

# Verkendend onderzoek detailhandelsvisie

Gemeente Wierden

Eindrapport



# Verkennend onderzoek detailhandelsvisie

Gemeente Wierden

Eindrapportage

Rapportnummer:	203x00540.052343_3
Datum:	23 juni 2009
Contactpersoon opdrachtgever:	Dhr. H. van Triest
Projectteam BRO:	Ruth Bervoets, Jan Carel Jansen Venneboer
Trefwoorden:	Detailhandel, Wierden, Enter, Centrumplan
Bron foto kaft:	Hollandse Hoogte
Beknopte inhoud:	Speerpunt in het beleid van de gemeente Wierden is het verbeteren van de dorpscentra van Wierden en Enter. Terwijl beide centrumplannen al in een gevorderd stadium verkeren, ontbeert de gemeente een Structuurvisie Detailhandel. De vraag is dan ook gerezen of het voor de gemeente Wierden zinvol is om een nieuwe Structuurvisie Detailhandel op te stellen.

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

Inhoudsopgave	pagina
<b>1. INLEIDING</b>	<b>3</b>
1.1 Aanleiding	3
1.2 Probleemstelling	3
1.3 Totstandkoming	4
1.4 Opzet	4
<b>2. VERTREKSITUATIE</b>	<b>5</b>
2.1 Inleiding	5
2.2 Winkelaanbod	5
2.3 Concurrentiepositie	13
2.4 Draagvlak	14
2.5 Functioneren	17
<b>3. TRENDS &amp; ONTWIKKELINGEN</b>	<b>19</b>
3.1 Dynamiek in Wierden & Enter	19
3.2 Dynamiek in de regio	22
3.3 Dynamiek in Nederland	22
<b>4. VERBETERPUNTEN EN AANBEVELINGEN</b>	<b>25</b>
4.1 Analyses als basis	25
4.2 Marktmogelijkheden	25
4.3 Aanknopingspunten	26
4.4 Ruimtelijk-functionele verbeterpunten en suggesties	27
4.5 Conclusies & aanbevelingen	31
<b>BIJLAGEN</b>	
Winkelaanbod	1
Referentie vloerproductiviteiten	5
Begrippenlijst	7



# 1. INLEIDING

## 1.1 Aanleiding

De gemeente Wierden, met ca. 23.480 inwoners, is gelegen in de provincie Overijssel en bestaat uit de dorpen Wierden en Enter en de buurtschappen Hoge Hexel, Notter, Zuna, Rectum en Ypelo. Met de centrumplannen voor de dorpen bouwt de gemeente aan de toekomst van Wierden- en Enter-Centrum. Het verbeteren van de dorpscentra is dan ook een speerpunt in het beleid. De ontwikkelingen zijn van belang voor het versterken van de centrumgebieden, elk op hun eigen niveau. Vooral deze centrumontwikkelingen zijn aanleiding voor voorliggend onderzoek. De gemeente ontbeert een Structuurvisie Detailhandel, terwijl beide centrumplannen wel al in een gevorderd stadium verkeren.

## 1.2 Probleemstelling

De centrale probleemstelling kan dan ook als volgt worden geformuleerd: *'Is het voor de gemeente Wierden zinvol om een nieuwe Structuurvisie Detailhandel op te stellen?'*

### Onderzoeksvragen

Om op de centrale probleemstelling een gericht antwoord te geven, wordt in dit onderzoek een antwoord geformuleerd op de volgende onderzoeksvragen:

- Wat is de huidige omvang en de branchering van de detailhandel in de gemeente Wierden en hoe verhoudt dit zich tot de landelijke cijfers, ook voor de kernen Wierden en Enter afzonderlijk?
- Wat zijn de belangrijkste kwalitatieve en ruimtelijk-functionele kenmerken van de detailhandel in de gemeente Wierden?
- Wat is het consumentenpotentieel, nu en in de toekomst?
- Hoe functioneert het detailhandelsaanbod in economisch opzicht (globaal)? Is er distributieplanologisch uitbreidingsruimte voor de detailhandel in de gemeente Wierden c.q. in de kernen Wierden en Enter?
- Wat is de visie van de lokale ondernemers op het huidige functioneren en het toekomstperspectief?
- Wat zijn de belangrijkste verbeterpunten ten aanzien van de ruimtelijk-economische verzorgingsstructuur van de kernen Wierden en Enter op hoofdlijnen?
- Geeft de analyse aanleiding tot het opstellen van een visie op de detailhandel dan wel tot andere vervolgstappen ter versterking van de detailhandelsstructuur?

### **1.3 Totstandkoming**

Voorliggend onderzoek is vanuit de gemeente Wierden begeleid door de verantwoordelijke ambtenaren van ruimtelijke ontwikkeling en economische ontwikkeling en bedrijven. Hun bijdragen over o.a. de ambities van de gemeente Wierden hebben voorliggend advies mede vorm gegeven.

Het opstellen van voorliggend advies is ook gebeurd met inbreng van het werkveld, namelijk vertegenwoordigers van de Wierdense Winkeliersvereniging en van de Enterse Ondernemersvereniging. Niet alleen voor het nodige draagvlak, maar ook om hun opvattingen over de bestaande knelpunten en het huidige functioneren én hun ideeën over de mogelijke (toekomstige) invullings- en ontwikkelingsrichtingen boven water te krijgen.

### **1.4 Opzet**

Gestart wordt met het schetsen van de vertreksituatie met aandacht voor het winkelaanbod in Wierden en Enter, de concurrentiepositie van dit winkelaanbod en het functioneren ervan. Speciale aandacht gaat daarbij uit naar de centrumgebieden van beide kernen. Vervolgens wordt het Wierdense en Enterse winkelaanbod gespiegeld aan de relevante markt- en andere ontwikkelingen. Op basis van deze analyses wordt een inschatting gemaakt van de kwantitatieve uitbreidingsmogelijkheden voor het winkelaanbod in beide kernen. Deze kwantitatieve (functionele) uitbreidingsmogelijkheden worden vervolgens, per kern, doorvertaald naar kwalitatieve (functionele) mogelijkheden en gekoppeld aan ruimtelijk-functionele verbeterpunten. Tenslotte wordt een aantal aanbevelingen gedaan over het (eventuele) vervolgtraject en wordt een concreet antwoord gegeven op de centrale onderzoeksvraag.

## 2. VERTREKSITUATIE

### 2.1 Inleiding

De gemeente Wierden, met plusminus 23.480 inwoners, bestaat uit de dorpen Wierden en Enter en de buurtschappen Hoge Hexel, Notter, Zuna, Rectum en Ypelo. In dit hoofdstuk wordt de huidige situatie onder de loep genomen, met vooral aandacht voor het winkelaanbod, het draagvlak voor dit winkelaanbod en het functioneren ervan.

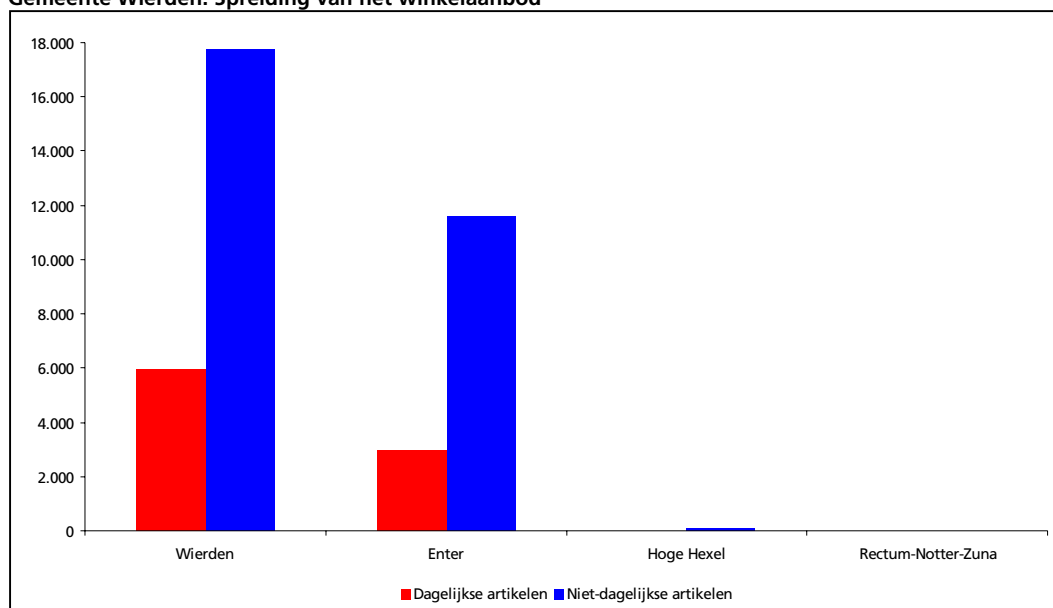
### 2.2 Winkelaanbod

Het gehele Wierdense winkelaanbod omvat ca. 38.340 m<sup>2</sup> wvo (winkelvloeroppervlak) verdeeld over 144 winkels. Met ca. 29.380 m<sup>2</sup> wvo (ruim 75% van het winkelvolumen) en 105 winkels is de niet-dagelijkse artikelensector duidelijk dominant. Met het winkelvloeroppervlak (wvo) wordt de voor het publiek toegankelijke, zichtbare, overdekte en ommuurde winkelruimte bedoeld. Dit is dus de ruimte exclusief magazijnen, kantoren en dergelijke.

#### Kernen Wierden en Enter staan centraal

Met respectievelijk 14.550 en 7.100 inwoners beschikken alleen de kernen Wierden en Enter over voldoende draagvlak om het bestaan van winkelaanbod te rechtvaardigen. In de buurtschappen is het draagvlak te beperkt en is dan ook geen winkelaanbod aanwezig, behalve Kwekerij Green Valley in Hoge Hexel. Logisch dat in voorliggend onderzoek de kernen Wierden en Enter centraal staan.

Gemeente Wierden: Spreiding van het winkelaanbod



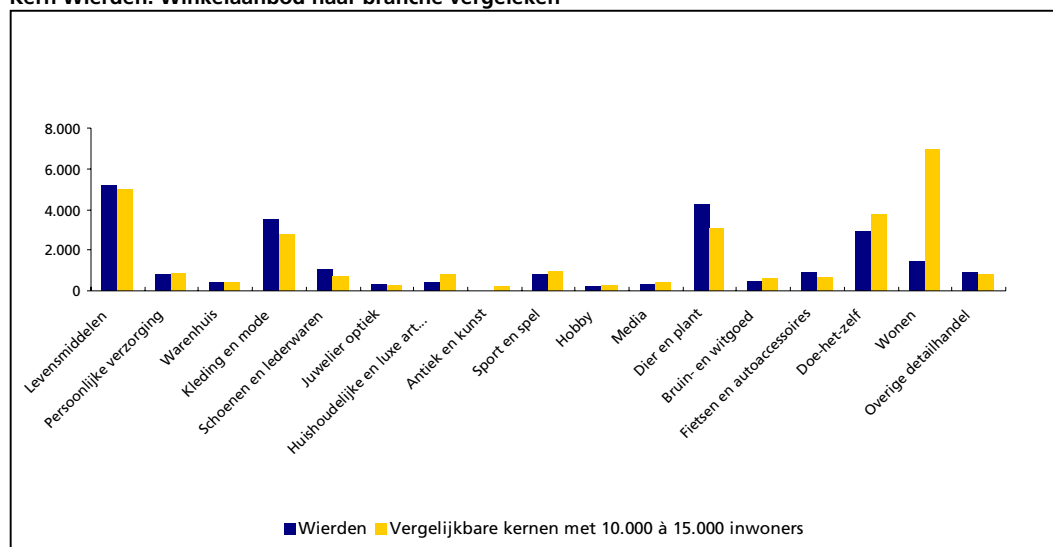
## 2.2.1 Kern Wierden

Gestart wordt met het in beeld brengen van het winkelaanbod in de kern Wierden, waarbij de aandacht zowel uitgaat naar het verspreid (solitair) als naar het centraal gevestigde winkelaanbod. Voor het gedetailleerde cijfermateriaal wordt verwezen naar bijlage 1 'Winkelaanbod'.

