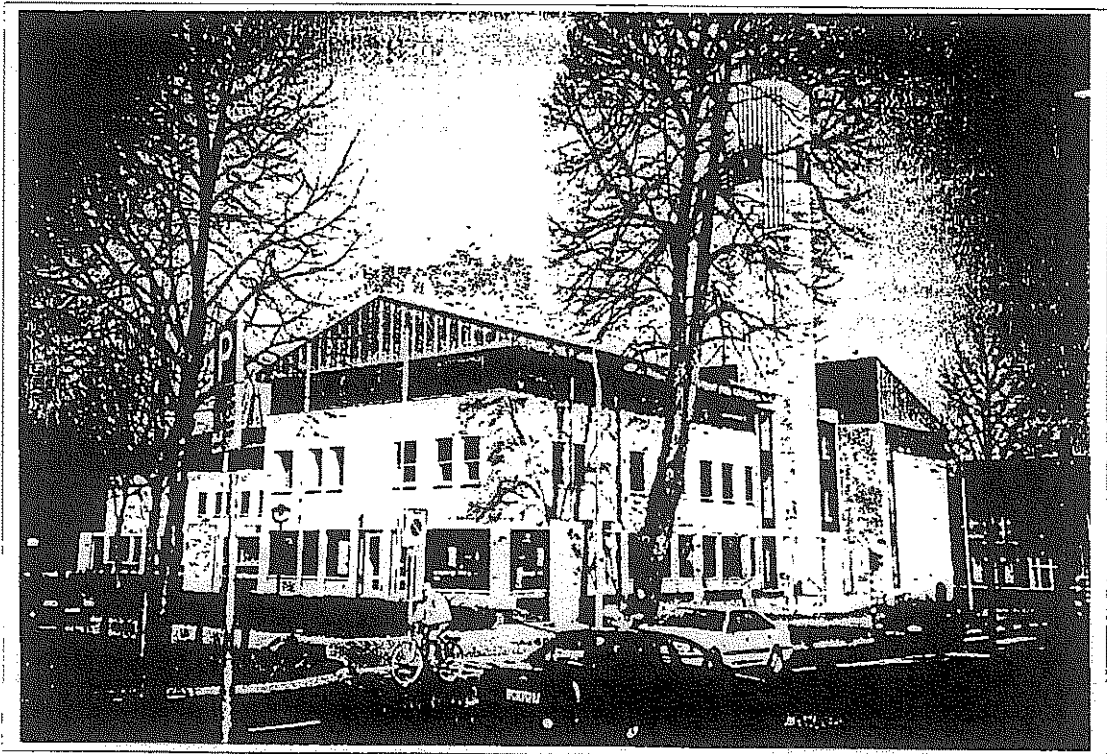


Droogh
Trommelen
Broekhuis

Bureau voor Ruimtelijk
Economisch Advies en
Procesmanagement

Groesbeek

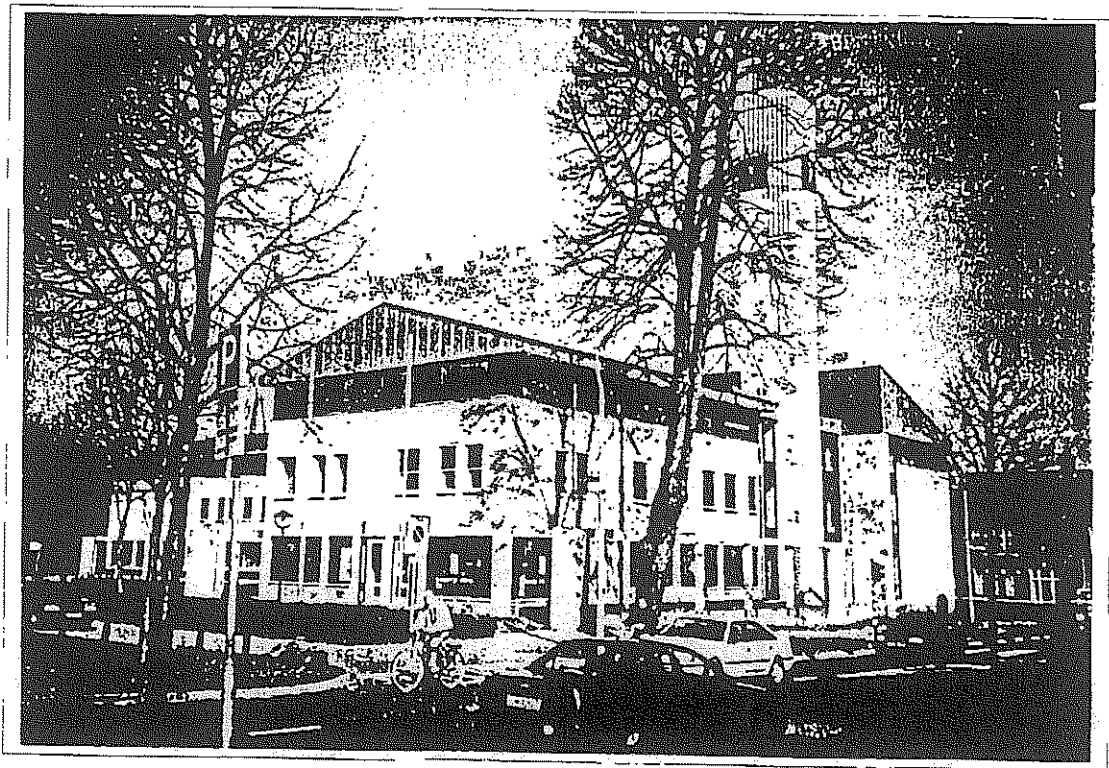


Uitbreidingsmogelijkheden centrum

Droogh
.....
Trommelen
.....
Broekhuis
.....

Bureau voor Ruimtelijk
Economisch Advies en
Procesmanagement

Groesbeek



Uitbreidingsmogelijkheden centrum

Groesbeek

Uitbreidingsmogelijkheden detailhandel

Oprachtgever: Gemeente Groesbeek / Groesbeekse Ondernemers Vereniging
Projectnummer: 9017
Datum: 03-06-99

Droogh Trommelen Broekhuis bv
Voorstadslaan 254
6542 TG Nijmegen
tel. (024) 379 20 83
fax (024) 378 06 53
e-mail: dtbbv@wxs.nl

Inhoud

1	Inleiding	1
2	Ontwikkelingen in de detailhandel	2
2.1	Boodschappen doen	2
2.2	Recreatief winkelen	3
2.3	Gerichte aankopen	4
2.4	Samenvatting	4
3	Beschrijving huidige situatie	6
3.1	Omvang detailhandel	6
3.2	Spreiding winkelaanbod	9
3.3	Ruimtelijk-economische structuur	11
4	Uitbreidingsmogelijkheden	15
4.1	Vraagzijde	15
4.2	Uitbreidingsmogelijkheden winkels	16
5	Ruimtelijk-economische randvoorwaarden	22
5.1	Routing in het centrum	22
5.2	Ligging van de trekkers	23
5.3	Bereikbaarheid en parkeren	23
5.4	Verblijfsklimaat	24
6	Samenvatting en conclusies	25

1 Inleiding

De gemeente Groesbeek is bezig met de actualisering van de Structuurvisie Centrum Groesbeek uit 1992. Daarbij zijn de volgende doelen geformuleerd:

- het verhogen van het voorzieningenniveau in het dorp;
- het versterken van de woonfunctie in het centrum;
- het tot een oplossing brengen van de verkeersoverlast in en rond het dorpshart.

Eén van de uitgangspunten bij deze actualisering is de versterking van het winkelklimaat door concentratie van winkels.

Om een goede invulling aan bovengenoemd doel en uitgangspunt te geven is inzicht nodig in de uitbreidingsmogelijkheden van de detailhandel in Groesbeek. Daartoe is een kwantitatieve en kwalitatieve analyse van de detailhandel noodzakelijk. De gemeente Groesbeek heeft samen de Groesbeekse Ondernemers Vereniging (GOV) aan Droogh Trommelen Broekhuis opdracht gegeven om inzicht te geven in de uitbreidingsmogelijkheden van het centrum.

Om die uitbreidingsruimte te bepalen gaan wij in dit rapport in op de potentiële aantrekkingskracht van het centrum van Groesbeek. Tevens houden wij rekening met ontwikkelingen bij consumenten en detailhandel en het verzorgingsgebied van Groesbeek-Centrum. Ook gaan wij in op de wijze waarop de potentiële aantrekkingskracht het best kan worden geëffectueerd.

Voor ons onderzoek hebben wij het DIS-bestand laten actualiseren. Verder hebben wij gebruik gemaakt van bestaand onderzoeksmateriaal, waaronder het rapport "Koop- en Bezoekstromen in de Euregio Rijn-Waal, deelrapport Groesbeek" (KUN, 1999).

5.2 Ligging van de trekkers

De trekkers in een winkelcentrum dienen zodanig strategisch gelegen te zijn, dat een spanningsveld optreedt tussen de verschillende trekkers. Daarbij moeten we rekening houden met de vestigingsvoorwaarden van een supermarkten en van trekkers in de non-foodsfeer.

Supermarkten kunnen het best gevestigd zijn aan de rand van het centrumgebied, gekoppeld aan een ruim parkeerterrein. De supermarkten zijn idealiter gevestigd bij de verschillende (hoofd)entrees van het centrum. Hierdoor heeft ieder centrumdeel een eigen bronpunt. Hierbij kan in Groesbeek gedacht worden aan de noordelijke entree van het centrum (Jan Linders), de oostelijke entree (Edah), de westelijke entree (Kermisterrein/Dorpsplein). Aan de zuidzijde is een locatie voor een supermarkt moeilijk te vinden.

De non-foodwinkels met een grote trekkersfunctie zijn bij voorkeur gevestigd op strategische plekken binnen het centrum. Zij moeten zorgen voor een goede doorstroming van het publiek. In Groesbeek moet hierbij gedacht worden aan locaties op of om het Marktplaats en/of het Dorpsplein.

5.3 Bereikbaarheid en parkeren

Een goede bereikbaarheid van een centrum is van groot belang voor haar functioneren. Dit wil niet zeggen dat iedere winkel bereikbaar dient te zijn met de auto. Wel dienen goed bereikbare parkeerterreinen met voldoende capaciteit aanwezig te zijn nabij de supermarkten. Ook de overige parkeerruimte dient in de direct omgeving van de winkels gelegen te zijn (binnen 50 meter van de eerste winkel). De parkeerterreinen kunnen zodoende functioneren als bronpunt voor het centrum

Er dient rekening gehouden te worden met het feit dat ten noorden van de spoorlijn de huidige winkels meer een boodschappenkarakter hebben dan ten zuiden van de spoorlijn. Hierdoor worden aan de noordzijde hogere eisen gesteld aan gemak en nabijheid van voldoende parkeerplaatsen. Voor supermarkten kan uitgegaan worden van een parkeernorm van 4 à 5 parkeerplaatsen per 100 m² b.v.o. Als we bijvoorbeeld uitgaan van een uitbreiding van de Jan Linders supermarkt tot ± 1.500 m² b.v.o. dan hoort hier een parkeercapaciteit bij van 60 à 75 parkeerplaatsen. Indien dit terrein tevens als bronpunt moet gaan dienen voor een bezoek aan het centrum, dan is een capaciteit van 100 parkeerplaatsen aan te bevelen.

5.4 Verblijfsklimaat

Het centrum van Groesbeek vervult twee belangrijke, maar soms conflicterende, functies. Vanwege de belangrijke boodschappenfunctie is een goede bereikbaarheid en gemak/efficiency van groot belang. Hiervoor worden hoge eisen gesteld aan een goede verkeersinfrastructuur en parkeren in de directe nabijheid van de winkels (voor de deur). Vanwege de (recreatieve) winkelfunctie is een verblijfsklimaat gewenst waarbij vooral ruimte gegeven wordt aan de consument als voetganger. De winkelende consument wenst meestal langer in het centrum te verblijven en ervaart autoverkeer daarbij vaak als storend. De grote verkeersdruk in de Dorpsstraat en Pannenstraat staat een aantrekkelijk verblijfsklimaat in de weg.

In het centrum van Groesbeek is het van belang om een goede bereikbaarheid te garanderen, maar de auto minder nadrukkelijk aanwezig te laten zijn op de route Dorpsstraat-Pannenstraat. De beste oplossing ter vermindering van het verkeersdruk is het creëren van een omleidingsroute voor het doorgaande verkeer (zonder herkomst en bestemming centrum). De ontsluiting van de parkeerterreinen voor het bestemmingsverkeer via de 'achterzijde' kan ook een oplossing bieden. Een deel van het autoverkeer kan daardoor uit de route Dorpsstraat-Pannenstraat worden gehaald, waardoor meer ruimte ontstaat voor de voetgangers en de oversteekbaarheid van de straat wordt bevorderd.

De verblijfswaarde van de pleinen in het centrum kan worden vergroot. Het Marktplaatsplein dient daarvoor aanzienlijk verkleind te worden en aan drie zijden wanden te krijgen, waardoor zowel een sfeer van openheid als geborgenheid ontstaat. Van zeker zo groot belang zijn de functies aan een plein. Naast winkels kunnen vooral (dag)horeca een positieve invloed hebben op de verblijfswaarde.

6 Samenvatting en conclusies

De gemeente Groesbeek is bezig met de actualisering van de Structuurvisie Centrum Groesbeek. Een van de doelstellingen hierbij is het verhogen van het voorzieningenniveau in het centrum. De gemeente en de GOV willen meer inzicht in de uitbreidings- en concentratiemogelijkheden van de detailhandel in Groesbeek. Dit rapport geeft de uitbreidingsmogelijkheden in het centrum van Groesbeek aan. De belangrijkste conclusies zijn hieronder weergegeven.

- Gelet op de aard en omvang van de Groesbeekse detailhandelsapparaat heeft Groesbeek vooral een functie als boodschappencentrum. Uitgebreid recreatief winkelen wordt door Groesbeekse consumenten met name in Nijmegen gedaan. In combinatie met dagelijkse boodschappen kan het centrum van Groesbeek een grotere recreatieve functie hebben, dan nu het geval is.
- Het detailhandelsaanbod in Groesbeek is aanmerkelijk groter dan het aanbod in naar inwonertal vergelijkbare kernen. Dit wordt voor een belangrijk deel bepaald door het aanbod aan woninginrichting en tuinartikelen. Het aantal supermarkten in Groesbeek is groot. Op dit moment is het oppervlak nog niet onevenredig groot. De plannen van Groenwoudt en Edah zullen leiden tot een forse uitbreiding van het supermarktareaal.
- Het winkelaanbod in het centrum is de laatste jaren flink gegroeid. Hierdoor zijn de netto uitbreidingsmogelijkheden van de detailhandel in Groesbeek beperkt. Desondanks bestaan in het centrum uitbreidingsmogelijkheden, met name door verplaatsing c.q. concentratie van bestaande winkelvevestigingen. Hierbij kan gedacht worden aan zowel verplaatsing van supermarkten als winkels in de modisch en overig recreatieve sector.
- Het is aan te bevelen om de supermarkten in het centrum een kwaliteitsimpuls te geven door vergroting van het oppervlak. Hierdoor zal de bezoekersstroom aan het centrum groter worden. Samen met een algehele kwaliteitsverbetering van het centrum kan dit ook leiden tot toenemende verplaatsingen van andere winkelbedrijven en het aantrekken van marktsegmenten die nu nog maar beperkt in Groesbeek zijn gevestigd. Ook de (dag)horeca in het centrum kan worden uitgebreid.
- Voor de detailhandel in het centrum van Groesbeek is een totale uitbreidingsruimte berekend van $\pm 4.000 \text{ m}^2$ v.v.o. Voor ongeveer de helft wordt de uitbreidingsruimte bepaald door verplaatsing van

bedrijven. Vanzelfsprekend dient dit te leiden tot herbestemming van de 'oude' winkellocatie. Wij adviseren om de uitbreidingswensen van supermarkten buiten het centrum niet te honoreren, tenzij een verplaatsing naar het centrum wordt overwogen.

