussen kort- en langparkeren. De Dingstraat zal doorgetrokken worden over het spoor en aansluiten op de Parallelweg. Via de Europalaan en de Parallelweg zullen bezoekers vanuit het oosten en het zuidwesten op een soepele manier het centrum bereiken.

- Supermarkten: de gemeente streeft naar een goede verdeling van supermarkten over Winterswijk op goed bereikbare locaties. Met de locaties wordt zoveel mogelijk aangesloten op een veilige bereikbaarheid vanuit de wijken.
- Horeca: de gemeente kiest voor een concentratie van horecafuncties op de Markt in Winterswijk. Bestaande horeca op andere plaatsen in het centrum kan behouden blijven, maar de gemeente wil deze spreiding niet verder doorzetten. Alleen voor specifieke daghorecafuncties die een belangrijke kwaliteit vormen bij andere ruimtelijke ambities elders in het centrum worden wel mogelijkheden gecreëerd.

Beleids- en actienota vrijetijdseconomie 2009 – 2013

Voor de ontwikkeling van de vrijetijdseconomie in Winterswijk dienen zich zes ontwikkelingsrichtingen aan:

- De beleving van het buitengebied van Winterswijk.
- Een kwalitatief hoogwaardig en gevarieerd aanbod van verblijfsaccommodaties.
- Een goede verbinding tussen het centrum en het buitengebied is van belang.
- Het culturele landschap van Winterswijk.
- Stimuleren van de actieve beleving van het landschap.
- Organisatie en communicatie van en over de vrijetijdseconomie.

5. DETAILHANDELSVISIE WINTERSWIJK

In dit hoofdstuk presenteren wij de detailhandelsvisie voor de gemeente Winterswijk. Het doel van deze visie is het aangeven van de wenselijke ontwikkelingsrichting voor de detailhandel in integrale vorm. Dit is gebaseerd op onderliggende analyses, het vigerende beleid, trends en ontwikkelingen, plannen en initiatieven én de ambities van de gemeente Winterswijk en de ondernemers zoals beschreven.

5.1 Ambitie gemeente Winterswijk

De ambitie van de gemeente Winterswijk (Structuurvisie Kom Winterswijk 2010 – 2020) is er in de eerste plaats op gericht de lokale en regionale verzorgingspositie aantrekkingskracht te behouden en te versterken en het recreatieve en winkelend bezoek sterker te binden. Een belangrijke hoofdpoging is het versterken van het centrum van Winterswijk als een aantrekkelijk en concurrerend hart met voorzieningen. Op hoofdlijnen zijn de afgeleide ambities als volgt:

- Benutten van de kansen ten aanzien van de concurrentiepositie van Winterswijk, met het centrum voorop. Er moet hierbij ruimte zijn voor dynamiek en vernieuwing, met behoud van bestaande kwaliteiten in de structuur.

- Streven naar een duurzame voorzieningenstructuur, bestaande uit ook op langere termijn levensvatbare, elkaar aanvullende winkelgebieden.
- Het bieden van een kwalitatief en kwantitatief zo compleet en gevarieerd mogelijk pakket van winkels en aanverwante publieksgerichte voorzieningen voor de inwoners van de gemeente Winterswijk én consumenten uit de regio.
- Versterken van ondernemersklimaat in de gemeente en het bieden van ruimte aan ondernemersinitiatieven om zo in te spelen op de dynamiek in de detailhandel en verwante functies.

De genoemde ambities zijn niet alleen ingegeven vanuit het versterken van de lokale en regionale verzorgingsfunctie maar ook vanuit:

- het ondersteunen van de economische, culturele en sociaal-maatschappelijke functie van winkelgebieden (ontmoetingsfunctie, dynamiek, levendigheid);
- de werkgelegenheid die de detailhandel genereert;
- de bijdrage die de detailhandel kan leveren aan het versterken van het imago en het toeristisch-recreatieve profiel van Winterswijk;
- de bijdrage die de detailhandel levert aan het bieden van een goed vestigingsklimaat voor andere publieksgerichte voorzieningen, zoals horeca en ambachtelijke en zakelijke dienstverlening.

5.2 Algemene uitgangspunten voor deze visie

Alleen in het centrum van Winterswijk en een beperkt aantal andere winkelgebieden zijn op termijn nog nieuwe detailhandelsontwikkelingen wenselijk. Deze ontwikkelingen moeten meerwaarde bieden aan de structuur. Geredeneerd vanuit de structuur met kansrijke winkelconcentraties gelden de volgende uitgangspunten voor de ontwikkeling van de detailhandelsstructuur in Winterswijk.

Kwaliteit boven kwantiteit

De ontwikkelingen in de retailwereld gaan snel. Winkelformules komen en gaan en nieuwe concepten worden geïntroduceerd. De vernieuwing houdt winkelgebieden interessant voor de consument. Winterswijk hoeft niet voorop te lopen als het gaat om nieuwe concepten, maar moet wel zorgen voor een adequaat basispakket met meer hedendaagse trekkers. De nieuwe C&A is een aanwinst, maar de netwerkverdichting van andere landelijke winkelformules (zoals H&M, The Sting) bieden extra kansen.

In dit verband geldt dat kwaliteit leidend moet zijn boven kwantiteit. Plannen voor nieuwe winkels dienen per initiatief beoordeeld te worden op hun wenselijkheid op basis van het bestemmingsplan en het vigerende beleid. De wenselijke detailhandelstructuur dient uiteindelijk leidend te zijn bij de overwegingen. Kwaliteitsverbetering gaat daarbij boven de benaderde marktmogelijkheden. Anders gezegd, als verouderd, ongunstig gelegen aanbod (bijvoorbeeld aan de uiteinden van de huidige aanloopstraten) een andere functie krijgt door nieuwe ontwikkelingen op een goede plek (bijvoorbeeld omgeving Notaristuin/Bossesteeg), dan is dat uiteindelijk het beste voor de retailstructuur in Winterswijk.

Verdere concentratie winkels

Er moet worden ingezet op een verdere clustering van het voorzieningenaanbod en zeker van het recreatieve winkelaanbod. Ondernemers kunnen zo beter van elkaars aantrekkingskracht profiteren en gebruik maken van gemeenschappelijke faciliteiten als parkeerplaatsen. Voor de consument levert clustering gemak, overzichtelijkheid en keuze op en het draagt bij aan het beperken van verkeersbewegingen. Dit betekent niet dat verspreide bewinkeling geheel moet verdwijnen. De verspreide supermarkten over de kern Winterswijk hebben een autonome trekkracht en de winkels in de dagelijkse artikelensector in de buurtschappen dragen bij aan de leefbaarheid.

Heldere positionering winkelgebieden, met het centrum bovenaan

Het streven is te komen tot een, evenwichtige en duurzame voorzieningenstructuur, waarbij de verschillende winkelgebieden door hun eigen kernmerken, kwaliteiten en bezoekdoelen elkaar aanvullen en ieder een eigen taak binnen de structuur vervullen. Dit schept duidelijkheid voor de consument, biedt aanknopingspunten voor strategie en investeringen van ondernemingen en versterkt de totale structuur (doelgroepen, combinatiebezoeken).

Horeca en andere publieksfuncties verbreden het aanbod

Anders dan voor winkels is voor horeca en andere publieksgerichte commerciële voorzieningen (ambachten, dienstverlening, leisure) moeilijk aan te geven welk programma haalbaar is. Met name in de horeca bepaalt het aanbod (de ondernemer) sterk de vraag. Hoewel Winterswijk al over een groot horeca-aanbod beschikt, zou dit nog verder versterkt kunnen worden en dan met name in het cen-

trum rond de Markt. Mengvormen tussen retail en horeca kunnen de exploitatiekansen van zaken versterken. Ambachten en dienstverlening zijn in hun vestigingspolitiek sterk volgend op retail. Het centrum van Winterswijk biedt hiervoor de beste kansen.

Meer profiteren van toerisme en recreatie

Winterwijk is erg in trek bij toeristen en recreanten en toerisme heeft een groeiende economische betekenis. De Duitse kooptoeristen, dagtoeristen en verblijfsrecreanten in de omgeving vergroten het draagvlak voor retail. De lokale retail kan hier, samen met de horeca, beter op inspelen. Juist voor deze doelgroep moet het centrum attractief worden ingericht, zodat mensen worden verleid om naar Winterswijk te komen om te winkelen. Culturele voorzieningen die passen bij de kenmerken en de historie van de gemeente (zoals de schilder Mondriaan, het industriële verleden of de centrumpositie binnen het Nationaal Landschap) verhogen de trekkracht van Winterswijk. De retail profiteert mee.

Noodzaak structuurversterking centrum

Kleinere centrumgebieden zoals Winterswijk zullen steeds nadrukkelijker hun positie moeten bepalen en passende maatregelen moeten nemen. Juist deze centra staan economisch onder druk door bevolkingskrimp, vergrijzing, web-winkelen en (grootschalige) winkelontwikkelingen elders. Ook zijn er veel concurrerende ontwikkelingen in nabijgelegen grotere steden zoals Enschede, Arnhem, Doetinchem, Bocholt en Vreden en zelfs in kleinere kernen die zonder ingrijpen ten koste zullen gaan van de verzorgingsfunctie van Winterswijk. Dit kan leiden tot (verdere) leegstand.

Het centrum van Winterswijk als recreatief winkelcentrum heeft een aantal kernkwaliteiten waarmee het zich regionaal onderscheidt. Het centrum beschikt over een uitgebreid en divers winkel-aanbod met veel lokale aanbieders maar ook een sterk filiaalaanbod, het centrum heeft een gezellig, historisch karakter en het gratis parkeren is voor consumenten een pré. Deze kwaliteiten leiden echter niet automatisch tot hogere bestedingen. Het centrum moet zich regionaal gezien blijven onderscheiden door goed in te spelen op de wensen en de eisen van de consument. Om de concurrentiepositie te behouden en daar waar mogelijk te versterken dient het voorzieningenaanbod (detailhandel, horeca, cultuur, ambacht en dienstverlening¹⁵) voldoende compleet, gevarieerd, attractief en geconcentreerd zijn, in een goed bereikbare en aangename omgeving.