### Achterblijvend niet-dagelijks artikelenaanbod in de kern Wierden

Met 23.680 m<sup>2</sup> wvo beschikt de kern Wierden over het omvangrijkste winkelaanbod. Echter, in verhouding tot het inwonertal beschikt de kern over een eerder beperkt winkelaanbod. De niet-dagelijkse artikelensector is duidelijk minder goed vertegenwoordigd dan in vergelijkbare kernen. Dat komt in de eerste plaats door het achterblijvende woonaanbod, maar ook het aanbod aan doe-het-zelf (bijvoorbeeld Multi-mate) én huishoudelijke & luxeartikelen blijft ruim achter op de vergelijkbare cijfers. De branches dier & plant (Tuincentrum aan de Tweede Lageveldsweg van ca. 3.000 m<sup>2</sup> wvo), kleding & mode én schoenen & lederwaren zijn juist goed vertegenwoordigd.

Kern Wierden: Winkelaanbod naar branche vergeleken



### Dagelijkse artikelensector op peil

De dagelijkse artikelensector in de kern Wierden zit goed op peil, met o.a. de vijf supermarkten Albert Heijn (1.200 m<sup>2</sup> wvo), Supercoop (810 m<sup>2</sup> wvo), Aldi (610 m<sup>2</sup> wvo), Lidl (875 m<sup>2</sup> wvo) en Jumbo (800 m<sup>2</sup> wvo) én de drie drogisterijen Schlecker (180 m<sup>2</sup> wvo), Kruidvat (355 m<sup>2</sup> wvo) en Etos (240 m<sup>2</sup> wvo). Het aanbod aan versspecialzaken is divers en redelijk compleet te noemen. Een parfumerie, bijvoorbeeld Ici Paris XL, Douglas, is niet aanwezig.



### Veel verspreid, solitair gevestigd winkelaanbod

De kern Wierden kent veel verspreid winkelaanbod. Niet minder dan 50% van het winkelvolumen (11.745 m<sup>2</sup> vvo) bevindt zich verspreid in de kern. Dit aanbod is vaak solitair gevestigd, bijvoorbeeld Multimate (1.600 m<sup>2</sup> vvo), Tuincentrum Wierden (3.000 m<sup>2</sup> vvo), Dijkstra Houthandel Wierden (750 m<sup>2</sup> vvo), etc. Een beperkt aantal winkels bevindt zich op de bedrijventerreinen Violenhoek, Het Kluinveen en Hogelucht, bijvoorbeeld Babyhoek Pinokkio (75 m<sup>2</sup> vvo), Zonwering Boko (25 m<sup>2</sup> vvo), Openhaarden Centrum (460 m<sup>2</sup> vvo), etc. De kern Wierden beschikt niet over wijk- en buurtwinkelcentra (ondersteunende winkelgebieden), noch over een grootschalige winkelconcentratie.



### Vier van de vijf supermarkten zijn 'verspreid' gevestigd

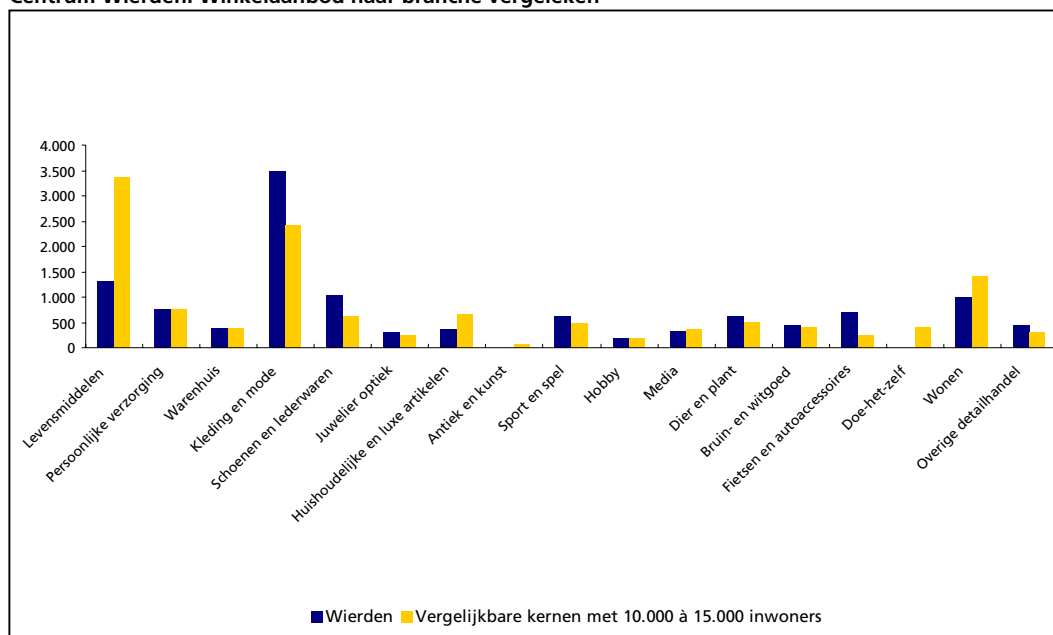
Opvallend binnen de winkelstructuur van de kern Wierden zijn de 'solitaire' locaties van de supermarkten, buiten het centrum. De Supercoop is helemaal in de uiterst noordwestelijke hoek van de woonkern gevestigd, maar ook Albert Heijn en Jumbo zijn redelijk ver en niet op loopafstand van het centrum verwijderd. In principe behoort ook discounter Lidl aan de Nijverdalsestraat niet (meer) tot het centrumgebied. Wat maakt dat enkel Aldi 'centraal' gevestigd is.



### Redelijk compleet dagelijks artikelenaanbod in Wierden-Centrum

De overige 50% van het winkelvolumen (11.935 m<sup>2</sup> vvo) bevindt zich in het centrum van Wierden. In verhouding tot het inwonertal van de kern beschikt het centrumgebied over een (opvallend) beperkt dagelijks artikelenaanbod. De levensmiddelenbranche blijft niet minder dan 2.000 m<sup>2</sup> vvo achter op het vergelijkbare cijfer. Echter, dit verdient enige nuancering omdat de drie supermarkten Albert Heijn, Jumbo en Lidl net buiten het centrumgebied liggen. Indien ook zij tot het aanbod van het centrum worden gerekend, kan worden gesteld dat de levensmiddelenbranche op een meer dan behoorlijk niveau zit. Naast het diverse supermarktaanbod beschikt Wierden-Centrum over een redelijk compleet aanbod aan versspecialzaken, bijvoorbeeld bakkerij(en), visspecialzaak, slagerij, slijterij, kaasspecialzaak, poelier, reform en dagbladwinkel. De eerder aangehaalde drogisterijen (3) zijn alle in het centrum gevestigd.

Centrum Wierden: Winkelaanbod naar branche vergeleken



### Omvangrijk recreatief winkelaanbod in Wierden-Centrum

In verhouding tot het inwonertal beschikt Wierden-Centrum over een omvangrijk recreatief (warenhuis, kleding & mode, schoenen & lederwaren) winkelaanbod. Met name de branches kleding & mode en schoenen & lederwaren lopen voor op de vergelijkbare cijfers. Enkele (landelijke) bekende winkelformules zijn Scapino, Ter Stal, Zeeman, Tuunte Fashion, Bonita en Takko Fashion. Zij zijn echter ondergeschikt aan de (overwegend goede) lokale winkeliers, bijvoorbeeld Modeplein De Brink, Nice, Nice Shoes, Jan Pas Schoenenhuis, Van Gessel Herenmode, Finezze Lingerie en De Kleine Maatjes.



### Rijwielen en sport & spel sterk, huishoudelijke & luxeartikelen en wonen zwak

Met de rijwielenzaken Van den Broeke, Bike Tuning Wierden en deels ook Van Ravenhorst ligt ook het rijwielenaanbod in Wierden-Centrum boven het vergelijkbare cijfer. Idem voor de branche sport & spel met de speelgoedzaken Intertoys, Top 1 Toys en Annabell's Poppenshop en deels sportzaak Van Ravenhorst. Branches die qua omvang sterk achterblijven op de vergelijkbare cijfers zijn huishoudelijke & luxeartikelen met Blokker en Wereldwinkel Wierden en wonen met bijvoorbeeld Maris Wonen, Jean Teak en Wonen en Domestiq Woonaccessoires.

## Beoordeling Wierden-Centrum

Voorgaande kwantitatieve analyse in combinatie met onze observatie ter plekke (kwalitatieve aspecten) én de inbreng van vertegenwoordigers van de Wierdense Winkeliersvereniging mondt uit in onderstaande beoordeling van het centrum van Wierden, bestaande uit een overzicht met sterkten en zwakten van het centrumgebied. Opgemerkt dient te worden dat middels het Centrumplan Wierden binnenkort uitvoering zal gegeven worden c.q. al uitvoering wordt gegeven aan het verbeteren van een groot deel van de aangegeven zwakten.

---

### Sterkten

---

#### Functioneel

---

- Dorps karakter, gemoedelijke sfeer & bediening (service & klantvriendelijkheid)
  - Compleet boodschappenaanbod
  - Complementair supermarktaanbod, doch overwegend buiten het centrum
  - Goed aanvullend niet-dagelijks artikelenaanbod
  - Goede mix landelijk bekende winkelformules en lokale, zelfstandige winkeliers
  - Trekkende elementen, o.a. HEMA, Jan Pas Schoenhuis, Van den Broeke, Nice, Nice Shoes, etc.
  - Veel dynamiek en nieuwe zaken, bijvoorbeeld Van Gessel Herenmode & Finezze Lingerie
  - Wekelijkse warenmarkt op dinsdagmorgen
- 

#### Ruimtelijk

---

- Compact kernwinkelgebied, driehoek gevormd door Nijverdalsestraat, Marktstraat en Stationsstraat
  - Autobereikbaarheid
  - Gratis parkeren én voor de deur
  - Uitstraling individuele panden, bijv. De Oale Markt, Finezze Lingerie, Meinders De Echte Bakker, etc.
- 

### Zwakten

---

#### Functioneel

---

- Ontbreken 'echte' ontmoetingsplek (hart)
  - Beperkt horeca-aanbod
  - Nauwelijks synergie met overige centrumvoorzieningen, zoals horeca, Openbare Bibliotheek, etc.
  - Trekkkracht Binnenhof beperkt, (te) weinig loop
  - Trekkkracht HEMA beperkt wegens verborgen ligging
- 

#### Ruimtelijk

---

- Geen duidelijke begrenzing van het centrumgebied vanwege ontbreken duidelijke entrees
  - Geen duidelijke looproute
  - Geen onderscheid in (sfeer)deelgebieden
  - Situering supermarkten buiten het centrumgebied
  - Verborgene Binnenhof (nauwelijks loop)
  - Geïsoleerde ligging van Tolgaarde
  - Langgerekte Stationsstraat (onderbrekingen winkelfront)
  - Hinder van (doorgaand) autoverkeer
  - Parkeren niet evenwichtig verdeeld, maar vooral in het zuiden geregeld
  - Nogal doelgericht ingericht, vandaar onvoldoende gezellig
  - Uitstraling entree, kruispunt Rijssensestraat - Burgemeester J.C. van Den Bergplein
  - Uitstraling Tolgaarde
  - Uitstraling Binnenhof: Blinde gevels, stenig karakter, etc.
-

