BEA
economische argumentatie

Investeren in stad en stadion

Economische kansen voor Almelo zwart op wit

De realisatie van een nieuw stadion voor Heracles Almelo wordt belemmerd door een onnodig restrictief detailhandelsbeleid. Voorliggende rapportage onderbouwt dat gemeente en winkeliers beter een meer positieve benadering kunnen kiezen van het stadionplan met daarin ruimte voor enige retail naast leisure en maatschappelijke functies. Weggevloeide koopkracht kan worden teruggewonnen en nieuwe consumenten worden aangetrokken. Winkelstad Almelo wordt per saldo sterker.

Heracles Almelo

versie 4 juni 2013

b2w

BEA

Investeren in stad en stadion
Economische kansen voor Almelo zwart op wit

Second opinion op voorlopige DTNP-visie

OPGESTELD IN OPDRACHT VAN:

Wyckerveste en BAM (combinatie B2W)

DATUM

4 juni 2013

OPGESTELD DOOR:

Drs. H.M. (Herbert) ter Beek MPM
i.s.m. drs. I. (Ilan) Akker van Policy Productions

VOOR INFORMATIE:

Bureau voor Economische Argumentatie

Adres:	Herenmarkt 95-F
	1013 EC Amsterdam
Telefoon:	06 – 430 35 116
Fax:	020 – 620 37 37
E-mail:	info@bea.nl
Website:	www.bea.nl

Foto kaft: Widdershoven Architecten bv, bureau voor architecten en ruimtelijke vormgeving

BEA

Inhoud

Voorwoord 1

Managementsamenvatting 2

1 Vraagstelling en achtergronden 6

1.1 Vraagstelling second opinion op detailhandelsvisie DTNP 6
1.2 Toelichting op omvang en functies stadiongebied 7
1.3 Plan onderdeel van kansrijke nieuwe 'retailas' aan zuidzijde van Almelo 8

2 Marktruimte in Almelo: koopkrachtbinding en weglek-effect 10

2.1 Huidige koopkrachtbinding van Almelo is relatief gering 10
2.2 Koopkrachtbinding in Almelo sterk gedaald in afgelopen jaren 11
2.3 Binnenstad Almelo, positie in niet-dagelijkse sector en overall 13
2.4 Aanhaken of afhaken? 14

3 Indicatieve ramingen van distributieve marktruimte 16

3.1 Raming distributieve ruimte 2013, rekensom DTNP 16
3.2 Correctie 1, aanpassing gemiddelde vloerproductiviteit 17
3.3 Correctie 2, aanpassing extra koopkrachtbinding vanwege stadionplan 18
3.4 Correctie 3, aanpassing extra koopkrachttoevloeiing vanwege stadionplan 19
3.5 Integrale herziening raming distributieve ruimte en reële bandbreedtes 19

4 Analyse leegstand en relatie met stadionplan 21

4.1 Leegstand deels vanwege opschuiving kernwinkelgebied binnenstad 21
4.2 Relatief veel winkels buiten A1, A2 en B1-locaties 25
4.3 Overzicht leegstand, vooral concentratie op B en C-locaties 28

5 Inspirerende voorbeelden en geleerde lessen elders 30

5.1 Hengelo – Plein Westermaat 30
5.2 Roermond – Designer Outlet Roermond en Retailpark Roermond 31
5.3 Roosendaal - Rosada 32
5.4 Zwolle – met Voorsterpoort per saldo sterker als 'winkelstad van het oosten' 33

6 Juridisch-planologische motivatie en economische inzichten 34

6.1 Samenvatting juridisch-planologische beoordeling 34
6.2 Economische bevindingen in relatie tot juridisch-planologische vragen 35
6.3 Sturen o.b.v. historische DPO-kengetallen kent beperkingen 36

Bijlage I: overzicht van literatuur en bronnen 38

Voorwoord

Het voorliggende onderzoek richt zich op de vraag of er ruimte is in de markt voor de beoogde uitbreiding van winkeloppervlakte als onderdeel van het nieuwbouwplan voor het stadion van Heracles Almelo, zoals opgesteld door de combinatie B2W, bestaande uit Wyckerveste en BAM. Het onderzoek gaat verder in op de vraag of de positie van Almelo als winkelstad met realisatie van het plan wordt versterkt of dat juist sprake is van vooral negatieve effecten, bijvoorbeeld omdat de binnenstad er te zwaar door wordt geraakt. Het onderzoek heeft de vorm van een second opinion op voorlopige beoordelingen van deze aspecten door het bureau DTNP, dat in opdracht van de gemeente op korte termijn een nieuwe detailhandelsstructuurvisie opstelt. De nieuwe detailhandelsstructuurvisie is bij oplevering van de voorliggende rapportage nog niet openbaar en bekend bij opstellers.

De door BEA opgestelde analyses zijn daarnaast gebaseerd op uitgebreide deskresearch, waarbij met name is ingegaan op de specifieke positie van Almelo als winkelstad en op ervaringen met grootschalige dan wel perifere detailhandelslocaties elders in Nederland. Wij vertrouwen erop dat het onderzoek bijdraagt aan de gewenste zorgvuldige besluitvorming over de nieuwbouwplannen voor het stadion en dat niet onnodig wordt gekozen voor een defensieve strategie. Een meer offensieve keuze, waarbij wordt ingezet op investeringen in zowel de nieuwe stadionlocatie als ook de gewenste meer compacte binnenstad, zal naar onze mening per saldo voor de economische structuur en winkelpositie van Almelo beter uitpakken.

Tot slot en ten overvloede merken wij op dat de opgenomen analyses en beoordelingen volledig voor rekening komen van BEA.

Amsterdam, 4 juni 2013

Bureau voor Economische Argumentatie
namens deze

Herbert ter Beek.

Managementsamenvatting

Kernvragen

Het voorliggende onderzoek richt zich op de vraag of de plannen voor een nieuw stadion voor Heracles Almelo, zoals ontwikkeld door de combinatie van BAM Utiliteitsbouw en Wyckerveste, voorzien van commerciële ruimte met daarbinnen ook deels detailhandel, per saldo kunnen bijdragen aan de lokale economie van de gemeente Almelo of daar juist ten koste van gaan. Kernvragen zijn:

- Is er ruimte in de markt voor nieuwe vierkante meters?
- Voorziet de binnenstad van Almelo alle relevante doelgroepen?
- Bijten de nieuwbouwplannen de binnenstad of kunnen beide elkaar versterken?
- Welke economische gevolgen heeft realisatie van de nieuwbouwplannen?

Het onderzoek is te zien als een second opinion op door het bureau DTNP inmiddels afgegeven signalen over de op korte termijn op te leveren detailhandelsstructuurvisie voor de gemeente Almelo. Het betreft een door DTNP opgestelde 'strategische notitie vooruitlopend op de detailhandelsstructuurvisie' van 28 februari 2013 en een door DTNP verzorgde presentatie van de voorlopige denklijnen en resultaten van 15 mei jl.

DTNP eenzijdig & defensief

In genoemde notitie stelt DTNP dat "het toevoegen van nieuwe winkelgebieden aan de Almelose winkelstructuur (...), mede gelet op de beleidsmatige prioriteit voor de binnenstad, niet voor de hand (ligt)". De argumentatie voor deze denklijn wordt vooral gevormd door de in Almelo aanwezige leegstand aan winkels en de constatering dat de detailhandel is gewijzigd van een groei- naar een verdringingsmarkt. De uitgevoerde second opinion toont aan dat deze benadering te eenzijdig is en vanuit het perspectief van de gemeente Almelo en de daar gevestigde ondernemers onnodig defensief. Bovendien lijkt niet altijd te zijn uitgegaan van de meest recente kengetallen ten aanzien van voor de te berekenen marktruimte belangrijke variabelen als de gemiddelde vloerproductiviteit en zijn deze evenmin lokaal gefundeerd. Met meer actuele en lokale kengetallen kan het door DTNP voorspelde grote overschot aan vierkante meters omslaan in een tekort.

Drie belangrijke correcties

Uit het voorliggende rapport blijkt dat de door DTNP geraamde marktruimte, correcter het aangegeven overschot aan winkelruimte van circa 25.100 m² wvo, moet worden genuanceerd en gecorrigeerd voor de volgende punten:

- DTNP rekent met een gemiddelde vloerproductiviteit van € 2.080 in de niet-dagelijkse sector. In het licht van zeer recente (mei 2013) en lokale (op de schaal van Almelo toegesneden) informatie van onder meer de Rabobank moet de door DTNP aangehouden vloerproductiviteit fors neerwaarts worden bijgesteld naar € 1.681 landelijk en circa € 1.375 voor Twente. Bij hantering van het landelijke kengetal conform Rabobank verdwijnt het overschot aan winkelruimte en als de lokale kengetallen worden toegepast is er zelfs sprake van een omslag naar een tekort.
- De stadionplannen hebben een omvang waarbij toepassing van huidige distributieplanologische kengetallen niet reëel is. Met name is het te verwachten en uiteraard ook de bedoeling dat Almelo met de plannen zijn eigen koopkracht beter vasthoudt en daarbij van buiten nieuwe bestedingen aantrekt. Hier is ook veel winst te behalen. De koopkrachtbinding van de eigen inwoners in de niet-dagelijkse sector is de afgelopen

jaren weggezakt van 80 procent naar nu circa 68 procent. Dit betekent dat momenteel in deze sector 32 procent van de Almelose bestedingen weglekt naar elders. De koopkrachttoevloeiing van buiten is de laatste jaren enigszins toegenomen, maar veel minder dan bij voor het overige goed vergelijkbare gemeenten zoals bijvoorbeeld Hengelo. De ontwikkeling daar van Plein Westermaat speelt hierbij uiteraard mee. Als Almelo er in slaagt om de helft van het sinds 2005 verloren terrein terug te winnen in de niet-dagelijkse sector, dan betekent dit alleen al een vermindering van het door DTNP berekende overschot aan winkelruimte van circa 25 procent.

- Evenzo zullen de stadionplannen impact hebben op de koopkrachttoevloeiing van elders. Een beperkte toename van de koopkrachttoevloeiing, van nu 38 procent van de totale bestedingen in de niet-dagelijkse sector in Almelo naar 40 procent, leidt reeds tot extra marktruimte van circa 4.000 m² wvo.

Vanzelfsprekend kan niemand 'hard' voorspellen welke impact op de koopkrachtbinding en koopkrachttoevloeiing de plannen zullen hebben, maar aan deze effecten kan ook niet zomaar voorbijgegaan worden. De invloed van de hiervoor beschreven nuances en correcties op de raming van de marktruimte door DTNP kan als volgt worden samengevat:

Variabelen	**I** Raming DTNP niet-dagelijkse sector	**II** DTNP, gecorrigeerd voor lagere vloerproductiviteit (o.b.v. Rabobank - landelijk)	**III** DTNP gecorrigeerd voor lagere vloerproductiveit en enige toename van koopkrachtbinding en koopkrachttoevloeiing	**IV** Zoals III, maar met vloerproductiviteit o.b.v. Rabobank - Twente
Omzet per hoofd	€ 2.520	€ 2.520	€ 2.520	€ 2.520
Aantal inwoners Almelo	72.800	72.800	72.800	72.800
Koopkrachtbinding	68%	68%	74%	68%
Omzet uit verzorgingsgebied	€ 124,5 mln	€ 124,5 mln	€ 135,8 mln	€ 124,5 mln
Toevloeiing koopkracht	38%	38%	40%	38%
Toegevloeide omzet	€ 76,3 mln	€ 76,3 mln	€ 90,5 mln	€ 76,3 mln
Totale omzet	€ 200,8 mln	€ 200,8 mln	€ 226,3 mln	€ 200,8 mln
Gemiddelde vloerproduct.	€ 2.080	€ 1.681	€ 1.681	€ 1.375
Haalbaar winkelvloeropp.	96.100 m²	119.453 m²	134.622 m²	146.036 m²
Aanwezig winkelvloeropp.	121.000 m²	121.000 m²	121.000 m²	121.000 m²
Distributieve ruimte 2013	**-25.100 m²**	**-1.547 m²**	**13.622 m²**	**26.036 m²**

Stadion en leegstand elders

De besluitvorming over de stadionplannen van Heracles Almelo en de ontwikkelcombinatie B2W, waarin BAM Utiliteitsbouw en Wyckerveste samenwerken, vereist vanzelfsprekend de nodige zorgvuldigheid. De situatie op de winkelmarkt in het algemeen, en wellicht in Almelo in het bijzonder met een relatief hoge leegstand, is de laatste jaren verslechterd door

conjuncturele factoren en door een aantal fundamentele en structurele trends in de retailmarkt. De vraag is echter welke relatie er is tussen de huidige leegstand en de voorliggend stadionplannen. De analyse van BEA leidt tot de volgende bevindingen:

- De leegstand in het centrum van Almelo is geconcentreerd in een aantal deelgebieden, zoals de Grotestraat-Zuid en de westflank van het Centrumplein met Havenpassage en omgeving. De leegstand in het zuidelijk deel van de Grotestraat heeft nauwelijks een relatie met het al dan niet toevoegen van winkelruimte rondom het nieuwe stadion. Dit deel van de Grotestraat kent een zeer lage bezoekintensiteit. De passantenwaarde bedraagt slechts 5 tot 10 procent van het aantal bezoekers dat op het drukste punt in de Almelose binnenstad dagelijks passeert (dit is het deel van de Grotestraat tussen huisnummers 55 en 81, tussen Vero Moda en de Boekenvoordeelwinkel).
- Het ligt in de rede voor het zuidelijk deel van de Grotestraat, ten zuiden van het Prinses Catharina-Amaliaplein en met name ten zuiden van de kruising met de Prinsenstraat, te streven naar een geleidelijke transformatie van winkelfunctie naar woon-werklocaties en bedrijfsruimte voor zakelijke en overige dienstverleners, versterking van de al aanwezige horeca en cultuur.
- Een deel van de huidige leegstand betreft niet alleen panden op locaties die inmiddels (soms ver) buiten het kernwinkelgebied zijn geraakt, maar die ook in slechte staat verkeren of door omvang en inrichting minder geschikt zijn voor moderne detailhandelsformules.
- De gemeente Almelo stimuleert zelf actief de al zichtbare trendmatige verschuiving van het kernwinkelgebied in de binnenstad in noordelijke richting. Bij een dergelijke keuze hoort in beginsel ook beleid gericht op de transformatie van de buiten de route geraakte winkelgebieden in combinatie met het waar mogelijk uit de markt halen van leegstaande winkelruimte.
- Al met al kan een flink deel van de huidige leegstand in Almelo worden getypeerd als 'niet courant', resulterend in langdurige leegstand. Dit geldt voor zeker 2.000 m^2 vvo in en direct om de binnenstad en voor nog eens minimaal circa 3.500 m^2 vvo daar buiten (waarbij niet meegenomen enkele grote locaties op meubelboulevard). Het is niet reëel deze vierkante meters en in aanvulling daarop een groot deel van de leegstand in het gebied van Grotestraat-Zuid te relateren aan de stadionplannen. Deze ruimten staan leeg met of zonder stadionplannen.

'1 + 1 = 3'

De gemeente Roosendaal is een voorbeeld van een gemeente waar gekozen is voor een compacte binnenstad, in combinatie overigens met een PDV-locatie (het Factory Outlet Centre Rosada), en waar actief wordt gewerkt aan functieverandering in voormalige winkelstraten en aanlooproutes. Een dergelijke keuze kan ook voor Almelo soelaas bieden. De inventarisatie van ervaringen elders met PDV-locaties laat verder zien dat het zeker geen automatisme is dat een PDV-locatie ten koste gaat van de betreffende binnenstad. Een succesvolle PDV-locatie leidt direct tot enig koopkrachtverlies voor de binnenstad, maar indirect genereert het ook weer nieuwe koopstromen. In ieder geval is het doorgaans zo dat door de realisatie van een krachtig grootschalig perifeer detailhandelscluster, soms in combinatie met leisure of overige functies, de integrale winkelpositie van de betreffende stad verbetert. Cases in Roermond, Venlo, Hengelo, Kerkrade en Roosendaal illustreren dat 1 + 1 meer dan 2 kan zijn en de gemeente Zwolle neemt in haar kadernota detailhan-

del enig koopkrachtverlies in de binnenstad 'op de koop toe' omdat de beoogde nieuwe PDV-locatie Voorsterpoort langs de A28 de overall winkelpositie van Zwolle verbetert.