5.3 Marktmogelijkheden

Dagelijkse artikelensector

Uit de indicatieve raming blijkt dat rond 2020 in het dagelijkse artikelenaanbod geen marktruimte ontstaat voor de gemeente Winterswijk. Het toevoegen van een supermarkt is daarom niet aan de orde. Dat neemt niet weg dat er voor de gemeente Winterswijk kansen zijn om het dagelijkse artikelenaanbod te versterken, bijvoorbeeld door het opschalen van bestaande winkels en het (beperkt) toevoegen van (vers)speciaalzaken. Voor nieuwe dagelijkse

¹⁵ Hieronder wordt verstaan uitzendbureaus, reisbureaus, kappers, schoonheidssalons, banken, financiële interimbédrijven, telecomwinkels, makelaars enzovoort.

zaken met aantoonbare meerwaarde voor de structuur moet in principe altijd ruimte bestaan.

Niet-dagelijkse artikelensector

Voor het niet-dagelijkse artikelenaanbod is voor het centrum van Winterswijk zonder ingrijpende herstructurering circa 2.200 m² wvo marktruimte aan te wijzen. Deze ruimte wordt volledig ingevuld met het project in de Wooldstraat (o.a. Xenos en C&A). Indien een forse structuurversterking plaatsvindt, bijvoorbeeld rond de Notaristuin/Bossesteeg, is deze ruimte groter, tot maximaal 4.000 à 5.000 m² wvo. Er zijn dus zeker kansen voor een verdere doorontwikkeling van het centrum van Winterswijk met 'echte' nieuwe winkelmeters, mits dit leidt tot structuurversterking en kwaliteitsverbetering. Er kan gedacht worden aan nieuwe trekkers, schaalvergroting van bestaande winkels en aan toevoeging van ontbrekende winkeltypen en branches. Hier wordt later op teruggekomen.

5.4 Toekomstige detailhandelsstructuur - functioneel

In deze paragraaf zijn de uitgangspunten voor de visie vertaald in een visie op de detailhandelsstructuur. De wenselijke toekomstige detailhandelsstructuur bouwt voort op de huidige structuur. Er worden geen grote ingrepen gedaan, maar we zetten vooral in op afstemming op het koopgedrag van de consument.

Koopgedrag leidraad voor detailhandelsstructuur

Door aan te sluiten bij het koopgedrag van de consumenten kunnen winkelgebieden duidelijk ten opzichte van elkaar worden ge-

positioneerd. Bepaald door het bezoekdoel verschillen de eisen van de consumenten per bezoek en per aankoopplaats:

- I. boodschappen doen (verspreid over de gemeente en in het centrum);
- II. recreatief winkelen (centrum Winterswijk);
- III. doelgericht (niet-dagelijkse) aankopen doen (Europalaan en het gebied tussen het spoor en de Parallelweg).

Door aan te haken bij de wensen van de consumenten zijn de verschillende winkelgebieden onderling op elkaar af te stemmen en in te richten op hun specifieke eisen. Ontwikkelingen kunnen zo aan het best passende winkelgebied worden toebedeeld en effecten worden op voorhand inzichtelijk. Opgemerkt moet worden dat er in winkelgebieden vrijwel altijd sprake zal zijn van een combinatie van soorten aankoopgedrag. Het gaat dus vooral om het accent op een bepaald koopgedrag.

I Boodschappen doen

De categorie boodschappen doen omvat de branches levensmiddelen, persoonlijke verzorging, bloemen en dierbenodigdheden. Het gaat hier om de aankopen van de consument voor de dagelijkse behoeften. Deze aankopen worden met een hoge frequentie gedaan en veelal in de nabijheid van de woonomgeving omdat men hiervoor bij voorkeur niet te grote afstanden aflegt. Centraal staan een verzorgde uitstraling van winkels en openbare ruimte, een probleemloze bereikbaarheid per auto, maar ook per fiets en te voet. De parkeerinrichting straalt gemak uit. Parkeren bij voorkeur op maaiveld (dus niet in een parkeerkelder of -garage), gratis, veilig en obstakelvrij.

In de toekomstige detailhandelstructuur beschikken de inwoners van Winterswijk over een modern en compleet dagelijks winkel-aanbod, op acceptabele afstand van hun woning.

Kern Winterswijk

Voor een goede consumentenverzorging moet het dagelijks artikelenaanbod nabij de woonomgeving liggen. Er wordt gestreefd naar een goede verdeling van de supermarkten over de kern Winterswijk op goed bereikbare locaties. Met de locaties wordt zoveel mogelijk aangesloten op een veilige bereikbaarheid vanuit de wijken. Mogelijke clustering van supermarkten met andere winkels in de dagelijkse artikelenbranche in de kern Winterswijk is, vanuit het oogpunt van een goede consumentenverzorging, wenselijk. Naar de toekomst is het streven erop gericht geen supermarkten meer te huisvesten in het centrum¹⁶. Supermarkten huisvesten aan de rand van het centrum (zoals Albert Heijn en Plus) is wel wenselijk om combinatiebezoek te bevorderen.

Andere winkels gericht op het doen van dagelijkse boodschappen (versspeciaalzaken, drogisterijen, bloemen en dierbenodigdheden) kunnen een plek krijgen in het centrum van Winterswijk of nabij de supermarkten in de kern Winterswijk. Uitbreiding en versterking van (vers)speciaalzaken in het centrum is wenselijk. Mogelijke aanvullende versterkingen voor het centrum (als voorbeeld) zijn Kaldi, Simon Lévelt en The Body Shop.

¹⁶ Gebied wat omsloten wordt door de Dingstraat, Gasthuisstraat, Prins Hendrikstraat, Groenloseweg, Singelweg, Vredensestraat en Zonnebrink.



De buurtschappen

De kleinschalige supermarkt¹⁷ in Meddo en de overige winkels in de dagelijkse artikelensector in de buurtschappen hebben een belangrijke functie voor de buurtschappen. Het in stand houden van het dagelijkse winkelaanbod in de buurtschappen vormt uitgangspunt. Voor de meeste buurtschappen is de vestiging van een supermarkt niet realistisch. Enkel in Meddo is het vanuit de consumentenverzorging gezien wenselijk en realistisch om een supermarkt te behouden. Versterking van het dagelijkse winkelaanbod is niet wenselijk omdat het draagvlak aan inwoners in de buurtschappen te beperkt is. Bovendien zijn de bewoners uit de buurtschappen voor een belangrijk deel georiënteerd op het aanbod in de kern Winterswijk.

¹⁷ Een kleinschalige supermarkt heeft gemiddeld genomen een oppervlak van 500 m² vwo of kleiner.

Marktruimte gemeente Winterswijk

De marktruimte in de dagelijkse artikelensector is in de gemeente Winterswijk dermate beperkt dat uitbreiding van het aantal supermarkten niet wenselijk is. Uitbreidingswensen van gevestigde supermarkten van beperkte omvang (indicatief met maximaal 20%) dienen echter vanuit kwalitatief oogpunt positief kritisch te worden benaderd. De beperkte marktruimte betekent wel dat indien verschillende supermarkten opschalen, dit zal leiden tot een daling van de vloerproductiviteit. Dit kan mogelijk tot gevolg hebben dat de omzet van supermarkten onder druk komt te staan, zonder dat de verzorgingsstructuur daarmee duurzaam wordt aangetast.

II Recreatief winkelen

Bij het recreatief winkelen staat het kijken en vergelijken centraal. Naast de modische branches vallen in deze categorie de branches juwelier en optiek, huishoudelijke- en luxe artikelen, sport en spel, hobby en media. De consument wil veel keuzemogelijkheden hebben en wil worden geprikkeld om (impuls)aankopen te doen. De sfeer en beleving van het centrum zijn daarvoor erg belangrijk. Deze aankopen worden met een wisselende frequentie gedaan. Voor onderscheidend aanbod is de consument bereid een grotere afstand af te leggen. Het winkelgebied is goed bereikbaar vanuit de hele gemeente. Het winkelgebied is compact aaneengesloten met heldere looproutes en een goede positionering van trekkers. Winkels en openbare ruimte hebben een aantrekkelijke en sfeervolle inrichting en uitstraling. Parkeren is voldoende, veilig en comfortabel vormgegeven. De parkeervoorzieningen zijn via een verwijzingssysteem goed te vinden.

Voor recreatief winkelaanbod is het centrum van Winterswijk de aangewezen plek. Er moet in het kernwinkelgebied extra ruimte worden gecreëerd voor moderne modische trekkers.

Kern Winterswijk

Het centrum van Winterswijk wordt door consumenten uit Winterswijk én de regio bezocht om een dagje te winkelen, al dan niet gecombineerd met een bezoek aan de horeca. Het koopmotief 'winkelen voor het plezier' kent in de praktijk veel impulsaankopen. Het centrum van Winterswijk heeft al een uitgebreid aanbod aan mode & luxe. Vooral de branches kleding en mode, schoenen en lederwaren en huishoudelijke en luxe artikelen zijn sterk vertegenwoordigd. Om de oriëntatie op het centrum te vergroten, is vooral een verdieping en verbreding van het modische segment wenselijk, met bijzondere aandacht voor de moderne trekkers in deze branche. Op deze manier worden de mogelijkheden om te kijken en te vergelijken in het centrum versterkt. Daarnaast is het behoud en een versterking van onderscheidend aanbod in de vorm van zelfstandige winkeliers van belang.

Er wordt in deze visie niet nadrukkelijk voor een overheersend marktsegment of kwaliteitsniveau gekozen. Meerdere verzorgingsfuncties in één centrum bieden synergie. Gasten kunnen tijdens hun bezoek verschillende bezoekmotieven combineren.

Mogelijke versterkingen (indicatief) zijn H&M, Lakeside, Esprit, Open 32, Shoeby, Vero Moda, Takko Fashion, The Sting, Duthler, Pearle en Specsavers binnen de categorie mode & luxe en Expo, Intersport, Musicstore, en Eplaza binnen de categorie vrije tijd. Ver-

plaatsing van Bristol en Action naar het centrum geeft eveneens meerwaarde, mits er geen detailhandel terugkomt op de vrijkomende locatie. Dit dient planologisch gezien verankerd te worden.

Horeca & cultuur

Horeca is de gastheer van winkelcentra. Extra mogelijkheden zijn er in het centrum van Winterswijk vooral voor winkelondersteunende horeca en meer specialistische horecaformules. Vooral concepten met een combinatie tussen detailhandel en horeca (koffie/thee specialiteiten, konditorei), verkoop van streekeigen producten of een moderne brasserie zijn kansrijk.