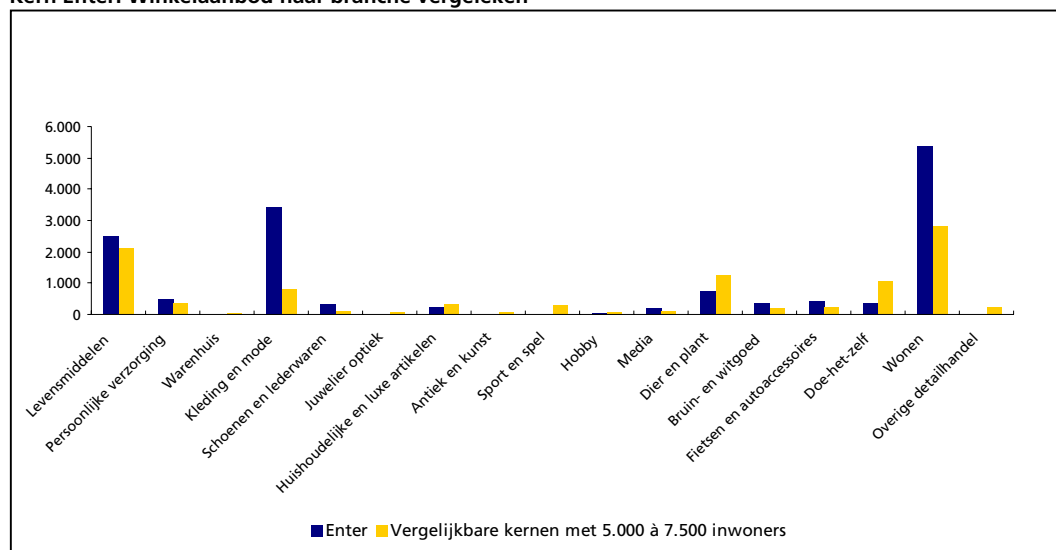
## 2.2.2 Kern Enter

Hier wordt nader ingegaan op het winkelaanbod in de kern Enter, dat met 14.590 m<sup>2</sup> vwo beduidend minder omvangrijk is dan het Wierdense winkelaanbod. Wederom wordt een onderscheid gemaakt in verspreide bewinkeling enerzijds en het winkelaanbod in het centrum anderzijds. Voor het gedetailleerde cijfermateriaal wordt verwezen naar bijlage 1 'Winkelaanbod'.

### Zeer omvangrijk aanbod aan kleding & mode en wonen

In verhouding tot het inwonertal beschikt de kern Enter over een opvallend ruim winkelaanbod, dat meer dan 40% omvangrijker is dan gemiddeld voor een kern van deze omvang. Dat komt in de eerste plaats door het omvangrijke niet-dagelijkse artikelenaanbod. Vooral het ruime aanbod aan kleding & mode (Roetgerink), maar ook aan wonen, is opvallend. Ter vergelijking, in Enter is ongeveer een even groot aanbod aan kleding & mode als in Wierden gevestigd en is het woonaanbod ruim 2,5 keer zo groot. Ondervertegenwoordigde branches zijn o.a. doe-het-zelf, dier & plant en sport & spel.

Kern Enter: Winkelaanbod naar branche vergeleken



### Dagelijkse artikelensector goed vertegenwoordigd

Met ca. 3.000 m<sup>2</sup> vwo ligt ook de dagelijkse artikelensector boven het vergelijkbare cijfer van ca. 2.480 m<sup>2</sup> vwo. Het aanbod omvat o.a. de drie supermarkten Sanders (760 m<sup>2</sup> vwo), C1000 (785 m<sup>2</sup> vwo) en Aldi (640 m<sup>2</sup> vwo), een aantal versspecialzaken en de drie drogisterijen Kruidvat (200 m<sup>2</sup> vwo), Da (180 m<sup>2</sup> vwo) en Schlecker (135 m<sup>2</sup> vwo).

### Redelijk veel verspreid winkelaanbod

Bijna 40% van het Enterse winkelvolumen (5.600 m<sup>2</sup> wvo) is verspreid gevestigd. Het gaat dan haast uitsluitend over niet-dagelijkse artikelenwinkels. Opvallende groot-schalige winkels die verspreid zijn gevestigd, zijn o.a. Babypark Enter (2.500 m<sup>2</sup> wvo), Bubbels & Jets (1.215 m<sup>2</sup> wvo), Koi-S-Enter (620 m<sup>2</sup> wvo) en TegelcenterA1 (410 m<sup>2</sup> wvo).

### Aantal branches ontbreekt in Enter-Centrum

De overige 60% van het winkelaanbod (8.990 m<sup>2</sup> wvo) bevindt zich in het centrum van Enter. Voor centrumgebieden van plaatsen met een dergelijk (beperkt) inwonertal beschikken wij niet over vergelijkbare cijfers. Dat neemt niet weg dat op het niveau van Enter-Centrum een aantal interessante constatering kunnen worden gedaan. Om te beginnen valt het op dat een aantal branches niet in het centrum gehuisvest is, namelijk warenhuis, juwelier & optiek, antiek & kunst, sport & spel, hobby en doe-het-zelf. Echter, voor een centrumgebied van dit niveau is dat niet ongebruikelijk.

#### Centrum Enter: Winkelaanbod naar branche

	Aantal	m <sup>2</sup> wvo	Schaal	% m <sup>2</sup> wvo
Levensmiddelen	10	2.465	245	27%
Persoonlijke verzorging	3	515	170	6%
Dagelijkse artikelen	13	2.980	230	33%
Warenhuis	-	-	-	-
Kleding & mode	6	3.410	570	38%
Schoenen & lederwaren	1	330	330	4%
Juwelier & optiek	-	-	-	-
Huishoudelijke & luxe art.	2	240	120	3%
Antiek & kunst	-	-	-	-
Sport & spel	-	-	-	-
Hobby	-	-	-	-
Media	1	215	215	2%
Dier & plant	3	155	50	2%
Bruin- & witgoed	1	95	95	1%
Fietsen & autoaccessoires	1	355	355	4%
Doe-het-zelf	-	-	-	-
Wonen	7	1.210	175	13%
Detailhandel overig	-	-	-	-
Niet-dagelijkse artikelen	22	6.010	275	67%
Totaal	35	8.990	255	100%

Bron: Locatus Retail Verkenner, 2009, Peildatum 18-03-09

### **Kleding & mode dominant in Enter-Centrum**

Opvallender voor een centrum van dit niveau is dat de branche kleding & mode zo omvangrijk en zo dominant aanwezig is. De branche is met 3.410 m<sup>2</sup> wvo bijna net zo omvangrijk als in Wierden-Centrum. Met ca. 2.600 m<sup>2</sup> wvo neemt Roetgerink hiervan meer dan 75% in. Andere kledingwinkels zijn ENS, Velten Mode, Diny Jeugdmode, Esterel Per Donna en Velten De Broeze. Met name Roetgerink en Esterel Per Donna zijn hoogwaardig.



### **Redelijk compleet dagelijks artikelenaanbod in Enter-Centrum**

De eerder opgesomde supermarkten Sanders, C1000 en Aldi en drogisterijen Kruidvat, DA en Schlecker zijn allemaal in het centrumgebied van Enter gehuisvest. In combinatie met de aanwezige versspecialzaken zorgen zij voor een redelijk compleet dagelijks artikelenaanbod. De versspecialzaken, bijvoorbeeld Bakkerij Van Otten, Slagerij Roetgerink, Bakkerij Bert Hospers en Slagerij Lammertink zijn overwegend van een zeer goede kwaliteit.



### **Vrij veel woonwinkels**

Ook opvallend is het aantal woonwinkels. In het centrum zijn 7 woonwinkels met een winkelvloeroppervlak van 1.210 m<sup>2</sup> wvo gevestigd. Voorbeelden zijn Sani Well Outlet, Ambiance Wonen, Leo Interieurverzorging en Countrystore Mc Henry.

### **Beoordeling Enter-Centrum**

Evenals voor Wierden-Centrum is voor Enter-Centrum een beoordeling opgesteld, bestaande uit een overzicht met sterkten en zwakten van het centrumgebied. Wederom wordt een onderscheid gemaakt in functionele en in ruimtelijke aspecten van het centrumgebied.

---

**Sterkten**

---

Functioneel

---

- Compleet boodschappenaanbod
  - Zeer omvangrijk supermarktaanbod als 'drager' van het centrumgebied
  - Aantal kwaliteitsvolle versspecialzaken
  - Roetgerink als belangrijke (boven)regionale trekker
  - Onderscheidend vermogen door lokaal ondernemerschap (couleur locale) & klantgerichtheid
  - Wekelijkse warenmarkt op zaterdagmorgen
- 

Ruimtelijk

---

- Cultuurhistorische uitstraling Dorpsstraat-Noord
  - Autobereikbaarheid (boodschappencentrum)
  - Gratis parkeren, doch onvoldoende parkeercapaciteit
- 

---

**Zwakten**

---

Functioneel

---

- Nauwelijks synergie met bijv. de Openbare Bibliotheek
- 

Ruimtelijk

---

- Zeer langgerekte Dorpsstraat (onderbrekingen winkelfront)
  - Geen duidelijke begrenzing van het kernwinkelgebied vanwege ontbreken duidelijke entrees
  - Ontbreken herkenbaar en zichtbaar dorpshart, rustpunt
  - Grote parkeerdruk, vooral in de omgeving van Roetgerink
  - Geen uniforme inrichting van de Dorpsstraat
  - Uitstraling entree Dorpsstraat-Zuid, bijv. Café Dreijerink
  - Uitstraling Dorpsplein: Stenig karakter, onvoldoende gezellig
- 

## 2.3 Concurrentiepositie

Uit het Koopstromenonderzoek Overijssel 2005 van Goudappel Coffeng kan de concurrentiepositie van het Wierdense en het Enterse winkelaanbod worden afgeleid. Immers, het onderzoek biedt inzicht in de aankoopplaatsen waar de inwoners van respectievelijk Wierden en Enter buiten de eigen woonplaats (nog meer) hun dagelijkse en niet-dagelijkse aankopen doen.

### Nadruk op niet-dagelijkse artikelaankopen

Omdat consumenten de dagelijkse aankopen nog steeds bij voorkeur dicht bij huis verrichten, zoomen wij hier alleen dieper in op de niet-dagelijkse artikelensector. Volledigheidshalve worden de dagelijkse koopstromen wel weergegeven in het overzicht.

**Kern Wierden: Koopkrachtoriëntatie naar sector**

Aankoopplaats	Dagelijkse artikelen	Niet-dagelijkse artikelen
Wierden	91%	50%
Almelo	3%	22%
Rijssen	3%	10%
Hengelo	-	4%
Enschede	-	3%
Vriezenveen	2%	-
Enter	1%	-
Overig	-	11%
Totaal	100%	100%

Bron: Koopstromenonderzoek Overijssel, 2005

**Almelo is belangrijkste concurrent voor Wierden**

Ca. 50% van het bedrag dat de inwoners van de kern Wierden uitgeven aan niet-dagelijkse artikelen komt in de eigen woonplaats terecht. De belangrijkste concurrent voor het Wierdense winkelaanbod is Almelo, gevolgd door Rijssen. Vanuit Wierden vloeit nauwelijks niet-dagelijkse koopkracht naar Enter.

**Kern Enter: Koopkrachtoriëntatie naar sector**

Aankoopplaats	Dagelijkse artikelen	Niet-dagelijkse artikelen
Enter	76%	29%
Rijssen	11%	40%
Almelo	-	8%
Wierden	8%	5%
Hengelo	-	3%
Overig	5%	15%
Totaal	100%	100%

Bron: Koopstromenonderzoek Overijssel, 2005

**Rijssen is belangrijkste concurrent voor Enter**

Ruim 70% van het bedrag dat de inwoners van de kern Enter uitgeven aan niet-dagelijkse artikelen vloeit weg naar aankoopplaatsen buiten de kern, waarvan het merendeel naar Rijssen. De koopkracht die van Enter naar Wierden vloeit is beperkt, maar wel omvangrijker dan vice versa.

## 2.4 Draagvlak

Het draagvlak voor het Wierdense en Enterse winkelaanbod wordt in belangrijke mate gevormd door de eigen inwoners en door de inwoners uit de directe regio en wordt bepaald door het bestedingsniveau en het koopgedrag van deze inwoners. Dit laatste is o.a. bepaald aan de hand van de resultaten uit het Koopstromenonderzoek 2005.



