

**Seinpost**

ADVIESBUREAU BV

# **Ruimtelijk-economische onderbouwing Visie bestemmingsplan Binnenstad Wijk bij Duurstede**

Waalwijk, maart 2017

## Ruimtelijk-economische onderbouwing Visie bestemmingsplan Binnenstad Wijk bij Duurstede

### Managementsamenvatting

De gemeente Wijk bij Duurstede wil een ruimtelijk-economische onderbouwing van visie die is opgesteld door Buro Waalbrug en die moet leiden naar nieuw bestemmingsplan (de herziening gericht op actualisatie) voor de binnenstad. Ruimtelijk-economisch gezien is het meest van belang dat in de visie wordt voorgesteld om in het centrumdeel Oeverstraat de mogelijkheden voor detailhandel en winkelondersteunende horeca (categorie 1 en 2) te verruimen. Veranderingen van functies dienen getoetst te worden aan de Ladder voor duurzame verstedelijking (i.v.m. leegstand en overcapaciteit).

In de visie wordt niet alleen een verruiming toegestaan van de mogelijkheden aan de Oeverstraat. Er zijn ook twee centrumdelen waar consumentgerichte commerciële functies (detailhandel) niet meer wordt toegestaan (omgeving Walplantsoen en zuidelijk deel Veldpoortstraat). Per saldo worden de mogelijkheden in het centrumgebied voor lichte horeca en detailhandel met 2.150 m<sup>2</sup> bvo 1.613 m<sup>2</sup> wvo) verruimd.

Er is door Seinpost gekeken naar de actuele regionale behoefte op basis van de nieuwste koopstroomgegevens (KSO Randstad 2016) en gegevens over beschikbare metrages en verkooppunten voor winkels en horeca (cijfers van Locatus februari 2017). Voor wat betreft de confrontatie tussen vraag en aanbod is gebruik gemaakt van cijfers over bestedingen en vloerproductiviteiten die door [www.detailhandel.info](http://www.detailhandel.info) worden gehanteerd. Op het eerste gezicht is het aanbod sterk achtergebleven bij plaatsen van dezelfde omvang. Doch vanwege de relatief geringe mogelijkheden op toevloeiing (gezien de tamelijk geïsoleerde ligging) en op basis van een vergelijking met andere historische kernen van vergelijkbare grootte, dient dit genuanceerd te worden. In dit soort plaatsen is maatwerk aan de orde.

Uit het KSO Randstad 2016 blijkt ook dat de omzet van de detailhandel in de binnenstad van Wijk bij Duurstede groeit. De bezoekers van elders geven hoge scores en verblijven veel langer in de binnenstad dan de eigen inwoners (tot wel vier uur). Maar het aantal bezoekers is nog niet zo groot. Recente gegevens over de horeca geven aan dat deze sector landelijk de laatste jaren een groei doormaakt en dat deze lijn zich lijkt voort te zetten. Dit alles ondersteunt het beleid van de gemeente om meer in te zetten op recreatie en toerisme (Plan van Aanpak Stadspromotie). Mogelijkheden liggen er op basis van bijvoorbeeld blurring. De relatie tussen het kernwinkelgebied en de Stadshaven moet hierdoor worden verlevendigd. Hierbij is van belang te constateren dat de leegstad zich stabiliseert en landelijk gezien ligt op een (iets onder)gemiddeld niveau.

De beoogde uitbreiding van de mogelijkheden voor detailhandel en horeca zal en kan slechts kleinschalig van karakter zijn. Dit vanwege de toegestane maximale planologische mogelijkheden (minder dan 200 m<sup>2</sup> bvo per locatie), maar meer nog omdat het historische panden betreft (voorschriften 'beschermd stadsgezicht'). Ook zal in de praktijk slechts op geringe schaal een pand vrijkomen om van de woonfunctie te veranderen in een winkel- en/of horecafunctie. Op basis hiervan beargumenteren wij een geleidelijke (pandsgewijze) toevoeging van uiteindelijk ca. 900 m<sup>2</sup> wvo in de niet-dagelijkse sector, maximaal ca. 200 m<sup>2</sup> wvo in de dagelijkse sector en 10 horecavestigingen. Hierbij zijn ook ambacht en mengvormen van branches aan de orde (MKB/couleur locale).

De berekende maximale toevoeging in metrage van ruim 1.600 m<sup>2</sup> wvo op basis van de nieuwe visie past bij de berekende mogelijkheden en betreft bovendien een toevoeging in bestaand stedelijk gebied. Dit sluit aan bij het gemeentelijke beleid. Het eigenlijke centrumgebied wordt er zelfs compacter door. De toevoeging van meters winkel en horeca zal niet leiden tot ontwrichting van de

structuur elders in Wijk bij Duurstede. Op basis van samenwerking tussen partijen zal dit kunnen leiden tot doorgaande groei van de omzet en meer/extra draagvlak voor deze beoogde uitbreiding.

### **Inhoudsopgave**

Hoofdstuk 1 Aanleiding	blz. 4
Hoofdstuk 2 Verruiming detailhandel en horeca volgens visie	blz. 4
Hoofdstuk 3 Ruimtelijk-economische motivering detailhandel	blz. 5
Hoofdstuk 4 Ruimtelijk-economische motivering horeca	blz. 11
Hoofdstuk 5 Bestaand beleid	blz. 12
Hoofdstuk 6 Vergelijking visie met ruimtelijk-economische mogelijkheden	blz. 13
Bijlage 1 Trends in de detailhandel	blz. 15
Bijlage 2 Trends horeca	blz. 19
Bijlage 3 Inventarisatie leegstand Wijk bij Duurstede	blz. 25

## 1. Aanleiding

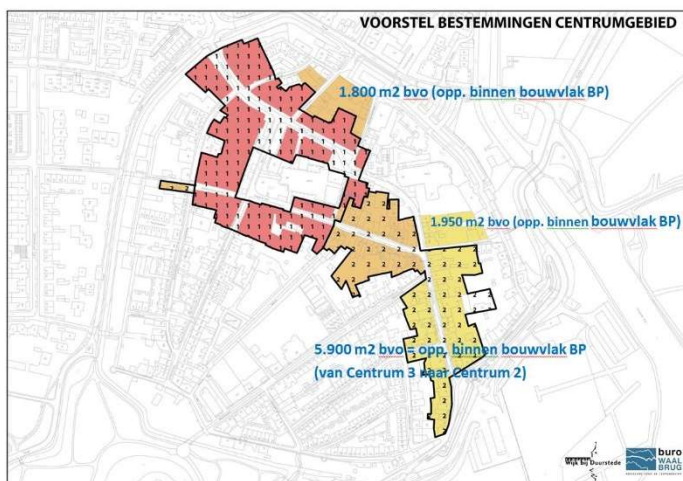
De gemeente Wijk bij Duurstede is bezig met het opstellen van een nieuw bestemmingsplan voor de binnenstad (uitgezonderd de stadshaven). Het betreft een herziening van het geldende bestemmingsplan gericht op actualisatie. In de visie die in dat kader samen met Buro Waalbrug wordt opgesteld staat hierover: “Deze actualisatie is in het bijzonder gericht op het centrumgebied en de daarbinnen geldende centrumbestemmingen alsmede de daarin toegestane functies en de mogelijkheden tot verandering daarvan. Voor het overige gebied van de binnenstad (buiten het centrumgebied) is de bestaande regeling zoveel als mogelijk uitgangspunt.” Als de visie is vastgesteld wordt overgegaan tot het daadwerkelijk opstellen van het nieuwe bestemmingsplan.

De veranderingen binnen de toegestane functie hebben betrekking op het kunnen doen uitoefenen van detailhandel en enkele vormen van horecabedrijven (lichte horeca). Deze aanpassingen hebben invloed op de schaal en omvang van dit type bedrijven in het centrum van Wijk bij Duurstede. Veranderingen van functies dienen getoetst te worden aan de Ladder voor duurzame verstedelijking (art.3.1.6. lid 2 Besluit ruimtelijke ordening). De Ladder is gericht op het tegengaan van leegstand en overcapaciteit in ruimtelijke plannen. Het vraagt van gemeenten om bij nieuwe plannen voor woningen, winkels, kantoren of bedrijventerreinen in drie stappen aan te tonen dat er behoefte aan is.

Deze notitie dient als ruimtelijk-economische onderbouwing van de visie die door de gemeente Wijk bij Duurstede t.a.v. de binnenstad wordt opgesteld en moet leiden tot een nieuw bestemmingsplan.

## 2. Verruiming detailhandel en horeca volgens visie

In de visie wordt voorgesteld om in het centrumdeel Oeverstraat de mogelijkheden voor detailhandel en winkelondersteunende horeca (categorie 1 en 2) te verruimen. Dit wil de gemeente doen door tegelijkertijd de mogelijkheden tot gebruik van panden in de binnenstad overzichtelijker te maken en twee centrumbestemmingen samen te voegen. Het bestaande kernwinkelgebied (Centrum 1) behoudt in hoofdlijnen dezelfde mogelijkheden als nu het geval is inclusief een kleine verruiming van de schaalgrootte van horecabedrijven. In dit gebied blijven commerciële functies op de begane grond het uitgangspunt. De twee andere centrumbestemmingen worden samengevoegd tot Centrum 2 (Peperstraat vanaf ongeveer het Kerkstraatje naar de aansluiting met de Oeverstraat en de Oeverstraat tot aan de Dijkstraat (omgeving Stadshaven)). In de kaart (hieronder) uit de visie is de wijziging afleesbaar.



