Distributieve mogelijkheden ontwikkeling Duiven-centrum

Gemeente Duiven

Definitief

BRO
Ruimte | om *in* te leven

Distributieve mogelijkheden ontwikkeling Duiven-centrum

Gemeente Duiven

Definitief

Rapportnummer:	204X00349.062259_Duiven-centrum
Datum:	14 februari 2011
Contactpersoon opdrachtgever:	dhr. N.P. Schoenmakers, dhr. P. Sessink
Projectteam BRO:	Aiko Mein, Rob Soeterboek
Trefwoorden:	Duiven, centrum, centrumontwikkeling, uitbreidingsruimte
Bron foto kaft:	Hollandse Hoogte 13
Beknopte inhoud:	In Duiven wordt al jaren gewerkt aan plannen voor de ontwikkeling van een aantrekkelijk centrumgebied. In het verleden zijn verschillende onderzoeken verricht naar de kwantitatieve en kwalitatieve ontwikkelingsmogelijkheden voor het centrum. Onderliggende rapportage betreft een actualisatie van de ontwikkelingsmogelijkheden op basis van de laatste vraag- en aanbodgegevens en trends en ontwikkelingen.

BRO
Hoofdvestiging
Postbus 4
5280 AA Boxtel
Bosscheweg 107
5282 WV Boxtel
T +31 (0)411 850 400
F +31 (0)411 850 401

Ruimte | om *in* te leven

Inhoudsopgave

pagina

1. INLEIDING **3**
1.1 Achtergrond en doelstelling 3
1.2 Vraagstelling 3

2. ANALYSE UITGANGSSITUATIE **5**
2.1 Omvang, spreiding en branchering winkelaanbod Duiven 5
2.2 Het centrum nader belicht 7
2.3 Sterkte/zwakteanalyse 10

3. ONTWIKKELINGEN **13**
3.1 Algemene trends en ontwikkelingen 13
3.2 Lokale en regionale plannen en ontwikkelingen 14
3.3 Bevolkingsontwikkeling 14

4. FUNCTIONEREN EN UITBREIDINGSRUIMTE **17**
4.1 Uitgangspunten 17
4.1.1 Bestedingen 17
4.1.2 Koopstromen 17
4.2 Huidig functioneren 19
4.3 Toekomstig functioneren en uitbreidingsruimte 20
4.4 Kwalitatieve uitbreidingsmogelijkheden 21
4.5 Conclusies 21

5. SLOTBESCHOUWING **23**

BIJLAGE 1: AANBODVERGELIJKING DUIVEN-KERN

1. INLEIDING

1.1 Achtergrond en doelstelling

In Duiven wordt al jaren gewerkt aan plannen voor de ontwikkeling van een aantrekkelijk centrumgebied. Het is de bedoeling dat de voorzieningen in het centrum optimaal aansluiten bij de behoeften van de (toekomstige) bevolking. Uitgangspunt is een aantrekkelijk en levendig centrum met een zo compleet en gevarieerd mogelijk aanbod aan voorzieningen.

Dit distributie-planologisch onderzoek (DPO) beschrijft het wenselijke en verantwoorde voorzieningenaanbod voor het centrum van Duiven en biedt een adequate basis om nieuwe initiatieven en ontwikkelingen te toetsen. Dit onderzoek kan als actualisatie worden gezien van de distributie-planologische onderzoeken uit 2007[1] en 2005[2].

1.2 Vraagstelling

De centrale vraagstelling voor dit onderzoek hebben wij als volgt geformuleerd:
Wat zijn zowel de kwantitatieve als kwalitatieve ontwikkelingsmogelijkheden voor versterking van het centrum van de kern Duiven?

Opgemerkt dient te worden dat de ontwikkelingsmogelijkheden in dit onderzoek bepaald zijn aan de hand van verschillende aannames. Deze aannames kunnen beïnvloed worden door keuzes die in een later stadium worden gemaakt met betrekking tot een eventuele doorontwikkeling van detailhandelsvoorzieningen op bedrijventerrein Nieuwgraaf. In de Detailhandelsnota die BRO voor de gemeente Duiven opstelt, en welke in de eerste helft van 2011 afgerond zal worden, zal hier bijzondere aandacht aan worden besteed. In dit onderzoek is er vooralsnog van uitgegaan dat er prioriteit wordt gegeven aan een doorontwikkeling van Duiven-centrum als hoofdwinkelcentrum voor de gehele gemeente en dat enigszins terughoudend om wordt gegaan met de detailhandelsontwikkelingen in de periferie, overeenkomstig met eerdere beleidsdocumenten.

---

1 DPO Centrum Duiven, Goudappel Coffeng, juli 2007.
2 Gemeente Duiven, distributieve mogelijkheden centrumontwikkeling, BRO, september 2005.

2. ANALYSE UITGANGSSITUATIE

2.1 Omvang, spreiding en branchering winkelaanbod Duiven

Opbouw detailhandelsstructuur Duiven
De gemeente Duiven beschikt over een detailhandelsaanbod met een winkelvloeroppervlak (wvo) van ruim 87.000 m² verspreid over 100 winkelvestigingen, waarvan 6.470 m² wvo in de dagelijkse artikelensector (27 winkels) en 80.600 m² wvo in de niet-dagelijkse artikelensector (73 winkels). De detailhandelsstructuur kent een heldere opbouw met een beperkt aantal concentraties.

Het hoofdwinkelgebied van Duiven wordt gevormd door Duiven-centrum. Het dagelijkse boodschappenaanbod is hier grotendeels gevestigd en qua aantal winkels zijn ook de meeste winkels in de niet-dagelijkse artikelensector hier gevestigd.

Naar winkelmeters is het grootste aanbod binnen de niet-dagelijkse artikelensector op de perifere concentraties (bedrijventerrein Nieuwgraaf en Plaza Graafstaete) gevestigd. Dit aanbod wordt in belangrijke mate bepaald door een aantal zeer grootschalige winkelvestigingen, zoals Intratuin (17.000 m² wvo), Ikea (14.600 m² wvo), Praxis (8.200 m² wvo) en Woondock (8.000 m² wvo).