### **Gemiddeld (iets) lager bestedingsniveau**

Het inkomensniveau in geheel Wierden bedraagt volgens de meest recent beschikbare gegevens € 12.000,- per hoofd van de bevolking per jaar en wijkt daarmee 5,5% af van het landelijk gemiddelde inkomen van € 12.700,- per hoofd van de bevolking per jaar<sup>1</sup>. Het inkomen is van invloed op de bestedingen. Aangezien het inkomensniveau meer dan 5% afwijkt van het landelijk gemiddelde inkomen wordt een correctie op de bestedingscijfers uitgevoerd<sup>2</sup>. De meest recente bestedingscijfers in de dagelijkse artikelensector liggen op € 2.392,- per hoofd van de bevolking per jaar. In de niet-dagelijkse artikelensector liggen de bestedingscijfers op € 2.678,- per hoofd van de bevolking per jaar. Gecorrigeerd voor het (licht) benedengemiddelde inkomensniveau besteedt men in geheel Wierden jaarlijks € 2.359,- aan dagelijkse en € 2.604,- aan niet-dagelijkse artikelen.

### **Koopstromenonderzoek Overijssel 2005: Inzicht in ruimtelijk koopgedrag**

Het Koopstromenonderzoek Overijssel 2005 biedt niet alleen inzicht in het ruimtelijk koopgedrag van de eigen inwoners (Wierden enerzijds en Enter anderzijds), maar ook in het aandeel van de omzet dat van buiten de respectievelijke kernen komt<sup>3</sup>. Kortom, uit het Koopstromenonderzoek Overijssel 2005 kan de binding aan en de toevloeiing naar enerzijds het Wierdense en anderzijds het Enterse winkelaanbod worden afgeleid.

### **Kern Wierden: Dagelijkse artikelensector**

In 2005 bedroegen de koopkrachtbinding en de koopkrachttoevloeiing (aandeel omzet van buiten de kern) in de dagelijkse artikelensector in de kern Wierden respectievelijk 91 en 13%. Omdat het dagelijkse artikelenaanbod sinds 2005 met bijna 1.000 m<sup>2</sup> vwo (o.a. het verdwijnen van supermarkt Eshuis) is gedaald, achten wij het realistisch dat ook de binding en toevloeiing (licht) zijn gedaald. Uitgegaan wordt van een binding en een toevloeiing van respectievelijk 85 en 12%, hetgeen (nog steeds) in de lijn ligt van de referentiecijfers. Dat is ook logisch omdat het dagelijkse artikelenaanbod in de kern Wierden in verhouding tot het inwonertal goed op peil is.

---

<sup>1</sup> Bron: CBS, Regionale Inkomensverdeling, 2005

<sup>2</sup> Bij een dergelijk lager dan landelijk gemiddeld inkomensniveau wordt een (beperkte) correctie op de bestedingscijfers uitgevoerd. In de dagelijkse artikelensector gaat het om een inkomenselasticiteit van 0,25%. In de niet-dagelijkse artikelensector wordt een inkomenselasticiteit van 0,50% gehanteerd.

<sup>3</sup> Opgemerkt dient te worden dat het hier enkel gaat om de toevloeiing die uit de provincie Overijssel komt. In werkelijk zal de toevloeiing iets hoger liggen, rekening houdend met de toevloeiing van buiten de provincie en toeristen.

### Kern Wierden: Niet-dagelijkse artikelensector

In 2005 bedroegen de koopkrachtbinding en de koopkrachttoevloeiing in de niet-dagelijkse artikelensector in de kern Wierden respectievelijk 50 en 33%. De cijfers lagen daarmee (fors) boven de referentiecijfers ondanks een in verhouding tot het inwonertal beperkt niet-dagelijks artikelenaanbod. Mede hierdoor achten wij het niet realistisch dat de binding en de toevloeiing zijn gestegen, ondanks een (beperkte) stijging van het niet-dagelijkse artikelenaanbod in de kern Wierden sinds 2005 met ruim 650 m<sup>2</sup> vvo.

#### Kern Wierden: Koopstromen naar sector vergeleken

	Dagelijkse artikelen			Niet-dagelijkse artikelen		
	2005 <sup>4</sup>	2009 <sup>5</sup>	Referentie <sup>6</sup>	2005 <sup>3</sup>	2009 <sup>4</sup>	Referentie <sup>5</sup>
Binding	91%	85%	86%	50%	50%	43%
Toevloeiing	13%	12%	14%	33%	33%	28%

### Kern Enter: Dagelijkse artikelensector

In 2005 bedroegen de koopkrachtbinding en de koopkrachttoevloeiing in de dagelijkse artikelensector in de kern Enter respectievelijk 76 en 6%. Omdat het dagelijkse artikelenaanbod sinds 2005 nauwelijks is gewijzigd (stijging met slechts 240 m<sup>2</sup> vvo) gaan wij voor de situatie anno 2009 uit van een gelijkblijvende binding en toevloeiing.

### Kern Enter: Niet-dagelijkse artikelensector

In 2005 bedroegen de koopkrachtbinding en de koopkrachttoevloeiing in de niet-dagelijkse artikelensector in de kern Enter respectievelijk 29 en 51%. Met name de toevloeiing ligt daarmee (ver) boven het referentiecijfer. Gelet op de regionale aantrekkingskracht van vooral Roetgerink is dat te verklaren. Omdat het niet-dagelijkse artikelenaanbod in de kern Enter sinds 2005 nauwelijks is gewijzigd (stijging met slechts 370 m<sup>2</sup> vvo) gaan wij voor de situatie anno 2009 uit van een gelijkblijvende binding en toevloeiing.

#### Kern Enter: Koopstromen naar sector vergeleken

	Dagelijkse artikelen			Niet-dagelijkse artikelen		
	2005 <sup>7</sup>	2009 <sup>8</sup>	Referentie <sup>9</sup>	2005 <sup>6</sup>	2009 <sup>7</sup>	Referentie <sup>8</sup>
Binding	76%	76%	69%	29%	29%	24%
Toevloeiing	6%	6%	15%	51%	51%	26%

<sup>4</sup> Bron: Koopstromenonderzoek Overijssel, 2005

<sup>5</sup> Inschatting BRO op basis van Koopstromenonderzoek Overijssel, 2005

<sup>6</sup> Bron: Bolt, Winkelvoorzieningen op waarde geschat, 2003

<sup>7</sup> Bron: Koopstromenonderzoek Overijssel, 2005

<sup>8</sup> Inschatting BRO op basis van Koopstromenonderzoek Overijssel, 2005

<sup>9</sup> Bron: Bolt, Winkelvoorzieningen op waarde geschat, 2003

## 2.5 Functioneren

Op basis van onze inzichten in het winkelaanbod, het draagvlak, het bestedingsniveau, de koopkrachtbinding en de koopkrachttoevloeiing kan het economisch functioneren van het winkelaanbod in de kern Wierden én in de kern Enter worden benaderd. Per kern is hierna een onderscheid gemaakt in dagelijkse en niet-dagelijkse artikelen. Uit de benadering volgt de vloerproductiviteit of de gemiddelde omzet per m<sup>2</sup> vvo, de gangbare indicator voor het economisch functioneren van het winkelaanbod.

### Kern Wierden: Functioneren winkelaanbod anno 2009

	Dagelijkse artikelensector	Niet-dagelijkse artikelensector
Aantal inwoners kern Wierden	14.550	14.550
Besteding per hoofd	€ 2.359	€ 2.604
Bestedingspotentieel (mln.)	€ 34,3	€ 37,9
Koopkrachtbinding (%)	85%	50%
Totaal gebonden bestedingen (mln.)	€ 29,2	€ 18,9
Koopkrachttoevloeiing (%)	12%	33%
Omzet door toevloeiing (mln.)	€ 4,0	€ 9,3
Totale omzet (mln.)	€ 33,2	€ 28,3
Huidige omvang (m <sup>2</sup> vvo)	5.955	17.725
Omzet per m <sup>2</sup> vvo	€ 5.575	€ 1.600

### Kern Enter: Functioneren winkelaanbod anno 2009

	Dagelijkse artikelensector	Niet-dagelijkse artikelensector
Aantal inwoners kern Enter	7.100	7.100
Besteding per hoofd	€ 2.359	€ 2.604
Bestedingspotentieel (mln.)	€ 16,7	€ 18,5
Koopkrachtbinding (%)	76%	29%
Totaal gebonden bestedingen (mln.)	€ 12,7	€ 5,4
Koopkrachttoevloeiing (%)	6%	51%
Omzet door toevloeiing (mln.)	€ 0,8	€ 5,6
Totale omzet (mln.)	€ 13,5	€ 10,9
Huidige omvang (m <sup>2</sup> vvo)	3.005	11.585
Omzet per m <sup>2</sup> vvo	€ 4.525	€ 950

### Cijfermatig, benedengemiddelde vloerproductiviteit

Het functioneren van het winkelaanbod wordt uitgedrukt in omzet per m<sup>2</sup> vvo, ook wel de vloerproductiviteit genoemd. De landelijke, rekenkundige gemiddelde omzet per m<sup>2</sup> vvo bedraagt € 7.250,- in de dagelijkse artikelensector en € 2.025,- in de niet-dagelijkse sector. De gerealiseerde omzet per m<sup>2</sup> vvo ligt in beide kernen, in beide sectoren, (ruim) onder dit gemiddelde. Puur cijfermatig is sprake van een benedengemiddeld functioneren van het winkelaanbod, vooral in Enter.

### **Specifieke lokale situatie**

De landelijke, rekenkundige gemiddelde omzet per m<sup>2</sup> wvo is echter lang niet altijd toepasbaar vanwege de grote verschillen per winkelgebied naar aard, branchering, omvang en ligging in de structuur. Grootschalig winkelaanbod buiten het centrumgebied bijvoorbeeld realiseert doorgaans lagere omzetten per m<sup>2</sup> wvo dan (kleinschalige) specialistische winkels in het centrumgebied. Ook binnen Nederland zijn er verschillen naar regio. Deze worden veroorzaakt door regionale omstandigheden (bijvoorbeeld hogere of lagere huisvestingslasten of gemiddeld grotere of kleinere winkels) en de plaatselijke samenstelling, omvang en kwaliteit van het winkelaanbod. Op basis van het Koopstromenonderzoek Overijssel 2005 heeft BRO het functioneren van het winkelaanbod in een aantal kleinere en middelgrote kernen in beeld gebracht. Uit het overzicht in bijlage 2 'Referentie vloerproductiviteiten' blijkt dat de vloerproductiviteiten in kernen van vergelijkbare omvang vaker onder de landelijke, rekenkundige gemiddelde omzet per m<sup>2</sup> wvo liggen.

### **Conclusie: functioneren in praktijk op redelijk niveau**

Gelet op de specifieke lokale situatie in de kernen Wierden en Enter (bijvoorbeeld, veel verspreid winkelaanbod met doorgaans lagere omzetten per m<sup>2</sup> wvo), kunnen we stellen dat het winkelaanbod, zowel in Wierden als in Enter, redelijk functioneert. Dat komt ook overeen met de opvattingen van de vertegenwoordigers van de Wierdense Winkeliersvereniging en van de Enterse Ondernemersvereniging over het huidige functioneren. Kortom, het aanbod functioneert niet slecht, maar het kan beter.

## 3. TRENDS & ONTWIKKELINGEN

### 3.1 Dynamiek in Wierden & Enter

In de kernen Wierden en Enter doen zich diverse ontwikkelingen voor die van invloed zijn op het Wierdense en Enterse winkelaanbod én zijn plannen gemaakt voor versterking van dat winkelaanbod, met name in de centrumgebieden. De meest opvallende initiatieven zetten wij hierna op een rij.