- De potentiële uitbreidingsmogelijkheden in het centrum kunnen alleen een goed rendement sorteren, indien het toekomstige centrum van Groesbeek een veel grotere kwaliteit heeft dan nu. Voor het optimaal functioneren van de detailhandel dienen, naast een goed aanbod, de volgende randvoorwaarden aan het centrum te worden gesteld:
 - goede routing in het centrum met zo min mogelijk onderbrekingen in het winkelfront;
 - strategische ligging van de trekkers (m.n. supermarkten);
 - goede bereikbaarheid en parkeren op korte afstand van de winkels;
 - goede inrichting van de openbare ruimte, die zowel ruimte biedt voor het efficiënt doen van boodschappen als voor het aangenaam verblijven en recreëren in de straten en op de pleinen.

Door versterking van de supermarktsector in het centrum zal ook in de toekomst de lokale koopkrachtbinding in de sector voedings- en genotmiddelen op een hoog niveau blijven. In combinatie met een kwaliteitsverbetering van het centrum, waarbij zowel aanbod- als omgevingsfactoren een rol spelen, kan ook een hogere koopkrachtbinding in de sector duurzame en overige artikelen worden bereikt. Alleen de combinatie van deze factoren kan een uitbreiding van het winkeloppervlak in het centrum rechtvaardigen.

2 Ontwikkelingen in de detailhandel

Binnen de detailhandel spelen zich tal van ontwikkelingen af. Belangrijke redenen hiervoor zijn onder andere het gewijzigde consumentengedrag en voortdurende technologische innovaties. In dit hoofdstuk zetten we de belangrijkste ontwikkelingen op een rijtje.

Het gedrag van de consument hangt samen met het bezoekmotief en verschilt per type winkelbezoek. Globaal kunnen we een onderscheid maken tussen boodschappen doen, recreatief winkelen en het plegen van gerichte aankopen. De drie typen kennen elk hun ruimtelijke patroon.

2.1 Boodschappen doen

Bij boodschappen doen gaat het met name om voedings- en genotmiddelen en frequent benodigde non-food. De aankopen zelf staan centraal, waardoor verkrijgbaarheid (compleet assortiment) en gemak (reistijd, comfort, openingstijden) een belangrijke rol spelen. Dit type winkelgedrag vindt in de regel frequent plaats in de omgeving van de woning (o.a. buurtcentra).

De toenemende (auto)mobilititeit maakt het, ook voor de dagelijkse boodschappen, voor de consument steeds gemakkelijker naar een ander, verder weg gelegen aankoopplaats te gaan. Belangrijk keuzecriterium is steeds de kwaliteit van het aanbod. De consument doet de dagelijkse boodschappen in principe in het meest nabij gelegen winkelgebied *dat voldoende aanbod biedt*. Hij wordt daarbij steeds kritischer ten aanzien van kwaliteit en verscheidenheid van het aanbod.

De kwaliteit van de supermarkt is sterk bepalend voor de trekkracht van een centrum voor dagelijkse boodschappen. Deze moet voldoende omvang hebben om een breed assortiment op een aantrekkelijke wijze te kunnen presenteren. Naast een prijsvriendelijk assortiment kruidenierswaren, zijn ook de versafdelingen (al dan niet in bediening) steeds belangrijker.

Aanvullend aan de supermarkt is een zo compleet mogelijk aanbod aan speciaalzaken gewenst. Deze dienen zich duidelijk te onderscheiden van de supermarkt. Dit stelt vooral aan de 'vers-ondernemers' steeds hogere eisen ten aanzien van het bieden van toegevoegde waarde (service, assortiment, kwaliteit). We zien dan ook een sterke sanering in het aantal verszaken, met name bij ondernemingen die niet tijdig (kunnen) innoveren. Afhankelijk van het bevolkingsdraagvlak kan het dagelijks aanbod voedings- en genotmiddelen worden aangevuld met een aantal overige branches voor frequent benodigde non-food (o.a. drogist, bloemen/planten, etc.).

2.2 Recreatief winkelen

Bij recreatief winkelen is de actie zelf (rondkijken, ontspannen) vaak belangrijker dan de aankoop zelf. Het centrumgebied van Groesbeek beoogt, naast de functie voor dagelijkse boodschappen, te voorzien in een recreatieve winkelfunctie. Andere voor inwoners van Groesbeek belangrijke recreatieve winkelgebieden zijn vooral de binnensteden van Nijmegen en in mindere mate van Kleef (D).

Belangrijk keuzecriterium bij het recreatief winkelen is het aanbod. De aanwezigheid van (landelijk bekende) trekkers (V&D, C&A, Hema) en een uitgebreid modisch aanbod (waar onder bekende formules) hebben daarin een sleutelrol. Daarnaast wil de consument 'vermaakt' worden en zich laten verleiden tot impulsaankopen. Bijzondere winkels met vernieuwende assortimenten en presentatiewijzen vergroten de attractiviteit van een winkelgebied.

Een specifiek minimumaanbod voor een recreatief winkelgebied is moeilijk te bepalen: elk winkelgebied heeft het verzorgingsgebied dat het verdient. In algemene zin geldt dat het verzorgingsgebied toeneemt met de omvang van het aanbod. Dit hangt vaak weer samen met de omvang van het primaire verzorgingsgebied (de kern). Vooral de grotere binnensteden hebben zich de laatste tijd gespecialiseerd tot recreatieve winkelgebieden met een regionale functie.

Ook kleinere plaatsen kunnen echter een recreatieve functie hebben voor een kleiner gebied (omliggende kernen). Deze plaatsen zijn echter zelden gespecialiseerd in recreatief winkelen: zij combineren deze functie met andere functies (o.a. dagelijkse boodschappen).

Een attractief recreatief winkelgebied biedt een mix van (landelijk) bekende winkelformules en lokaal midden- en kleinbedrijf, van grote warenhuizen tot kleine speciaalzaakjes. Dit wordt aangevuld met andere voorzieningen die het verblijf veraangenamen. Het gaat hierbij om aantrekkelijke (dag)horeca, publiekgerichte dienstverlening en overige attracties. Om loopafstanden te minimaliseren en uitwisseling tussen (winkel)functies te stimuleren, is een compacte opzet van het centrum en een duidelijke routing gewenst. De omgeving moet zodanig ingericht zijn dat het verblijf in alle opzichten aangenaam is: een schone, veilige en aantrekkelijk vormgegeven openbare ruimte, presentatie en architectuur.

2.3 Gerichte aankopen

Bij gerichte aankopen gaat het enerzijds om (dure) artikelen waar men gericht naar op zoek gaat en keuzegevoelig zijn. Voorbeelden zijn meubelen, elektronica en auto's. Alvorens tot een aankoop over te gaan wil de consument zich goed oriënteren.

Anderzijds zijn er de gerichte aankopen die niet keuzegevoelig zijn, zoals doe-het-zelf en tuinartikelen. Dit soort (veelal volumineuze) artikelen koopt men dikwijls in de meest nabijgelegen aankoopplaats met voldoende aanbod (locale bouwmarkt). Combinatiebezoek met andere winkels vindt nauwelijks plaats. Daarom functioneren winkels die zich richten op dit type winkelgedrag prima solitair.

Bij beide categorieën gerichte aankopen gaat het voor een groot deel om grootschalige aanbieders die vanwege de aard en omvang van de verkochte artikelen, moeilijk in een winkelgebied zijn in te passen. Voor dit type branches (auto's, boten, caravans, bouwmarkten, woninginrichting, tuincentra en brand en explosiegevaarlijke stoffen) kan in het kader van het rijksbeleid inzake perifere detailhandel (PDV-beleid) vrijstelling worden verleend voor vestiging op een locatie buiten geplande of bestaande winkelgebieden. Ook in Groesbeek vinden we dit type bedrijven op het bedrijventerrein.

Kleinschaliger winkelaanbod dat gericht wordt bezocht bestaat veelal uit assortimenten waarbij de omzetten per m² te laag is om de hoge huisvestingslasten van (kern)winkelgebieden te betalen (bij voorbeeld verf/glas/behang, huishoudelijke apparaten). Ook zijn veel van deze zaken afhankelijk van een goede zichtbaarheid, directe autobereikbaarheid en laden/lossen voor de deur. Sommige winkels hebben een dermate specifieke doelgroep dat vestiging tussen de grote publiekstrekkingen voor hen niet interessant is (bijvoorbeeld naaimachines, ruitersportartikelen). Al dit soort gericht bezochte winkels kunnen vaak goed functioneren in zogenaamde "aanloopstraten" waar de autobereikbaarheid relatief goed is en de huisvestingslasten lager liggen dan in het kernwinkelgebied. Ook veel dienstverleners (uitzendbureau, stomerij) vestigen zich vaak in dit soort gebieden.

2.4 Samenvatting

Samengevat spelen de volgende ontwikkelingen een rol in de detailhandel:

Algemeen

- de traditionele winkelhiërarchie wordt steeds minder vanzelfsprekend;

- de consument past zijn winkelgedrag aan aan het bezoekmotief en kiest daarvoor het bijbehorende type winkelgebied;
- winkelgebieden gaan zich steeds meer specialiseren naar bezoekmotief.

Dagelijkse boodschappen

- compleet aanbod en gemak bepalen keuze voor het winkelgebied;
- supermarkten zijn hierbij de beeldbepalende trekkers;
- zij spelen door schaalvergroting in op consumentenvoorkeuren;
- naar verwachting zal deze schaalvergroting voorlopig toenemen, ondanks de mogelijkheden van teleshopping en internet;
- versspeciaalzaken en kleine supermarkten zullen (nog) verder onder druk komen te staan.

Recreatief winkelen

- recreatief winkelen wordt steeds meer een vorm van vrije tijdsbesteding;
- de kwaliteit en omvang van het winkelaanbod bepalen samen met het verblijfsklimaat en het horeca-aanbod, de aantrekkingskracht van een recreatief winkelgebied;
- toenemende mobiliteit leidt tot toenemende concurrentie tussen recreatieve winkelgebieden c.q. binnensteden;

Gerichte aankopen

- toenemende clustering van bedrijven in duurzame keuzegevoelige artikelen in zogenaamde 'themacentra' (auto- of meubelboulevard);
- andere branches (bouwmarkt, tuincentra) functioneren prima solitair;
- vanwege de wens tot schaalvergroting, lage huisvestingslasten en een goede autobereikbaarheid wil een toenemend aantal branches zich vestigen in de periferie van de stad of het dorp;
- overheidsbeleid beperkt (vooralsnog) de mogelijkheden voor perifere vestiging tot brandgevaarlijke en volumineuze artikelen (PDV-beleid). Uitzondering hierop vormen 13 stedelijke knooppunten waar locaties voor geconcentreerde grootschalige detailhandel toegestaan is (GDV-beleid, o.a. Amsterdam, Utrecht, Arnhem/Nijmegen);

Overige ontwikkelingen

- Op termijn zullen in Nederland mogelijk een aantal Factory Outlet Centers (FOC's) ontwikkeld worden. Dit zijn winkelgebieden bestaande uit een concentratie van fabriekswinkels, onder andere voor de verkoop van restpartijen tegen lage prijzen;
- het internet zal als aankoopkanaal geleidelijk belangrijker worden. Bepaalde artikelen die gemakkelijk afstand kunnen worden gekocht (boeken, CD's, bruin-/witgoed) bijten hierbij het spits af. Ook in de supermarktbranche worden de eerste experimenten uitgevoerd.

3 Beschrijving huidige situatie

In dit hoofdstuk gaan we in op de detailhandel zoals die op dit moment in Groesbeek aanwezig is. We gaan in op omvang en spreiding van het aanbod en op de ruimtelijk-economische structuur van het centrum.

3.1 Omvang detailhandel

Het winkelaanbod van de kern Groesbeek heeft een totaal verkoopvloeroppervlak van bijna 24.000 m². Het is ruim 6.000 m² groter dan het winkeloppervlak in qua inwonertal vergelijkbare plaatsen. Behalve in de branchegroep "overig recreatief" is het aanbod van Groesbeek in alle sectoren groter. Op basis van dit ruime aanbod mag uitgegaan worden van een boven locale functie van het Groesbeekse winkelapparaat.

Tabel 1 Winkelaanbod in Groesbeek en gemiddeld winkelaanbod in plaatsen van gelijke omvang

	Groesbeek		plaatsen van 10.000-15.000 inwoners	
	m ² v.v.o.	aantal	m ² v.v.o.*	aantal
Voedings- en genotmiddelen	4.528	20	4.136	25,7
Frequent benodigde non-food waarvan:	5.640	17	2.558	14
<i>drogisterij, parfumerie</i>	568	3	463	3.1
<i>huishoudelijke en cadeau art.</i>	941	5	540	2.7
<i>bloemen, planten, dier- en tuinart.</i>	4.131	9	1.555	8.2
Modisch recreatief waarvan:	2.918	14	2.210	15,2
<i>kleding en mode accessoires</i>	2.204	11	1.760	13
<i>schoenen en lederwaren</i>	714	3	450	3,2
Overig recreatief waarvan:	1.450	13	2.070	17,8
<i>optiek, juwelier</i>	158	3	193	3,3
<i>beeld- en geluidsdragers</i>	123	1	103	1,1
<i>sport, kamperen, speelgoed</i>	749	4	694	3,7
<i>hobby (foto/film, handwerk etc.)</i>	168	3	360	5,1
<i>boeken, tijdschriften, kantoorart.</i>	202	1	296	2,7
<i>warenhuizen</i>	-	-	308	0,4
<i>antiek</i>	50	1	116	1,5
Gerichte non-food waarvan:	9.280	19	6.586	20,6
<i>(brom)fietsen, auto-accessoires</i>	280	3	424	3,4
<i>woninginrichting, meubelen</i>	7.199	8	3.670	8,5
<i>bruin- en witgoed, elektra</i>	417	3	488	3,6
<i>doe-het-zelf, sanitair, keukens</i>	1.384	5	2.004	5,1
Overig	67	1	218	2,3
TOTAAL	23.816	84	17.778	96,5

Bron: D&P, Basisregiser Verkooppunten 1999; D&P, Retailhandboek 98/99

* Teruggerekend naar 12.847 inwoners

Voedings- en genotmiddelen

Het aanbod aan voedings- en genotmiddelen in Groesbeek is met ± 4.500 m² verkoopvloeroppervlak (vvo) ± 400 m² groter dan op basis van het inwonertal verwacht mag worden. De omvang van de sector voedings- en genotmiddelen wordt vooral bepaald door de supermarkten. In Groesbeek zijn zes supermarkten gevestigd, te weten Edah, Jan Linders, Super De Boer, Aldi, Lidl en Willem Groenwoudt. De gemiddelde omvang van de supermarkten is met 650 m² tamelijk klein. In de cijfers is de geplande herbouw van de Willem Groenwoudt supermarkt (± 1.000 m² v.v.o.) aan de Muldershof nog niet opgenomen. Indien we daar wel rekening mee houden stijgt het aanbod in deze sector met circa 500 m².