Bron: Buro Waalbrug Visie bestemmingsplan Binnenstad Wijk bij Duurstede

De oranje en gele delen op de kaart worden samengevoegd tot ‘centrum 2’. Met deze samenvoeging worden de mogelijkheden in de Oeverstaat voor horeca en detailhandel verruimd waardoor uitbreiding van deze functies hier (op een kleinschalige wijze) mogelijk wordt. Het komt erop neer



dat de gebruiksmogelijkheden zoals die golden in het deel dat oranje is aangeduid op de kaart ook gaan gelden voor het gele deel. Tegelijkertijd worden twee delen van het gebied waar tot op heden commerciële functies mogelijk waren zodanig planologisch gewijzigd dat functies als detailhandel (en horeca) hier uitgesloten worden.

### ***Toegevoegd metrage detailhandel en lichte horeca***

Opgeteld (zie ook kaart) gaat het om een uitbreiding van 5.900 m<sup>2</sup> bvo (opgemeten bouwvlakken) aan de Oeverstraat waar winkels en lichte horeca worden toegelaten. Dit is een extra deel minus het deel waar dit hier al mocht. Bij de twee delen waar consumentgerichte commerciële functies (detailhandel) niet meer wordt toegestaan, betreft het in totaal een oppervlak van 3.750 m<sup>2</sup> bvo (1.800 + 1.950 m<sup>2</sup> bvo<sup>1</sup>). In totaal worden de mogelijkheden in het centrumgebied voor lichte horeca en detailhandel derhalve met 2.150 m<sup>2</sup> bvo verruimd. In de argumentatie over dit type bedrijvigheid wordt gewerkt met m<sup>2</sup> wvo. Gezien het feit dat het in de binnenstad van Wijk bij Duurstede oude (vaak monumentale) panden betreft, houden wij voor de verhouding metrage bvo t.o.v. metrage wvo 100 : 75 aan. Bij 2.150 m<sup>2</sup> bvo gaat het dus om 1.613 m<sup>2</sup> wvo<sup>2</sup>. Dit is het maximum aan extra metrage dat mogelijk is voor de functies lichte horeca en detailhandel als alle eigenaren van deze functieverruiming zouden gebruik maken.

Omdat het de bedoeling is een gemêleerd centrumgebied te doen ontstaan wordt de maximale mogelijkheid per bedrijfspand in het nieuwe centrumgebied 2 beperkt tot 200 m<sup>2</sup> bvo (150 m<sup>2</sup> wvo). Op deze wijze wordt uitgesloten dat functies met een grote functionele en verkeerstechnische impact zich hier kunnen vestigen.

Dit alles past bij het idee om op basis van deze visie juist ook te werken aan blurring. Blurring is een combinatie van verschillende functies zoals detailhandel, horeca en dienstverlening in één ruimte. Blurring is een nieuwe trend die erop gericht is bepaalde doelgroepen goed te bedienen en daarmee bijdraagt aan de dynamiek van een centrumgebied. In de visie staat hierover: “Blurring ondersteunt het landelijke proces van verandering van een centrumgebied van de ‘place-to-buy’ naar de ‘place-to-be’.” De schotten worden weggehaald tussen verschillende branches opdat de ondernemer optimaal een locatie kan uitnutten. Dit helpt ook (zoals blijkt uit ervaringen elders) de leegstand te doen verminderen. Bovendien schept dit meer overzicht voor de (potentiële) ondernemers: een aparte regeling voor ondersteunende horeca is dan niet meer nodig. In de praktijk is de toevoeging in metrage dat gebruikt wordt voor horeca bij blurring beperkt. De hoofdfunctie blijft hier dan (ambachtelijke) dienstverlening of detailhandel. Zie ook Bijlage 2 en 3.

### **3. Ruimtelijk-economische motivering detailhandel**

Hierna volgt via berekeningen een onderbouwing van de metrage die toegevoegd wordt aan mogelijkheden voor detailhandel en winkelondersteunende horeca. In de bijlage staan de trends en ontwikkelingen die meer inzicht verschaffen in het hoe en waarom. Bij de koopstroomcijfers worden berekeningen gemaakt voor de gehele gemeente (dus ook Cothen en Langbroek). De invloed van de twee kleinere kernen is overigens op het totaal niet groot gezien zowel de aanbod- als de bevolkingsgegevens.

#### ***Koopkrachtbinding en -toevloeiing***

Voor de onderbouwing gebruiken wij de recente uitkomsten van het Koopstromenonderzoek Randstad 2016 en gegevens uit [www.detailhandel.info](http://www.detailhandel.info). Deze laatste bron wordt door de meeste gerenommeerde bureaus gehanteerd. De onderbouwing gebeurt op basis van de actuele regionale behoefte (volgens de methodiek van de Ladder voor duurzame verstedelijking) en gaat ook in op de actuele situatie van de leegstand in Wijk bij Duurstede.

---

<sup>1</sup> bvo betekent bedrijfsvloeroppervlak, hiermee wordt bedoeld de totale metrage van de winkel dus inclusief het magazijn, de pantry, de kantine en de kantine.

<sup>2</sup> wvo betekent winkelverkoopvloeroppervlak, hiermee wordt bedoeld de metrage die toegankelijk is voor de klant of die voor hem zichtbaar (achter de toonbank).

<b>Tabel 1. Koopkrachtbinding gemeente Wijk bij Duurstede in %</b>			
	<b>2011</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>
<i>Dagelijkse winkels</i>	82	84	87
<i>Niet-dagelijkse winkels</i>	30	39	34

<b>Tabel 2. Koopkrachttoevloeiing gemeente Wijk bij Duurstede in %</b>			
	<b>2011</b>	<b>2015</b>	<b>2016 (inclusief toerisme)</b>
<i>Dagelijkse winkels</i>	Niet bekend	8	4,7 (5,5)
<i>Niet-dagelijkse winkels</i>	Niet bekend	5	16,6 (18,5)

Bron: I&O Koopstromenonderzoek Provincie Utrecht 2015 en Randstad 2016

De koopkrachtbinding is gestegen in de dagelijkse sector, die van de niet-dagelijkse sector is t.o.v. 2011 gestegen maar t.o.v. 2015 gedaald. In vergelijking met de benchmarkgemeenten ligt de binding in de dagelijkse sector hoog en die in de niet-dagelijks sector op een licht bovengemiddeld niveau. De hoge binding in de dagelijkse sector heeft te maken met de aanwezigheid van de drie landelijk gezien sterkste formules van de supermarkten (AH, Jumbo en Lidl). En is mede verklaarbaar vanwege de geïsoleerde ligging van Wijk bij Duurstede (zie ook verderop wanneer het gaat over toevloeiing en ambities).

De koopkrachttoevloeiing is wat betreft de dagelijkse sector gedaald t.o.v. 2015. Die van de niet-dagelijkse sector is duidelijk gestegen. Er zijn geen factsheet-gegevens over toevloeiing bekend uit 2011. De afvloeiing is t.o.v. de benchmarkgemeenten iets meer vanwege offline (dus naar fysieke winkels elders) en niet vanwege een grotere afvloeiing online.

De cijfers tussen de verschillende jaren waarin koopstromenonderzoek is gedaan, zijn soms niet helemaal vergelijkbaar. Dit bijvoorbeeld omdat de internetbestedingen in 2011 niet werden gekwantificeerd en de koopkrachtbinding er niet op werd gecorrigeerd zoals in 2016 wel het geval is (nu wel via afvloeiing offline en online).

Per saldo is het beeld over de koopkrachtbinding positief, voor beide sectoren. In vergelijking met andere vergelijkbare gemeenten (in de benchmark) is de koopkrachtbinding 5% hoger in de dagelijkse sector en licht hoger (1%) in de niet-dagelijkse sector. Internet is in de afvloeiing niet-dagelijks iets lager dan bij de vergelijkbare gemeenten.

Het aandeel van de omzet op basis van de toevloeiing is in Wijk bij Duurstede (zeer) laag. In de dagelijkse sector ligt dit exclusief het toerisme 11 % lager dan in de gemeenten van de benchmark en in de niet-dagelijkse sector 22%. Dit heeft te maken met de specifieke situatie van Wijk bij Duurstede. Deze is geïsoleerd door de ligging aan de Neder-Rijn/Lek en het Amsterdam-Rijnkanaal. Er zijn geen bruggen in de buurt naar een verzorgingsgebied aan de overzijde van het water. Wel is er de veerdienst naar Rijswijk en iets verderop naar Beusichem. Ook aan de noordoost- en oostzijde zijn de verbindingen tamelijk lastig. Hier liggen slechts smalle (dijk)wegen. De verbinding in de richting van Odijk via de N229 is prima, maar de invloedssfeer in dit gebied van steden als Zeist en Utrecht wordt hier duidelijk merkbaar. Lichte groei van toevloeiing vanuit het omliggende gebied is niet helemaal uitgesloten maar zal lastig zijn.

### **Potentie benutten**

Wijk bij Duurstede heeft echter ook potentie op basis van de toeristisch-recreatieve mogelijkheden. Hier ligt ook een beleidsaccent van de gemeente. Het Plan van Aanpak Stads promotie uit 2016 is

hiervan een uitvloei. Ook wordt er in Wijk bij Duurstede gewerkt aan de transformatie van de industriële haven nabij het historische stadscentrum. De ambitie is de haven om te vormen tot een aantrekkelijke en levendige stadshaven opdat het een visitekaartje voor de stad gaat vormen en zo voor bezoekers interessanter wordt.

Op dit moment is de betekenis van het toerisme voor de detailhandel op basis van de uitkomsten van het Koopstromenonderzoek Randstad 2016 nog beperkt. In de dagelijkse sector geeft dit 1% toevloeiing (€ 0,5 miljoen) en in de niet-dagelijkse sector 2,4% (€ 0,7 miljoen).



