

Detailhandel in de Vinex-wijk

Een studie naar de toekomstbestendigheid van
de detailhandelsstructuur in Vinex-wijken

Ellen van den Oetelaar

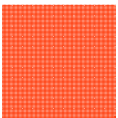
Detailhandel in de Vinex-wijk

Een studie naar de toekomstbestendigheid van
de detailhandelsstructuur in Vinex-wijken

Ellen van den Oetelaar
Studentnr. 0436194

Breda, juli 2012

Scriptie Masteropleiding Planologie
Radboud Universiteit Nijmegen
Begeleider: Karel Martens
Tweede lezer: Rob van der Heijden



VOORWOORD

Voor u ligt het rapport 'Detailhandel in de Vinex-wijk'. Dit onderzoeksrapport is mijn afstudeerscriptie van de masteropleiding Planologie aan de Radboud Universiteit Nijmegen.

Het onderzoek dat ten grondslag ligt aan dit rapport ben ik gestart na mijn stage bij BRO, bureau voor ruimtelijke ordening, economie en milieu te Boxtel. Ik heb geprobeerd de uitvoering van mijn onderzoek te combineren met mijn werkzaamheden voor BRO, waar ik na afloop van mijn stage in dienst ben getreden. Deze combinatie was niet makkelijk en het ging niet altijd even voorspoedig als ik had gewild. Het resultaat hiervan is dat de afronding van mijn scriptie langer op zich heeft laten wachten dan oorspronkelijk de bedoeling was.

Op deze plaats wil ik daarom allereerst BRO bedanken voor de mogelijkheden die zij me hebben geboden om het uitvoeren van het onderzoek en het schrijven van deze scriptie tot een goed einde te brengen, met speciale dank voor Eveline en Annemarie. Daarnaast ben ik Karel Martens en Rob van der Heijden, mijn afstudeerbegeleiders, dank verschuldigd. Ook wil ik de geïnterviewden hartelijk danken voor de tijd die zij beschikbaar hebben gesteld. Ten slotte wil ik Barry en mijn ouders bedanken voor hun engelengeduld en vertrouwen.

Ellen van den Oetelaar
Breda, juli 2012

SAMENVATTING

Aanleiding

Vinex-wijken zijn locaties die in 1993 door de minister van Volkshuisvesting, Ruimtelijke Ordening en Milieubeheer (VROM) zijn aangewezen als uitbreidingsgebieden voor steden. Detailhandel is voor de Vinex-wijken van belang.

De detailhandel is de laatste schakel van de distributieketen die loopt van fabrikant tot consument. De belangrijkste vorm van detailhandel is de winkel; detaillisten met een vaste plek in de ruimte. Met de term detailhandelsstructuur wordt de locatie, spreiding, omvang en aard van winkels bedoeld. Het heeft dus betrekking op de ruimtelijke ordening van winkels.

Vanwege het maatschappelijk belang tracht de overheid al sinds jaar en dag, in het bijzonder na de Tweede Wereldoorlog, de locatiestrategieën van detaillisten, en daarmee de detailhandelsstructuur in Nederland, te sturen. Vooral het planningsprincipe van functionele hiërarchie, waarvoor de Centrale Plaatsentheorie van Christaller als leidraad geldt, heeft geleid tot de huidige detailhandelsstructuur in Nederland.

De detailhandelsstructuur in Nederland wordt getypeerd als fijnmazig. Ontwikkelingen in het (nabije) buitenland, nieuwe (technologische) mogelijkheden en recente veranderingen in het Nederlandse beleid roepen echter de vraag op hoe houdbaar deze fijnmazige structuur is.

Probleemstelling

Aan de hand van het voorgaande is de volgende doelstelling tot stand gekomen:

Het verwerven van inzicht in de mate van toekomstbestendigheid van de detailhandelsstructuur in Vinex-wijken teneinde aanbevelingen te doen met betrekking tot de ontwerpprincipes voor detailhandel in nieuwe woonwijken.

Toekomstbestendig betekent in dit geval dat er zo veel mogelijk rekening is gehouden met de trends op het gebied van detailhandel: hoe beter er rekening is gehouden met de trends op het gebied van detailhandel, des te toekomstbestendiger en van betere kwaliteit de detailhandelsstructuur in Vinex-wijken is. Daarbij gaat het om het ontwerp van de detailhandelsstructuur in de Vinex-wijken, niet om het proces van besluitvorming en ook niet om het gedrag van de diverse actoren zoals consumenten en projectontwikkelaars of de vraag of de detailhandelsstructuur functioneert na realisatie.

Met de koppeling tussen het ontwerp en de trends wordt verondersteld dat de toekomstbestendigheid afhangt van de mate waarin bij het ontwerp van de detailhandelsstructuur rekening is gehouden met de trends. De centrale vraagstelling is dan ook als volgt:

Hoe verhoudt het ontwerp van de detailhandelsstructuur in Vinex-wijken zich tot de trends op het gebied van detailhandel?

De van de probleemstelling afgeleide deelvragen luiden:

1. Wat houden de Centrale Plaatsentheorie en het planningsprincipe van functionele hiërarchie in?

2. Welke trends met een ruimtelijke uitwerking zijn waarneembaar op het gebied van detailhandel?
3. Hoe verhouden het planningsprincipe van functionele hiërarchie en de trends zich tot elkaar?
4. Op welke principes en uitgangspunten is de detailhandelsstructuur in Vinex-wijken gebaseerd?
5. Wat is de mate van toekomstbestendigheid van de detailhandelsstructuur in Vinex-wijken?
6. Welke aanbevelingen kunnen gedaan worden met betrekking tot de ontwerpprincipes voor detailhandel in nieuwe woonwijken?

