

**DETAILHANDELSSTRUCTUURVISIE
GEMEENTE ELBURG 2008**

Apeldoorn, 13 februari 2008

In opdracht van:
Gemeente Elburg

Relatienr: 06-55014.elb

In samenwerking met:
de ondernemersverenigingen Handels Belangen Elburg/ Winkel Vesting Elburg, De Vrijheid en 't Harde, Kamer van Koophandel Oost-Nederland, en Rabobank Noordwest Veluwe

© MKB Reva B.V. 2008

Niets uit deze uitgave mag worden vermenigvuldigd en/of openbaar gemaakt door middel van druk, fotokopie, microfilm, geluidsband, elektronisch of op welke andere wijze dan ook en evenmin in een retrieval systeem worden opgeslagen zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van MKB Reva te Apeldoorn. Hoewel de in dit rapport vermelde gegevens met de grootst mogelijke nauwkeurigheid zijn opgesteld, aanvaarden wij voor de juistheid hiervan en eventuele wijzigingen hierin geen aansprakelijkheid, hoe ook genaamd en op welke grond dan ook.



Inhoudsopgave

1	Inleiding	4
2	Achtergronden bij het onderzoek	7
2.1	Ontwikkelingen in de detailhandel	7
2.2	Locatiebeleid detailhandel	9
2.3	Beschrijving gemeente Elburg	12
3	Eerdere onderzoeken en visies	14
3.1	Elburg	14
3.2	't Harde	15
3.3	Doornspijk	16
4	Telefonische consumentenenquête	17
4.1	Koopstromen	17
4.1.1	Elburg	17
4.1.2	't Harde	18
4.1.3	Doornspijk	19
4.2	Koopgedrag	19
5	Passantenenquête Elburg Vesting	21
5.1	Herkomst passanten	21
5.2	Kenmerken toeristen	21
5.3	Bezoekgedrag	23
5.3.1	Bezoekreden	23
5.3.2	Bezoekduur	23
5.3.3	Bezoekfrequentie	24
5.3.4	Bezochte voorzieningen en bestedingen	24
5.4	Vervoermiddel en parkeren	25
5.5	Waardering winkelgebied	26
5.6	Gemiste voorzieningen	27
6	Distributieve mogelijkheden	28
6.1	Draagvlakanalyse kern Elburg	28
6.1.1	Eerste analyse winkelaanbod kern Elburg	28
6.1.2	Draagvlakanalyse	29
6.1.3	Toekomstige draagvlakmogelijkheden	33
6.2	't Harde en Doornspijk	34
7	Analyse ruimtelijke en fysieke structuur detailhandel	36
7.1	Elburg	36
7.2	't Harde	38
7.3	Doornspijk	39
8	Conclusies	42
9	Aanbevelingen – detailhandelsstructuurvisie	44
9.1	Overkoepelende visie voor de gemeente	44
9.2	Elburg	46
9.3	't Harde	51
9.4	Doornspijk	51

1 Inleiding

In 1993 is in Elburg door het Instituut voor het Midden- en Kleinbedrijf (IMK) een structuurvisie opgesteld voor detailhandel en toeristische voorzieningen in de gemeente. Sindsdien hebben op dit gebied veel veranderingen plaats gevonden.

Om in te spelen op de diverse veranderingen en ontwikkelingen, maar ook om nieuwe ontwikkelingen van de grond te krijgen, zijn in de afgelopen jaren diverse onderzoeken geweest. Zo is in 2001 door MKB Reva in zowel Elburg, 't Harde als Doornspijk een detailhandelonderzoek uitgevoerd. Voor de beide laatst genoemde plaatsen had dit de vorm van een actualisatie van de structuurvisie uit 1998. In Elburg is in 2001 een beperkt distributie-planologisch onderzoek (dpo) uitgevoerd, welke in 2004 alsnog is aangevuld.

De meest in het oog springende recente veranderingen betreffen de vergroting van winkelcentrum De Vrijheid in 2003 en de vestiging van grootschalige detailhandelszaken op het bedrijventerrein Oostendorp. Andere ontwikkelingen zijn de voortdurende problemen met betrekking tot de schaalgrootte van de winkelvoorzieningen in de vesting en de veranderende branchering van de winkelstrip aan de Vrijheidsstraat. Ook zijn er diverse ontwikkelingen gaande, waaronder het proces om te komen tot een nieuw centrum in 't Harde, als uitvloeisel van het onderzoek van MKB Reva uit 2001.

Daarnaast zijn landelijke ontwikkelingen in de detailhandel en ontwikkelingen in de regio natuurlijk van invloed (geweest) op de detailhandel in de gemeente Elburg. Hier dienen onder andere plannen voor de ontwikkeling van een



nieuw centrumgebied in Oldebroek, voor herontwikkeling van het winkelcentrum in Wezep en voor een aanzienlijke uitbreiding van het supermarktareaal in Nunspeet te worden vermeld.

Bij onderzoeken van MKB Reva uit 2001 is met name gekeken naar de afzonderlijke winkelgebieden en is de detailhandelsstructuur niet specifiek onderzocht. De gemeente Elburg wil graag een nieuwe overkoepelende detailhandelsstructuurvisie voor de gehele gemeente. Deze moet ingaan op de functie en de positie van de verschillende winkelgebieden in de gemeente afzonderlijke en ten opzichte van elkaar.

Het voorliggende rapport beoogt een overkoepelende detailhandelsstructuurvisie voor de gemeente te zijn, waarbij bestaande onderzoeken en visies als uitgangspunt zijn genomen. Indien gewenst en noodzakelijk is nieuw onderzoek uitgevoerd. Het betreft hier voornamelijk een telefonische consumentenenquête om de koopstroomgegevens uit 2001 te actualiseren en een passantenonderzoek in de Vesting. Het passantenonderzoek in de Vesting bleek gewenst aangezien in 2001 slechts beperkt op de positie van de Vesting en de invloed van het toerisme is ingegaan. Tot slot was er bij de gemeente Elburg behoefte aan een actuele analyse van de distributieve mogelijkheden.

Werkwijze

Zoals reeds aangegeven is ten behoeve van de detailhandelsstructuurvisie beperkt nieuw onderzoek uitgevoerd. Er heeft in de gehele gemeente een telefonisch consumentenonderzoek plaatsgevonden die meer inzicht geeft in de actuele koopstromen en daarmee de (mogelijk veranderende) positie van de winkelgebieden. Om onder meer de invloed van het toerisme op de Vesting te onderzoeken is in de Vesting in het zomerseizoen een passantenonderzoek uitgevoerd.

Voor Elburg zijn de distributieve mogelijkheden geactualiseerd, waarmee meer inzicht wordt gegeven in eventuele uitbreidingsmogelijkheden voor de detailhandel op brancheniveau.

Verder heeft een analyse van de ruimtelijke en fysieke structuur plaats gevonden. In deze analyse is aandacht besteed aan onder andere de ligging van de winkelgebieden, de interne samenhang, de uitstraling, de routing, de parkeergelegenheid en de bereikbaarheid.

Aan de hand van het bestaande en nieuwe onderzoeksmateriaal is tenslotte de detailhandelsstructuurvisie ontwikkeld die de positie van de diverse winkelgebieden voor de toekomst aangeeft en de noodzakelijke maatregelen om de gewenste positie te bereiken c.q. te handhaven.

Begeleidingscommissie en opbouw van het rapport

Voor het onderzoek is een begeleidingscommissie in het leven geroepen, waarin zitting hebben:

- Namens de gemeente Elburg: mevrouw A.C. Sneevliet en de heren G. Wijnne, G. van den Hoorn en W. Pap;
- Namens Handels Belangen Elburg (HBE): de heer H. van den Pol;
- Namens ondernemersvereniging De Vrijheid: de heren H. Bruynes en T. Jansen;
- Namens ondernemersvereniging 't Harde: de heren L. Broekhuis en H. Ponsteen;
- Namens Kamer van Koophandel Oost-Nederland: de heer E. de Jong;
- Namens Rabobank Noordwest Veluwe: de heer K. Timmer.

De hoofdstukindeling is als volgt. Hoofdstuk 2 gaat in op enkele kaders voor het onderzoek, waaronder actuele ontwikkelingen in de detailhandel en het verzorgingsgebied van de detailhandel in de gemeente Elburg.

In hoofdstuk 3 zijn de eerdere onderzoeken met betrekking tot of raakvlakken met de detailhandel in de gemeente beschreven. Hoofdstuk 4 bevat de uitkomsten van het telefonisch consumentenonderzoek en hoofdstuk 5 van het passantenonderzoek in de Vesting. In hoofdstuk 6 worden de distributieve mogelijkheden voor Elburg beschreven en wordt onderzocht in hoeverre de analyse van distributieve mogelijkheden zoals die in 2001 voor 't Harde en Doornspijk naar voren zijn gekomen nog actueel zijn. In hoofdstuk 7 is de analyse van de huidige ruimtelijke en fysieke structuur aangegeven en de hoofdstukken 8 en 9 bevatten de conclusies en aanbevelingen en daarmee een schets van de toekomstige detailhandelsstructuur.

2 Achtergronden bij het onderzoek

2.1 Ontwikkelingen in de detailhandel

Veranderende samenleving

De detailhandel staat niet op zich, maar is ingebed in de samenleving. Trends die in de samenleving spelen zijn dus onherroepelijk van invloed op de detailhandel. Hieronder worden er enkele genoemd, met hun relevantie voor de detailhandel.

Demografische ontwikkelingen.

- De vergrijzing zal de komende decennia sterk toenemen. Dit kan verschillende gevolgen voor de detailhandel hebben. Zo zijn ouderen in het algemeen minder mobiel, waardoor ze voor boodschappen eerder op voorzieningen in de buurt zijn aangewezen. Een ander gevolg zou kunnen zijn dat vanuit deze groep meer vraag komt om service.
- Een toename van kleinere huishoudens met een ander tijdsbestedingspatroon en wellicht een andere levensstijl stelt andere eisen aan de detailhandel. Dit kan heel gevarieerd zijn: van een grotere vraag naar kleine verpakkingen tot een aanpassing van de winkelopeningstijden (meer avondopenstelling).
- Een toename van het aandeel allochtonen brengt een toenemende vraag naar buitenlandse producten met zich mee. Mede als gevolg hiervan is het aantal allochtone ondernemers gestegen. Overigens trekken deze ondernemers ook autochtone klanten en zorgen allochtone ondernemers in sommige wijken in grote steden voor het beboud van winkelvoorzieningen op buurtniveau.

Sociaal-culturele ontwikkelingen.

- Individualisering en minder sterke sociale structuren hebben geleid tot een grote diversiteit aan levensstijlen en daarmee ook aan kooppatronen. Hierdoor is onder meer de vraag naar meer keuzemogelijkheden, andere winkelconcepten en ruimere openingstijden toegenomen.
- Door de toegenomen welvaart en toename van de vrije tijd is meer nadruk op lifestyle komen te liggen. Bovendien volgen trends elkaar steeds sneller op. Dit vereist dat de detailhandel flexibel moet kunnen inspelen op telkens een weer wijzigende vraag vanuit de consumenten.
- Nieuwe media, met internet als belangrijke exponent, bieden veel mogelijkheden. De consument heeft eenvoudiger toegang tot informatie, waardoor een vergelijking van aanbieders makkelijker wordt. Daarnaast neemt internetverkoop steeds meer toe; enerzijds via postorderbedrijven, anderzijds door particulieren via internetsites als ebay en marktplaats.nl. Ook voor de "reguliere" detailhandel vormt het internet een mogelijkheid om de klantenkring of de dienstverlening uit te breiden. Vooralsnog blijft internet een relatief klein, maar aanzienlijk groeiend, verkoopkanaal.

Economische ontwikkelingen.

- ▶ De economische neergang aan het begin van de nieuwe eeuw heeft voor veel middenstanders zware jaren opgeleverd. Diverse branches hadden meerdere jaren te kampen met omzetsdalingen. Hierdoor zijn onder meer investeringen in de knel gekomen. Anno 2007 vertonen de omzetten in het algemeen weer een stijgende lijn.

Typologie koopmotieven

- ▶ Er is reeds aangegeven dat de consument steeds diverser is geworden. Het is dan ook bijna onmogelijk een typologie van consumenten te maken. Daarom wordt doorgaans een onderscheid gemaakt naar koopmotieven.
- ▶ Voor dagelijks benodigde boodschappen zijn met name gemak, efficiency en bereikbaarheid belangrijke aspecten. De efficiency uit zich in het bezoeken van steeds dezelfde winkelvoorzieningen, waar artikelen snel op de bekende plaatsen te vinden zijn. Ongeveer driekwart van de consumenten gaat bij boodschappen doen steeds naar dezelfde winkels (bron: Bolt, 2003). Concentratie van het (boodschappen)aanbod en gratis parkeergelegenheid vergroten hierbij het gemak voor de consument. Ook one-stop-shopping, het in één keer inkopen van de boodschappen voor een groter aantal dagen, past binnen de eisen van gemak en efficiency. Door de toegenomen mobiliteit hoeven deze winkelgebieden voor veel consumenten niet meer “om de hoek” te liggen, al blijft nabijheid een belangrijke factor.
- ▶ Bij recreatief winkelen zijn de attractiviteit en breedte van het aanbod belangrijk. Winkelen is meer dan boodschappen doen: beleving wordt steeds meer het codewoord, aangepast op de life-style en kooppatronen van de consumenten. De kwaliteit van de (gebouwde) omgeving, de aanwezigheid van horeca en terrassen, markten, gespecialiseerde winkels, bezienswaardigheden, culturele voorzieningen, leisure en winkelsfeer geven centra een eigen karakter en eigen beleving en maken ze aantrekkelijk voor de recreatieve consument. Naast binnensteden trekken ook nieuwe concepten als factory outlet centers en themacentra recreatieve consumenten.
- ▶ Bij doelgerichte non-foodaankopen komt combinatiebezoek met andere winkels weinig voor. Voorbeelden hiervan zijn bouwmarkten en tuincentra. Bij sommige doelgerichte aankopen vindt echter meestal vooraf wel een goede oriëntatie plaats, zoals bij meubels en keukens. Veel ruimte, goede bereikbaarheid en parkeergelegenheid zijn vanwege het volumineuze karakter van deze artikelen vaak een belangrijke voorwaarde.

Dynamiek in de detailhandel

De veranderingen in de samenleving en de veranderende vraag vanuit de consument zorgen voor dynamiek in de detailhandel. In het onderstaande staan enkele trends van de afgelopen tijd.

- Toegenomen aandacht voor het prijsniveau. De economische teruggang aan het begin van de nieuwe eeuw en de introductie van de euro hebben geleid tot meer aandacht voor lage prijzen en een sterke stijging van discountwinkels in diverse branches.
- Het aantal zelfstandige ondernemers blijft afnemen en de filialisering groeit. Hierdoor ontwikkelt zich een harde kern van winkelformules die in veel winkelgebieden is terug te vinden.
- Er is sprake van een voortdurende schaalvergroting. In veel branches zijn megawinkels in opkomst en de kleinere winkels op wijk- en buurtniveau krijgen het steeds moeilijker. De traditionele hiërarchie van winkelgebieden in Nederland staat hierdoor onder druk.
- Door de schaalvergroting komt vanuit de markt de vraag om grote (en goedkope), goed bereikbare locaties buiten de traditionele winkelgebieden. De overheden staan voor de taak deze vraag in banen te leiden (verderop meer over het beleid van overheden).
- Het pdv-beleid dat in de afgelopen jaren is gevoerd heeft ertoe geleid dat op perifere locaties grootschalige winkels (overigens in een beperkt aantal branches) gevestigd zijn (o.a. tuincentra, bouwmarkten, meubelzaken). Echter er is steeds meer sprake van branchevervaging, waarbij dergelijke winkels naast hun hoofdassortiment niet alleen aanverwante nevenassortimenten verkopen, maar – al dan niet tijdelijk – een breed scala aan producten. Overigens beperkt branchevervaging zich niet tot deze branches, maar het is een algemene trend.
- Nieuwe winkelconcepten zijn de afgelopen tijd op de markt gekomen, waaronder factory outlet centra en themacentra. Daarnaast wordt gezocht naar mogelijkheden voor het combineren van recreatief winkelen met “leisure”.