Duurzame en overige goederen

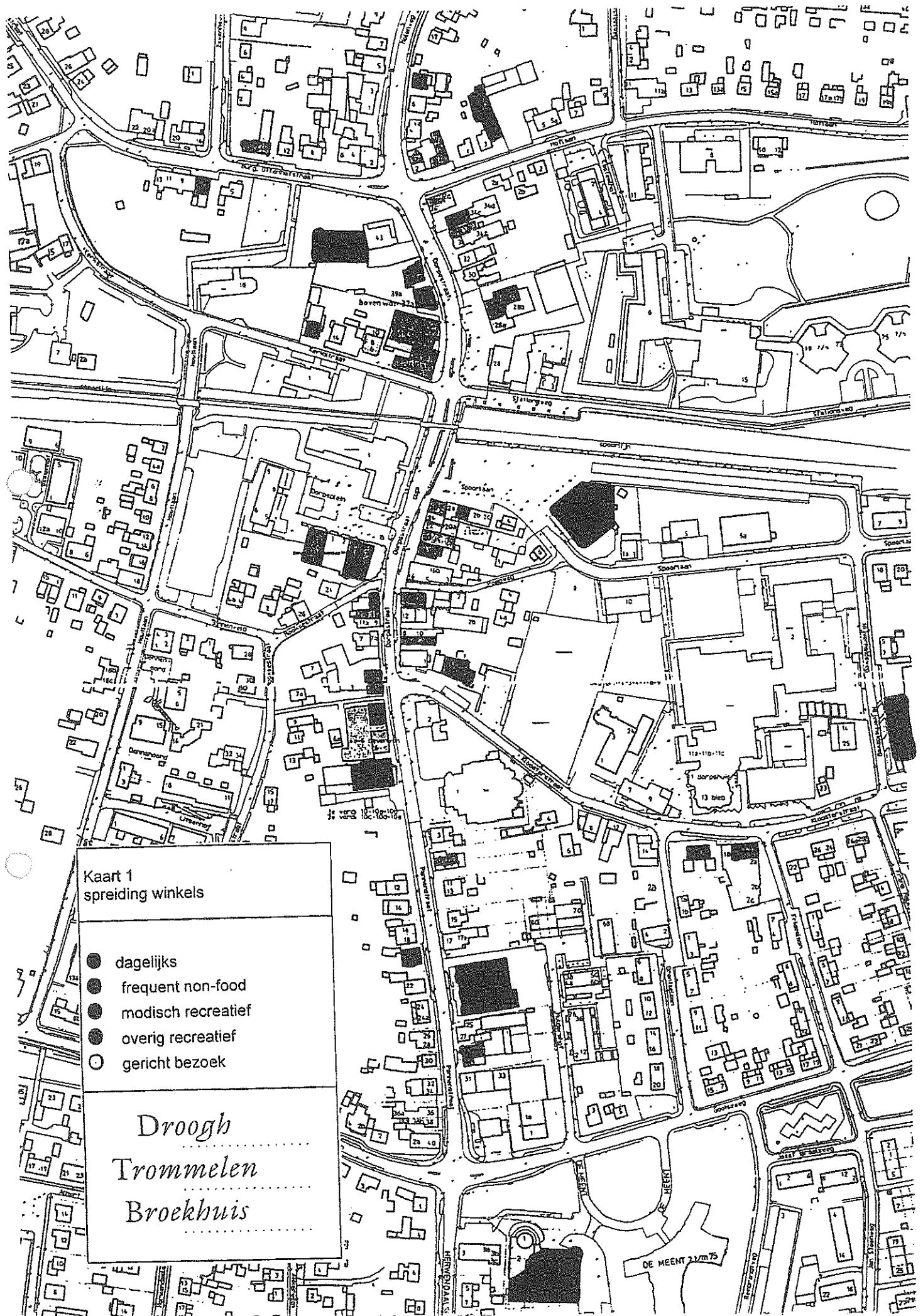
In de sector duurzame en overige goederen is het aanbod in Groesbeek met ruim 19 duizend m² bijna 6.000 m² groter dan op grond van het inwonertal mag worden verwacht. Dit 'overschot' wordt vooral veroorzaakt door het grote aanbod aan bloemen en planten (tuincentra), woninginrichting en meubelen. Deze branches hebben een gezamenlijk oppervlak van ruim 11.000 m² vvo, terwijl het gemiddelde aanbod van deze branches in vergelijkbare plaatsen ruim 5.000 m² bedraagt.

Groesbeek heeft verder een relatief ruim aanbod aan huishoudelijke/ cadeau-artikelen en modische artikelen. Een relatief klein aanbod is aanwezig in de sector overig recreatieve artikelen, met name in de branches hobby en boeken/tijdschriften. Een warenhuis ontbreekt. Ook het aanbod in de branche doe-het-zelf/sanitair/keukens is relatief beperkt.

Horeca, ambacht, dienstverlening

In Groesbeek zijn circa 22 horecabedrijven gevestigd (7 snackbar/fastfood-resaurants, 2 lunchrooms, 5 restaurant, 5 café's, 2 discotheken). Hiervan zijn de discotheken De Hoeve en De Linde tot buiten de regio bekend.

Teven zijn in Groesbeek gevestigd 22 ambachtelijke en commerciële consument verzorgende bedrijven. Groesbeek heeft een postkantoor, 4 banken, 8 overig commerciële dienstverlenende instellingen (reisbureau, uitzendbureau, makelaar, assurantie-/hypotheekadviseurs) en 5 kapperzaken.



Kaart 1
spreiding winkels

- dagelijks
- frequent non-food
- modisch recreatief
- overig recreatief
- gericht bezoek

Droogh
Trommelen
Broekhuis

DE MEENT 21/175

3.2 Spreiding winkelaanbod

Sinds 1992 is het winkeloppervlak in het centrum van Groesbeek toegenomen met ongeveer 2.500 m² v.v.o. Desondanks is het winkelaanbod van Groesbeek is maar beperkt geconcentreerd in het centrum. Indien we de noordelijke grens van het centrum leggen bij slagerij Ceelen aan de Molenweg en de zuidelijke grens bij Willemsen Textiel aan de Pannenstraat, dan is nauwelijks de helft van het aantal winkels en slechts eenderde van het winkeloppervlak geconcentreerd in het centrum (zie tabel 2).

Tabel 2 Winkelaanbod in Groesbeek-centrum en gemiddelde winkelaanbod in het centrum van plaatsen met een gelijk inwonertal

	Groesbeek Centrum		Referentie gebied	
	m ² v.v.o.	aantal	m ² v.v.o.	aantal
Voedings- en genotmiddelen	2.038	9	2.544	14,5
Frequent benodigde non-food	1.483	9	1.297	8,4
<i>waarvan:</i>				
<i>drogisterij, parfumerie</i>	366	2	411	2,7
<i>huishoudelijke en cadeau art.</i>	861	4	462	2,1
<i>bloemen, planten, dier- en tuinart.</i>	256	3	424	3,6
Modisch recreatief	2.004	9	1.813	12,6
<i>waarvan:</i>				
<i>kleding en mode accessoires</i>	1.566	7	1.466	10,2
<i>schoenen</i>	438	2	347	2,4
Overig recreatief	1.111	10	1.553	12,4
<i>waarvan:</i>				
<i>optiek, juwelier</i>	158	3	167	2,9
<i>beeld- en geluidsdragers</i>	123	1	77	0,9
<i>sport, kamperen, speelgoed</i>	564	3	501	2,3
<i>hobby (foto/film, handwerk etc.)</i>	64	2	244	3,4
<i>boeken, tijdschriften, kantoorart.</i>	202	1	218	1,8
<i>warenhuizen</i>	-	-	295	0,4
<i>antiek</i>	-	-	51	0,7
Gerichte non-food	1.371	6	2.750	9,5
<i>waarvan:</i>				
<i>(brom)fietsen, auto-accessoires</i>	180	2	167	1,3
<i>woninginrichting, meubelen</i>	845	2	1.542	3,9
<i>bruin- en witgoed, elektra</i>	346	2	334	2,2
<i>doe-het-zelf, sanitair, keukens</i>	-	-	707	2,1
Overig	-	-	77	0,8
TOTAAL	8.007	43	9.957	58,2

Bron: D&P, Basisregister Verkooppunten, 1999; D&P, Retailhandboek 98/99

Voedings- en genotmiddelen

Van de zes supermarkten zijn er twee in het centrum gevestigd, te weten Jan Linders en Edah. De overige supermarkten liggen verspreid, en solitair functionerend, over Groesbeek. De supermarkt van Willem Groenwoudt wordt herbouwd aan de Muldershof. Deze locatie kan echter niet tot het centrum gerekend worden. Ook de versspecialzaken zijn verspreid

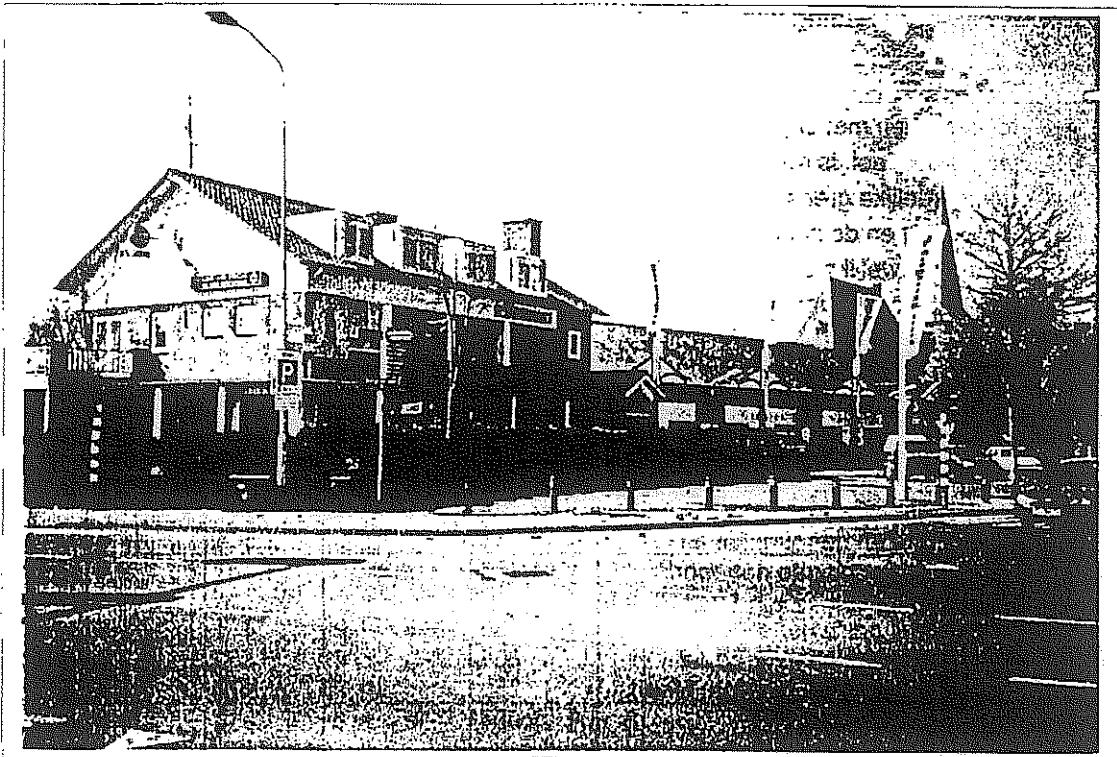


Foto 1 Noordelijke grens centrum-gebied

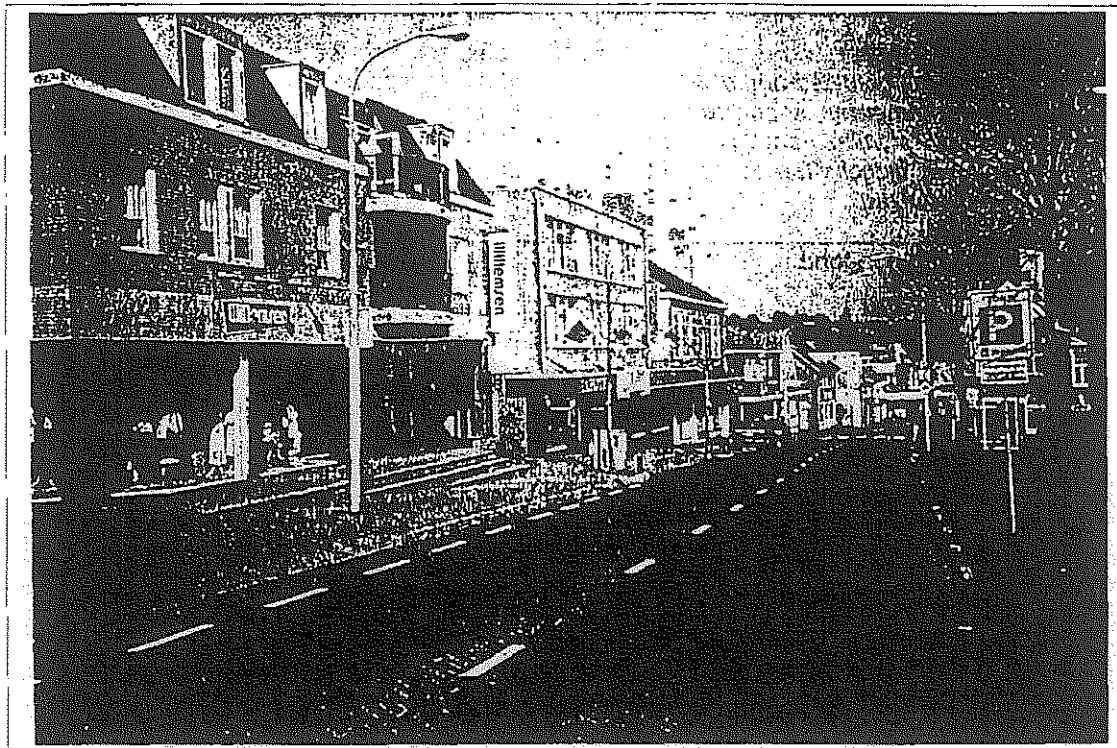


Foto 2 Zuidelijke grens centrumgebied

gevestigd in Groesbeek. In het centrum zijn slechts twee bakkers, een groentezaak en een viszaak gevestigd. De verszaken in het centrum zijn niet geclusterd

Duurzame en overige artikelen

In de modische sector is het aanbod in het centrum sinds 1992 gegroeid met $\pm 1.300 \text{ m}^2$ v.v.o. De concentratie is beperkt tot tweederde deel van het aanbod. Het aanbod aan overige recreatieve artikelen is wel in belangrijke mate geconcentreerd in het centrum.

Logischerwijs is het aanbod in de sector gerichte non-food maar zeer beperkt geconcentreerd in het centrum. Dit wordt vooral veroorzaakt door de vestiging van Wennekers Meubelen (6.000 m^2) op het bedrijventerrein.

Horeca, ambacht, dienstverlening

In het centrum van Groesbeek zijn zeven horecabedrijven gevestigd. De vestiging van Le Monde en Het Alibi hebben de kwaliteit van het horeca-aanbod in het centrum verbeterd. In de zomer heeft het centrum maar een beperkt terrasaanbod.

De concentratie van de ambachtelijke en commerciële dienstverlenende bedrijven is redelijk groot. In het centrum zijn onder andere 3 banken gevestigd, een postkantoor, reisbureau, makelaar, uitzendbureau, kapper etc. Aan het Dorpsplein is een medisch centrum, inclusief apotheek, gevestigd.

3.3 Ruimtelijk-economische structuur

Centrumgebied

Het langgerekte centrum van Groesbeek is gelegen aan de Dorpsstraat en Pannenstraat (zie kaart 1). Het centrum begint aan de noordkant ter hoogte van het kruispunt Dorpsstraat - Burgemeester Ottenhofstraat. Aan de zuidkant begint het centrum bij Willemsen Textiel, tegenover de kerk.

De Dorpsstraat en Pannenstraat maken deel uit van de noord-zuid-route door Groesbeek. Ondanks de aanpassing van het kruispunt nabij de Cranenburgsestraat is de verkeersbelasting in het centrum zeer hoog.

Het centrum wordt in het midden doorsneden door de oude spoorlijn van Nijmegen naar Kleef. Over deze spoorlijn rijden geen treinen meer. Toch is de barrièrewerking groot. Ter hoogte van het spoor zijn de winkelfronten aan weerszijden van de weg over een grote lengte onderbroken. Aan de oostzijde wordt dit mede veroorzaakt door het Marktplein. Aan de westzijde van het centrum neemt het gemeentehuis een groot deel van het front in

beslag. De afstand tussen de winkelfronten is de afgelopen jaren wel kleiner geworden, doordat het oude gemeentehuis is ingevuld met winkels (o.a. Bruna, Kruidvat, Marskramer).

Belangrijke trekkers in het centrum zijn Jan Linders (aan de Burg, Ottenhofstraat) en Edah (aan het Marktpllein). Ten noorden van het spoor vinden we tevens subtrekkers, zoals Blokker, Marskramer, Kruidvat, DA-drogist, Bruna, EvanE e.d. De Aldi bevindt zich op enige afstand in de Hoflaan.

Ten zuiden van het spoor bevinden zich minder landelijk bekende filiaalbedrijven. De belangrijkste publiekstrekkers hier zijn, naast de Edah, Kuipers Mode en Willemsen Textiel.

De grootste parkeerterreinen liggen wel aan de zuidzijde van het spoor. Het Marktpllein heeft, inclusief de verlengde Nijverheidsweg, 183 parkeerplaatsen, het Dorpsplein 19 en het Kermisterrein 120. Aan noordzijde ligt de meeste parkeergelegenheid nabij de supermarkt van Jan Linders (35 p.p), voor de Rabobank en Blokker (16 p.p.) en aan de Stationsweg (21p.p).