De Centrale Plaatsentheorie en het planningsprincipe van functionele hiërarchie

De Centrale Plaatsentheorie is ontwikkeld door de Duitse econoom Walter Christaller. De Centrale Plaatsentheorie van Christaller had tot doel een verklaring te geven voor het aantal, de grootte en de spreiding van centrale plaatsen. Er wordt verondersteld dat deze patronen niet willekeurig zijn, maar dat er enige regelmaat en orde in te onderkennen is. Dit wordt aangeduid als ruimtelijke structuur.

Een van de belangrijkste theoretische implicaties van de Centrale Plaatsentheorie van Christaller is het bestaan van een functionele hiërarchie van winkelconcentraties. De functionele hiërarchie is een belangrijk uitgangspunt voor de planning van winkelvoorzieningen in Nederland. Het is niet alleen als verklaringsmodel gebruikt, maar ook en vooral als planningsprincipe.

Trends op het gebied van detailhandel

De centrale plaatsentheorie van Christaller en de functionele hiërarchie zijn in de periode na de Tweede Wereldoorlog het leidend beginsel geweest bij de planning van winkelvoorzieningen. Er hebben zich sindsdien echter aanzienlijke wijzigingen voorgedaan en in de huidige maatschappij doen zich diverse ontwikkelingen voor. De detailhandel is een sector die door wijzigend consumentengedrag (vraag) en ondernemersgedrag (aanbod) voortdurend in beweging is. Op basis van economische, sociaal-maatschappelijke, technologische en beleidsmatige ontwikkelingen doen zich zodoende diverse trends voor.

De trends op het gebied van de detailhandel die op dit moment plaatsvinden en zich in de toekomst verder zullen uitkristalliseren zijn de volgende:

Branchevervaging

Als gevolg van de meer vraaggerichte benadering in de detailhandel, wordt deze sector een steeds minder duidelijke sector. Consumenten zijn steeds meer op zoek naar belevingen in plaats van producten en diensten. Verruiming van het winkelassortiment sluit beter aan op deze vraag van consumenten. Hierdoor verdwijnen de grenzen tussen afzonderlijke branches steeds meer.

Schaalvergroting

Schaalvergroting kent twee vormen: ruimtelijke schaalvergroting door het groter worden van winkels (met name in de dagelijkse sector (levensmiddelen en persoonlijke verzorging) is de schaalvergroting zeer duidelijk waarneembaar) en bedrijfsmatige schaalvergroting (filialisering) door grotere ketens. Bedrijfsmatige schaalvergroting is één

van de meest zichtbare effecten van de mondialisering van de detailhandel. In Nederland behoren veel winkels tot een filiaal.

Specialisatie en schaalverkleining

Parallel aan het proces van schaalvergroting doet zich, met name in de binnenstedelijk centra, een proces van specialisatie en schaalverkleining voor. Men zou grofweg kunnen stellen dat 'boodschappen doen' steeds meer in grotere en breder samengestelde winkels gebeurt, terwijl 'winkelen' zich daarnaast (hoewel het merendeel van de omzet nog steeds in filiaalzaken is) ook nadrukkelijk richt op de kleinere, gespecialiseerde winkels in aantrekkelijke gebieden. De nieuwe, specialistische, kleine winkel gaat hierin mee en zet een unieke winkel neer, met een uniek product en/of een unieke dienstverlening.

Het internet, ICT en nieuwe media

Hoewel nog maar een klein percentage van de goederen online verkocht wordt, is de groei van deze handel aanmerkelijk. Het aantal huishoudens dat online koopt groeit tussen 2002 en 2003 met 30%.

Nieuwe locaties

Er treedt een vervaging van de ruimtelijke neerslag van de detailhandel op. Door het toenemende autobezit wordt de behoefte van consumenten aan locaties met een goede autobereikbaarheid steeds groter. De detailhandelssector wenst daar op in te spelen. Daarnaast heeft de sector steeds meer behoefte aan een groter vloeroppervlak om ook op die wijze in te kunnen spelen op de wensen van de consument. Zo zijn de PDV-locaties en GDV-locaties ontstaan. Andere voorbeelden van nieuwe locaties van detailhandel zijn het steeds uitgebreidere assortiment bij tankstations en het toenemende aantal winkels op treinstations. Een ander nieuw fenomeen is de zogenaamde drop-off shop.

Toetsingskader toekomstbestendigheid

Zowel het planningsprincipe van functionele hiërarchie als de trends op het gebied van de detailhandel zijn van invloed op de detailhandelsstructuur in Vinex-wijken. Om de effecten van deze twee zaken op de detailhandelsstructuur met elkaar te kunnen vergelijken (om uiteindelijk tot toetsingsvragen te komen aan de hand waarvan de toekomstbestendigheid van de detailhandelsstructuur in Vinex-wijken kan worden geanalyseerd) is een aantal criteria onderscheiden. Dit betreft de elementen locatie en spreiding, omvang en aard.

Aan de hand van de criteria locatie en spreiding, omvang en aard is een vergelijking gedaan van de trends en het planningsprincipe van de functionele hiërarchie. Daarbij is onderscheid gemaakt tussen de trend-matige veranderingen die wel in overeenstemming zijn met het planningsprincipe en die daar niet mee overeenstemmen.