Een recent voorbeeld is het NLC dat een ontwikkelaar nabij Geldermalsen bij een knooppunt van snelwegen wilde bouwen. Hier zou een complex van 135.000 m² met detailhandel en leisure moeten verrijzen, waarvan bijna 100.000 m² detailhandel. De provincie Gelderland heeft deze ontwikkeling echter onmogelijk gemaakt door het niet op te nemen in het Streekplan.

2.2 Locatiebeleid detailhandel

Door het voeren van een locatiebeleid scheidt de overheid de kaders voor waar winkels zich mogen vestigen. Dit beleid is jarenlang in de Nota's over de Ruimtelijke Ordening vastgelegd. De huidige fijnmazige detailhandelsstructuur is vooral een gevolg van het jarenlang gevoerde restrictief ruimtelijke

ordeningsbeleid. Detailhandelsvestigingen werden in beginsel uitgesloten op locaties die niet binnen een bestaand of gepland winkelgebied liggen. Sinds begin jaren zeventig was voor een aantal branches perifere detailhandelsvestiging (PDV) mogelijk: voor verkoop van brand- en explosiegevaarlijke stoffen en winkels die vanwege aard en omvang van de gevoerde artikelen een groot oppervlak nodig hebben (o.a. bouwmarkten, tuincentra en woninginrichting). Dit PDV-beleid is in de jaren negentig uitgebreid met beleid ten aanzien van grootschalige detailhandelsvestigingen (GDV): in 13 stedelijke knooppunten werden locaties aangewezen voor geconcentreerde grootschalige detailhandel, waarbij niet langer de aard van het artikel, maar de omvang van de winkel bepalend was.

Volgens het Hoofdbedrijfschap Detailhandel (HBD) is dit beleid succesvol geweest in die zin dat zowel kleinere kernen als grote steden over leefbare en dynamische centrumgebieden beschikken met een relatief hoogwaardig en compleet aanbod (bron: HBD; Dynamische winkelgebieden, 2004).

In de Nota Ruimte heeft de regering het ruimtelijk beleid voor Nederland voor de periode tot circa 2020 vastgelegd. Deze nota kent geen specifiek ruimtelijk beleid voor de detailhandel. Er wordt een geïntegreerd beleid geformuleerd voor bedrijven en voorzieningen. Onder het motto “decentraal wat kan, centraal wat moet” zet de Nota Ruimte in op decentralisatie van bevoegdheden op het vlak van het ruimtelijk beleid.

Toch blijft de rijksoverheid betrokken bij het ruimtelijk detailhandelsbeleid. Tijdens de behandeling van de Nota Ruimte in de Tweede Kamer is een motie aangenomen die de motiveringsplicht in het kader van het ruimtelijk beleid aanscherpt. Zo mogen nieuwe vestigingslocaties voor de detailhandel niet ten koste gaan van de bestaande detailhandelsstructuur in wijkwinkelcentra en binnensteden. Daarnaast kunnen gemeenten in bestemmingsplannen een aparte bestemming voor perifere detailhandel opnemen. Verder blijft het Rijk betrokken bij het ruimtelijk detailhandelsbeleid via een procedurele toetsing van de handelswijze van de provincies, die op hun beurt de verantwoordelijkheid krijgen om de plannen van gemeenten inhoudelijk te beoordelen.

Recente jurisprudentie (uitspraak Raad van State) laat zien dat “duurzame ontwrichting van het voorzieningenpatroon” een ruimtelijk relevant gegeven is en daarmee een criterium voor de beoordeling van ruimtelijke plannen. Deze uitspraak is dus in lijn met de aangescherpte Nota Ruimte.

Gemeenten zijn dus primair verantwoordelijk voor het beleid ten aanzien van de ruimtelijke ordening op hun grondgebied. Provincies hebben een toetsende rol voor projecten met bovenlokale effecten. De Tweede Kamer heeft bij de behandeling van de Nota Ruimte de motiveringsplicht aangescherpt. Provincies en gemeenten moeten middels streekplannen c.q. structuur- en bestemmings-

plannen een deugdelijke onderbouwing verzorgen. Vanwege de huidige decentralisatie is het eens te meer van groot belang dat gemeenten en provincies hun detailhandelsbeleid vastleggen in detailhandelsnota's die een onderbouwing kunnen vormen voor de streek-, structuur- en bestemmingsplannen. Dergelijke nota's zorgen voor een continuïteit in beleid en geven ondernemers houvast bij vraagstukken en beslissingen ten aanzien van hun bedrijfsomgeving. In februari 2006 heeft het IPO (interprovinciaal overleg) aan de minister van VROM richtlijnen met betrekking tot branchebeperkingen voor perifere detailhandel voorgelegd. In grote lijnen wordt hierbij het oude pdv- en gdv-beleid gevolgd. Het IPO heeft aangegeven de bestaande detailhandelsstructuur te willen ondersteunen en beschermen. Weidewinkels worden hierbij expliciet verboden. Bij de eerder genoemde behandeling van de Nota Ruimte in de Tweede Kamer heeft de minister aangegeven dat ze de richtlijnen die de provincies gezamenlijk zouden opstellen, zou accorderen.

Provinciaal beleid

In het streekplan "Gelderland 2005", vastgesteld door Provinciale Staten in juni 2005, is het locatiebeleid van de provincie Gelderland vastgelegd. Ten aanzien van de winkelvoorzieningen wordt gesteld dat "de provincie ruimte wil bieden om veranderingen in vraag en aanbod mogelijk te maken. Dit onder de voorwaarde dat de bestaande voorzieningenstructuur niet duurzaam wordt aangetast. De positie van bestaande winkelgebieden heeft prioriteit. Vernieuwing en uitbreiding van de detailhandel moeten plaatsvinden binnen of onmiddellijk grenzend aan bestaande winkelgebieden en in overeenstemming zijn met de aard, schaal en (verzorgings)functie van het aangrenzende winkelgebied. Vestiging van detailhandel in het buitengebied is uitgesloten."

Verder gelden voor detailhandel op perifere locaties aanvullende uitgangspunten. Ten eerste is er alleen detailhandel toegestaan die vanwege de specifieke ruimtelijke eisen moeilijk inpasbaar is in bestaande winkelgebieden. Ten tweede zijn thematische ontwikkelingen toegestaan, als daarvoor geen geschikte locatie is grenzend aan de bestaande centra en het thema specifiek aan een perifere locatie gebonden is. Detailhandel in voedings- en genotmiddelen mag niet perifeer gevestigd worden en tot slot geldt voor grootschalige detailhandel met een bovenlokale functie/reikwijdte dat deze dient aan te sluiten bij bestaande detailhandelsconcentraties en goed bereikbaar moet zijn met openbaar vervoer en auto.

2.3 Beschrijving gemeente Elburg



De gemeente Elburg ligt op de Noordwest Veluwe in het noorden van de provincie Gelderland. Per 1-1-2007 telde de gemeente 22.224 inwoners. Elburg is met 11.843 inwoners de grootste kern van de gemeente, 't Harde heeft 6.325 inwoners en Doornspijk 4.056 inwoners.

De inwoneraantal vertoont hiermee een licht stijgende lijn: in 1996 telde de gemeente 21.115 inwoners en in 2000 21.625 inwoners.

Grotere plaatsen in de regio zijn onder meer Nunspeet (19.000 inw.), Epe (16.000 inw.), Zwolle (112.000 inw.) en Dronten (26.000 inw.).

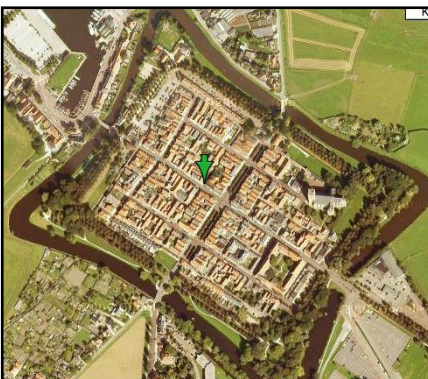
Bovenregionale verkeerverbindingen die door de gemeente lopen zijn de snelweg A28 en de spoorlijn Amersfoort-Zwolle, die beide langs 't Harde lopen.

Geschiedenis

Elburg heeft bekendheid door de oude binnenstad aan het water, die jaarlijks veel toeristen en recreanten trekt. Daarnaast is Elburg aantrekkelijk door zijn ligging op de Noordwest Veluwe met in de nabijheid zowel water (Veluwemeer en Drontermeer) als bossen en heidevelden.

De geschiedenis van Elburg gaat in ieder geval terug tot het begin van de 13e eeuw toen Elburg stadsrechten kreeg van de graaf van Gelre. De bestaansbronnen lagen in zowel landbouw, visserij als de handel. Met name de handel

floreerde in de eerste eeuwen. In 1332 werd vanuit Elburg al handel gedreven met het Zweedse eiland Schoonen en uit 1367 bestaat een vermelding van Elburg als Hanzestad. De Hanze was in die tijd een belangrijk handelsverbond van Noord- en West-Europese steden. De belangrijkste bloeiperiode



was de tweede helft van de 14e eeuw. Deze bloei kwam onder meer tot uiting in een compleet nieuw stadsplan, dat vandaag de dag nog bestaat. Er werd een stad aangelegd met de afmetingen van 370 x 240 meter en rechte straten en stegen. Tot aan de Eerste Wereldoorlog bleek deze omvang voldoende voor de bevolking van Elburg, wat zowel wijst op de grote bloeiperiode in de 14e eeuw als op de stagnatie daarna.

In de 19e eeuw nam het belang van de visserij in Elburg toe en tevens ontstond in de tweede helft van de 19e eeuw enige industriële bedrijvigheid, maar wel op zeer beperkte schaal. Dit was onder meer het gevolg van het "missen van de trein". De spoorlijn Amersfoort-Zwolle liet Elburg links liggen. De in 1908 aangelegde tramlijn van Nunspeet via Elburg naar Zwolle bracht hierin weinig verandering.

In 1956 werd Elburg afgesloten van open water en tegenwoordig is de visserij nagenoeg verdwenen uit Elburg. De economie werd diverser en bovendien werd het toerisme steeds belangrijker.

't Harde is pas in de tweede helft van de 19e eeuw ontstaan, onder andere als gevolg van de aanleg van de spoorlijn Amersfoort-Zwolle en de Tonnetkazerne. De eerste bewoners waren voornamelijk dagloners. In de jaren dertig van de 20e eeuw telde 't Harde nog slechts 175 inwoners. Na de Tweede Wereldoorlog vond een snelle groei plaats.

Doornspijk heeft een zeer lange geschiedenis. De eerste vermelding van de naam dateert uit omstreeks 800. De naam Doornspijk is in de loop der eeuwen voor diverse agrarische buurtschappen in dit gebied gebruikt.

3 Eerdere onderzoeken en visies

3.1 Elburg

Rapport 2001

Voor het rapport “Elburg en Doornspijk, functioneren van en toekomstmogelijkheden voor de winkelvoorzieningen” van MKB Reva uit juli 2001 is ten behoeve van Elburg maar een beperkt onderzoek uitgevoerd (geen ondernemersonderzoek en passantenenquête). Uit de telefonische consumentenenquête bleek dat in de voorgaande jaren de koopkrachtbinding van de inwoners van Elburg aan de winkels in Elburg was gedaald. Als knelpunten van de binnenstad kwamen de parkeergelegenheid, de verkeerssituatie en de keuzemogelijkheden naar voren. 35% van de consumenten gaf aan na de beoogde versterking van De Vrijheid meer in dat winkelcentrum te gaan kopen. Alleen de sfeer en gezelligheid bleken een positief punt.

MKB Reva constateerde een negatieve spiraal ten aanzien van de detailhandel in de binnenstad. De onderlinge verhoudingen tussen de ondernemers waren slecht en het onderhoud en de uitstraling van diverse panden bleken verre van optimaal.

De aanbevelingen richten zich dan ook op het verkrijgen van een hecht ondernemerscollectief als voorwaarde voor het ombuigen van de negatieve spiraal. Daarnaast zou de gemeente een duidelijker beleid dienen te voeren. Naar de mening van MKB Reva vormde de geplande uitbreiding van winkelcentrum De Vrijheid geen bedreiging voor het functioneren van de detailhandel in de binnenstad. Wel werd geadviseerd het winkelaanbod niet te laten versnipperen door bijvoorbeeld het toestaan van een solitair gelegen supermarkt. De winkelvoorzieningen dienden zich in de binnenstad of winkelcentrum De Vrijheid te concentreren.

Tot slot werd de diverse partijen geadviseerd in het vervolg samen op te trekken en de wederzijdse afspraken in een convenant vast te leggen.

Ontwikkelingen sinds 2001

Mede naar aanleiding van het rapport uit 2001 is een commissie in het leven geroepen (“commissie Ter Steeg”) die zich heeft gebogen over de bereikbaarheid van de binnenstad. In 2004 heeft deze commissie een advies neergelegd in het rapport “Binnenstad Elburg, bereikbaarheid en leefbaarheid”. Hierin worden diverse maatregelen voorgesteld om de binnenstad van Elburg bereikbaar te houden, onder meer afsluiting van het Kruis, aanleg van looproutes van de omliggende parkeerplaatsen naar vesting en het instellen van eenrichtingsverkeer om sluipverkeer tegen te gaan. Deze maatregelen worden nu geïmplementeerd. Daarnaast wordt gewerkt aan het aanleggen van meer parkeergelegenheid buiten de vesting.

Verder is winkelcentrum De Vrijheid herontwikkeld tot een modern boodschappencentrum met twee supermarkten en diverse andere winkels gericht op de dagelijkse boodschappen.

Actualisatie 2004

MKB Reva heeft in 2004 een aanvulling op het rapport uit 2001 uitgebracht, waarbij de analyse van de distributieve mogelijkheden werd geactualiseerd en aangevuld. Een nieuwe analyse van de distributieve mogelijkheden bleek wenselijk als gevolg van de veranderingen die sinds 2001 hadden plaats gevonden, zoals de vestiging van grootschalige detailhandel op bedrijventerrein Oostendorp en de opwaardering en uitbreiding van winkelcentrum De Vrijheid. Uit de analyse bleek dat in de foodsector met name uitbreidingsruimte aanwezig was voor de supermarktbranche. In de non-foodsector bleek de woninginrichtingbranche zeer sterk vertegenwoordigd (bijna geheel gevestigd op bedrijventerrein Oostendorp) evenals enkele andere "grootschalige" branches zoals doe-het-zelf en tuincentrum. Verder bleek de modebranche sterk vertegenwoordigd. Uitbreidingsmogelijkheden waren te zien in de branches schoenen en huishoudelijke artikelen.