Enkele jaren terug is het oude gemeentehuis (hoek Dorpsstraat – Kerkstraat) ingevuld met winkels. Hierdoor is een aantal belangrijke subtrekkers verplaatst van een locatie ten zuiden naar een locatie ten noorden van het spoor (Kruidvat, Marskramer). Ten noorden ligt de nadruk in de branchering nu op voedings- en genotmiddelen en hoog-frequente non-food. Ten zuiden van het spoor ligt de nadruk meer op modische en overige recreatieve branches.

In de structuurvisie Groesbeek Centrum van 1992 is aangegeven dat het Dorpsplein een belangrijkere winkelfunctie dient te krijgen. Het streven is er op gericht om op de plaats van het huidige medisch centrum een winkelontwikkeling tot stand te brengen. Een (te verplaatsen) supermarkt zou daarbij als trekker moeten gaan functioneren. Tot op heden is deze ontwikkeling niet van de grond gekomen.

Overig Groesbeek

Vier supermarkten liggen buiten het centrum. De Aldi-supermarkt is gelegen aan de Hoflaan. De supermarkt van Willem Groenwoudt aan de Pannenstraat/Muldershof is vorig jaar afgebrand. Sinds die tijd is zij gevestigd in het buurtwinkelcentrum aan de Bats in de wijk Lage Horst. Groenwoudt heeft echter kortgeleden aangegeven haar oude pand op de locatie Pannenstraat te herbouwen. Super De Boer is gevestigd aan de Gooiseweg, nabij de Zuidmolen. Lidl heeft twee jaar geleden een pand betrokken aan de Nijverheidsweg.

Aan de Margrietstraat ligt een klein winkelcentrum, dat nauwelijks een buurtverzorgende functie heeft. De sector voedings- en genotmiddelen is met alleen een groentezaak slecht vertegenwoordigd. In dit centrum zijn verder gevestigd Zeeman, Schlecker, een bloemenzaak en een kledingzaak.

Groesbeek heeft een groot oppervlak aan perifere detailhandel. De grootste aanbieder is Wennerkers Meubelen ($\pm 6.000 \text{ m}^2$). Daarnaast zijn er enkele grote tuincentra gevestigd (Landlord, Wilhelmina en Groen Groesbeek Tuincentrum) met een gezamenlijk oppervlak van $\pm 3.600 \text{ m}^2$. De doe-het-zelf sector is relatief kleinschalig. De enige bouwmarkt (Doeland aan de Ambachtsweg) heeft een oppervlak van minder dan 800 m^2 .



Kaart 2 Ligging Groesbeek

4 Uitbreidingsmogelijkheden

De uitbreidingsmogelijkheden in het centrum van Groesbeek worden, zoals overal, bepaald door vraag en aanbod. In dit hoofdstuk gaan we in op de huidige en potentiële vraag. De uitbreidingsmogelijkheden van het winkelapparaat komen daarna aan bod.

4.1 Vraagzijde

Op 31-12-1998 had de gemeente Groesbeek 19.307 inwoners (Bron: gemeente Groesbeek). Hiervan wonen er 12.847 in Groesbeek (inclusief buitengebied). De overige inwoners zijn verspreid over de dorpen Breedeweg, De Horst, Berg en Dal en Heilig Landstichting.

Tabel 3 Inwoners gemeente Groesbeek op 31-12-1998

Groesbeek	12.847
Breedeweg	2.510
De Horst	1.200
Berg en Dal	1.991
Heilig Landstichting	759
Totaal	19.307

Bron: Jaarverslag en statistisch overzicht 1998 Burgerzaken Gemeente Groesbeek

Bepalend voor de vraagzijde is niet alleen het aantal inwoners van Groesbeek, maar ook de ligging van Groesbeek in haar regio (Rijk van Nijmegen).

Groesbeek is een grensgemeente (zie kaart 2) ten zuidoosten van Nijmegen. Heilig Landstichting en Berg en Dal liggen op de grens met Nijmegen. De oriëntatie op de binnenstad van Nijmegen is groot. Ook Groesbeek is in belangrijke mate georiënteerd op Nijmegen. Breedeweg (ten zuiden) en De Horst (ten oosten) zijn kleine dorpen die voor de dagelijkse voorzieningen in belangrijke mate georiënteerd zijn op Groesbeek.

De gemeente Groesbeek grenst aan de westzijde aan de gemeente Heumen, met Malden als grootste kern (\pm 15.000 inwoners). Aan de Zuidwestzijde grenst Groesbeek aan de gemeente Mook en Middelaar en aan de zuidzijde aan de gemeente Genneep.

Malden heeft een modern en kwalitatief goed winkelaanbod en een hoge koopkrachtbinding. In het overdekte winkelcentrum van Malden is een grote supermarkt van Albert Heijn (1.800 m²) gevestigd en een Groenwoudt-supermarkt. Het winkelaanbod in Molenhoek en Mook is beperkt. Door hun ligging en de kwaliteit van het winkelaanbod in Malden zijn zij meer op

Malden georiënteerd dan op Groesbeek. Milsbeek (gemeente Gennepe) heeft een beperkt winkelaanbod maar een grote oriëntatie op Gennepe.

Koopkrachtbinding 1998

In januari 1999 is het onderzoeksrapport "Koop- en bezoeksstromen in de Euregio Rijn-Waal" verschenen van de KU Nijmegen. Van dit rapport is ook een versie voor Groesbeek verschenen.

In de gemeente Groesbeek zijn in de periode november 1997 tot en met april 1998 in totaal 246 huishoudens ondervraagd naar hun bezoek- en koopgedrag. De uitkomsten van dit onderzoek betreffen de hele gemeente Groesbeek. Ze zijn daarom moeilijk te vertalen naar de kern Groesbeek. Desondanks zijn de cijfers interessant, zeker ook omdat de winkelvoorzieningen in Berg en Dal, Heilig Landstichting, De Horst en Breedeweg zeer marginaal zijn. Alleen in Breedeweg is nog sprake van een redelijk voorzieningenniveau.

Uit het genoemde onderzoeksrapport zijn de volgende gegevens te halen met betrekking tot de koopkrachtbinding van inwoners van de hele gemeente Groesbeek aan de eigen winkelvoorzieningen:

- 83% koopkrachtbinding in de sector dagelijkse artikelen (voedings- en genotmiddelen + drogisterij-artikelen);
- 62% koopkrachtbinding in de sector huishoudelijke artikelen;
- 26% koopkrachtbinding in de sector kleding en schoeisel;
- 33% koopkrachtbinding in de sector huishoudelijke apparaten en elektra;
- 40% koopkrachtbinding in de sector woninginrichting;
- 57% koopkrachtbinding in de sector overige artikelen.

Bovenstaande cijfers betreffen zoals gezegd de hele gemeente en slechts een aantal sectoren in de sector niet-dagelijkse artikelen.

4.2 Uitbreidingsmogelijkheden winkels

In het kader van de ontwikkelingsplannen van Groesbeek is een inschatting van de in de toekomst economisch haalbare uitbreiding van het winkelaanbod van belang. In deze paragraaf gaan wij hier nader op in. Daarbij zullen wij gebruik maken van de gegevens uit het koopstromenonderzoek, landelijke bestedingscijfers en kooporiëntatiegegevens in vergelijkbare situaties.

Ontwikkeling inwonertal

Uitgaande van de door Werkgroep '2 duizend opgestelde berekening groeit de populatie van de gemeente Groesbeek in het jaar 2010 tot 19.736. Het voor het jaar 2000 berekende inwonertal heeft Groesbeek reeds ruim

gehaald op 1-1-1999. Wij gaan daarom uit van een iets grotere groei van het inwonertal, namelijk \pm 20.000 inwoners in 2005 en 20.500 in 2010.

Op 31-12-1998 was het inwonertal van de kern Groesbeek 12.847. Voor 2005 en 2010 zijn voor de kern Groesbeek geen gegevens bekend. Het grootste deel van de toekomstige woningbouw zal gerealiseerd worden in de kern Groesbeek. Het inwonertal in 2005 en 2010 wordt door ons ingeschat op 13.300 respectievelijk 13.650.

Bestedingen in Groesbeek

Bij de bepaling van de toekomstige besteding in Groesbeek zijn naast het inwonertal de koopkrachtbinding en -toevloeiing van groot belang. Daarbij moet een onderscheid worden gemaakt in voedings- en genotmiddelen en duurzame en overige artikelen.

Voor de voedings- en genotmiddelen kunnen we voor de toekomst uitgaan van een maximaal haalbare koopkrachtbinding van de inwoners van de kern Groesbeek aan het eigen winkelapparaat van \pm 95%. Om deze koopkrachtbinding te bereiken is een in kwantitatief en kwalitatief goed aanbod (met name supermarkten) noodzakelijk.

In de sector voedings- en genotmiddelen zal ook in de toekomst de regiofunctie in deze sector van Groesbeek beperkt blijven tot Breedeweg en De Horst en in mindere mate Milsbeek, Mook, Molenhoek en Kranenburg (D). Het aandeel vreemde koopkracht (toevloeiing) kan worden ingeschat op 20%.

De totale omzet in de voedings- en genotmiddelen in 2005 is bij een besteding van f 3.504,- per inwoner/per jaar (HBD 1999) te berekenen op 55 miljoen gulden (zie tabel 4).

In de sector duurzame en overige artikelen is het veel moeilijker om een goede inschatting te maken van de koopkrachtbinding en toevloeiing. Afwijkingen in aanbod ten opzichte van het gemiddelde kunnen in bepaalde branches voor grote afwijkingen in de bestedingen leiden. Een voorbeeld hiervan is het grote meubelaanbod (Wennekers) en aanbod aan tuincentra in Groesbeek. Hierdoor worden meer bestedingen in de sector woninginrichting in Groesbeek gedaan en is meer toevloeiing aanwezig, dan op grond van het inwonertal verwacht mag worden. Deze branches zijn veelal perifeer gevestigd. In onze berekeningen voor de uitbreidingsmogelijkheden van de detailhandel in het centrum van Groesbeek hebben wij daarom het aanbod en de bestedingen in de tuincentra, woninginrichting en bouwmarkten buiten beschouwing gelaten.

Uitgaande van de specifieke ligging van Groesbeek, het aanwezige aanbod, het onderzoek van de KUN, normcijfers (IMK, Bolt), gaan wij voor de toekomst uit van een haalbare koopkrachtbinding in de sector duurzame en overige artikelen van $\pm 50\%$. Het maximaal haalbare aandeel vreemde koopkracht kan, gelet op de beperkte regio, worden ingeschat op circa 25%.

De totale bestedingen in 2005 in Groesbeek aan duurzame en overige artikelen (exclusief woninginrichting, tuincentra en bouwmarkten) zijn bij een gemiddelde besteding van $\pm f 3.875,-$ per inwoner per jaar (HBD, 1999) te berekenen op 35 miljoen gulden per jaar (zie tabel 4).

Uitbreidingsmogelijkheden Groesbeek

Confrontatie van bestedingen en aanwezig oppervlak leidt tot een berekening van de uitbreidingsmogelijkheden in Groesbeek.

Tabel 4 Bestedingen en uitbreidingsmogelijkheden

	voedings- en genotmiddelen	duurzame en overige artikelen*
Inwoners Groesbeek 2005	13.300	13.300
Bestedingen per hoofd	f 3.504,-	f 3.875,-
Koopkrachtbinding	95%	50%
Gebonden bestedingen	f 44 miljoen	f 26 miljoen
Aandeel vreemde koopkracht	20%	25 %
Totale bestedingen	f 55 miljoen	f 35 miljoen
Normatieve omzet per m ² vvo	f 14.000,-	f 5.000,-
Haalbaar verkoopvloeroppervlak	4.000 m ²	7.000 m ²
Aanwezig oppervlak	4.528 m ²	7.300 m ^{2**}
Uitbreidingsruimte	nihil	nihil

* bestedingen exclusief woninginrichting, bouwmarkten en tuincentra

** oppervlak exclusief woninginrichting, bouwmarkten en tuincentra

Uit bovenstaande berekening blijkt dat er zowel in de voedings- en genotmiddelen als de duurzame en overige artikelen nauwelijks uitbreidingsruimte aanwezig is in Groesbeek.

Een belangrijke variabele in deze berekening is de lokale koopkrachtbinding. Enkele procenten stijging van de koopkrachtbinding leiden automatisch tot distributie-planologische uitbreidingsmogelijkheden.

De door ons gehanteerde koopkrachtbinding van 50% in de sector duurzame en overige artikelen is reeds aanzienlijk hoog. Gelet op de positie van de binnenstad van Nijmegen is een hogere koopkrachtbinding moeilijk haalbaar, met name in die sectoren waarbij vergelijkend winkelen en recreatieve aspecten een belangrijke rol spelen.

Uitbreidingsmogelijkheden Groesbeek-Centrum

Om een koopkrachtbinding van 50% te realiseren in de sector duurzame en overige artikelen is een goed en geconcentreerd aanbod in het centrum van Groesbeek van belang. Uit tabel 2 is reeds gebleken dat het aanbod in Groesbeek maar beperkt is geconcentreerd. Een grotere concentratie in de sectoren modisch recreatief en overig recreatief zal de noodzakelijke bijdrage leveren aan een koopkrachtbinding van 50%.

Het centrum van Groesbeek is, mede door de omvang van het primaire verzorgingsgebied, een gebied waar 'dagelijkse boodschappen' en 'winkelen' naast elkaar moeten bestaan. De supermarkten zijn de belangrijkste publiekstrekkingen. De overige winkels, zowel versspecialzaken als non-foodwinkels, profiteren van de klantenstromen van de supermarkten.

De supermarktsector is maar beperkt aanwezig in het centrum. Daarnaast is kan het oppervlak van deze supermarkten voor de toekomst als relatief klein worden beschouwd. Door de toenemende schaalvergroting in de supermarkten mag voor de toekomst uitgegaan worden van een oppervlak van circa 1.200 tot 1.500 m² v.v.o. voor de full-service supermarkten en 600 à 750 m² v.v.o. voor discounters. In het centrum van Groesbeek is daarom een grotere concentratie en schaalvergroting van de supermarkten gewenst.

Daarbij moet gestreefd worden naar verplaatsing van één of meer supermarkten naar het centrum, en/of een schaalvergroting van bestaande supermarkten in combinatie met sanering buiten het centrum. Netto uitbreiding van het supermarktaanbod is distributie-planologisch gezien niet haalbaar. Daarvoor is het huidige oppervlak reeds te groot, zeker indien rekening gehouden wordt met het oppervlak (1.100 m²) van de nieuwe supermarkt van Willem Groenwoudt. Indien concentratie niet mogelijk blijkt te zijn, dient alleen te worden meegewerkt aan uitbreidingsplannen van supermarkten die in het centrum gevestigd zijn.

Concentratie van het modische recreatieve aanbod en overig recreatieve aanbod is ook gewenst. Op dit moment is tweederde deel van aanbod in het centrum geconcentreerd. Door concentratie is een uitbreiding in het centrum te realiseren van circa 500 à 1.000 m². Uit een inventarisatie van de GOV blijkt een fikse behoefte aan winkeloppervlak als gevolg van uitbreiding en verplaatsing van plaatselijke ondernemers.

Mogelijk kan nog enige uitbreiding complementair aan het huidige winkelaanbod gerealiseerd worden. Daarbij kan in eerste instantie gedacht worden aan toevoeging van een discount kleding en/of schoenenzaak (bijvoorbeeld Scapino, Schoenenreus e.d.). Eventueel kan ook gedacht worden aan de vestiging van een klein warenhuis, bijvoorbeeld in de vorm van een kleine formule HEMA (± 600 m²). Het inwonertal van Groesbeek zit

(samen met Breedeweg en De Horst) ongeveer op de rand die HEMA noodzakelijk acht voor vestiging (15.000 inwoners in het primaire verzorgingsgebied).

Uitbreidingsmogelijkheden overige sectoren

Uitbreiding van het recreatieve winkelaanbod zal leiden tot een verlenging van de bezoekduur aan het centrum. Verlenging van het bezoek leidt in de meeste gevallen tot meer bestedingen in het centrum. De bezoekduur kan mede verlengd worden door de aanwezigheid van een aantrekkelijk horeca-aanbod. Dit ontbreekt nu nog voor een deel in het centrum. Met name aan de pleinen is vestiging van horeca (grand-café) gewenst.

Een goed horeca-aanbod zal ook positief werken op bezoek van (dag)toeristen. Fietsers zullen vaker 'aanleggen' in Groesbeek en ook de verblijfstoeristen zullen vaker een bezoek aan Groesbeekse horeca brengen. Beide bezoekmotieven zullen ook een positieve uitwerking hebben op de bestedingen in de winkels binnen het centrum.