Tabel: Spreiding winkelaanbod over de gemeente Duiven[3]

	dagelijkse artikelen[4]		niet-dagelijkse artikelen		totaal	
	aantal	m² wvo	aantal	m² wvo	aantal	m² wvo
Duiven-centrum	15	4.226	36	5.389	51	9.615
Eilandplein	5	1.356	2	126	7	1.482
Nieuwgraaf	-	-	12	40.041	12	40.041
Plaza Graafstaete	-	-	6	30.565	6	30.565
Verspreid kern Duiven	4	777	12	2.798	16	3.575
Kern Groessen	3	113	4	1.645	7	1.758
Kern Loo	-	-	1	35	1	35
Totaal	27	6.472	73	80.599	100	87.071

Duiven kent daarnaast nog één buurtwinkelcentrum (Eilandplein), met de nadruk op dagelijks boodschappenaanbod en beperkte verspreide bewinkeling in de kernen Duiven (waaronder één supermarkt), Groessen en Loo.

[3] Voor de aanbodanalyse is gebruik gemaakt van de gegevens van dataleverancier Locatus (peildatum: 13 oktober 2010).
[4] Tot de dagelijkse artikelensector behoren de branches voedings- en genotmiddelen en drogisterij- en parfumerieartikelen. Alle overige branches behoren tot de sector niet-dagelijkse artikelensector.

Winkelaanbod op kernniveau vergeleken

In de bijlage is het winkelaanbod in Duiven (kern, inclusief bedrijventerrein Nieuwgraaf) vergeleken met woonplaatsen van vergelijkbaar inwonertal[5]. In totaliteit beschikken de inwoners van Duiven naar winkelmeters over een zeer ruim aanbod. Dit komt door de aanwezigheid van een omvangrijk aanbod binnen de doelgerichte branches (specifiek de branches wonen, doe-het-zelf en plant & dier) die sterk vertegenwoordigd zijn op de perifere concentraties. Ook de branche sport & spel is qua omvang relatief sterk vertegenwoordigd, dit komt echter voor rekening van enkele grootschalige aanbieders (grotendeels Four Seasons met 2.800 m² wvo en Liemers Caravans met 500 m² wvo[6], beide eveneens in de periferie gelegen).

Niet alle branches zijn echter even goed binnen de kern Duiven vertegenwoordigd. Zowel de dagelijkse artikelensector (levensmiddelen en persoonlijke verzorging) als de modische & luxe branches zijn relatief zwak vertegenwoordigd. Deze laatste groep bestaat voor het overgrote deel uit echte 'centrumbranches' zoals warenhuis, kleding, schoeisel, huishoudelijke en luxe artikelen en juwelier/optiek. Dit zijn de branches die zich richten op het recreatieve winkelen, of daar een belangrijke bijdrage aan kunnen leveren. Voor een goed functioneren zijn deze winkels gediend bij grote passantenstromen (bezoekers die komen om te kijken en vergelijken). Voldoende keuzemogelijkheden en een aantrekkelijk winkel- en verblijfsklimaat zijn belangrijke aspecten om die passantenstromen te genereren.

Los van het feit dat het aanbod per hoofd van de bevolking in de meeste van de genoemde centrumbranches fors achterblijft bij het gemiddelde voor de referentieplaatsen, kan het volgende geconstateerd worden:

- In de beide dagelijkse artikelenbranches is het aanbod redelijk grootschalig, maar de verkoopruimte per hoofd van de bevolking blijft circa 20% achter bij de vergelijkbare plaatsen.
- In diverse centrumbranches zijn de winkels gemiddeld relatief klein (warenhuis, kleding & mode, schoeisel & lederwaren, hobby).
- De doelgerichte branches (dier & plant, doe-het-zelf en wonen) zijn niet alleen zeer sterk vertegenwoordigd in Duiven, maar kennen ook gemiddeld een zeer grote omvang. De branche bruin- & witgoed blijft in Duiven zowel qua aantal winkels als totaal winkelvloeroppervlak achter bij de referenties.
- De branches kunst en antiek en overige detailhandel zijn respectievelijk niet en slechts zeer beperkt aanwezig in Duiven. Vanuit de op de centrumontwikkeling gerichte vraagstelling zijn deze branches echter minder relevant.

---

5 De beschikbare referentiecijfers hebben betrekking op woonplaatsen en niet op gemeenten.

6 Voor het winkelvloeroppervlak van de nieuwe vestiging van Liemers Caravans zijn geen recente gegevens beschikbaar, er wordt van uit gegaan dat 500 m² wvo in beslag wordt genomen door detailhandelsaanbod, niet zijnde caravans.

2.2 Het centrum nader belicht

Het detailhandelsaanbod in het centrum van Duiven omvat 51 winkels met in totaal een winkelvloeroppervlak van 9.615 m². In navolgende tabel zijn de omvang en branchering van het winkelaanbod in het centrum van Duiven afgezet tegen hetgeen aanwezig is in de hoofdwinkelcentra van de referentiegroep.

Tabel: Branchering Duiven-centrum vergeleken

	Duiven-centrum 22.570 inwoners				Hoofdwinkelcentra vergelijkbare plaatsen 20.000 en 30.000 inw.*			
	aantal winkels	m² wvo	m² wvo per winkel	m² wvo per 1.000 inw.	aantal winkels	m² wvo	m² wvo per winkel	m² wvo per 1.000 inw.
Levensmiddelen	12	3.832	319	170	16	3.475	216	154
Persoonlijke verzorging	3	394	131	17	5	865	184	38
Subtotaal dagelijkse artikelen	*15*	*4.226*	*282*	*187*	*21*	*4.340*	*209*	*192*
Warenhuis	1	460	460	20	1	818	931	36
Kleding en mode	14	1.846	132	82	26	4.354	168	193
Schoenen en lederwaren	2	340	170	15	5	1.258	231	56
Juwelier optiek	4	287	72	13	6	390	69	17
Huish. en luxe artikelen	3	573	191	25	4	842	213	37
Antiek en kunst	-	-	-	-	1	69	95	3
Sport en spel	1	266	266	12	4	761	212	34
Hobby	1	38	38	2	3	221	86	10
Media	3	465	155	21	4	535	142	24
Dier en plant	3	205	68	9	4	464	120	21
Bruin- en witgoed	3	409	136	18	5	762	161	34
Fietsen en autoaccessoires	1	500	500	22	2	323	204	14
Doe-het-zelf	-	-	-	-	1	246	252	11
Wonen	-	-	-	-	6	1.828	304	81
Overige detailhandel	-	-	-	-	3	429	130	19
Subtotaal niet-dag. artikelen	*36*	*5.389*	*150*	*239*	*73*	*13.301*	*182*	*589*
Totaal	51	9.615	189	426	94	17.641	188	782