Eenzijdig beleid weinig kansrijk

Genoemde voorbeelden elders laten zien dat veel gemeenten kiezen voor een meer offensieve strategie ten aanzien van PDV-locaties in relatie tot de binnenstad. De consument laat zich niet dwingen door distributieplanologische kengetallen of een eenzijdig restrictief beleid gericht op in stand houden van wat niet meer (volledig) in stand te houden is. Net als winkelen via internet is het een 'fact of life' dat een deel van de aankopen door consumenten worden gedaan op locaties die goed bereikbaar zijn, ook met de auto, en die geschikt zijn voor grootschalige winkelformules. Indien Almelo er naar streeft om zijn winkelpositie integraal te versterken, dan zal het aanbod breder moeten zijn dan recreatief winkelen en funshoppen in de binnenstad en boodschappen doen in de wijkwinkelcentra. Ook vergelijkend winkelen, deels via internet en deels op grootschalige detailhandelslocaties, en met name doelgericht aankopen en 'runshoppen' hoort bij een volledig aanbod 'winkelen anno 2013'. Door eenzijdig in te zetten op de binnenstad, mist Almelo economische kansen en organiseert het in zekere zin zijn eigen nederlagen in het perspectief van concurrerende winkelsteden.

Investeren in stad & stadion

De nieuwbouwplannen voor het stadion van Heracles Almelo kunnen in Almelo en regio op veel goodwill rekenen. De club is er de laatste jaren in geslaagd om een vaste plek in de eredivisie te veroveren en draagt zo wezenlijk bij aan de profilering van de stad. Goodwill alleen vormt uiteraard onvoldoende basis voor een 'go' op de plannen door de gemeente Almelo en haar College en Raad. Er zijn echter goede argumenten om de plannen vanuit een positieve houding te benaderen en met de initiatiefnemers en de club en de ondernemers in de binnenstad te zoeken naar mogelijkheden voor optimalisatie van de plannen:

- De ontwikkeling van een retail- en leisure-as kan de integrale positie van Almelo als winkelstad versterken door verloren koopkracht terug te winnen en nieuwe koopkracht van elders aan te trekken.
- Het verdringingseffect ten opzichte van de binnenstad kan beperkt worden door een goede afstemming waarbij het retailgedeelte een focus krijgt dat grotendeels complementair is ten opzichte van de binnenstad. Ook het stimuleren van combinatiebezoek kan voor de binnenstad leiden tot nieuwe koopkracht.
- Het effect van investeren in stad en stadion is verder optimaal als de gemeente Almelo net als diverse andere gemeenten haar wens voor een compacte binnenstad ook voorziet van gericht beleid om winkelruimte in niet meer courante winkelgebieden in en om de binnenstad uit de markt te nemen en daar in te zetten op transformatie naar andere goed in en om de binnenstad passende functies als horeca, cultuur, zakelijke en overige dienstverlening en het stimuleren van de combinatie van wonen en werken.

***

1 Vraagstelling en achtergronden

Nieuw stadion is nodig…

Na bijna een eeuw gevoetbald te hebben aan de Bornsestraat, is in 1999 door Heracles Almelo het Polmanstadion in gebruik genomen. Met de grotere stadioncapaciteit en verruimde sponsormogelijkheden, markeert het Polmanstadion de sterke opkomst van Heracles Almelo in het betaalde voetbal. De ingebruikname van het Polmanstadion vormde mede de basis voor verdere expansie van de club, die sinds de promotie in het seizoen 2005-2006 weer een vaste waarde is in de Eredivisie, vorig jaar bekerfinalist was en dit seizoen lange tijd uitzicht had op de play-offs voor Europees voetbal. Voor verdere doorgroei is een volgende stap vereist en die is ook gepland. Volgens plan vindt eind 2014 de oplevering plaats van een nieuw stadion, gesitueerd op de locatie van de huidige voetbalvelden van enkele amateurclubs aan de Weezebeeksingel.

… maar wat zijn de gevolgen?

Realisatie van het nieuwe stadion is echter gebonden aan goedkeuring door de gemeente in het kader van het bestemmingsplan. Daarnaast toetst de gemeente of het stadionplan, en met name de in en om het stadion beoogde commerciële ruimten, past binnen het lokale detailhandelsbeleid. In een recente notitie stelt DTNP[1] dat “het toevoegen van nieuwe winkelgebieden aan de Almelose winkelstructuur (…), mede gelet op de beleidsmatige prioriteit voor de binnenstad, niet voor de hand ligt”. Verder wordt gesteld dat de detailhandel wijzigt van een groei- naar een verdringingsmarkt waardoor de behoefte aan winkelruimte de komende jaren nog verder zal afnemen terwijl de leegstand van winkels momenteel met 20 procent in Almelo al hoog is. En verder: “het toestaan van winkels bij het Heraclesstadion en Almelo Nouveau zal effecten hebben op bestaande centra in de gemeente”.

Het angstbeeld van velen is, dat het nieuwe stadion met de bijkomende commerciële ruimten ten koste gaat van de binnenstad van Almelo en de daar gevestigde winkeliers. In het zwartste scenario staan ook de commerciële ruimtes bij het nieuwe stadion leeg.

1.1 Vraagstelling second opinion op detailhandelsvisie DTNP

Het voorliggende onderzoek richt zich op de vraag of de plannen voor een nieuw stadion voor Heracles Almelo, voorzien van commerciële ruimte met daarbinnen ook deels detailhandel, per saldo kunnen bijdragen aan de lokale economie van de gemeente Almelo of daar juist ten koste van gaan. Kernvragen zijn:

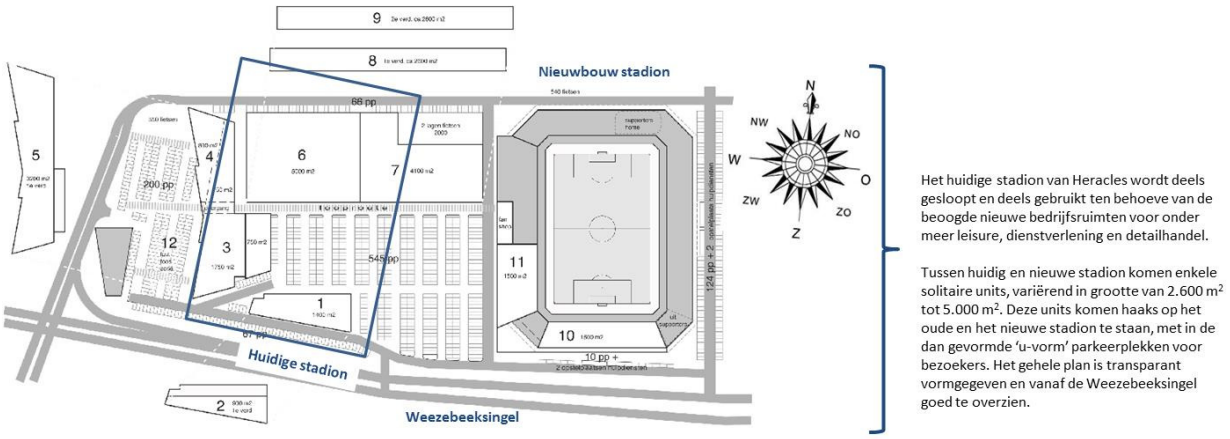
- Is er ruimte in de markt voor nieuwe vierkante meters?
- Voorziet de binnenstad van Almelo alle relevante doelgroepen?
- Bijten de nieuwbouwplannen de binnenstad of kunnen beide elkaar versterken?
- Welke economische gevolgen heeft realisatie van de nieuwbouwplannen?

[1] DTNP, *Winkels Heracles en Almelo Nouveau: strategische notitie vooruitlopend op Detailhandelsstructuurvisie Almelo*, 28 februari 2013.

1.2 Toelichting op omvang en functies stadiongebied

Flexibele opzet, huidig beeld

Omdat het stadionplan zich nog in de ontwerpfase bevindt, is de precieze indeling van de commerciële units in dit stadion nog niet definitief bepaald. De initiatiefnemers willen uiteraard zo goed mogelijk inspelen op de behoeften vanuit de markt en op het ruimtelijk-planologisch beleid van de gemeente[2].



Zoals voorgaande schets laat zien, is het plan een combinatie van nieuwbouw en sloop en verbouw van delen van het huidige stadion van Heracles Almelo. In totaal is met de planvorming een nuttig voeroppervlak gemoeid van circa 27.600 m². Daarvan betreft circa 1/3 huidige panden en de resterende 2/3 nieuwbouw (voor een klein deel in het nieuwe stadion en voor een ander deel in te realiseren bebouwing tussen huidig en nieuwe stadion):

Onderdelen in stadionplan	Bestaand of nieuwbouw	Volumes in m²
Unit 1, begane grond	Bestaand stadion	1.400 m²
Unit 2, 1e verdieping	Bestaand stadion	900 m²
Unit 3, begane grond	Bestaand stadion Nieuwe aanbouw	1.750 m² 750 m²
Unit 4, begane grond	Bestaand stadion Nieuwe aanbouw	750 m² 800 m²
Unit 5, 1e verdieping	Bestaand stadion	3.200 m²
Unit 6, begane grond	Solitaire unit	5.000 m²
Unit 7, begane grond	Solitaire unit	4.100 m²
Unit 8, 1e verdieping	Solitaire unit	2.600 m²
Unit 9, 2e verdieping	Solitaire unit	2.600 m²
Unit 10, begane grond	Nieuw stadion	1.500 m²
Unit 11, begane grond	Nieuw stadion	1.500 m²
Unit 12, begane grond	Solitaire unit (fastfood zone)	Ntb
Totaal bestaand		8.750 m²
Totaal nieuw stadion en solitaire units		18.850 m²
Totaal		**27.600 m²**

[2] B2W (combinatie BAM en Wyckerveste), *Stadiongebied Heracles Almelo scoort*, 2013.

Inzet is een mix van functies

De stadionplannen betreffen zeker niet uitsluitend vierkante meters detailhandel. De opzet voorziet in een combinatie van de volgende functies:

- Retail, met volgens plan een supermarktfunctie deels ter vervanging van capaciteit elders mede vanwege de herbestemming van winkelcentrum de Gors en met daarnaast accent op grootschalige winkelformules die lastig in de binnenstad in te passen zijn.
- Horeca (hotel, restaurant, fastfood, et cetera).
- Leisure.
- Zakelijke dienstverlening.
- Maatschappelijke voorzieningen zoals bijvoorbeeld dagbesteding, kinderopvang, bibliotheek e.d.
- Zorg (denk aan praktijkruimte voor huisartsen, fysiotherapie et cetera).
- Onderwijs.

Met deze functie ontstaat een gebied met een duidelijk eigen profiel, dat afwijkt van andere PDV-locaties in de regio en grotendeels complementair is aan de binnenstad van Almelo. Retail is niet dominant en binnen de retail zal vooral sprake zijn van formules die naar aard en omvang minder goed passen in een binnenstad of die anderszins hechten aan een goede autobereikbaarheid. Dit laatste geldt dan uiteraard voor retailformules die gericht zijn op de branches wonen en doe-het-zelf. Ook een grootschalige detailhandelsformule in de sportartikelenbranche past in deze benadering.

1.3 Plan onderdeel van kansrijke nieuwe 'retailas' aan zuidzijde van Almelo

Internet en PDV: 'fact of life'

Door de stadionplannen en bijkomende investeringen in grootschalige winkels gericht op het zogenoemde 'runshoppen' en de combinatie van retail, sport en leisure, ontstaat een voor Almelo nieuwe economische pijler, waarmee Almelo in combinatie met de binnenstad het gehele spectrum aan behoeften bij consumenten, detailhandelsondernemers en investeerders afdekt. Vanuit de consument geredeneerd, is winkelen anno 2013 niet meer hetzelfde als het was in bijvoorbeeld het jaar 2000. Twee belangrijke ontwikkelingen moeten nadrukkelijk worden meegewogen bij de besluitvorming over de relatie tussen de stadionplannen in relatie tot de binnenstad van Almelo:

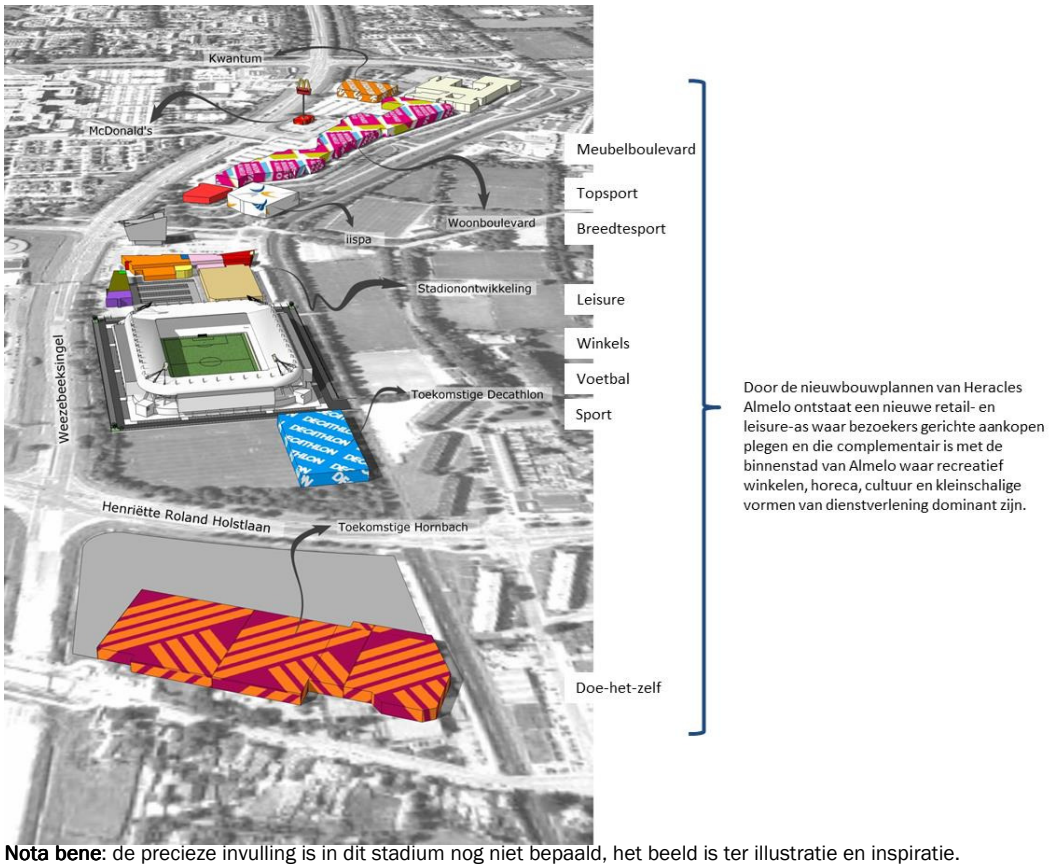
- De opkomst van internet en sociale media.
- De verspreiding over het gehele land van perifere en/of grootschalige detailhandel buiten de traditionele winkelgebieden i.c. binnensteden.

Offensief of defensief?

Merkwaardig genoeg wordt ten aanzien van de opkomst van internet doorgaans geadviseerd aan winkeliers om daar optimaal gebruik van te maken. Een offensieve houding dus, vanuit de gedachte dat internet er nu eenmaal is ('fact of life') en dat je daar dan maar het beste positief op in kunt spelen. Ten aanzien van PDV-locaties wordt vaak een defensieve houding ingenomen. De blik gaat eenzijdig naar bestedingen die mogelijk worden verplaatst van de binnenstad naar de rand van de stad zonder dat meegewogen wordt dat een PDV-locatie, mits juist ingevuld, ook veel bestedingen van elders kan aantrekken. Bovendien bieden perifere winkelgebieden gemeenten de mogelijkheid om ten

opzichte van de in de binnenstad gevestigde winkeliers complementaire formules aan te bieden. Dit versterkt de winkelpositie van een stad als geheel waardoor deels ook in de loop der jaren verloren koopkracht weer teruggewonnen kan worden.

Het plan van B2W in samenwerking met Heracles Almelo moet ook vanuit dit perspectief worden bezien en gewaardeerd. Met de plannen ontstaat aan de Weezebeeksingel een 'retailas' die loopt van de huidige meubelboulevard tot en met de kruising van Weezebeeksingel en Henriëtte Roland Holstlaan waar in de planvorming plek is voor grootschalige detailhandelsvestigingen met formules die in een binnenstad niet in te passen zijn. De bedrijven die in beeld zijn bij de initiatiefnemers zijn bij uitstek winkelformules die (veel) ruimte nodig hebben en die bijdragen aan het aantrekken van koopkracht uit een groot verzorgingsgebied. De te ontwikkelen as van retail, sport en leisure kan er als volgt uitzien:



Nota bene: de precieze invulling is in dit stadium nog niet bepaald, het beeld is ter illustratie en inspiratie.

1 + 1 = ?