Hier liggen nog mogelijkheden, zeker ook als gekeken wordt naar de (hoge) scores die de Binnenstad van Wijk bij Duurstede haalt bij bezoekers van buiten de gemeente. Gemiddeld is dit een 7,7 waarbij vooral sfeer en uitstraling, horeca-aanbod, evenementen en faciliteiten hoog scoren t.o.v. de benchmark. Deze bezoekers verblijven veel langer in de binnenstad (27% langer dan 2 uur en 4% zelfs langer dan 4 uur) en besteden hier dus meer. Dit alles is afleesbaar uit de onderstaande figuren waarin de eigen consument wordt vergeleken met die van de bezoeker. De meeste eigen inwoners verblijven er slechts tamelijk kort (79% minder dan een uur).



Bron: I&O Koopstromenonderzoek Randstad 2016

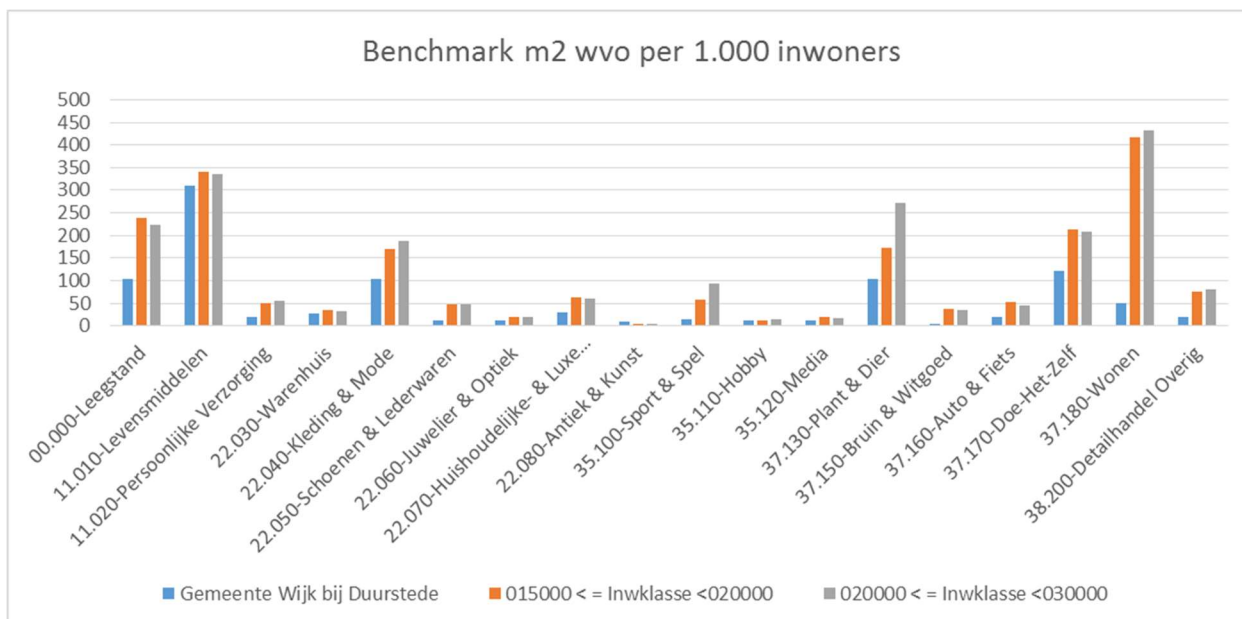
### Winkelaanbod en leegstand

Het winkelaanbod van de gemeente Wijk bij Duurstede (c.a. 23.400 inwoners) is in het Koopstromenonderzoek 2016 vergeleken met dat van de benchmarkgemeenten (tussen 20.000 en 35.000 inwoners). Daaruit blijkt dat het aanbod per 1.000 inwoners in het algemeen (zeer) laag is. Het betreft hierbij vooral de metrages. Die liggen in Wijk bij Duurstede ruim bij de dagelijkse sector 21% en de niet-dagelijkse sector c.a. 52% lager dan elders. In de dagelijkse sector is dit intussen gewijzigd met de uitbreiding tot de grote Jumbo. Daarmee is ook de engszins beperkte schaalgrootte naar boven toe aangepast. Voor de niet-dagelijkse sector ligt dit iets complexer en genuanceerder. Ook hier is de schaalgrootte gemiddeld beperkt, maar bovendien ligt het aantal verkooppunten bijna 10% lager. Ter nuancering van dit alles zou je kunnen stellen dat Wijk bij Duurstede aan de onderkant ligt van de benchmarkgemeenten.

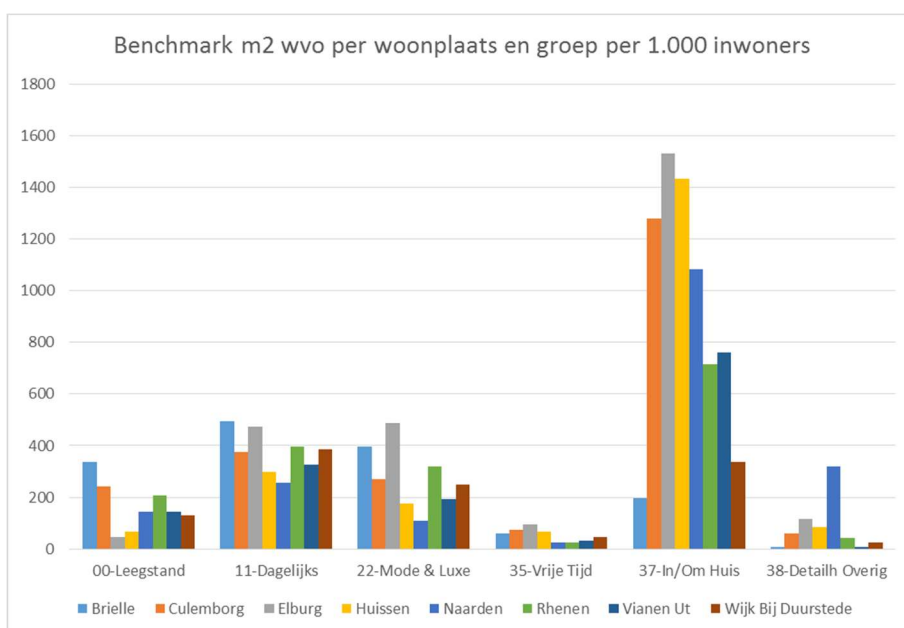
Vergelijking		gemeente 2016	gemeente 2011	benchmark 2016
 Aantal winkels per 1.000 inwoners	dagelijkse artikelen	1,6	1,6	1,5
	niet-dagelijkse artikelen	3,2	3,5	3,5
 Aantal winkelmeters per 1.000 inwoners	dagelijkse artikelen	266 m <sup>2</sup>	310 m <sup>2</sup>	338 m <sup>2</sup>
	niet-dagelijkse artikelen	553 m <sup>2</sup>	555 m <sup>2</sup>	1.154 m <sup>2</sup>

Bron: I&O Koopstromenonderzoek Randstad 2016

De cijfers over de niet-dagelijkse sector vragen om een meer diepgaande analyse. Seinpost heeft op basis van Locatus brancheverkenner de meest actuele cijfers over metrages opgezocht en vergeleken met situaties elders. Deze zijn afleesbaar in de onderstaande twee grafieken.



De gemeente Wijk bij Duurstede is hierbij vergeleken met het aanbod in de woonplaatsen in twee klassen, die van 15.000-20.000 inwoners en die van 20.000-30.000 inwoners. De grafiek biedt een overzicht van alle branches en daarmee ook een beeld over het deel niet-dagelijks. Dan valt op dat Wijk bij Duurstede t.o.v. de beide klassen lager scoort. Er is eigenlijk geen enkele branche die op het gemiddelde zit of erboven met een uitzondering voor Kunst&Cultuur. Hobby en Media komen in de buurt van het gemiddelde in de kleinere inwonerklasse. Uit de grafiek is ook op te maken dat in de metrages de grootste tekorten zitten bij Plant-Dier (tuincentra), Doe-het-zelf en Wonen. Dit zijn over het algemeen branches die niet in binnensteden zijn gehuisvest. Voor centrumgebieden moet er meer gekeken worden naar Warenhuis, Kleding&Mode, Schoenen&Lederwaren, Juwelier&Optiek, Huishoudelijke&Luxe artikelen, Sport&Spel en Media. Bij al deze branches is een onderaanbod per 1000 inwoners aanwezig maar gaat het om kleinere metrages dan de eerder genoemde.





Wijk bij Duurstede heeft een historische binnenstad. Dit kan ook van invloed zijn op de metrages. Daarom hebben wij Wijk bij Duurstede vergeleken (zie pagina 8) met zeven woonplaatsen die ook een historische kern hebben en ongeveer van dezelfde grootte zijn. Als wij inzoomen op de centrumbranches Mode&Luxe en Vrije Tijd, dan blijkt ook hier dat Wijk bij Duurstede niet hoog scoort, maar de verschillen zijn minder groot dan in de algemene benchmark met wat betreft inwoneraantal vergelijkbare woonplaatsen. Bij de Mode&Luxe zijn er vier die (veel) meer aanbod hebben en drie minder. In de hoofdbranche zijn er ook vier die (iets) meer aanbod hebben en drie met minder.

### **leegstand**

Uit het KSO 2016 blijkt dat er medio 2016 12 verkooppunten in de gemeente Wijk bij Duurstede leegstonden (10% van het totaal aantal detailhandelspanden inclusief de leegstand), in metrage ging het om 1.953 m<sup>2</sup> wvo (9% van het totaal). Voor de binnenstad van Wijk bij Duurstede telde men 10 leegstaande panden (12%) met een totaal van 1.190 m<sup>2</sup> wvo (10% van het totaal). De getallen liggen hoger dan in 2011 en iets onder het niveau dat tijdens het koopstromenonderzoek in de hele Randstad werd gemeten (12,5% van het aantal verkooppunten en 10,8% van de metrage).