Aan de hand van deze vergelijking van de trends en het planningsprincipe van functionele hiërarchie zijn toetsingsvragen opgesteld op basis waarvan de toekomstbestendigheid van de Vinex-wijken is geanalyseerd. Deze toetsingsvragen luiden als volgt:

1. Is er bij de planning van de detailhandelsvoorziening in de onderzochte Vinex-wijk rekening gehouden met de ontwikkeling dat de detailhandelsstructuur grofmaziger wordt? Oftewel; is er bij de locatie en spreiding en de omvang van de geplande totale oppervlakte verkoopp ruimte in de Vinex-wijk afgeweken van (1) de rangorde van de functionele hiërarchie (tabel 4 in hoofdstuk 2); en (2) het locatiepatroon van de

functionele hiërarchie, beiden gezien in het licht van de bestaande detailhandelsstructuur in de gehele woonplaats?

2. Is er bij de planning van de detailhandelsvoorziening in de onderzochte Vinex-wijk rekening gehouden met de ontwikkeling die optreedt door de trend van branchevervaging? Oftewel; is er bij de geplande totale oppervlakte verkoopruimte voedings- en genotmiddelen in de onderzochte Vinex-wijk rekening gehouden met de verwachte verhoudingsgewijze afname in behoefte aan dit type goederen als gevolg van branchevervaging?
3. Is er bij de planning van de detailhandelsvoorziening in de onderzochte Vinex-wijk rekening gehouden met de ontwikkeling dat winkels en daarmee ook winkelgebieden groter worden? Oftewel; wordt er in de onderzochte Vinex-wijk meer ruimte per winkel gereserveerd?
4. Is er bij de planning van de detailhandelsvoorziening in de onderzochte Vinex-wijk rekening gehouden met de ontwikkeling dat winkels voor volumineuze goederen naar de periferie verhuizen en deze winkels daar gemakkelijker standalone kunnen opereren? Oftewel; (a) is er bij de branchering en de omvang van de geplande totale oppervlakte verkoopruimte in de Vinex-wijk rekening gehouden met de afname in de behoefte aan volumineuze goederen aldaar; en (b) is er, voor zover relevant in licht van de locatie van de Vinex-wijk, ruimte gereserveerd voor winkels die standalone kunnen opereren?
5. Is er bij de planning van de detailhandelsvoorziening in de onderzochte Vinex-wijk rekening gehouden met de ontwikkeling dat winkels worden gerealiseerd op zogenaamde trafficlocaties? Oftewel; (a) wordt er in de onderzochte Vinex-wijk, indien er binnen de wijk sprake is van goed bereikbare locaties, expliciet ruimte geboden voor het realiseren van winkels op trafficlocaties; of (b) wordt er in de onderzochte Vinex-wijk, indien er binnen de wijk geen sprake is van goed bereikbare locaties, bij de omvang van de geplande totale oppervlakte verkoopruimte rekening gehouden met de verschuiving van winkels naar trafficlocaties?
6. Is er bij de planning van de detailhandelsvoorziening in de onderzochte Vinex-wijk rekening gehouden met de ontwikkeling dat winkels in de vorm van afhaallocaties in winkelgebieden dicht bij huis worden gerealiseerd? Oftewel; wordt er in de onderzochte Vinex-wijk expliciet ruimte geboden voor afhaallocaties, zowel in termen van oppervlak, als in termen van locaties?
7. Is er bij de planning van de detailhandelsvoorziening in de onderzochte Vinex-wijk rekening gehouden met de ontwikkeling dat winkels met keuzegevoelige producten verschuiven van centrale winkelgebieden naar de trafficlocaties en winkelgebieden dicht bij huis? Oftewel; is er bij de branchering en de omvang van de geplande totale oppervlakte verkoopruimte in de Vinex-wijk rekening gehouden met de verwachte toename in de behoefte aan keuzegevoelige producten aldaar?
8. Is er bij de planning van de detailhandelsvoorziening in de onderzochte Vinex-wijk rekening gehouden met de ontwikkeling dat de handel in minder keuzegevoelige producten in winkels afneemt? Oftewel; is er bij de branchering en de omvang van de geplande totale oppervlakte verkoopruimte in de Vinex-wijk rekening gehouden met de afname in de behoefte aan minder keuzegevoelige producten aldaar?
9. Is er bij de planning van de detailhandelsvoorziening in de onderzochte Vinex-wijk getracht de toekomstbestendigheid van de voorzieningen te vergroten door ruimte in te bouwen voor flexibiliteit in termen van (1) mogelijke alternatieve locaties voor detailhandel; (2) mogelijkheden voor toe- of afname in totale oppervlakte verkoopruimte; en/of (3) mogelijkheden voor toe- of afname in oppervlakte van individuele winkelpanden?

Conclusies

Om de toekomstbestendigheid van de Vinex-wijken aan de hand van de toetsingsvragen te kunnen analyseren, is een drietal Vinex-wijken geselecteerd. Het betreft Brandevoort in Helmond, Meerhoven in Eindhoven en Nesselande in Rotterdam. Hierna volgen de conclusies naar aanleiding van de analyse van deze drie wijken.

Principes en uitgangspunten

De principes en uitgangspunten waarop de detailhandelsstructuren in de drie Vinex-wijken gebaseerd zijn, zijn vrijwel identiek aan elkaar. Samengevat komt dit in hoofdlijnen neer op het volgende:

- Er wordt één winkelcentrum centraal in de wijken gerealiseerd. De winkels dienen zich daarbij binnen een bepaalde zone te bevinden en daarbuiten is detailhandel niet toegestaan.
- De winkelcentra dienen in hun voorzieningenniveau afgestemd te zijn op de primaire levensbehoefte van de bewoners van de wijken; de inwoners van de wijken dienen hun dagelijkse boodschappen dicht bij huis te kunnen doen. Daarbij worden er in alle drie de winkelgebieden twee supermarkten gerealiseerd.
- De omvang van de winkelcentra is als een maximaal aantal m² winkelvloeroppervlak in de bestemmingsplannen opgenomen. Er is dus geen sprake van een minimale maat waaraan voldaan moet worden, maar alleen van een maximum dat niet overschreden mag worden.
- Perifere detailhandel is niet toegestaan in de winkelcentra centraal in de wijk.