Tot slot werd met betrekking tot de detailhandelsstructuur gesteld dat een te grote versnippering van het winkelaanbod niet gewenst is. Centrumgerelateerde branches zouden in de binnenstad of winkelcentrum De Vrijheid een plek moeten krijgen.

3.2 't Harde

Rapport 2001

In juli 2001 is door MKB Reva het rapport "t Harde, functioneren van en toekomstmogelijkheden voor de winkelvoorzieningen" uitgebracht. Uit het onderzoek is gebleken dat de detailhandel in 't Harde voornamelijk een lokale verzorgingsfunctie heeft.

In het kader van het onderzoek zijn een ondernemersonderzoek, een telefonisch consumentenonderzoek en een passantenenquête uitgevoerd. Uit dit "veldwerk" kwamen als positieve punten de bereikbaarheid en de keuze aan levensmiddelenwinkels naar voren. Als negatief werden de sfeer en aantrekkelijkheid van het winkelgebied, het niveau van de zaken en de keuze aan niet-levensmiddelenwinkels genoemd. De koopkrachtbinding bleek, zeker in de foodsector, op een acceptabel niveau te liggen, maar er was een negatieve trend in het koopgedrag van de consumenten zichtbaar, waardoor de koopkrachtbinding onder druk zou kunnen komen te staan.

De distributieve analyse liet zien dat de uitbreidingsmogelijkheden beperkt waren. Wellicht was in enkele branches versterking mogelijk.

In de aanbevelingen werd aangehaakt bij het concept van de drie C's: compact, compleet en comfortabel. Een compacter winkelgebied werd gewenst geacht gezien de verspreide ligging van de winkels langs de Eperweg. Het detailhandelsbestand werd redelijk compleet genoemd in relatie tot de omvang van het verzorgingsgebied. Tot slot werd het winkelgebied als niet comfortabel beschouwd. In dit kader is de Eperweg als barrière in het winkelgebied genoemd.

Verder werd gesteld dat de commerciële en fysieke uitstraling van 't Centrum achterbleven. Het winkelgebied maakte een besloten indruk, miste openheid, was slecht herkenbaar en had een gebrekkige interne samenhang. Voor zowel het onderhoud van de openbare ruimte als de individuele panden waren verbeteringen noodzakelijk. Daarbij werd aangegeven dat cosmetische ingrepen niet voldoende zouden zijn. Een herontwikkeling van (een deel van) het winkelgebied werd geadviseerd. Hiermee zou zowel de uitstraling van het winkelgebied dienen te verbeteren als de samenhang tussen de winkels moeten worden versterkt.

Ontwikkelingen sinds 2001

De aanbevelingen zijn voor een belangrijk deel ter hand genomen. Er waren plannen gepresenteerd om het winkelcentrum in twee fases op te knappen. Op het moment dat de procedure ex artikel 19, lid 2 van de Wet op de Ruimtelijke Ordening zou worden gestart, brandde een deel van het winkelcentrum (dat in de tweede fase zou worden opgeknapt) af. Momenteel zijn plannen in ontwikkeling om de tweede fase te bespoedigen, hetzij door fase 1 en 2 gelijktijdig te realiseren, hetzij door ze direct na elkaar te realiseren. Deze plannen gaan gepaard met een beperkte uitbreiding (ca. 500 m²). Tevens wordt beoogd de relatie tussen het winkelcentrum en de Eperweg te versterken.

3.3 Doornspijk

Rapport 2001

In het rapport "Elburg en Doornspijk, functioneren van en toekomstmogelijkheden voor de winkelvoorzieningen" van MKB Reva uit juli 2001 is ten aanzien van Doornspijk geconcludeerd dat het een klein winkelgebied is, voornamelijk voor de kleinere boodschappen. Daarnaast weet een aantal zaken te overleven door een in de loop der jaren opgebouwde regionale klantenkring.

Uit het ondernemersonderzoek en de consumentenonderzoeken is naar voren gekomen dat de bereikbaarheid en de parkeergelegenheid sterke punten van de detailhandel in Doornspijk zijn. De keuzemogelijkheden werden als slecht beschouwd door ondernemers en consumenten. Er werd geconcludeerd dat in Doornspijk niet echt sprake is van een gunstig ondernemersklimaat.

In de aanbevelingen is aangegeven dat zou moeten worden gestreefd naar het behoud van het huidige detailhandelsniveau. Indien mogelijk zou het centrumgebied moeten worden versterkt, al werden de mogelijkheden daartoe beperkt geacht. Wel zou moeten worden voorkomen dat buiten het aangegeven centrumgebied nieuwe detailhandel zich zou vestigen. Dit zou fataal kunnen zijn voor het bestaande aanbod in het centrumgebied. De gemeente zou detailhandel buiten het centrumgebied tegen moeten gaan door van leegstaande panden de detailhandelsbestemming af te halen. Ten aanzien van het centrumgebied werd aangegeven dat een verbetering van de commerciële uitstraling gewenst was om de passant beter op de daar aanwezige detailhandel te attenderen.

4 Telefonische consumentenenquête

Gezien de dynamiek in de detailhandel en de mobiliteit van de consument is de vraag gerezen of de resultaten van de telefonische enquêtes die in 2001 zijn uitgevoerd in 2007 nog voldoende zeggingskracht hebben. Daarom is besloten een actualisatie van de telefonische enquête uit te voeren, waarbij 220 huishoudens in de gemeente Elburg zijn geënuquêteerd. Deze enquête is in januari 2007 uitgevoerd.

4.1 Koopstromen

Op basis van de telefonische enquête zijn de koopstromen in de gemeente Elburg berekend. Hoofddoel was te onderzoeken of de bindingscijfers uit de rapporten van 2001 nog steeds geldigheid hebben. Daarom is de enquête beperkt van opzet gehouden.

De resultaten staan in de onderstaande tabellen, waarbij een vergelijking met 2001 wordt gemaakt.

4.1.1 Elburg

Tabel 4.1: Koopstromen inwoners Elburg

<i>Plaats/winkelcentrum</i>	<i>Food 2007</i>	<i>Food 2001</i>	<i>Non-food 2007</i>	<i>Non-food 2001</i>
Elburg Vesting	25%	42%	41%	43%
Elburg De Vrijheid	62%	25%	13%	4%
Overig Elburg	3%	22%	11%	9%
't Harde	2%	2%	1%	1%
Doornspijk	0%	0%	1%	1%
Oldebroek	1%	1%	3%	2%
Nunspeet	4%	5%	10%	10%
Zwolle	0%	1%	13%	21%
Wezep	1%	0%	1%	1%
Epe	0%	0%	0%	0%
Apeldoorn	0%	-	1%	-
Overige plaatsen	2%	2%	5%	8%
Totaal	100%	100%	100%	100%

Voor de inwoners van Elburg is winkelcentrum De Vrijheid tegenwoordig voor de levensmiddelen de belangrijkste aankoopplaats. Voor de non-food is dat nog steeds de Vesting.

De koopkrachtbinding van alle foodzaken in Elburg op de eigen inwoners bedraagt in 2007 90%, dat is 1% hoger dan in 2001. Binnen Elburg hebben zich echter wel grote veranderingen voorgedaan. De Vrijheid bindt tegenwoordig

aanzienlijk meer koopkracht. De redenen hiervoor liggen in de komst van een tweede supermarkt naar dit winkelcentrum, maar ook in het verdwijnen van de supermarkt aan de Vrijheidsstraat (in 2001 vallend onder overig Elburg) en het minder functioneren van de supermarkt bij de Vesting als gevolg van de perikelen binnen het Laurus concern.

In de non-food is de koopkrachtbinding gestegen van 56% in 2001 naar 65% nu. Elburg heeft met name gewonnen op Zwolle. Binnen Elburg hebben winkelcentrum De Vrijheid en overig Elburg (o.a. bedrijventerrein Oostendorp) de binding zien stijgen. Dit is slechts beperkt ten koste gegaan van de Vesting.

Een binding van 90% in de foodsector is gemiddeld voor een plaats met de grootte van Elburg en een vergelijkbare afstand tot een winkelgebied van een hogere orde. Een binding van 65% in de non-foodsector is bovengemiddeld.

4.1.2 't Harde

Tabel 4.2: Koopstromen inwoners 't Harde

<i>Plaats/winkelcentrum</i>	<i>Food 2007</i>	<i>Food 2001</i>	<i>Non-food 2007</i>	<i>Non-food 2001</i>
Elburg Vesting	1%	1%	11%	6%
Elburg De Vrijheid	3%	1%	4%	6%
Overig Elburg	0%	-%	8%	-%
't Harde	85%	86%	33%	34%
Doornspijk	0%	1%	1%	2%
Oldebroek	1%	1%	2%	2%
Nunspeet	8%	7%	15%	14%
Zwolle	1%	0%	19%	21%
Wezep	1%	1%	1%	3%
Epe	1%	1%	2%	2%
Apeldoorn	0%	0	0%	1%
Overige plaatsen	0%	1%	4%	9%
Totaal	100%	100%	100%	100%

De koopkrachtbinding in 't Harde bedraagt momenteel 85% in de foodsector en 33% in de non-foodsector.

In de foodsector betekent dit een daling 1% ten opzichte van 2001. De meeste afvloeiing gaat naar Nunspeet.

In de non-foodsector is de koopkrachtbinding eveneens 1% lager dan in 2001. Er blijkt met name meer koopkracht te zijn afgevloeid naar "overig Elburg" (o.a. bedrijventerrein Oostendorp). De afvloeiing naar "overige plaatsen" is verminderd.

In 't Harde is sprake van een enigszins hoge koopkrachtbinding in de foodsector ten opzichte van het gemiddelde van andere plaatsen van deze omvang met een vergelijkbare afstand tot een winkelgebied van een hogere orde. De binding in de non-foodsector is gemiddeld.

4.1.3 Doornspijk

Tabel 4.3: Koopstromen inwoners Doornspijk

<i>Plaats/winkelcentrum</i>	<i>Food 2007</i>	<i>Food 2001</i>	<i>Non-food 2007</i>	<i>Non-food 2001</i>
Elburg Vesting	6%	27%	15%	19%
Elburg De Vrijheid	22%	1%	9%	0%
Overig Elburg	0%	8%	7%	3%
't Harde	9%	4%	3%	3%
Doornspijk	25%	23%	9%	12%
Oldebroek	0%	2%	1%	2%
Nunspeet	38%	28%	39%	36%
Zwolle	0%	0%	8%	7%
Wezep	0%	0%	1%	0%
Epe	0%	1%	0%	3%
Apeldoorn	0%	-	1%	-
Overige plaatsen	0%	6%	7%	15%
Totaal	100%	100%	100%	100%

De koopkrachtbinding van de winkels in Doornspijk aan de inwoners van Doornspijk bedraagt 25% in de foodsector en 9% in de non-foodsector. Ten opzichte van 2001 betekent dit voor de foodsector een lichte stijging en voor de non-foodsector een lichte daling. In vergelijking met andere plaatsen van deze omvang zijn dit erg lage bindingscijfers.

De meeste koopkracht vloeit vanuit Doornspijk af naar Nunspeet: 38% in de foodsector en 39% in de non-foodsector. Met name in de foodsector betekent dit een sterke stijging ten opzichte van 2001. De afvloeiing naar Elburg is 28% in de foodsector (in 2001 36%) en 31% in de non-foodsector (in 2001 22%). Vooral winkelcentrum De Vrijheid trekt meer mensen uit Doornspijk. De Vesting heeft koopkracht uit Doornspijk verloren, met name in de foodsector.

4.2 Koopgedrag

De consumenten is gevraagd of zij de afgelopen twee jaar meer of minder in hun woonplaats zijn gaan kopen. De resultaten staan in de grafiek.

In alle drie kernen heeft ca. 60% van de consumenten geantwoord het koopgedrag ten opzichte van de eigen plaats niet te hebben veranderd.

In Elburg heeft 21% van de consumenten aangegeven meer in Elburg te zijn gaan kopen en 19% heeft aangegeven er minder te zijn gaan kopen. Per saldo heeft dus 2% van de consumenten aangegeven meer in Elburg te zijn gaan kopen.

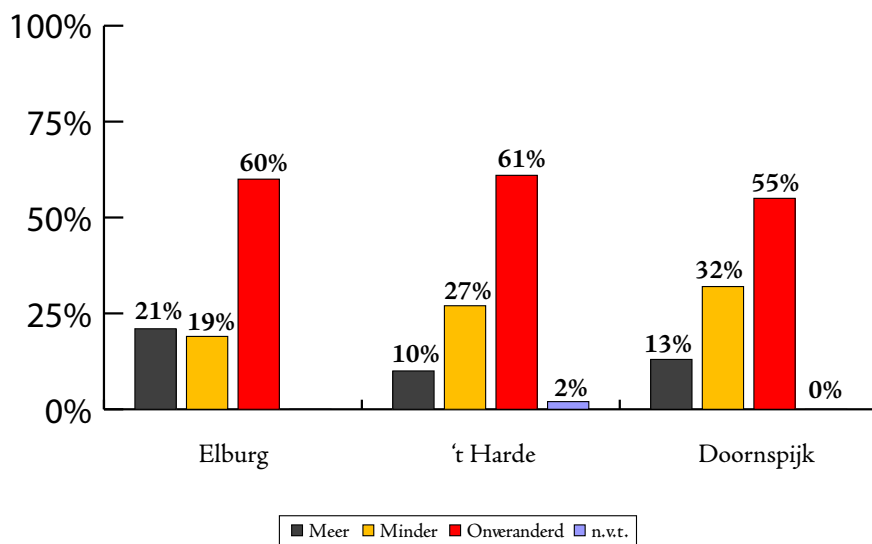
Van de consumenten uit 't Harde heeft per saldo 17% aangegeven minder in 't Harde te zijn gaan kopen (10% is er meer gaan kopen en 27% minder).

Ook in Doornspijk is per saldo sprake van een negatieve verschuiving: 13% is er minder gaan kopen en 32% meer, per saldo dus 19% minder.

De consumenten is – indien zij aangaven meer of minder in de eigen plaats te zijn gaan kopen – tevens gevraagd in wat de reden hiervan was en in welke omliggende plaatsen zij dan minder resp. meer zijn gaan kopen. De belangrijkste reden voor het meer/minder kopen is dat men meer te besteden of meer nodig heeft c.q. dat men minder te besteden of minder nodig heeft.

Daarnaast blijken de winkels in het lagere segment (Action, Aldi, Lidl) in Nunspeet klanten te trekken.

Koopgedrag



5 Passantenenquête Elburg Vesting

De passantenenquête is gehouden op vrijdag 10 en zaterdag 11 augustus 2007 in het centrum van Elburg. In totaal zijn er 200 passanten geënquêteerd op verschillende locaties in het centrum van Elburg, te weten binnen de Vesting, bij de haven en op het Schootsveld. Doel van de enquête was onder meer om inzicht te krijgen in de herkomst van de passant, diens bezoekgedrag en de meningen over het winkelgebied. In dit hoofdstuk zijn de resultaten van deze enquête beschreven.

5.1 Herkomst passanten

Tabel 5.1a: Herkomst passanten centrum Elburg

Plaats	Gemiddeld	Vrijdag	Zaterdag
Elburg	35%	33%	37%
Doornspijk	3%	1%	5%
't Harde	1%	0%	2%
Nunspeet	3%	1%	5%
Gem. Oldebroek	2%	1%	3%
Overige plaatsen	56%	64%	48%
Totaal	100%	100%	100%

Van de ondervraagde passanten kwam 35% uit Elburg en 9% uit de direct omliggende plaatsen. In totaal was 56% - voornamelijk toeristen – afkomstig uit overige plaatsen. In tabel 5.1b is een uitsplitsing gemaakt naar landsdeel.