Het is voor winkelcentra steeds moeilijker om zich te onderscheiden, ook door het opkomende filiaal- en grootwinkelbedrijf. Juist daarom is het belangrijk om meer te profiteren van culturele voorzieningen. Als gezamenlijk met ondernemers en de gemeente acties, arrangementen en activiteiten worden georganiseerd kan het centrum van Winterswijk zo meer uitstraling en onderscheidend vermogen krijgen. Galerieën, de Jacobskerk, het Raadhuis en de eventuele vestiging van een museum in het centrum kunnen hier een rol in spelen (exposities, concerten).

Dienstverlening

In het centrum van Winterswijk bevinden zich, met name in de aanloopstraten, diverse vormen van publieksgerichte en zakelijke dienstverlening. Voorbeelden zijn uitzendbureaus, kapsalons en makelaars. Deze mix benadrukt de veelzijdigheid en vormt deels ook de kracht van dit type hoofdwinkelcentra. Commerciële dienstverlening volgt in praktijk bijna automatisch de winkelfunctie van

een centrum. Zij zijn meestal afhankelijk van dezelfde bezoekersstromen als winkels. Ruwweg bedraagt dit aantal zaken 10 à 15% van het winkelaanbod, maar in tegenstelling tot bij winkels zal een bovenmatig groot aanbod hiervan niet leiden tot duurzame aantasting van de verzorgingsstructuur. Overigens worden winkels voor mobiele telefonie (KPN, T-Mobile) en telecommunicatie (Ziggo, UPC) in dit kader beschouwd als reguliere winkels. Zij vallen dus ook binnen de hierboven genoemde uitbreidingsruimte.

III Doelgericht (niet dagelijkse) aankopen doen

De branches wonen, doe-het-zelf, tuincentra, bruin- en witgoed, auto en fiets behoren tot de doelgerichte aankopen. Zij worden met een lage frequentie gedaan en zijn veelal vervangingsaankopen, bijvoorbeeld een nieuwe koelkast of bankstel. De consument bezoekt doelgericht een bepaalde winkel of winkelgebied. Winkels en openbare ruimte hebben een verzorgde uitstraling. Voor de consument is een goede bereikbaarheid belangrijk, alsook veilig, betaalbaar en obstakelvrij parkeren op korte afstand.

Doelgerichte, laagfrequente aankopen krijgen bij voorkeur een plaats op de Europalaan en in de spoorzone.

Het aanbod in de doelgerichte branches is met uitzondering van het aanbod aan doe-het-zelf al zeer ruim. Het realiseren van een nieuw, groot PDV cluster met een bovenlokale verzorgingsfunctie is daarom gezien de aantasting van lokaal aanbod in deze branches niet wenselijk.

Op de Europalaan is weinig ruimte voor het eventueel toevoegen van grootschalige winkels. Het gebied in de spoorzone tussen het spoor en de Parallelweg is door de ruimtelijke potenties en goede bereikbaarheid een geschikt zoekgebied voor toevoeging van PDV-branches. Mits distributief haalbaar en wenselijk moet nieuw aanbod in de woonbranche zich bij voorkeur vestigen aan de Europalaan. Bij Vrijtijdsmarkt Obelink moet het accent qua detailhandel (blijven) liggen op volumineuze recreatiegoederen.

5.5 Visie op de structuur van het centrum

Een compacter kernwinkelgebied

Het recreatieve winkelaanbod moet duidelijker geconcentreerd worden in de Misterstraat, Wooldstraat en de zuid- en westzijde van de Markt. Het gebied Notaristuin/Bossesteeg biedt ruimte voor nieuwe trekkers en enig specialistisch winkelaanbod. Naast winkels is er in het kernwinkelgebied ruimte voor winkelondersteunende horeca.

Kwaliteitsimpuls Notaristuin/Bossesteeg

De Notaristuin is een rustpunt in het centrum en het ligt centraal. In combinatie met de Bossesteeg moet hier een structurele, vernieuwende kwaliteitsimpuls plaatsvinden met meerwaarde voor het gehele centrum. Het gebied biedt ruimte voor het toevoegen van extra trekkers (vooral in mode), hoogwaardig aanbod (bijvoorbeeld in wonen, lifestyle, luxe artikelen) en kwaliteitshoreca. Herinrichting als een sfeervolle tuin is essentieel. De Notaristuin wordt zo een tegenhanger van de bruisende Markt. Genoemde functies kunnen gecombineerd worden met wonen of cultuur.

De ruimtelijke inpassing van nieuw vastgoed in dit gebied vergt de nodige creativiteit en een strategische aanpak). De volgende ruimtelijke randvoorwaarden zijn bepalend voor een succesvolle ontwikkeling van het gebied:

- tweezijdige bewinkeling;
- heldere zichtlijnen vanuit Misterstraat en Wooldstraat;
- hoge winkelintensiteit;
- maximaal 1.800 – 2.800 m² wvo niet-dagelijkse artikelen (extra);
- Behoud en versterken van de kwaliteiten van de tuin.

Kortere aanloopstraten, uitnodigende entrees

De combinatie van een beperkte marktruimte, de huidige leegstand en de noodzakelijke herontwikkeling van de Notaristuin/Bossesteeg leert dat keuzes gemaakt moeten worden. Immers, én de Notaristuin herontwikkelen met winkels én alle aanloopstraten intact houden is niet realistisch.

In de toekomst wordt nieuwvestiging van winkels alleen nog gestimuleerd in afgebakende delen van de Meddosestraat, Ratumsestraat en de Spoorstraat. Dit in combinatie met verschillende andere functies, bijvoorbeeld op het gebied van wonen, ambacht, dienstverlening en/of cultuur. De entrees tot het centrum van Winterswijk worden naar de binnenzijde verplaatst en moeten helder en attractief als zodanig worden vormgegeven. Zie voor locaties en begrenzingen van deelgebieden de visiekaart (paragraaf 5.8).

De Meddosestraat heeft dankzij de historische uitstraling en het huidige aanbod de potentie zich te ontwikkelen tot aantrekkelijk 'dwaalgebied' met een gemengd profiel (winkels, cultuur, horeca, ambacht, dienstverlening), in een compactere vorm dan nu. In het

aangegeven deel van de Ratumsestraat ligt het accent op doelgericht winkelen en dienstverlening. Gezien het karakter van de straat is horeca niet gewenst. Onderzocht moet worden of hier, in ieder geval tijdens werkdagen, autoverkeer kan worden toegelaten.



Op 't Spek-Ende en het Weurden (Binnen tangent) wordt naast winkels ook andere dienstverlening en enige horeca met een breed profiel (net als nu) toegestaan. In het Weurden is ook niet-dagelijks winkelaanbod in het budgetsegment mogelijk.

In de volgende aanloopstraten wordt geen uitbreiding van het aantal winkels meer beoogd, maar afbouw van de winkelfunctie. Andere functies zijn wel mogelijk:

- Meddosestraat noordelijk van de straat Sellekamp;
- Ratumsestraat oostelijk van het Weeninkpad;
- Weurden (buiten tangent);
- Misterweg tussen 't Spek-Ende en de Lidl.
- Gasthuisstraat

Een hogere verblijfskwaliteit op de Markt

De Markt wordt ontwikkeld tot het kloppende hart van het centrum. Het is de intentie om de Markt her in te richten tot sfeervol (evenementen)plein met een hoogwaardige beeldkwaliteit waarbinnen, in ieder geval in de zomer, geen ruimte meer is voor parkeren. Als horecaconcentratiegebied vormt de noordoostzijde een rustpunt in de winkelstructuur met veelzijdige horeca en terrassen. De zuid- en de westzijde van de Markt maken integraal deel uit van het kernwinkelgebied.



Meer cultuur en goede smaak

Opvallend is dat de winkels in het centrum maar beperkt inspelen op Winterswijk als centrum van een uitermate fraai Nationaal Landschap, met veel streekeigen producten. Er zijn zeer kansrijke combinatievormen denkbaar tussen detailhandel, horeca en cultuur. De hedendaagse recreant koopt graag streekeigen producten, zoals drank, vruchtenproducten, banket of snoep. Het centrum van Winterswijk zou een regiobreed assortiment moeten aanbieden.

Bijzondere aandacht voor omgevings- en beeldkwaliteiten

Voor een recreatief winkelcentrum zijn de omgevings- en beeldkwaliteiten van bijzonder belang. Zij geven een centrum meer aanzien en wervingskracht. In het centrum van Winterswijk verdient de gevelkwaliteit van de panden, de presentatie van uitstallingen, reclame-uitingen en de kwaliteit van de luifels / overkappingen nog steeds de nodige aandacht. Het vigerende beeldkwaliteitsplan moet strikter worden gehandhaafd. Daarnaast kunnen de winkelstraten nog een groener beeld krijgen.

Eenduidig straatmeubilair

Behalve bestrating draagt de keuze voor straatmeubilair van één familie ook bij aan het opwaarderen van de uitstraling van het centrum: duurzaam meubilair met een zekere allure en oorspronkelijkheid. Belangrijke inrichtingselementen zijn fietsbeugels, bankjes, afvalbakken, lichtmasten en eventueel zuilen, banieren, etc. Herhaling van deze elementen in het hele winkelgebied zorgt voor een samenhangend geheel. Kunstwerken verrijken het centrum. Het winkelgebied moet herkenbare entrees hebben (markering, uitstraling) en comfortabel, veilig en obstakelvrij aansluiten op de bronpunten (auto, fiets, openbaar vervoer, voetgangers).

De Spoorzone als nieuw gezicht van Winterswijk

Door de ruimtelijke mogelijkheden en de ligging nabij het centrum kunnen zich juist in de Spoorzone nieuwe, grootschalige publieksfuncties vestigen, in combinatie met extra parkeerruimte. Het is een uitstekende plek voor vernieuwende vormen van leisure, cultuur en sport. Winterswijk kan hier haar 21^e eeuwse gezicht tonen. Ook het centrum van Winterswijk zal hiervan profiteren.

Bereikbaarheid en parkeerorganisatie

De huidige parkeersituatie is voor veel bezoekers nog onvoldoende helder en overzichtelijk. Het parkeeraanbod is erg versnipperd en in het weekend is de parkeerdruk hoog. In de Spoorzone worden in de nabije toekomst circa 200 parkeerplaatsen gecreëerd. Ook aan de Peperbus (einde Meddosestraat) kan geparkeerd worden. Deze parkeerterreinen kunnen met name in het weekend de parkeerdruk op het centrum verlichten. De parkeerruimte in de spoorzone zal het uiteinde van de Misterstraat en 't Spek-Ende een forse commerciële impuls geven. Een parkeerroute kan oplossingen bieden om de consument gericht naar de parkeerplaats te leiden. Zoals voorgesteld in de parkeervisie worden er twee parkeerroutes onderscheiden, waarbij de Dingstraat fungeert als 'ruggengraat' voor de parkeerroute:

- Route Weurden via de Dingstraat – Roelvinkstraat – Spoorstraat – Tuinstraat.
- Route Zonnebrink – Vredensestraat – Singelweg – Meddosestraat – Sellekamp.