Naast deze algemene uitgangspunten die voor alle drie de wijken gelden, is een aantal verschillen te benoemen tussen de principes die voor de detailhandelsstructuren in de drie wijken zijn gehanteerd:

- In Brandevoort is 'dagelijks' een ruim begrip. Volgens de gemeente worden winkels zoals Blokker, Hema of een textielsuper daar ook onder geschaard. Deze winkels vallen volgens de indeling van Locatus niet onder de categorie dagelijks waardoor het winkelcentrum in deze wijk qua branchering ruimer is dan alleen voor de dagelijkse boodschappen.
- In Meerhoven is de totale marktruimte voor detailhandel in het winkelcentrum verdeeld over dagelijkse artikelensector en de niet-dagelijkse artikelensector met de percentages 60% voor dagelijkse artikelen en 40% voor niet-dagelijkse artikelen.
- In Nesselande is ruimte gereserveerd voor winkels die gerelateerd zijn aan de recreatieve, bovenwijkse functie van de Zevenhuizerplas waar de wijk aan ligt. Deze winkels vallen volgens de indeling van Locatus niet onder de categorie dagelijks waardoor het winkelcentrum in deze wijk qua branchering ruimer is dan alleen voor de dagelijkse boodschappen.

De overeenkomst tussen bovenstaande drie punten is dat het in alle drie de wijken gaat om een verruiming van de toegestane branchering in het winkelcentrum in de wijk. Er is in alle drie de wijken ook ruimte voor niet-dagelijkse artikelen.

Mate van toekomstbestendigheid

Aangezien de principes en uitgangspunten waarop de detailhandelsstructuur in de drie wijken gebaseerd zijn vrijwel gelijk zijn, vertonen de drie Vinex-wijken ook zeer veel overeenkomsten in hun mate van toekomstbestendigheid:

- Er wordt afgeweken van de rangorde en het locatiepatroon van het planningsprincipe van functionele hiërarchie in die zin dat de detailhandelsstructuren grofmaziger zijn

dan dat het planningsprincipe voorstaat. Daardoor zijn de drie wijken wat dat betreft toekomstbestendig.

- Aangaande de afname van de behoefte aan voedings- en genotmiddelen door branchevervaging zijn de drie wijken alle drie gedeeltelijk toekomstbestendig. Enerzijds wordt te veel m² wvo van de winkelgebieden ingevuld met winkels in de categorie dagelijks waardoor er bewust tegen de ontwikkeling in wordt gegaan, anderzijds is er op het niveau van de individuele winkel wel sprake van branchevervaging.
- De drie wijken zijn alle drie toekomstbestendig voor wat betreft de reservering van meer ruimte per winkel. Er is bij de planning van de detailhandelsvoorzieningen in de onderzochte Vinex-wijken rekening gehouden met de ontwikkeling dat winkels en daarmee ook winkelgebieden groter worden.
- Qua branchering zijn de drie wijken alle drie toekomstbestendig voor wat betreft de realisatie van winkels met volumineuze goederen in de periferie. Perifere detailhandel is namelijk niet toegestaan in de winkelcentra in de wijken. Daar staat tegenover dat standalone winkels niet zijn toegestaan in de drie wijken. Daarnaast houdt men qua omvang niet bewust rekening met de ontwikkeling. Er is dus sprake van een gedeeltelijke toekomstbestendigheid voor wat betreft de realisatie van winkels in de periferie.
- De toekomstbestendigheid van de drie wijken is niet goed ten aanzien van de realisatie van winkels op trafficlocaties. Dit komt in alle drie de wijken doordat het winkelgebied zich op een verplichte locatie in het centrum van de wijk moet bevinden.
- De toekomstbestendigheid omtrent de realisatie van afhaallocaties dicht bij huis is in alle drie de wijken voor verbetering vatbaar. Er wordt in de wijken namelijk niet bewust rekening gehouden met de ontwikkeling, maar door de centrale ligging van de winkelgebieden in de wijken is er wel ruimte voor.
- Aangaande de toename van de behoefte aan keuzegevoelige producten zijn de drie wijken alle drie gedeeltelijk toekomstbestendig. Enerzijds wordt te veel m² wvo van de winkelgebieden ingevuld met winkels in de categorie dagelijks waardoor er bewust tegen de ontwikkeling in wordt gegaan, anderzijds is er bij alle drie de wijken sprake van een 'verzachtende omstandigheid'. Deze omstandigheid is echter per wijk verschillend. Het betreft de hiervoor beschreven verschillen tussen de principes die voor de detailhandelsstructuren in de drie wijken zijn gehanteerd (over de verruiming van de toegestane branchering in de wijk).
- Ten aanzien van de afname van de behoefte aan minder keuzegevoelige producten zijn de drie wijken alle drie gedeeltelijk toekomstbestendig. Enerzijds wordt te veel m² wvo van de winkelgebieden ingevuld met winkels in de categorie dagelijks waardoor er bewust tegen de ontwikkeling in wordt gegaan, anderzijds is perifere detailhandel niet toegestaan in het winkelcentra in de wijken.
- In alle drie de wijken wordt door de verplichte locatie van de winkelgebieden ingegaan tegen de mogelijkheden voor toename van de oppervlakte van de winkelgebieden als geheel en tegen de mogelijkheden om alternatieve locaties te gebruiken. De ruimte voor afname van de oppervlakte van de winkelgebieden als geheel en ook de mogelijkheden voor de toe- of afname van de oppervlakte van individuele panden is er wel binnen de drie wijken, maar hier wordt niet bewust rekening mee gehouden. De Vinex-wijken zijn wat dat betreft dus gedeeltelijk toekomstbestendig.