Tabel 5.1b: Herkomst passanten naar landsdeel

Plaats	Gemiddeld
Elburg en omliggende plaatsen	44%
Friesland, Groningen, Drenthe	8%
Gelderland, Overijssel, Flevoland	19%
Utrecht, Noord en Zuid Holland	22%
Zeeland, N-Brabant, Limburg	4%
Buitenland	3%
Totaal	100%

Van alle passanten heeft 53% aangegeven toerist te zijn.

5.2 Kenmerken toeristen

Van de 53% die heeft aangegeven toerist te zijn, bleek 57% dagtoerist en 43% verblijftoerist (verblijf van meerdere dagen in de regio).

Bekendheid met Elburg

Op de vraag hoe men Elburg kent heeft een meerderheid van de toeristen (59%) aangegeven dat men al langere tijd bekend was met Elburg of er eerder

Tabel 5.2: Verblijfplaats toerist

Plaats	Gemiddeld
Biddinghuizen	38%
Elburg	25%
Nunspeet/Hulshorst	11%
Doornspijk	4%
Epe	4%
Oldebroek/'t Loo	4%
Overige plaatsen	14%
Totaal	100%

De gemiddelde verblijfsduur in de regio bleek 21 dagen te zijn. Dit gemiddelde wordt enigszins vertekend door een aantal toeristen die een maand of langer (in sommige gevallen het gehele zomerseizoen) in de regio verblijven. 63% van de verblijfstoeristen bleek twee weken of korter in de regio te verblijven.

Bezoekreden regio

De verblijftoeristen is gevraagd waarom ze de regio rond Elburg bezoeken. De meest genoemde redenen staan in tabel 5.3.

Tabel 5.3: Bezoekreden regio

Plaats	Gemiddeld
Mooie/rustige omgeving	50%
Water/Randmeren	11%
Mooie steden/dorpen	9%
Eigen vakantiewoning	7%

Verder is de verblijftoeristen gevraagd welke andere steden/dorpen in de regio zij gedurende hun verblijf nog meer zouden bezoeken (tabel 5.4).

Tabel 5.4: Bezoek andere steden/dorpen

Plaats	Gemiddeld
Harderwijk	56%
Zwolle	22%
Lelystad/Bataviastad	22%
Apeldoorn	18%
Epe	9%

5.3 Bezoekgedrag

5.3.1 Bezoekredenen

In tabel 5.5 staan de hoofdbezoekredenen aangegeven. Wat opvalt is dat het boodschappen doen en het meer recreatief winkelen elkaar ongeveer in balans houden.

Er zijn op dit punt echter wel duidelijk verschillen te zien tussen passanten uit Elburg en passanten van elders. De eerstgenoemde groep komt hoofdzakelijk voor boodschappen doen en in mindere mate voor winkelen. Bij de laatstgenoemde groep is juist het recreatieve aspect van belang, wat zich niet alleen uit in winkelen, maar ook relatief hoge percentages voor stadsbezichtiging, een bezoek aan de haven en horecabezoek.

Tabel 5.5: Bezoekredenen centrum Elburg*

<i>Reden</i>	<i>Gemiddeld</i>	<i>Passanten uit Elburg</i>	<i>Passanten van elders</i>
Boodschappen doen	52%	84%	34%
Winkelen/shoppen	51%	41%	57%
Stadsbezichtiging	11%	0%	16%
Bezoek aan haven	8%	1%	11%
Bezoek horeca	8%	1%	10%
Overig	7%	4%	9%

* de passanten konden meerdere redenen aangeven

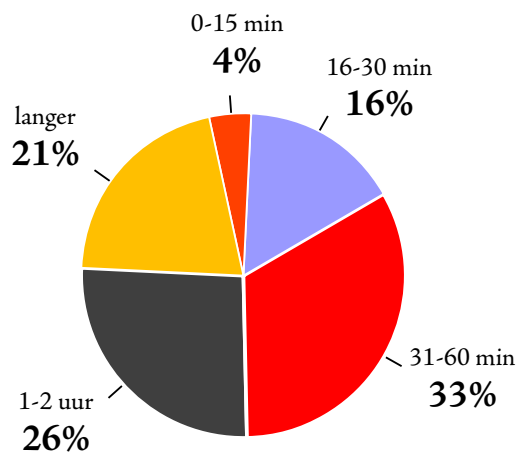
5.3.2 Bezoekduur

De gemiddelde bezoekduur van de passanten is 97 minuten. In de grafiek is de bezoekduur in tijdsklassen weergegeven.

Tussen de vrijdag (96 min.) en de zaterdag (98 min.) verschilde de gemiddelde bezoekduur nauwelijks.

Tussen passanten uit Elburg en passanten van elders is een veel duidelijker verschil in gemiddelde bezoekduur te zien: 55 min. tegenover 120 min.. Dit verschil is te verklaren door de relatie die gelegd kan worden tussen de afstand die afgelegd is om een winkelgebied te bezoeken en de bezoekduur. Algemeen geldt dat hoe groter de afstand is, des te langer is de bezoekduur.

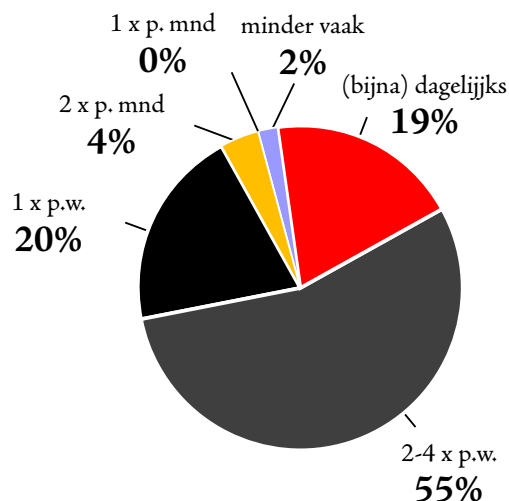
Bezoekduur



5.3.3 Bezoekfrequentie

De passanten die uit Elburg afkomstig zijn, is gevraagd hoe vaak zij de Vesting bezoeken om inkopen te doen. De uitkomsten zijn in de grafiek weergegeven.

Bezoekfrequentie



5.3.4 Bezochte voorzieningen en bestedingen

Uit tabel 5.5 blijkt dat Elburgers relatief vaker de winkels in het centrum bezoeken dan passanten van elders. Dit heeft wellicht te maken met het hoge aandeel toeristen. Toeristen bezoeken een plaats en de daar gevestigde winkels vaak minder gericht en zonder duidelijk “koopdoel”.

Tabel 5.5 laat verder zien dat passanten van buiten Elburg juist relatief veel de horeca bezoeken.

Tabel 5.5: Bezochte voorzieningen

<i>Voorziening</i>	<i>Gemiddeld</i>	<i>Passanten uit Elburg</i>	<i>Passanten van elders</i>
Levensmiddelenwinkel	61%	78%	52%
Niet-levensmid.winkel	53%	65%	46%
Horeca	37%	17%	48%
Overig	4%	4%	3%

In tabel 5.6 zijn de bestedingen per (kopende) klant en per (kopende en niet-kopende) passant weergegeven. De verschillen die uit tabel 5.6a naar voren komen, zijn dat Elburgers relatief veel in levensmiddelenwinkels uitgeven en passanten van buiten Elburg juist relatief veel in niet-levensmiddelenwinkels en de horeca.

Vergelijking met tabel 5.6b levert een ander beeld op. De Elburgers blijken het meeste uit te geven in de winkels. Onder de passanten van elders zijn relatief veel mensen die niets kopen, waardoor de besteding per passant aanzienlijk lager is dan de besteding per klant. De Elburgse passanten blijken weinig de horeca te bezoeken.

Tabel 5.6a: Bestedingen per klant

<i>Voorziening</i>	<i>Gemiddeld</i>	<i>Passanten uit Elburg</i>	<i>Passanten van elders</i>
Levensmiddelenwinkel	€ 33,57	€ 38,14	€ 29,60
Niet-levensmid.winkel	€ 35,54	€ 34,83	€ 36,26
Horeca	€ 16,85	€ 11,83	€ 18,06

Tabel 5.6b: Bestedingen per passant

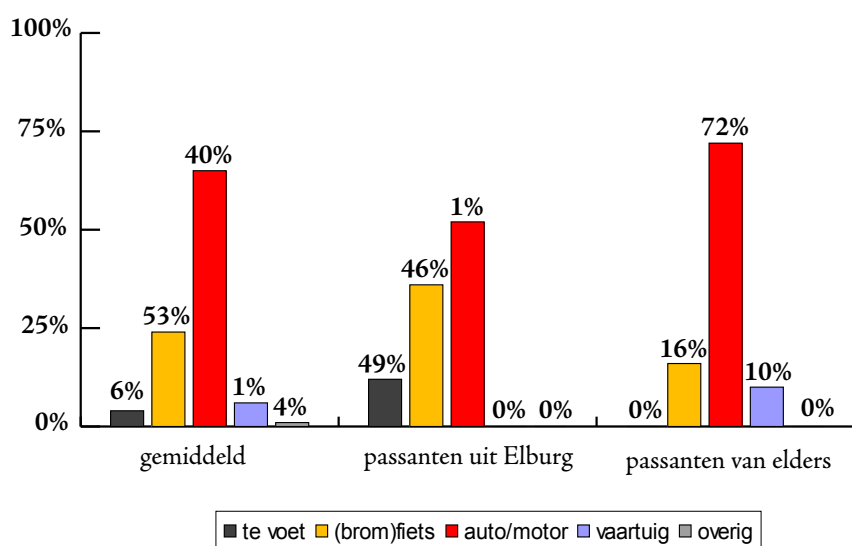
<i>Voorziening</i>	<i>Gemiddeld</i>	<i>Passanten uit Elburg</i>	<i>Passanten van elders</i>
Levensmiddelenwinkel	€ 17,63	€ 27,64	€ 12,26
Niet-levensmid.winkel	€ 15,07	€ 21,20	€ 11,89
Horeca	€ 5,28	€ 2,93	€ 7,05

5.4 Vervoermiddel en parkeren

Ongeveer twee derde van de passanten is met de auto naar het centrum van Elburg gekomen. Verder kwam 24% met de (brom)fiets, 6% met een vaarttuig, 4% te voet en 1% met overig vervoer.

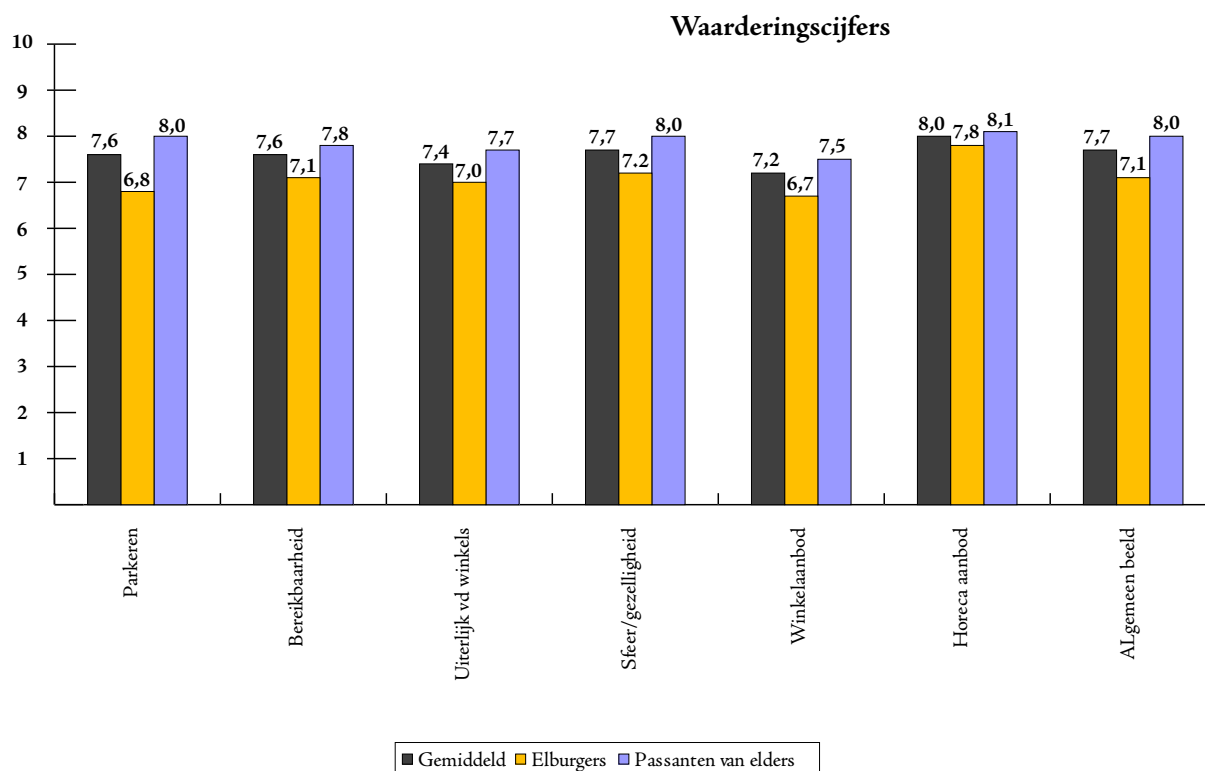
Passanten die uit Elburg afkomstig zijn, komen relatief veel te voet en met de fiets in vergelijking met passanten van elders.

Vervoermiddel



5.5 Waardering winkelgebied

Door het geven van cijfers aan zeven aspecten konden de passanten hun waardering over het centrum van Elburg uitspreken. Gemiddeld is voor deze aspecten een 7,6 gegeven.



In de grafiek is een onderscheid gemaakt tussen cijfers gegeven door Elburgers en cijfers gegeven door passanten van elders. De Elburgers blijken alle aspecten lager te waarderen. Gemiddeld hebben zij een 7,1 gegeven, terwijl passanten van elders gemiddeld een 7,9 hebben gegeven.



5.6 Gemiste voorzieningen

De passanten is gevraagd welke voorzieningen zij in Elburg missen. De meest genoemde antwoorden staan in tabel 5.7. Deze vraag is als een open vraag gesteld, waarbij de passanten meerdere antwoorden konden geven.

Tabel 5.7: Gemiste voorzieningen.

<i>Maatregel</i>	<i>Gemiddeld</i>
Meer winkels in het algemeen	9%
Meer goedkope winkels (Aldi, Action)	4%
Meer modewinkels	3%
Meer levensmiddelenwinkels	2%
Rolstoelvriendelijker inrichting	2%

6 Distributieve mogelijkheden

6.1 Draagvlakanalyse kern Elburg

De distributieve mogelijkheden in deze paragraaf geven een indicatie van het haalbare oppervlak aan winkelruimte in de kern Elburg (De Vesting, winkelcentrum De Vrijheid, bedrijventerrein Oostendorp en de verspreide bewinkeling in de bebouwde kom). Door dit af te zetten tegen het huidige winkelloppervlak wordt duidelijk of er uitbreidingsmogelijkheden bestaan voor de detailhandel in Elburg en zo ja, in welke branches.

De analyse van de distributieve mogelijkheden vindt in twee stappen plaats. In de eerste paragraaf wordt het winkelaanbod van de kern Elburg afgezet tegen het gemiddelde van plaatsen van deze omvang. Dit geeft alleen de sterke en zwakke punten van Elburg aan, maar zegt nog weinig over de mogelijkheden voor de detailhandel in Elburg. Op dit laatste wordt in de tweede paragraaf ingegaan.