In algemene zin moet nabij het kernwinkelgebied het kort parkeren worden gestimuleerd en op wat grotere afstand het lang parkeren.

5.6 Beleid andere vormen van detailhandel

Naast de hiervoor benoemde vormen van detailhandel zijn er nog enkele bijzondere vormen van detailhandel die relevant zijn voor het detailhandelsbeleid in Winterswijk. Denk hierbij aan de ver-

koop aan huis en afhaalpunten voor goederen die via internet verkocht worden. Deze vormen van detailhandel kunnen de detailhandelsstructuur aanvullen, maar ook aantasten. Het uitgangspunt van deze visie is de keuze voor de bestaande structuur. Dit betekent dus een terughoudend beleid ten aanzien van allerlei vormen van detailhandel, die deze structuur bedreigen.

Verkoop aan huis

Detailhandel aan huis is ongewenst, omdat het concurreert met de reguliere winkelgebieden, het zorgt voor verdere verspreiding van het winkelaanbod en het ongewenste verkeersbewegingen oproept.

Boerderijwinkels

Het behoud van agrarische activiteiten op het platteland is onder meer uit het oogpunt van werkgelegenheid en landschapsbeheer zeer wenselijk. De reguliere bedrijfsvoering is niet altijd voldoende om te voorzien in een economisch renderend bedrijf. Er wordt dan ook naar alternatieve inkomstenbronnen gezocht, zoals de verkoop van (eigen) producten rechtstreeks aan consumenten. Deze zogenaamde boerderijwinkels hebben ook een belangrijke functie voor toerisme en recreatie.

Uitgangspunt is dat boerderijverkoop een versterking dient te zijn voor de regionale detailhandelsstructuur. Eventuele nieuwe boerderijwinkels in het buitengebied krijgen bij rechte een maximum metrage van 50 m² wvo. Een boerderijwinkel moet hoofdzakelijk ter plaatse geproduceerde producten en streekproducten uit de Achterhoek verkopen. Boerderijverkoop blijft nadrukkelijk onder-

geschikt aan de reguliere agrarische activiteiten, zowel naar omzet als in oppervlakte.

Via een omgevingsvergunning is een verruiming van het verkoopvloeroppervlak mogelijk voor uitsluitend of in hoofdzaak ter plaatse geproduceerde producten en/of streekproducten. Het hiervoor gebruikte bedrijfsvloeroppervlak mag maximaal 50% van de bebouwing bedragen met een maximum van 350 m² wvo.

Recreatiebedrijven

Recreanten bezoeken de gemeente met name vanwege het fraaie landschap en de geologische geschiedenis. Daarnaast zijn de detailhandel in het centrum van Winterswijk en bij Obelink, samen met horeca en andere verwante functies, belangrijke trekkers. Het beleid van de gemeenten is er op gericht om meer toeristen en recreanten naar het buitengebied te trekken.

Het is voor Winterswijk belangrijk om innovatieve impulsen te geven aan recreatie en toerisme. Dit geldt zeker ook voor het buitengebied, dat immers geen museum is. In beperkte mate kan ook detailhandel hier een rol in spelen, mits in ondergeschikte vorm geïntegreerd in recreatiebedrijven en met een aantoonbare meerwaarde voor de hoofdfunctie van het betreffende bedrijf. De winkel is dus gericht op de bezoekers van de recreatievoorziening en eventueel seizoensgebonden. De maximale omvang van detailhandel bij recreatiebedrijven is 20% van het totale bedrijfsvloeroppervlak met een maximum van 100 m² bvo. In alle gevallen geldt de voorwaarde dat de winkel niet structuurversturend mag werken.

Warenmarkt

De Winterswijkse warenmarkt is een belangrijke publiekstrekker, waar de centrumwinkeliers baat hebben. De warenmarkt moet waar mogelijk worden versterkt, zowel in ruimtelijke zin (opstelling kramen, looproutes) als functioneel (voldoende variatie en vernieuwing in het aanbod).

Kantoor- en bedrijfslocaties, winkels in instellingen en sportvoorzieningen

Detailhandel op bedrijventerreinen is alleen wenselijk in de daartoe aangewezen concentratiegebieden voor perifere detailhandel (Europalaan en het gebied tussen het spoor en de Parallelweg). Winkelaanbod in bijvoorbeeld ziekenhuizen, religieuze instellingen, scholen, sportvoorzieningen, ouderen- en verzorgingstehuizen mogen niet structuurverstorend werken voor de hoofdstructuur en daarbinnen vooral de buurt- en wijkwinkelcentra.

Detailhandel bij tankstations

Voor de winkels bij motorbrandstoffenverkooppunten wordt uitgegaan van de volgende richtlijnen: een maximale omvang van 75 m² bvo. Daarnaast dient het assortiment gericht te zijn op automobilisten.

Ondergeschikte detailhandel als nevenactiviteit op bedrijventerreinen

Op bedrijventerreinen kan onder bepaalde voorwaarden ook detailhandel als nevenactiviteit bij een bedrijf met een andere hoofdactiviteit worden toegestaan. Voorwaarden kunnen zijn:

- het gaat specifiek om aan de hoofdactiviteit (productie, groothandel en/of installatie) gerelateerde of die hoofdactiviteit ondersteunende detailhandel;
- de detailhandel is ondergeschikt in termen van omzet en benutte bedrijfsruimte;
- de maximale vloeroppervlakte verkoopruimte is maximaal 100 m² bvo.

Internet afhaalpunten

Met de stijgende detailhandelsverkoop via internet neemt ook het leveren van de goederen via afhaalpunten toe. Het risico bestaat dat dergelijke afhaalpunten verkapte winkels worden en daarmee gaan concurreren met de gevestigde detailhandel.

Om dit te voorkomen, kunnen afhaalpunten wel worden toegestaan buiten de structuur (ook in het buitengebied), maar deze mogen niet als winkel functioneren. Het afhaalpunt mag geen showroom hebben en er kan niet ter plekke worden afgerekend.

Vliegende winkels

Met vliegende winkels wordt bedoeld een kortdurende detailhandelsverkoop tegen dumprijzen vanuit locaties waar normaliter geen detailhandel plaatsvindt, bijvoorbeeld horecagelegenheden of bedrijfspanden. Vliegende winkels kunnen de gevestigde detailhandel ernstig benadelen. Op de lange duur is dat ook nadelig voor de consument omdat hierdoor gevestigde winkels onder druk komen te staan en het gevaar gelopen wordt dat het winkelaanbod – en daarmee de keuzemogelijkheden voor de consument – zullen afnemen. Dit is de reden om zeer terughoudend om te gaan met

vliegende winkels buiten de structuur, zeker daar waar het de verkoop van nieuwe artikelen betreft.

Een echte 'rommelmarkt' heeft overigens geen negatieve invloed op de detailhandelsstructuur (mits de regels goed gehandhaafd worden). Uitzonderingen kunnen verder gemaakt worden voor incidentele verkopen in samenhang met evenementen of bijzondere gebeurtenissen.

5.7 Relatie met gemeentelijke detailhandelsvisie uit 2004

Op de volgende punten worden de aanbevelingen uit het advies 'Huidige en toekomstige mogelijkheden voor de winkelvoorzieningen te Winterswijk' (2004) overgenomen:

- de Notaristuin wordt ontwikkeld als winkel- en woongebied;
- de zuid- en de westzijde van de Markt vormen een integraal deel van het kernwinkelgebied;
- de noordzijde van de Markt kan ontwikkeld worden tot horecaplein;
- de Meddosestraat en de Ratumsestraat moeten meer het karakter krijgen van aanloopstraat;
- in het centrum is naar de toekomst toe geen plaats meer voor supermarkten;
- met een goede parkeerroute zou de parkeerdruk evenwichtiger over de diverse parkeerplaatsen kunnen worden verdeeld.

Op onder meer de volgende punten wijkt de voorliggende visie af van de visie uit 2004:

- De westzijde van de Markt gaat integraal onderdeel uitmaken van het kernwinkelgebied.
- De oostzijde van de Markt vormt, samen met de noordzijde van de Markt, een horecaconcentratiegebied.
- 't Spek-Ende, als belangrijke toegangspoort tot het centrum vanaf de spoorzone, vormt integraal onderdeel van het kernwinkelgebied. Naast winkels wordt hier ruimte geboden aan publieksgerichte dienstverlening.
- De entrees tot de aanloopstraten Meddosestraat en Ratumsestraat worden naar binnen geplaatst. De uiteinden van de straten krijgen een accent op wonen.

5.8 Visiekaart



Ontwikkelingsvisie detailhandel en dienstverlening centrum Winterswijk

- Kernwinkelgebied accent recreatief winkelen
- Kernwinkelgebied accent specialistisch aanbod, dienstverlening, horeca (Weurden ook softdiscount / budget aanbod)
- Aanloopstraat accent winkels doelgericht
- Aanloopstraat/zwervmilieu: winkels, horeca cultuur, ambacht, wonen
- Aanloopstraat accent dienstverlening
- Horecaconcentratie gebied
- Supermarkt, dagelijkse boodschappen
- Cultuur en informatie
- P Belangrijkste parkeerlocaties
- Kerngebied ontmoeting en activiteiten
- Wervende entrees centrum
- Kwaliteitsimpuls Notaristuin / Bossesteeg
- ~ Geen uitbreiding aantal winkels, maar afbouw van winkelfunctie. Andere functies wel mogelijk
- Belangrijke nieuwe aanlooproute
- ← - - - → Sterke voetgangersrelatie

6. UITVOERINGSPROGRAMMA

6.1 Introductie

Tot nu toe is vooral aangegeven wáár in de gemeente de beste kansen liggen voor detailhandel en verwante functies. Daarnaast is de 'hoe' vraag minstens zo belangrijk. De visie is dan ook vooral een werkdocument, dat aangeeft hoe de wenselijke structuur in de toekomst kan worden gerealiseerd. Het echte werk begint nu pas! Navolgende uitvoeringsstrategie geeft een eerste aanzet voor het vervolg om dat 'wensbeeld' ook te kunnen bereiken.