Begin 2017 liggen deze cijfers iets hoger: 14 panden staan in de gemeente leeg met een oppervlak van in totaal 2.329 m<sup>2</sup> wvo. Toch is de leegstand per 1000 inwoners relatief laag in vergelijking met gemeenten van deze of iets kleinere omvang (zie figuur branchering pagina 8) en iets ondergemiddeld als wij de gegevens vergelijken met een aantal gemeenten die een historische binnenstad bezitten (zie grafiek hierboven).

In de bijlage 3 is een overzicht gegeven van door Seinpost geconstateerde leegstand van winkelpanden (medio februari) in de gemeente Wijk bij Duurstede. Het betreft een aantal vooral kleinschalige panden in de binnenstad. Sommige zijn groter zoals Veldpoortstraat 15 en Markt 11. In Langbroek staat ook een grotere winkelunit leeg (Prinsplein). Voor het pand aan de Markt is men bezig met een plan om hier gedeeltelijk op begane grond woningen te realiseren (dus vermindering van de m<sup>2</sup> wvo). Gezien de pand- en omgevingskwaliteiten is vooral de leegstand aan de Peperstraat van belang in relatie tot de voorgestane nieuwe mogelijkheden aan de Oeverstraat.

### **Economisch functioneren winkels**

De gegevens van het KSO 2016 over de binnenstad van Wijk bij Duurstede laten zien dat er groei is in omzet t.o.v. 2011 voor de niet-dagelijkse sector (en ook de specifieke binnenstadsbranches). Er blijkt dat de gemiddelde vloerproductiviteit in de dagelijkse sector lager ligt (-10%) dan van de benchmarkgemeenten en die in de niet-dagelijkse sector juist iets hoger (+3%). Deze cijfers zijn enigszins arbitrair omdat de branchering (bijvoorbeeld het aantal supermarkten) in het hele verzorgingsgebied van invloed is op de gemiddelde prestatie.

Daarom heeft Seinpost op basis van de koopstroomgegevens vanuit het KSO en de bestedingscijfers volgens [www.detailhandel.info](http://www.detailhandel.info) een globale berekening gemaakt over de totale prestaties van het aanbod in de hele gemeente.

*Inwoneraantal gemeente Wijk bij Duurstede: 23 384 (bron: CBS december 2016)*

*Bestedingen dagelijks: € 2.413,- excl. BTW per hoofd*

*Bestedingen niet-dagelijks: € 2.168,- excl. BTW per hoofd*

*Koopkrachtbinding dagelijks: 87%*

*Koopkrachtbinding niet-dagelijks: 34%*

*Koopkrachttoevoeiing dagelijks: 5% (+ toerisme €0,4 miljoen)*

*Koopkrachttoevoeiing niet-dagelijks: 17% (+ toerisme €0,6 miljoen)*

*Totale metrage: 22.793 m<sup>2</sup> wvo waarvan leegstand 2.433 m<sup>2</sup> wvo*

*Metrage dagelijks: 7.617 m<sup>2</sup> wvo*

*Metrage niet-dagelijks: 12.743 m<sup>2</sup> wvo*

Op basis van bovenstaande gegevens is de vloerproductiviteit € 7.131,- excl. BTW in de dagelijkse sector en € 2.035,- excl. BTW. Ter vergelijking: landelijk ligt deze op € 7.518 excl. BTW in de dagelijkse sector en € 1.661,- excl. BTW in de niet-dagelijkse sector. De eerste sector scoort dus relatief laag, maar de tweede relatief hoog.

De conclusie luidt dat de dagelijkse sector in de hele gemeente Wijk bij Duurstede gemiddeld 5,1% lager scoort, terwijl in de niet-dagelijkse sector het niveau 22,5% boven het landelijk niveau ligt op basis van de uitkomsten van het koopstromenonderzoek. Hier moeten wij wel een paar kanttekeningen bij maken. Op de eerste plaats is het zo dat de uitkomst in de dagelijkse sector wordt vertekend door de recente forse uitbreiding van Jumbo t.o.v. de inventarisatie tijdens het koopstromenonderzoek. Destijds was de metrage dagelijks 6.220 en nu 7.617 m<sup>2</sup> wvo. Dat is een heel forse afwijking die waarschijnlijk ook een iets vergrote koopkrachtbinding ten gevolge heeft t.o.v. de uitkomsten KSO 2016. Deze is in de berekening niet meegenomen.

De gemiddelde lagere vloerproductiviteit van 5,1 % in de dagelijkse sector dan landelijk, is niet uniek maar voor de supermarkten in Wijk bij Duurstede waarschijnlijk niet wenselijk. Het berekende overschot aan metrage dagelijks past daarmee in het beleid van de gemeente dat zij samen met de sector ontwikkelt, om het aantal supermarkten in Wijk bij Duurstede terug te brengen tot vier. Dit zou dan moeten leiden tot beter economisch functioneren per vestigingspunt. Hierbij gaat het dus om specifiek de supermarkten en minder om de MKB-bedrijven in de dagelijkse sector die meestal met hun vloerproductiviteit veel lager scoren.

In de niet-dagelijkse sector is het aanbod vergelijkbaar met dat tijdens het koopstromenonderzoek. Maar hier kan de specifieke brancheverdeling in Wijk bij Duurstede de uitkomst hebben beïnvloed. Daarom hebben wij hieronder ook een specifieke reksom gemaakt t.a.v. de brancheverdeling in Wijk bij Duurstede. Hierbij hebben wij voor de niet-dagelijkse sector als input genomen de normatieve vloerproductiviteit op basis van de specifieke brancheverdeling (bron: Locatus brancheverkenner 2017) zoals die in Wijk bij Duurstede is. Deze bedraagt dan € 1.708 excl. BTW. Op basis van de globale berekening is er een theoretische distributieve ruimte van ca. - 490 m<sup>2</sup> wvo in de dagelijkse sector en ruim +2.400 m<sup>2</sup> wvo in de niet dagelijkse sector. Dit zijn dus grove berekeningen waarbij niet precies gekeken is naar de verdeling van de branches binnen de dagelijkse en niet-dagelijkse sector. Een grote ondervertegenwoordiging aan woninginrichting en bouwmarkten vertekent dan bijvoorbeeld het beeld. Dit is uitgelegd in de grafiek over de branchering op pagina 8.

Daarom is ook nog eens ingezoomd op de specifieke branche-verdeling van de niet-dagelijkse sector in Wijk bij Duurstede. Het verschil in metrage per branche in de centrumbranches Mode&Luxe en Vrije Tijd bedraagt opgeteld naar schatting 180 m<sup>2</sup> wvo per 1.000 inwoners t.o.v. de kernklasse 15.000-20.000 inwoners (Wijk bij Duurstede hoort eigenlijk bij de klasse daarboven, maar dan zou het verschil nog groter worden). Ook dit zou een forse toename betekenen op basis van de cijfers van elders. Wij realiseren ons echter dat bij de reksommen de vloerproductiviteit in het niet-dagelijkse aanbod de afgelopen jaren omlaag is gegaan vanwege de recessie. Dan worden de mogelijkheden voor een toename 'kunstmatig' hoger. De investeringen blijven echter dezelfde. Bovendien is de toevloeiing (vanwege de geïsoleerde ligging) lager dan gemiddeld in dit soort gemeenten, zodat de totale omzet daarom in Wijk bij Duurstede 'tegenvalt'. Als wij Wijk bij Duurstede vergelijken met andere gemeenten met een historische stad en wij zoomen in op de branches in de binnenstad dan zijn de verschillen minder groot. Daarom stellen wij ons voorzichtig op. Een uitbreiding in de binnenstad van ca. 500 m<sup>2</sup> wvo in de niet- dagelijkse sector en een specifieke toevoeging van 100 - 200 m<sup>2</sup> wvo dagelijks aangevuld moet haalbaar zijn.

### **Conclusie**

De conclusie luidt dat er distributieve mogelijkheden zijn in de niet-dagelijkse sector op basis van landelijke normen en bestaande specifieke bindings- en toevloeiingscijfers. In totaal zou er ongeveer 500 m<sup>2</sup> wvo in die sector kunnen worden toegevoegd via uitbreiding en/of nieuwvestiging en nog

een klein oppervlak (maximaal 200 m<sup>2</sup> vvo) dagelijks (specifiek assortiment). Bij een beperkte groei van de toevloeiing (1%) vanuit de omgeving en/of vanwege toerisme en recreatie (tot € 1,0 miljoen) zal dit nog enigszins kunnen toenemen (ca. 400 m<sup>2</sup> vvo extra aan niet-dagelijkse centrumbranches). Het beleid dient dan zodanig te zijn dat slechts in het centrumgebied deze toevoeging kan landen. Elders moet nieuwe metrage detailhandel worden uitgesloten.

#### 4. Ruimtelijk-economische motivering horeca

Over de horeca zijn minder (diepgaande) gegevens bekend dan bij de detailhandel. Wij hebben twee bronnen gebruikt die actuele cijfers produceren: Locatus en Cijfers Horeca DNA.