* Gecorrigeerd naar het inwonertal van de kern Duiven

Uit de tabel blijkt het volgende:

- Afgezet tegen centra in plaatsen van vergelijkbaar inwonertal kent Duiven-centrum een beperkt winkelaanbod. Dit geldt in feite voor vrijwel alle branches in de niet-dagelijkse artikelensector. Het aanbod in deze sector bedraagt nog niet de helft van wat er in de referentiecentra aanwezig is.
- Het aanbod aan levensmiddelen (supermarkten, versspeciaalzaken) is op niveau. Dit heeft te maken met de geplande winkelstructuur van Duiven. Naast het cen-

trum is er slechts één buurtwinkelcentrum aanwezig (Eilandplein) plus beperkt verspreid aanbod. Het aanbod binnen de branche persoonlijke verzorging (drogisterij, parfumerie, apotheek) blijft sterk achter bij de referenties.

- Het aanbod per 1.000 inwoners is in Duiven in nagenoeg alle centrumbranches beperkt tot zeer beperkt van omvang.
- Ook in branches als sport & spel en bruin- & witgoed (electro) blijft het aanbod in omvang achter, evenals in de doelgerichte branches plant & dier, doe-het-zelf en wonen.
- Vrijwel alle branches zijn met 1 of meerdere winkels vertegenwoordigd. Het aanbod is in totaliteit dus redelijk compleet, maar weinig divers (beperkte keuzemogelijkheden voor de consument in meerdere branches).
- Binnen de modische branches zijn meerdere specialiteiten en marktsegmenten aanwezig (onder meer Bloemberg, Willemsen, Allmonde, Derksen, Lagoon).
- Het achterblijvende aanbod in de recreatieve (modische) branches hangt samen met het sterke winkelaanbod in de omgeving (Arnhem-centrum, stadsdeelcentra Presikhaaf en Kronenburg en Zevenaar-centrum). Het achterblijvende aanbod in de meer doelgerichte branches hangt samen met het aanwezige omvangrijke aanbod in de periferie.
- De samenstelling van het aanbod (de branchering) is te vergelijken met de branchering in stadsdeelcentra als Kronenburg en Presikhaaf waar de branches binnen In en om huis eveneens minimaal vertegenwoordigd zijn.
- Er is een mix van het filiaalbedrijf en de zelfstandige ondernemer in Duivencentrum. Het aandeel winkelmeters aan filiaalbedrijven ligt relatief hoog, maar dit houdt verband met het relatief uitgebreide supermarktaanbod in Duivencentrum (grote filiaalbedrijven).
- Op basis van de meest recente Locatus-gegevens bedraagt de totale leegstand in het centrumgebied van Duiven 950 m² wvo verspreid over 8 panden. De leegstand in verkoopruimte bedraagt daarmee circa 9% en ligt hoger dan de referenties met circa 7%. Naar aantal panden bedraagt de leegstand circa 14% en komt daarmee relatief hoog uit.
- Een aantal panden staat echter leeg in afwachting van het centrumplan en zal worden gesloopt en zal dus ook niet meer als zodanig deel uit maken van de leegstand, een aantal andere panden wordt bovendien op korte termijn opnieuw ingevuld (onder andere komst Shoeby Fashion). Hiermee rekening houdend dient geconcludeerd te worden dat de feitelijke leegstand, waar Duivencentrum mee te kampen heeft, beperkt is.

De hiervoor beschreven conclusies zijn in de eerdere onderzoeken reeds naar voren gekomen, maar zijn ook nu nog actueel aangezien er in de afgelopen periode geen substantiële veranderingen in Duiven-centrum plaats hebben gevonden, zoals ook blijkt uit volgende tabel waarin het aanbod in 2002 en 2010 weergegeven is.

In vergelijking tot 2002 is het aantal winkels in Duiven-centrum met 7 vestigingen afgenomen en is het aantal winkelmeters, specifiek in de dagelijkse artikelensector, met ca. 550 m² wvo uitgebreid. De landelijke trend van schaalvergroting heeft zich in deze periode dus ook in Duiven-centrum gemanifesteerd. De uitbreiding van de dagelijkse artikelensector is te danken aan de komst van supermarkt Lidl. De totale omvang van de niet-dagelijkse artikelensector is nagenoeg onveranderd gebleven, er hebben echter wel enkele beperkte verschuivingen binnen de verschillende branches plaats gevonden. Het aanbod binnen de belangrijkste recreatieve branche kleding & mode is wat gegroeid, terwijl de overige recreatieve branches in omvang afgenomen zijn. De keuzemogelijkheden in diverse branches zijn afgenomen, getuigen ook de afname van het aantal winkelvestigingen.

Tabel: Branchering Duiven-centrum 2002 en 2010

	2002		2010		Verschil
	aantal winkels	m² wvo	aantal winkels	m² wvo	m² wvo
Levensmiddelen	16	3.205	12	3.832	+20%
Persoonlijke verzorging	3	470	3	394	-16%
Subtotaal dagelijks	19	3.675	15	4.226	+15%
Warenhuis	1	465	1	460	-1%
Kleding en mode	11	1.460	14	1.846	+26%
Schoenen en lederwaren	3	415	2	340	-18%
Juwelier optiek	5	395	4	287	-27%
Huishoudelijke en luxe artikelen	3	580	3	573	-1%
Antiek en kunst	-	-	-	-	-
Sport en spel	2	375	1	266	-29%
Hobby	2	120	1	38	-68%
Media	3	350	3	465	+33%
Dier en plant	4	535	3	205	-62%
Bruin- en witgoed	3	415	3	409	-1%
Fietsen en autoaccessoires	1	235	1	500	+113%
Doe-het-zelf	-	-	-	-	-
Wonen	-	-	-	-	-
Overige detailhandel	1	40	-	-	-100%
Subtotaal niet-dagelijks	39	5.385	36	5.389	0%
Totaal	58	9.060	51	9.615	+6%

Behalve winkels zijn er in het centrum van Duiven nog 34 voorzieningen op het gebied van vermaak en commerciële diensten gevestigd. Dit ligt wat lager dan gemiddeld in de referentiecentra, maar hangt in belangrijke mate samen met de zeer sterk achterblijvende omvang van het winkelaanbod. Binnen dit aanbod zijn de horecavoorzieningen wat onder vertegenwoordigd (specifiek cafés/restaurants).