Samenvatting uitbreidingsmogelijkheden

Uit onze analyses en berekeningen komen de volgende uitbreidingsmogelijkheden in het centrum naar voren:

- voedings- en genotmiddelen:
 - kwalitatieve uitbreiding supermarkten: $\pm 1.000 \text{ m}^2 \text{ v.v.o.}$
 - verplaatsing supermarkt: $\pm 1.200 \text{ m}^2 \text{ v.v.o.}$
- modisch en overig recreatieve aanbod:
 - concentratie en uitbreiding: $\pm 1.000 \text{ m}^2 \text{ v.v.o.}$
 - toevoeging discount en/of warenhuis $\pm 1.000 \text{ m}^2 \text{ v.v.o.}$
- horeca en commerciële dienstverlening $\pm 500 \text{ m}^2 \text{ v.v.o.}$

Uitbreiding in het centrum is slechts mogelijk indien de kwaliteit van de winkelomgeving aan een aantal randvoorwaarden voldoet. In hoofdstuk 5 gaan wij hier kort op in.

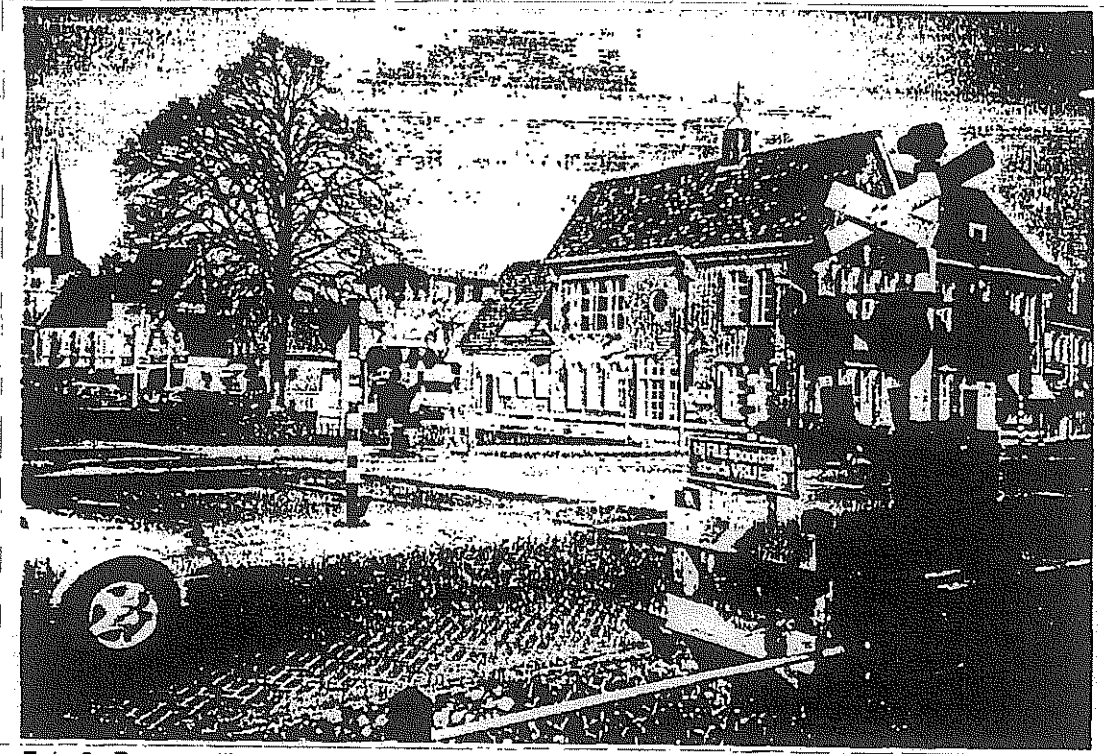


Foto 3 De spoorlijn

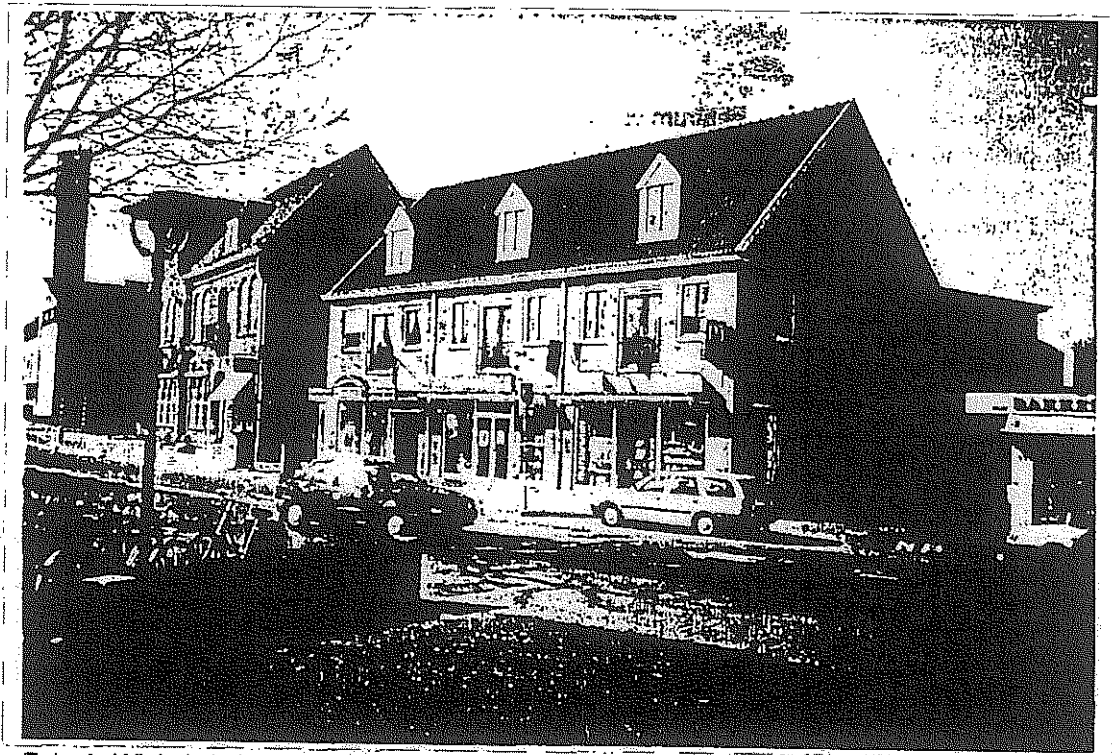


Foto 4 Winkels in het oude gemeentehuis

Droogh Trommelen Broekhuis

5 Ruimtelijk-economisch randvoorwaarden

Om tot een voor Groesbeek optimale / maximaal haalbare koopkrachtbinding te komen in de duurzame en overige artikelen moet het centrum aan een aantal randvoorwaarden voldoen. Behalve een kwantitatief en kwalitatief goed aanbod dienen de volgende aspecten kwalitatief goed ingevuld te worden:

- routing in het centrum
- ligging van de trekkers
- bereikbaarheid en parkeren
- verblijfsklimaat

In dit hoofdstuk gaan we kort op deze aspecten in. Dit doen we algemeen en in de Groesbeekse context.

5.1 Routing in het centrum

In een centrum is het belangrijk dat in een compact gebied veel winkels min of meer aaneengesloten gelegen zijn. De routing binnen een centrum dient gericht te zijn op logische verbindingen tussen centrumdelen. Daarbij dienen onderbrekingen in het winkelfront zoveel mogelijk voorkomen te worden. In combinatie met een strategische ligging van de trekkers wordt door een goede routing bereikt dat consumenten per bezoek langer in het centrum verblijven.

Het is aan te bevelen het centrum van Groesbeek binnen in zo klein mogelijk gebied te begrenzen. Als grens dient bij voorkeur de Dorpsstraat-Pannenstraat te worden aangehouden tussen Burg. Ottenhofstraat en Pannenstraat 8 (Willemsen Textiel).

In Groesbeek zorgt de spoorlijn voor een grote onderbreking in het winkelfront. Hierdoor functioneren het noordelijk en zuidelijk deel van het centrum relatief los van elkaar. De koppeling tussen beide centrumdelen dient versterkt te worden. Aan de westzijde van de Dorpsstraat heeft de verwinkeling van het oude gemeentehuis heeft hier reeds een positieve bijdrage aan geleverd. Toch bestaat nog steeds een grote onderbreking tussen de twee winkelfronten. Aan de oostzijde is een ontwikkeling met winkels nodig om het 'gat' tussen Blokker/Rabobank en Dorpsstraat 26 (Chalie Lingerie) te verkleinen.

DROOGH TROMMELEN EN PARTNERS



Adviseurs voor Ruimte en Strategie



**Groesbeek
project Dorpsstraat**

**Quickscan
Verhuurbaarheid winkelruimte**



DROOGH TROMMELEN EN PARTNERS



Adviseurs voor Ruimte en Strategie

Groesbeek project Dorpsstraat

Opdrachtgever: Belin Projectontwikkeling BV

Projectnummer: 664.0607

Datum: 2 juli 2007

Quickscan Verhuurbaarheid winkelruimte

Droogh Trommelen en Partners

Voorstadslaan 254

6542 TG Nijmegen

T 024 - 379 20 83

F 024 - 378 06 53

E info@dtnp.nl

W www.dtnp.nl

Inhoudsopgave

1	Vraagstelling	1
2	Huidige situatie	2
3	Distributieve ruimte	5
4	Invulling project	6
5	Voorwaarden	7
6	Conclusies	8
Bijlage 1	Indeling branches in branchegroepen	9

1 Vraagstelling

De gemeente Groesbeek is bezig met de uitvoering van haar centrumplan. Eén onderdeel van het centrumplan is de herontwikkeling van de Rabobank en naastgelegen percelen aan de Dorpsstraat.

Belin Projectontwikkeling BV onderzoekt de mogelijkheden om hier een woonwinkel-project te ontwikkelen. Op deze locatie wil zij een winkelloppervlak realiseren van circa 4.000 m² bvo in combinatie met woningen en een parkeergarage.

In het kader van haar onderzoek naar de haalbaarheid van dit project heeft zij Droogh Trommelen en Partners (DTNP) gevraagd een quickscan uit te voeren naar de verhuurbaarheid van winkelruimte op deze locatie.

Om antwoord te geven op de vraag gaan wij in deze quickscan achtereenvolgens in op:

- huidige situatie (ligging van Groesbeek, aantal inwoners, huidig winkelloppervlak, spreiding en structuur van het centrum);
- toekomstige distributieve mogelijkheden;
- potentiële invullingsmogelijkheden;
- ruimtelijke voorwaarden.

Deze quickscan is nadrukkelijk geen distributieplanologisch onderzoek. In het kader van de ruimtelijke onderbouwing van het project is hiervoor een uitgebreider distributieplanologisch onderzoek noodzakelijk.

2 Huidige situatie

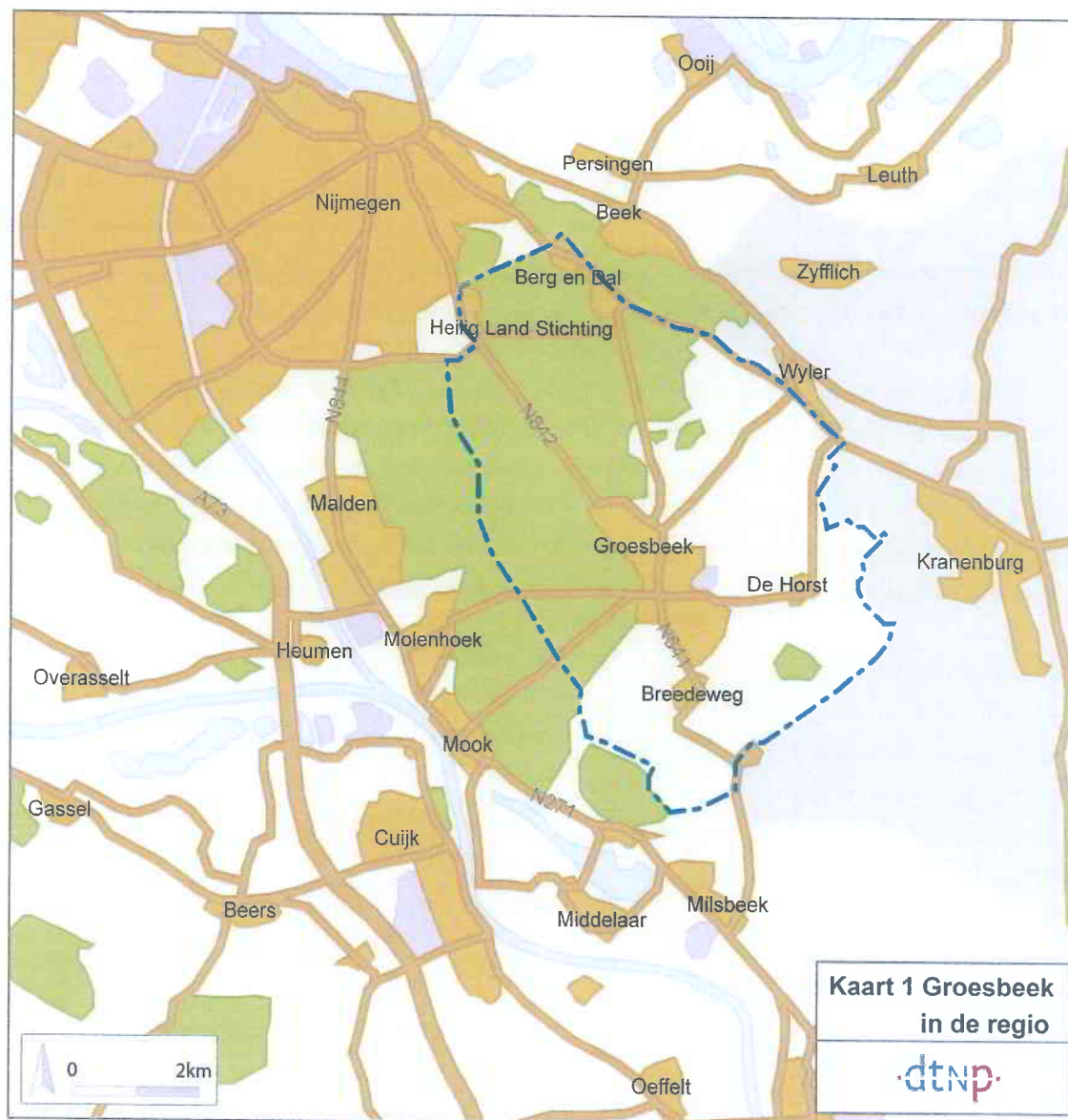
Ligging

De gemeente Groesbeek ligt ten zuidoosten van Nijmegen en grenst aan Duitsland. Binnen de gemeente liggen veel bos- en overige natuurgebieden. De gemeente Groesbeek kenmerkt zich door haar heuvelachtige omgeving. Berg en Dal ligt aan de rand van de stuwwal. De bekende Zevenheuvelenweg ligt tussen Groesbeek en Berg en Dal.

Mede door haar ligging nabij de grens in een bosrijk en heuvelachtig gebied is sprake van een enigszins geïsoleerde ligging van de kern Groesbeek.

Bevolkingsomvang

In de gemeente Groesbeek wonen circa 18.800 mensen. Hiervan woont het grootste deel in de kern Groesbeek (circa 13.000). Daarnaast bestaat de gemeente uit een aantal kleinere kernen.