6.1.1 Eerste analyse winkelaanbod kern Elburg

Ten behoeve van deze eerste analyse vindt een vergelijking plaats tussen het winkelaanbod in Elburg en het winkelaanbod in plaatsen van vergelijkbare omvang.

De gegevens over Elburg zijn afkomstig uit het bestand verkooppunten detailhandel van Locatus (februari 2007) en de gegevens over plaatsen van vergelijkbare omvang uit het Retail Handboek 2006 van Locatus/Vastgoedmarkt.

Tabel 6.1 is een eerste verkenning en houdt geen rekening met de lokale situatie van Elburg. Bij vergelijking met landelijke gemiddelden moet daarom bedacht worden dat niet alleen het inwoneraantal bepalend is voor de omvang en samenstelling van het winkelaanbod. Ook de afstand tot winkelgebieden van een hogere orde, de opbouw van de lokale winkelstructuur en woningbouw zijn hierop van invloed.

Wel geeft de tabel enig inzicht in sterke en zwakke punten in de branchering, waarbij moet worden aangetekend dat de aangegeven gemiddelden zeker geen normen of streefgetallen zijn.

Uit tabel 6.1 blijkt Elburg in vergelijking met andere plaatsen van zijn omvang een zeer uitgebreid detailhandelsaanbod heeft. Wanneer op brancheniveau gekeken wordt, is het beeld gedifferentieerder. Bij de dagelijkse boodschappen (levensmiddelen, persoonlijke verzorging) valt een kleine ondervertegenwoordiging op. Een duidelijke oververtegenwoordiging is te zien in de branches kleding en mode, sport en spel (o.a. als gevolg van twee watersportzaken op De Kruismaten), fietsen- en autobenenodigheden en wonen. Een oververtegenwoordiging kan zowel het gevolg zijn van veel aanbieders in een branche als

van één of meer grote aanbieders in een branche. Ook in de branche warenhuis is een oververtegenwoordiging ten opzichte van het landelijk gemiddelde te zien. Deze oververtegenwoordiging wordt veroorzaakt door het feit dat sommige plaatsen van de omvang van Elburg wel een warenhuis hebben en in andere plaatsen geen warenhuis aanwezig is, waardoor het gemiddelde wordt gedrukt. In dit geval zorgt dus de aanwezigheid van het warenhuis voor de oververtegenwoordiging en niet de omvang.

Tabel 6.1: Verkoopvloeroppervlak (vvo) per branche; kern Elburg en gemiddeld

<i>Branche</i>	Elburg		Gemiddeld ¹	
	vvo (in m ²)	vvo per 1.000 inw.	vvo (in m ²)	vvo per 1.000 inw.
Levensmiddelen	3.700	316	4.120	340
Persoonlijke verzorging	620	53	710	59
Warenhuis	645	55	324	27
Kleding en mode	3.115	266	2.202	182
Schoenen en lederwaren	300	26	533	44
Juwelier en optiek	195	17	237	20
Huish. en luxe artikelen	330	28	623	51
Antiek en kunst	60	5	180	15
Sport en spel	1.220	104	620	51
Hobby	500	43	212	18
Media	450	38	328	27
Plant/ dier	1.560	133	2.593	214
Bruin- en witgoed	385	33	487	40
Fietsen- en autoben.	2.790	238	517	43
Doe-het-zelf	2.205	188	3.002	248
Wonen	15.160	1.296	5.569	460
Overig detailhandel	1.180	101	585	48
Totaal	34.420	2.941	22.842	1.885

¹ gemiddelde van plaatsen van 10.000-15.000 inw.

6.1.2 Draagvlakanalyse

In deze paragraaf worden de distributieve mogelijkheden van de kern Elburg berekend. Dit zal gebeuren aan de hand van de volgende variabelen:

- a) de grootte van het verzorgingsgebied;
- b) het gemiddelde inkomen c.q. bestedingen;
- c) de koopkrachtbinding;
- d) de koopkrachttoevoeiing.

Ad a; de grootte van het verzorgingsgebied

In deze analyse bestaat het verzorgingsgebied van de detailhandel in Elburg uit de kern Elburg (11.843 inwoners). Consumenten uit omliggende kernen worden in de analyse meegenomen via de toevloeiing.

Ad b; het gemiddelde inkomen c.q. de bestedingen

Het gemiddelde bestedingsbedrag per hoofd van de bevolking op jaarbasis bedraagt in 2004 naar schatting € 1.978,- voor de foodsector en € 2.384,- voor de non-foodsector (Bron: HBD/EIM; Bestedingen en Marktaandeelen 2004). Het gaat hier om toonbankbestedingen, dat wil zeggen de bestedingen die door de consument worden gedaan in winkels.

Het gemiddeld besteedbaar inkomen per hoofd van de bevolking ligt in de gemeente Elburg ca. 10,5% onder het landelijke gemiddelde (bron: CBS 2007). Voor de foodsector geldt een inkomenselasticiteit van 0,25 (1% meer/minder inkomen betekent 0,25% meer/minder bestedingen). Voor de non-foodsector geldt een inkomenselasticiteit van 0,5.

Daar het gemiddeld besteedbaar inkomen in de gemeente Elburg 10,5% onder het landelijke gemiddelde ligt, kan voor Elburg worden uitgegaan van bestedingscijfers die in de foodsector ca. 2,5% onder het landelijke gemiddelde liggen en in de non-foodsector ca. 5%. Dit betekent een gemiddeld besteedbaar inkomen per hoofd van de bevolking in de foodsector van circa € 1.929,- en in de non-foodsector van circa € 2.219,-.

Ad c; de koopkrachtbinding

Momenteel bedraagt de koopkrachtbinding van de winkels in de kern Elburg op de eigen inwoners in de foodsector 90% en in de non-foodsector 65%. De bindingscijfers zijn berekend op basis van de consumentenenquête.

Ad d; de koopkrachttoevloeiing

De koopkrachttoevloeiing van consumenten van buiten de kern Elburg naar de winkels in Elburg bedraagt voor de foodsector circa 20% en voor de non-foodsector circa 40%. De toevloeiingscijfers zijn gebaseerd op landelijke gemiddelden en ervaringscijfers.

Op basis van de hierboven beschreven variabelen zijn voor tabel 6.2 de potentiële omzetten en het haalbare winkelvloeroppervlak berekend.

Tabel 6.2: Draagvlakanalyse winkelvoorzieningen kern Elburg 2007

Sector	Besteding per hoofd	Koopkracht bind. toevl.	Potentieel aanw. omzet	Gem. omzet p/m ² vvo	Haalbaar vvo	Huidig vvo
food	€ 1.929	90% 20%	€ 25,4 mln.	€ 6.400	4.000 m ²	3.700 m ²
non-food	€ 2.219	65% 40%	€ 28,7 mln.	€ 2.300	12.500 m ²	30.720 m ²
Totaal					16.500 m ²	34.420 m ²

Uit de tabel 6.2 blijkt dat in de huidige situatie de foodsector in Elburg licht ondervertegenwoordigd is. In de non-foodsector is een grote oververtegenwoordiging zichtbaar.

Tabel 6.2 wordt in tabel 6.3 gespecificeerd waardoor op brancheniveau inzicht komt in de distributieve mogelijkheden. Deze tabel (gebaseerd op de branche-indeling van het HBD) kent een iets andere branche-indeling dan die in tabel 6.1 (branche-indeling van Locatus).

Bij deze tabel dient opgemerkt te worden dat de tabel een aantal branches in de meest enge zin van het woord heeft opgenomen. Zo biedt een bakker naast het traditionele bakkersassortiment tegenwoordig bijvoorbeeld steeds vaker een breder aanbod aan, zoals horeca gerelateerde producten (koffie met gebak op terras, etc.). Ook is in de praktijk in één zaak een combinatie van artikelgroepen/ branches mogelijk. Voor de haalbaarheid daarvan dient naar meerdere branches te worden gekeken.

De in de tabel gebruikte cijfers zijn ontleend aan publicaties van het Economisch Instituut Midden- en Klein Bedrijf (EIM), het Centraal Bureau voor Statistiek (CBS) en het Hoofdbedrijfschap Detailhandel (HBD). Met behulp van deze bronnen is door MKB Reva een uniek computerprogramma ontwikkeld waarmee een draagvlakanalyse per branche in enge zin voor een plaats of winkelcentrum kan worden gegeven. Zoals eerder vermeld gaat het om gemiddelden. Persoonlijke eigenschappen en specifieke (omgevings)factoren zijn uiteraard ook van belang. Huisvestingskosten kunnen een rol van betekenis spelen. De ene ondernemer is bijvoorbeeld ondanks een omzet per vierkante meter die onder het gemiddelde ligt voor die branche toch in staat tot een rendabele bedrijfsvoering te komen, terwijl de ander dat niet lukt. Afhankelijk van de kwaliteit van de individuele ondernemer zou een winkel waarvoor op basis van de berekeningen geen bestaansrecht aanwezig is, toch best levensvatbaar kunnen zijn. Daarnaast bepaalt de kwaliteit van de ondernemer uiteraard de hoogte van de omzet. Bepaalde ondernemers kunnen dus een aanzienlijk hogere omzet scoren dan de in de draagvlakanalyse aangegeven richtlijnen. Ook de kwaliteit van concurrerende winkelgebieden hangt hiermee samen.

Foodsector

In de foodsector is de supermarktbranche enigszins ondervertegenwoordigd. De meeste versbranches zijn sterk aanwezig in Elburg. Versterking van de foodsector zou door toevoeging van een discounter kunnen plaats vinden, al is de distributieve ruimte hiervoor beperkt. Alleen indien er een geschikte locatie voor gevonden kan worden, zou een discounter de detailhandelsstructuur van Elburg kunnen versterken. In hoofdstuk 9 wordt hier nader op ingegaan.

Tabel 6.3: Draagvlakanalyse per branche, Elburg 2007

Branche	Besteding per hoofd	Omzet in plaats	Potentiele omzet marge	Omzetnorm per m ² vvo	Haalbaar vvo	Huidig vvo
01 Warenhuis (V&D, Bijenkorf, Hema e.d.)	186	2.210.000	1.989.000-2.431.000			645
03 Supermarkt	1613	20.860.000	18.774.000-22.946.000	6.600	3.160	2.660
04 Bakker / banketbakker	70	900.000	810.000-990.000	6.800	130	200
05 Groenten- en fruitwinkel	29	370.000	333.000-407.000	4.600	80	95
06 Slagerij / poelier	77	990.000	891.000-1.089.000	6.200	160	80
07 Viswinkel	20	250.000	225.000-275.000	4.800	50	155
08 Zuivelwinkel	6	80.000	72.000-88.000	5.000	20	0
09 Etnische winkel voor levensmiddelen	7	90.000	81.000-99.000	5.900	20	0
10 Overige winkels zoals snoep-, reformwinkel	26	340.000	306.000-374.000	4.700	70	110
11 Slijterij / drankenhandel	64	820.000	738.000-902.000	5.400	150	215
12 Tabakswinkel	65	830.000	747.000-913.000	6.500	130	190
13 Kledingwinkels en overige textielwinkels	435	4.970.000	4.473.000-5.467.000	2.500	1.990	3.115
14 Schoenenwinkel / winkel voor leerwaren	112	1.290.000	1.161.000-1.419.000	2.200	590	300
15 Woninginrichtingswinkel	244	2.800.000	2.520.000-3.080.000	1.000	2.800	15.160
16 Winkel voor verlichting	12	130.000	117.000-143.000	1.100	120	0
17 Winkel voor huish. apparaten, audio, video	218	2.510.000	2.259.000-2.761.000	4.600	550	305
18 Winkel voor computers en -accessoires	36	420.000	378.000-462.000	3.200	130	80
19 Huishoudelijke artikelen, geschenkenwinkel	121	1.480.000	1.332.000-1.628.000	2.200	670	330
20 Winkel voor ijzerwaren / verf-, behangwinkel	36	428.000	385.000-471.000	1.600	270	370
21 Doe-het-zelfwinkel / bouwmarkt	139	1.640.000	1.476.000-1.804.000	1.600	1.030	1.835
22 Bloemen- en plantenwinkel / dierenspec.zaak	122	1.550.000	1.395.000-1.705.000			
22a Tuincentrum	52	667.000	600.000-733.000	1.000	670	1.150
22b Bloemen- en plantenwinkel	50	636.000	572.000-699.000	1.400	450	295
22c Dierenspeciaalzaak	19	248.000	223.000-273.000	1.700	150	115
23 Rijwielen- / bromfietsenhandel	77	1.000.000	900.000-1.100.000	2.000	500	2.790
24 Speelgoedwinkel	43	530.000	477.000-583.000	2.500	210	390
25 Foto- en filmwinkel	32	410.000	369.000-451.000	3.200	130	225
26 Opticien / brillenzaak / juwelier	94	1.130.000	1.020.000-1.240.000			
26a Opticien / brillenzaak	53	633.000	570.000-696.000	3.700	170	50
26b Juwelier	41	497.000	447.000-547.000	5.500	90	145
27 Boekhandel, kantoorbenodigdheden, kiosk	87	1.120.000	1.008.000-1.232.000	3.900	290	375
28 Winkel voor sportartikelen	54	630.000	567.000-693.000	1.900	330	830
30 Drogisterij, parfumerie	171	2.190.000	1.971.000-2.409.000	5.000	440	620
32 Etnische winkel niet voor levensmiddelen	2	30.000	27.000-30.000	2.300	10	0
33 Overige winkels niet voor levensmiddelen	163	1.940.000	1.746.000-2.134.000	2.300	840	1.590

Bovenstaande cijfers geven potentiële bestedingen en omzetten weer die in het eigen verzorgingsgebied kunnen worden behaald (gebaseerd op Nederlandse gemiddelden).

Non-foodsector

In de non-foodsector verschilt het beeld per branche. De geconstateerde grote oververtegenwoordiging in de non-foodsector blijkt voor een belangrijk deel te worden veroorzaakt door de woninginrichtingsbranche.

Ook de branches kleding/mode, doe-het-zelf/ijzerwaren, tuincentrum, rijwielen en sport zijn duidelijk oververtegenwoordigd. De branches schoenen/lederwaren, bruin-/witgoed en optiek laten uitbreidings- c.q. versterkingsmogelijkheden zien. Door branchevervaging/ brancheverbreiding is het niet altijd mogelijk de branches duidelijk af te bakenen. Hierdoor is het in de praktijk mogelijk dat geconstateerde uitbreidingsmogelijkheden al in een andere branche worden ingevuld. Wanneer in een branche uitbreiding mogelijk is, betekent dit niet per definitie dat er winkels kunnen worden toegevoegd. In sommige gevallen volstaat versterking van het huidige aanbod.

Tot slot dient te worden benadrukt dat de tabel met name de kwantitatieve kant van het verhaal laat zien. Het benutten van de draagvlakmogelijkheden en het eventueel toevoegen van winkels is sterk afhankelijk van de kwaliteit van de ondernemer!

6.1.3 Toekomstige draagvlakmogelijkheden

Voor de komende jaren is diverse woningbouw in Elburg voorzien. Dit betreft zowel een uitbreidingslocatie (Horstkamp) als diverse inbreidingslocaties. De bevolkingsomvang van Elburg zal hierdoor de komende jaren licht stijgen, tot naar verwachting 12.500 inwoners.