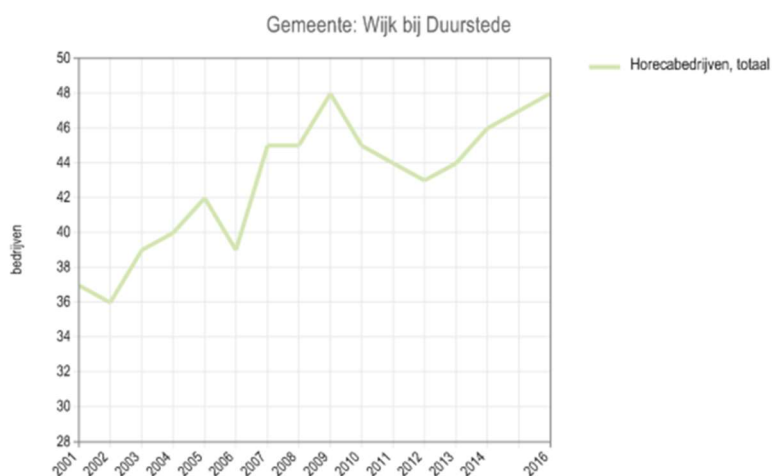
<i>Drankensector, totaal</i>	17
<i>Fastservicesector, totaal</i>	10
<i>Restaurantsector, totaal</i>	14
<i>Hotelsector, totaal</i>	3
<i>Partycatering</i>	4
<i>Totaal</i>	48

Bron: HorecaDNA

De Gemeente Wijk bij Duurstede telt volgens deze bron per 1 juli 2016 in totaal 48 horecabedrijven ofwel 20,5 bedrijven per 10.000 inwoners. In de Provincie Utrecht zijn dit 2.822 horecabedrijven ofwel 22,2 bedrijven per 10.000 inwoners. Landelijk ligt het aantal bedrijven per 10.000 inwoners nog hoger: 26,8. Het totaal aantal bedrijven ligt volgens deze gegevens dus onder de gemiddelden.

Uit de figuur hieronder (bron: HorecaDNA) blijkt dat er de laatste jaren een toename is van het aantal bedrijven. Het aantal ligt daarmee weer op het niveau van 2009. Wanneer ingezoomd wordt op de verschillende typen bedrijven, dan blijkt volgens deze bron dat de groei de laatste vijf jaar met name zichtbaar was in de Hotelsector en de Partycatering. De restaurantsector is in deze vijf jaren daarentegen met twee gedaald. De fastservice kent de afgelopen 15 jaar een heel geleidelijke maar gestage groei die ook heeft doorgezet in de economisch mindere jaren.

**Figuur 1: Ontwikkeling van het aantal horecabedrijven, 2001-2016**



Bron: HorecaDNA

Locatus geeft voor de kern Wijk bij Duurstede in totaal aantal 29 verkooppunten. Van Langbroek zijn twee verkooppunten bekend en van Cothen drie. In totaal zijn volgens deze bron in de hele gemeente dus 34 vestigingspunten voor horeca. Dit ligt beduidend lager dan datgene dat HorecaDNA

aangeeft. Het verschil is te verklaren doordat Locatus de vestigingspunten zelf beoordeelt op de duidelijk aanwezige hoofdbranche terwijl bij HorecaDNA ieder bedrijf zich kan aanmelden met horeca-activiteiten. Dus in principe ook bedrijven met bijv. mengformules of bedrijven die zichzelf categoriseren onder de noemer 'horeca'. Daarom hebben wij de cijfers gecheckt met die de gemeente zelf heeft. Volgens de gemeente zijn er thans 24 horecabedrijven gevestigd in de kern Wijk bij Duurstede. Er zijn daarnaast zes commerciële aanvragen (waarvan een deel door overname) in procedure. Dezes cijfers sluiten goed aan bij die van Locatus voor Wijk bij Duurstede (29 locaties).

Overigens geven beide bronnen aan dat Wijk bij Duurstede aan de onderkant zit van de mogelijkheden voor horeca. Indien op basis van de gegevens van HorecaDNA het gemiddelde aantal horecabedrijven per 10.000 inwoners in de Provincie Utrecht wordt geprojecteerd op Wijk bij Duurstede dan zouden er drie bedrijven extra mogelijk moeten zijn. Het verschil met andere vergelijkbare gemeenten met een omvang tussen 18.000 en 28.000 inwoners is volgens Locatus nog groter. Wijk bij Duurstede scoort 34 vestigingspunten, terwijl dit bij vergelijkbare gemeenten gemiddeld ligt op 49,7. Als wij daar een drietal gemeenten met een grote toeristische functie afhalen, zoals bijvoorbeeld Noordwijk met liefst 126 horecavestigingen, dan nog zijn er in deze categorie beduidend meer horecalocaties, namelijk 46,2. Dit zijn er 12 meer dan in Wijk bij Duurstede.

### **conclusie**

De conclusie luidt dat er meer horeca-aanbod mogelijk zou moeten zijn in Wijk bij Duurstede op basis van ervaringen elders. Zeker als de toeristische functie wordt versterkt, zouden de mogelijkheden moeten toenemen (Plan van Aanpak Stads promotie). Hier komt nog bij dat horeca op dit moment een groeisector is. Gedacht zou kunnen worden aan een geleidelijke groei met ca. 10 locaties in Wijk bij Duurstede voor de komende (10) jaar, waarbij het beleid gericht dient te zijn op specifiek de kern (binnenstad) Wijk bij Duurstede. Deze nieuwe horecabedrijven zouden zich moeten richten op specifieke doelgroepen en/of een basis moeten vinden in de toeristisch-recreatieve potentie. In Bijlage 2 Trends horeca staan de ontwikkelingen in deze sector aangeduid en worden voorbeelden gegeven hoe dit mogelijk kan worden.

## **5. Bestaand beleid**

In de vastgestelde Structuurvisie detailhandel gemeente Wijk bij Duurstede 2013 staat: "De binnenstad van Wijk bij Duurstede is nu kernwinkelgebied en blijft dat ook. De ambitie is om de binnenstad van Wijk bij Duurstede verder te ontwikkelen tot een aantrekkelijk verblijfsgebied met een gevarieerd aanbod aan winkels, horeca en overige voorzieningen (zoals bijvoorbeeld loketfuncties), voor zowel inwoners uit de gemeente maar zeker ook voor toeristische bezoekers."

De eveneens in 2013 vastgestelde nota Integraal horecabeleid gemeente Wijk bij Duurstede geeft aan: "Het streven naar **complementair** aanbod is belangrijk voor de gemeente. Het is mogelijk dat iedere partij zich profileert (naar de leden, naar de toerist, naar de recreant, naar de inwoners) maar alleen door elkaar te betrekken en onderling afspraken te maken. Met een Wijks dagarrangement wordt een meerwaarde gecreëerd, waarbij iedereen is gebaat. Via het nieuwe integrale horeca-platform kan hieraan een bijdrage worden geleverd." Wat betreft de Visie pijler Ruimtelijke ordening is het volgende omschreven voor de binnenstad: "Bestaande horeca mag uitbreiden, via 10%-regeling en bestaand beleid, Maximering horeca niet in stand houden, andere aanpak nodig via herziening bestemmingsplan 'Binnenstad'".

Over ruimtelijk-economische mogelijkheden staan er in de horecanota geen gegevens.

T.a.v. de bevolkingsontwikkeling (Woonvisie) blijkt dat deze na een paar jaar met een daling weer stijgt. Er is sprake van een toename van het aantal huishoudens en een toename van de vergrijzing. Wij gaan er in de distributieve berekeningen vanuit dat de komende jaren het inwoneraantal ongeveer stabiel is (tussen 23.500 en 24.000 inwoners).

## 6. Vergelijking visie met ruimtelijk-economische mogelijkheden

Wij hebben berekend dat de nieuwe visie theoretisch 1.613 m<sup>2</sup> vwo “Centrum 2” bestemming mogelijk maakt waar detailhandel en lichte horeca mogelijk is. Er staat “theoretisch” omdat veel van deze panden op dit moment in gebruik zijn als woning. Het is onwaarschijnlijk dat ineens alle eigenaren de mogelijkheid zien of hebben om het pand te wijzigen naar een winkel- of horecafunctie. De gemeente wil een geleidelijke transformatie bewerkstelligen waarbij door eigen (unieke) particuliere initiatieven de economische functie wordt versterkt om de relatie met de Stadshaven te versterken, waarbij het nog niet (helemaal) duidelijk is in welk pand zich wel en welk pand zich geen kans voordoet om er een economische functie in te huisvesten. Je zou kunnen denken aan een transformatie op basis van het nieuwe planologische regime van bijvoorbeeld twee of drie panden per jaar aan de Oeverstraat. Die panden krijgen dan dus i.p.v. een gebruik als woning daarnaast ook de mogelijkheid er detailhandel en/of lichte horeca in te huisvesten. Na vier jaar zou het dus kunnen gaan om maximaal ongeveer 10 panden.