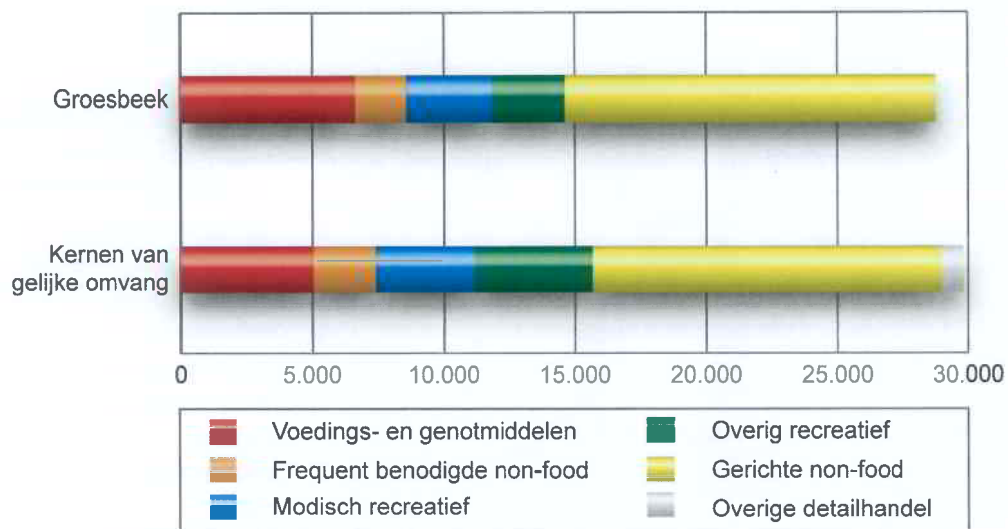


Centrum van Nijmegen



Ruim aanbod dagelijkse artikelen in Groesbeek

Figuur 1 Winkelaanbod in Groesbeek en in kernen van gelijke omvang (m² wvo)



Bron: Locatus, april 2007; bewerking Droogh Trommelen en Partners

Tabel 1 Aantal inwoners per kern in de gemeente Groesbeek in 2006*

Groesbeek	12.830
Breedeweg	2.480
De Horst	1.260
Berg en Dal	670
Heilig Land Stichting	1.600
TOTAAL	18.840

Berg en Dal en Heilig Land Stichting liggen tegen de stad Nijmegen aan. De inwoners van deze kernen zullen vooral gericht zijn op het winkelaanbod in Nijmegen. Het primair verzorgingsgebied van het centrum van Groesbeek bestaat uit Groesbeek, De Horst en Breedeweg (circa 16.570 inwoners).

Omvang en branchering winkelaanbod

Het winkelaanbod in Groesbeek bestaat uit ± 28.000 m² winkelvloeroppervlak (wvo). Dit is vergelijkbaar met het gemiddelde aanbod in kernen met circa 16.500 inwoners (figuur 1). Groesbeek heeft een groter aanbod dan gemiddeld in voedings- en genotmiddelen. Het aanbod in recreatieve branches is daarentegen kleiner dan gemiddeld.

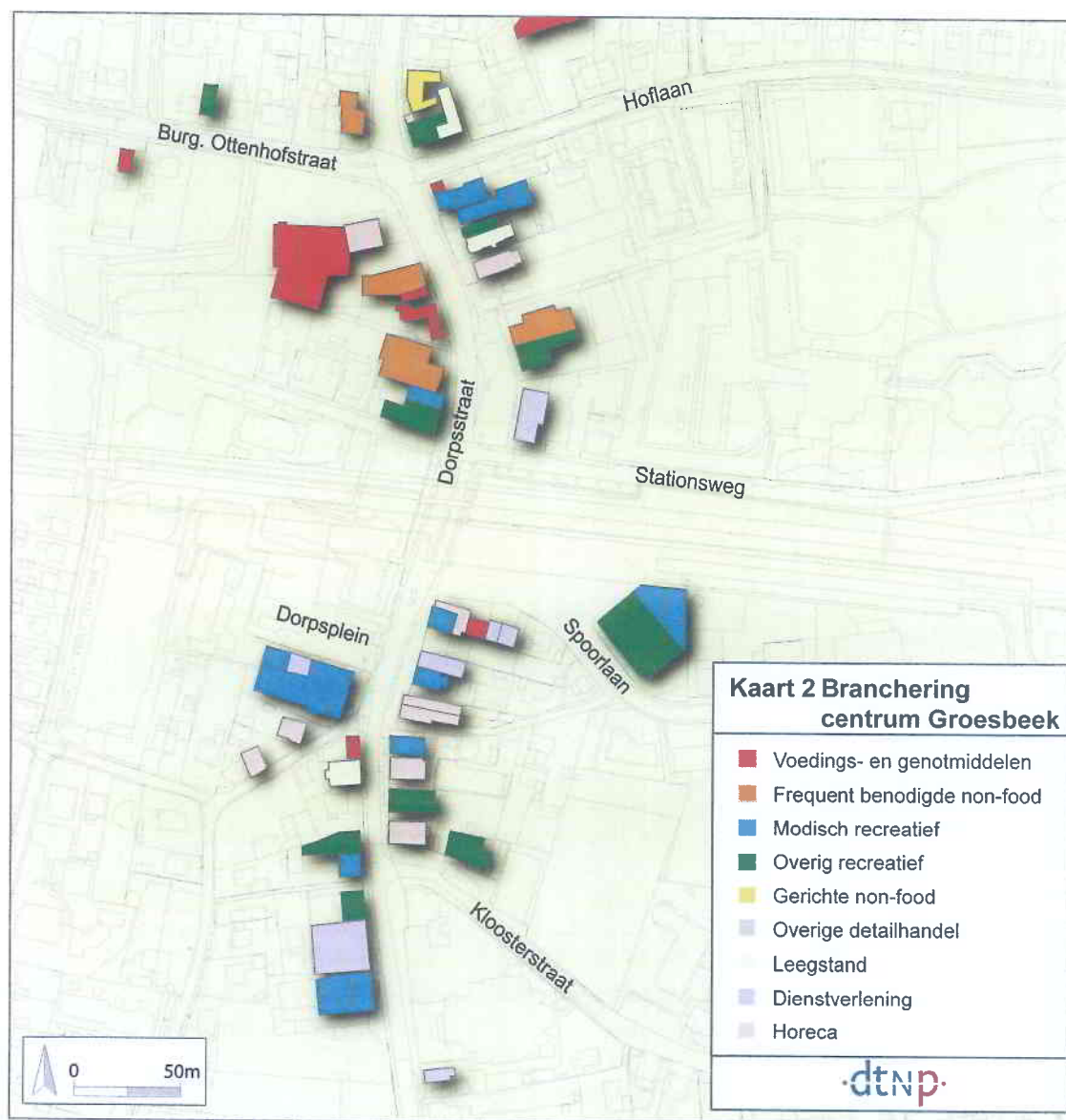
* CBS (2007), Kerncijfers wijken en buurten

Spreiding winkelaanbod

Het winkelaanbod in Groesbeek is relatief verspreid over de kern gelegen. De concentratie van winkels in het centrum is vrij laag. Met name in dagelijkse artikelen (voedings- en genotmiddelen, frequent benodigde non-food) en mode is het aanbod in het centrum van Groesbeek vrij gering.

Tabel 2 Concentratiegraad winkelaanbod in Groesbeek en in kernen van gelijke omvang (Locatus, 2007)

	Centrum Groesbeek	Centra gemiddeld
Voedings- en genotmiddelen	50%	65%
Freq. benodigde non-food	62%	77%
Modisch recreatief	65%	66%
Overig recreatief	13%	13%
Gerichte non-food	13%	13%
Overige detailhandel	0%	13%
TOTAAL	32%	46%





Super de Boer net buiten het centrum



Prinses Margrietstraat



Winkelaanbod aan de Dorpsstraat

De relatief lage concentratiegraad in voedings- en genotmiddelen komt vooral door de verspreide ligging van supermarkten. In het centrum liggen Jan Linders, Aldi en Supercoop. Super de Boer en Lidl liggen er net buiten. In het zuidelijke gedeelte van de kern is aan De Bats een kleinschalige Albert Heijn aanwezig en in Breedeweg ligt buurtsuper Spar. Aan de Margrietstraat ligt een klein buurtwinkelcentrum (o.a. Zeeman, Schlecker).

Structuur centrum

Het centrum van Groesbeek bestaat uit 9.000 m² wvo en heeft een langgerekte structuur. Het winkelaanbod is met name gevestigd aan de Dorpsstraat (kaart 2).

Het centrum wordt doorkruist door een spoorlijn die van Nijmegen naar Kleve (Duitsland) loopt. Deze lijn is niet meer in gebruik maar vormt wel een barrière tussen het noordelijke en zuidelijke gedeelte van het centrum.

3 Distributieve ruimte

In de tabellen 3 en 4 zijn indicatieve berekeningen gemaakt van de distributieve uitbreidingsmogelijkheden in de kern Groesbeek. Voor de berekening zijn wij uitgegaan van een min of meer gelijkblijvend inwonertal in het primaire verzorgingsgebied (Groesbeek, Breedeweg en De Horst). Daarnaast zijn we uitgegaan van de versterking van de positie van het centrum van Groesbeek door uitvoering van het Centrumplan.

Tabel 3 Indicatieve berekening uitbreidingsruimte winkels in VGM in Groesbeek

Verzorgingsgebied	16.570
Toonbankbestedingen	€ 1.940
Koopkrachtbinding	90-95%
Koopkrachttoevloeiing	15-20%
Totale omzet	€ 28,9-30,5 mln
Omzet per m ² wvo	€ 7.100
Haalbaar aanbod wvo	± 4.800-5.400 m ²
Aanwezig aanbod wvo	± 6.630 m ²
Uitbreidingsruimte	nihil

**Tabel 4 Indicatieve berekening
uitbreidingsruimte winkels in DOG
(excl. wonen en do-het-zelf) in
Groesbeek**

Verzorgingsgebied	16.570
Toonbankbestedingen	€ 1.770
Koopkrachtbinding	55-60%
Koopkrachttoevoeiing	25-30%
Totale omzet	€ 21,5-25,1 mln
Omzet per m ² wvo	€ 2.400
Haalbaar aanbod wvo	± 9.000-10.500 m ²
Aanwezig aanbod wvo	± 9.000 m ²
Uitbreidingsruimte	± 1.000 m ²

Aan de hand hiervan kan geconcludeerd worden dat Groesbeek in de sector voedings- en genotmiddelen (VGM) niet of nauwelijks beschikt over uitbreidingspotentie.

In de sector duurzame en overige goederen (DOG) hebben wij een indicatieve uitbreidingsruimte berekend van circa 1.000 m² winkelvloeroppervlak.

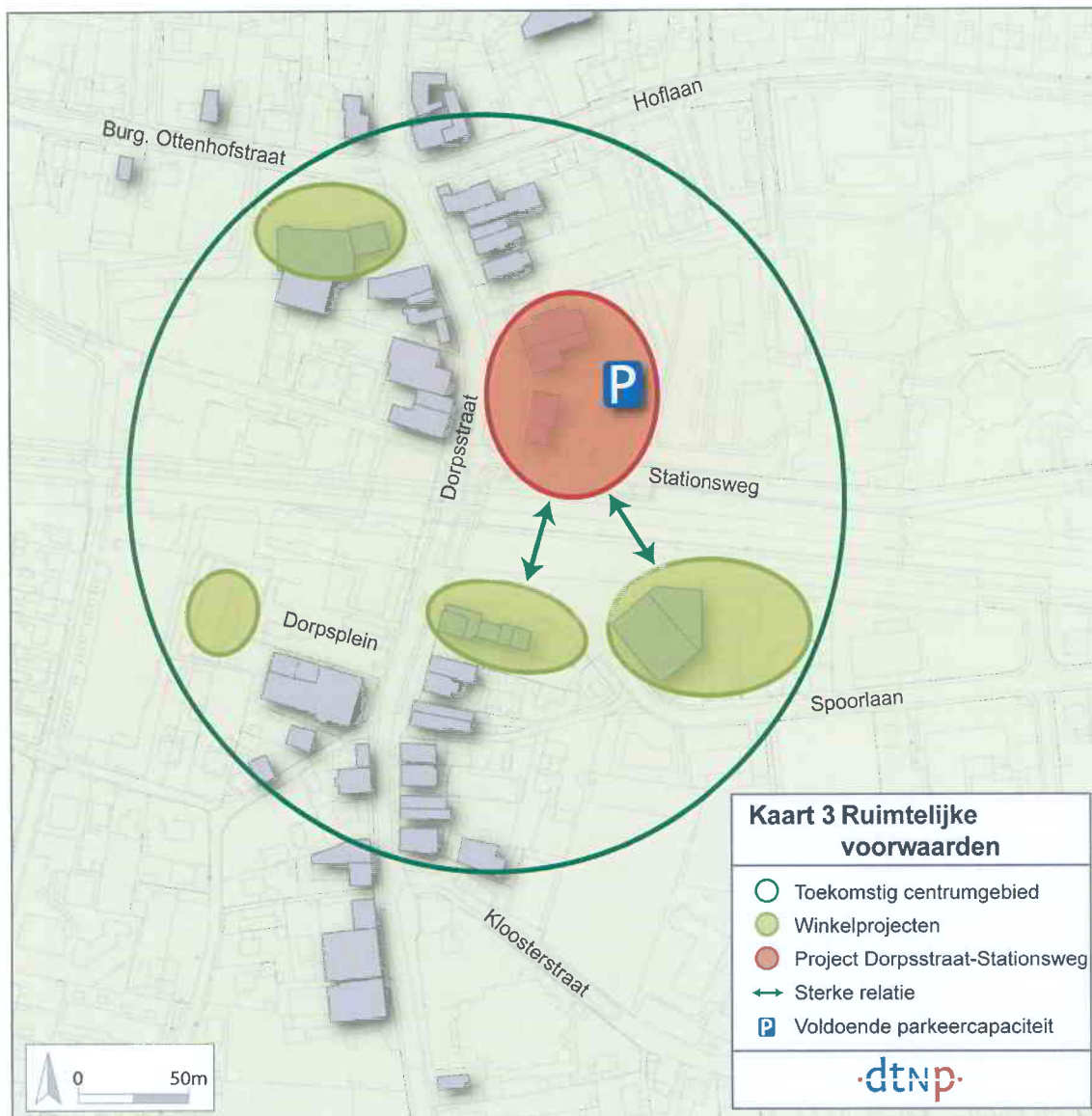
4 Invulling project

Uitgaande van de beperkte distributieve uitbreidingsmogelijkheden kan bij de invulling van het project aan de Dorpsstraat aan de volgende mogelijkheden worden gedacht:

- **Verplaatsingen**
In Groesbeek liggen veel winkels buiten het centrum. Een deel van deze winkels wordt bij voorkeur verplaatst naar een nieuwe locatie in het centrum. Daarbij kan zowel gedacht worden aan supermarkten (Albert Heijn, Lidl) als aan overig aanbod (Zeeman, Schlecker). Ook aan de rand van het centrum gelegen (recreatieve) winkels zullen mogelijk behoefte hebben aan een betere locatie. Door de centrumplannen zal het zwaartepunt namelijk nog meer rondom het spoor komen te liggen. Gedacht kan worden aan EP, Willemsen Mode of Wollenberg Sport.
- **Schaalvergroting**
Daarnaast kan gedacht worden aan het verplaatsen van bepaalde supermarkten die momenteel naar huidige maatstaven te klein zijn of anderszins een reden

zouden kunnen hebben om te willen verplaatsen (Jan Linders, Albert Heijn, Aldi).

- **Ontbrekende formules**
In Groesbeek ontbreken momenteel een aantal landelijk bekende formules die in referentiedorpen wel zijn gevestigd. Deze formules kunnen een versterking betekenen voor de aantrekkingskracht van het centrum. Gedacht kan worden aan Schoenenreus, Shoeby Shop, Ter Stal, Hans Textiel, Intertoys, Sport 2000 en Hans Anders.



5 Voorwaarden

Door de uitvoering van de centrumplannen worden op verschillende locaties in het centrum van Groesbeek winkelprojecten ontwikkeld (zie kaart 3). Met name de Markt krijgt een sterkere positie door de herontwikkeling van de zuidwand en de ontwikkeling van het ZOMA-terrein.

Een belangrijke voorwaarde voor het winkelproject aan de Dorpsstraat is een goede relatie met overige delen van het centrum. Het project aan de Dorpsstraat – Stationsweg kan alleen slagen als een goede onderlinge relatie gelegd kan worden tussen deze verschillende projecten. Het project dient een goede relatie te krijgen met de Markt en haar publiekstrekkers (o.a. HEMA). Zodoende kan zowel aan de Dorpsstraat als aan de zijde van de Markt een goed vestigingsklimaat ontstaan voor winkels. Indien de relatie met de Markt onvoldoende is, wordt het totale vestigingsklimaat van het project minder (ook aan de zijde van de Dorpsstraat), omdat de afstand tussen de centrumdelen dan te groot blijft.