Dit heeft een verruimend effect op de distributieve mogelijkheden. Alle andere variabelen gelijk houdend, heeft dit het volgende effect op de distributieve mogelijkheden.

Tabel 6.4: Draagvlakanalyse winkelvoorzieningen kern Elburg toekomst (12.500 inw.)

Sector	Besteding per hoofd	Koopkracht bind. toevl.	Potentieel aanw. omzet	Gem. omzet p/ m ² vvo	Haalbaar vvo	Huidig vvo
food	€ 1.929	90% 20%	€ 27,1 mln.	€ 6.400	4.200 m ²	3.700 m ²
non-food	€ 2.219	65% 40%	€ 30,7 mln.	€ 2.300	13.300 m ²	30.720 m ²
Totaal					17.500 m ²	34.420 m ²

Een toename van het inwoneraantal betekent grotere distributieve mogelijkheden voor alle branches. Zo komt het haalbaar verkoopvloeroppervlak in de supermarktbranche bijv. uit op 3.400 m² vvo.

6.2 't Harde en Doornspijk

In deze paragraaf worden de draagvlakmogelijkheden voor 't Harde en Doornspijk zoals die in 2001 naar voren zijn gekomen op hoofdlijnen getoetst op actualiteit en geldigheid. Voor de werkwijze wordt verwezen naar de draagvlakanalyse voor Elburg (paragraaf 6.1).

't Harde

In tabel 6.4 zijn de huidige draagvlakmogelijkheden voor 't Harde, op basis van actuele cijfers, aangegeven. De verschillen met 2001 blijken beperkt te zijn.

Tabel 6.4: Draagvlakanalyse winkelvoorzieningen 't Harde 2007

Sector	Besteding per hoofd	Koopkracht bind. toevl.	Potentieel aanw. omzet	Gem. omzet p/ m ² vvo	Haalbaar vvo	Huidig vvo
food	€ 1.929	85% 10%	€ 11,5 mln.	€ 6.400	1.800 m ²	1.465 m ²
non-food	€ 2.219	33% 20%	€ 5,9 mln.	€ 2.300	2.600 m ²	4.565 m ²
Totaal					4.400 m ²	6.030 m ²

Op hoofdlijnen is een kleine ondervertegenwoordiging in de foodsector zichtbaar een aanzienlijke oververtegenwoordiging in de non-foodsector.

Uit nadere analyse blijkt dat de ondervertegenwoordiging in de foodsector wordt veroorzaakt door een zwak versaanbod. Gezien de beperkte omvang van het verzorgingsgebied is het echter de vraag of verszaken kunnen worden toegevoegd. Dit betekent dat er extra marktruimte voor de supermarkten ligt. 't Harde beschikt momenteel over twee supermarkten die beide geen optimale omvang hebben voor een full service supermarkt, waardoor ze niet de gewenste trekkracht hebben. Een vergroting van de supermarkten bij de beoogde herontwikkeling zal een positief effect hebben op de koopkrachtbinding. Een stijging tot ca. 90% zou haalbaar moeten zijn, waardoor de distributieve mogelijkheden ook weer worden verruimd.

De oververtegenwoordiging in de non-foodsector kan in zijn geheel worden toegeschreven aan de branche woninginrichting: twee meubelzaken beschikken samen over 2.700 m² vvo. Voor de overige branches kan gesteld worden dat de branches die er zitten, veelal oververtegenwoordigd zijn, maar dat er tevens diverse gaten in de branchering zijn. Dit is een gebruikelijk beeld voor plaatsen als 't Harde. Wat verder wel opvalt is het zeer beperkte modische aanbod.

Het is moeilijk om aan te geven of er uitbreidingsmogelijkheden liggen. De omvang van het verzorgingsgebied zorgt voor beperkingen. Het ligt aan de kwaliteit en ambitie van de ondernemer of een nieuwe winkel voldoende omzet weet te halen en rendabel kan functioneren.

Afgaande op de huidige branchesamenstelling en het koopmotief van consu

menten in dergelijke winkelgebieden, is een textielsuper een logische aanvulling voor het winkelbestand in 't Harde.

Doornspijk

Tabel 6.5 laat de actuele draagvlakmogelijkheden voor Doornspijk zien. Hierbij is alleen de foodsector weergegeven. Gezien de beperkte omvang van het verzorgingsgebied en de lage koopkrachtbinding in de non-foodsector heeft een draagvlakanalyse voor de non-foodsector geen zeggingskracht.

De tabel laat zien dat de mogelijkheden voor de foodsector beperkt zijn en dat het huidige aanbod passend is voor Doornspijk.

Tabel 6.5: Draagvlakanalyse winkelvoorzieningen Doornspijk 2007

Sector	Besteding per hoofd	Koopkracht bind. toevl.	Potentieel aanw. omzet	Gem. omzet p/m ² vvo	Haalbaar vvo	Huidig vvo
food	€ 1.929	25% 15%	€ 2,3 mln.	€ 6.400	400 m ²	530 m ²

Door de beperkte omvang van het verzorgingsgebied bestaan (weliswaar op papier) weinig kwantitatieve mogelijkheden om winkels rendabel te laten draaien. De in Doornspijk aanwezige winkels kunnen bestaan doordat ze een aanzienlijk hogere koopkrachtbinding en –toevloeiing dan het gemiddelde weten te realiseren. Dit is echter geen gegeven voor startende ondernemers, waardoor de kwaliteit van de ondernemer doorslaggevend is voor het slagen van winkels in Doornspijk.

7 Analyse ruimtelijke en fysieke structuur detailhandel

7.1 Elburg

Beschrijving detailhandelsstructuur

Elburg kent in feite drie winkelgebieden. Het kernwinkelgebied van Elburg ligt in de oude binnenstad (De Vesting). Het accent in de branchering ligt hier op recreatief winkelen. Daarnaast zijn er diverse levensmiddelen speciaalzaak. Net buiten de Vesting aan de Zwolscheweg ligt een supermarkt. Winkelcentrum De Vrijheid is vooral gericht op de dagelijkse boodschappen. De trekkers van dit winkelcentrum zijn twee supermarkten. Op bedrijventerrein Oostendorp, in het zuidoosten van Elburg, ligt een concentratie van grootschalige winkels voor gerichte aankopen (o.a. bouwmarkt, woninginrichting). Verder kent Elburg nog enige verspreide bewinkeling, onder meer op industrieterrein Kruismaten ten noorden van de Vesting. Tabel 7.1 geeft de omvang van het winkelaanbod per winkelgebied.

Tabel 7.1: Detailhandelsomvang Elburg per winkelgebied (in m² vvo)

<i>Winkelgebied</i>	<i>Food</i>	<i>Non-food</i>	<i>Totaal</i>
De Vesting (incl. supermarkt)	1.720 m ²	6.750 m ²	8.470 m ²
De Vrijheid	1.825 m ²	825 m ²	2.650 m ²
Bedrijventerrein Oostendorp	0 m ²	17.520 m ²	17.520 m ²
Overig	155 m ²	5.515 m ²	5.670 m ²
Totaal	3.700 m ²	30.720 m ²	34.420 m ²

De Vesting

De meeste detailhandel in De Vesting is gevestigd op de twee hoofdassen die samen een kruis vormen: de Beekstraat en de Vischpoortstraat/Jufferenstraat. In de overige straten van De Vesting liggen verspreid enkele winkels. Rond het kruis is sprake van een horecaconcentratie, maar ook elders in De Vesting is horeca te vinden.

Direct ten zuidoosten van De Vesting aan de Zwolscheweg ligt een supermarkt die als trekker voor de dagelijkse boodschappen fungeert (zie tabel 7.2 voor de indeling van branches naar bezoekgedrag).

Bij de supermarkt en op 't Schootsveld, aan de zuidoostkant van De Vesting, liggen de grootste parkeerterreinen voor het centrum. In De Vesting zelf is de parkeergelegenheid beperkt.

Winkelgebieden in historische binnensteden hebben veelal met dezelfde problemen te kampen: kleinschaligheid en problemen om grotere winkels te huisvesten, beperkte parkeermogelijkheden en een niet-optimale verkeerssituatie. Daarnaast kunnen deze winkelgebieden ook profiteren van hun omgeving. Historische binnensteden zijn vaak aantrekkelijke verblijfsgebieden voor de consument en het historische karakter zorgt voor een sterke eigen identiteit.

Deze geschetste voor- en nadelen spelen ook in De Vesting. Door het historische karakter trekken De Vesting en de aangrenzende haven veel toeristen. Het winkelaanbod is hier ten dele op afgestemd en ook de vele horeca speelt hier op in.

In het algemeen kan de uitstraling van De Vesting als goed worden getypeerd. De historische elementen worden benadrukt en ook veel panden sluiten bij dit historische beeld aan; helaas enkele uitzonderingen daar gelaten.

Tabel 7.2: Indeling branches naar bezoekgedrag

<i>Winkelgedrag</i>	<i>Branchegroepen</i>	<i>Branches</i>
Dagelijkse boodschappen	Voedings- en genotmiddelen Frequent benodigde non-food	supermarkt, versbranches drogist/parfumerie, huishoudelijke artikelen en cadeaus, bloemen en planten, dierbenodigdheden
Recreatief winkelen	Modisch recreatief Overig recreatief	kleding, mode, textiel, schoenen en lederwaren optiek, juwelier, kunst, antiek, sport, kamperen, speelgoed, hobby, boeken, tijdschriften, kantoorartikelen, cd's, warenhuis
Gerichte aankopen	Gericht non-food	(brom)fietsen, autoaccessoires, woninginrichting, verf en behang, doe-het-zelf, keukens en sanitair, wit- en bruingoed, computers



Winkelcentrum De Vrijheid

Dit winkelcentrum is gelegen in het oostelijke woongebied van Elburg. Het is in 2003 herontwikkeld tot een modern boodschappencentrum met een eigentijdse uitstraling. Naast twee supermarkten zijn er tien winkels gevestigd, met name gericht op de dagelijkse boodschappen. Verder worden drie units ingenomen door dienstverlening en horeca. Voor het winkelcentrum ligt een parkeergelegenheid, die op sommige momenten een sterke piekbelasting kent en als overvol wordt ervaren. Dit is het belangrijkste knelpunt in het functioneren van het winkelcentrum.

Door de herontwikkeling en versterking van winkelcentrum De Vrijheid is dit meer en meer het winkelgebied van Elburg voor de dagelijkse boodschappen geworden. Deze tendens is ook te zien in de ontwikkeling van de koopkrachtbinding. Als boodschappencentrum springt De Vrijheid er positiever uit dan De Vesting door de combinatie van twee supermarkten en diverse andere winkels voor dagelijkse boodschappen in een compact centrum, een betere ligging ten opzichte van het verzorgingsgebied en parkeergelegenheid voor de deur.

Bedrijventerrein Oostendorp

Op bedrijventerrein Oostendorp, op de zuidoostelijke punt van Elburg, is de afgelopen jaren een concentratie van grootschalige detailhandel ontstaan. Dit betreft met name detailhandel in de branches woninginrichting en doe-het-zelf. De bereikbaarheid is uitstekend aangezien het bedrijventerrein is gelegen bij de kruising van de Zuiderzeestraatweg Oost (Nunspeet-Wezep) en de weg naar Epe.

Verspreide bewinkeling

Elburg kent verder enige verspreide bewinkeling. Op industrieterrein Kruismaten is diverse detailhandel gevestigd, maar niet in een concentratie zoals op bedrijventerrein Oostendorp.

Aan de Vrijheidsstraat is in een woongebied een kleine detailhandelsconcentratie te vinden zonder duidelijke profilering, met o.a. een fietsenzaak, computerwinkel en een bakker. De supermarkt die hier gevestigd was, heeft na de herontwikkeling van De Vrijheid in dit winkelcentrum een plek gekregen.

7.2 't Harde

Beschrijving detailhandelsstructuur

Het kernwinkelgebied van 't Harde is bestaat uit 't Centrum en bewinkeling langs de doorgaande Eperweg. Daarnaast is er sprake van beperkte verspreide bewinkeling. In totaal beschikt 't Harde over 6.030 m² vvo detailhandel. Hiervan behoort 1.465 m² tot de foodsector en 4.565 m² tot de non-foodsector. Het winkelgebied in het centrumgebied van 't Harde bestaat voornamelijk uit winkels voor dagelijkse boodschappen. Winkels in recreatieve branches

ontbreken vrijwel. Het winkelgebied mist uitstraling. Aan de ene kant laat de commerciële uitstraling en herkenbaarheid te wensen over. Zo is de winkelfunctie langs de Eperweg niet aaneengesloten en is 't Centrum vanaf de Eperweg niet goed herkenbaar als winkelgebied. Bovendien maakt 't Centrum een verpauperde indruk. De beoogde herontwikkeling van het winkelcentrum is vanuit dit oogpunt dan ook zeer gewenst.

Naast enkele parkeerhavens langs de Eperweg beschikt het winkelgebied over een grotere parkeergelegenheid aan de achterzijde van 't Centrum.

De bereikbaarheid van het winkelgebied kan goed genoemd worden, vanwege de ligging aan de doorgaande weg (Epe-Elburg) en de nabijgelegen op- en afrit van de snelweg A28.

De diverse verspreide bewinkeling in 't Harde is met name voor gerichte aankopen.