Een belangrijke stap is in ieder geval het vertalen van deze visie in nieuw op te stellen bestemmingsplannen en stedenbouwkundige visies. Daarmee is de detailhandelsvisie vooral kaderstellend.

Voor de uitvoering van deze detailhandelsvisie zijn drie aspecten van fundamenteel belang.

1. Samenwerking
2. Herontwikkeling Notaristuin Bossesteeg
3. Aanpak aanloopstraten

6.2 Samenwerking

De aantrekkingskracht van het centrum van Winterswijk moet worden vergroot. De noodzakelijke acties en maatregelen komen niet vanzelf van de grond. Zij vragen om een gezamenlijke aanpak en investeringen van publieke én private partijen. Een gecoördineerde aanpak en samenwerking zijn van belang. Een goed voorbeeld hiervan is het onlangs gestarte traject Keurmerk Veilig Ondernemen in Winkelgebieden (KVO-W).

Ondernemersnetwerken & acquisitie

Echte vernieuwing komt meestal van onderop (bottom-up). Om vernieuwing in het aanbod in het centrum van Winterswijk en bedrijfsopvolging te stimuleren, is het zinvol om nieuwe contacten aan te boren met voor Winterswijk unieke retail, horeca en dienstverlening. Bestaande ondernemers spelen bij versterking, vernieuwing en verbreding van het voorzieningenaanbod een belangrijke rol. Via ondernemersnetwerken (waaronder brancheorganisaties en inkoopcombinaties) hebben zij vaak contact met potentiële nieuwe ondernemers. Op deze wijze kunnen geschikte starters worden gevonden, maar bijvoorbeeld ook regionaal opererende ondernemers. Lokaal sterke ondernemers kunnen hierin samen met ABH City Vereniging en gemeente een voortrekkersrol vervullen en optreden als 'ambassadeur' van het centrum.

Het uitdragen van de potenties kan nieuwe ondernemers op het spoor brengen van Winterswijk. Geschikte media zijn de websites en andere periodieken van gemeente, regio, ABH City Vereniging, 100% Winterswijk, Kamer van Koophandel en MKB.

Een gastvrije gemeente, ook voor nieuwe ondernemers

Het eerste contact met de gemeente is voor nieuwe ondernemers sterk bepalend voor de uiteindelijke investeringsbeslissing. De gemeente moet zich ook hierbij gastvrij en pro-actief opstellen: actief meedenken met ondernemers, vanuit een positieve benadering en waar nodig alternatieve locaties aandragen. Een laagdrempelig ondernemersloket is daartoe essentieel. Dat gaat nu in Winterswijk al goed, maar het is een continu aandachtspunt.

De vertegenwoordigers van het ondernemersloket moeten frequent overleggen met de afdelingen ruimtelijke ordening (ruimtelijke kansen, beperkingen, regelgeving, vergunningverlening) en cultuur, maatschappij en recreatie (kansrijke dwarsverbanden). Daarnaast is het lopende periodiek contact met de lokale ondernemers en de ABH-City Vereniging essentieel. Buiten de gemeente moet worden samengewerkt met ondernemersnetwerken als de Kamer van Koophandel, het Midden en Klein Bedrijf (MKB) en Hoofdbedrijfschap Detailhandel. Zij kunnen ondernemers verwijzen naar opleidingen, subsidies, trends, beschikbare onderzoeken en passende adviesdiensten.

Ondersteuning bij bedrijfsopvolging

De komende tien jaar zullen in het MKB in Nederland ca. 15.000 bedrijven per jaar ter overname worden aangeboden, vooral in detailhandel en zakelijke dienstverlening. Vaak, maar niet uitsluitend, betreft dit oudere ondernemers, die met pensioen willen gaan. De belangrijkste oorzaken zijn vergrijzing, schaalvergroting en onvoldoende beschikbare financiën om te investeren. Voor de verkopende partij is het vinden van een opvolger die een goede prijs betaalt voor pand, inventaris en goodwill belangrijk. De eigen

zaak is immers vaak tevens de pensioensvoorziening voor ondernemers. Voor de koper is het kernprobleem het verkrijgen van financiering.

In het centrum van Winterswijk blijken veel oudere winkeliers hun bedrijfsopvolging (nog) niet te hebben geregeld. Gemiddeld zorgt een succesvolle overname van een bedrijf in het MKB voor behoud van vijf arbeidsplaatsen terwijl een nieuw startend bedrijf er twee creëert. Nieuwe eigenaren blijken in de praktijk een bedrijf na overname vaak weer te kunnen laten groeien. Organisaties als de Kamer van Koophandel en MKB Nederland willen bedrijfsovernames daarom meer stimuleren en verwijzen ondernemers waar nodig door naar onafhankelijke overnameadviseurs. Het is belangrijk dat ondernemers in Winterswijk op de hoogte worden gebracht van deze faciliteiten. Dit kan bijvoorbeeld via het genoemde ondernemersloket en gerichte publiciteit richting bestaande en (potentiële) nieuwe ondernemers.

Centrummanagement

Centrummanagement¹⁸ kan een middel zijn om de samenwerking tussen ondernemers, vastgoedeigenaren en gemeenten te versterken. Centrummanagement kan leiden tot meer begrip en vertrouwen, gezamenlijk beleid, concrete resultaten in projecten en nieuwe investeringen. Het is gewenst dat herintroductie (een 'nieuwe start') van centrummanagement in Winterswijk bottom-up ont-

¹⁸ Centrummanagement kan omschreven worden als een structureel samenwerkingsverband van publieke en private partijen in een centrum, op basis van gelijkwaardigheid, met een gezamenlijke inzet van middelen, teneinde de aantrekkingskracht en daarmee het economisch functioneren van het centrum te versterken.

staat. Hierbij is ook samenwerking met het ondernemersfonds essentieel. De gemeente verkent samen met de ondernemers of er voldoende draagvlak is voor de herintroductie van 'centrummanagement 2.0'.

6.3 Aanpak herontwikkeling Notaristuin/Bossesteeg

Er zijn structurele ingrepen in het centrum van Winterswijk nodig om de economische ontwikkelingskansen en attractiviteit op de langere termijn te waarborgen. De herontwikkeling van het gebied Notaristuin/Bossesteeg, met toevoeging van nieuw winkelvastgoed, is daarbij een sleutelproject.

De Notaristuin is van oudsher een sfeervolle, romantische tuin. De kwaliteiten van de tuin worden op dit moment onvoldoende benut. De centrale ligging van de Notaristuin biedt kansen om zowel inwoners als bezoekers van Winterswijk in een drukke omgeving een moment van rust te bieden in een prachtig verzorgde tuin waar de geschiedenis wordt geproefd.

Proces

De herstructurering van het gebied is een typisch binnenstedelijke opgave waarbij belangen van gemeente, eigenaren en gebruikers in balans moeten worden gebracht. De overheid moet voorwaarden creëren die ondernemers uitdagen om te investeren in vastgoedontwikkeling en exploitatie van zaken.

In 2007 hebben inwoners, ontwikkelaars, ondernemers en vertegenwoordigers van diverse maatschappelijke organisaties tijdens zogenoemde charrettes meegedacht en mee-ontworpen aan de Notaristuin/Bossesteeg.

In 2008 is een stedenbouwkundig plan vastgesteld voor dit gebied. Hierin zijn uitgangspunten geformuleerd, die aansluiten bij deze detailhandelsvisie. Als uitwerking op het stedenbouwkundig plan is in 2010 een inrichtingsplan voor de openbare ruimte opgesteld. Dit met veel aandacht voor behoud en ontwikkeling van groene elementen.

Diverse ondernemers hebben ontwikkelplannen grenzend aan de Notaristuin/Bossesteeg. De gemeente treedt hier op als regisseur om te sturen op de kwaliteit van de plannen.

De herinrichting van de Notaristuin wordt in 2011 gerealiseerd. Bijzonder element in de tuin wordt een kunstwerk. Over het beheer en onderhoud van de Notaristuin worden nadere afspraken gemaakt. Voor de zijde Roelvinkstraat wordt een nieuw bestemmingsplan opgesteld, met mogelijkheden voor detailhandel. Dit in samenspraak met betrokken partijen.



6.4 Aanpak aanloopstraten

De aanloopstraten moeten worden versterkt, in een compactere vorm dan nu. In deze paragraaf worden de uitgangspunten benoemd voor een actiegericht aanpak.

In de verschillende aanloopstraten staan diverse panden leeg. Belangrijk actiepoint is om te bezien of winkels uit minder kansrijke winkelgebieden hiernaartoe willen verplaatsen. Nieuwe ondernemers zijn vaak niet goed bekend met de potentie van een bepaalde straat. Zij zullen daardoor niet in eerste instantie denken aan vestiging aldaar. Het uitdragen van de mogelijkheden van de Meddo-

sestraat, de Ratumsestraat en de Spoorstraat kan deze potentiële nieuwe ondernemers op het idee brengen zich op deze plek te vestigen.

De betrokkenheid van vastgoedeigenaren is noodzakelijk om de leegstand in de aanloopstraten te bestrijden en bijvoorbeeld de woonfunctie te versterken. Door hen op de hoogte te stellen van de mogelijkheden, kunnen ook zij een steentje bijdragen aan het vinden van een geschikte invulling. Makelaars hebben veelal directe contacten met de vastgoedeigenaren en zij kunnen hierin een intermediaire rol spelen.

In overleg met de vastgoedeigenaren kan actie worden ondernomen om de etalages tijdelijk in te vullen. Hoewel dit slechts camouflage van de leegstand is, levert zo'n tijdelijke oplossing zeker een positieve bijdrage aan de presentatie van de straat. De toekomstige invulling van de aanloopstraten wordt doorvertaald in diverse bestemmingsplannen. Dit op basis van de uitgangspunten, zoals in deze visie zijn opgenomen.

6.5 Actieplan detailhandelsvisie Winterswijk

Hierna worden de belangrijkste acties en maatregelen voor Winterswijk benoemd. Veel acties behoeven nadere uitwerking, nadat betrokken partijen hun standpunten en prioriteiten hebben bepaald. Andere acties zijn, in enigerlei vorm, in voorbereiding. De uitwerking van actiepunten is in praktijk in hoge mate afhankelijk van de beschikbare capaciteit en financiën. Vaak zijn allerlei varian-

ten in de uitwerking mogelijk en kunnen actiepunten worden gecombineerd, wat sterk kostenbesparend kan zijn. De kracht van dit integrale actieprogramma is de onderlinge versterking van maatregelen. Er wordt een vliegwiel in gang gezet waarvan heel Winterswijk (en de regio!) profiteert.