6 Conclusies

De distributieve uitbreidingsmogelijkheden in Groesbeek zijn beperkt. Op basis van verplaatsingen, schaalvergroting en toevoeging van ontbrekende formules zijn echter voldoende kansen aanwezig om het project aan de Dorpsstraat op een kwalitatief goede manier te verhuren.

Belangrijke voorwaarde voor het slagen van het project is wel dat er een goede relatie gelegd wordt tussen de winkels in het project en de overige projecten aan het Marktplein.

Bijlage 1 Indeling branches in branchegroepen

Branchegroepen	Branches
Voedings- en genotmiddelen	Supermarkt, versspeciaalzaak, slijter, tabak/lectuur
Frequent benodigde non-food	Persoonlijke verzorging Huishoudelijke artikelen Bloemen/planten, dierbenodigdheden
Modisch recreatief	Kleding en mode-accessoires Schoenen en lederwaren
Overig recreatief	Optiek, juwelier, antiek en kunst Sport en spel Hobby-artikelen Boeken, cd's, kantoorartikelen Warenhuis Bruin- en witgoed Fietsen en autoaccessoires
Gerichte non-food	Woninginrichting (o.a. meubelen, keukens, sanitair, vloerbedekking) Doe-het-zelfartikelen Tuincentra en tuinartikelen
Overige artikelen	Tweedehandsartikelen, Wereldwinkel, handicap, religie, etc.

DROOGH TROMMELEN EN PARTNERS



Adviseurs voor Ruimte en Strategie



Groesbeek

DPO

Plan Dorpsstraat



DROOGH TROMMELEN EN PARTNERS



Adviseurs voor Ruimte en Strategie

Groesbeek

Opdrachtgever: Gemeente Groesbeek
Projectnummer: 896.1109
Datum: 2 december 2009

DPO
plan Dorpsstraat

DROOGH TROMMELEN EN PARTNERS
Voorstadslaan 254
6542 TG Nijmegen
T 024 - 379 20 83
F 024 - 378 06 53
E info@dtnp.nl
W www.dtnp.nl

Inhoudsopgave

1	Inleiding	1
2	Detailhandel in Groesbeek	2
2.1	Huidige winkelstructuur	2
2.2	Distributieve mogelijkheden	4
3	Centrumplannen	5
3.1	Centrumvisie 2001	5
3.2	Plan Dorpsstraat Mariëndaal	6
4	Effecten commerciële ruimten	7
4.1	Effecten concentratiegebied	7
4.2	Effecten supermarktstructuur	8
4.3	Effecten plan Dorpsstraat	8

1 Inleiding

Centrumvisie en plan Dorpsstraat Mariëndaal

In opdracht van de gemeente Groesbeek heeft DTNP (voorheen Droogh Trommelen Broekhuis) in 1999 distributieplanologisch onderzoek uitgevoerd naar de uitbreidingspotenties voor voor het centrum van Groesbeek*. Het DPO vormde de onderbouwing voor de centrumvisie die de gemeente Groesbeek vervolgens in 2001 heeft laten opstellen. Een belangrijke doelstelling uit de centrumvisie is de concentratie van het winkelaanbod in het centrum, waarbij de centrumdelen ten noorden en ten zuiden van de spoorlijn meer als één aantrekkelijk en compact centrumgebied gaan functioneren. Om deze kwalitatieve doelstelling te kunnen bereiken is het ontwikkelen van nieuwe winkelmeters op strategische locaties in het hart van het centrum een eerste randvoorwaarde. De centrumvisie is doorvertaald naar een centrumplan**.

* DTB (1999), Groesbeek, Uitbreidingsmogelijkheden centrum

** Gemeente Groesbeek (2001), Ontwikkelingsplan

Een cruciaal onderdeel van het centrumplan is de herontwikkeling van de Rabobank en naastgelegen percelen aan de Dorpsstraat. Belin Projectontwikkeling BV heeft een concreet bouwplan voor deze locatie. Op deze centrumlocatie wil zij een winkeloppervlak realiseren van $\pm 4.300 \text{ m}^2$ bvo in combinatie met woningen en een parkeer-garage. Het project zorgt voor de verbinding tussen de twee centrumdelen.

Onderbouwing bestemmingsplan

Voor het plan Dorpsstraat heeft DTNP in 2007 een quickscan uitgevoerd naar de verhuurbaarheid van de commerciële ruimte***. Het bouwplan is inmiddels geconcretiseerd in een ontwerpbestemmingsplan dat ter inzage heeft gelegen. Hierop zijn enkele zienswijzen ingediend die betrekking hebben op de motivering van het aantal vierkante meter commerciële ruimten in het project dat ingevuld kan worden met winkels. De gemeente Groesbeek heeft behoefte aan aanvullend DPO op de eerder uitgevoerde quickscan naar aanleiding van de ingediende zienswijzen. In het DPO wordt

*** DTNP (2007), Groesbeek project Dorpsstraat, Quickscan Verhuurbaarheid winkelruimte

zowel op kwantitatieve als kwalitatieve wijze ingegaan op de effecten van nieuwe winkelmeters in het centrum op de aanbodstructuur.

De gemeente heeft Droogh Trommelen en Partners (DTNP) gevraagd onderstaande vragen omtrent het winkelprogramma in het plan Dorpsstraat, onderdeel van het plan Dorpsstraat Mariëndaal, te beantwoorden:

1. Wat zijn de effecten van het commerciële programma in het bestemmingsplan Dorpsstraat Mariëndaal op de aanbodstructuur?
2. Leidt het commerciële programma in het bestemmingsplan Dorpsstraat Mariëndaal tot duurzame ontwricting?

Leeswijzer

In hoofdstuk 2 wordt kort ingegaan op de huidige aanbodstructuur en de distributieve mogelijkheden. Hoofdstuk 3 beschrijft het doel van de centrumvisie en de concrete winkelprojecten die daaruit zijn voortgekomen. In het laatste hoofdstuk (hoofdstuk 4) wordt ingegaan op de effecten van het winkelprogramma van het plan Dorpsstraat. Tot slot wordt geconcludeerd of het plan leidt tot duurzame ontwricting.

2 Detailhandel in Groesbeek

2.1 Huidige winkelstructuur

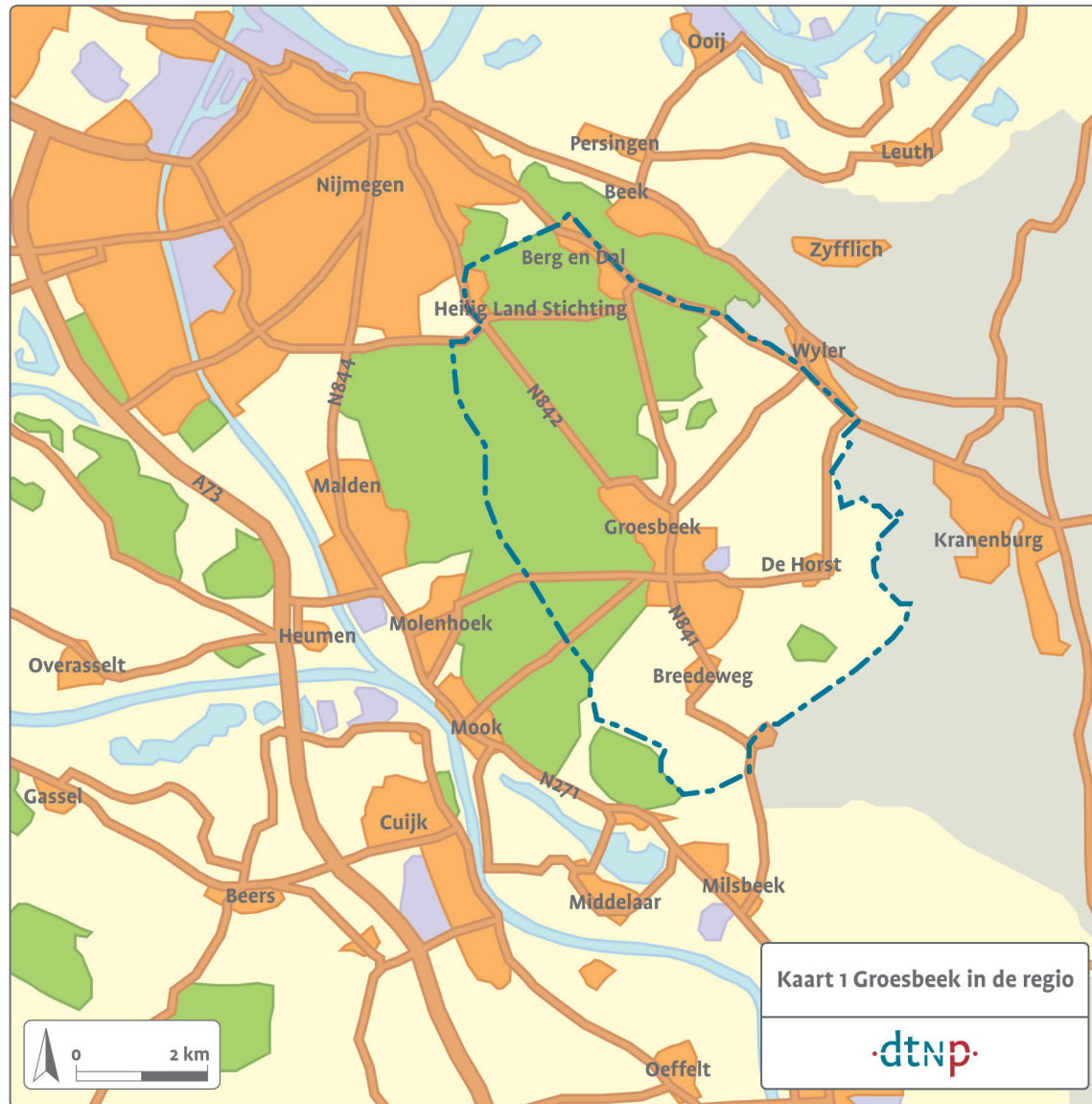
Huidig aanbod in relatie tot de schaal van Groesbeek

De gemeente Groesbeek heeft ± 19.000 inwoners*. Het primaire verzorgingsgebied van het winkelaanbod van Groesbeek bestaat uit Groesbeek, De Horst en Breedeweg (± 16.160 inwoners**). Door de ligging nabij Nijmegen is de bovenlokale verzorgingsfunctie beperkt (kaart 1).

Het winkelaanbod in Groesbeek (ruim 26.000 m² winkelvloeroppervlak) is van een vergelijkbare omvang met het winkelaanbod in kernen van 16.100 inwoners (ruim 28.000 m² wvo). Het supermarktaanbod in Groesbeek is groter dan gemiddeld. Het niet dagelijkse winkelaanbod (exclusief volumineus aanbod)

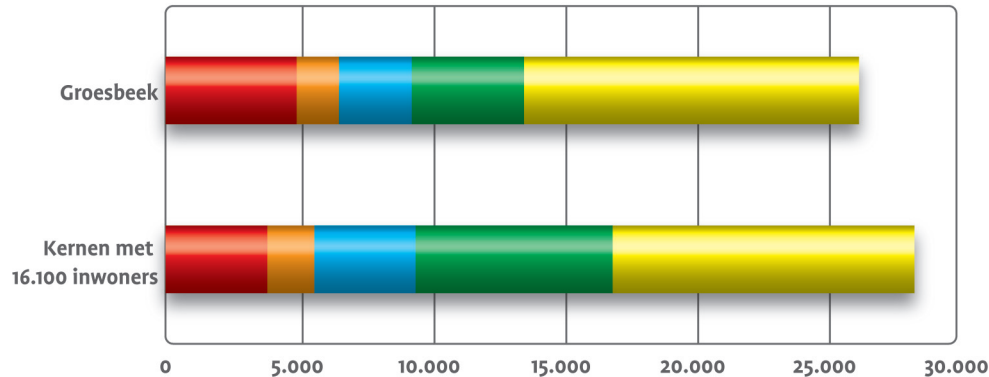
* CBS (2009), Statline Databank

** Gemeente Groesbeek (2009), Statistieken Burgerzaken, Aantal inwoners naar leeftijdsgroep en wijk op 31-12-2008



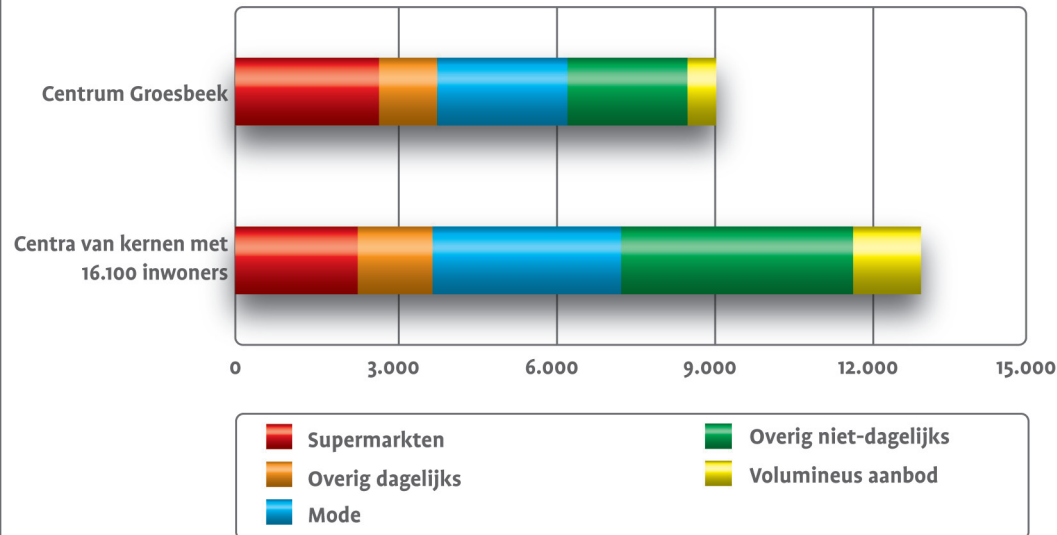
Figuur 1

Winkelaanbod in Groesbeek en in kernen van 16.100 inwoners (m² wvo)



Figuur 2

Winkelaanbod in het centrum van Groesbeek en in centra van kernen met 16.100 inwoners (m² wvo)



Bron: Locatus, oktober 2009; bewerking Droogh Trommelen en Partners

heeft een kleinere omvang dan het aanbod in kernen met eenzelfde inwonertal (figuur 1).

Het aanbod in het centrum van Groesbeek ($\pm 9.000 \text{ m}^2 \text{ wvo}$) is opvallend kleiner dan gemiddeld in centra van kernen van een vergelijkbare omvang ($\pm 13.000 \text{ m}^2 \text{ wvo}$). Het winkelaanbod in Groesbeek is voor groot deel buiten het centrum gevestigd. In vergelijkbare kernen is $\pm 46\%$ van het winkelaanbod in het centrum van de kern gevestigd. In Groesbeek is het aandeel dat in het centrum gevestigd is slechts $\pm 35\%$.

Structuur centrum Groesbeek

Het winkelaanbod in het centrum van Groesbeek is verspreid over een ruim gebied. Het merendeel van het winkelaanbod is gevestigd langs het historische lint Dorpsstraat en Pannenstraat. Een aantal winkels, waaronder de supermarkten Supercoop en Aldi, zijn op een behoorlijke afstand tot het overige aanbod in het centrum gevestigd en moeten daarom als verspreide bewinkeling beoordeeld worden. Het aanbod in het centrum heeft zonder supermarkten Supercoop en Aldi en andere winkels buiten

de randen van het centrum slechts een omvang van ± 6.500 m² wvo.

Het samenhangende centrumgebied beslaat het gebied tussen het kruispunt Dorpsstraat-Hoflaan tot de Pannenstraat ter hoogte van Willemsen Mode. Supermarkt Jan Linders is de enige supermarkt in het centrum. Het winkelaanbod binnen dit gebied bestaat uit twee delen: het deel ten noorden en het deel ten zuiden van het spoor. Hierdoor is binnen het centrumgebied geen sprake van één compact en comfortabel winkelgebied.

Supermarktstructuur Groesbeek

In Groesbeek zijn zes supermarkten. Dit aantal is opvallend groot in verhouding tot de omvang van het verzorgingsgebied. Vijf van de zes supermarkten liggen buiten het centrum en functioneren solitair. In centra met de aard en omvang van Groesbeek is boodschappen doen het belangrijkste bezoeks-motief en zijn supermarkten de belangrijkste publiekstrekkingen. Door de verspreide ligging van de supermarkten kunnen consumenten het boodschappen doen in de supermarkt niet gemakkelijk combineren met overig winkelbezoek. Door

het ontbreken van meerdere supermarkten als publiekstrekkingen in het centrum is bij detailhandelsbedrijven onvoldoende behoefte voor vestiging in het centrum.