Tabel: Commerciële diensten Duiven-centrum

Commerciële diensten	Branche	Verkooppunten
Vermaak/leisure	Horeca	11
	Cultuur	1
	Ontspanning	1
Diensten	Ambacht	9
	Financiële instelling	6
	Particuliere dienstverlening	6
Totaal commerciële diensten		34

2.3 Sterkte/zwakteanalyse

Uit het voorgaande blijkt dat het centrum van Duiven weliswaar een redelijk compleet aanbod kent, maar qua omvang klein is. De keuzemogelijkheden in de specifieke centrumbranches zijn daarmee beperkt. Dat heeft een negatieve invloed op het functioneren van het centrum als 'recreatief winkelcentrum' en als hoofdwinkelcentrum van de gemeente Duiven.

Voor recreatief winkelen is 'beleving' bovendien belangrijk. Positief is in dit verband dat het centrum voor een aanzienlijk deel overdekt is (Elshofpassage). Dit draagt in sterke mate bij aan de aantrekkelijkheid van het verblijfsklimaat. Andere elementen die hier op van invloed zijn, zijn de voetgangersrouting, de locatie van de trekkers, de presentatie / uitstraling van winkels en gebouwen, de inrichting en aankleding van de openbare ruimte, het al of niet aanwezig zijn van tweezijdige bewinkeling, een aaneengesloten winkelfront, omvang en aanhaking van de parkeergelegenheid, etc. Op meerdere van deze punten is nog veel te verbeteren in Duiven-centrum, zoals het creëren van een winkelrondje dat naadloos aansluit op de Elshofpassage, verbetering van de beleving van de Pastoriestraat door opwaardering van het vastgoed en openbare ruimte en het creëren van een dubbelzijdig aaneengesloten winkelfront en opwaardering van de verblijfswaarde van het Remigiusplein.

Door het uitblijven van uitvoering van het centrumplan is het overgrote deel van de in eerdere onderzoeken geconstateerde sterke en zwakke punten van het winkelaanbod en de ruimtelijk-functionele structuur van Duiven-centrum nog steeds van kracht en zo ook de sterkte/zwakteanalyse die door de klankbordgroep in het proces van het realiseren van een 'Vitaal Centrum Duiven' is vastgesteld op 9 mei 2007.

Tabel: Sterkte/zwakteanalyse Duiven-centrum thema 'economie'

Subthema	Sterktes	Zwaktes
Winkels	- Elshofpassage - overdekt winkelgebied - goed functionerend winkelgebied - compleet boodschappencentrum - voldoende foodwinkels - locaties drie supermarkten - er is distributieve ruimte - diversiteit lokale eigenaar/gebruikers winkels	- geen samenhang in voorzieningenstructuur - de aansluitinningen tussen de Elshofpassage als USP en de rest van het centrum is zeer matig - veel winkels zijn te klein in deze tijd - expeditie winkelvoorzieningen fysiek niet goed geregeld - lange leegstand winkels - laden en lossen - beperkte keuze in het aanbod van winkels en horeca
Horeca	- veel van de Duivense horecazaken zijn in het centrum gevestigd	- er is geen avondhoreca - horecafunctie ontbreekt
Wonen		- huidig centrum heeft geen goede balans: wel winkels, maar te weinig woningen (functioneel en als eis voor leefbaarheid, duurzaamheid, sociale controle, draagvlak)
Parkeren	- geen/beperkte parkeerproblemen door de week - parkeren op maaiveld - gratig parkeren - vrij parkeren - ligging parkeerterrein in relatie tot loopafstand van de winkels	- het parkeren is niet in balans - aantal parkeerplaatsen - parkeerplaats postkantoor en omgeving is rommelig - tekort aan parkeerplaatsen bij evenementen, begrafenissen en op koopavonden - parkeren Elshofstraat - toenemende parkeerdruk auto's en fietsen - parkeeroverlast Van Schaikstraat, 't Buske, 't Weike - doorstroming parkeerterreinen - onvoldoende handhaving parkeerbeleid

Bron: Sterkte/zwakteanalyse Vitaal Centrum Duiven -vastgesteld 9 mei 2007- klankbordgroep

Naar de mening van BRO komt de horecafunctie van Duiven-centrum in bovenstaand schema te negatief naar voren. Het horeca aanbod blijft wat achter bij de referenties, maar er is weldegelijk een horecafunctie, waaronder tevens avondhoreca (zoals 't Raedthuijs, Saray, Holiday en Remigius).

3. ONTWIKKELINGEN

3.1 Algemene trends en ontwikkelingen

De winkelcentra op kernniveau voorzien voor een belangrijk deel in de dagelijkse behoefte van de consument. Efficiency en gemak zijn de kernwoorden van deze centra. De voorzieningen hebben bij voorkeur een centrale ligging in het verzorgingsgebied, zijn goed bereikbaar per auto (maar ook per fiets en te voet) en hebben voldoende parkeergelegenheid. Fullservice supermarkten van moderne omvang (minimaal 1.000 m²) zijn de trekkers. Complementaire supermarkten, zoals een discounter, versspeciaalzaken en frequent benodigde non-food artikelen (bloemen, tijdschriften en boeken, e.d.), aangevuld met recreatief niet-dagelijks aanbod (passend bij het profiel en de verzorgingsfunctie) maken het aanbod compleet.