Concluderend kan gesteld worden dat Brandevoort, Meerhoven en Nesselande qua toekomstbestendigheid gelijk zijn aan elkaar. De toekomstbestendigheid van de wijken is niet heel goed, aangezien met slechts twee van de negen ontwikkelingen rekening wordt gehouden. Dit betreft:

- de afwijking van de rangorde en het locatiepatroon van de functionele hiërarchie ten behoeve van het grofmaziger worden van de detailhandelsstructuur;
- de reservering van meer ruimte per winkel.

Er is één ontwikkeling waar gedeeltelijk expliciet rekening mee wordt gehouden, gedeeltelijk bewust tegen in wordt gegaan en gedeeltelijk geen rekening mee wordt gehouden, maar wel ruimte voor is. Dit betreft de realisatie van winkels met volumineuze goederen in de periferie.

Er is één ontwikkeling waar niet expliciet rekening mee wordt gehouden, maar waar wel ruimte voor is. Dit betreft de realisatie van afhaallocaties in winkelgebieden dicht bij huis.

Daarnaast is er één ontwikkeling waar bewust tegen in gegaan wordt. Dit betreft de realisatie van winkels op trafficlocaties.

Voor wat betreft de overige vier ontwikkelingen wordt gedeeltelijk bewust tegen deze ontwikkelingen in gegaan en gedeeltelijk wordt er niet expliciet rekening mee gehouden, maar is er wel ruimte voor. Dit betreft:

- de afname van de behoefte aan voedings- en genotmiddelen door branchevervaging;
- de toename van de behoefte aan keuzegevoelige producten;
- de afname van de behoefte aan minder keuzegevoelige producten;
- toekomstbestendigheid.

Voor wat betreft zeven ontwikkelingen valt dus nog een winst te behalen voor wat betreft de toekomstbestendigheid van de detailhandelsstructuur in Vinex-wijken.

Dat de toekomstbestendigheid op het gebied van zeven ontwikkelingen te wensen over laat wordt veroorzaakt door met name een tweetal principes dat gehanteerd wordt. Ten eerste betreft dit het uitgangspunt dat er één winkelcentrum centraal in de wijk gerealiseerd dient te worden en dat daarbuiten geen detailhandel is toegestaan. Dit zorgt er voor dat standalone winkels niet mogelijk zijn, dat de realisatie van winkels op trafficlocaties niet toegestaan is en dat de toekomstbestendigheid qua alternatieve locaties niet goed is. Anderzijds zorgt dit uitgangspunt er wel voor dat er ruimte is voor de realisatie van afhaallocaties in winkelgebieden dicht bij huis.

Ten tweede gaat dit om het uitgangspunt dat de inwoners van de wijken hun dagelijkse boodschappen dicht bij huis dienen te kunnen doen. Daarbij worden er in alle drie de winkelgebieden twee supermarkten gerealiseerd. Door dit uitgangspunt zijn de winkelvoorzieningen te veel gericht op de dagelijkse boodschappen. De branchering is niet in lijn met de afname van de behoefte aan voedings- en genotmiddelen door branchevervaging, de toename van de behoefte aan keuzegevoelige producten en de afname van de behoefte aan minder keuzegevoelige producten.

Er is echter ook een tweetal principes dat gehanteerd wordt dat er voor zorgt dat de toekomstbestendigheid op twee punten goed is. Dit betreft het feit dat er rekening wordt gehouden met het groter worden van winkels en winkelgebieden en het uitgangspunt dat perifere detailhandel niet is toegestaan in de winkelcentra centraal in de wijk.

Terugkijkend naar de vijf trends die in hoofdstuk 3 zijn beschreven, betekent het bovenstaande dat op de trends van branchevervaging en Internet, ICT en nieuwe media nog niet voldoende wordt geanticipeerd bij het ontwerp van detailhandelsstructuur in Vinex-wijken. Ook met de trend van nieuwe locaties wordt slechts gedeeltelijk rekening gehouden: perifere detailhandel krijgt een plaats in de periferie dus die nieuwe locaties voor detailhandel zijn 'ingeburgerd'. De realisatie van winkels op trafficlocaties en het realiseren van standalone winkels is echter nog niet een planningsprincipe geworden. Met de trend van ruimtelijke schaalvergroting wordt wel rekening gehouden. De trends van bedrijfsmatige schaalvergroting en specialisatie en schaalverkleining blijven buiten beschouwing omdat bij de vergelijking van het planningsprincipe van functionele hiërarchie met de trends is gebleken dat deze twee trends niet op gespannen voet staan met het planningsprincipe.

Er kan gezien het bovenstaande gesteld worden dat de trends die zich al langer voordoen (die van ruimtelijke schaalvergroting en van perifere detailhandel) al wel gehanteerd worden als uitgangspunten. Daar tegenover staat de 'nieuwere' trends nog niet als zodanig worden gehanteerd. Geconcludeerd kan worden dat het erg lang de tijd nodig heeft voordat een trend op het gebied van de detailhandel als planningsprincipe gehanteerd wordt bij het ontwerp van een winkelcentrum.