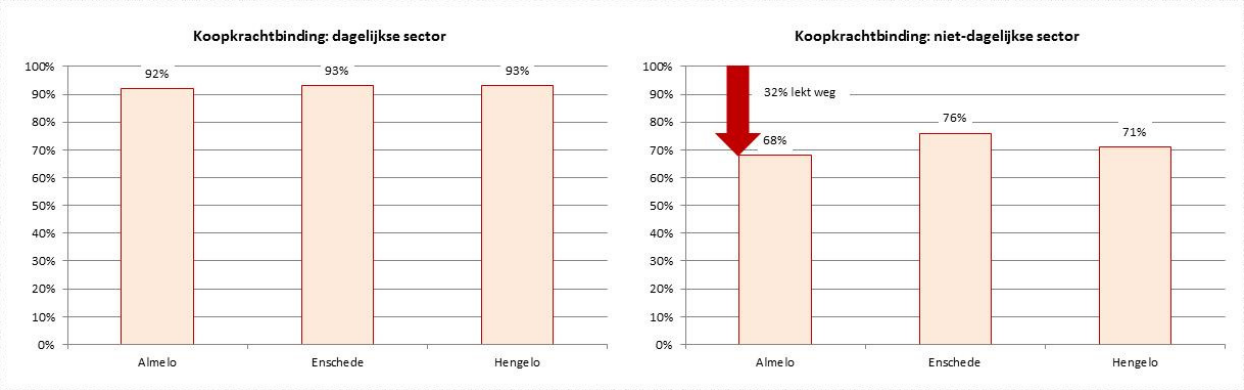
In de besluitvorming over de stadionplannen en de bijdrage aan deze as van retail, sport en leisure moet ook worden meegenomen dat de Almelose meubelboulevard door de planvorming een nieuwe impuls kan krijgen. In een offensieve benadering van de economische potentie van retail, leisure en sport 'anno 2013', wordt ingezet op het optimaliseren van het totale aanbod van Almelo op deze terreinen. Dan is het zaak om tot een goede afstemming te komen van stadionplannen binnen het bredere gebiedsperspectief van genoemde 'Zuidas' en ten opzichte van de binnenstad van Almelo. Dan kan 1 + 1 uiteindelijk optellen tot 3 of meer.

2 Marktruimte in Almelo: koopkrachtbinding en weglek-effect

2.1 Huidige koopkrachtbinding van Almelo is relatief gering

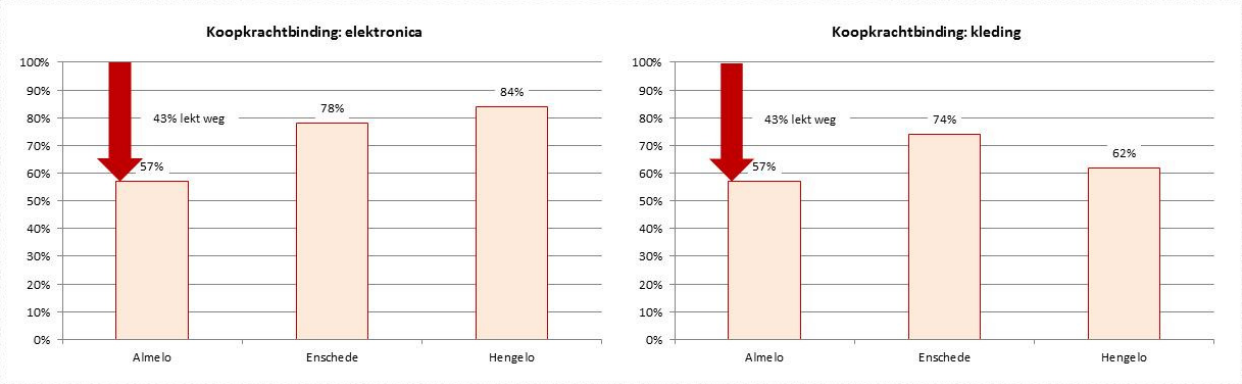
Veel koopkracht lekt nu weg

Uit het meest recente koopstroomonderzoek[3] blijkt, dat de gemeente Almelo er duidelijk minder goed in slaagt om de eigen koopkracht vast te houden dan de andere Twentse steden Hengelo en Enschede. Het verschil is met name zichtbaar bij de niet-dagelijkse aankopen. Waar in Enschede 24 procent van de bestedingen aan niet-dagelijkse aankopen van de eigen inwoners 'weglekt' naar elders, is dit voor Almelo 32 procent. Er is voor Almelo veel winst te behalen als nu wegvloeiende koopkracht wordt teruggehaald.



Elektronica en kleding zwak

Binnen het segment niet-dagelijkse aankopen zijn enkele branches aan te wijzen, waar nog een relatief groter deel van de Almelose koopkracht weglekt naar elders. Het betreft met name elektronica en kleding en in iets mindere mate ook woninginrichting. De koopkrachtafvloeiing vanuit Almelo voor elektronica en kleding loopt op tot 43 procent:



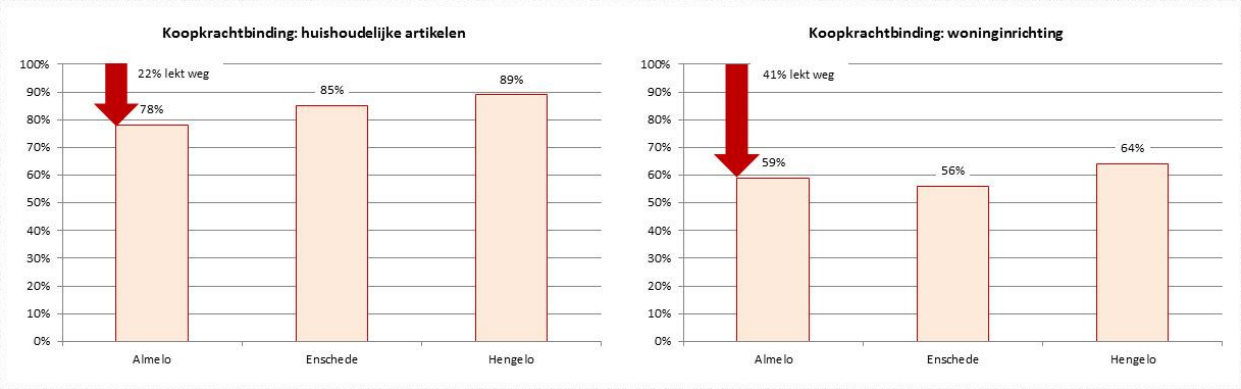
Het relatief grote weglekeffect in de kledingbranche wordt wel voor een belangrijk deel gecompenseerd door koopkrachttoevloeiing van elders. Het koopstromenonderzoek 2010 laat zien dat de kledingbranche er het beste in slaagt koopkracht van elders naar zich toe te trekken: bijna de helft (47 procent) van de omzet komt van klanten van buiten Almelo[4].

---

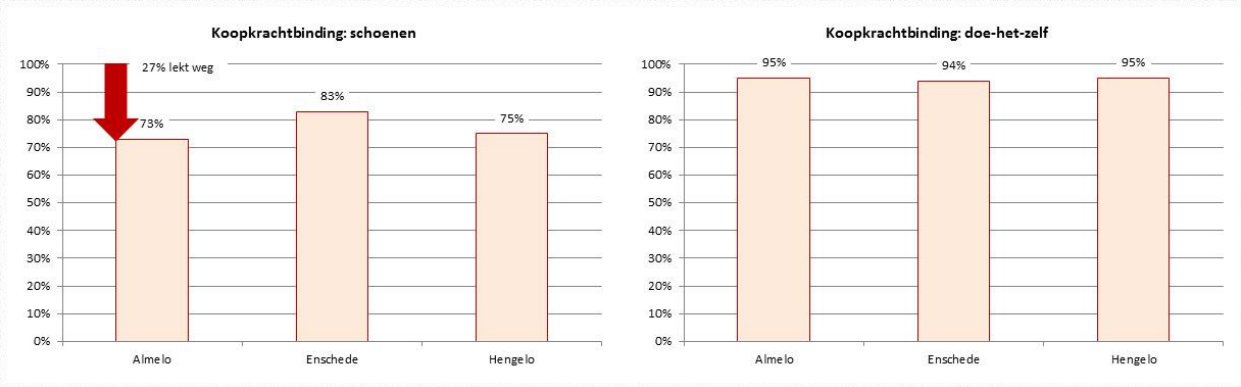
[3] I&O Research, *Regiorapportage koopstromenonderzoek 2010, regio Twente*, september 2010.

[4] I&O Research, *Koopstromenonderzoek 2010, Gemeente Almelo – kern Almelo*, september 2010.

De positie van Almelo is ook in de branches van woninginrichting en huishoudelijke artikelen niet zeer sterk. De koopkrachtafvloeiing loopt in deze branches op tot respectievelijk 41 procent en 22 procent. Zowel Enschede als Hengelo houden met 85 procent respectievelijk 89 procent een groter deel van de eigen koopkracht binnen de gemeentegrenzen in het segment huishoudelijke artikelen (Almelo behoudt in dit segment 78 procent). Bij de woninginrichting heeft alleen Hengelo een sterkere positie met een koopkrachtbinding van 64 procent. Enschede en Almelo zitten in dit segment op min of meer hetzelfde niveau met een koopkrachtbinding van respectievelijk 56 procent en 59 procent:



In de doe-het-zelf-branche weet Almelo, net als Hengelo en Enschede, vrijwel alle koopkracht goed vast te houden. De koopkrachtbinding in dit segment loopt op tot 95 procent. In de schoenenbranche is de koopkrachtbinding weer een stuk lager. In deze branche vloeit in Almelo 27 procent van de eigen koopkracht weg, terwijl een stad als Enschede 83 procent van de koopkracht weet vast te houden (in Almelo is dit dus 73 procent):



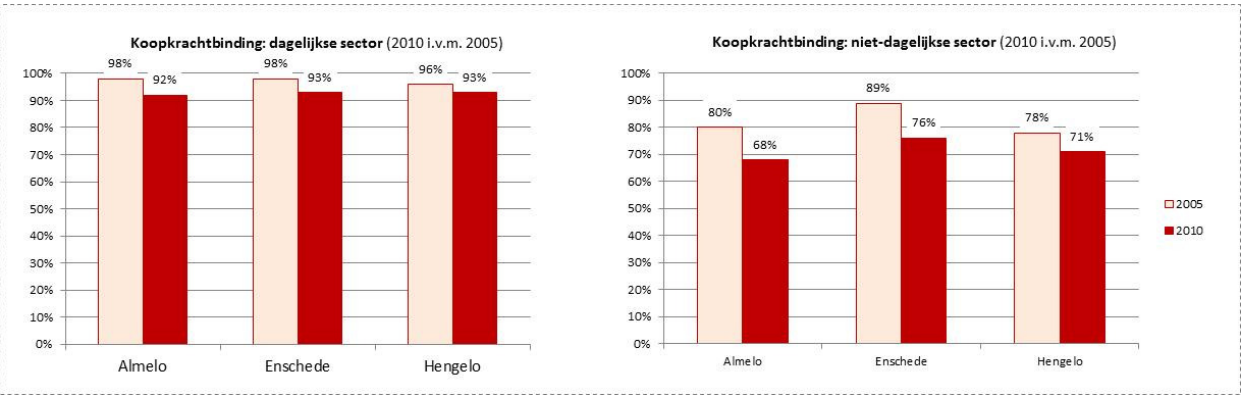
2.2 Koopkrachtbinding in Almelo sterk gedaald in afgelopen jaren

Hengelo beperkt verlies

De gemeente Almelo is er de laatste jaren minder goed in geslaagd om de eigen koopkracht vast te houden. De koopkrachtbinding[5] is sterk gedaald de laatste jaren. Dit

[5] Onder koopkrachtbinding verstaan we het percentage van de koopkracht van de inwoners van een gemeente dat wordt besteed in de eigen gemeente.

probleem is met name aan de orde in het segment niet-dagelijkse[6] artikelen. Waar de koopkrachtbinding in 2005 nog 80 procent bedroeg, is dit in 2010 gedaald naar 68 procent. Ook in Enschede is een forse daling opgetreden in deze periode. Alleen Hengelo heeft, waarschijnlijk vooral dankzij de PDV-locatie Westermaat, de eigen koopkracht duidelijk beter weten vast te houden:



Belang van PDV-locatie

Het Retail Park Westermaat heeft in 2004 zijn deuren geopend en heeft geleidelijk aan een steviger positie verworven in een aantal branches. Onder meer vanuit Enschede, maar ook vanuit Almelo en andere Twentse gemeenten is veel koopkracht toegevloeit naar Westermaat. De Enschedese PDV-locatie Schuttersveld, vooral gevuld met detailhandel in de branches woninginrichting en doe-het-zelf, heeft de laatste jaren daarentegen positie verloren, mede door een minder optimale ontsluiting en parkeersituatie, wat deels verklaart waarom Enschede de koopkrachtbinding in de niet-dagelijkse sector sterk zag dalen.

Ook dagelijkse sector verliest

Niet alleen de grote daling van de koopkrachtbinding in het niet-dagelijkse segment is voor Almelo een probleem. Ook in het dagelijkse segment slaagt Almelo er geleidelijk minder goed in de eigen koopkracht vast te houden. Dit is overigens ontwikkeling die ook in Hengelo en Enschede waar te nemen is. Het blijkt dat waar voorheen vrijwel alle dagelijkse boodschappen in de eigen gemeente werden verricht, een steeds groter deel weglekt naar elders. Hierbij kan meespelen dat mensen die voor hun werk pendelen tussen steden, op hun route van en naar het werk steeds vaker boodschappen doen. Een supermarkt die vanaf de snelweg dan wel de belangrijkste in- en uitgaande routes naar de stad, goed bereikbaar is, kan dit weglekeffect in de dagelijkse sector beperken.
Tegenover de sterk gedaalde koopkrachtbinding van de eigen inwoners, staat een beperkte stijging van de koopkrachttoevloeiing[7] van buiten Almelo. Bezien over de periode van 2005 tot 2010, heeft de koopkrachttoevloeiing zich als volgt ontwikkeld:

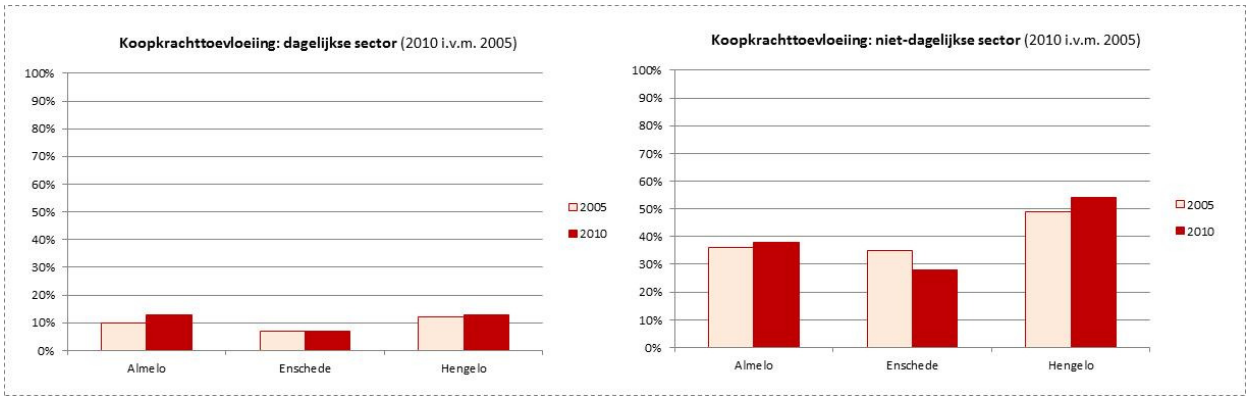
---

[6] Onder dagelijkse artikelen wordt verstaan artikelen in de branches voedings- en genotmiddelen en persoonlijke verzorging (bijvoorbeeld drogisterij). Niet-dagelijkse artikelen zijn alle overige artikelen.

[7] Onder koopkrachttoevloeiing verstaan we de bestedingen door alle niet-inwoners van een gemeente. De koopkrachttoevloeiing wordt, net als de koopkrachtbinding van de eigen inwoners van een gemeente, uitgedrukt als percentage van de totale koopkracht van de betreffende gemeente.

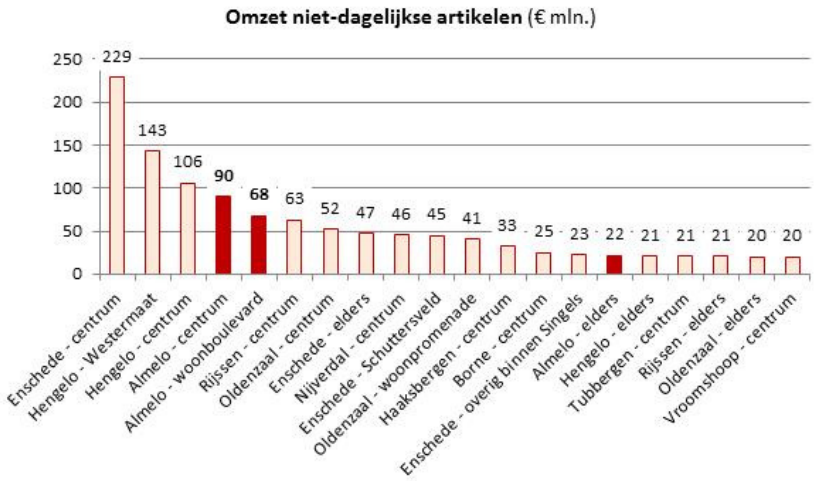
- Dagelijkse sector: toename van 10 procent naar 13 procent.
- Niet-dagelijkse sector: toename van 36 procent naar 38 procent.