Ook binnen kleinere kernen is de detailhandel voortdurend in beweging. Een aantal trends en ontwikkelingen is in dit kader relevant om te vermelden:

- De trend tot schaalvergroting blijft zich doorzetten. Voor een rendabel functioneren en de toenemende diversiteit in het productenpakket is een steeds groter vloeroppervlak nodig, in het bijzonder bij supermarkten. Deze schaalsprong is ook in de kleinere plaatsen en kernen zichtbaar. De afgelopen jaren blijkt deze trend zich ook in de Elshofpassage te hebben voorgedaan, waar kleinere units samengevoegd zijn tot één grotere unit.
- Tegenover de schaalvergroting is tegelijk een trend van schaalverkleining en superspecialisatie waar te nemen. Steeds vaker duiken winkels op met een zeer specialistisch assortiment, zoals specerijen, koffie, thee en zeep. Vaak is voor dergelijke aanbieders een groot draagvlak benodigd en bevinden zij zich daarom in aanloopgebieden van de centra in de grotere steden. Maar door autonome trekkracht zijn er ook voorbeelden in den lande van dergelijke formules die in kleine verzorgingsgebieden (ook in kleine kernen) is staat zijn goed te functioneren.
- Veel van de kleinste winkelconcentraties staan onder druk. Kleinschaligheid van het aanbod, ontbreken van trekkers, matige bereikbaarheid, onvoldoende uitbreidingsmogelijkheden en een veranderd consumentengedrag zijn hiervan de oorzaak.
- Tegelijkertijd is er een opleving van dorpscentra; het aanbod wordt meer geconcentreerd en supermarkten in deze centra maken waar mogelijk een schaalsprong. Zij zijn op dit schaalniveau de publiekstrekkers. Randvoorwaarden daarbij zijn: goede bereikbaarheid, voldoende parkeermogelijkheden, goede keuzemogelijkheden en een aantrekkelijke uitstraling en presentatie. Uit recent onderzoek[7] blijkt dat er op sommige plekken een trend gaande lijkt te zijn waarin

[7] Bron: Retailscan Arnhem 2010, Strijbosch Thunnissen Makelaars.

de consument in toenemende mate dorpsvoorzieningen boven stedelijke voorzieningen verkiest vanwege betere bereikbaarheid en parkeergelegenheid.
- Het koopgedrag van de consument is voor een belangrijk deel bepalend aan de aanbodzijde. Door ervaring en de overvloed aan informatie is de hedendaagse consument kritisch. Men is vooral op zoek naar waarde. Naast prijs en aanbod, wordt in toenemende mate rekening gehouden met factoren als tijd, inspanning, gemak van keuzes en interne (winkelinrichting en uitstraling) en externe (omgevingskwaliteit) verschijningsvormen. Dorpscentra dienen hier op in te spelen. De concurrentie met andere winkelgebieden om de tijd en het geld van de consument zal immers alleen maar toenemen.

3.2 Lokale en regionale plannen en ontwikkelingen

Lokaal
IKEA is voornemens haar vestiging in Duiven te moderniseren en uit te breiden. In de huidige plannen is hiermee een toename van het bruto vloeroppervlak gemoeid van nu circa 23.000 m² bvo naar circa 39.000 m² bvo (van 14.600 m² wvo naar bij benadering 25.000 m² wvo). Om ook in de toekomst te kunnen voorzien in voldoende parkeerplaatsen wordt op het huidige parkeerterrein een parkeergarage gebouwd. De plannen van IKEA worden aangegrepen om bedrijventerrein Nieuwgraaf op te knappen (wegwerken lelijke gevels, verbeteren groenonderhoud en verbeteren autobereikbaarheid). Ook wordt er nagedacht over herinvulling van de locatie van het groothandelscentrum.

Regionaal
In de regio bestaan verschillende plannen voor opwaardering of versterking van de centrumgebieden
- De gemeente Westervoort verricht een studie naar de upgrading van het centrumgebied van Westervoort (centrumvisie).
- Er bestaan plannen voor kwantitatieve uitbreiding en kwalitatieve versterking van de binnenstad van Arnhem en de Arnhemse stadsdeelcentra Presikhaaf en Kronenburg.

3.3 Bevolkingsontwikkeling

De gemeente Duiven telt op 1 januari 2010 25.593 inwoners (CBS, 2010). De provinciale bevolkingsprognoses gaan uit van een geleidelijke lichte daling van het inwonertal de komende jaren. Naar verwachting is het inwonertal in 2015 gedaald tot 25.232 inwoners en neemt naar 2020 verder af tot 24.456 inwoners (een daling van 4,5%)[8].

[8] Bron: Bevolkingsprognose 2008-2040, CBS/Bewerking Bureau Economisch Onderzoek Provincie Gelderland, Provincie Gelderland/CBS/Primos Prognose ABF Research B.V. Delft

De krimpende bevolkingsomvang gaat gepaard met ontgroening en vergrijzing. In de periode 2010-2025 neemt de bevolkingsomvang in elke leeftijdscategorie af, met uitzondering van de categorie 65 jaar en ouder. Het aandeel ‘ouderen’ neemt zodoende toe van 13% in 2010 naar 22% in 2025.

4. FUNCTIONEREN EN UITBREIDINGSRUIMTE

4.1 Uitgangspunten

4.1.1 Bestedingen

Landelijk bedragen de toonbankbestedingen per persoon exclusief BTW over 2009[9]:
- dagelijkse artikelen: € 2.210,-
- niet-dagelijkse artikelen: € 2.580,-

Uit de meest recente gegevens over het inkomensniveau blijkt dat de gemeente Duiven iets meer dan 5% onder het landelijke gemiddelde ligt. Het is gebruikelijk daarvoor een correctie toe te passen op de genoemde bestedingscijfers[10]. Voor Duiven wordt daarom van de volgende (afgeronde) bestedingscijfers uitgegaan:
- dagelijkse artikelen: € 2.180,-
- niet-dagelijkse artikelen: € 2.510,-

4.1.2 Koopstromen

Huidige koopstromen
In 2002 is door BRO een consumentenenquête gehouden. Hierbij zijn de koopkrachtbindingscijfers gemeten. In 2009 is een uitgebreid onderzoek gedaan naar het consumentengedrag in de Stadsregio Arnhem Nijmegen[11] waarbij de bindingcijfers binnen de gemeente Duiven zijn gemeten alsmede de toevloeiing van koopkracht van buiten de gemeente.