Anderzijds duurt het ook heel lang voordat een planningsprincipe dat gehanteerd wordt, maar wat eigenlijk niet geheel meer voldoet aan de eisen van tegenwoordig, afgeschaft wordt. Dit is terug te zien bij het planningsprincipe van functionele hiërarchie: er wordt van afgeweken, maar het is nog steeds wel een uitgangspunt bij het ontwerp van de detailhandelsstructuur. Ook het principe dat men de dagelijkse boodschappen dicht bij huis moet kunnen doen, is een planningsprincipe dat nog hoog in het vaandel staat.

Aanbevelingen

Er kan gesteld worden dat er geen eenduidig antwoord te geven is op de vraag welke ingrediënten noodzakelijk zijn bij het ontwikkelen van een toekomstbestendige detailhandelsstructuur in een woonwijk. Een exact recept is niet te leveren, de verhoudingen tussen de ingrediënten moet per locatie worden bepaald. Iedere Vinex-wijk of woonwijk heeft immers zijn eigen kenmerken, iedere locatie is uniek. De omstandigheden zijn dus altijd weer anders en er dient ingespeeld te worden op die omstandigheden om een toekomstbestendige wijk te realiseren. Er is echter wel een aantal algemene aanbevelingen te benoemen met betrekking tot de ontwerpprincipes voor detailhandel in nieuwe woonwijken die de toekomstbestendigheid ten goede komen. Zoals uit de conclusies bleek, wordt het feit dat de toekomstbestendigheid op het gebied van zeven ontwikkelingen te wensen over laat met name veroorzaakt door een tweetal principes dat gehanteerd wordt. Ten eerste betreft dit het uitgangspunt dat er één winkelcentrum centraal in de wijk gerealiseerd dient te worden en dat daarbuiten geen detailhandel is toegestaan. Ten tweede gaat dit om het feit dat de winkelvoorzieningen te veel gericht zijn op de dagelijkse boodschappen. De aanbevelingen zullen dan ook met name gericht zijn op de locatie en de branchering van winkelvoorzieningen in een wijk.

De geanalyseerde winkelgebieden zijn qua branchering met name gericht op het boodschappen doen. Het aantal winkels in de branche voedings- en genotmiddelen is over het algemeen heel groot. Dit terwijl de trends suggereren dat ook andere branches zich in toenemende mate dicht bij de afzetmarkt zullen vestigen. Daarnaast suggereren de

trends dat de behoefte aan minder keuzegevoelige producten (waaronder de dagelijkse boodschappen) dicht bij huis afneemt. Aanbevolen wordt dus de branchering van een wijk niet te zeer te richten op de levensmiddelenbranche, maar juist de winkels met keuzegevoelige producten ruimte te bieden. Dit betekent enerzijds dat supermarkten (en andere winkels in de categorie voedings- en genotmiddelen) qua omvang een minder groot aandeel moeten krijgen in een winkelgebied dan tot op heden vaak het geval is. Anderzijds houdt het in dat er naast de ruimte die er geboden wordt voor de winkels in de dagelijkse sector ook ruimte moet zijn voor winkels in de andere branches. Deze winkels mogen zich nu vaak ook al wel in enige mate in de Vinex-wijken vestigen, maar er dient verhoudingsgewijs meer ruimte voor dergelijke winkels beschikbaar te zijn om een goede toekomstbestendigheid te bieden. Dit kan bereikt worden door in het bestemmingsplan voor een wijk niet alleen een maximaal toegestaan aantal m² winkelvloeroppervlakte vast te stellen, maar daarin ook te bepalen welk percentage van deze oppervlakte door winkels uit de dagelijkse sector gebruikt mag worden en welk percentage door winkels in de niet-dagelijkse sector.

Ten aanzien van de locatie van de winkelvoorzieningen in wijken wordt aanbevolen wijzigingen door te voeren in de wijze waarop winkelvoorzieningen gerealiseerd worden. De locatie van de winkels in de geanalyseerde wijken is over het algemeen centraal in de wijk en geclusterd bij elkaar op één locatie. Daarbij wordt wel de ruimte geboden of zelfs verplicht gesteld om perifere detailhandel op een perifere locatie te realiseren. Aanbevolen wordt de mogelijkheden te bieden om standalone winkels op perifere locaties te realiseren en ook om trafficlocaties te benutten voor detailhandel. Deze mogelijkheden kunnen geboden worden door in het bestemmingsplan ook op dergelijke locaties detailhandel toe te staan.

Zoals uit de conclusies bleek, wordt onbewust rekening gehouden met de trend die suggereert dat afhaallocaties dicht bij huis gewenst zijn. Er wordt in de drie geanalyseerde wijken rekening mee gehouden doordat de winkelgebieden in deze wijken zich centraal in de wijk bevinden. Het wordt dan ook aanbevolen om het winkelgebied centraal in de wijk in een ontwerp van de detailhandelsstructuur in een nieuwe woonwijk op te nemen. Er kan echter nog beter ingespeeld worden op de ontwikkeling. Een afhaallocatie stelt namelijk andere eisen aan een onderkomen dan een winkel: het heeft geen etalage en toonruimte nodig, alleen ruimte voor opslag en een balie voor het afgeven van de producten aan de klant (en eventueel voor het betalen door deze klant) is in principe noodzakelijk. De benodigde omvang van de afhaallocatie is kortom veel kleiner dan bij een winkel. Het verdient dus de aanbeveling om in het winkelgebied centraal in de wijk de mogelijkheden te voorzien om dergelijke kleine afhaallocaties in te richten.