De Oeverstraat zal zo een gemengde straat worden waar langzamerhand via ‘stepping-stones’ van beperkte omvang de bezoeker-recreant van en naar het kernwinkelgebied loopt, fietst of rijdt. Een stepping-stone is daarbij een economische functie ingevuld met *couleur locale* die kan bestaan uit kleinschalige vormen van detailhandel, (ambachtelijke) dienstverlening, cultuur, creatieve invullingen, al dan niet gecombineerd met lichte horeca (het blurring-principe) waarbij ook de woonfunctie mogelijk blijft en soms zelfs noodzaak is om het bedrijf hier te kunnen uitoefenen. Hier kunnen bijvoorbeeld mensen naar toe verhuizen die elders in Wijk bij Duurstede een bedrijf hebben opgestart (en meestal ook online intussen veel klanten hebben) maar daar uit hun jasje groeien. In vaktermen wordt dit ook wel aangeduid met dat een bedrijf dat thans behoort tot de “onzichtbare economie” vanwege de verplaatsing naar een locatie die meer mogelijkheden biedt, “zichtbaar” wordt. Het voordeel voor de ondernemer is dat hij kan doorgroeien in een door hem/haar uitgekozen specifieke situatie (meer gebruik maken van de fysieke mogelijkheden) en het voordeel voor de gebruiker van het centrum is dat (daar) dit levendiger wordt. De gemeente wil zo enerzijds nieuw ondernemerschap stimuleren als anderzijds de aantrekkingskracht van het centrum juist hier (relatie tussen Stadshaven en kernwinkelgebied) versterken door er een broedplaatsmilieu aan toe te voegen. Dit broedplaatsmilieu (dat ook wel met dwaalmilieu wordt aangeduid) zal zijn eigen dynamiek gaan krijgen. Juist de Oeverstaat met zijn historische setting biedt specifieke kansen. Uit ervaring blijkt dat deze bedrijvigheid heel goed bijdraagt aan het eigen karakter van een centrumgebied als geheel en daarmee ook de prestaties elders vergroot zonder dat dit gepaard gaat met hoge vloerproductiviteit in dit specifieke gebied zelf. Voorbeelden elders zijn er in dwaalmilieus van grote steden als Arnhem en Utrecht. Maar ook in kleinere tot soms erg kleine plaatsen zie je dergelijke ontwikkelingen, denk aan Heusden, Grave, Ootmarsum en Bredevoort.

### **Voorzichtige benadering, geleidelijke beschikbaarheid**

Een voorzichtige, realistische berekening van de economische mogelijkheden laat zien dat er in de niet-dagelijkse sector sprake is van ca. 500 m<sup>2</sup> vwo aan distributieve mogelijkheden (binnenstadsbranches) en dat er nog eens ca. 400 m<sup>2</sup> vwo is te verwachten op basis van een bescheiden groeipotentie. Daarnaast is er enige uitbreiding in specifiek dagelijks assortiment mogelijk (maximaal ca. 200 m<sup>2</sup> vwo).

De groei die door de gemeente aan de Oeverstraat mogelijk wordt gemaakt, bestaat alleen uit kleinere (historische) panden waarbij de gemeente de schaalgrootte per pand maximeert op 150 m<sup>2</sup> vwo (200 m<sup>2</sup> bvo). In de praktijk kan dit in de meeste gevallen slechts worden behaald indien panden worden gekoppeld. Dit wordt echter vanwege het monumentale karakter feitelijk onmogelijk gemaakt. De bouw mogelijkheden binnen de binnenstad worden voor een belangrijk deel bepaald door de aanwijzing van het gebied tot ‘beschermd stadsgezicht’ op grond van de Erfgoedwet (voorheen Monumentenwet 1988). Met deze aanwijzing zijn de historische bebouwing en de historische ruimtelijke structuur beschermd.



Bij ca. 75 m<sup>2</sup> wvo (100 m<sup>2</sup> bvo) per pand betreft de toename dus maximaal ongeveer 14 tot 15 winkelunits (berekend is uiteindelijk maximaal ca 1.100 m<sup>2</sup> wvo aan distributieve mogelijkheden). In de horeca zouden er bij een gezamenlijk optrekken en het versterken van de centrum en/of recreatief-toeristische functie maximaal ongeveer 10 vestigingen bij kunnen komen. Ook deze zullen gezien de beperkte toegestane mogelijkheden in metrage per pand en het monumentale karakter een omvang hebben van gemiddeld ca. 75 m<sup>2</sup> wvo. Wellicht is sprake van een combinatie van lichte horeca met detailhandel en/of dienstverlening.

Meestal zal een relatief lage vloerproductiviteit aan de orde zijn vanwege het karakter van de bedrijven en de broedplaatsfunctie die zij hebben. Een vloerproductiviteit die vanwege de zelf toegevoegde (ambachtelijke) waarde toch een bestaan mogelijk maakt. Geleidelijk zal een groei van die productiviteit aan de orde kunnen komen. Maar dan is er sprake van een (lichte) economisch versterking van het centrumgebied.

De vestiging van kleinschalige bedrijvigheid is natuurlijk ook mogelijk in kleinere panden aan bijvoorbeeld de Peperstaat die nu leegstaan. Uit onze inventarisatie (Bijlage 3) blijkt dat het hier gaat om c.a. vijf panden. Door het toevoegen van nieuwe mogelijkheden aan de Oeverstraat wordt de keuze voor nieuwe ondernemers (of bestaande ondernemers van elders) om een locatie te vinden in het aanloopgebied die echt bij het bedrijf past (op den duur), groter.

Wij berekenden een potentie van ca. 24 locaties voor horeca en detailhandel op basis van nieuw en bestaand beleid dat zich in deze centrumvisie verenigt (waaronder het Plan van Aanpak Stadspromotie). In de praktijk zal dit lager liggen. Bij vestiging van ca. 15 nieuwe kleinschalige bedrijven in de komende jaren, zouden er naast de bestaande mogelijkheden (ca. vijf) nog 10 andere locaties (aan de Oeverstraat) kunnen worden ingenomen. Dit past binnen de transitie die wij voor de komende tijd in de praktijk op basis van berekeningen en kentallen (maximaal) mogelijk achten voor dit gebied (24 locaties)

### **Conclusie**

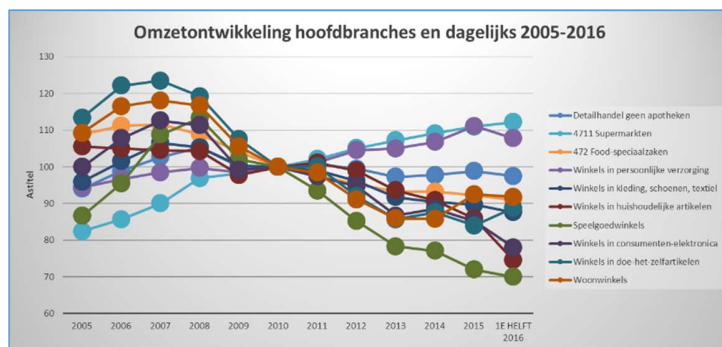
De berekende maximale toevoeging in metrage van ruim 1.600 m<sup>2</sup> wvo op basis van de nieuwe visie past hierbij. Deze maakt een geleidelijke groei mogelijk, daar waar zich kansen voordoen. Het betreft bovendien een toevoeging in bestaand stedelijk gebied, dat past in het beleid dat al geruime tijd door de gemeente is ingezet. Hierbij dient nog vermeld te worden dat de Oeverstaat nu al een centrumbestemming heeft, en dat deze slechts voor wat betreft de gebruiksmogelijkheden wordt uitgebreid. In feite wordt er dus een compacter centrumgebied bewerkstelligd omdat elders in het centrum, in de omgeving van het Walplantsoen en het zuidelijk deel van de Veldpoortstraat, de metrages met een centrumbestemming eraf worden gehaald. Al met al leidt dit alles gezien de beperkte toevoeging van enige honderden meters wvo (op een totaal van 12.743 m<sup>2</sup> wvo niet-dagelijkse winkel) niet tot ontwrichting van de structuur elders in Wijk bij Duurstede. Bovendien is in het KSO 2016 geconstateerd dat de branches in de binnenstad meer omzet aan zich weten te binden, een groei van € 1,2 miljoen in de periode 2011-2016. Een doorgaande groei op basis van het gemeentelijk beleid dat samen met betrokkenen is geëntameerd, biedt meer/extra draagvlak voor deze uitbreiding.

## BIJLAGE 1: TRENDS IN DE DETAILHANDEL

- **Prijsbewuste consument:** de consument wordt steeds prijsbewuster door alle aanbiedingen het hele jaar rol beschikbaar is over de keuzemogelijkheden. Dit kan zijn via advertenties, internet zoals bij webshops, review gewoon door zelf bij verschillende winkels de prijzen te vergelijken. Het gevolg hiervan is prijsdruk. Hierdoor en dient de omzet dus te stijgen om eenzelfde resultaat te boeken.
- **Einde aan stagnatie in detailhandel:** de consumptie van huishoudens is in 2011 en 2012 met -2,5% gedaald t met -1,5% en in 2014 is die ongeveer gelijk gebleven. In 2015 is de binnenlandse consumptie met 1,5% geste Nederlandse detailhandel is tot en met 2013 gekrompen. Na een daling van 2,5 procent in 2012 ten opzichte met 2,1 procent achteruit gegaan. In 2014 is de omzet met 0,5% gegroeid, in 2015 met 1,4%, en in 2016 mei februari 2017). Vooral de supermarkten, woninginrichtingswinkels, bouwmarkten en de drogisterijen laten v Branches die met name in de centrumgebieden gevestigd zijn zoals kleding / schoenen / textiel, huishoudeli consumentenelektronica ontwikkelen zich minder positief.

**Figuur 1.1 Omzetontwikkeling hoofdbranches 2005-2016 in Nederland (2010 = 100)**

Bron: HBD, CBS en Detailhandel.info



winkels worden 'monowinkels' genoemd en zijn met name in de grote steden te vinden. Door internetverko groot publiek te trekken.