Tabel: Koopstromen gemeente Duiven 2009*

	Dagelijkse aankopen		Niet-dagelijkse aankopen	
	binding	toevloeiing	binding	toevloeiing
Duiven-centrum	72% (69%)	8%	23% (30%)	13%
Nieuwgraaf	-	-	22%	88%
Gemeente Duiven	91% (89%)	14%	53% (53%)	85%

* Tussen haakjes zijn de bindingcijfers van 2002 weergegeven.

Op gemeentelijk niveau is de binding aan het dagelijkse aanbod in de periode 2002-2009 toegenomen. Deze toename komt voort uit een sterkere binding aan Duiven-centrum, mede door de komst van de Lidl supermarkt.

9 Bron: HBD, Omzetkengetallen ten behoeve van ruimtelijk-economisch onderzoek, augustus 2010
10 Dagelijkse artikelen factor 0,25, niet-dagelijkse artikelen factor 0,5.
11 Bron: Euregionaal koopstromenonderzoek 2009, Stadsregio Arnhem Nijmegen, Goudappel Coffeng, september 2009.

In de niet-dagelijkse artikelensector is de binding op gemeentelijk niveau onveranderd gebleven. Er zijn echter wel verschuivingen binnen de gemeente waarneembaar, de binding aan Duiven-centrum is namelijk afgenomen. Dit betekent dat de binding aan aanbod buiten het centrum van Duiven toegenomen is, het perifere detailhandelsaanbod in het bijzonder. Dit is goed te verklaren doordat het aanbod in de periferie in de tussenliggende periode uitgebreid is (met onder meer Plaza Graafstaete). Hiermee dient geconcludeerd te worden dat de versterking van het aanbod in de periferie, maar ook de versterking van de centra van Westervoort en Zevenaar en het uitblijven van een versterking van Duiven-centrum geleid hebben tot een afname van de oriëntatie op Duiven-centrum voor de niet-dagelijkse aankopen onder inwoners uit de eigen gemeente.

De afvloeiing van koopkracht uit de gemeente Duiven komt voornamelijk terecht in Arnhem-centrum, Zevenaar-centrum, Doetinchem-centrum en de Arnhemse stadsdeelcentra Kronenburg en Presikhaaf. Voor met name de aankoop van modische en luxe artikelen zijn de inwoners uit Duiven op het aanbod aldaar georiënteerd.

Toekomstige koopstromen
Door uitvoering van het centrumplan moet het centrum in staat gesteld worden meer koopkracht uit de eigen gemeente aan zich te binden. Dit geldt in het bijzonder voor de niet-dagelijkse artikelensector.

In de dagelijkse artikelensector is reeds sprake van een sterke binding aan Duiven-centrum en aangenomen wordt dat deze niet substantieel verder toe zal nemen. Er zal namelijk sprake blijven van enige binding aan andere aankoopconcentraties, zoals buurtwinkelcentrum Eilandplein, de solitaire supermarktvestiging in Duiven-West en afvloeiing naar aankoopplaatsen buiten de gemeente.

In de niet-dagelijkse artikelensector is sprake van een relatief lage binding aan het centrumaanbod. In deze sector is dan ook winst te behalen, mits ingezet wordt op niet alleen een kwantitatieve, maar ook op een kwalitatieve versterking van het centrum. Bij een dergelijke versterking is een toekomstige binding van 30 à 32%, op basis van de huidige koopstromen, het concurrerende aanbod in de omgeving en ervaringen met situaties elders, realistisch voor Duiven-centrum.

Voor de toekomstige situatie gaan wij uit van een ongewijzigde koopkrachttoevloeiing aangezien dit een aandeel van de totale omzet betreft. Bij toename van de binding neemt de totale omzet toe en daardoor tevens de absolute omzet van buiten de gemeente.

Vloerproductiviteit
Landelijk ligt de omzet per m² wvo (vloerproductiviteit) voor beide sectoren aanzienlijk lager dan momenteel in het centrum van Duiven gerealiseerd wordt (zie volgende paragraaf), namelijk[12]:

- dagelijkse artikelen: € 6.900,- excl. BTW per m² wvo
- niet-dagelijkse artikelen: € 1.940,- excl. BTW per m² wvo

In Duiven spreken we echter over centrum-winkelaanbod, en dan moeten hogere vloerproductiviteiten gehanteerd worden. Voor de toekomst gaan wij uit van de volgende bedragen:

- dagelijkse artikelen: € 8.500,- excl. BTW per m² wvo
- niet-dagelijkse artikelen: € 3.000,- excl. BTW per m² wvo

Hierbij is het huidige functioneren als referentiepunt genomen, terwijl verder rekening is gehouden met de branchesamenstelling (met name toevoeging van de recreatief aanbod, welke doorgaans op een relatief hoog niveau functioneert), aanwezige supermarktformules, en een schaalvergroting van het aanbod.

4.2 Huidig functioneren

Tabel: Benadering economisch functioneren detailhandel Duiven-centrum

	Dagelijkse artikelen	Niet-dagelijkse artikelen
Aantal inwoners gemeente (1-1-2010)	25.953	25.953
Bestedingen per hoofd	€ 2.180	€ 2.510
Bestedingspotentieel (mln.)	€ 55,8	€ 64,3
Koopkrachtbinding	72%	23%
Totaal gebonden bestedingen (mln.)	€ 40,2	€ 14,8
Koopkrachttoevloeiing (in% tot. best.)	8%	13%
Omzet door toevloeiing	€ 3,5	€ 2,2
Totale besteding (mln.)	€ 43,7	€ 17,0
Totaal m² wvo	4.226	5.389
Gerealiseerde omzet per m² wvo	€ 10.350	€ 3.175

Geconcludeerd kan worden dat het huidige centrumaanbod in de sector dagelijkse artikelen door de hoge koopkrachtbinding met € 10.350,- per m² wvo goed functioneert. De niet-dagelijkse artikelensector functioneert met € 3.175,- per m² wvo eveneens boven de landelijke referentie.