Zoals uit de conclusies bleek, zijn de wijken voor wat betreft de trend van ruimtelijke schaalvergroting toekomstbestendig: er wordt rekening gehouden met het grofmaziger worden van de detailhandelsstructuur en ook met het groter worden van winkels en winkelvoorzieningen. Wat dat betreft zijn er dus geen aanbevelingen ten behoeve van het verbeteren van de toekomstbestendigheid nodig. Echter, het is natuurlijk altijd de vraag tot in welke mate deze trend zich voort zal zetten. Daarom is er voor wat betreft de reservering van meer ruimte per winkel nog wel een aanbeveling te geven. De omvang van het winkelgebied wordt vastgelegd in het bestemmingsplan dat voor een wijk geldt. Daarin is dan over het algemeen een maximale oppervlakte opgenomen die voor detailhandelsdoeleinden gebruikt mag worden. Om in te kunnen spelen op de trend van ruimtelijke schaalvergroting, verdient het de aanbeveling om deze maximaal toegestane

oppervlakte in het bestemmingsplan ruim te nemen of een afwijkingsmogelijkheid in het bestemmingsplan op te nemen. Daarnaast dient, zoals eerder gesteld, de bebouwing in de wijk technisch gezien qua bouwconstructie zo te zijn dat deze op relatief eenvoudige wijze aangepast kan worden zodat het als winkel ingericht kan worden.

De onzekerheid over de toekomst speelt een belangrijke rol. Hoe de trends zich verder zullen ontwikkelen en hoe de economische, sociaal-maatschappelijke, technologische en beleidsmatige ontwikkelingen verder vorm zullen krijgen in de toekomst is onzeker. Daardoor is het uiterst onzeker in welke mate de trends ruimtelijk vormgegeven dienen te worden en in hoeverre daar dus bij het ontwerp van winkelvoorzieningen in een wijk rekening mee moet worden gehouden. Daarom is het van groot belang dat er bij de realisering van winkelvoorzieningen zo veel mogelijk flexibiliteit ingebouwd wordt om eventuele toekomstige ontwikkelingen adequaat op te kunnen vangen.

Dit betekent flexibiliteit in de bouwconstructie: de bebouwing op een dergelijke manier realiseren dat deze indien noodzakelijk zo eenvoudig mogelijk van functie kan veranderen. Een winkel moet kunnen veranderen zodat deze bruikbaar wordt als woning. Andersom dient bebouwing met een andere functie ook omgezet te kunnen worden naar winkels. Door hoge verdiepingen te realiseren kan daarop ingespeeld worden. Daarnaast wordt dit mogelijk gemaakt door bebouwing te realiseren waarbij scheidingsconstructies relatief eenvoudig te verplaatsen zijn waardoor de omvang van een pand gewijzigd kan worden aan de hand van de behoefte van een nieuwe gebruiker.

Naast de flexibiliteit in de bouwconstructie betekent dit ook flexibiliteit in het bestemmingsplan: door in het bestemmingsplan bepaalde afwijkingsmogelijkheden vast te leggen, geef je het ontwerp van de detailhandelsstructuur een flexibiliteit. Zonder al te langdurige procedures kan dan ingespeeld worden op nieuwe ontwikkelingen die zich voordoen. In het kader van de omvang van het winkelgebied is dat hierboven al aangegeven. Deze afwijkingsmogelijkheden kunnen ook voor wat betreft de aard en de locatie en spreiding van de winkels in het bestemmingsplan opgenomen worden.

Door deze twee vormen van flexibiliteit te garanderen bij het ontwerp van een detailhandelsstructuur van een wijk zijn aanpassingen op het gebied van locatie en spreiding, omvang en aard mogelijk. Daardoor is de detailhandelsstructuur in een wijk tot op een bepaalde hoogte nog aanpasbaar, ook na realisatie van de winkelvoorzieningen.

INHOUDSOPGAVE

VOORWOORD	5
SAMENVATTING	7
1. INLEIDING	19
1.1 Vinex-wijken	19
1.2 Detailhandel	19
1.3 Detailhandelsstructuur	23
1.4 Probleemstelling	25
1.5 Onderzoeksopzet en –methoden	28
1.6 Leeswijzer	32
2. HET PLANNINGSPRINCIPE VAN FUNCTIONELE HIERARCHIE	33
2.1 Het ontstaan van de winkel	33
2.2 De Centrale Plaatsentheorie	35
2.2.1 Inleiding	35
2.2.2 De assumpties	35
2.2.3 De postulaten	36
2.2.4 De theorema's	38
2.2.5 Toepassing van de theorie	39
2.3 Een functioneel-hiërarchisch winkelapparaat	40
2.4 Conclusie	45
3. TRENDS OP HET GEBIED VAN DETAILHANDEL	47
3.1 Inleiding	47
3.2 Maatschappelijke ontwikkelingen	47
3.2.1 Economische en demografische ontwikkelingen	47
3.2.2 Sociaal-maatschappelijke ontwikkelingen	48
3.2.3 Technologische ontwikkelingen	49
3.2.4 Beleidsmatige ontwikkelingen	49
3.3 Trends op het gebied van de detailhandel	50
3.3.1 Brancheervaging	51
3.3.2 Schaalvergroting	51
3.3.3 Specialisatie en schaalverkleining	53
3.3.4 Het internet, ICT en nieuwe media	54
3.3.5 Nieuwe locaties	56
3.4 Conclusie	56
4. TOETSINGSKADER TOEKOMSTBESTENDIGHEID	59
4.1 Inleiding	59
4.2 Criteria voor de detailhandelsstructuur	59
4.2.1 Locatie en spreiding	59
4.2.2 Omvang	62
4.2.3 Aard	63
4.3 Effecten van de trends op de detailhandelsstructuur	64
4.3.1 Brancheervaging	64
4.3.2 Schaalvergroting	67