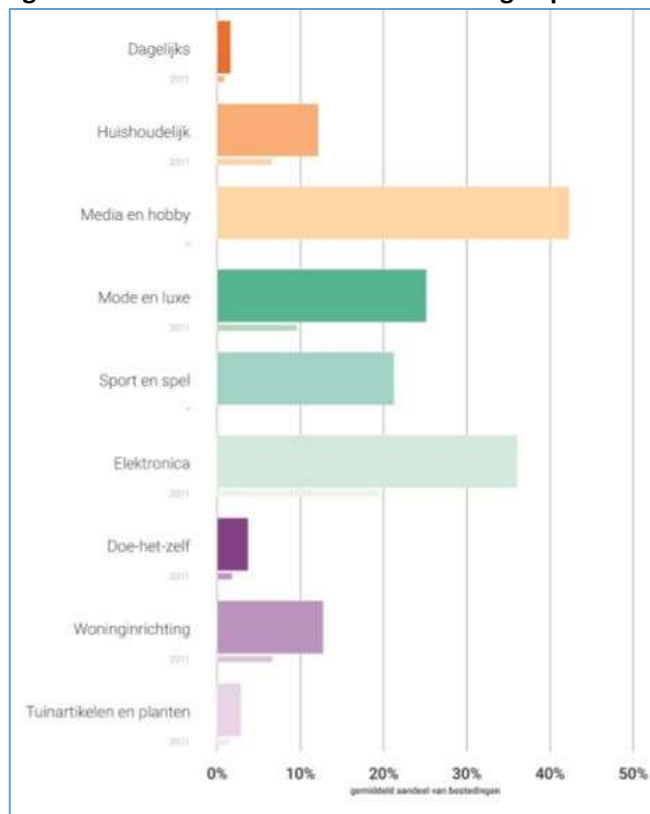
- **Webwinkels:** in 2016 is het internetaandeel in de Nederlandse detailhandel mogelijk gestegen naar € 10,0 m worden per kwartaal groeipercentages genoemd van 15-20%. Het internetaandeel varieert sterk per branch branches toe. In de non-food ligt het marktaandeel volgens het Koopstromenonderzoek Randstad 2016 op c totaal 12%. Volgens Thuiswinkel.org is het marktaandeel in het tweede kwartaal van 2016 gegroeid naar tot eind 2014. Fysiek en online verkoop gaan volledig integreren. In sectoren waar het fysieke product door tecl volledig verdwijnt, zullen winkels verdwijnen of hun functie zien verschuiven naar persoonlijke service, afha daarvan het meeste merken zijn de electronica, software / computers, hobby-media, speelgoed, huishoudel schoenen. De online marktaandelen verschillen wel per bron en periode.

- **Economische situatie:** belangrijkste verkle detailhandelsontwikkeling is de terughoude economische situatie minder gunstig is. De groei en de voorspellingen zijn gunstig, ook De koopkracht groeit weer sinds enkele ja

- **Vergrijzing:** vrijwel zonder uitzondering zij leegstand ook de regio's die al sterk zijn ver terugloopt. Uit onderzoek van het NIBUD b circa 30% minder uit te geven aan onder an persoonlijke verzorging brancheervaging t Supergespecialiseerde winkels verkopen sle

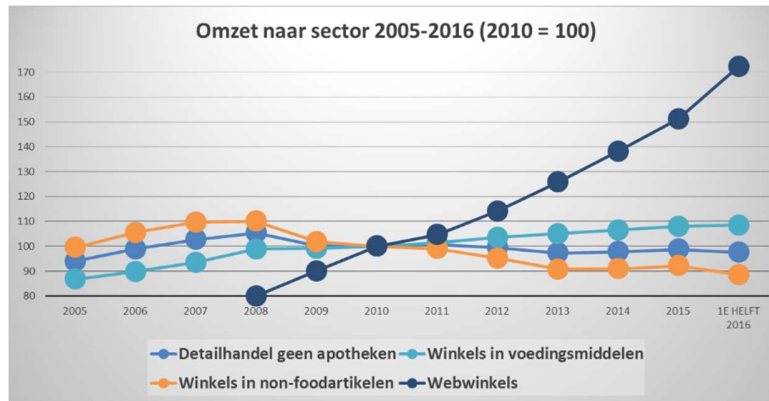
- Toegevoegde waarde winkelgebieden: Voor winkelgebieden geldt dat zij steeds meer zullen moeten bieden bezoekers te blijven trekken. Het draait allemaal om het zoeken naar toegevoegde waarde voor de consumptie, kwaliteit en beleving. Men wil 'value for money' en is kritisch bij de keuze van een winkelgebied.
- Verruiming winkeltijden: vanwege veranderende consumentenwensen neemt de druk op verruiming van op gemeenten kennen een regime van koopzondagen of zijn alle zondagen open. Het aandeel van de zondagso de loop der jaren gegroeid van 0,69 procent (2007) naar 4,2 procent in 2015. De zondagomzet is in 2016 me vooral ten koste van de omzet op vrij- en zaterdagen. Supermarkten zijn ook 's avonds open, en themacentr outletcentra zijn iedere zondag open. In veel gemeenten speelt een discussie om later open te gaan en later te heffen.

**Figuur 1.2 Marktaandeel internetbestedingen per branche**



Bron: Koopstromenonderzoek Randstad 2016

**Figuur 1.3 Omzetontwikkeling detailhandel, voedings- en genotmiddelen, non-food en webwinkels in Nederland (2010 = 100)**



Bron: CBS Statline

Het winkellandschap verandert snel en structureel (fysiek en organisch waaronder het idee van blurring)





## **BIJLAGE 2 TRENDS HORECA**

### **2.1 Algemene trends in de horeca**

Er spelen allerlei trends die van invloed zijn op de horeca. Er is sprake van een grote dynamiek in het eet-, drink-, Maatschappelijke veranderingen liggen hieraan ten grondslag zoals de individualisering (kleine huishoudens), de samenleving, de consument die altijd druk en onderweg is en veranderend vrije tijdsgedrag.

De trends zijn sterk sector-overstijgend waardoor dranken, fastservice, restaurants en hotels steeds moeilijker va menukeuze wordt steeds breder, verdeeld over alle dagdelen en gekoppeld aan (verblijfs)arrangementen. Het te om de klanten langer te binden waarbij de drankjes vanzelf overgaan in spijs (fastservice) of zelfs een maaltijd (re enorm aan belang. Hotels spelen ook in op de lokale en toeristische doelgroepen met restauratieve voorzieninge

De horeca anticipeert op de veranderingen, met enerzijds gemak & snelheid (prijs) en anderzijds luxe & vakmans beleving & ervaring wordt steeds belangrijker, en de gunfactor voor de ondernemer, het personeel of de formule (experience) laten het ambacht zien van de ondernemer en bieden reuring en vermaak. Horeca speelt in op de zal een werkplek om zelfstandig te werken of voor zakelijke ontmoetingen. Voor de recreatie en het toerisme speelt consumptie in op de primaire levensbehoeften. De innerlijke mens wordt hiermee behaagd en er wordt een aang altijd-alles-overal-consument die (iets) wil consumeren wanneer, wat en waar hij dat wil.

Ook de opkomst van online speelt een rol door de invloed van de sociale media en reviews, de groei van online k arrangementen.

Een horecavestiging is onderdeel van de totale locatiestrategie off- en online, inclusief tijdelijke vestigingen bij ev en afhalen, cateringfaciliteiten etc. Afhalen en bezorgen groeien snel, mede door sites als thuisbezorgd.nl.

In het aanbod zien we specifieke ontwikkelingen. We noemen de schaalvergroting met vaak als reden de omzete courts), filialisering (Starbucks, Vapiano, Eataly, hotelketens etc.) en specialisatie (Nespresso, sappenbar). Bijzond (Happy Italy-achtig), 'on the move' en drive inn, of shared dining (geen eenpersoonsgerechten maar kleine hapje: opkomst zijn Bed & Breakfast, online (AirBnB, AirDnD), en tijdelijkheid (pop-up, food-trucks, catering). De horeca verder, een mooi voorbeeld zijn de strandbedrijven die zich permanent settelen met eigen belevingsconcepten.

Buiten de sector speelt blurring in de detailhandel, de opkomst van food-markets, para-commerciële activiteiten kantoren, op onderwijslocaties, ziekenhuizen en bij cultuur / leisure etc. De rol van horeca in winkelgebieden is o (internationaal onderzoek CBRE 2015). De consument verandert, hij consumeert bewuster, wordt grilliger en min volledige markttransparantie op kwaliteit (recensies) en prijs (iens, Groupon etc.). Spaarzegelacties zoals van Alb bezoek aan de horeca maar kunnen wel eerst betekenen dat de horeca een tweede maaltijd gratis aanbiedt.

De trends hebben hiermee effecten op de veranderende vraag naar horeca. De consument bepaalt steeds meer l een ondernemer, van een formule, een gehele branche of locatie.

### **2.2 Trends in de hotelsector**

Meer specifiek voor de hotelmarkt zien we onder meer de volgende trends:

- Meer luxe en comfort: er is binnen de verblijfsmarkt een verschuiving gaande naar type accommodaties met meer luxe en comfort. Dit is gunstig voor de hotel- en B&B markt (en ongunstig voor de kampeermarkt);
- Groei Bed and Breakfast en verhuurmarkt: deze wordt groter, diverser en steeds professioneler. In dit verband Bed & Breakfast Nederland, Wimdu en AirBnB treffende voorbeelden.
- Behoeft aan scherpe prijzen en toch relatief hoge kwaliteit: De prijsstelling en het kwaliteitsniveau zijn belangrijk voor jongere doelgroepen (o.a. millennials);
- Bijzondere formules en concepten: nieuwe formules en concepten vormen internationaal een trend. Voorbeelden: casinohotels, zorg- en kraamhotels, health en/of wellness hotels, congresshotels, theaterhotels, etc. Dergelijke concepten trekken bepaald type gast aan en creëren daarmee ook nieuwe markt;
- Digitalisering en e-commerce: Het gebruik van het internet door consumenten voor het boeken van een hotel is toegenomen door gebruik van reserveringssystemen via de eigen website, boekingsplatforms en speciale apps, internet

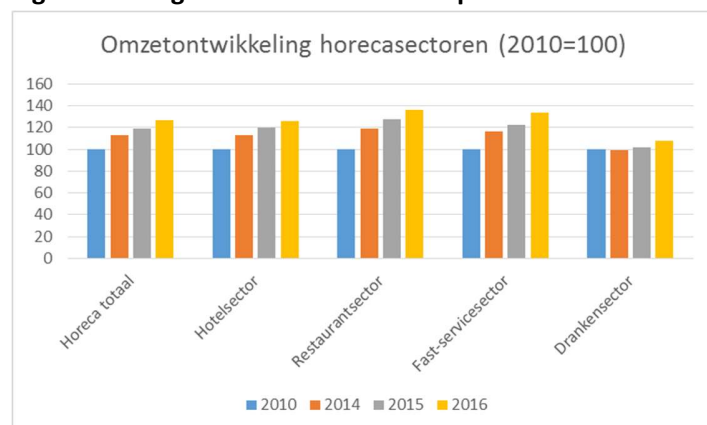
### 2.3 De omzetontwikkeling en prognoses

Het gaat de laatste jaren goed met de horeca, met omzetstijgingen van soms 4-5% per jaar. In de crisisjaren 2008-2009 is de horeca: eten en logies zitten na 2015 weer op het niveau van voor de crisis, cafés scoren nog een min van ruim 2% in 2016, sterkere groei.