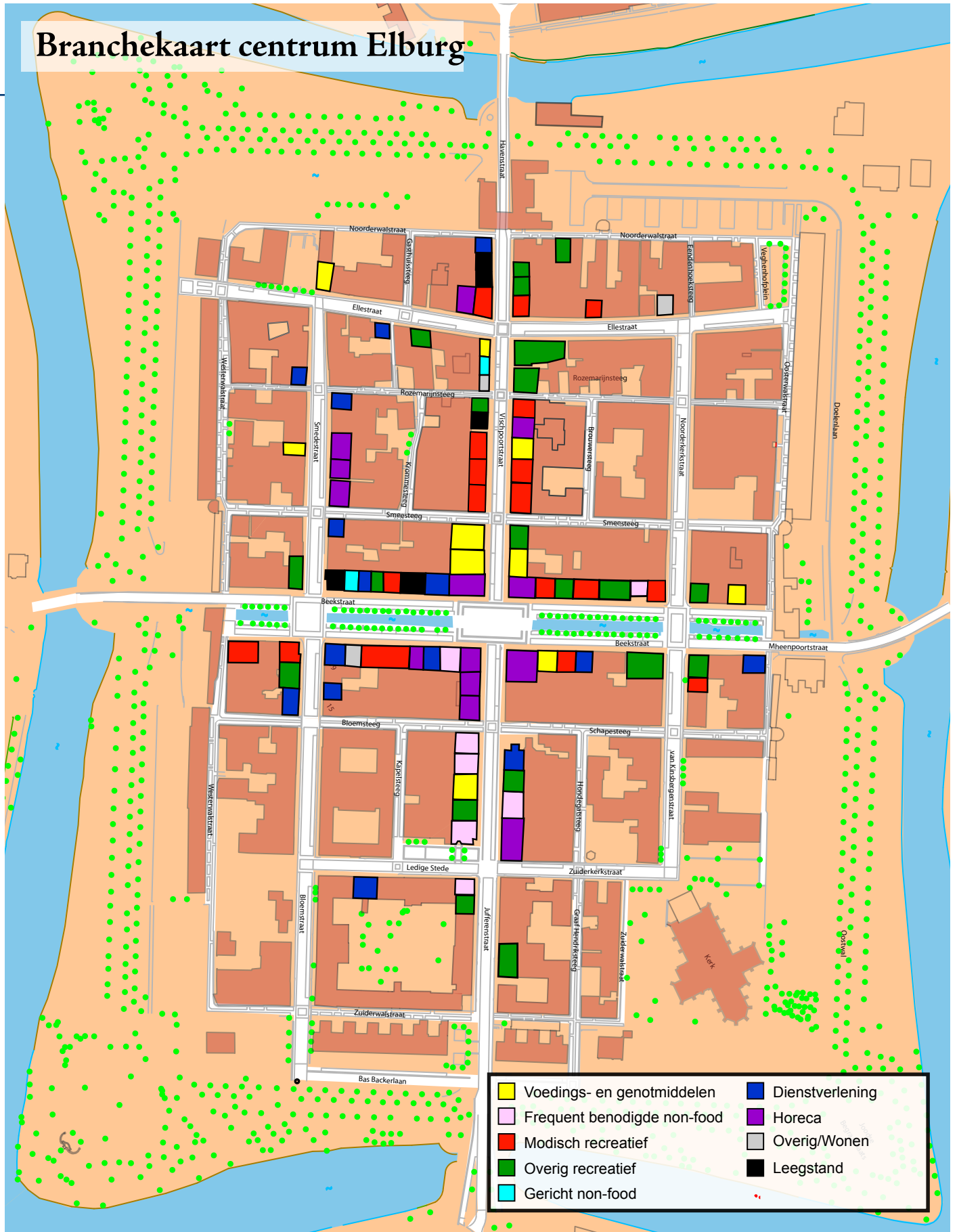
7.3 Doornspijk

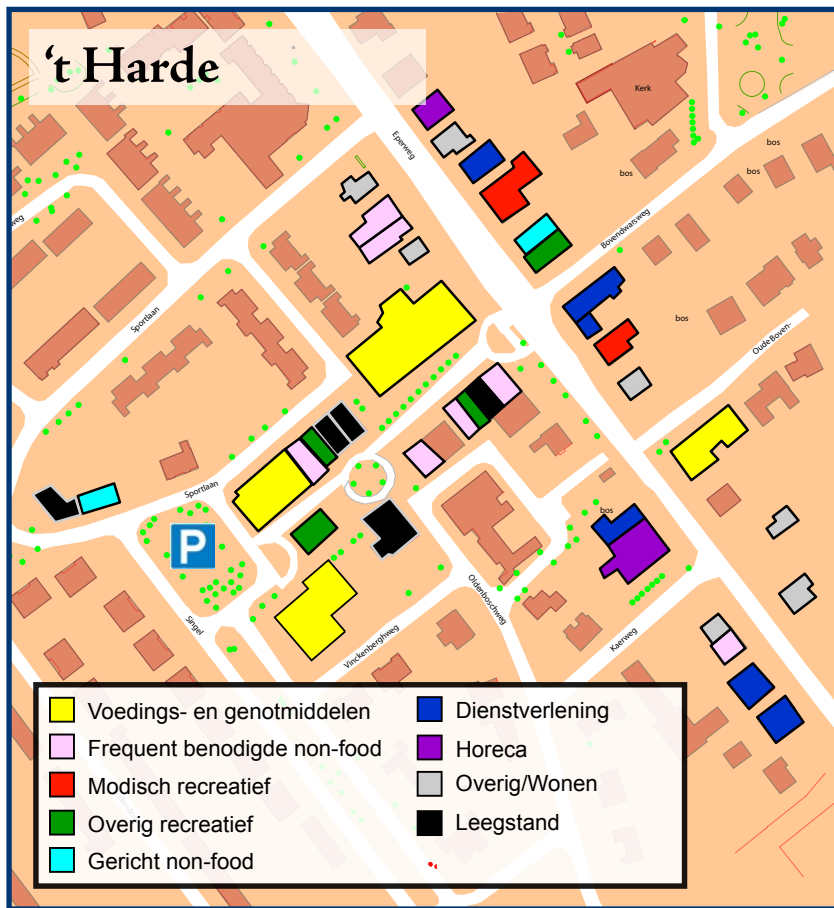
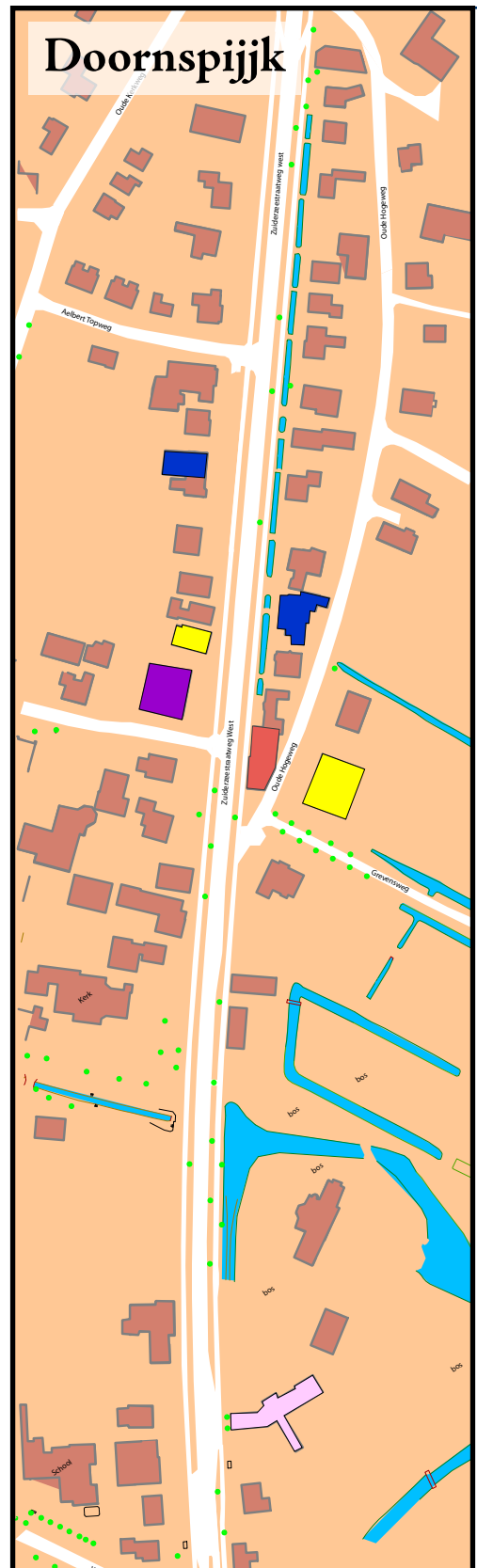
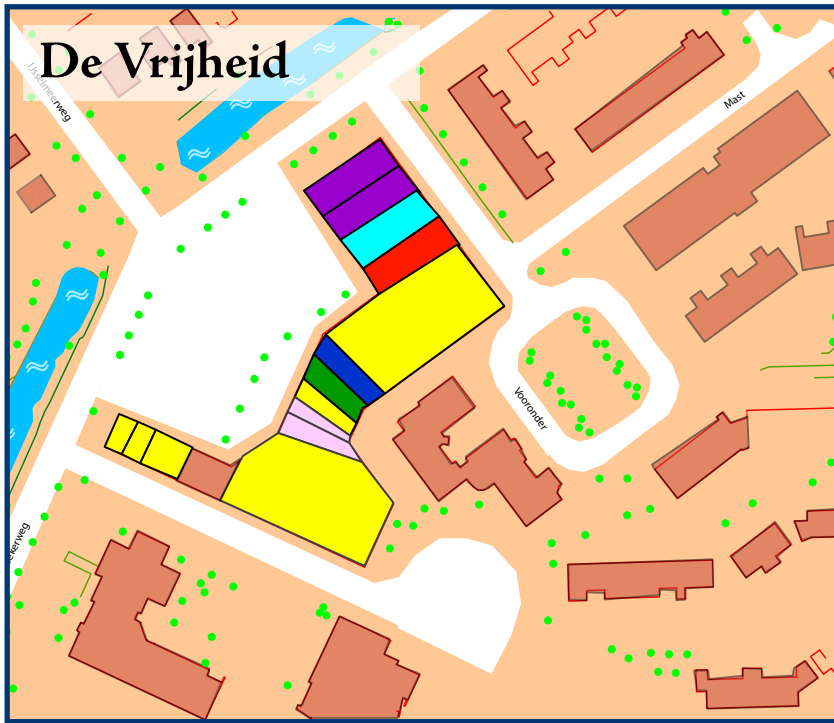
Beschrijving detailhandelsstructuur

Doornspijk (incl. Hoge Enk) heeft 2.770 m² vvo detailhandel, waarvan 530 m² in de foodsector en 2.240 m² in de non-foodsector. De detailhandel ligt grotendeels verspreid, zowel in als buiten het dorp. Als zwaartepunt kan de kruising van de Zuiderzeestraatweg West met de Oude Hogeweg worden aangegeven, waar de supermarkt, textielhuis Sijnave, de slager en een horecagelegenheid zijn gevestigd.

De meeste winkels in Doornspijk worden doelgericht bezocht en hebben om te kunnen bestaan een verzorgingsgebied nodig dat groter is dan Doornspijk.

Branchekaart centrum Elburg





8 Conclusies

Elburg

Op basis van het nieuwe koopstromenonderzoek kan geconcludeerd worden dat de enkele jaren geleden gerealiseerde versterking van winkelcentrum De Vrijheid voor Elburg als geheel positief heeft uitgepakt. De koopkrachtbinding van de winkels in geheel Elburg op de eigen inwoners is hierdoor gestegen.

Wel blijkt uit de cijfers dat de versterking van De Vrijheid ten koste is gegaan van de Vesting. De toegenomen oriëntatie van de consument voor de dagelijkse boodschappen op winkelcentrum De Vrijheid is nauwelijks gecompenseerd, waardoor de positie van de detailhandel in de Vesting is verzwakt.

De versterking van de concentratie grootschalige detailhandel op bedrijventerrein Oostendorp lijkt eveneens een verhogend effect op de koopkrachtbinding te hebben gehad.

De draagvlakanalyse voor Elburg heeft aangetoond dat er een beperkte uitbreidingsruimte in de foodsector is. Een deel van de huidige afvloeiing is gericht op de discount supermarkten in omliggende plaatsen (met name Nunspeet). Toevoeging van een discount supermarkt zou daarom wellicht voor Elburg van toegevoegde waarde zijn. Uit de draagvlakanalyse blijkt dat hiervoor enige ruimte is, al is deze beperkt. Door woningbouw in de komende jaren worden deze mogelijkheden echter verruimd.

In de non-foodsector valt in enkele branches het zeer grote aanbod op, onder andere voor de modebranche en de grootschalige branches woninginrichting, doe-het-zelf en tuincentrum. Voor met name de woninginrichtingsbranche geldt dat het aanbod in Elburg een sterke bovenlokale functie vervult.

In enkele branches lijken uitbreidingsmogelijkheden te liggen, al is het doorgaans afhankelijk van de kwaliteit van de ondernemer of deze mogelijkheden ook ingevuld kunnen worden.

Uit de passantenenquête komt een hoog percentage toeristische bezoekers naar voren, wat niet verwonderlijk is gezien het moment van de enquête (in het hoogseizoen). Wat wel opvalt is dat er weinig passanten uit de omliggende plaatsen afkomstig waren, wat iets zegt over de toevloeiing uit de regio.

De uitkomsten van de passantenenquête laten enkele duidelijke verschillen zien in bezoekgedrag tussen Elburgers en passanten van buiten (m.n. toeristen). De indruk die is ontstaan is dat de Elburgers de winkels in de Vesting gericht bezoeken en vooral voor de dagelijkse aankopen. Dit komt onder meer tot uiting in de bezoekduur, de bezochte voorzieningen en de bestedingen. Het bezoekgedrag van de toerist is veel minder gericht. Welke voorzieningen men bezoekt en of en hoeveel geld men uitgeeft, lijkt sterk afhankelijk van wat men tegenkomt.

Tot slot is de passant van buiten Elburg aanzienlijk positiever over de Vesting dan de Elburgers, wat tot uiting komt in de gegeven cijfers.

't Harde

Het veldwerk voor 't Harde heeft de noodzaak van de beoogde herontwikkeling aangegeven. De koopkrachtbinding staat onder druk en de uitstraling van het winkelgebied laat sterk te wensen over. De geplande herontwikkeling in combinatie met een vergroting van de supermarktsector kan het winkelgebied van 't Harde weer eigentijds maken. De draagvlakanalyse heeft uitgewezen dat de beoogde uitbreiding gerechtvaardigd en wenselijk is. Buiten de categorie "dagelijkse aankopen" zijn de draagvlakmogelijkheden voor de detailhandel in 't Harde beperkt.

Doornspijk

Het nieuwe koopstromenonderzoek en de draagvlakanalyse bevestigen het beeld van het onderzoek uit 2001. De draagvlakmogelijkheden zijn beperkt en het huidige aanbod is passend. De kwaliteit van de ondernemer, die in de meeste branches een sterke bovenlokale trekkracht moet genereren, is doorslaggevend voor in stand houden van de winkelvoorzieningen.

9 Aanbevelingen – detailhandelsstructuurvisie

Dit hoofdstuk gaat in op de opdracht door op basis van bestaande onderzoeken en het nu uitgevoerde, aanvullende onderzoek de meest optimale detailhandelsstructuur voor de gemeente Elburg aan te geven. Deze structuur wordt in hoofdlijnen in paragraaf 9.1 aangegeven. In de volgende paragrafen 9.2 - 9.4 wordt per kern uitgewerkt welke maatregelen genomen dienen te worden voor versterking van de detailhandelsstructuur.

9.1 Overkoepelende visie voor de gemeente

De Vesting

De functie van de detailhandel in de Vesting ligt met name op het recreatieve vlak, aangevuld met dagelijkse boodschappen. Hierbij hebben de winkels in de Vesting niet alleen een verzorgingsfunctie voor de inwoners van de kern Elburg en de gemeente, maar tevens een (beperkte) functie voor de regio en het toerisme. De verschuiving van de kooporiëntatie richting De Vrijheid heeft De Vesting in de problemen gebracht. Er is namelijk weinig voor in de plaats gekomen. Extra toevloeiing is noodzakelijk om het huidige bestand op peil te houden en te verbeteren. Zonder deze toevloeiing (als de winkels het alleen moeten hebben van de eigen inwoners) zit de detailhandel in de Vesting te ruim in zijn jasje en is leegstand en het uitblijven van investeringen het gevolg. Deze tendens is al goed waar te nemen. De consument uit de regio en de toerist zijn dus noodzakelijk om het huidige bestand overeind te houden. In de volgende paragraaf wordt nader ingegaan op de (on)mogelijkheden met betrekking tot het toerisme.

Winkelcentrum De Vrijheid

Winkelcentrum De Vrijheid heeft primair een lokaal verzorgende functie voor de dagelijkse boodschappen en is hiermee complementair aan het winkelgebied in de Vesting, dat voornamelijk een recreatief karakter heeft.



Bedrijventerrein Oostendorp en industrieterrein Kruismaten

De niet-centrumgerelateerde detailhandel voor gerichte aankopen dient een plek te krijgen op de bedrijventerreinen. Het betreft hier grootschalige detailhandel (de branches woninginrichting, doe-het-zelf/bouwmarkt en tuincentrum) die niet verstorend is voor de andere winkelgebieden in de gemeente. De vestiging van centrumgerelateerde branches (voor dagelijkse aankopen en recreatief winkelen) dient hier niet te worden toegestaan. Ten aanzien van het nieuwe bedrijventerrein Broeklanden kan worden gesteld dat de genoemde grootschalige detailhandelsbranches hier niet verstorend zullen zijn voor de winkelgebieden voor dagelijkse boodschappen en recreatief winkelen. Wel dient afgevraagd te worden of grootschalige detailhandel hier gewenst is met het oog op andere economische functies die ook op bedrijventerreinen zijn aangewezen en de al ruime aanwezigheid van de grootschalige detailhandel op de andere bedrijventerreinen.