#### Veel woningbouwplannen, vooral in de kern Wierden

In de gemeente Wierden wordt heel wat nieuwbouw gepleegd. Vooral in de kern Wierden staat een aantal woningbouwprojecten op stapel. De meest in het oog springende woningbouwlocatie is Zuidbroek. Het plangebied (1.300 woningen) wordt globaal begrensd door de (voormalige) rondweg Wierden in het noorden, de nieuwe rijksweg 35 in het zuiden, de Rijssensestraat in het westen en de loop van de Zuidbroeksweg in het oosten.

#### Gemeente Wierden: Woningbouwlocaties

Kern	Woningbouwlocatie	Aantal woningen
Wierden	Zuidbroek	1.300
	Zenderink	125
Enter	De Berghorst	300
Hoge Hexel	Kleen Esch	25
Totaal		1.750

Bron: Gemeente Wierden

#### Desondanks stabilisatie van het inwonertal

Ondanks de vele woningbouwplannen wordt slechts een (zeer) beperkte stijging van het inwonertal in de gemeente Wierden als geheel verwacht. De voorspellingen gaan uit van een stijging van het huidige inwonertal van ca. 23.480 inwoners tot ca. 23.560 inwoners in 2015. In de richting van 2020 wordt een stijging tot ca. 23.570 inwoners verwacht<sup>10</sup>. Gesteld kan worden dat gebouwd wordt om de daling van het inwonertal (o.a. door huishoudensverdunning) te compenseren. Het draagvlak in de gemeente Wierden stabiliseert en brengt op zichzelf weinig extra mogelijkheden voor het winkelaanbod met zich mee.

<sup>10</sup> Bron: Gemeente Wierden, Companen

### Centrumplan Wierden

In de jaren '90 werd het centrum van Wierden niet (meer) als gezellig ervaren. Om het centrum te verbeteren en aantrekkelijker te maken, werd daarom in 1999 een plan opgesteld. De basis van dat centrumplan is een verkeersluw kernwinkelgebied met direct aangrenzend parkeerruimte zodat de winkels snel en gemakkelijk bereikbaar zijn. Aan het centrumplan, dat is doorvertaald in het Bestemmingsplan Wierden-Centrum, wordt nu volop uitvoering gegeven. Nieuwe winkels en woningen zijn gerealiseerd, de open gaten in de bebouwing zijn op diverse plekken ingevuld en het centrum wordt voorzien van nieuwe bestrating, groen en straatmeubilair.

### Centrumplan Enter

Eind 2002 werd een begin gemaakt met een toekomstvisie voor het centrum van Enter. In de visie is gekozen voor oplossingen die maken dat Enter-Centrum als één geheel wordt ervaren met daarbinnen een drietal deelgebieden met elk een eigen accent, namelijk het cultuurhistorisch waardevolle noordelijk deel, het ontwikkelingsgerichte middendeel waarbinnen de commerciële en sociaal-maatschappelijke voorzieningen centraal staan en het zuidelijke woondeel. Deze driedeling van het centrum is doorvertaald in het Bestemmingsplan Centrum Enter.



### En verder

Zowel in de kernen Wierden als Enter zijn uiteenlopende (winkel)plannen gemaakt. Deze concentreren zich vooral in en rond de centrumgebieden van beide kernen. Opgemerkt dient te worden dat enkele van de hierna genoemde plannen reeds in uitvoering zijn c.q. reeds zijn uitgevoerd.

## Gemeente Wierden: Plannen & initiatieven

Kern	Omschrijving
Wierden	<ul style="list-style-type: none"><li>• De laatste jaren wordt volop uitvoering gegeven aan het Centrumplan Wierden. Nieuwe winkels en woningen zijn en worden nog gerealiseerd én de inrichting van de openbare ruimte en de op veel plekken hinderlijke verkeerssituatie worden aangepakt. Zo wordt o.a. aan de Marktstraat in Wierden-Centrum volop gebouwd. De ontwikkeling omvat acht huurappartementen en winkels. Bekend is reeds dat de (hoogwaardige) modezaak Nice en Rabobank naar deze centrale locatie zullen verplaatsen.</li><li>• Aan de Anjelierstraat, tussen supermarkt Albert Heijn en Multimate, is onlangs een vestiging van winkelformule Action (huishoudelijke artikelen, e.d.) geopend.</li><li>• Het Masterplan Stationsomgeving Wierden omvat een spoortunnel, verkeersplan, versterking van de stationsomgeving en herstructurering van bedrijventerreinen. Mede om de bereikbaarheid van het centrum van Wierden ook in de toekomst te waarborgen, wordt een tunnel aangelegd. De tunnel komt in het verlengde van de Dikkensweg - Hogeluchtweg. Omdat zo'n tunnel niet op zichzelf staat, is in de Actualisatie van het Verkeersplan Wierden ook nagedacht over hoe verkeersstromen gaan lopen als een tunnel wordt aangelegd. Het gaat dan om de verkeersstromen rond Wierden in algemene zin, maar ook om de verkeersstromen door Wierden-Centrum.</li></ul>
Enter	<ul style="list-style-type: none"><li>• Belangrijke elementen in het Centrumplan Enter zijn het concentreren van het winkelaanbod aan het centrale én aan het zuidelijke gedeelte van de Dorpsstraat, het clusteren van het supermarkt- en dagelijkse artikelenaanbod rond het Middenplein en het creëren van een betere parkeerstructuur, vooral meer parkeergelegenheid.</li><li>• Het project 'De Bakker' speelt al geruime tijd. Het plan omvat de nieuwbouw van een viertal appartementen en de winkeluitbreiding van supermarkt C1000 aan de Pastoor Heimerikxstraat.</li><li>• Modezaak Roetgerink koestert plannen om de huidige winkel(s) met ca. 2.000 m<sup>2</sup> bvo uit te breiden.</li><li>• Café Dreijerink aan de Dorpsstraat staat al enige tijd leeg. Er ligt een plan voor (her)invulling met detailhandel en dienstverlening, met op de verdiepingen ruimte voor een viertal appartementen.</li></ul>

## 3.2 Dynamiek in de regio

Evenals in Wierden en Enter, staat de wereld er rondom niet stil. De dynamiek gaat vaak samen met (sterke) uitbreidingen van het winkelaanbod, zowel in centrumgebieden als op perifere plekken. Een belangrijke ontwikkeling in de omgeving is de beoogde realisatie van een derde fase (15.000 à 25.000 m<sup>2</sup> bvo) van Plein Westermaat in Hengelo. De nadruk ligt daarbij op de branche wonen, maar ook het electro-aanbod wordt uitgebreid. In de binnenstad van Hengelo staan ook diverse winkelprojecten op stapel, evenals in de binnenstad van Almelo. In diverse kleinere plaatsen in de regio worden, zoals in Wierden en Enter, centrumplannen ontwikkeld, waarbij de herinrichting van het centrumgebied gepaard gaat met een uitbreiding van het winkelaanbod, bijvoorbeeld in Borne, Nijverdal en Rijssen.

## 3.3 Dynamiek in Nederland

De consument is zeer veranderlijk. De eisen en het gedrag van de consument anno 2008 zijn anders dan bijvoorbeeld 10 jaar geleden. Ook in de toekomst zal de consument zich anders gedragen dan vandaag. De consument vraagt om een vitale markt, die kan anticiperen op veranderingen in aanbod en vraag. Op de situatie in de kernen Wierden en Enter werken met name de hierna weergegeven ontwikkelingen door.

### Schaalvergroting van winkels

Eén van de belangrijkste marktontwikkelingen is de schaalvergroting van winkels. Zowel dagelijkse als niet-dagelijkse artikelenwinkels worden steeds groter. Met name supermarkten, bouwmarkten, sportzaken en bruin- & witgoedzaken krijgen een steeds grotere omvang. De opschaling van de supermarktbranche, met o.a. de megasupermarkten van 3.500 à 4.000 m<sup>2</sup> wvo, leidt al tot het wegvallen van het laagste verzorgingselement, namelijk de zelfbedieningszaak en de kleine supermarkt. Ook binnen de niet-dagelijkse artikelensector wordt de schaal steeds groter. Dit thema-gericht aanbod zoekt clustering in perifere themacentra, maar ontwikkelt zich ook in en aan de randen van binnensteden.

### Perifere locaties versus binnensteden

De drang om zich buiten de reguliere winkelcentra te vestigen neemt toe omdat op perifere locaties veel winkelvloeroppervlak kan worden gerealiseerd tegen lage huurprijzen. Ook de bereikbaarheid speelt hierbij een belangrijke rol. Branches als wonen en doe-het-zelf zijn weggetrokken uit de binnensteden. Hetzelfde lijkt nu te gebeuren met bijvoorbeeld computer- en sportwinkels. Deze branches zijn ook nog sterk te vinden aan de randen van de binnensteden, waar de huurprijzen lager zijn en zij zich nog beter kunnen onderscheiden.



### **Brancheverbreding en branchevervaging**

Door het gevoerde beleid van de overheden en de voortzettende branchevervaging zijn traditionele product- en branchegrenzen op perifere locaties geleidelijk verwaagd. Met het groeiende winkelvloeroppervlak in de periferie is het onvermijdelijk dat ook de komende jaren het assortiment verder zal worden uitgebreid. Door brancheverbreding transformeert een groot aantal locaties van woonboulevard naar gemakscentrum. Ook op winkelniveau treedt steeds vaker branchevervaging op. Tuincentra, bouwmarkten en woonwinkels worden steeds completere warenhuizen. Binnen winkelformules is dit aspect erg moeilijk te reguleren en te handhaven. In het beleid van veel plaatsen is dit ook geen prioriteit. Slechts bij excessen wordt opgetreden.

### **Filialisering**

Er is sprake van een verdichting van het netwerk van filiaalbedrijven. Ook de kleinere verzorgingsgebieden worden steeds vaker bediend door bekende winkelformules, bijvoorbeeld HEMA en Blokker. In de grotere winkelcentra zijn doorgaans dezelfde winkelformules te vinden en met de komst van nieuwe expansiegerichte ketens zal de filialiseringgraad alleen nog maar toenemen. Dit leidt ertoe dat winkelgebieden zegge 'op elkaar gaan lijken'. Deze herkenbaarheid heeft voor de markt en voor de consument waarde omdat winkelgebieden daarmee een bepaald basisaanbod hebben. De filialisering mag echter niet ten koste gaan van het onderscheidend vermogen van winkelgebieden.

### **Internetverkopen als bedreiging**

Internet als medium is sterk in opkomst. De meeste mensen hebben thuis de beschikking over internet en deze groep wordt ook steeds breder. Niet alleen jongeren, maar ook senioren gaan het wereldwijde web op. Ook de verkoop van producten via internet groeit, na een langzame start, nu explosief. Grootste hobbels die overwonnen moesten worden, waren de bekendheid, vertrouwen en veiligheid van betaling, levering, etc. Langzamerhand wordt dit beter. Internetwinkels profiteren hiervan en hun aantal en marktaandeel groeit snel.

De uiteindelijke impact van internetverkopen op de detailhandel moet zich nog laten blijken. De verwachting is vooralsnog dat internetwinkelen niet noodzakelijkerwijs leidt tot een daling van het aantal winkelbezoeken. Het concreet 'zien en voelen' van producten blijft een belangrijk motief. De aankoop van producten waar deze belevings- en emotionele aspecten belangrijk zijn, zal dus via het traditionele retailkanaal gaan. Producten waarvoor dit minder geldt, zoals bruin- & witgoed, speelgoed, reizen, fotografische artikelen, telecom, boeken en cd's, ondervinden grotere effecten. Nu al gaat de meeste internetomzet in deze productcategorieën om. Toenemende concurrentie, ook via internet, in deze branche kan op termijn leiden tot een afname van traditionele retail.