Opvallend is daarnaast vooral dat de positie van Enschede in de niet-dagelijkse sector ver is weggezakt, terwijl Hengelo sterk is opgekomen.



2.3 Binnenstad Almelo, positie in niet-dagelijkse sector en overall

In de niet-dagelijkse sector is Almelo na Enschede-centrum, Hengelo-Westermaat en Hengelo-centrum het derde winkelgebied in Twente:

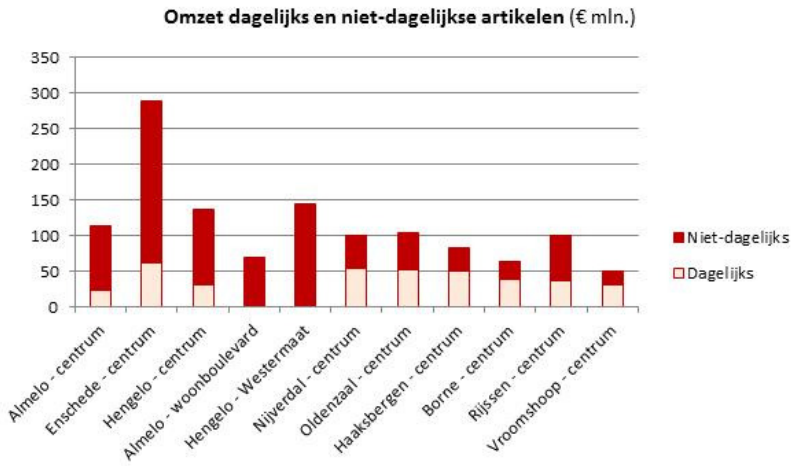


De omzetgegevens in de niet-dagelijkse sector van Almelo, Enschede en Hengelo corresponderen in grote lijnen met de respectievelijke inwonersaantallen. De omzet in de niet-dagelijkse sector omgerekend naar eigen inwoner bedraagt in Enschede circa € 1.440, in Hengelo € 1.310 en in Almelo € 1.235. Veel opvallender is het verschil echter in de dagelijkse sector. De binnenstad van Almelo realiseert relatief weinig omzet in dagelijkse artikelen (circa € 23 mln in 2010). De binnenstad van Enschede zet liefst drie keer zoveel om in

---

Koopkrachtbinding en koopkrachttoevloeiing kunnen samen uitkomen op méér dan 100% van de in een gemeente aanwezige koopkracht, als de toevloeiing groter is dan de weggelekte koopkracht.

de dagelijkse sector (met circa € 61 mln) en de binnenstad van Hengelo bijna anderhalf keer zoveel (met circa € 31 mln.):

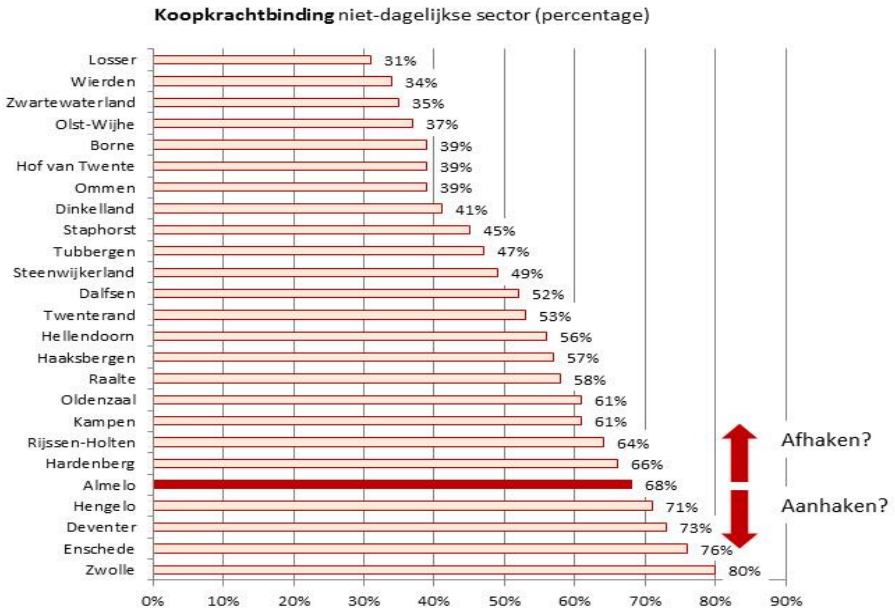


Verder valt op dat omliggende kernen als Nijverdal (€ 54 mln.), Rijssen (€ 37 mln), Borne (€ 38 mln), Vriezenveen (€ 37 mln) en Vroomshoop (€ 31 mln) allemaal meer omzet realiseren in de dagelijkse sector dan Almelo met € 23 mln. Ook de winkelcentra Schelfhorst en Vincent van Goghplein in Almelo hebben een hogere omzet in de dagelijkse sector (met respectievelijk € 37 mln en € 29 mln).

2.4 Aanhaken of afhaken?

Ranglijst van

Voor Almelo is er de keuze: haakt de stad aan bij de andere grote steden in Overijssel, of zakt de stad weg naar een niveau van subregionale centra als Hardenberg, Rijssen, Oldenzaal en Raalte.



In de afgelopen jaren is Hengelo Almelo voorbij gestreefd op deze ranglijst. In 2005 was de koopkrachtbinding in de niet-dagelijkse sector in Almelo met 80 procent nog hoger dan in Hengelo (waar de koopkrachtbinding toen lag op 78 procent). In 2010 zijn de rollen omgedraaid, mede met dank aan Plein Westermaat, en is de koopkrachtbinding in de niet-dagelijkse sector in Hengelo met 71 procent zo'n drie procent hoger dan in Almelo met een koopkrachtbinding van 68 procent.

Deze cijfers geven overigens ook aan dat de koopkrachtbinding over de gehele linie duidelijk lager is geworden. Dit vormt voor een gemeente als Almelo uiteraard een bedreiging, omdat inwoners makkelijker elders hun euro's besteden, maar het is evengoed te zien als een kans, als Almelo althans werk maakt van het bedienen van alle relevante consumentencategorieën. Een stad als Hengelo heeft dit bijvoorbeeld gedaan, maar ook steden als Zwolle (en verder buiten de regio bijvoorbeeld Roermond, Roosendaal en Venlo) kiezen uiteindelijk voor een vooral offensieve benadering van de steeds kleiner wordende koopkrachtbinding van consumenten aan hun eigen gemeente.

3 Indicatieve ramingen van distributieve marktruimte

3.1 Raming distributieve ruimte 2013, rekensom DTNP

Aannames raming DTNP

Door DTNP is geraamd dat er met name in de niet-dagelijkse sector op dit moment een groot overschot is aan m² wvo (winkelvloeroppervlak). Het overschot bedraagt volgens de ramingen van DTNP respectievelijk

- 4.600 m2 in de dagelijkse sector
- en liefst 25.100 m2 in de niet-dagelijkse sector.

Presentatie DTNP 15 mei jl.

Deze ramingen zijn gebaseerd op een aantal kengetallen, die deels zijn bepaald op basis van landelijke gemiddelden en deels op basis van lokale inzichten. Enkele belangrijke kengetallen zijn hiervoor, in hoofdstuk 2, reeds aan de orde gekomen. Het betreft met name de koopkrachtbinding en de koopkrachttoevloeiing. DTNP baseert zich in zijn rekensommen op de in hoofdstuk 2 toegelichte uitkomsten van het Koopstromenonderzoek uit 2010. Concreet is het uitgangspunt dat de koopkrachtbinding in de dagelijkse en niet-dagelijkse sector 92% respectievelijk 68% bedraagt.

Ook de koopkrachttoevloeiing is gebaseerd op het KSO-2010. In de dagelijkse sector is de koopkrachttoevloeiing 13% en in de niet-dagelijkse sector 38%. Vanzelfsprekend zijn deze percentages geen gegeven, maar variëren zij met de kwaliteit van het winkelproduct in Almelo en de mate waarin Almelo concurrentie ondervindt van omliggende gemeenten.

Een volgende essentiële aanname betreft die van de gemiddelde vloerproductiviteit. DTNP gaat daarbij uit van een gemiddelde vloerproductiviteit van € 7.310 in de dagelijkse sector en € 2.080 in de niet-dagelijkse sector.

Variabelen	Dagelijkse sector	Niet-dagelijkse sector
Omzet per hoofd	€ 2.270	€ 2.520
Aantal inwoners Almelo	72.800	72.800
Koopkrachtbinding	92%	68%
Omzet uit verzorgingsgebied	€ 151,6 mln	€ 124,5 mln
Toevloeiing koopkracht	13%	38%
Toegevloeide omzet	€ 22,7 mln	€ 76,3 mln
Totale omzet	€ 174,3	€ 200,8 mln
Gemiddelde vloerproductiviteit	€ 7.310	€ 2.080
Haalbaar winkelvloeroppervlak	23.800 m²	96.100 m²
Aanwezig winkelvloeroppervlak	28.400 m²	121.000 m²
Distributieve ruimte 2013	**-4.600 m²**	**-25.100 m²**

De raming van DTNP wordt navolgend op enkele punten aangepast en gecorrigeerd:

- De gemiddelde vloerproductiviteit is waarschijnlijk te hoog aangehouden.
- Met een beter en vollediger product kan Almelo weggelekte koopkracht terugwinnen.
- Idem dito kan een beter en vollediger product extra koopkracht van buiten aantrekken.

3.2 Correctie 1, aanpassing gemiddelde vloerproductiviteit

Recent Rabo-onderzoek

Een belangrijke aanpassing van de hiervoor gepresenteerde raming door DTNP betreft de gehanteerde gemiddelde vloerproductiviteit. In de rekensom gaat DTNP uit van een gemiddelde vloerproductiviteit van € 2.080 voor de niet-dagelijkse sector. Dit lijkt te optimistisch, zeker toegepast op Almelo. Recent onderzoek van de Rabobank uit mei 2013, van de afdeling Kennis en Economisch Onderzoek, geeft een ander beeld[8]. De Rabobank gaat uit van de volgende gemiddelde vloerproductiviteit:

- Landelijk gemiddelde bedraagt volgens Rabobank € 1.681 per m² wvo.
- Voor de regio Twente wordt door Rabobank uitgegaan van circa € 1.350 per m² wvo.

Bij gebruik van het landelijk gemiddelde volgens Rabobank verdwijnt het overschot vrijwel:

Variabelen	Niet-dagelijkse sector (DTNP)	Niet-dagelijkse sector (DTNP, met vloerproductiviteit o.b.v. Rabobank - landelijk)
Omzet per hoofd	€ 2.520	€ 2.520
Aantal inwoners Almelo	72.800	72.800
Koopkrachtbinding	68%	68%
Omzet uit verzorgingsgebied	€ 124,5 mln	€ 124,5 mln
Toevloeiing koopkracht	38%	38%
Toegevloeide omzet	€ 76,3 mln	€ 76,3 mln
Totale omzet	€ 200,8 mln	€ 200,8 mln
Gemiddelde vloerproductiviteit	€ 2.080	€ 1.681
Haalbaar winkelvloeroppervlak	96.100 m²	119.453 m²
Aanwezig winkelvloeroppervlak	121.000 m²	121.000 m²
Distributieve ruimte 2013	**-25.100 m²**	**-1.547 m²**

Uitgaand van de regionale vloerproductiviteit o.b.v. Rabobank slaat het beeld volledig om:

Variabelen	Niet-dagelijkse sector (DTNP)	Niet-dagelijkse sector (DTNP, met vloerproductiviteit o.b.v. Rabobank - Twente)
Omzet per hoofd	€ 2.520	€ 2.520
Aantal inwoners Almelo	72.800	72.800
Koopkrachtbinding	68%	68%
Omzet uit verzorgingsgebied	€ 124,5 mln	€ 124,5 mln
Toevloeiing koopkracht	38%	38%
Toegevloeide omzet	€ 76,3 mln	€ 76,3 mln
Totale omzet	€ 200,8 mln	€ 200,8 mln
Gemiddelde vloerproductiviteit	€ 2.080	€ 1.375
Haalbaar winkelvloeroppervlak	96.100 m²	146.036 m²
Aanwezig winkelvloeroppervlak	121.000 m²	121.000 m²
Distributieve ruimte 2013	**-25.100 m²**	**26.036 m²**

[8] Rabobank, *Fun of functie: verschuivingen in ruimtelijk koopgedrag*, mei 2013.

3.3 Correctie 2, aanpassing extra koopkrachtbinding vanwege stadionplan

Stadionlocatie 'game changer'

Een tweede belangrijke aanname van DTNP betreft de koopkrachtbinding. In navolging van het KSO-2010 gaat het bureau uit van een koopkrachtbinding van 68 procent in de niet-dagelijkse sector. De koopkrachtbinding lag zoals bekend in 2005 duidelijk hoger en bedroeg toen 80 procent voor de niet-dagelijkse sector. Indien Almelo er met de nieuwe plannen in slaagt om weer een groter deel van de eigen bestedingen aan niet-dagelijkse artikelen te behouden, dan wordt daarmee uiteraard extra distributieve ruimte mogelijk. Toevoeging van een aantrekkelijke winkellocatie met voor Almelo en omstreken interessante nieuwe winkelformules, heeft vanzelfsprekend invloed op factoren als koopkrachtbinding en koopkrachttoevloeiing. Bij een dergelijke grote verandering, volstaan niet langer de bestaande kengetallen voor deze variabelen.

Terugwinnen verloren terrein

Als Almelo er met de nieuwe plannen, en eventueel parallelle investeringen in het centrum, er weer in slaagt om de helft van het verloren terrein sinds 2005 terug te winnen, dan komt de koopkrachtbinding uit op 74 procent. Deze aanpassing resulteert al in een afname van het overschot aan winkelruimte van 25.100 m² naar 19.000 m2, een afname van bijna een kwart:

Variabelen	Niet-dagelijkse sector (DTNP)	Niet-dagelijkse sector (DTNP, met hogere koopkrachtbinding waarbij helft van verloren omzet teruggewonnen wordt)
Omzet per hoofd	€ 2.520	€ 2.520
Aantal inwoners Almelo	72.800	72.800
Koopkrachtbinding	68%	74%
Omzet uit verzorgingsgebied	€ 124,5 mln	€ 135,8 mln
Toevloeiing koopkracht	38%	38%
Toegevloeide omzet	€ 76,3 mln	€ 76,3 mln
Totale omzet	€ 200,8 mln	€ 212,1 mln
Gemiddelde vloerproductiviteit	€ 2.080	€ 2.080
Haalbaar winkelvloeroppervlak	96.100 m²	102.000 m²
Aanwezig winkelvloeroppervlak	121.000 m²	121.000 m²
Distributieve ruimte 2013	**-25.100 m²**	**-19.000 m²**

Nota bene: in overzicht wordt gerekend met de door DTNP gehanteerde gemiddelde vloerproductiviteit, die zoals hiervoor is toegelicht, neerwaarts aangepast dient te worden. In het overzicht wordt het effect van een hogere koopkrachtbinding geïsoleerd van overige te maken aanpassingen.

De plannen voor het nieuwe stadion en omgeving zullen ook van invloed zijn op de koopkrachttoevloeiing. Investeringen in nieuwe winkelformules, die goed bereikbaar zijn met de auto, kan ook extra bestedingen van buiten Almelo aantrekken.

3.4 Correctie 3, aanpassing extra koopkrachttoevloeiing vanwege stadionplan

Extra omzet uit regio

De koopkrachttoevloeiing waar DTNP mee rekent, is 38 procent voor de niet-dagelijkse sector en eveneens gebaseerd op het KSO-2010. In 2005 lag de koopkrachttoevloeiing in de niet-dagelijkse sector nog op 36 procent. De plannen voor het nieuwe stadion en de daarin voorziene ontwikkeling van extra winkelruimte met nieuwe en gunstig gelegen winkelformules, kan ertoe leiden dat de koopkrachttoevloeiing verder stijgt. Met name bij winkelformules die uniek zijn voor de regio en/of sterk onderscheidend zijn, is dit te verwachten.

Een beperkte stijging van 38 procent naar 40 procent resulteert in een daling van het distributieve overschot van 25.100 m² naar 21.240 m².

Variabelen	Niet-dagelijkse sector (DTNP)	Niet-dagelijkse sector
Omzet per hoofd	€ 2.520	€ 2.520
Aantal inwoners Almelo	72.800	72.800
Koopkrachtbinding	68%	68%
Omzet uit verzorgingsgebied	€ 124,5 mln	€ 124,5 mln
Toevloeiing koopkracht	38%	40%
Toegevloeide omzet	€ 76,3 mln	€ 83,0 mln
Totale omzet	€ 200,8 mln	€ 207,5 mln
Gemiddelde vloerproductiviteit	€ 2.080	€ 2.080
Haalbaar winkelvloeroppervlak	96.100 m²	99.760 m²
Aanwezig winkelvloeroppervlak	121.000 m²	121.000 m²
Distributieve ruimte 2013	**-25.100 m²**	**-21.240 m²**

Nota bene: in overzicht wordt gerekend met de door DTNP gehanteerde gemiddelde vloerproductiviteit, die zoals hiervoor is toegelicht, neerwaarts aangepast dient te worden en een koopkrachtbinding van 68 procent (terugwinnen van 'eigen omzet' is buiten dit overzicht gelaten). In het overzicht wordt het effect van een hogere koopkrachttoevloeiing geïsoleerd van overige te maken aanpassingen.