Een actieprogramma als dit kan nooit strak worden afgebakend. Gaandeweg de uitvoering zullen altijd nieuwe, nu nog onvoorspelbare oplossingen worden aangedragen voor versterking van de detailhandelsstructuur. Dat is alleen maar goed. Jaarlijks moet het overzicht door gemeente en ondernemers worden geëvalueerd, waarbij actiepunten kunnen worden aangescherpt, toegevoegd of verwijderd. Voor de verdere toelichting en de achtergronden van de acties verwijzen wij naar de vorige hoofdstukken.

Samenwerking staat voorop

Een goede uitvoering van het programma kan niet zonder enthousiaste trekkers. Per actiepunt worden dan ook eerst de primaire trekkers benoemd, daarna de belangrijkste andere betrokkenen. Waar ondernemers worden vermeld als partij, kan vaak ook de ABH City Vereniging worden gelezen.

De actiepunten met de vermelding *'Quick Win'* kunnen op korte termijn worden uitgevoerd, zijn in hoge mate tastbaar en dus bij uitstek geschikt om de voortvarendheid van Winterswijk in het algemeen en het centrum in het bijzonder als winkelbestemming aan te tonen. Ondernemers en consumenten zien dat er in dat opzicht werkelijk wat gebeurt en worden gestimuleerd om aan te sluiten.

Financiering

Veel van de benoemde acties zijn meer afhankelijk van organisatie en inzet van mensen dan van financiële middelen.

Bepaalde projecten vergen echter ontegenzeggelijk een hoge financiële inzet, zoals herinrichting van de Notaristuin/Bossesteeg gecombineerd met de realisatie van nieuw winkelvastgoed en verkleining en revitalisering van aanloopstraten. Een belangrijk deel daarvan komt voor rekening van commerciële partijen. Juist daarom is het belangrijk om vanuit een strategische aanpak en sterk onderbouwde integrale plannen te werken met heldere (financiële) afspraken tussen gemeente, eigenaren en marktpartijen.

De begroting en bijbehorende financiering is onderdeel van de verdere uitwerking van het actieplan.

Samenwerking

Actiepunt	Trekker	Betrokkenen	Periode	Prioriteit
Ondernemersnetwerken inzetten voor contacten met potentiële nieuwe ondernemers.	O	KvK, HBD, SWM	doorlopend	●●●
Verder ontwikkelen ondernemersloket	G	O, KvK, HBD	2012, vervolgens doorlopend	●●●
Ondersteuning bij bedrijfsopvolging	O	KvK, MKB	2012, vervolgens doorlopend	●●●
Verkennen draagvlak 'Centrummanagement 2.0'	G	O, KvK, HBD	2012	●●●

Herontwikkeling Notaristuin Bossesteeg

Actiepunt	Trekker	Betrokkenen	Periode	Prioriteit
Regie planinitiatieven door een gemeentelijk projectleider	G	O	2011-2013	●●●
Opstellen bestemmingsplan zijde Roelvinkstraat	G	O, M, B	2011/2012	●●●
Herinrichting Notaristuin	G	O, B	2011	●●●

Aanpak aanloopstraten

Actiepunt	Trekker	Betrokkenen	Periode	Prioriteit
Vergroten bekendheid van mogelijkheden Meddosestraat, Ratumsestraat en de Spoorstraat	O	G, E	2012, vervolgens doorlopend	●●●
Overleg vastgoedeigenaren om leegstand tegen te gaan	O	G, E	2012, vervolgens doorlopend	●●●
Tijdelijke invulling etalages	O	E, SWM	2012, vervolgens doorlopend	●●●
Meddosestraat: regie planinitiatieven door een gemeentelijk projectleider	G	O	2011-2013	●●●

Aanvullende uitvoeringsmaatregelen

Actiepunt	Trekker	Betrokkenen	Periode	Prioriteit
Behouden en versterken van de markt als bruisend hart (horeca en evenementen) van het centrum van Winterswijk	G	O, B	2012-2013	●●
Herinvulling oude raadhuis met unieke publieksfunctie raakvlak cultuur(historie), leisure, horeca	G	O, M	2011-2012	●●
Uitwerking visie Spoorzone met ruimte voor vernieuwende leisure, sport, cultuur en horeca	G	M, O	2011-2012	●●
Optimaliseren inrichting (zitbanken, groen, bloemen) en onderhoud openbare ruimte	G	O	Doorlopend	●
Bewustwording en handhaving beeldkwaliteitsplan 'Centrum'	G	O	Doorlopend	●●
Geen parkeerfunctie Markt in zomerseizoen	G	O	2012-doorlopend	● Quick Win!
Keurmerk Veilig Ondernemen in Winkelgebieden	O	G, P, B, HBD	Doorlopend	●●● Quick Win!

Actiepunt	Trekker	Betrokkenen	Periode	Prioriteit
Samenwerking detailhandel, horeca, cultuur, vrijetijdseconomie	G	O	Doorlopend	●●
Jaarlijks opstellen actieplan ondernemersfonds	O	G	Doorlopend	●●● Quick Win!
Doorvertalen detailhandelsvisie naar bestemmingsplannen en stedenbouwkundige visie	G	O, B	Indien noodzakelijk	●

Prioriteit: ● laag ●● midden ●●● hoog

Legenda

G	= Gemeente
O	= Ondernemers (ABH City Vereniging)
M	= Marktpartijen, Projectontwikkelaars
E	= Eigenaren vastgoed
KvK	= Kamer van Koophandel
HBD	= Hoofdbedrijfsschap Detailhandel
MKB	= MKB-Nederland
P	= Politie
B	= Bewoners
SWM	= Stichting Winterswijk Marketing
Br	= Brandweer
J	= Ja
N	= Nee

Bijlagen

Bijlage 1: Samenstelling begeleidingscommissie

Naam	Organisatie
Ilse Saris	Gemeente Winterswijk
Arjen Vedder	Gemeente Winterswijk
Nicolle Clemens	Gemeente Winterswijk
Michel Frenken	ABH City vereniging Winterswijk
Inez Lückman	ABH City vereniging Winterswijk
Bart Milikan	ABH City vereniging Winterswijk
Jurgen ten Have	Kamer van Koophandel
Johan Bouwman	Hoofdbedrijfschap Detailhandel
Fons Catau	Woonstichting De Woonplaats

Bijlage 2: Aanbodanalyse

Tabel: winkelaanbod kern Winterswijk vergeleken met vergelijkbare plaatsen

	Kern Winterswijk		Vergelijkbare plaatsen met 20.000 tot 30.000 inwoners	
	a.w.	m² wvo	a.w.	m² wvo
Levensmiddelen	40	12.486	29	7.281
Persoonlijke verzorging	8	1.305	8	1.240
Warenhuis	1	966	1	889
Kleding en mode	47	8.316	30	4.983
Schoenen en lederwaren	11	3.644	6	1.480
Juwelier optiek	6	418	7	453
Huishoudelijke en luxe artikelen	9	2.491	5	1.034
Antiek en kunst	1	243	1	209
Sport en spel	9	14.938	6	1.898
Hobby	8	545	4	452
Media	7	926	5	662
Dier en plant	9	4.650	10	6.090
Bruin- en witgoed	11	1.989	7	1.095
Fietsen en autoaccessoires	7	1.907	5	969
Doe-het-zelf	5	3.985	6	4.805
Wonen	39	28.110	19	12.068
Overige detailhandel	20	4.660	7	1.454
Totaal	238	91.579	155	47.063

Benchmark

Het winkelaanbod in het centrum van Winterswijk is vergeleken met het aanbod in een aantal (min of meer) vergelijkbare centrumgebieden. Voor de benchmark is gekozen voor de centra van Venray, Meppel, Heerenveen, Barneveld, Rijssen, Waalwijk, Schagen en Sneek. Dit zijn centrumgebieden in plaatsen met 18.000 à 33.000 inwoners met een zekere regionale verzorgingsfunctie. In onderstaande tabel is een overzicht opgenomen van het aanbod op branchegroepniveau in deze centra.

Uit de aanbodanalyse is gebleken dat het aanbod in alle branchegroepen in Winterswijk groot is. Met de resultaten uit de benchmark zijn daar de volgende nuances in aan te brengen:

- De leegstand is ten opzichte van de andere centrumgebieden van normale omvang.
- Ook de dagelijkse artikelensector blijkt van normale omvang te zijn. In Meppel, Heerenveen, Barneveld, Rijssen en Schagen is het dagelijkse artikelenaanbod omvangrijker.
- Uit de benchmark blijkt dat enkel in Schagen het aanbod aan mode & luxe kleiner is. Ten opzichte van plaatsen met een sterke regiofunctie is het aanbod aan mode & luxe in Winterswijk nog beperkt.
- In de branchegroep vrije tijd neemt het centrum van Winterswijk de vierde plek in, volgend op de centra van Sneek, Heerenveen en Meppel. Geconcludeerd kan worden dat het aanbod in deze branchegroep goed op peil is.
- Met circa 9.739 m² wvo is de branchegroep in/om het huis inderdaad zeer omvangrijk. In deze branchegroep is het aanbod het grootst ten opzichte van de referenties.

Tabel: Benchmark centrumgebieden

Centrumge- bieden	Leeg- stand	Dagelijks	Mode & Luxe	Vrije Tijd	In/Om Huis	Detail- handel overig	Totaal
Winterswijk	3.387	5.743	14.536	3.309	9.739	1.144	38.801
Venray	4.789	5.531	19.314	3.253	8.931	862	42.680
Meppel	2.741	9.096	21.793	3.540	6.516	944	44.630
Heerenveen	4.705	6.277	17.715	4.593	5.067	198	38.555
Barneveld	2.617	6.321	16.545	2.516	7.498	578	36.075
Rijssen	2.521	5.977	16.596	2.890	8.359	254	36.597
Waalwijk	6.370	5.383	18.591	2.906	6.253	495	39.998
Schagen	1.211	9.671	12.276	2.840	5.337	282	31.617
Sneek	3.935	3.721	19.891	5.122	8.496	489	41.654

Winkelaanbod in de tijd

In 2004 heeft MKB Reva de huidige en toekomstige mogelijkheden voor de winkelvoorzieningen in beeld gebracht. Wanneer het winkelaanbod in de kern Winterswijk in 2004 wordt vergeleken met het winkelaanbod in 2010, dan zien we dat het aanbod in de food-sector (levensmiddelen) met circa 2.400 m² wvo is toegenomen. In de non-foodsector (het niet-dagelijkse aanbod + het aanbod aan drogisterijartikelen) is met circa 15.000 m² wvo toegenomen.