**Internetverkopen bieden ook kansen**

Internet biedt winkeliers echter ook kansen. Een aanvullende webwinkel kan voordelen opleveren. Zo kan een positief effect op de prestaties worden geleverd, zoals een betere dienstverlening en informatievoorziening, kan additionele vraag gecreëerd worden die niet alleen ten koste gaat van fysieke aankopen in de winkels en kunnen zogenaamde collection and delivery points worden ingezet, afhaalpunten waar via internet gekochte producten opgehaald kunnen worden.

**Genieten en ervaren (multifunctionaliteit)**

De consument op zijn gemak stellen en actief de producten in een winkel laten ervaren, wordt steeds belangrijker. Te denken valt dan bijvoorbeeld aan een leestafel in een boekenwinkel, aan producten proeven in speciaalzaken, aan try & buy in sportzaken, etc. Ook de integratie van horeca, variërend van koffiehoek tot lunchroom, in grote winkels valt hieronder. Dergelijke elementen dragen bij aan een verlenging van de bezoekduur en daarmee tot hogere bestedingen.

**Bereikbaarheid en parkeren worden belangrijker**

Het aantal auto's neemt snel toe, evenals het autogebruik. Het belang van een goede autobereikbaarheid en goede parkeermogelijkheden neemt daardoor voor winkels toe. No parking, no business.

## 4. VERBETERPUNTEN EN AANBEVELINGEN

### 4.1 Analyses als basis

De kern Wierden kent veel verspreid winkelaanbod. Plusminus 50% van het winkelvolumen bevindt zich verspreid in de kern. De andere helft ligt in het centrum van Wierden. In verhouding tot het inwonertal van de kern beschikt het centrumgebied over een (opvallend) beperkt dagelijks artikelenaanbod. Dit komt vooral omdat de supermarkten Albert Heijn, Jumbo en Lidl net buiten het centrumgebied liggen. Wierden-Centrum beschikt wel over een omvangrijk recreatief winkelaanbod, maar heeft slechts een beperkt (winkelondersteunend) horeca-aanbod. De 'echte' knelpunten bevinden zich vooral op ruimtelijk gebied. Het centrum mist duidelijke entrees, een logische looproute, een centrale ontmoetingsplek (verblijfsklimaat) en een heldere verkeersrouting (parkeren). De verblijfskwaliteit is, mede door het soms vrij drukke autoverkeer, matig. Echter, middels het Centrumplan Wierden en de Actualisatie van het Verkeersplan Wierden (op 2 juni jl. door de Raad vastgesteld) worden deze knelpunten al volop aangepakt.

In verhouding tot het inwonertal beschikt de kern Enter over een omvangrijk winkelaanbod. Vooral het omvangrijke aanbod aan kleding & mode en aan wonen is opvallend. Plusminus 60% van het winkelaanbod bevindt zich in het centrum van Enter. Met de drie supermarkten Sanders, C1000 en Aldi en enkele overwegend kwaliteitsvolle versspecialiteiten beschikt het centrum over een zeer hoog verzorgingsniveau op dagelijks artikelengebied. Trekkend element op niet-dagelijks artikelenvlak is vooral Roetgerink. Het centrum is echter langgerekt, mist een centraal dorpshart (rustpunt) en kent een parkeerdruk.

### 4.2 Marktmogelijkheden

Rekening houdend met de ontwikkelingen zoals geschetst in Hoofdstuk 3, zowel in Wierden en Enter als in de regio als landelijk, wordt een doorkijk gegeven naar de marktmogelijkheden voor het winkelaanbod in beide kernen voor de komende jaren.

#### **Functioneren in de huidige situatie op redelijk niveau**

In de huidige situatie is, puur cijfermatig, sprake van een ondermaats functioneren van het winkelaanbod in Wierden en Enter. Echter, wij hebben ook gezien (bijlage 2) dat dit in kernen van zulke omvang vaker voorkomt. Gelet op de specifieke lokale situatie (bijvoorbeeld veel verspreid winkelaanbod met doorgaans lagere omzetten per m<sup>2</sup> vvo), mogen wij derhalve stellen dat het winkelaanbod, zowel in Wierden als in Enter, op een redelijk niveau functioneert. Overigens geldt dat zowel voor de dagelijkse als voor de niet-dagelijkse artikelensector.

### **Puur cijfermatig geen marktruimte**

De lage omzetten per m<sup>2</sup> wvo impliceren dat in de huidige situatie een uitbreiding van het winkelaanbod niet aan de orde is, noch voor de kern Wierden, noch voor de kern Enter. Gelet op de ontwikkeling van het inwonertal (stabilisatie), is ook voor de komende jaren geen marktruimte voor een (sterke) uitbreiding van het winkelaanbod aan te tonen.

### **Maar: kwaliteit gaat boven kwantiteit**

Bij winkelontwikkelingen zijn kwalitatieve aspecten in essentie belangrijker zijn dan kwantitatieve, distributieve mogelijkheden. Gedacht kan hierbij worden aan verbeteringen van de winkelstructuur én aan aanvullingen van het bestaande winkelaanbod met nog ontbrekende winkels c.q. winkelformules. Bijvoorbeeld, als nieuwe winkelontwikkelingen op een vanuit de structuur bekeken goede plek als resultaat hebben dat verouderd winkelaanbod op een slechte plek verdwijnt, dan gaat de structuur er per saldo op vooruit. Immers, modern aanbod in een aantrekkelijk klimaat is in de plaats gekomen en daar haalt de consument uiteindelijk het meeste voordeel uit. Kortom, het realiseren van meer dan de benaderde marktmogelijkheden moet niet persé problematisch zijn, vooropgesteld dat de effecten per saldo positief zijn.

Kiezen voor een goede winkelstructuur betekent ook het opheffen van knelpunten in de bestaande structuur en het voldoen aan de randvoorwaarden van goede winkelgebieden. Beperkte marktmogelijkheden mogen daarbij in principe geen belemmering zijn voor de aanpak van gesignaleerde knelpunten. Marktruimte en dynamiek moeten in eerste instantie worden ingezet om gewenste doorontwikkeling van winkelgebieden op gang te brengen. Het versterken van de kwaliteit van concentraties en de invulling daarvan genieten prioriteit boven de marktmogelijkheden. Wel moet er sprake blijven van een goede afweging ten opzichte van andere centra in de structuur. Daarnaast is het van belang dat bij eventuele verplaatsingen van winkels buiten de centra, de achterblijvende locaties ook daadwerkelijk uit de markt worden genomen.

## **4.3 Aanknopingspunten**

Gelet op het ontbreken van marktruimte én op het streven naar kwaliteit boven kwantiteit, dient vooral te worden ingezet op het verbeteren van het bestaande winkelareaal in Wierden en Enter. Het aanwezige winkelaanbod dient te worden geoptimaliseerd. Kansen liggen in modernisering (eventueel opschaling) van het bestaande winkelaanbod, in het verschuiven van winkelmeters naar betere, meer kansrijke locaties en het beter inkleden (ruimtelijke aspecten) van het aanbod. Middels de centrumplannen worden verschillende kansen al opgepakt.

### **Ruimte voor dynamiek behouden**

Dynamiek in de detailhandel is in de visie van BRO van belang om de consument een zo compleet, aantrekkelijk en divers mogelijk aanbod te bieden. Het toekomstig aanbod moet de consument zo goed mogelijk bedienen, waarmee de voorwaarde geschapen wordt voor een goed collectief functioneren van dat aanbod. Mits op de juiste plaats ingepast, kunnen nieuwe initiatieven voor schaalvergroting, modernisering en vernieuwing van het aanbod, het aanbod een positieve impuls geven en aantrekkelijker maken. Zeker in het licht van alle (winkel)ontwikkelingen in de regio (met name Almelo, Rijssen, Nijverdal) is het voor Wierden en Enter van belang de dynamiek in het winkellandschap te blijven faciliteren. Stilstaan is achteruitgaan.

### **Ruimtelijke concentratie van winkelvoorzieningen**

Bij concentratie c.q. clustering van winkels ontstaat een meerwaarde voor ondernemers en consumenten. Daarnaast draagt concentratie bij aan het beperken van het aantal verkeersbewegingen. Nieuwe ontwikkelingen dienen daarom zoveel mogelijk plaats te vinden binnen de aangewezen concentratiegebieden. Ontwikkelingen daarbuiten worden alleen toegestaan, wanneer deze een aantoonbare meerwaarde voor de structuur opleveren. Bijvoorbeeld, in Wierden en Enter biedt clustering van het nu nogal verspreid gesitueerde grootschalige aanbod prima kansen.

### **Koopgedrag als leidraad voor de positionering van winkelgebieden**

Vroeger bepaalden vooral ligging, omvang en verzorgingsgebied de typering van winkelgebieden. Tegenwoordig is de complementariteit en daarmee de functionele invulling veel meer gekoppeld aan het koopgedrag van de consument. Globaal zijn daarbij de volgende winkelgebieden te onderscheiden:

- boodschappencentra (met de nadruk op o.a. levensmiddelen, persoonlijke verzorging, bloemen, dierenbenodigdheden);
- recreatieve winkelcentra (modische branches, juwelier en optiek, huishoudelijke en luxe artikelen, sport en spel, hobby en media) en
- centra voor laagfrequente en doelgerichte aankopen (wonen, bruin- en witgoed, doe-het-zelf, auto en fietsen).

Door aan te sluiten bij het koopgedrag kunnen winkelgebieden zich duidelijk profileren. De centra van Wierden en Enter kunnen worden getypeerd als boodschappencentra met een recreatieve Plus (in Enter vooral Roetgerink), waarbij Wierden-Centrum nog iets meer gericht is op het recreatieve winkelen en verblijven.

## **4.4 Ruimtelijk-functionele verbeterpunten en suggesties**

Hierna geven wij de belangrijkste verbeterpunten voor de kernen Wierden en Enter aan. Daarbij komen niet alleen de centrumgebieden aan bod, maar wordt ook aandacht besteed aan het verspreid gelegen winkelaanbod buiten deze concentratiegebieden.

#### 4.4.1 Verspreid winkelaanbod

Zowel in Wierden als in Enter zitten veel winkels verspreid over de kern. Vestiging van winkels op verspreide locaties moet in de toekomst worden tegengegaan. Gelet op de vele voordelen die clustering van winkelaanbod biedt, kunnen in Wierden en Enter wellicht specifieke locaties voor het gevestigde en nieuwe PDV aanbod (wonen, doe-het-zelf, tuincentra) worden aangeduid.

#### 4.4.2 Wierden-Centrum

In de toekomst dient het (huidige) efficiënt-recreatieve karakter van Wierden-Centrum te worden gewaarborgd. Dit wil zeggen, een compleet boodschappenaanbod, aangevuld met niet-dagelijkse artikelen. De supermarkten blijven (worden) dé motoren voor het centrumgebied.

Sterke uitbreiding van het winkelaanbod zijn vanwege het ontbreken van marktmogelijkheden niet aan de orde. Voor enige schaalvergroting en modernisering van het winkelaanbod blijft uiteraard ruimte bestaan, met name in de recreatieve winkelbranches. Aandachtspunt is het behoud c.q. de versterking van de couleur locale, in het kader van onderscheidend vermogen.

Extra (winkelondersteunend) horeca-aanbod is wenselijk. Met name daghoreca is sterk ondersteunend voor het winkelaanbod. Bovendien versterkt het de kenmerkende Twentse gastvrijheid. Vestiging in c.q. nabij het kernwinkelgebied werkt structuurversterkend en verblijfsduurverlengend en zorgt voor meer levendigheid in het centrum.

Gestreefd dient te worden naar een zo compact mogelijk centrumgebied met duidelijke entrees. Nieuwe (winkel)ontwikkelingen die niet direct aansluiten op het centrumgebied c.q. kernwinkelgebied worden niet meer toegestaan, tenzij zij een aangetoonde meerwaarde leveren aan de structuur en in het centrum geen vestigingsplek te vinden is. Met name de positie en mogelijke bewinkeling van de soms langgerekte radialen naar het centrumgebied (o.a. Stationsstraat) verdienen in dat kader extra aandacht. In het Bestemmingsplan Wierden-Centrum is hier al invulling aan gegeven. De langgerekte radialen als de Nijverdalsestraat en de Rijssensestraat vallen in het plan voor een groot deel buiten de plangrens en het noordelijke gedeelte van de Stationsstraat (dit is het gedeelte ten noorden van de Bongerd en de Kerkhofstraat) bevat nauwelijks detailhandelsbestemmingen meer.