Volgens de ranglijst Horeca Top 100 2016 was 2015 in alle opzichten een recordjaar voor veel bedrijven uit deze sector. De omzetverwachtingen voor 2016. In 2016 is volgens het CBS de omzet in de horeca met een index van 8% gegroeid: 8% in de fastservice, 6% aan dranken, 8% in de restaurants en 6% in de hotels.

De prognoses in de horeca zijn positief (bron: ING, december 2016, en Rabobank Cijfers en trends). Dit komt met toegenomen consumentenvertrouwen, de hogere bestedingsruimte en de lage inflatie. Hierbij wordt opgemerkt dat er gekeerde volume- en prijsontwikkeling.

**Figuur Omzetgroei horeca 2010-2016 per sector**



Bron: CBS

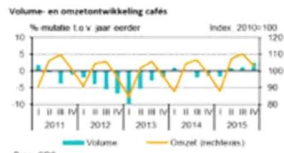
**Tabel Groeitempo horeca-omzet**

Jaar	2015	2016	2017
Horeca	4%	8%	3%
Hotels	3%	6%	+
Restaurants	6%	8%	++
Cafeteria & fastservice	4%	12%	++
Cafés	0,5%	6%	+

Bron: ING augustus 2016, cijfers 2016 CBS, prognoses 2017

Uit de cijfers van afgelopen jaren van ZKA (zie volgende pagina) is bijvoorbeeld af te lezen dat de volumes in de f gelijk oplopen met de omzet. Dat betekent dat de prijsontwikkeling ofwel de marge onder druk staat. Bij dranker beperkte volumegroei. Onderstaand nog enkele trends per sector, en daarna enkele inspirerende en beeldende i

**ZKA**  
Drankensector



Bron: CBS

Branches: pubs, buurtcafés, eetcafés, themacafés, koffiebars, discotheken (D1)

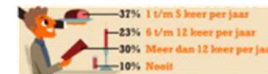
Dranken bij recreatie, sport, zalen- / partycentra, strand (D2). Zit slechts deels in de bestedingen en omzet, wel volledig in aanbod HorecaDNA

- 2015: indicatieve omzet € 3,3 miljard incl. BTW
- Groeit weer na 2014
- Effect antirook- en alcohol-beleid, hoge prijzen en accijnzen -> thuis indrinken
- Daling cafés en dancings, groei eetcafés, koffiebars
- Trends: ander uitgaans-gedrag, jeugd niet meer iedere week naar zelfde kroeg. Wel groei in uitgaan oudere leeftijdsgroepen (altijd jong blijven)
- Concurrentie van evenementen / festivals, optredens etc.
- Opgave: beleving, interieur, belang van aantrekkelijke terrassen

**ZKA**  
Restaurantsector



Bron: CBS



Bron: ING

- 201
- Gro
- Van kw
- kw
- doo
- Sch
- Teg zoal

**ZKA**  
Fastservicesector



Bron: CBS

Branches: afhaal / bezorg, cafeteria, fast food, lunchroom, ijs, pannenkoek, shoarma / grill / kebab, food-kiosk / mobiel, zelfbediening

- 2015: indicatieve omzet € 3,5 miljard incl. BTW
- Groeit vanaf 2013
- Nieuwe concepten, healthy, beleving
- Specialisatie / niches, gemak / gezondheid, snelheid / to go, drive-thru, pop-up
- Afname kleine traditionele snackbar, groei grotere fast food, lunchroom / broodjes, ijs, spijs, buitenlandse concepten
- Invloed food-trucks, afhalen / bezorgen (s geen horeca)
- Prijzen onder druk, de consument bepaalt

**ZKA**  
Sector hotels



Bron: CBS

- 2l
- st
- G
- re
- V
- W
- Tl
- Te
- st

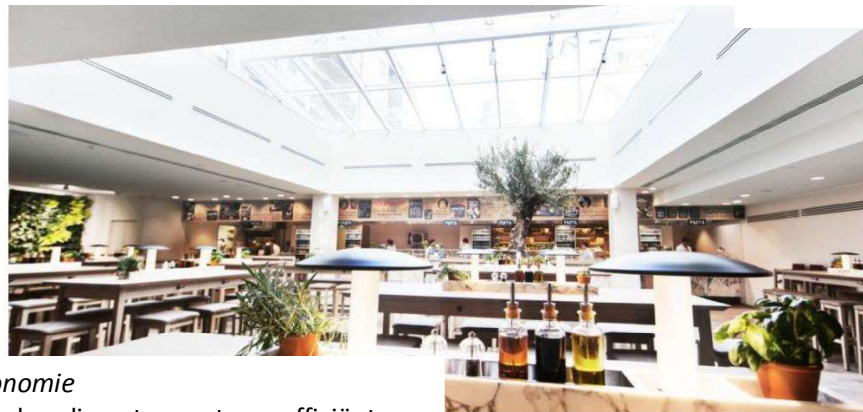
**ENKELE KWALITATIEVE TRENDS IN DE HORECASECTOR**



**TRENDS:** *Bezorgrevolutie & Technologie*  
24/7 verse en gezonde maaltijden van restaurants afgeleverd bij jou thuis na even invullen op je app. Hierdoor krijg je als klant service op maat.  
**FOTO:** Deliveroo, bezorgt high quality maaltijden van toprestaurants als fastfood



**TREND:** *Branchevervagi*  
Grenzen vervagen: hore elkaar heen te lopen.  
**FOTO:** Hutspot, Amster



**TREND:** *Systeemgastronomie*  
Goede prijs/kwaliteitverhouding eten met een efficiënte achterkant  
**FOTO:** Vapiano, fast casual self-service restaurant



**TREND:** *Tijdelijkheid*  
Experimenteerruimte voor ondernemers zorgt voor verrassing in een winkelgebied  
**FOTO:** Eenmaal, Amsterdam: pop-up eenpersoonsrestaurant





**TREND:** *Niche*

Steeds meer concepten richten zich op een specifieke niche, zoals espresso, halal of sapjes, met de bijbehorende doelgroep.

**FOTO:** Dr.Blend, Amsterdam: Sapbar



**TRENDS:** *Multifunctioneel & gezondheid*

Een horecazaak moet voldoen aan de behoeftes van de bezoeker. Tegelijkertijd spelen horeca een belangrijke rol qua gezondheid van de bezoekers

**FOTO:** Welldent Bar, Amsterdam: Tandartspraktijk ineen.



**TREND:** *Hotelbar*

De hotelbar is zijn slechte imago kwijt en fungeert steeds vaker als publiekstrekker. De hotelgast vindt er lokaal vertier en de local vindt er internationale contacten.

**FOTO:** Kevin Bacon Bar, Amsterdam: Hotelbar van Hotel not Hotel



**TRENDS:** *Duurzaam & Luxe*

Duurzaamheid is geen trend geworden. Tegelijkertijd design en de versleten vintage afgelopen jaren vervangen

**FOTO:** In de wulf, Dranouter restaurant

## BIJLAGE 3 Inventarisatie leegstand Wijk bij Duurstede

Maandag 20 februari 2017

### 1. Wijk bij Duurstede

- a. Maleborduurstraat 3
- b. Veldpoortstraat 15
- c. Van Egmondplein 24  
*Slecht zichtbaar, niet op een doorlooproutte en gelegen naast de Zeeman (De Gier makelaars).*
- d. Peperstraat 11, 31, 33, 36 en 42.
- e. Markt 11  
*Voormalige DA. De twee panden naast dit pand hebben ook lange tijd leeggestaan maar zijn inmiddels verhuurd (door Wijks woontheater en Outlet Store).*
- f. Steenstraat 2  
*Te koop (Rozenhage), 580 m<sup>2</sup> BVO*



*Er is in de afgelopen drie jaar leegstand gekomen. De Peperstraat is een toegangsweg naar het centrumgebied vanaf de haven. Hier staat nu een aantal panden leeg. Op de markt hebben drie grote panden lang leeg gestaan, maar twee hiervan zijn inmiddels opgevuld.*

### 2. Cothen

- a. Willem Alexanderweg 23/Margrietstraat 1  
Ruim winkelpand gelegen op een hoek (Te huur).



*Voorzieningenstructuur is beperkt: een tijdschriftenwinkel, kapper, carnavalswinkel, restaurant en café).*

### 3. Langbroek

#### a. Prinsenplein (Prins Claudreef/Frisodreef)



*Er zijn nagenoeg geen winkels in dit dorp. Er staat een unit leeg in het bejaardenhuis. Deze winkelruimte moet in zijn geheel gehuurd worden en dat blijkt lastig te zijn.*