Tabel: Winkelaanbod in de tijd

	Kern Winterswijk 2004 m² wvo	Kern Winterswijk 2010 m² wvo
Food	10.110	12.486
Non-food	63.812	79.039
Totaal	73.922	91.579

Bijlage 3: Verslag ondernemersworkshop

Hieronder zijn de uitkomsten uit de ondernemersworkshop samengevat die op 14 februari 2011 plaatsgevonden heeft in Winterswijk.

Algemene opmerkingen

- Het gratis parkeren en het vriendelijke, gezellige karakter maken het centrum van Winterswijk aantrekkelijk.
- De welstandscommissie moet beter toezien op het behouden en onderhouden van de gevels.

Stelling 1: Winterswijk moet haar regiofunctie verder versterken

- De promotie van Winterswijk kan nog sterker worden neergezet. 100% Winterswijk wordt gezien als een goede aanzet hiervoor.
- De Duitsers uit de kop van het Ruhrgebied kunnen nog meer verleid worden om naar Winterswijk te komen.
- De synergie tussen de koopzondagen en de evenementen kan nog worden vergroot. Sommige ondernemers zijn van mening dat het aantal koopzondagen (nu 4 per jaar) nog uitgebreid mag worden.

Stelling 2: Het centrum moet een structuurimpuls krijgen

- De ondernemers zijn van mening dat de Notaristuin ontwikkeld moet worden.
- De Aldi in het centrum dient uitgeplaatst te worden. De winkel die hiervoor in de plaats komt dient een ingang aan de winkelstraat te krijgen.

- De ontwikkeling op 't Spek-Ende en op de voormalige Super de Boer locatie geeft een kwaliteitsimpuls in het centrum.

Stelling 3: Het niet-dagelijks winkelaanbod moet worden uitgebreid

Een nieuwe modische trekker in het centrum zoals V&D of H&M zou de trekkracht naar het centrumgebied kunnen vergroten.

Stelling 4: Het centrum kan meer profiteren van Obelink

- Is zeer moeilijk te realiseren, omdat het bezoekgedrag naar Obelink heel anders is.
- Het herhalingsbezoek kan gestimuleerd worden, door bijvoorbeeld onder de bezoekers van Obelink maandelijks een weekendje weg in Winterswijk weg te geven.

Stelling 5: De detailhandel in Winterswijk moet veel beter inspelen op toerisme

- Ondernemers geven aan dat het de laatste jaren steeds meer bezoekers in de zomer naar Winterswijk komen. Er komen onder andere steeds meer gezinnen. Winterswijk kan volgens de ondernemers nog meer inspelen op het toerisme.
- De ondernemers hebben de indruk dat de hotels in Winterswijk niet heel erg goed floreren.

Stelling 6: Detailhandel en horeca moeten veel meer samen optrekken

- De horeca moet zoveel mogelijk geconcentreerd worden aan de Markt. De horeca in Winterswijk centrum bruist niet voldoende.

- De terrasfunctie op de Markt mag nog worden versterkt. De gemeente moet hier haar medewerking aan verlenen.
- Momenteel is het binnen het vigerende bestemmingsplan niet mogelijk om een bar/dancing/club te openen aan de Markt. Op deze manier kunnen jongeren meer gebonden worden.

Stelling 7: De culturele functie van het centrum moet worden versterkt

De vestiging van een museum in een aanloopstraat zou een toevoeging voor het centrum zijn.

Stelling 8: Er moeten meer activiteiten worden georganiseerd

Er worden al veel activiteiten georganiseerd. De activiteiten dienen verspreid te worden over het centrum, en niet alleen plaats te vinden op de Markt. Voor muziekevenementen worden er jaarlijks maar 3 vergunningen afgegeven op de Markt.

Stelling 9: De aanloopstraten zijn te lang

- De ondernemers beamen dat de aanloopstraten te lang zijn.
- De leegstand in de aanloopstraten is hoog.

Stelling 10: Het centrum is goed bereikbaar en biedt voldoende parkeergelegenheid

- De bewegwijzering vanuit de parkeerplaatsen naar het winkelgebied kan nog worden verbeterd.
- Over het algemeen is de bereikbaarheid van het centrum goed. 't Weurden vormt een drukke toegangsweg, met name Duitsers komen via deze kant het centrum in gereden. Met name in het weekend kan dit voor problemen zorgen.

- Het gratis parkeren vormt een sterk punt voor het centrum van Winterswijk. In het weekend is het parkeren een probleem. Ondernemers pleiten voor het realiseren van extra parkeerplaatsen dichtbij de winkels.
- Om terrassen mogelijk te maken op de Markt, moet parkeren in de zomer op de Markt niet langer worden toegestaan.

Stelling 11: De supermarkten liggen te verspreid over Winterswijk

- Het centrum profiteert van de supermarkten die aan de rand van het centrum liggen.

Stelling 12: Met 10 miljoen euro voor het centrum zou ik...

- De Notaristuin opknappen.
- De Bossesteeg aanpakken.
- Het pand van Wibra en Aldi aanpakken.
- Het aantal parkeerplaatsen uitbreiden.
- Een blauwe zone invoeren.
- De straatverlichting aanpakken.
- Een gevelsubsidie invoeren.
- Plaskruizen plaatsen in het weekend.
- De promotie en de marketing verbeteren.

Bijlage 4: Ondernemersonderzoek

Onder 174 winkeliers in het centrum van Winterswijk is in het kader van voorliggend onderzoek een vragenlijst verspreid. In totaal hebben 44 winkeliers de vragenlijst ingevuld (circa een kwart). De uitkomsten kunnen dus alleen als indicatief en richtinggevend worden beschouwd. Hierna worden de belangrijkste conclusies van het ondernemersonderzoek uitgelicht. Vervolgens wordt een compleet en gedetailleerd overzicht van alle gegeven antwoorden gegeven (zie tabellen).

Beoordeling omzet en omzetontwikkeling

Over de huidige omzet is bijna tweederde van de respondenten positief tot zeer positief. De beoordeling van de omzetontwikkeling over de afgelopen 3 jaren laat een iets minder positief beeld zien. Ruim de helft van de respondenten beoordeelt de omzetontwikkeling over de ze periode positief tot zeer positief.

Positieve beoordeling toekomstperspectief

Het toekomstperspectief wordt in het algemeen positief beoordeeld. Drievierde van de respondenten zegt positief tot zeer positief te zijn over de toekomst. Slechts een klein deel beoordeelt het toekomstperspectief negatief.

Sterke punten centrum Winterswijk

Ongeveer eenderde van de respondenten is van mening dat het gratis parkeren en de diversiteit van het winkelaanbod in het centrum van Winterswijk een sterk punt is. Ook de compacte opzet van

het centrum en de aanwezigheid van veel zelfstandige zaken wordt positief beoordeeld.

Een kwart van de respondenten is ontevreden over parkeren

Ongeveer een kwart van de respondenten vindt de huidige parkeersituatie een zwakte van het centrum van Winterswijk. Andere zwakke punten die worden aangehaald zijn de onaantrekkelijkheid van de entrees (de aanloopstraten), dat het centrum te uitgestrekt is en de leegstand. Het is opvallend dat verschillende respondenten de compacte opzet van het centrum een sterk punt vinden en dat tegelijkertijd respondenten aangeven dat het centrum te uitgestrekt is.

Versterkingsmogelijkheden centrumgebied

Bij gemiste winkels wordt H&M veruit het meeste genoemd, gevolgd door V&D. Qua voorzieningen wordt met name (hoogwaardige) horeca en een museum gemist in het centrum. De meningen over suggesties voor verbeteringen zijn zeer divers. Enkel het versterken van de verblijfsfunctie van de Markt en het verruimen van het aantal koopzondagen wordt door meerdere respondenten genoemd.

Merendeel tevreden over huidige vestigingslocatie

Het merendeel van de respondenten is positief tot zeer positief over de huidige vestigingslocatie. Slechts een kleine groep oordeelt negatief. Toch ondervindt ruim de helft van de respondenten problemen in de huisvesting c.q. de locatie van hun zaak. Het gaat dan met name om onvoldoende passanten, de matige parkeermogelijkheden en het beperkte oppervlakte van de bedrijfsruimte.

In het algemeen weinig investeringsplannen onder de respondenten

Van de ondernemers in het centrum duidt ruim de helft aan geen investeringsplannen te hebben ten aanzien van de huisvesting van hun zaak. Van de ondernemers die wel investeringsplannen hebben, wil het merendeel het interieur verbouwen. Het aantal ondernemers dat plannen koestert om uit te breiden is beperkt.

Toegevoegde waarde reclameheffing

Volgens de respondenten is de meerwaarde van de reclameheffing met name het uitsluiten van het freeridership en de extra financiële middelen. Slechts een klein deel van de ondernemers is van mening dat de reclameheffing geen toegevoegde waarde heeft.