Verspreide bewinkeling Elburg

Geadviseerd wordt de verspreide bewinkeling niet verder te stimuleren. Nieuwe winkels dienen zo veel mogelijk in de bestaande winkelgebieden te worden ondergebracht. In dit kader dient ook met de bestaande bewinkeling aan de Vrijheidsstraat te worden omgegaan. Versterking van de winkelfunctie hier betekent een verdere versnippering.

Het is wenselijk de winkelbestemming op deze verspreide locaties (buiten de bestaande winkelgebieden De Vesting, De Vrijheid en de locaties voor niet-centrumgerelateerde detailhandel) weg te halen middels een planherziening, indien winkellocaties op deze verspreide locaties leeg komen te staan.

't Harde

Het huidige branchepatroon in 't Harde is voornamelijk gericht op de dagelijkse boodschappen. Voor een goed functionerend winkelgebied in 't Harde is een compact winkelgebied met een eigentijdse uitstraling gewenst. De beoogde herontwikkeling levert hier een gewenste bijdrage aan. Een beperkte uitbreiding is mogelijk, mits het binnen de grenzen blijft van de bestaande functie (dagelijkse boodschappen voor het eigen dorp).

Doornspijk

Met het oog op de leefbaarheid moet worden geprobeerd de huidige winkelfunctie zo veel mogelijk te behouden. Dit betreft vooral de dagelijkse boodschappen; nieuwe winkels voor recreatieve en gerichte aankopen in Doornspijk mogen niet verstorend zijn voor de andere, hiervoor aangeduide winkelgebieden in de gemeente.

Weekmarkt en standplaatsen

Ten aanzien van het beleid voor de weekmarkt en de standplaatsen wil MKB

Reva de volgende algemene opmerkingen plaatsen.

Van een weekmarkt is sprake bij acht kramen of meer, wanneer dit in een gemeentelijke verordening is vastgelegd. Kleinere markten kunnen via het standplaatsenbeleid worden geregeld. Uit diverse landelijke onderzoeken is gebleken dat een weekmarkt van toegevoegde waarde voor een winkelgebied is als de markt plaats vindt in of in de directe nabijheid van een winkelgebied. Wanneer de weekmarkt op grotere afstand van een winkelgebied wordt gehouden, kan geen synergie tussen de markt en de winkels tot stand worden gebracht. Als de weekmarkt op een parkeerterrein wordt gehouden, kan dit echter weer afbreuk doen aan de positieve effecten van de markt voor een winkelgebied.

Bij het aanwijzen van standplaatsen kunnen economische motieven geen rol spelen. De enige aspecten die worden erkend in de jurisprudentie zijn openbare orde, verkeersveiligheid en eventueel het uiterlijk aanzien van een gemeente. Onder het aspect verkeersveiligheid valt bijvoorbeeld ook de parkeergelegenheid. Indien voor een standplaats een te groot beroep op de aanwezige parkeervoorziening wordt gedaan, kan de afgifte van een standplaats worden geweigerd.

Economische motieven kunnen alleen een rol spelen als door afgifte van een standplaats de laatste voorziening in een dorp of stad in gevaar komt. De leefbaarheid is dan in feite de belangrijkste motivatie.

Dit kan handen en voeten worden gegeven met invoering van een maximumstelsel. In dat geval kan in een aparte standplaatsennota of de Algemene Politie Verordening een lijst worden vastgelegd met het aantal standplaatsen en de branchering, op basis van een distributie-planologisch onderzoek.

9.2 Elburg

De huidige ruimtelijke structuur van de detailhandel komt – afgezien van enkele verspreid liggende detailhandelsvestigingen en de detailhandel aan de Vrijheidsstraat – redelijk overeen met de voor de toekomst gewenste structuur. Wel zijn er naar de mening van MKB Reva wel maatregelen wenselijk en nodig om deze structuur richting de toekomst vitaal te maken c.q. houden.

Uitbreidingsmogelijkheden

Ten eerste betreft dit de branchering/ uitbreidingsmogelijkheden. Uit het onderzoek is naar voren gekomen dat een deel van de koopkrachtafvloeiing wordt veroorzaakt door het ontbreken van discount supermarkten in Elburg. Elburgers die voor deze winkels naar bijvoorbeeld Nunspeet gaan koppelen dit met bezoek aan andere winkels in Nunspeet, waardoor het effect van de afvloeiing de supermarktbranche overstijgt. Uit de draagvlakanalyse is naar voren gekomen dat er enige ruimte is voor uitbreiding van de supermarktbranche in Elburg. Gezien deze distributieve ruimte, maar ook vanwege de relatie met de koopstromen in andere branches vindt MKB Reva het aan te bevelen te

zoeken naar een goede locatie voor een discount supermarkt in Elburg. Gezien de branchering en het aankoopmotief past een dergelijke supermarkt het beste in winkelcentrum De Vrijheid aangezien dit binnen Elburg het winkelcentrum voor de dagelijkse boodschappen is. Winkelcentrum De Vrijheid beschikt in de huidige situatie echter niet over uitbreidingsmogelijkheden. Wellicht dat in de toekomst voor uitbreidingsmogelijkheden gekeken kan worden naar het aangrenzende medisch centrum.

MKB Reva ziet geen andere goede locaties voor een discount supermarkt. Binnen de Vesting is geen ruimte voor een supermarkt vanwege de kleinschaligheid en de verkeersaanzuigende werking. Een solitaire locatie wijst MKB Reva af met het oog op de versnippering van het aanbod en de gemiste kans om synergie tussen de winkelvoorzieningen tot stand te brengen. Ook is MKB Reva geen voorstander van de locatie Vrijheidsstraat, eveneens vanwege het niet kunnen realiseren van synergie-effecten, maar ook vanwege de beperkte ruimte in combinatie met de grote aantrekkingskracht van een dergelijke winkel. Vestiging van een discount supermarkt op deze locaties zal niet leiden tot een versterking van de detailhandelsstructuur. De ruimte voor het toevoegen van een discount supermarkt zal daarom dienen te worden gezocht bij de bestaande winkelgebied De Vrijheid of de Vesting, waarbij De Vrijheid het meest voor de hand ligt.

Door de ondernemers in De Vrijheid is aangegeven dat er rond hun winkelcentrum een grote parkeerdruk bestaat. Een deel van deze parkeerdruk is het gevolg van langparkeeders. Met het instellen van een blauwe zone rond het winkelcentrum kan de parkeerdruk grotendeels worden weggehaald en komen de beste parkeerplaatsen weer beschikbaar voor de consument.



MKB Reva heeft goede ervaringen met het instellen van blauwe zones. De overige geconstateerde uitbreidingsmogelijkheden zijn beperkter van omvang en of ze kunnen worden gerealiseerd is vaak afhankelijk van de kwaliteit van de ondernemer. Voor een aantal recreatieve branches – waarvoor de Vesting de meest voor de hand liggende vestigingsplaats is – geldt dat ze op basis van het huidige draagvlak al oververtegenwoordigd zijn. Het lokaal aanwezige draagvlak is voor deze branches onvoldoende om in de huidige omvang te kunnen blijven bestaan; dit mede in het licht van de verschuiving van het koopgedrag van de Elburgse consument van de Vesting naar De Vrijheid. Om het huidige winkelareaal in stand te houden of zelfs te versterken, is de detailhandel in de Vesting dus in toenemende mate aangewezen op de consument uit de regio en de toerist. Naar de mening van MKB Reva liggen op dit gebied dan ook de kansen voor de Vesting. Het is echter zeer de vraag of in de huidige situatie deze kansen wel benut kunnen worden. Dit is niet alleen een probleem van Elburg, maar van de gehele Noordwest-Veluwe.



Regioconsument/toerist

De Vesting heeft in potentie voldoende kwaliteiten om een kapitaalcrachtig publiek te trekken. Binnen een acceptabele reisafstand van Elburg (de driehoek Harderwijk – Epe – Kampen) zit een vrij groot potentieel aan kapitaalcrachtig publiek. Tevens zou de Vesting meer kunnen mikken op de kapitaalcrachtige toerist. Momenteel komt deze toerist in het voor- en naseizoen, terwijl in het hoogseizoen veel toeristen van de campings in de omgeving worden getrokken. De ondernemers hebben in gesprekken aangegeven graag

meer kapitaalkrachtige toeristen te trekken, maar dat de huidige toeristische accommodatie in de regio zich hier niet voor leent.

MKB Reva is echter ook van mening dat De Vesting in de huidige situatie aan het kapitaalkrachtigere publiek te weinig te bieden heeft. Hiervoor is een kwaliteitsslag in de detailhandel gewenst, enerzijds wat betreft uitstraling en anderzijds wat betreft branchering.

MKB Reva vraagt zich echter sterk af of met het huidige imago van de regio en de aanwezige toeristisch-recreatieve structuur er in voldoende mate een kapitaalkrachtiger toeristisch publiek kan worden getrokken. Als deze vraag met nee wordt beantwoord, zal er te weinig draagvlak zijn voor een kwaliteitsverbetering van de voorzieningen in De Vesting en zullen de benodigde investeerders c.q. ondernemers zich niet melden.

Bovendien heeft MKB Reva gaandeweg het onderzoek gemerkt dat ook de Elburgse samenleving verdeeld is over de vragen hoe de effecten van het toerisme te beoordelen en het toerisme te stimuleren.

Met het oog op de toekomst ziet MKB Reva drie ontwikkelingsrichtingen voor De Vesting:

- Voortzetting van de huidige situatie ofwel ongewijzigd beleid. In dit geval zullen de voorzieningen in De Vesting de huidige neerwaartse trend niet kunnen keren, maar zal deze trend juist worden doorgezet. Harde keuzes met betrekking tot de fysieke omvang van het winkelgebied (verkleining of versnippering) moeten dan worden gemaakt.
- Het voeren van een voorwaardenscheppend beleid ten aanzien van het verder versterken van de historische structuur en historische elementen. De economische functie komt dan op een tweede plan. Als dit slaagt, verwordt De Vesting tot een soort openluchtmuseum.
- Inzetten op verandering van het imago van Elburg en de omgeving om een kapitaalkrachtiger publiek te trekken en hoogwaardige ondernemingen aan te trekken. Bestedingen van consumenten van elders nemen de plaats in van die van de Elburgers, die steeds meer elders in Elburg hun aankopen zijn gaan doen. Mogelijkheid tot in stand houden huidige omvang winkelgebied.

MKB Reva beveelt aan om in breder verband te kijken naar de toekomstmogelijkheden voor Elburg door het ontwikkelen van een toekomstvisie. Deze moet breder ingaan op de gewenste economische activiteiten en de positie van Elburg op middellange termijn schetsen. De voorliggende detailhandelsstructuurvisie kan als input voor de toekomstvisie dienen. Keuzes met betrekking tot de positie van De Vesting en de detailhandel kunnen in de toekomstvisie een plaats krijgen.

Centrummanagement

Gedurende het onderzoek is van verschillende kanten aangegeven dat de Vesting behoefte heeft aan een centrummanager die een coördinerende rol heeft in een kwaliteitsslag. MKB Reva is van mening dat een centrummanager zeker een bijdrage kan leveren aan het op gang brengen en houden van de gewenste kwaliteitsslag, maar vraagt zich sterk af of er in de huidige situatie wel voldoende rendement uit kan worden gehaald.

Voorwaarde voor succesvol centrummanagement is dat er een breed gedragen visie ligt, waarin een ontwikkelingsrichting en/of een beleid is vastgelegd. Tijdens de gesprekken die MKB Reva gedurende het onderzoek heeft gevoerd is gebleken dat deze breed gedragen visie ver te zoeken was. Ervaring met advieswerk in Elburg in de afgelopen twintig jaar heeft MKB Reva geleerd dat dit helaas geen nieuwe ontwikkeling is. Het ontbreken van eensgezindheid over de te volgen koers is met name het probleem van het ondernemerscollectief c.q. de HBE. Wederom is bij MKB Reva tijdens het onderzoek de indruk ontstaan van verdeeldheid binnen de HBE en onduidelijkheid met betrekking tot de visie en koers en wie namens wie praat. Een verdeelde ondernemersvereniging die uiteenlopende geluiden laat horen, kan nooit een betrouwbaar gesprekspartner van een gemeente zijn. In dergelijke gevallen trekken gemeenten hun eigen plan. MKB Reva heeft overigens wel de indruk dat de gemeente zich de afgelopen jaren constructief heeft opgesteld. De kritiek die ondernemers uiten dat er een nee-cultuur heerst bij de gemeente en dat de gemeente niet luistert, komt wellicht uit de eigen verdeeldheid voort. MKB Reva is dan ook van mening dat de ondernemers eerst de hand in eigen boezem moeten steken. Een goed georganiseerde ondernemersvereniging die met één stem spreekt, is voor de gemeente een betrouwbaar gesprekspartner en geschikt om samen een visie te ontwikkelen en een beleid uit te zetten. In dat geval wordt de nee-cultuur vermeden omdat iedereen weet waar hij aan toe is. Inmiddels heeft gedurende het onderzoek, mede naar aanleiding van de hier vermelde problematiek, het ondernemerscollectief een nieuwe start gemaakt met de nieuwe ondernemersvereniging Winkel Vesting Elburg. De nieuwe ondernemersvereniging heeft inmiddels in haar ledenvergadering een visie vastgesteld.

Het hebben van een (stabiele) ondernemersvereniging die met een heldere visie goed overleg voert met de gemeente is naar mening van MKB Reva een goede voedingsbodem voor effectief centrummanagement. Zonder breed gedragen visie heeft een centrummanager geen houvast voor de uit te voeren werkzaamheden.

9.3 't Harde

De aanbevelingen voor 't Harde liggen in het verlengde van die van 2001. Destijds werd een herontwikkeling van (een deel van) het winkelgebied geadviseerd. Deze aanbeveling is ter hand genomen. Het huidige onderzoek heeft nogmaals de noodzaak van deze herontwikkeling aangetoond. Alleen bij een eigentijds en compleet winkelcentrum voor de dagelijkse boodschappen kan 't Harde een toekomstbestendige positie in de gemeentelijke detailhandelsstructuur verwerven c.q. behouden.

9.4 Doornspijk

De toekomstmogelijkheden voor de detailhandel in Doornspijk zijn moeilijk aan te geven, omdat veel afhankelijk is van de kwaliteit van de ondernemer en de bijzonderheden (huisvestingslasten, opgebouwde klantenbinding) van het bedrijf.

Voor de leefbaarheid is het in stand houden van enige detailhandel van groot belang. Wel dient hierbij een goede balans te worden gevonden met de detailhandelsstructuur elders in de gemeente. Zo is Doornspijk voor nieuwe detailhandel met een sterk bovenlokale functie in eerste instantie niet de meest voor de hand liggende vestigingsplaats.

Actielijst

<i>Actie</i>	<i>Wie</i>
Besluitvorming detailhandelsstructuurvisie	Gemeente (B&W, raad)
Standpuntbepaling detailhandelsstructuurvisie	Ondernemersverenigingen
Standpuntbepaling centrummanagement	Ondernemersvereniging WVE