Het creëren van een centrale ontmoetingsplek met enige horeca (sfeergebied) in het centrum van Wierden is een belangrijke prioriteit. Dit kan bijvoorbeeld in de omgeving van De Oale Markt, op het knooppunt van de Marktstraat en de Nijverdalsestraat. Onderzocht dient te worden of in het centrum meerdere deelgebieden (sferen) van elkaar kunnen worden onderscheiden, bijvoorbeeld het 'echte' recreatieve winkelaanbod (ook HEMA) in het kernwinkelgebied (driehoek) en prijsvriendelijk, doelgericht aanbod op Binnenhof.

Ondanks de mogelijkheid tot het creëren van meerdere deelgebieden met ieder hun eigen kenmerken in Wierden-Centrum, moet het winkelgebied als één centrum worden beschouwd. Dit betekent o.a. een aantrekkelijker, meer eenduidige inrichting van de openbare ruimte door in het hele centrum gebruik te maken van gelijke materialen, bijvoorbeeld kleur en type tegels, lantaarnpalen, etc. en aandacht voor de ontmoetingsplek(ken) en plein(en). Middels de klankbordgroep voor de inrichting van de openbare ruimte wordt aan de (her)inrichting van Wierden-Centrum al volop gewerkt.

Autobereikbaarheid is van cruciaal belang voor een winkelcentrum als Wierden (efficiënt winkelen) maar het doorgaande verkeer dient zo veel mogelijk uit het centrum te worden geweerd.

Parkeerplaatsen vervullen een belangrijke rol als bronpunt voor centrumbezoeken. Bezoekers beginnen en eindigen hier hun bezoek aan het centrum. In het kader van die rol van bronpunt is een evenwichtige spreiding van de parkeerplaatsen binnen maar vooral aan de randen van het centrum cruciaal, in combinatie met de bijhorende verkeersinrichting.

Opgemerkt dient te worden dat het merendeel van deze verbeterpunten reeds in het Centrumplan Wierden en in de Actualisatie van het Verkeersplan Wierden zijn geïntegreerd. Voorbeelden zijn de herinrichting van het centrumgebied, het streven naar een verkeersluw centrumgebied met direct aangrenzend parkeerruimte, etc. Aan een aantal punten wordt reeds uitvoering gegeven. Andere elementen zullen binnenkort worden aangepakt. Geconcludeerd kan dan ook worden dat met het Centrumplan Wierden en de Actualisatie van het Verkeersplan Wierden de goede weg is ingeslagen.

#### **4.4.3 Enter-Centrum**

Enter-Centrum blijft ook in de toekomst primair een boodschappencentrum voor de eigen inwoners. De lokale verzorgingsfunctie staat centraal. Met o.a. drie supermarkten is het verzorgingsniveau op dagelijks artikelengebied al zeer hoog. Gelet ook op de benaderde marktmogelijkheden is een uitbreiding van het boodschappenaanbod niet aan de orde.

Sterke uitbreidingen van het niet-dagelijkse artikelenaanbod zijn evenmin aan de orde. Voor enige schaalvergroting en modernisering van het winkelaanbod blijft uiteraard ruimte bestaan, zoals voor de (geplande) uitbreiding van modezaak Roetgerink.

De (boven)regionale trekkracht van Roetgerink kan beter worden uitgebuit, o.a. door een betere verbinding van de modezaak met de rest van het centrum te realiseren, bijvoorbeeld met enkele recreatieve accenten (kinderkledingzaak, juwelier, etc.).

Gestreefd dient te worden naar een zo compact mogelijk centrumgebied. Momenteel is de Dorpsstraat te langgerekt om volledig als 'winkelstraat' te fungeren. Voorgesteld wordt om de historische lintsstructuur als 'winkelstraat' in te korten, bijvoorbeeld van de Oude Pastoriestraat tot modezaak Roetgerink. In het Bestemmingsplan Centrum Enter zijn belangrijke elementen het concentreren van het winkelaanbod aan het centrale en aan het zuidelijke gedeelte van de Dorpsstraat én het clusteren van het supermarkt- en dagelijkse artikelenaanbod rond het Middenplein. Slecht een beperkt, compact gebied heeft de bestemming 'centrumdoeleinden' gekregen. Kortom, middels het Centrumplan Enter wordt aan het verbeterpunt 'streven naar compactheid' al uitvoering gegeven.

Realisatie van een centraal dorpshart (rustpunt) met enige trekkers kan het centrum van Enter meer pit geven. De rol van trekker kan worden ingevuld door een supermarkt (verplaatser), maar evenzeer door bijvoorbeeld goede daghoreca of de bibliotheek. Bibliotheken kunnen door hun hoge bezoekersaantallen en brede doelgroeporiëntatie een belangrijke trekkende rol voor centrumgebieden vervullen. Vaak wordt het bezoek aan een bibliotheek gecombineerd met winkelen en horecabezoek. Verplaatsing van de nu wat afgelegen Openbare Bibliotheek naar het centrum is wellicht een optie. Het Middenplein, waarop in het bestemmingsplan Centrum Enter een wijzigingsbevoegdheid ligt, kan hiervoor zeker in aanmerking komen.

Het centrumgebied dient eenduidig te worden ingericht zodat het meer aandoet als één geheel. Dit kan door gebruik te maken van gelijke materialen, bijvoorbeeld de kleur en het type van tegels, lantaarnpalen, etc. Recent is alleen het noordelijke deel van de Dorpsstraat heringericht.

Aandachtspunt bij de inrichting van Enter-Centrum is het behoud van de autobereikbaarheid (cruciaal). Oplossingen dienen te worden gezocht voor het bestemmingsverkeer, o.a. laden en lossen door vrachtwagens. Gelet op de huidige parkeerdruk in de Dorpsstraat wordt voorgesteld om een duidelijke (lange termijn) visie op het parkeren te laten opstellen.



Evenals voor Wierden-Centrum geldt voor Enter-Centrum dat een groot deel van de verbetermogelijkheden reeds in het centrumplan vervat zit en bijgevolg is doorvertaald in het Bestemmingsplan Centrum Enter. De ingeslagen weg is ons inziens ook de goede.

## 4.5 Conclusies & aanbevelingen

Voorliggende analyses leveren een aantal interessante verbeterpunten voor de winkelstructuur in de kernen Wierden en Enter op. Niet alleen voor het winkelaanbod in beide centrumgebieden, maar ook voor het verspreid gelegen winkelaanbod zijn er verschillende kansen. Bijvoorbeeld door het clusteren van verspreid gevestigd winkelaanbod, het streven naar compacte centrumgebieden, het onderscheiden van deelgebieden in Wierden-Centrum met o.a. het creëren van een centrale ontmoetingsplek (hart) met horeca, het clusteren van het parkeren aan de randen, het creëren van een 'echt' dorpshart (Middenplein) in Enter-Centrum, etc. Middels beide centrumplannen wordt in ruimtelijke zin aan een groot deel van de verbeterpunten reeds uitvoering gegeven.

### **Structuurvisie Detailhandel niet noodzakelijk, bredere communicatie centrumplannen wel gewenst**

Een uitgebreide Structuurvisie Detailhandel is voor de gemeente Wierden ons inziens niet nodig. De noodzakelijke ingrepen zijn vooral ruimtelijk van aard en zijn voor een groot deel reeds benoemd in de centrumplannen. Over de functionele ambities en locatievraagstukken in zowel Wierden als Enter zijn gemeente en ondernemers tamelijk eensgezind. Een Structuurvisie Detailhandel vraagt bovendien een intensief traject, waarbij veel actieve inbreng van alle partijen nodig is. De gemeente kent de opinies van de ondernemers uit Wierden en Enter, hoewel formeel georganiseerd, periodiek overleg tussen gemeente en ondernemersverenigingen essentieel blijft. Voor een goede communicatie met alle betrokkenen (ondernemers, maar ook bewoners) zijn heldere kaartbeelden van beide centrumplannen inclusief uitgangspunten, doelen en fasering overigens wel belangrijk. Duidelijkheid is van groot belang.

### **Centrummanagement**

Centrummanagement maakt het mogelijk om in te zetten op het versterken van Wierden- en Enter-Centrum als totaalproducten. Dat betekent dat niet alleen wordt gewerkt aan het verbeteren van het economisch functioneren van het aanbod, maar ook aan het verbeteren van de leefbaarheid en het bevorderen van de samenwerking (communicatie, begrip, vertrouwen) tussen de verschillende betrokken partijen in de centra. Voor Wierden en Enter kan worden gedacht aan een beperkte vorm (light versie) van centrummanagement.

Om centrummanagement echt waardevol te laten zijn, is een budget nodig. Hierin kan worden voorzien door de gemeente Wierden en (of) door een vrijwillige of verplichte bijdrage van de ondernemers in de centrumgebieden. Middels een verplichte bijdrage worden alle ondernemers verplicht om mee te betalen en wordt het aantal 'Free Riders' teruggedrongen. Dit wordt sinds kort (1 mei 2009) mogelijk gemaakt met de introductie van de BIZ (BedrijvenInvesteringsZone, voorheen Bedrijfsgerichte Gebiedsverbetering, BGV genaamd).

**Vervolg: PDV beleid geïntegreerd in de visie voor de bedrijventerreinen**

Voor het PDV beleid (wonen, doe-het-zelf, tuincentra) in de gemeente Wierden kan de combinatie worden gezocht met de in maart 2009 vastgestelde visie voor de bedrijventerreinen. Immers, niet elk bedrijventerrein is geschikt voor detailhandel én niet elke detailhandel is geschikt voor vestiging op een bedrijventerrein. In dit stadium kunnen wij alvast stellen dat enkel de PDV branches (wonen, doe-het-zelf, tuincentra) in de gemeente voor vestiging op bedrijventerreinen in aanmerking kunnen komen. Gelet op de ambities voor beide centrumgebieden horen al de overige branches in de centra thuis.

**BIJLAGEN**



## BIJLAGE 1: WINKELAANBOD

### Gemeente Wierden: Spreiding van het winkelaanbod

	Dagelijkse artikelen		Niet-dagelijkse artikelen		Totaal	
	Aantal	m <sup>2</sup> wvo	Aantal	m <sup>2</sup> wvo	Aantal	m <sup>2</sup> wvo
Wierden	25	5.955	72	17.725	97	23.680
Enter	14	3.005	32	11.585	46	14.590
Hoge Hexel	-	-	1	70	1	70
Rectum-Notter-Zuna	-	-	-	-	-	-
<b>Totaal</b>	<b>39</b>	<b>8.960</b>	<b>105</b>	<b>29.380</b>	<b>144</b>	<b>38.340</b>

Bron: Locatus Retail Verkenner, 2009, Peildatum 18-03-09

### Kern Wierden: Winkelaanbod naar branche vergeleken

	Wierden (14.550 inwoners)			Vergelijkbare kernen (10.000 à 15.000 inwoners) <sup>11</sup>		
	Aantal	m <sup>2</sup> wvo	Schaal	Aantal	m <sup>2</sup> wvo	Schaal
Levensmiddelen	22	5.180	235	21	5.035	235
Persoonlijke verzorging	3	775	260	5	860	155
Dagelijkse artikelen	25	5.955	240	27	5.895	220
Warenhuis	1	385	385	1	395	660
Kleding & mode	19	3.495	185	18	2.780	150
Schoenen & lederwaren	3	1.035	345	4	685	195
Juwelier & optiek	4	310	80	4	275	65
Huishoudelijke & luxe art.	2	370	185	4	770	190
Antiek & kunst	-	-	-	2	205	130
Sport & spel	6	760	125	3	960	285
Hobby	2	175	90	3	260	80
Media	2	335	170	3	395	130
Dier & plant	10	4.255	425	8	3.055	395
Bruin- & witgoed	3	425	140	4	565	145
Fietsen & autoaccessoires	3	935	310	4	640	185
Doe-het-zelf	3	2.895	965	5	3.755	715
Wonen	10	1.445	145	11	6.955	610
Detailhandel overig	4	905	225	4	800	180
Niet-dagelijks artikelen	72	17.725	245	78	22.495	285
<b>Totaal</b>	<b>97</b>	<b>23.680</b>	<b>245</b>	<b>105</b>	<b>28.385</b>	<b>270</b>

Bron: Locatus Retail Verkenner, 2009, Peildatum 18-03-09.