Indien de PDV-locatie aan de Weezenbeeksingel succesvol is, dan is een hogere koopkrachttoevloeiing dan 38 of 40 procent voor Almelo zeker denkbaar. De koopkrachttoevloeiing voor Hengelo, inclusief Plein Westermaat, is de afgelopen jaren gestegen van 49 procent naar 54 procent. Vanwege de grotere omvang van deze locatie, zal een dergelijk niveau voor Almelo niet haalbaar zijn, maar een stijging naar 40 procent vanaf de huidige 38 procent koopkrachttoevloeiing is anderzijds waarschijnlijk conservatief.

3.5 Integrale herziening raming distributieve ruimte en reële bandbreedtes

De door DTNP gehanteerde kengetallen en aannames zijn deels gebaseerd op landelijke kengetallen in plaats van op lokale c.q. regionale (Twentse) cijfers. Met name de door DTNP gehanteerde gemiddelde vloerproductiviteit in de niet-dagelijkse sector moet neer-

waarts worden aangepast, waardoor duidelijk meer marktruimte voor detailhandel in Almelo ontstaat.

Indien in aanvulling op deze correctie ook een meer optimistische inschatting wordt gemaakt van de mogelijke effecten van nieuwe en goed gelegen c.q. goed autobereikbare detailhandelsformules in het nieuwe stadionplan, kan het door DTNP geraamde overschot omslaan in een tekort aan vierkante meters winkelvloeroppervlak.

Variabelen	I Raming DTNP niet-dagelijkse sector	II DTNP, gecorrigeerd voor lagere vloerproductiviteit (o.b.v. Rabobank - landelijk)	III DTNP gecorrigeerd voor lagere vloerproductiveit en enige toename van koopkrachtbinding en koopkrachttoevloeiing	IV Zoals III, maar met vloerproductiviteit o.b.v. Rabobank - Twente
Omzet per hoofd	€ 2.520	€ 2.520	€ 2.520	€ 2.520
Aantal inwoners Almelo	72.800	72.800	72.800	72.800
Koopkrachtbinding	68%	68%	74%	68%
Omzet uit verzorgingsgebied	€ 124,5 mln	€ 124,5 mln	€ 135,8 mln	€ 124,5 mln
Toevloeiing koopkracht	38%	38%	40%	38%
Toegevloeide omzet	€ 76,3 mln	€ 76,3 mln	€ 90,5 mln	€ 76,3 mln
Totale omzet	€ 200,8 mln	€ 200,8 mln	€ 226,3 mln	€ 200,8 mln
Gemiddelde vloerproduct.	€ 2.080	€ 1.681	€ 1.681	€ 1.375
Haalbaar winkelvloeropp.	96.100 m²	119.453 m²	134.622 m²	146.036 m²
Aanwezig winkelvloeropp.	121.000 m²	121.000 m²	121.000 m²	121.000 m²
Distributieve ruimte 2013	**-25.100 m²**	**-1.547 m²**	**13.622 m²**	**26.036 m²**

Kwaliteit van winkelaanbod

In aanvulling op de hiervoor gepresenteerde noodzakelijke aanpassingen in de door DTNP gehanteerde kengetallen, moet ook kritisch worden gekeken naar het huidige aanbod aan winkeloppervlak in Almelo. Het maakt vanzelfsprekend een groot verschil of de door DTNP als uitgangspunt gehanteerde 121.000 m² wvo goed gelegen zijn en goed bereikbaar, of de kwaliteit van de panden goed is of juist niet en of de winkeliers succesvol zijn met het creëren van nieuwe formules en het aanspreken van nieuwe doelgroepen.

In hoofdstuk 4 wordt nader ingegaan op de kwaliteit van het huidige winkelaanbod in Almelo, met name vanuit het perspectief van ligging, bereikbaarheid en kwaliteit van de panden. In dit hoofdstuk wordt ook nader ingegaan op de in Almelo aanwezige leegstand van winkelruimte.

4 Analyse leegstand en relatie met stadionplan

Scherpte in discussie

In de discussie over de impact van de nieuwe stadionplannen op de leegstand in de binnenstad, mag niet worden voorbij gegaan aan de kwaliteit van het winkelaanbod op dit moment en de verschillende oorzaken van leegstand. De redenering dat er geen uitbreiding van winkelvloeroppervlak mag plaatsvinden omdat er in Almelo veel leegstand is, is veel te kort door de bocht. Om de discussie scherp te krijgen, moeten de volgende vragen worden gesteld:

- Verdwijnt de leegstand in Almelo weer als de economische crisis voorbij is of is deze structureel?
- Is de leegstand verspreid over de gehele (binnen-)stad of zijn er gebieden aan te wijzen waar de leegstand zich concentreert?
- Indien dit zo is, zijn deze concentratiegebieden van leegstand dan nog kansrijk bij een aantrekkende economie of zou een transformatie overwogen moeten worden naar een andere economische functie?

De kansrijkheid van winkelstraten en winkelpanden wordt vooral bepaald door de locatie ("locatie, locatie, locatie") en de aansluiting op belangrijke looproutes van het winkelend publiek en daarnaast ook door de kwaliteit van pand en buitenruimte en de positionering ten opzichte van aanrijroutes en parkeergelegenheden (ook weer te zien als een aspect van de dominante factor 'locatie').

Daarnaast is de prijs van het vastgoed van belang. Het maakt voor de analyse veel uit of er sprake is van grote leegstand in combinatie met fors gedaalde huurprijzen of dat er weliswaar leegstand is maar zonder dat dit noemenswaardig effect heeft op de beprijzing van winkelruimtes.

4.1 Leegstand deels vanwege opschuiving kernwinkelgebied binnenstad

Structuurkenmerken

Als nauwkeuriger wordt gekeken naar de binnenstad van Almelo en de kwaliteit daarvan als winkellocatie, dan vallen onder meer de volgende zaken op:

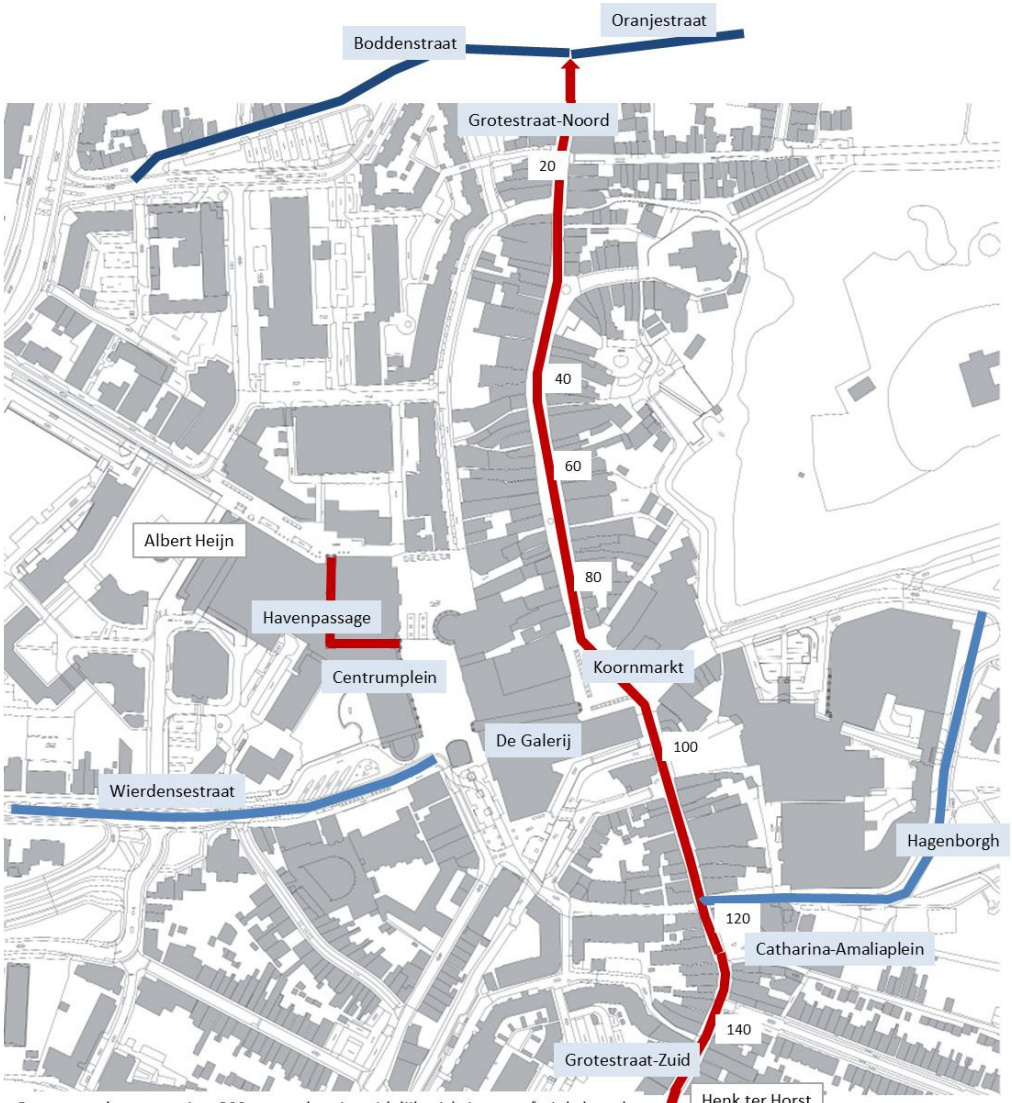
- Diverse pleinen in het centrum, met name het Centrumplein en ook het Waagplein, hebben geen duidelijke economische functie[9], resulterend in veel leegstand.
- De winkelstraten in de binnenstad vormen samen geen compact en logisch winkelcircuit. Onder meer de Grotestraat, van noord naar zuid circa één kilometer lang (!), past met zijn lengte en bochtige karakter moeilijk in een dergelijk wensbeeld.
- Het zuidelijke deel van de binnenstad, globaal gesproken ten zuiden van het Catharina-Amaliaplein, is duidelijk minder divers en intensief bewinkeld als het noordelijk deel van de binnenstad dat eindigt op de kruising van Grotestraat, Boddenstraat en Oranjestraat.

[9] Andere pleinen hebben juist wel weer een duidelijk profiel gekregen, bijvoorbeeld het Prinses Catharina-Amaliaplein met een cluster van horecagelegenheden en een bioscoop.

De meeste grote publiekstrekkers, met name de landelijke modeketens en de meeste lokale trekkers, zijn gevestigd in het noordelijk deel van de binnenstad, met een concentratie in Grotestraat-Noord, de Galerij en delen van het Centrumplein en omstreken.

Geen compact winkelhart

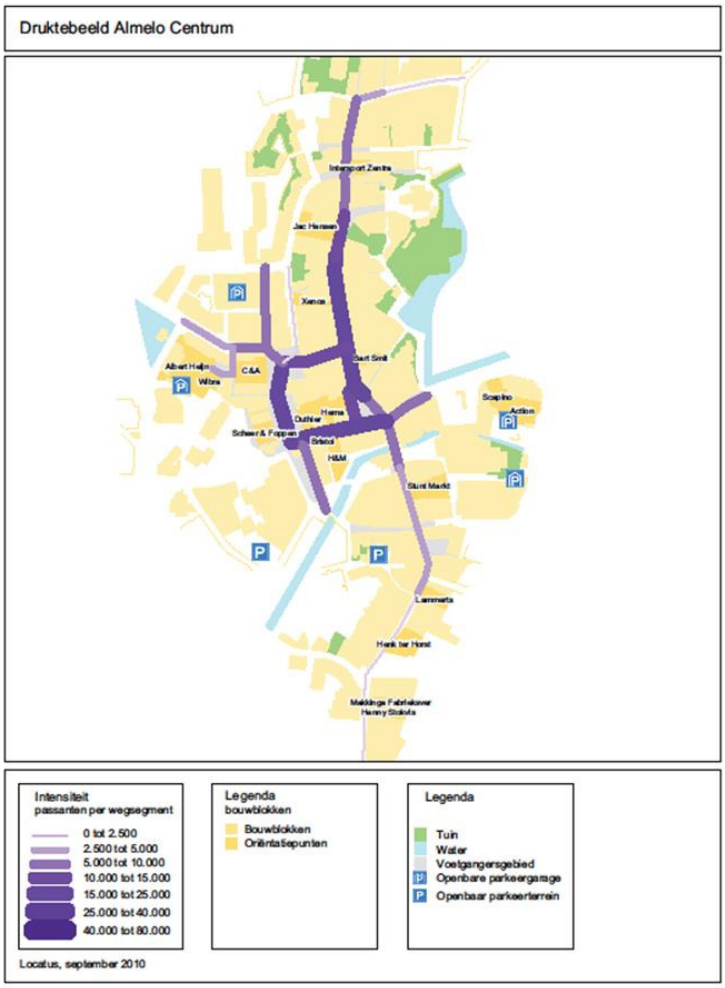
De structuur van de Almelose binnenstad is een serieuze handicap vanuit het streven naar een compact en voor het winkelend publiek overzichtelijk en goed te belopen winkelhart. Met uitzondering van de passage De Galerij tussen Koornmarkt en Centrumplein zijn er feitelijk geen geslaagde oost-westverbindingen in de binnenstad. Navolgende kaart toont de Almelose binnenstad, met daarin aangegeven met name de Grotestraat vanaf het noordelijkste punt tot aan Henk ter Horst Fashion:



Grotestraat loopt nog circa 200 meter door in zuidelijke richting vanaf winkelpand Henk ter Horst Fashion tot aan kruising met Bornerbroeksestraat en Bornsestraat

In het door de gemeenteraad op 22 november 2011 vastgestelde binnenstadsplan, zijn plannen opgenomen om de eenzijdige noord-zuidoriëntatie van het centrum te doorbreken.

De intensiteit van het bezoek aan de verschillende delen van de binnenstad van Almelo zijn onder meer in 2010 in kaart gebracht door Locatus[10]. Het drukst bezochte deel van de Grotestraat blijkt het gedeelte tussen huisnummers 55 en 81



Het drukste punt in de binnenstad van Almelo is het gedeelte van de Grotestraat tussen huisnummers 55 (Boekenvoordeelwinkel, gelegen naast de doopsgezinde kerk op nummer 57) en 81 (Vero Moda).

Het maximale aantal passanten op een zaterdag bedroeg op dit traject in 2010 circa 22.400 personen.

Door Locatus wordt opgemerkt dat bezoekers aan het centrum van Almelo vaak slechts een gedeelte van het centrum bezoeken. Slechts een klein deel van de consumenten die het drukste punt bezoeken (Grotestraat 55 tot 81), bezoeken ook de rest van het winkelgebied.

De passantentelling signaleert scherp dat de intensiteit van het winkelbezoek zeer sterk afneemt vanaf huisnummer 100 (op nummer 101 is Jo Jansen Herenmode gevestigd) en verder naar het zuiden.

Structuur debet aan leegstand

Voorlopig moet worden geconstateerd dat de ruimtelijke structuur van de binnenstad van Almelo leegstand in de hand werkt in met name het zuidelijk deel van de Grotestraat (ten zuiden van het Catharina-Amaliaplein en in het westelijk centrumgebied (de westwand

[10] Locatus, *Detailhandelsmonitor Almelo Centrum: een benchmark met vergelijkbare winkelgebieden*, 2-meting, concept, 10 januari 2011.

van het Centrumplein, Havenpassage en omgeving). De aanwezige leegstand op deze locaties is naar verwachting in sterke mate te wijten aan locatiekenmerken en daarmee niet alleen het gevolg van de vraag-aanbodverhoudingen op de markt voor winkelvastgoed of de aanwezige distributieve ruimte. Een nog groter accent op het centrumdeel van de Grotestraat en de herontwikkeling van het Centrumpleingebied ten westen daarvan, kan betekenen dat de leegstand in het zuidelijke deel van de Grotestraat nog verder toeneemt vanwege verder veranderende looproutes van het winkelend publiek.

Ter illustratie enige voorbeelden van leegstand in Grotestraat Zuid. De kwaliteit van de leegstaande panden is, zoals zicht baar is, zeer wisselend. Ook van het nieuwbouwproject Oxford en Manchester staan nog enkele commerciële units leeg. Verwacht mag worden dat deze hoogwaardige panden uiteindelijk zeker ingevuld zullen worden, maar wellicht is detailhandel niet de meest kansrijke optie vanwege de ligging buiten het centrale deel van het kernwinkelgebied. De units lenen zich bijvoorbeeld ook voor kleinschalige zakelijke dienstverleners.