Bijna alle supermarkten hebben een kleine omvang (< 1.000 m² wvo). Alleen de Supercoop heeft een moderne maat (± 1.400 m² wvo). Consumenten willen kunnen kiezen uit een steeds breder en dieper assortiment. De huidige aanbodstructuur in Groesbeek is, met vooral kleine supermarkten, niet optimaal voor de consument. De bestaande supermarkten zullen in de strijd om de consument hun supermarkt willen vergroten (schaalvergroting).

Conclusie huidige structuur

- Een groot deel van het winkelaanbod in Groesbeek is verspreid gevestigd.
- Het aanbod in het centrum heeft een relatief beperkte omvang.
- Het winkelaanbod in het centrum is langgerekt en bestaat uit twee delen.
- Er zijn veel en te kleine supermarkten die op één na allemaal buiten het centrum gevestigd zijn.

2.2 Distributieve mogelijkheden

Reeds ruim dagelijks aanbod

In het DPO voor het centrum van Groesbeek dat in 1999 door DTNP (voorheen Droogh Trommelen Broekhuis), is opgesteld, is geconstateerd dat er voor dagelijks aanbod / aanbod in voedings- en genotmiddelen geen uitbreidingsruimte te berekenen is*. In 2007 is door DTNP wederom indicatief een distributieve berekening gemaakt om uitspraken te kunnen doen over de mogelijke invulling van het plan Dorpsstraat. Uit deze berekening kwam eveneens naar voren dat er geen netto uitbreiding in de dagelijkse sector verwacht mag worden.

Het supermarktenaanbod in Groesbeek is door de aanwezigheid van zes supermarkten ruimer dan gemiddeld in kernen met eenzelfde verzorgingsgebied. Aan de vraagzijde (inwonertal) zal weinig veranderen, zodat er op termijn nog steeds geen kwantitatieve uitbreidingsruimte te verwachten is.

* DTB (1999), Groesbeek, Uitbreidingsmogelijkheden centrum

Enige uitbreidingsruimte niet-dagelijks aanbod

Indien het centrum van Groesbeek een kwaliteitsimpuls krijgt (compleet, compact en comfortabel) ontstaat er synergie tussen het aanbod en is een indicatieve uitbreidingsruimte van het winkelaanbod van $\pm 1.000 \text{ m}^2$ wvo berekend (DTNP, 2007). Binnen enkele branches (o.a. mode en sport) zijn kansen voor toevoeging van een aantal formules die in centra van vergelijkbare kernen aanwezig zijn en momenteel (nog) ontbreken in het winkelapparaat van Groesbeek.

De verschuivingen aan de vraag- en aanbodzijde ten opzichte van de situatie in 2007 zijn beperkt, waardoor nog steeds uitgegaan kan worden van de indicatieve uitbreidingspotentie van $\pm 1.000 \text{ m}^2$ wvo voor het niet-dagelijkse winkelaanbod.

Conclusie distributieve ruimte

- De netto uitbreidingsruimte voor het centrum van Groesbeek is beperkt.
- In de niet-dagelijkse winkelbranches zijn er kansen voor toevoeging van ontbrekende formules.

3 Centrumplannen

3.1 Centrumvisie 2001

Concentratiebeleid detailhandel

De gemeente Groesbeek heeft in 2001 een centrumvisie laten opstellen. Een belangrijke doelstelling uit de centrumvisie is de concentratie van het winkelaanbod in het centrum, waarbij de centrumdelen ten noorden en ten zuiden van de spoorlijn meer als één aantrekkelijk en compact centrumgebied gaan functioneren, met het Marktpllein als centraal punt van het winkelhart. Dit concentratiegebied betreft het gebied tussen het kruispunt Dorpsstraat-Hoflaan en kruispunt Pannenstraat-Kloosterstraat.

Een compleet, compact en comfortabel centrum zijn voorwaarden voor een langere verblijfsduur, meer combinatiebezoek en daardoor meer kans op een duurzaam sterk aanbod. Om deze kwalitatieve doelstelling te kunnen bereiken is het ontwikkelen van nieuwe winkelmeters op strategische locaties in het hart van het centrum een eerste randvoorwaarde. Zo kan ruimte geboden

worden voor concentratie van het aanbod door verplaatsing vanuit de randen van het centrum en van buiten het centrum.

Centrumplannen

De centrumvisie is doorvertaald naar een centrumplan, vastgesteld door de gemeenteraad, waarin een aantal projecten is opgenomen met nieuwe commerciële ruimten (potentiële winkelmeters). Voor twee locaties in het concentratiegebied heeft inmiddels planologische besluitvorming plaatsgevonden:

- Dorpsstraat: $\pm 4.300 \text{ m}^2$ bvo commercieel (waarvan $\pm 1.500 \text{ m}^2$ bvo vervanging);
- Dorpsplein: $\pm 1.450 \text{ m}^2$ bvo commercieel.

Hierdoor wordt $\pm 4.250 \text{ m}^2$ bvo aan commerciële ruimte aan het centrum toegevoegd. Dit komt neer op een toevoeging van $\pm 3.120 \text{ m}^2$ aan potentieel winkelvloeroppervlak.

Daarnaast zijn voor twee andere centrumlocaties plannen in ontwikkeling, waarover echter nog geen planologische besluitvorming heeft plaatsgevonden:

- Spoorlaan: $\pm 3.600 \text{ m}^2$ bvo commercieel (waarvan $\pm 1.600 \text{ m}^2$ bvo vervanging);

- De Markt: $\pm 1.450 \text{ m}^2$ bvo commercieel (waarvan $\pm 500 \text{ m}^2$ bvo vervanging).

De plannen voor de locaties Spoorlaan en De Markt kunnen leiden tot toevoeging van $\pm 2.950 \text{ m}^2$ bvo aan commerciële ruimte (± 2.200 verkoopvloeroppervlak). Afstemming over de exacte omvang en invulling van de plannen voor deze twee projecten moet nog volgen. De ontwikkeling van deze projecten gaat in ieder geval na de oplevering van de projecten Dorpsplein (al in de verhuur) en Dorpsstraat plaatsvinden.

Bovengenoemde centrumprojecten betekenen een behoorlijke toevoeging aan commerciële ruimte voor detailhandel, horeca en dienstverlening in het centrum, nog steeds passend bij de aard en omvang van Groesbeek. Naar verwachting zal een groot deel ingevuld kunnen worden met detailhandel. Dit programma aan nieuwe winkelmeters centraal in het concentratiegebied past in de centrumvisie en versterkt de aanbodstructuur.

3.2 Plan Dorpsstraat Mariëndaal

Plandelen en programma

Het plan Dorpsstraat Mariëndaal bestaat uit twee delen: Dorpsstraat en Mariëndaal. In het plandeel Mariëndaal komt een groot aantal (zorg)woningen. De locatie Dorpsstraat voorziet in $\pm 4.300 \text{ m}^2$ bvo aan commerciële ruimte in combinatie met woningen en een parkeergarage. Het project beslecht de barrière tussen de twee centrumdelen door een nieuwe pleinwand aan het Marktpllein.

Commercieel programma Dorpsstraat

Het commerciële oppervlak bestaat uit $\pm 4.300 \text{ m}^2$ bvo. Hiervan zijn $\pm 1.500 \text{ m}^2$ bvo vervangingsmeters (Blokker en fietsenhandel). Voor de overige commerciële ruimte wordt gedacht aan de verplaatsing van Albert Heijn ($\pm 1.650 \text{ m}^2$ bvo: $\pm 1.320 \text{ m}^2$ wvo) die momenteel gevestigd is aan De Bats ($\pm 900 \text{ m}^2$ wvo). De overige nieuwe commerciële meters ($\pm 1.100 \text{ m}^2$ bvo) kunnen ingevuld worden met andere commerciële functies (winkels, horeca en dienstverlening). Naar verwachting wordt $\pm 375 \text{ m}^2$ bvo ingevuld met horeca, waardoor de netto uitbreiding met overige winkels beperkt is: $\pm 725 \text{ m}^2$ bvo ($\pm 550 \text{ m}^2$ wvo).



Plan verbindt noord- met zuidzijde centrum



Comm. programma deels vervangingsmeters



Plan Dorpsstraat biedt kansen voor verplaatsing

4 Effecten commerciële ruimten

4.1 Effecten concentratiegebied

Het detailhandelsbeleid van de gemeente Groesbeek is er op gericht dat het winkelaanbod in de kern Groesbeek meer geconcentreerd wordt in het hart van het centrum (centrumvisie). Om het winkelaanbod in het centrum van Groesbeek te kunnen verdichten en het kernwinkelgebied compacter (minder langgerekt en één geheel) te maken is een toevoeging van commerciële ruimte (winkeloppervlak) op strategische locaties van belang. Met deze strategische winkellocaties kan de routing en structuur in het kernwinkelgebied versterkt worden.

De netto uitbreidingspotenties zijn beperkt. Enige uitbreiding van het niet-dagelijkse winkelaanbod, met bijvoorbeeld enkele ontbrekende winkelformules als Shoeby Fashion, Ter Stal, Hans Textiel, Intertoys, Sport 2000 en Hans Anders, is mogelijk.

Door de beperkte uitbreidingspotentie en de wens bestaand aanbod te concentreren wordt bij voorkeur een deel van de nieuwe winkelmeters met verplaatsende winkels vanuit de rand van het centrum of verspreid gelegen vestigingen ingevuld.

Om te zorgen dat bestaande aanbieders goed kunnen blijven functioneren, is er daarnaast uitbreidingsruimte voor schaalvergroting nodig. Dit kunnen bestaande vestigingen in het centrum zijn, maar ook bestaande winkels die door naar het centrum te verplaatsen de kans zien uit te breiden.

In algemene zin betekent het bovengenoemde proces van concentratie van het aanbod een duurzame versterking van de aanbodstructuur. Winkels in een compact centrumgebied profiteren van elkaars aanwezigheid (bekendheid winkelgebied) en van elkaars bezoekers (consumenten langs de voordeur). Door het aanbod verder te concentreren wordt het draagvlak voor een ruim aanbod van winkels gewaarborgd. Verspreide vestigingen van kleinschalige winkels zullen naar verwachting steeds moeizamer functioneren. Voor de consument betekent een compleet,

compact en comfortabel centrum dat voldoende aanbod en keuzemogelijkheid op korte afstand (centraal in de kern) in de toekomst veilig gesteld wordt. Deze ontwikkeling kan leiden tot een afname van het aanbod buiten het centrum. Nieuwe winkelunits in het centrum kunnen extra concurrentie betekenen voor bestaand aanbod. Dit is echter geen ruimtelijk relevant criterium. Door de toevoeging van winkelruimte in het hart van het centrum nemen de exploitatiemogelijkheden voor een goed en gevarieerd winkelaanbod toe. Door deze ontwikkeling is van duurzame ontwrichting geen sprake: de keuzemogelijkheid voor de consument neemt ook op de lange termijn juist toe.

De verschillende projecten in het hart van het centrum in Groesbeek dragen allen bij aan een duurzame versterking van het centrum. Om het concentratieproces kracht bij te zetten, adviseren wij de gemeente Groesbeek om buiten het concentratiegebied nieuwvestiging en uitbreiding van winkelaanbod tegen te gaan.

4.2 Effecten supermarktstructuur

De huidige supermarktvestigingen in Groesbeek zijn, op Supercoop na, kleiner dan 1.000 m² vwo en daarmee te klein om in de toekomst haar consumenten goed te kunnen blijven bedienen. Consumenten willen kunnen kiezen uit een steeds breder en dieper assortiment. Dit vraagt om gemiddeld grotere supermarkten. Schaalvergroting van het supermarktaanbod in Groesbeek is gewenst.

Supermarkten in het centrum hebben, evenals andere centrumvoorzieningen, een kernverzorgende of zelfs bovenlokale functie en zijn daarom bij voorkeur de grootste supermarkten in de kern.

Het huidige supermarktaanbod in het centrum van Groesbeek is met alleen Jan Linders (± 960 m² vwo) zeer beperkt. Derhalve is het gewenst één of enkele grote units voor centrumsupermarkten te ontwikkelen, waarbij de centrumsupermarkten een omvang van ± 1.500 m² vwo per vestiging krijgen. Een sterk supermarktenaanbod in het centrum vergroot de lokale koopkrachtbinding aan het centrum. Uit onderzoek blijkt dat 1/3 deel van

de bezoekers aan supermarkten ook één of meer van de nabijgelegen speciaalzaken bezoekt (combinatiebezoek)*. Supermarkten zijn grote publiekstrekkingen en zijn daardoor belangrijk voor een kwalitatief goede invulling van de overige winkelunits van een centrumproject. Daarnaast bevorderen supermarkten, bij een goede ligging, de passantenstromen in het gehele centrum (looproutes).

Vanwege het ontbreken van netto uitbreidingsruimte gaat bij de invulling van nieuwe supermarktlocaties in het centrum de voorkeur uit naar verplaatsing van bestaande supermarkten in Groesbeek die momenteel buiten het centrum gevestigd zijn. Hierbij is het van belang dat de supermarktbestemming van de supermarktlocatie die achtergelaten wordt actief van het pand verwijderd wordt. Wij adviseren de gemeente Groesbeek bestaande solitair gevestigde supermarkten om deze reden niet meer uit te laten breiden.

Gezien het grote aantal supermarkten in Groesbeek is het niet uit te sluiten dat op

* G.F.B. Stinstra/DTNP (2005), Compleet anders?!

termijn een supermarkt zal verdwijnen. Indien de supermarkten in het centrum de grootste omvang hebben, zal op termijn naar verwachting een solitaire supermarkt verdwijnen. Per saldo betekent dit geen ontvruchting van de aanbodstructuur. De keuzemogelijkheid voor de consument blijft groot, terwijl de kwaliteit van het aanbod toeneemt.

4.3 Effecten plan Dorpsstraat

Het plan Dorpsstraat draagt van alle centrumprojecten het meest bij aan de gewenste versterking van de relatie tussen weerszijden van het spoor en gaat een zeer belangrijk onderdeel uitmaken van het winkelhart in het centrum van Groesbeek.

Het plan Dorpsstraat betekent een versterking van de aanbodstructuur:

- De locatie ligt centraal in het concentratiegebied en maakt verplaatsing van buiten het concentratiegebied mogelijk (verbetering ruimtelijke aanbodstructuur op kernniveau).
- Het plan vormt door haar ruimtelijke opzet een verbinding tussen de twee

centrumdelen (verbetering aanbodstructuur in het centrum).

- Het plan betekent de toevoeging van een publiekstrekker aan het centrum in de vorm van een supermarkt.

Het plan Dorpsstraat voorziet netto in een potentiële toevoeging van $\pm 2.200 \text{ m}^2$ winkelvloeroppervlak ($\pm 2.800 \text{ m}^2$ bvo). Hiervan wordt $\pm 1.320 \text{ m}^2$ wvo naar verwachting ingevuld met de verplaatsing en uitbreiding van Albert Heijn. Deze verplaatsing en uitbreiding sluit goed aan bij de gewenste versterking van de aanbodstructuur (concentratie van aanbod in het centrum). De overige commerciële ruimten ($\pm 1.100 \text{ m}^2$ bvo, $\pm 800 \text{ m}^2$ wvo) in het plan kunnen worden ingevuld met winkels, dienstverlening en horeca.

Naast de locatie Dorpsstraat wordt het winkelaanbod in het centrum van Groesbeek uitgebreid op de locatie Dorpsplein ($\pm 1.450 \text{ m}^2$ bvo; $\pm 1.000 \text{ m}^2$ wvo). De ontwikkeling van de projecten Dorpsstraat en Dorpsplein betekent een mogelijke toevoeging van $\pm 3.120 \text{ m}^2$ winkelvloeroppervlak. Dit programma heeft geen ontwrichtende werking

op de aanbodstructuur. Bovendien betekent het plan Dorpsstraat, evenals het project Dorpsplein, juist een versterking van de aanbodstructuur.

Het programma aan potentiële nieuwe winkelmeters in het plan Dorpsstraat leidt niet tot duurzame ontwrichting.