[12] Bron: HBD, Omzetkengetallen ten behoeve van ruimtelijk-economisch onderzoek, augustus 2010.

4.3 Toekomstig functioneren en uitbreidingsruimte

In volgende tabel is op basis van de benoemde uitgangspunten berekend welke uitbreidingsruimte er is aan te geven tot circa 2015.

Tabel: Benadering economisch functioneren detailhandel Duiven-centrum 2015

	Dagelijkse artikelen	Niet-dagelijkse artikelen
Aantal inwoners gemeente (2015)	25.232	25.232
Bestedingen per hoofd	€ 2.180	€ 2.510
Bestedingspotentieel (mln.)	€ 55,0	€ 63,4
Koopkrachtbinding	72%	30 à 32%
Totaal gebonden bestedingen (mln.)	€ 39,6	€ 19,0 – 20,3
Koopkrachttoevloeiing (in% tot. best.)	8%	13%
Omzet door toevloeiing	€ 3,4	€ 2,8 – 3,0
Totale besteding (mln.)	€ 43,1	€ 21,9 – 23,3
Totaal m² wvo	4.226	5.389
Vergelijkbaar gemidd. omzet per m² wvo	€ 8.500	€ 3.000
Theoretisch haalbaar m² wvo	5.070	7.270 - 7.770
Cijfermatige uitbreidingsruimte (m² wvo)	800 à 900	1.900 à 2.400

De uitbreidingsruimte in de dagelijkse artikelensector voor het centrum van Duiven bedraagt 800 à 900 m² wvo. In de niet-dagelijkse artikelensector bevindt de marktruimte zich tussen een bandbreedte van circa 1.900 tot maximaal circa 2.400 m² wvo, afhankelijk van de mate waarin Duiven-centrum er in slaagt de lokale koopkracht aan zich te binden. De totale marktruimte voor het centrum van Duiven bedraagt daarmee circa 2.700 à 3.300 m² wvo. Dit komt bij benadering overeen met 3.250 à 4.100 m² bvo aan winkelmeters.

De maximale uitbreidingsruimte komt iets lager uit dan de marktruimte zoals die in 2007 door Goudappel Coffeng is benaderd. Dit heeft enerzijds te maken met de bevolkingsprognoses die nu lager uit komen dan ten tijde van het voorgaande onderzoek en anderzijds met de beschikbaarheid van recente koopstromen op basis waarvan geconcludeerd moet worden dat het centrum in de huidige situatie een lagere binding en toevloeiing in de niet-dagelijkse artikelensector kent, dan waar eerder van uit werd gegaan. Voor de mogelijkheden naar de toekomst toe zijn wij daarom iets terughoudender, mede gezien het feit dat de omvang van het inwonertal binnen de gemeente Duiven volgens de bevolkingsprognoses na 2015 nog wat verder terug zal lopen.

4.4 Kwalitatieve uitbreidingsmogelijkheden

Binnen de dagelijkse artikelen valt op dat de C1000 en Lidl relatief klein zijn voor centrumsupermarkten, terwijl ook het drogisterij-aanbod in het licht van de ontwikkelingen bij de betreffende formules kleinschalig is. Door een uitbreiding met in totaal ca. 750 à 1.000 m² wvo kunnen deze winkels weer voldoen aan de huidige maatstaven.

Een van de belangrijkste trekkers voor het centrum van Duiven is de Hema. Nu is dat nog de kleine formule, maar om de consument goed te bedienen, is een opschaling naar een grote formule zeer gewenst (minimaal ca. 1.000 m wvo, = + 500 à 750 m² wvo). In de warenhuissfeer is de vestiging van Action verder een voor de hand liggende versterking.

Ook in de modische branches is de afgelopen jaren sprake geweest van een aanzienlijke schaalvergroting, met name onder de zaken die zich richten op het prijsvriendelijke en discountsegment. In Duiven is dit segment aanwezig met Zeeman, ter Stal en Schoenenreus maar deze zaken zijn nu relatief bescheiden van omvang. Er moet ruimte geboden worden aan schaalvergroting en van een verdere aanvulling (bijvoorbeeld met Bristol, Scapino, of van Haren). Daarnaast is de nieuwvestiging van enkele bij voorkeur landelijk bekende kledingzaken gewenst (eerder zijn bijvoorbeeld genoemd Shoeby Shop, Vögele, Miss Etam, Jeans Express, Steps). Mogelijk willen enkele gevestigde zaken ook vergroten. In totaal is een toename met ca. 1.000 à 1.500 m² wvo gewenst en naar de inschatting van BRO ook goed in te vullen.

Er rekening mee houdend dat er ook in enkele andere branches enige zaken zijn die groter willen worden en er ook nog enkele nieuwe zaken zich in een vernieuwd Duivens winkelcentrum willen vestigen (samen + ca. 500 m² wvo), kan uitgegaan worden een uitbreiding van de niet-dagelijkse artikelensector met ca. 2.000 à 2.500 m² wvo.

4.5 Conclusies

De conclusies en aanbevelingen voor de uitbreiding en versterking van Duivencentrum blijven nagenoeg onveranderd. Afgaande op de verwachtingen omtrent de vraag- en aanbodontwikkelingen komen wij tot de conclusie dat er, ook bij iets voorzichtige aannames ten aanzien van de koopstromen en de bestedingsontwikkeling, op kortere termijn (ca. 5 jaar) marktruimte ontstaat voor een uitbreiding van het centrumwinkelaanbod met ca. 2.700 à 3.300 m² wvo.

5. SLOTBESCHOUWING

Recreatief winkelkarakter Centrum-Duiven beperkt
Het centrum van Duiven kent weliswaar een redelijk compleet aanbod, maar is qua omvang klein. De keuzemogelijkheden in de echte centrumbranches (kleding, mode en luxe artikelen) zijn daarmee beperkt. Dat heeft een negatieve invloed op het functioneren van het centrum als 'efficiënt recreatief winkelcentrum' en op de binding van koopkracht binnen de eigen gemeente.