Voorheen in gebruik door Schlecker

Nieuwbouwproject Oxford

Stunttoko en Stuntmarkt (voorheen Veenvliet)

Centrum schuift op noordwaarts

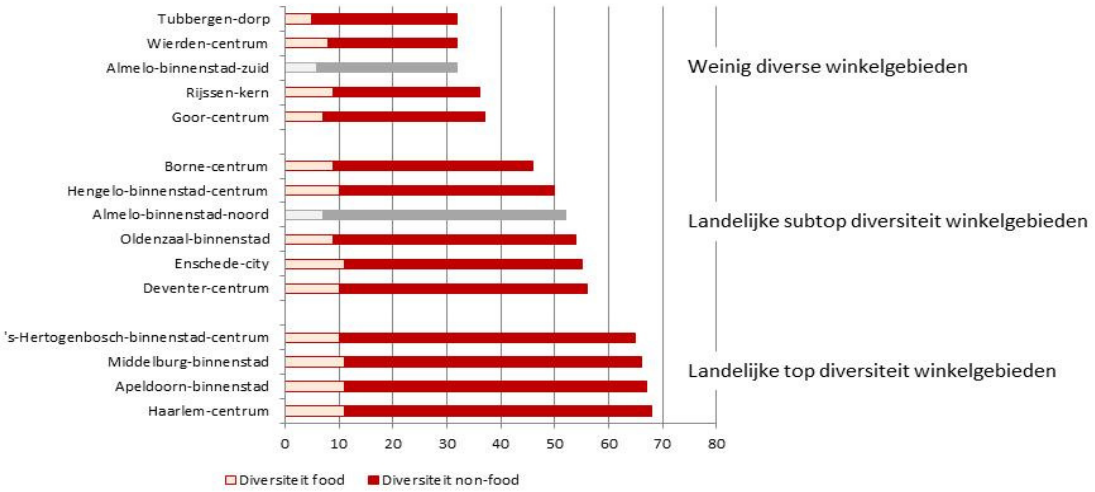
Een trend die de afgelopen jaren zichtbaar is geworden, is dat het noordelijke deel van de Almelose binnenstad geleidelijk steeds meer accent heeft gekregen ten opzichte van het zuidelijke deel. Met name in de Grotestraat is dit ook goed te merken aan de intensiteit van passantenstromen en leegstand van winkelpanden. De veel grotere diversiteit van het noordelijk deel van de binnenstad komt ook tot uitdrukking in de positie op de 'diversiteitsindex' van het CBS voor winkelgebieden[11]. Deze diversiteitsindex is opgebouwd uit twee delen:

- Een score op het onderdeel diversiteit in het food segment (maximaal 13 punten te verdienen voor een winkelgebied, waarbij elk punt een bepaalde soort winkel representeert).
- Een score op het onderdeel non-food (maximaal 68 punten te verdienen).

Binnenstad-Noord scoort op deze index 52 punten in totaal (7 voor food en 45 voor non-food), terwijl Binnenstad-Zuid niet verder komt dan 32 punten in totaal (6 voor food en 32 voor non-food). Binnenstad-Noord bevindt zich hiermee in het gezelschap van bijvoorbeeld Hengelo-centrum (50 punten), Enschede-city (55 punten) en Maastricht-binnenstad (52

[11] CBS, Top van buurten naar diversiteit van de detailhandel, onderverdeeld in food en non-food sector, 2012.

punten), terwijl Binnenstad-Zuid veel lager op de ranglijst staat met 32 punten in totaal (hetzelfde puntenaantal als Wierden-centrum en Tubbergen-dorp):



Nota bene: er is maar een selectie van winkelgebieden weergegeven, om een gevoel te krijgen bij de uiteenlopende kwaliteiten en diversiteit van het noordelijk en zuidelijk deel van de Almelose binnenstad, ook in het perspectief van landelijke toplocaties en andere gemeenten in Twente.

4.2 Relatief veel winkels buiten A1, A2 en B1-locaties

Een belangrijk kenmerk van de Almelose winkelstructuur, is dat relatief veel winkels ongunstig gelegen zijn ten opzichte van de grote bezoekersstromen. Op deze locaties staan vanzelfsprekend ook relatief veel vierkante meters vloeroppervlak leeg. Slechts een kwart (25 procent) van de winkels in de binnenstad van Almelo zijn gelegen op als A1, A2 of B1 te kwalificeren locaties[12]. Een studie van Locatus laat zien dat dit percentage voor een groep van referentiegemeenten met 37 procent veel hoger ligt.

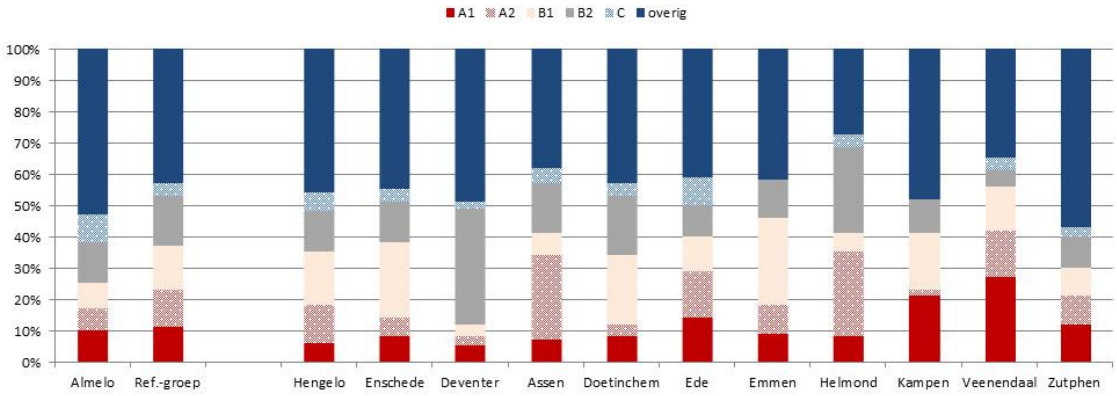
Almelo heeft relatief een kleine ring rondom de absolute top van A1-locaties. Deze A1-locatie omvat het centrale deel van de Grotestraat-Noord (vanaf de Koornmarkt richting noorden) tot circa huisnummer 40) en in principe de westelijke wand van het Centrumplein (met onder andere C&A) indien deze weer een goede invulling krijgt (er is sprake van herontwikkeling van dit gebied inclusief Havenpassage, waar ook leegstand is ontstaan). Het A1-deel van de binnenstad is, gemeten naar het aandeel in de totale winkelvoorraad in

[12] De locatiesegmentatie is als volgt bepaald: A1 zijn alle locaties met een passantenwaarde van 75-100 procent van de passantenwaarde van het drukste punt van de binnenstad (in Almelo 22.400 passanten op zaterdag); A2 de locaties met passantenwaarde van 50-75 procent van het drukste punt; B1 25-50 procent; B2 10-25 procent en C 5 tot 10 procent. De categorie 'overig' betreft locaties waar de passantenwaarde minder dan 5 procent van het drukste punt bedraagt en/of die dusdanig buiten het centrum liggen dat deze niet zijn ingedeeld kunnen worden bij de categorieën A t/m C. Bron: Locatus, *Detailhandelsmonitor Almelo Centrum: een benchmark met vergelijkbare winkelgebieden, 2-meting*, 10 januari 2011.

Almelo, min of meer even groot als gemiddeld in de groep van referentiegemeenten, maar Almelo heeft duidelijk minder winkels op A2 en B1-locaties:

Steden	A1	A2	B1	B2	C	overig
Almelo	10%	7%	8%	13%	9%	53%
Ref.-groep	11%	12%	14%	16%	4%	43%
Hengelo	6%	12%	17%	13%	6%	46%
Enschede	8%	6%	24%	13%	4%	45%
Deventer	5%	3%	4%	37%	2%	49%
Assen	7%	27%	7%	16%	5%	38%
Doetinchem	8%	4%	22%	19%	4%	43%
Ede	14%	15%	11%	10%	9%	41%
Emmen	9%	9%	28%	12%	0%	42%
Helmond	8%	27%	6%	28%	4%	28%
Kampen	21%	2%	18%	11%	0%	48%
Veenendaal	27%	15%	14%	5%	4%	35%
Zutphen	12%	9%	9%	10%	3%	57%

Steden als Veenendaal en Kampen hebben een binnenstad met vanuit het oogpunt van winkelen veel gunstiger indeling en looproutes. In de regio Twente hebben ook Hengelo en Enschede verhoudingsgewijs meer winkels op A1 tot en met B1-locaties:

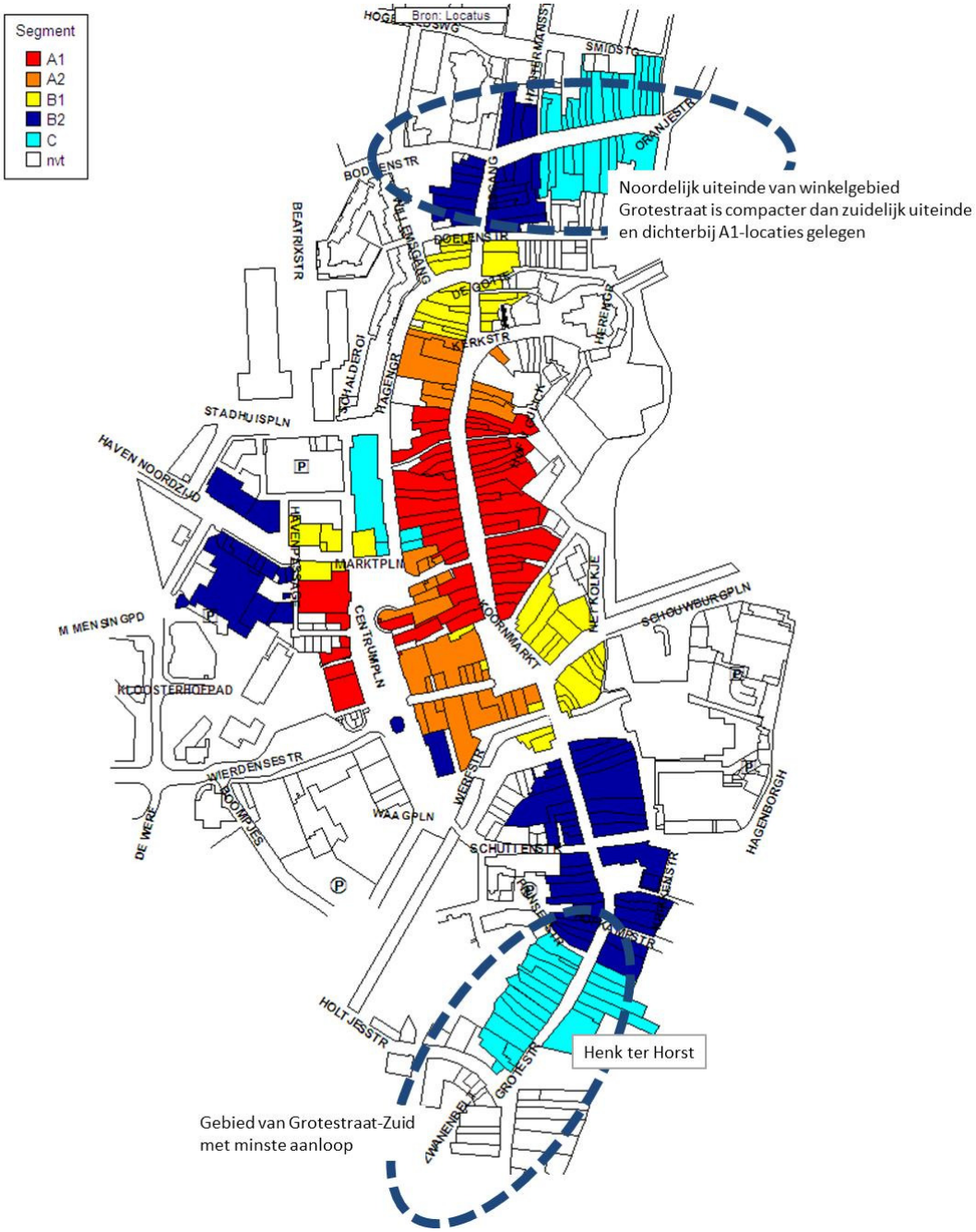


Bron: Locatus (2011)

Opvallend in de voorliggende plannen voor de binnenstad van Almelo is, dat er weliswaar veel aandacht is voor nieuw te ontwikkelen dan wel te herontwikkelen delen van de binnenstad, met name in het gebied van Centrumplein, Havenpassage en omgeving, maar dat er relatief weinig aandacht lijkt te zijn voor met name de toekomstperspectieven van Grotestraat-Zuid en daarbinnen vooral het deel tussen het kruispunt met de Bornerbroeksestraat en de Bornsestraat aan de zuidzijde en het Prinses Catharina-Amaliaplein. Over een afstand van bijna 400 meter (gelijk aan 40 procent van de totale lengte van de Grotestraat) is de passantenintensiteit erg laag.

Deze B2 en C-locaties zouden in principe in aanmerking komen om uit de markt te worden gehaald als detailhandelslocatie. De in het gebied gelegen grote trekker, in de vorm van

Henk ter Horst Fashion, draagt belangrijk bij aan de kracht van het gebied, maar per saldo is de hier aanwezige leegstand goed te verklaren uit de geringe aanloop:



Leegstand uit markt halen

Het is per saldo nauwelijks reëel om de leegstand in het zuidelijke uiteinde van de Grotestraat in verband te brengen met de eventuele toevoeging van extra winkelruimte op de locatie voor het beoogde nieuwe Heracles Almelo-stadion. Een reëler perspectief lijkt een doorontwikkeling van dit gebied richting, bijvoorbeeld, woon-werklocaties voor kleinere zakelijke dienstverleners en versterking van al aanwezige horeca en culturele functies.

4.3 Overzicht leegstand, vooral concentratie op B en C-locaties

De leegstand in Almelo telt, volgens de meest recente inventarisatie van lokale makelaars op tot circa 23.000 m² vvo. Daarvan is circa 6.000 m² vvo langdurige leegstand:

Deelgebied	Adres	Huisnr.	KoopHuur	Metrage	BBNM	LF
Centrum	Boddenstraat	62-64	Te Huur	250	Bestaande bouw	Langdurige leegstand
Centrum	Boddenstraat	68	Te Huur	65	Bestaande bouw	Langdurige leegstand
Centrum	De Galerij	3	Te Huur	650	Bestaande bouw	Langdurige leegstand
Centrum	Grotestraat	2b	Te Huur	150	Bestaande bouw	Langdurige leegstand
Centrum	Grotestraat	142	Te Koop	400	Bestaande bouw	Langdurige leegstand
Centrum	Grotestraat	167	Te Huur	213	Bestaande bouw	Langdurige leegstand
Centrum	Marktplein	9	Te Huur	240	Bestaande bouw	Langdurige leegstand
Centrum	Oranjestraat	42	Te Huur	95	Bestaande bouw	Langdurige leegstand
Centrum	Grotestraat	190	Te Huur	145	Bestaande bouw	Frictieleegstand
Centrum	Oranjestraat	24	Beide	120	Bestaande bouw	Frictieleegstand
Centrum	Centrumplein	2	Te Huur	71	Bestaande bouw	Frictieleegstand
Centrum	Grotestraat	155	Beide	160	Bestaande bouw	Frictieleegstand
Centrum	Grotestraat	25	Te Huur	350	Bestaande bouw	Frictieleegstand
Centrum	Grotestraat	185b	Te Huur	125	Bestaande bouw	Frictieleegstand
Centrum	Centrumplein	28	Te Huur	189	Bestaande bouw	Frictieleegstand
Centrum	Grotestraat	151	Beide	200	Bestaande bouw	Frictieleegstand
Centrum	Grotestraat	33	Te Huur	338	Bestaande bouw	Frictieleegstand
Centrum	Boddenstraat	60	Te Huur	100	Bestaande bouw	Frictieleegstand
Centrum	Centrumplein	3	Te Huur	427	Bestaande bouw	Frictieleegstand
Centrum	Grotestraat	22	Te Huur	190	Bestaande bouw	Frictieleegstand
Centrum	Grotestraat	187A	Te Huur	237	Bestaande bouw	Frictieleegstand
Centrum	Grotestraat	94	Te Huur	164	Bestaande bouw	Frictieleegstand
Centrum	Waagplein	2	Te Huur	205	Bestaande bouw	Frictieleegstand
Centrum	Grotestraat	108	Te Huur	210	Bestaande bouw	Frictieleegstand
Centrum	Passage	3--5	Te Huur	210	Bestaande bouw	Frictieleegstand
Centrum	Grotestraat	69	Te Huur	253	Bestaande bouw	Frictieleegstand
Centrum	Grotestraat	99	Te Huur	180	Bestaande bouw	Frictieleegstand
Centrum	Grotestraat	4	Te Huur	138	Bestaande bouw	Frictieleegstand
Centrum	Grotestraat	9	Te Huur	305	Bestaande bouw	Frictieleegstand
Centrum	Molenstraat	19	Te Koop	57	Bestaande bouw	Frictieleegstand
Centrum	De Waag	13	Te Huur	130	Bestaande bouw	Frictieleegstand
Centrum	Grotestraat	7	Te Huur	280	Bestaande bouw	Frictieleegstand
Centrum	Nieuwstraat	174-176	Te Huur	235	Bestaande bouw	Frictieleegstand
Centrum	Grotestraat	31	Te Huur	203	Bestaande bouw	Frictieleegstand
Centrum	Grotestraat	33A	Te Huur	475	Bestaande bouw	Frictieleegstand
Centrum	Grotestraat	96	Te Huur	75	Bestaande bouw	Frictieleegstand
Centrum	Grotestraat	78	Te Huur	210	Bestaande bouw	Frictieleegstand
Centrum	Doelenstraat	8	Te Huur	100	Bestaande bouw	Frictieleegstand
Centrum	Grotestraat	110-112	Te Huur	910	Bestaande bouw	Frictieleegstand
Centrum	Grotestraat	106	Te Huur	97	Bestaande bouw	Frictieleegstand
Centrum	Doelenstraat	25	Te Huur	125	Bestaande bouw	Frictieleegstand
Centrum	Grotestraat	46-48	Te Huur	600	Bestaande bouw	Frictieleegstand
Centrum	Grotestraat	171	Te Huur	101	Nieuwbouw	Frictieleegstand
Centrum	Grotestraat	8	Te Huur	220	Bestaande bouw	Frictieleegstand
Overig	Ootmarsumsestraat	ong.	Te Huur	252	Bestaande bouw	Langdurige leegstand
Overig	Bornebroeksestraat	257-259	Te Koop	90	Bestaande bouw	Langdurige leegstand
Overig	Bornebroeksestraat	222	Te Koop	480	Bestaande bouw	Langdurige leegstand
Overig	Rohofstraat	60	Te Koop	175	Bestaande bouw	Langdurige leegstand
Overig	Sluiskade Zuidzijde	139-141	Te Koop	277	Bestaande bouw	Langdurige leegstand
Overig	Spreeuwenstraat	70-72	Beide	490	Bestaande bouw	Langdurige leegstand
Overig	Weezebeeksingel	ong.	Te Huur	955	Nieuwbouw	Langdurige leegstand
Overig	Zilvermeeuw	1	Te Huur	565	Bestaande bouw	Langdurige leegstand
Overig	Nieuwstraat	167	Beide	326	Bestaande bouw	Frictieleegstand
Overig	Ootmarsumsestraat	251	Te Huur	130	Bestaande bouw	Frictieleegstand
Overig	Vincent van Goghplein	8	Beide	150	Bestaande bouw	Frictieleegstand
Overig	Ootmarsumsestraat	320	Te Huur	150	Bestaande bouw	Frictieleegstand
Overig	Ootmarsumsestraat	24	Te Huur	70	Bestaande bouw	Frictieleegstand
Overig	Wethouder van Dronkel	ong.	Beide	2.543	Nieuwbouw	Frictieleegstand
Overig	Ootmarsumsestraat	250	Te Huur	174	Bestaande bouw	Frictieleegstand
Overig	Bornebroeksestraat	16	Te Huur	100	Bestaande bouw	Frictieleegstand
Overig	Ootmarsumsestraat	ong.	Te Huur	363	Nieuwbouw	Frictieleegstand
Overig	Pijlkruidstraat	43	Te Koop	1.250	Bestaande bouw	Frictieleegstand
Overig	Ootmarsumsestraat	278	Te Huur	97	Bestaande bouw	Frictieleegstand
Overig	De Gors	31-35	Te Huur	75	Bestaande bouw	Frictieleegstand
Overig	Schuttenstraat	3--7	Te Huur	960	Bestaande bouw	Frictieleegstand
Overig	Ootmarsumsestraat	243	Te Huur	360	Bestaande bouw	Frictieleegstand
Overig	Windmolenbroeksweg	14	Te Huur	135	Bestaande bouw	Frictieleegstand
Woonboulevard	Woonboulevard	32	Te Huur	635	Bestaande bouw	Langdurige leegstand
Woonboulevard	Woonboulevard	18	Te Huur	1.160	Bestaande bouw	Frictieleegstand
Woonboulevard	Woonboulevard	36	Te Huur	1.068	Bestaande bouw	Frictieleegstand
Totaal				**23.228**		

Zoals hiervoor al opgemerkt, is een groot deel van de leegstand en met name ook de langdurige leegstand te vinden op locaties die buiten de grote bezoekersstromen vallen, zoals bijvoorbeeld aan de beide uiteinden van de Grotestraat en dan met name het zuidelijke deel. De leegstand in het deel van de Grotestraat dat behoort tot de A1- en A2-locaties, globaal tussen de huisnummers 40 en 100, is zeer beperkt. Het betreft slechts 6 van de in totaal 26 als leegstaand in het overzicht opgenomen winkelpanden in de Grotestraat. De meeste leegstand is te vinden in de Grotestraat-Zuid ten zuiden van huisnummer 100 (het betreft 10 panden) en in het noordelijkste deel van de Grotestraat (eveneens 10 panden). Een ander leegstaand pand op een A-locatie betreft de Galerij, maar daarbij zal zeker meespelen dat het betreffende object op de verdieping gelegen is en per roltrap bereikbaar is.

5 Inspirerende voorbeelden en geleerde lessen elders

5.1 Hengelo – Plein Westermaat

De PDV-locatie Plein Westermaat is een goed voorbeeld van een perifere detailhandelslocatie, die per saldo fors bijdraagt aan de winkelpositie van de betreffende gemeente. De bestedingen zijn voor het grootste deel afkomstig van buiten Hengelo:

Geschiedenis en invulling	De PDV-locatie Westermaat in Hengelo bestaat uit twee delen: • Een deel ten zuiden van de A1 met een aantal grotere winkels in het segment wonen (onder andere Kwantum, Leen Bakker, Brugmans Keukens & Badkamers). • Een nieuwer deel ten noorden met een gemengd profiel en als blikvanger IKEA. In het nieuwere deel, met de naam Plein Westermaat, zijn naast IKEA ook MediaMarkt, BCC, Prenatal, ToysXL, Beter Bed, Intersport, Fit4Free en Praxis gevestigd. Fase 1 en fase 2 zijn beide circa 25.000 m² bvo groot. Inmiddels is wegens succes van de locatie uitbreiding met een derde fase voorzien. In deze uitbreiding zullen echter waarschijnlijk deels ook in het eerste plangebied gevestigde ondernemers zich vestigen (onder meer Leen Bakker en Kwantum), zodat feitelijk geen sprake is van een volledige uitbreiding maar ook van een modernisering.
Winkelpositie	De realisatie van Westermaat heeft de winkelpositie van Hengelo als stad aanmerkelijk versterkt. De komst van Westermaat heeft per saldo geleid tot een daling van de omzet in de niet-dagelijkse sector in de binnenstad van Hengelo (de omzet in de binnenstad daalde van circa 250 naar 200 mln in de periode 2000-2005), maar deze daling is bijna drie keer gecompenseerd vanwege de omzet van Westermaat (de omzet bedroeg in 2005 circa 142 mln)[13]. Sinds 2005 heeft de binnenstad van Hengelo verder terrein verloren, maar deze daling komt niet op het conto van Westermaat. De omzet van Westermaat bleef in de periode 2005-2010 vrijwel constant (143 mln in 2010 versus 142 mln in 2005), wat betekent dat met name de wijkwinkelcentra extra bestedingen hebben getrokken.
Herkomst omzet	Plein Westermaat trekt vooral mensen van buiten Hengelo. Een meting uit 2004 geeft aan dat toen slechts 19 procent van de bezoekers aan Plein Westermaat afkomstig was uit Hengelo. De meeste bezoekers kwamen uit de rest van Twente (47 procent), maar daarnaast kwam ook een substantieel deel van de bezoekers uit overig Overijssel (13 procent), de rest van Nederland (10 procent) en Duitsland (11 procent)[14]. Het aandeel Hengeloërs ligt inmiddels op circa een derde[15].

[13] Gemeente Hengelo, *Centrummonitor Hengelo 2012*, december 2012.
[14] Gemeente Hengelo, *Onderzoek gezamenlijke koopzondag Hengelo 27-62004*, september 2004.
[15] Gemeente Hengelo, *Detailhandelsvisie 2006-2016, geactualiseerde visie 2012*, januari 2012.

5.2 Roermond – Designer Outlet Roermond en Retailpark Roermond

De gemeente Roermond kent twee perifere grootschalige detailhandelslocaties. De eerste locatie is het Designer Outlet Roermond, dat ten noorden van de binnenstad is gelegen en de tweede is het Retailpark Roermond met enkele bekende grootschalige detailhandelsformules la AH XL, MediaMarkt, Xenos en ToysXL. Zowel deze locaties als de binnenstad van Roermond draaien zeer goed. Roermond is een goed voorbeeld van een gemeente die op een innovatieve en offensieve wijze heeft weten te profiteren van de trendmatige verschuiving van consumentenbestedingen naar goed bereikbare locaties buiten het stadscentrum.

Geschiedenis en invulling	Het Designer Outlet Roermond is geopend in november 2001, in een gebied direct ten noorden van het stadscentrum. Aanvankelijk waren circa 70 winkels gevestigd in het merkendorp. Inmiddels zijn er meer dan 120 merken vertegenwoordigd (met onder meer Gucci, Armani, Calvin Klein en Diesel, om er enkele te noemen), die vooral ook bezoekers trekken van buiten Roermond en de regio. Het Retailpark Roermond ligt oostelijker, langs de A73, en is in 2008 geopend. Het Retailpark omvat circa 30.000 m² bvo detailhandel, circa 1.000 m² bvo horeca en maximaal 4.000 m² bvo leisure. Gevestigde bedrijven zijn onder meer AH XL, Intersport, MediaMarkt, Blokker, Bakker Bart, Beter Bed en Xenos.
Winkelpositie	De komst van het Designer Outlet Roermond heeft een flinke impuls betekend voor de winkels in de binnenstad van Roermond. Bij de start van het Designer Outlet Roermond vreesden de ondernemers in de binnenstad dat de nieuwe locatie ten koste zou gaan van de daar gevestigde winkels. Het tegendeel bleek het geval. Circa 40 procent van de bezoekers aan het Designer Outlet Roermond combineert dit bezoek met een bezoek aan de Roermondse binnenstad, die daardoor ook profiteert[16]. De binnenstad van Roermond staat op ondanks de aanwezigheid van het Designer Outlet Roermond en het Retailpark op nummer tien van Nederlandse binnensteden wat betreft de aanwezige diversiteit aan detailhandel[17]. In combinatie met de twee perifere locaties is het aanbod, zeker voor een stad met minder dan 60 duizend inwoners, groot te noemen. De binnenstad won in 2009 de titel 'Beste Binnenstad' in de categorie middelgrote steden.
Herkomst omzet	De omzet van het Designer Outlet Roermond bestaat voor bijna 50 procent uit Duitsers[18]. Voor het Retailpark Roermond is het aantal 15 procent.

[16] City Management Roermond, Persbericht: *Onderzoek schetst beeld aantrekkingskracht Roermond op consumenten, 2011.*

[17] CBS, *Buurten met winkels naar diversiteit van detailhandel*, 2013.

[18] City Management Roermond (2011).

5.3 Roosendaal - Rosada

De gemeente Roosendaal heeft recent een omgevingsvergunning afgegeven voor een uitbreiding van het outlet center Rosada. De uitbreiding zal plaatsvinden ondanks leegstand in de binnenstad van Roosendaal. De uitbreiding zal weliswaar enig effect hebben op de winkels in de binnenstad, maar draagt per saldo bij aan de versterking van de winkelpositie van Roosendaal. De gemeente wil de binnenstad naast Rosada versterken door deze compacter te maken en in te zetten op meer combinatiebezoek samen met de ondernemers in het centrum. De keuze voor een compactere binnenstad betekent dat aan de uiteinden van het huidige stadshart leegstand zal toenemen en functieverandering zal moeten plaatsvinden[19]. Het betreft bijvoorbeeld de Hoogstraat, Molenstraat, de kop van de Nieuwe Markt en Nispensestraat, Mill Hillplein, Raadhuisstraat en Burgerhoutsestraat.

Geschiedenis en invulling	Rosada is met het Designer Outlet Center in Roermond en Batavia Stad bij Lelystad één van de drie outlet centra in Nederland. In 2012 ontving Rosada circa 1 miljoen bezoekers op jaarbasis. Rosada omvat circa 16.000 m² vvo en zo'n 70 winkels.
Winkelpositie	Van de outlet centra in Nederland is Rosada het kleinste. Er is daarom uitbreiding voorzien. Deze uitbreiding betreft 5.000 m² vvo aan outletwinkels en 750 m² nvo aan horeca. De voor deze extra vierkante meters benodigde omzet bedraagt naar schatting € 15 miljoen, die voor een derde uit West-Brabant gehaald zal worden (€ 5,2 miljoen, waarvan € 1,8 miljoen uit de gemeente Roosendaal). Voor Roosendaal betekent dit een marktverdringing van 1,6 procent en 0,7 procent voor West-Brabant. Dit verdringingseffect wordt naar verwachting deels gecompenseerd door combinatiebezoekers die na bezoek aan Rosada de Roosendaalse binnenstad zullen bezoeken (600.000 op jaarbasis[20]. Van een al dan niet duurzame ontwrichting van de detailhandel in de binnenstad is daarmee geen sprake. De onderzoekers stellen dat dit nergens in Nederland het geval is geweest bij outletcentra, ook niet in Roermond en Lelystad. De gemeente Roosendaal heeft eind 2012 de omgevingsvergunning voor de uitbreiding van Rosada verleend, ondanks de in de binnenstad van Roosendaal aanwezige leegstand.
Herkomst omzet	De meeste bezoekers van Rosada komen niet uit Roosendaal. Meer dan de helft van de bezoekers komt zelfs niet uit de provincie Noord-Brabant. Rosada trok in 2011 circa 25 procent van de bezoekers uit Zuid-Holland, circa 6 procent uit Zeeland, 17 procent uit België en 8 procent uit andere provincies dan Noord-Brabant, Zeeland of Zuid-Holland. Slechts 12 procent van de bezoekers kwam uit Roosendaal zelf en nog eens 32 procent uit overig Noord-Brabant[21].

[19] Gemeente Roosendaal en Stuurgroep Binnenstad, *Concept-actieplan (bijlage 2 bij Actieprogramma Speerpunt Binnenstad)*, oktober 2012.

[20] Goudappel Coffeng i.o.v. CBRE, *Effectanalyse uitbreiding Rosada, eindrapport*, 15 juni 2012.

[21] Goudappel Coffeng i.o.v. CBRE, *Effectanalyse uitbreiding Rosada, eindrapport*, 15 juni 2012.

5.4 Zwolle – met Voorsterpoort per saldo sterker als 'winkelstad van het oosten'

De gemeente Zwolle heeft in haar 'kadernota detailhandel' gekozen voor een krachtenbundeling van perifere detailhandel. De huidige locaties buiten de binnenstad zitten vol, terwijl de vraag naar perifere locaties nog niet verzadigd is. De behoefte aan perifere locaties is aanwezig bij zowel bedrijfsleven als consumenten. De beoogde retaillocatie Voorsterpoort moet voorzien in de gewenste bundeling[22]. De gemeente kent op dit moment enkele kleinere PDV-locaties, rondom het stadion, op de locatie Marslanden en met de langs de A28 gevestigde meubelboulevard. De nieuw te ontwikkelen sterke PDV-locatie Voorsterpoort is ook langs de A28 gelegen (de meubelboulevard kan worden geïntegreerd in de planvorming). De invulling bestaat niet alleen uit de branches wonen, doe-het-zelf en tuin, maar ook uit assortiment in en om het huis, elektronica, sport en supermarkt.

De gemeente Zwolle erkent in de kadernota detailhandel dat er concurrentie uitgaat van de nieuwe winkelgebieden naar de binnenstad, maar vindt het saldo van Zwolle als winkelstad het belangrijkst. In de visie van de gemeente richt de binnenstad zich met name op sfeer, recreatief winkelen en funshoppen (waarin winkels, horeca, leisure, evenementen en cultuur goed passen) en de perifere locaties op efficiënt winkelen. Het centrum en de GDV-locaties hebben in de detailhandelsvisie van de gemeente Zwolle dus duidelijk gescheiden functies en zijn daarmee geen één op één concurrenten van elkaar. Als er leegstand ontstaat zal dit vooral gebeuren op voor de consument minst aantrekkelijke locaties. Zwolle kiest er met deze strategie voor om in te spelen op een bij een groot deel van de consumenten aanwezige behoefte aan doelgericht inkopen doen op goed bereikbare locaties[23]. Het uitgangspunt in het detailhandelsbeleid is daarmee niet een eenzijdige focus op het behoud van de functie van de binnenstad voor alle vormen van winkelen, maar het ontwikkelen van een optimaal aanbod aan winkelvoorzieningen die recht doen aan de gehele breedte van de markt c.q. de vraag van consumenten.