Tabellen

Centrum Winterswijk: Ondernemerschap

	% aantal
Filiaal	9%
Franchise	9%
Zelfstandig	82%
Totaal	100%

Centrum Winterswijk: Eigendomssituatie

	% aantal
Huur	66%
Eigendom	34%
Totaal	100%

Centrum Winterswijk: Branchegroepen

	% aantal
Dagelijks	16%
Mode & luxe	45%
Vrije tijd	16%
In & Om Huis	18%
Overig	5%
Totaal	100%

Centrum Winterswijk: Leeftijd

	% aantal
Jonger dan 35 jaar	18%
35 tot en met 49 jaar	43%
50 tot en met 64 jaar	36%
Ouder dan 64 jaar	3%
Totaal	100%

Omdat de respons in het ondernemersonderzoek laag is (circa 25%), is in onderstaande tabellen in de volgende orde van grootte aangegeven welk aandeel van de respondenten een bepaald antwoord heeft gegeven:

- <20%
- 20% - 40%
- 40% - 60%
- 60% - 80%
- >80%

Centrum Winterswijk: Opvolging

Ja	••
Nee	••
Weet niet	••

Centrum Winterswijk: Functioneren

Zeer positief	•
Positief	•••
Neutraal	••
Negatief	•

Centrum Winterswijk: Omzetontwikkeling

Zeer positief	•
Positief	•••
Neutraal	••
Negatief	•
Weet niet – geen mening	•

Centrum Winterswijk: Toekomstperspectief

Zeer positief	•
Positief	••••
Neutraal	•
Negatief	•

Centrum Winterswijk: Vestigingslocatie

Zeer positief	•
Positief	•••
Neutraal	••
Negatief	•
Weet niet – geen mening	•

Centrum Winterswijk: Huisvestingsproblemen (meerdere antwoorden mogelijk)

Nee	•••
Ja, matige parkeermogelijkheden voor klanten	•
Ja, onvoldoende passanten	••
Ja, matige bevoorradingsmogelijkheden	•
Ja, te weinig of te kleine bedrijfsruimte	•
Ja, onpraktische indeling van de bedrijfsruimte	•
Ja, overig	•

Centrum Winterswijk: Investeringsplannen (meerdere antwoorden mogelijk)

Nee	••••
Nee, vanwege opheffing	•
Ja, verbouwing van het interieur	••
Ja, verbouwing van het exterieur (pui, gevel, e.d.)	•
Ja, vergroting van de publieks- /winkelruimte op de huidige locatie	•
Ja, vergroting van de opslag- / bedrijfsruimte op de huidige locatie	•
Ja, verplaatsing van mijn huidige zaak naar een locatie elders	•
Ja, andere investeringsplannen	•

Centrum Winterswijk: Sterke punten centrum (meerdere antwoorden mogelijk)

Gratis parkeren	••
Diversiteit (goede mix zelfstandig – filiaalbedrijf)	••
Compact, overzichtelijk	••
Couleur locale – veel zelfstandige zaken	••
Gezelligheid	•
Klantvriendelijk, gemoedelijk	•
Warenmarkt	•
Kwaliteit winkels	•
Ruim winkelaanbod	•
Regiofunctie - veel Duitse bezoekers	•
Aantrekkelijke markt (horeca)	•

Veel activiteiten	•
Toerisme	•
Ontwikkelingen die plaatsvinden	•
Aanwezigheid van veel filiaalbedrijven	•
Historie	•
Gevarieerd horeca-aanbod	•

Centrum Winterswijk: Zwakke punten centrum (meerdere antwoorden mogelijk)

Onvoldoende parkeergelegenheid	••
Onaantrekkelijke entrees (aanloopstraten niet uitnodigend)	•
Te uitgestrekt winkelgebied, geen winkelrondje	•
Leegstand	•
Parkeerbewegwijzering	•
Te veel uitzendbureaus in centrum	•
Matig onderhoud winkelpanden	•
Straatstenen slecht gevoegd	•
Verstop van de aanvoerwegen in het weekend	•
Te weinig koopzondagen	•
Te weinig samenwerking ondernemers	•
Bewegwijzering voor voetgangers	•
Alle activiteiten worden op de Markt georganiseerd	•
Kwaliteit Bossesteeg	•
Weinig straatverlichting	•
Te veel uitstallingen	•
Winkelopeningstijden niet uniform	•
Kerk op de Markt vormt barrière	•

Centrum Winterswijk: Gemiste winkels (meerdere antwoorden mogelijk)

H&M	••
V&D	•
Dierenspeciaalzaak	•
C&A	•
Xenos	•
Media Markt	•
Vero Moda	•
McDonald's	•
Marskramer	•
Kookwinkel	•
Dille & Kamille	•
We Women	•
Only	•
Purdey	•
Sasha	•
Manfield	•

Centrum Winterswijk: Gemiste voorzieningen

(hoogwaardige) horeca	•
Museum	•
Openbaar toilet	•
Fietsenstalling	•
Uitgaansgelegenheden	•
FEBO, McDonald's, Burger King	•
VVV	•
Informatiebord op de Markt	•
Skatepark	•
Speelgelegenheid voor kinderen	•

Centrum Winterswijk: Suggesties voor verbetering (meerdere antwoorden mogelijk)

	% aantal
Versterking verblijfsfunctie Markt	•
Verruimen aantal koopzondagen	•
Autovrij maken Markt	•
Informatiepunt(en)	•
Gevelverbetering	•
Meer verlichting	•
Versterking horeca	•
Meer terrassen	•
Geen uitzendbureaus in winkelstraten	•
Openbaar toilet	•
Fietsenstalling	•
Minder koopzondagen	•
Aldi uit het centrum plaatsen	•
Meer evenementen	•
Een nieuwe supermarktvestiging	•
Parkeergarage	•
Verbetering warenmarkt	•
Aantrekkelijk maken aanloopstraten	•
Parkeerverwijssysteem	•
Samenwerking verbeteren	•
Leegstand terugdringen	•

Centrum Winterswijk: Toegevoegde waarde reclameheffing (meerder antwoorden mogelijk)

	% aantal
Alle ondernemers betalen mee	••••
Meer financiële middelen	••••
Verbeteren van de samenwerking	•••
Kwaliteitsverhoging en uitbreiding activiteiten	•••
Geen toegevoegde waarde	•
Anders	•

Bijlage 5: Analyse vraagstructuur voorzieningen

1. Bevolking

In november 2009 bedroeg het inwonertal in de gemeente Winterswijk 29.080 inwoners¹⁹. Hiervan wonen 23.716 in de kern Winterswijk en de overige 5.364 inwoners in de buurtschappen. De bevolking in de gemeente zal de komende jaren licht afnemen naar circa 28.900 inwoners in 2020. Dit is ten opzichte van 2009 een afname van circa 0,5%²⁰.

Tabel: Aantal inwoners gemeente Winterswijk

Gemeente Winterswijk	Totaal
Kern Winterswijk	23.716
Brinkheurne	274
Corle	272
Henxel	278
Huppel	412
Kotten	812
Meddo	1.434
Miste	673
Ratum	358
Woold	851
Totaal	29.080

¹⁹ Gemeente Winterswijk

²⁰ Primos prognose, 2009

Tabel: Bevolkingsprognose gemeente Winterswijk

	Bevolkingsprognose
2015	29.088
2020	28.927
2025	28.778

Bron: Primos prognose, 2009

Bevolkingsafname Noordrijn-Westfalen

In de Duitse deelstaat Noordrijn-Westfalen zal de bevolking gaan krimpen met circa 10% tot 2050. Dit betekent dat het draagvlak voor het voorzieningenaanbod in Winterswijk kleiner wordt.

Woningvoorraad gemeente Winterswijk

Voor de Achterhoek staan momenteel zo'n 14.000 te bouwen woningen in de planning. De Achterhoekse colleges hebben afgesproken dit aantal naar beneden toe bij te stellen. In de periode 2010 – 2020 worden er circa 5.900 woningen gebouwd in de regio Achterhoek. Winterswijk heeft een woningbouwopgave voor de periode 2010 – 2020 van maximaal 685 woningen. Per jaar vindt monitoring plaats over de woningbouwprogrammering in de Achterhoek.

2. Inkomensniveau

Het gemiddeld besteedbaar inkomen in de gemeente Winterswijk ligt met € 11.900,- per hoofd van de bevolking per jaar circa 10% onder het landelijke gemiddelde inkomen van € 13.300,-²¹. In de distributieplanologie is het gebruikelijk een correctie op het bestedingscijfer toe te passen indien het inkomensniveau meer dan 5%

²¹ Bron: CBS 2009, peiljaar 2006

afwijkt van het landelijk gemiddelde. Daarom hanteren we gecorrigeerde bestedingscijfers voor het benaderen van het economisch functioneren. Hierbij wordt uitgegaan van een inkomenselasticiteit van 0,25% in de dagelijkse en 0,50% in de niet-dagelijkse artikelensector. De gecorrigeerde bestedingen per hoofd van de bevolking per jaar bedragen in Winterswijk circa € 2.152,- aan dagelijkse en circa € 2.444,- aan niet-dagelijkse artikelen.

3. Koopkrachtbinding- en toevloeiing

Koopkrachtbinding dagelijkse artikelensector

De meest recente gegevens over de koopstromen in de gemeente Winterswijk zijn te herleiden uit het telefonisch consumentenonderzoek in 2004²². Ten tijde van dit onderzoek is een koopkrachtbinding in de dagelijkse artikelensector op de gemeente Winterswijk gemeten van 95%. Ten opzichte van landelijke kengetallen²³ is dit een vrij hoge koopkrachtbinding (94%).

Koopkrachttoevloeiing dagelijkse artikelensector

De koopkrachttoevloeiing naar de gemeente Winterswijk is vanwege het sterke supermarktaanbod en het beperkte dagelijkse aanbod in de regio groot. Bovendien trekken de Nederlandse supermarktketens ook veel bezoekers uit Duitsland. In 2004 is de koopkrachttoevloeiing in de dagelijkse artikelensector ingeschat op 30%. Gezien de komst van de megasupermarkt van Jumbo is het de verwachting dat de koopkrachttoevloeiing in de dagelijkse artike-

lensector nog enigszins gestegen is. Daarom schatten wij de koopkrachttoevloeiing in de dagelijkse artikelensector in op 30-35%.

Koopkrachtbinding niet-dagelijkse artikelensector

In 2004 heeft MKB Reva in de niet-dagelijkse artikelensector een koopkrachtbinding op de gemeente gemeten van 87%. Ten opzichte van landelijke kengetallen (circa 76%) is dit relatief hoog. Het huidige functioneren van de detailhandel in de niet-dagelijkse artikelensector wordt ingeschat op centrumniveau. Hierbij gaat BRO uit van een koopkrachtbinding van 60% van de eigen inwoners op het centrum van Winterswijk. De overige 27% komt terecht bij de overige winkels in de gemeente Winterswijk, waaronder de Europalaan, Obelink en solitair gelegen winkels.

Koopkrachttoevloeiing niet-dagelijkse artikelensector

In de niet-dagelijkse artikelensector heeft de gemeente een koopkrachttoevloeiing van circa 50% (MKB Reva, 2004). BRO schat in dat circa 35% hiervan terechtkomt in het centrum.

²² Bron: MKB Reva, huidige en toekomstige mogelijkheden voor de winkelvoorzieningen te Winterswijk

²³ Bolt, Winkelvoorzieningen op waarde geschat (2003)