Efficiënt recreatief winkelen
Terwijl in binnensteden het recreatieve winkelen centraal staat en de consument komt om te ontspannen en te vermaken, staat in dorpscentra het efficiënt recreatief winkelen centraal, waarbij boodschappen doen en recreatief winkelen op beperktere schaal worden gecombineerd. Compactheid, compleetheid, overzichtelijkheid en bekendheid zijn kernbegrippen. Lokale ondernemingen kunnen hierbij voor de benodigde uniciteit zorgen. Klanten komen specifiek bij deze winkels voor kwaliteit, service, persoonlijke benadering en specialisme. Maar de consument vraagt daarnaast tevens om de aanwezigheid van de bekende landelijke formules.

Uitbreidingsmogelijkheden aanwezig
Naar de toekomst is er een aanzienlijke marktruimte te berekenen voor uitbreiding van winkelcentrum Duiven, zowel in de dagelijkse als de niet-dagelijkse artikelensector. Bij gelijkblijvende koopstromen in de dagelijkse artikelensector bedraagt de marktruimte in deze sector voor Duiven-centrum 800 à 900 m² wvo, in te zetten voor een mogelijke schaalvergroting van de C1000 supermarkt, uitbreiding van de branche persoonlijke verzorging en toevoeging van versspeciaalzaken. De marktruimte in de niet-dagelijkse artikelensector bedraagt 1.900 à 2.400 m² wvo en is afhankelijk van de mate waarin het centrum er naar de toekomst toe in slaagt de lokale koopkracht aan zich te binden. Het is daarvoor van belang dat de uitbreidingsruimte ingezet wordt ter versterking van het recreatieve winkelkarakter (modische en luxe branches).

Centrum vraagt om meer dan uitbreiding winkelmeters
Om meer lokale koopkracht te binden, zullen niet alleen de keuzemogelijkheden vergroot moeten worden, ook het verblijfsklimaat zal meer dan nu afgestemd dienen te worden op het efficiënt recreatief winkelen. Voor efficiënt recreatief winkelen is 'beleving' belangrijk. Op dit aspect is nog veel te verbeteren in Duiven-centrum. Belangrijke elementen hierbij zijn de voetgangersrouting, de locatie van de trekkers, de presentatie / uitstraling van winkels en gebouwen, de inrichting en aankleding van de openbare ruimte, tweezijdige bewinkeling, een aaneengesloten winkelfront, omvang en aanhaking van de parkeergelegenheid, etc. De toevoeging van nieuwe winkelruimte kan hier in sterke mate aan bijdragen.

Het centrumplan voorziet in een gerichte inzet op deze aspecten. Uitvoering van het centrumplan is dan ook van groot belang voor de toekomstpotentie van Duiven-centrum. Uiteindelijk zullen de ondernemers het echter zelf moeten doen, daarvoor is goed ondernemersschap een vereiste, evenals een goede samenwerking tussen de ondernemers onderling.

Het centrumplan beoogt zowel verbetering van het verblijfsklimaat als een uitbreiding van het winkelaanbod. Bij dit laatste gaat het om 3.500 m² bvo, waarvan circa 3.000 m² bvo aan winkels en 500 m² bvo aan horeca en diensten. Het bruto vloeroppervlak aan winkelmeters komt overeen met bij benadering 2.500 m² wvo. Uit de distributieve benadering van de marktruimte blijkt er voldoende ruimte te zijn dit volume aan het centrum toe te voegen.

Detailhandelsontwikkelingen elders mogelijk bedreiging voor Duiven-centrum
Een mogelijke bedreiging voor het centrumplan van Duiven is gelegen in de trend naar branchevervaging in combinatie met de verdere uitbreiding van grootschalig winkelaanbod op het bedrijventerrein Nieuwgraaf. De (verdere) versterking van de winkelcentra in de omgeving van Duiven kan eveneens een bedreiging vormen. Daarom is het ven groot belang dat met de uitvoering van het centrumplan Duiven-centrum aan kwaliteit wint, daarbij horen ook activiteiten en een goede organisatie tussen ondernemers.

Bijlage

BIJLAGE 1: AANBODVERGELIJKING DUIVEN-KERN

Tabel: Branchering winkelaanbod kern Duiven (inclusief Nieuwgraaf) vergeleken met referentiekernen

	Kern Duiven 22.570 inw.*				Vergelijkbare plaatsen 20.000 - 30.000 inw.**			
	aantal winkels	m² wvo	m² wvo per winkel	m² wvo per 1.000 inw.	aantal winkels	m² wvo	m² wvo per winkel	m² wvo per 1.000 inw.
Levensmiddelen	19	5.618	296	249	28	6.929	247	307
Persoonlijke verzorging	5	741	148	33	8	1.180	148	52
Subtotaal dagelijkse artikelen	24	6.359	265	282	35	8.109	232	359
Warenhuis	1	460	460	20	1	846	846	37
Kleding en mode	15	1.922	128	85	29	4.742	164	210
Schoenen en lederwaren	2	340	170	15	6	1.409	235	62
Juwelier en optiek	4	287	72	13	6	432	72	19
Huish. en luxe artikelen	3	573	191	25	5	984	197	44
Antiek en kunst	-	-	-	-	1	199	199	9
Sport en spel	3	3.566	1.189	158	5	1.806	361	80
Hobby	2	88	44	4	4	430	108	19
Media	3	465	155	21	5	630	126	28
Dier en plant	6	17.785	2.964	788	9	5.795	644	257
Bruin- en witgoed	3	409	136	18	7	1.043	149	46
Fietsen en autoaccessoires	4	866	217	38	5	923	185	41
Doe-het-zelf	6	13.502	2.250	598	6	4.573	762	203
Wonen	15	38.531	2.569	1.707	18	11.485	638	509
Detailhandel overig	1	125	125	6	7	1.384	198	61
Subtotaal niet-dag. artikelen	68	78.919	1.161	3.497	113	36.679	325	1.625
Totaal detailhandel	92	85.278	927	3.778	148	44.789	303	1.984

* op gemeentelijk niveau telt Duiven op 1 januari 2010 25.593 inwoners (bron: CBS, 2010)

** gecorrigeerd naar het inwonertal van de kern Duiven

BRO heeft vestigingen in Boxtel | Amsterdam | Tegelen | Hasselt
www.BRO.nl