De functie die Voorsterpoort voor de stad kan vervullen is ook die van 'opvangplek' voor ruimtevragende formules, die (voor de langere termijn) niet meer zijn in te passen in de binnenstad en andere plekken in de stad. Voorsterpoort is ook bedoeld om bij te dragen aan de verdere uitbouw van de (boven-)regionale winkelpositie van Zwolle. Het voorzieningenniveau van Zwolle als stad verbetert, met als mogelijk bijeffect dat in delen van de binnenstad een zekere 'verkleuring' zal optreden. Die transformatie van nu nog winkelfunctie naar bijvoorbeeld cultuur, horeca, wonen en dienstverlening, vormt een belangrijk aandachtspunt in het ruimtelijk beleid van de stad[24].

---

22 Gemeente Zwolle, *Kadernota detailhandel 2011-2020 'Winkelstad Zwolle"*, p. 20, 2011.

23 Gemeente Zwolle, *Uitvoeringsprogramma Structuurplan Zwolle 2020, paragraaf 3.7 'Detailhandels- en leisurebeleid'*, 14 september 2009.

24 WPM Advies i.o.v. gemeente Zwolle, *Zwolle – Voorsterpoort, haalbaarheid en invulling winkelprogramma*, september 2010.

6 Juridisch-planologische motivatie en economische inzichten

In opdracht van de initiatiefnemers voor het stadionplan in casu BAM Utiliteitsbouw regio Oost, is een analyse uitgevoerd gericht op het voor het plan relevante planologisch-juridische kader en hoe een en ander zou moeten worden toegepast op het plan. Navolgend wordt de in deze analyse uiteengezette lijn beknopt samengevat (in paragraaf 6.1), waarna in paragraaf 6.2 een toepassing volgt van deze lijn op basis van de hiervoor door BEA gepresenteerde economische analyses.

6.1 Samenvatting juridisch-planologische beoordeling

De planologisch-juridische analyse geeft aan dat de discussie over uitbreiding van detailhandelsruimte in relatie tot aanwezige leegstand in een stad en mogelijk van de uitbreiding te verwachten verdringingseffecten een lange historie kent, ook blijkend uit jurisprudentie. Onderlegger voor een onderbouwd juridisch oordeel, ook van de afdeling bestuursrechtspraak van de Raad van State (kortweg: de Afdeling), vormt veelal een distributieplanologisch onderzoek (DPO) dat een indicatie biedt van de al dan niet aanwezige marktruimte en te verwachten verdringingseffecten. De door lijn toegelichte benadering bevat onder meer de volgende belangrijke punten:

- Bij de planologische beoordeling van klachten over uitbreiding van detailhandelsruimte, wordt door de Afdeling voorop gesteld dat voor de planologische aanvaardbaarheid van nieuwe detailhandelsvestigingen concurrentieverhoudingen in beginsel niet van belang zijn. Het ruimtelijke ordeningsinstrumentarium is niet bedoeld voor regulering van marktwerking en concurrentieverhoudingen.
- Dit verandert indien sprake is van zogenaamde ‘duurzame ontwrichting’ van het voorzieningenpatroon in een bepaalde stad of een verzorgingsgebied. Toenemende leegstand elders, vanwege door de plannen veroorzaakt overaanbod, is geen criterium. Van duurzame ontwrichting kan pas sprake zijn als voor de inwoners van een bepaald gebied een onvoldoende voorzieningenniveau behouden blijft, waardoor voor dagelijkse boodschappen en geregelde inkopen een te grote afstand moet worden afgelegd.
- Geleidelijk hebben winkeliers en beleggers in onder meer binnensteden getracht een bredere benadering te vinden om in hun ogen ongewenste uitbreiding, bijvoorbeeld op PDV-locaties, te bestrijden. Het gaat dan niet zozeer om duurzame ontwrichting van het voorzieningenniveau, maar om efficiënt ruimtegebruik in algemene zin en de gevolgen voor de ruimtelijke kwaliteit van bestaande winkelgebieden. Van belang is dan onder meer te grote en/of sterk toenemende leegstand en ook verloedering mede daadoor van bestaande winkelgebieden.
- Op dit punt weegt onder meer de recente uitspraak mee van de Afdeling in de casus Emmeloord, waarin met een beroep op toenemende leegstand en daarvan te verwachten verloedering is getracht uitbreiding van detailhandelsruimte in deze gemeente te voorkomen. De afdeling overwoog: “Niet is uitgesloten dat deze overcapaciteit kan leiden tot een toename van de leegstand in het centrum van Emmeloord, hetgeen tot ne-

gatieve gevolgen voor het woon- en leefklimaat en het ondernemersklimaat kan leiden waar [appellanten] voor vrezen. Niet is gebleken dat de raad zich hiervan bij het nemen van het bestreden besluit (om uitbreiding toe te staan) rekenschap heeft gegeven".

Het 'springende punt' in de uitspraak van de Afdeling is, de vraag of de gemeenteraad zich voldoende rekenschap heeft gegeven van de negatieve effecten van extra detailhandelsruimte op leegstand en verloedering elders in de gemeente. Voorliggende rapportage van BEA draagt bij aan het op basis van voldoende rekenschap kunnen nemen van de te plegen besluitvorming omtrent het nieuwe stadion voor Heracles Almelo en de daarin opgenomen commerciële ruimten.

6.2 Economische bevindingen in relatie tot juridisch-planologische vragen

Geen duuzame ontwrichting

De hiervoor door BEA verrichte analyse van de relatie tussen uitbreiding van detailhandel als onderdeel van de stadionplannen enerzijds en leegstand van winkelruimte in de binnenstad van Almelo kan niet tot de conclusie leiden dat de plannen leiden tot 'duurzame ontwrichting'. Het grootste deel van de leegstand van winkelruimte in Almelo bevindt zich buiten het kernwinkelgebied in de binnenstad, althans op locatie die buiten de looproutes van het winkelend publiek liggen of zijn geraakt. Deze leegstand is er, onafhankelijk van de vraag of er nieuwe vierkante meters bij komen rondom het nieuwe stadion. Zoals aangegeven kan voor sommige delen van de binnenstad waarschijnlijk het beste worden gekozen voor transformatie van de huidige niet meer succesvolle winkelfunctie naar andere functies als de combinatie van wonen en werken, zakelijke of persoonlijke dienstverlening, horeca of cultuur.

Vervolgens dient bij een zorgvuldig en voldoende gemotiveerde besluitvorming door een gemeenteraad ook rekening gehouden te worden met een recente wijziging van het Besluit ruimtelijke ordening (Bro). Gemeenten moeten bij het nemen van ruimtelijke besluiten over stedelijke ontwikkelingen de (toekomstige) ontwikkelings- en ruimtebehoefte van het betreffende gebied meewegen ten behoeve van het gewenste zorgvuldige ruimtegebruik. In de toelichting op een te nemen ruimtelijk besluit moeten de volgende stappen worden doorlopen:

- Stap 1: nieuwe stedelijke ontwikkelingen dienen te worden afgestemd op de geconstateerde actuele behoefte, voorzien van een regionale afstemming en met het oog op te voorkomen winkelleegstand.
- Stap 2: indien er een regionale behoefte is, moet worden beoordeeld of de beoogde ontwikkeling binnen het bestaand stedelijk gebied kan worden gerealiseerd, bijvoorbeeld door herstructurering of transformatie van bestaande panden.
- Stap 3: wanneer inpassing van de beoogde ontwikkeling niet mogelijk is binnen het bestaande stedelijk gebied, moet worden beoordeeld in hoeverre de ontwikkeling mogelijk is op locaties die bereikbaar zijn met verschillende middelen van vervoer.

Over de toepassing van deze 'ladder' uit het Bro is geen jurisprudentie bekend, vanwege het recente karakter van de wijziging. In de toelichting op de wijziging is door wetgever aangegeven dat de geschetste 'ladder' geen blauwdruk mag worden voor ruimtelijke besluitvorming. Lokaal maatwerk blijft nodig. Een blauwdrukachtige toepassing van de 'ladder' wordt in de toelichting op de wetswijziging aangemerkt als een inperking van de beoordelingsruimte van (lokale) overheden.

Geslaagd voor de 'ladder'

Voorliggende rapportage voorziet in een analyse van de actuele vraag naar detailhandelsruimte, in die zin dat de plannen voor het stadion en de daarin opgenomen uitbreiding van de vierkante meters retail worden geplaatst in de context van koopkrachtbehoud van Almelo en een bij de positie van middelgrote centrumstad passende koopkrachttoevloeiing. Almelo heeft op dit vlak in de afgelopen jaren veel terrein verloren, met name in de niet-dagelijkse sector en wat betreft behoud van de eigen koopkracht. Met de nieuwe plannen kan dit proces tot staan worden gebracht en wellicht weer worden omgebogen. Het plan past in die zin in de positie van Almelo binnen de regionaal-economische context. De in het plan te huisvesten grootschalige formules kunnen niet in bestaande panden, althans zeker niet in de binnenstad van Almelo, worden gerealiseerd. De beoogde locatie is, tot slot, goed bereikbaar met diverse vervoersmodaliteiten; de locatie is niet alleen goed autobereikbaar, maar ook te bereiken met diverse buslijnen.

6.3 Sturen o.b.v. historische DPO-kengetallen kent beperkingen

Het onderbouwen van besluitvorming over een uitbreiding van de detailhandelsruimte op basis van distributieplanologische kengetallen kent enkele belangrijke beperkingen, die bovendien in belang toenemen[25]:

- Er is sprake van voortgaande branchevervaging tussen enerzijds detailhandel en anderzijds allerlei vormen van dienstverlening en leisure. Grotere winkels kennen steeds vaker ook een horecagelegenheid, bijvoorbeeld. Ook de scheidslijnen tussen verschillende branches vervagen snel. De traditionele 'meubelzaak' is op zijn retour en maakt plaats voor multifunctionele woonwarenhuizen waar van alles verkrijgbaar is dat raakt aan het bouwen en inrichten en bewonen van een huis. Met een dergelijke brede invulling, wordt het lastig om branche gebaseerde distrubutieplanologische kengetallen toe te passen.
- De hardheid van DPO-achtige beoordelingen van uitbreidingsplannen in de retail worden sterk overschat. De in hoofdstuk 3 gepresenteerde variaties op de door DTNP gepresenteerde raming van marktruimte in de niet-dagelijkse sector tonen dit aan.
- Distributieplanologische exercities neigen soms naar een mechanische toepassing op allerlei projecten. Met name wanneer projecten grootschalig en/of bijdragen aan het profiel van een stad bij nieuwe consumentengroepen, en van beide is in het geval van

[25] Zie onder meer Herbert ter Beek (Regioplan), *IKEA Leiderdorp: toets op marktruimte en effecten*, september 2004; Marga van Gerwen, *DPO (distributie-planologisch onderzoek) voorgoed exit?*, 16 mei 2011.

de stadionplannen sprake, kan niet zonder meer op basis van historische DPO-kengetallen een inschatting worden gemaakt van aanwezige marktruimte en mogelijke verdringingseffecten.

Bijlage I: overzicht van literatuur en bronnen

- ABN Amro, *Retaillocaties in 2020, de nieuwe winkelkaart van Nederland*, 2013.
- ABN Amro, *Visie op retail, sectorupdate 2013*, mei 2013.
- H.M. ter Beek (Regioplan), *IKEA-Leiderdorp: toets op marktruimte en effecten*, september 2004.
- BRO, *Sittard, DPO De Dobbelsteen, gemeente Sittard-Geleen*, 18 juni 2012.
- BRO i.o.v. IPMMC Vastgoed, *Apeldoorn, verdiepend onderzoek detailhandel op locatie De Voorwaarts*, 7 oktober 2010.
- CBS, *Top van buurten naar diversiteit van de detailhandel, onderverdeeld in food en non-food sector*, 2012.
- City Management Roermond, *Persbericht 'Onderzoek schetst beeld aantrekkingskracht Roermond op consumenten*, 2011.
- DTNP, Dynamiek door beleid, hoe de overheid de winkelmarkt stimuleert, 26 april 2011.
- DTNP, *Winkels Heracles en Almelo Nouveau: strategische notitie vooruitlopend op Detailhandelsstructuurvisie Almelo*, 28 februari 2013.
- David Evers, Planbureau voor de Leefomgeving (PBL), Detailhandel en beleid: een continue wisselwerking, achtergrondstudie, 2011.
- ECORYS Nederland BV (J.B. Stek) i.s.m. T. Hooft (Bureau Stedelijke Planning), *Retail Cluster Eijsden, een haalbaarheidsstudie*, 4 november 2010.
- Gemeente Almelo, *Toekomstvisie detailhandel Almelo 2008-2015*, september 2008.
- Gemeente Almelo, *Een vernieuwde binnenstad, Almelo vaart er wel bij!*, vastgesteld 22 november 2011.
- Gemeente Hengelo, *Centrummonitor Hengelo 2012*, december 2012.
- Gemeente Hengelo, Onderzoek en Statistiek, *Onderzoek gezamenlijke koopzondag Hengelo 27 juni 2004*, september 2004.
- Gemeente Hengelo, *Detailhandelsvisie Hengelo 2006-2016, geactualiseerde beleidsvisie 2012*, januari 2012.
- Gemeente Roosendaal en Stuurgroep Binnenstad, *concept-actieplan (bijlage 2 bij Actieprogramma Speerpunt Binnenstad)*, oktober 2012.
- Gemeente Venlo, *persbericht 'Venlo blij met resultaten koopstromenmonitor 2009'*, 25 mei 2009.
- Gemeente Zwolle, *Kadernota detailhandel 2011-2020 'Winkelstad Zwolle'*, 2011.
- Gemeente Zwolle, *Uitvoeringsprogramma Structuurplan Zwolle 2020, paragraaf 3.7 'detailhandel en leisurebeleid'*, 14 september 2009.
- Goudappel Coffeng, *Effectanalyse uitbreiding Rosada, eindrapport*, 29 augustus 2012.
- Groep Voskamp, *Alternatief plan binnenstad*, november/december 2011.
- HBD, *Omzetkengetallen ten behoeve van ruimtelijk-economisch onderzoek*, augustus 2011.
- I&O Research, *Koopstromenonderzoek 2010, regiorapportage: regio Twente*, september 2010.

- I&O Research, Koopstromen onderzoek 2010, deelrapportage gemeente Almelo – kern Almelo, september 2010.
- I&O Research, *Koopstromen onderzoek 2010, deelrapportage gemeente Hengelo – kern Hengelo*, september 2010.
- Locatus, *Detailhandelsmonitor Almelo Centrum: een benchmark met vergelijkbare winkelgebieden, 2-meting*, 10 januari 2011.
- Locatus, *Analyse leegstand per 1 januari 2013*, toelichting bij persbericht 13 februari 2013.
- NVM Business (G. Raven en C. Rindertsma), *Retailvisie, aanloopstraten in beeld*, september 2012.
- NVM Business, *Stand van zaken Nederlandse winkelmarkt*, september 2012.
- PBL en ASRE, *Gebiedsontwikkeling en commerciële vastgoedmarkten: een institutionele analyse van (over)aanbod van winkels en kantoren*, 2013.
- Rabobank, *Fun of functie: verschuivingen in ruimtelijk koopgedrag*, mei 2013.
- Roots Beleidsadvies en AnalyZus, *Winkelleegstand in 2020, hoe internetgebruik en bevolkingsontwikkeling onze binnensteden beïnvloeden*, 2012.
- Ruimtelijk Planbureau (David Evers, Anton van Hoorn, Frank van Oort), *Winkelen in Megaland*, 2005.
- SER Overijssel, *Advies detailhandel*, 8 augustus 2012.
- Seinpost Adviesbureau BV, *Afweging PDV-locaties gemeente Sittard*, adviesnota, mei 2009.
- Stichting Heracles Almelo en Stichting Stadion Heracles Almelo, *brief aan College van B&W van de gemeente Almelo*, 2013.
- Stichting Vastgoedrapportage Twente, *Vastgoedrapportage Twente 2012*, september 2012.
- Klaas Veenma, *Trendverkenning binnensteden – feiten en mythen*, november 2012.
- WPM Advies i.o.v. gemeente Zwolle, *Zwolle – Voorsterpoort, haalbaarheid en invulling winkelprogramma*, september 2010.
- Wyckerveste en BAM Utiliteitsbouw (B2W), *Stadiongebied Heracles Almelo scoort: dynamisch in verbindingen, merken, faciliteiten, doelgroepen, mogelijkheden, belevingen*, 2013.

***

Bureau voor Economische Argumentatie
Herenmarkt 95-F
1013 EC Amsterdam

t 06 - 43 03 51 16
e info@bea.nl
i www.bea.nl