<sup>11</sup> Bron: Locatus Retail Handboek, Gewogen naar het inwonertal van de kern Wierden.

**Kern Wierden: Spreiding van het winkelaanbod**

	Dagelijkse artikelen		Niet-dagelijkse artikelen		Totaal	
	Aantal	m <sup>2</sup> wvo	Aantal	m <sup>2</sup> wvo	Aantal	m <sup>2</sup> wvo
Centrum	16	2.075	56	9.860	72	11.935
Verspreid	9	3.880	16	7.865	25	11.745
<b>Totaal</b>	<b>25</b>	<b>5.955</b>	<b>72</b>	<b>17.725</b>	<b>97</b>	<b>23.680</b>

Bron: Locatus Retail Verkenner, 2009, Peildatum 18-03-09

**Centrum Wierden: Winkelaanbod naar branche vergeleken**

	Wierden-Centrum (14.550 inwoners)			Vergelijkbare centrumgebieden (10.000 à 15.000 inwoners) <sup>12</sup>		
	Aantal	m <sup>2</sup> wvo	Schaal	Aantal	m <sup>2</sup> wvo	Schaal
Levensmiddelen	13	1.300	100	15	3.345	225
Persoonlijke verzorging	3	775	260	4	770	170
Dagelijkse artikelen	16	2.075	130	19	4.120	215
Warenhuis	1	385	385	1	395	650
Kleding & mode	19	3.495	185	17	2.415	145
Schoenen & lederwaren	3	1.035	345	3	610	195
Juwelier & optiek	4	310	80	4	260	65
Huishoudelijke & luxe art.	2	370	185	4	655	180
Antiek & kunst	-	-	-	1	75	70
Sport & spel	4	610	155	2	480	210
Hobby	2	175	90	3	190	70
Media	2	335	170	3	365	130
Dier & plant	5	605	120	4	525	120
Bruin- & witgoed	3	425	140	3	405	145
Fietsen & autoaccessoires	2	680	340	1	260	175
Doe-het-zelf	-	-	-	2	420	275
Wonen	6	990	165	5	1.410	300
Detailhandel overig	3	445	150	2	305	130
Niet-dagelijks artikelen	56	9.860	175	54	8.775	165
<b>Totaal</b>	<b>72</b>	<b>11.935</b>	<b>165</b>	<b>73</b>	<b>12.890</b>	<b>175</b>

Bron: Locatus Retail Verkenner, 2009, Peildatum 18-03-09.

<sup>12</sup> Bron: Locatus Retail Handboek, Gewogen naar het inwonertal van de kern Wierden.

**Kern Enter: Winkelaanbod naar branche vergeleken**

	Enter (7.100 inwoners)			Vergelijkbare kernen (5.000 à 7.500 inwoners) <sup>13</sup>		
	Aantal	m <sup>2</sup> wvo	Schaal	Aantal	m <sup>2</sup> wvo	Schaal
Levensmiddelen	11	2.490	225	9	2.110	225
Persoonlijke verzorging	3	515	170	3	370	135
Dagelijkse artikelen	14	3.005	215	12	2.480	205
Warenhuis	-	-	-	0	50	420
Kleding & mode	6	3.410	570	5	795	160
Schoenen & lederwaren	1	330	330	1	120	130
Juwelier & optiek	-	-	-	1	80	60
Huishoudelijke & luxe art.	2	240	120	2	355	190
Antiek & kunst	-	-	-	1	70	120
Sport & spel	-	-	-	1	285	240
Hobby	1	45	45	1	70	65
Media	1	215	215	1	130	120
Dier & plant	4	775	195	4	1.250	310
Bruin- & witgoed	2	370	185	2	225	135
Fietsen & autoaccessoires	2	420	210	2	235	150
Doe-het-zelf	2	400	200	3	1.035	380
Wonen	11	5.380	490	4	2.820	630
Detailhandel overig	-	-	-	1	270	190
Niet-dagelijks artikelen	32	11.585	360	29	7.790	270
Totaal	46	14.590	315	41	10.265	250

Bron: Locatus Retail Verkenner, 2009, Peildatum 18-03-09

**Kern Enter: Spreiding van het winkelaanbod**

	Dagelijkse artikelen		Niet-dagelijkse artikelen		Totaal	
	Aantal	m <sup>2</sup> wvo	Aantal	m <sup>2</sup> wvo	Aantal	m <sup>2</sup> wvo
Centrum	13	2.980	22	6.010	35	8.990
Verspreid	1	25	10	5.575	11	5.600
Totaal	14	3.005	32	11.585	46	14.590

Bron: Locatus Retail Verkenner, 2009, Peildatum 18-03-09

<sup>13</sup> Bron: Locatus Retail Handboek, Gewogen naar het inwonertal van de kern Enter.





## BIJLAGE 2: REFERENTIE VLOERPRODUCTIVITEITEN

### Dagelijkse artikelensector: Referentie vloerproductiviteiten naar omvang kern

Kern	Aantal inwoners	m <sup>2</sup> wvo <sup>14</sup>	Omzet <sup>15</sup>	Omzet per m <sup>2</sup> wvo
Slagharen	2.948	1.169	6,3	€ 5.389
Gramsbergen	3.103	1.059	7,3	€ 6.893
Lemelerveld	3.214	1.658	7,5	€ 4.524
Bergentheim	3.507	950	4,1	€ 4.316
Balkbrug	3.789	990	3,6	€ 3.636
Heino	6.800	3.457	20,5	€ 5.930
Hasselt	7.200	3.727	15,6	€ 4.186
Wijhe	7.500	2.285	13,8	€ 6.039
Olst	7.600	2.634	14,4	€ 5.467
Genemuiden	9.700	2.606	17,8	€ 6.830
Staphorst	10.200	3.137	28,8	€ 9.181
Heerde	11.200	3.920	28,8	€ 7.347
IJsselmuiden	11.300	3.663	28,2	€ 7.699
Dedemsvaart	11.900	4.855	33	€ 6.797
Dalfsen	13.600	4.047	27,4	€ 6.770
Hardenberg	17.400	8.664	52,3	€ 6.036
Raalte	19.100	6.545	48,8	€ 7.456

### Niet-dagelijkse artikelensector: Referentie vloerproductiviteiten naar omvang kern

Kern	Aantal inwoners	m <sup>2</sup> wvo <sup>16</sup>	Omzet <sup>17</sup>	Omzet per m <sup>2</sup> wvo
Slagharen	2.948	5.910	2,8	€ 474
Gramsbergen	3.103	4.151	4,7	€ 1.132
Lemelerveld	3.214	7.308	7,9	€ 1.081
Bergentheim	3.507	490	0,5	€ 1.020
Balkbrug	3.789	3.782	3,3	€ 873
Heino	6.800	10.326	10,7	€ 1.036
Hasselt	7.200	5.093	8,2	€ 1.610
Wijhe	7.500	9.561	11,4	€ 1.192
Olst	7.600	6.374	9,6	€ 1.506
Genemuiden	9.700	10.973	14,5	€ 1.321
Staphorst	10.200	25.959	27,3	€ 1.052
Heerde	11.200	13.483	21,7	€ 1.609
IJsselmuiden	11.300	17.510	13,8	€ 788
Dedemsvaart	11.900	18.678	30,8	€ 1.649
Dalfsen	13.600	16.580	24,8	€ 1.496
Hardenberg	17.400	42.831	66,3	€ 1.548
Raalte	19.100	29.589	63,3	€ 2.139

<sup>14</sup> Bron: Locatus Retail Verkenner, 2005

<sup>15</sup> Bron: Koopstromenonderzoek Overijssel, 2005

<sup>16</sup> Bron: Locatus Retail Verkenner, 2005

<sup>17</sup> Bron: Koopstromenonderzoek Overijssel, 2005



## BIJLAGE 3: BEGRIPPENLIJST

### **Detailhandel (als activiteit)**

Het bedrijfsmatig te koop aanbieden, alsmede de uitstalling ter verkoop, het verkopen en/of leveren van goederen aan diegene die deze goederen kopen voor gebruik, verbruik of aanwending, anderszins dan in de uitoefening van een beroeps- of bedrijfsactiviteit.

### **Winkelgebied**

Concentratie van winkels die voor de consument waarneembaar als eenheid te onderscheiden is. Naast winkels gaat het veelal ook om horeca, consumentverzorgende ambachten, dienstverlening, e.d.

### **Dagelijkse artikelen**

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

### **Niet-dagelijkse artikelen**

Alle artikelen die niet behoren tot de dagelijkse artikelensector.

### **PDV - Perifere Detailhandels Vestigingen**

Detailhandel op locaties buiten reguliere winkelcentra, bijvoorbeeld bedrijventerreinen, langs grote wegen, etc. Toegelaten branches in het tot voor kort geldende Rijksbeleid: detailhandel in brand- en explosiegevaarlijke stoffen en detailhandel in ABC-goederen (auto's, boten, caravans), tuincentra, bouwmarkten, grove bouwmaterialen, keukens en sanitair alsmede woninginrichting waaronder meubels die vanwege de omvang en de aard van de gevoerde artikelen een groot oppervlak nodig hebben. Perifere detailhandel had de branchering als criterium. Met de Nota Ruimte is het PDV-beleid komen te vervallen.

### **Winkelvloeroppervlakte (wvo)**

De voor publiek toegankelijke, zichtbare, overdekte en ommuurde winkelruimte (dus excl. magazijn, kantoor, e.d.).

### **Brutovloeroppervlakte (bvo)**

De totale bedrijfsruimte, inclusief de niet direct met de detailhandelsactiviteit verband houdende ruimten, zoals kantines, toiletten, kantoor, magazijn, etc.

### **Vloerproductiviteit**

Gemiddelde omzet in gevestigde winkels per m<sup>2</sup> winkelvloeroppervlak (wvo).

**Boodschappenaanbod**

Voedings- en genotsmiddelen, artikelen op het gebied van persoonlijke verzorging en aanvullende dagelijkse artikelen zoals dierenbenodigdheden, bloemen, tijdschriften, etc. Aanschaf gebeurt in hoge frequentie.

**Recreatieve winkelaanbod**

Modische en luxe artikelen, hobby- en vrijetijdsartikelen en overig (computers, telecomartikelen, lijsten, posters, woondecoratie). Aanschaf gebeurt in gevarieerde frequenties, afhankelijk van individuele voorkeur.

**Laagfrequent doelgericht aanbod**

Gerichte aanschaf van (vaak) dure artikelen die men relatief lang gebruikt (zoals meubelen, gereedschappen, grote huishoudelijke apparatuur, rijwielen). Aanschaf gebeurt, zoals gezegd, in een lage frequentie.

**Bestedingspotentieel**

Totaal aan winkelbestedingen die door de inwoners van een bepaald gebied gedaan kunnen worden. Gebaseerd op inwonertal en gemiddelde (landelijke) toonbankbesteding per hoofd van de bevolking.

**Koopkrachtbinding**

Mate waarin inwoners van een bepaald gebied besteden bij winkels die in dat gebied gevestigd zijn.

**Koopkrachtafvloeiing**

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

**Koopkrachttoevloeiing**

Mate waarin inwoners van buiten een gebied besteden bij winkels die in dat gebied gevestigd zijn.