4.3.3	Specialisatie en schaalverkleining	70
4.3.4	Het internet, ICT en nieuwe media	71
4.3.5	Nieuwe locaties	74
4.4	De trends versus het planningsprincipe van functionele hiërarchie	75
4.4.1	Locatie en spreiding	75
4.4.2	Omvang	77
4.4.3	Aard	78
4.4.4	Samenvatting	79
4.5	Toetsingsvragen voor de casestudies	81
5.	DETAILHANDELSSTRUCTUUR VINEX-WIJKEN	83
5.1	Inleiding	83
5.2	Brandevoort	88
5.2.1	Algemene wijkbeschrijving	89
5.2.2	Detailhandelsstructuur van de wijk	91
5.2.3	Detailhandelsstructuur van de woonplaats	94
5.2.4	Gedachten achter het plan	98
5.2.5	Analyse	102
5.2.6	Conclusie	109
5.3	Meerhoven	112
5.3.1	Algemene wijkbeschrijving	113
5.3.2	Detailhandelsstructuur van de wijk	115
5.3.3	Detailhandelsstructuur van de woonplaats	118
5.3.4	Gedachten achter het plan	123
5.3.5	Analyse	128
5.3.6	Conclusie	135
5.4	Nesselande	138
5.4.1	Algemene wijkbeschrijving	139
5.4.2	Detailhandelsstructuur van de wijk	141
5.4.3	Detailhandelsstructuur van de woonplaats	144
5.4.4	Gedachten achter het plan	149
5.4.5	Analyse	154
5.4.6	Conclusie	161
5.5	Conclusies	163
6.	CONCLUSIES EN AANBEVELINGEN	169
6.1	Inleiding	169
6.2	Conclusies	169
6.3	Aanbevelingen	180
	LITERATUUR	183
	BIJLAGEN	187

1. INLEIDING

1.1 Vinex-wijken

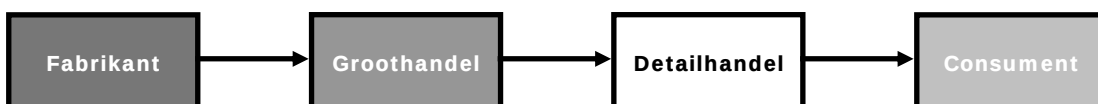
Vinex-wijken zijn locaties die in 1993 door de minister van Volkshuisvesting, Ruimtelijke Ordening en Milieubeheer (VROM) zijn aangewezen als uitbreidingsgebieden voor steden. Met de aanwijzing van deze uitbreidingslocaties besloot de regering tot een ambitieuze operatie op het gebied van woningbouw welke noodzakelijk was voor de accommodatie van de verdere bevolkingsgroei en de toenemende ruimteconsumptie van Nederland. De wijken danken hun naam aan de nota waarin de uitbreidingslocaties zijn vastgelegd; de Vierde Nota over de ruimtelijke ordening Extra.

Dat het een ambitieuze operatie is, blijkt onder andere uit het grote aantal woningen. In de Vierde Nota over de ruimtelijke ordening Extra wordt gesproken van 835.000 woningen die in de periode 1995-2015 aan de voorraad moeten worden toegevoegd. 'Bundeling' is daarbij het ordeningsprincipe en het beleid hanteert dan ook de stelregel 'nabijheid boven bereikbaarheid': eerst worden de mogelijkheden binnen het stedelijk gebied zo goed mogelijk benut, daarna die aan de stadsranden. Pas in de laatste plaats komen wat verder weg gelegen mogelijkheden in aansluiting op bestaande kernen in aanmerking. De woningen worden dus gerealiseerd op inbreidingslocaties en in uitleggebieden. In deze studie wordt geconcentreerd op de uitleggebieden en in het verdere rapport worden onder Vinex-wijken dan ook enkel deze buitenstedelijke gebieden verstaan. Dit sluit aan bij het gangbare spraakgebruik, waarin Vinex (feitelijk onterecht) synoniem is met buitenstedelijke woongebieden. In heel Nederland zijn bijna honderd buitenstedelijke Vinex-wijken gesitueerd (Lörzing, Klemm, van Leeuwen & Soekimin, 2006). Deze locaties zijn in figuur 1 opgenomen.

In het Vinex-beleid staan naast het bieden van huisvesting het belang van het milieu en de verbetering van de stedelijke vitaliteit als belangrijke doelstellingen vermeld. Volgens het MKB draagt detailhandel bij aan de stedelijke vitaliteit (MKB-Nederland, 2005). Vitaliteit betekent levenskracht. Detailhandel is dus van belang voor het op een goede manier (voort)bestaan van een Vinex-wijk. De woningen in een Vinex-wijk hebben een zeer lang leven en er kan dus gesteld worden dat het vanuit het Vinex-beleid van belang is dat ook de detailhandel in een Vinex-wijk een lang leven beschoren is. Maar hoe dient de detailhandel vormgegeven te worden om dit te bereiken; hoe dient de detailhandelsstructuur dan te zijn?

1.2 Detailhandel

De detailhandel houdt zich bezig met de verkoop van fysieke goederen voor persoonlijk gebruik, zowel nieuw als tweedehands, aan de consument. Het is de laatste schakel van de distributieketen die loopt van fabrikant tot consument.



Figuur 2: Distributieketen detailhandel

De detailhandel koopt producten in bij de groothandel om deze vervolgens te verkopen aan de consument. Daarmee overbrugt het de verhoudingsverschillen tussen de fabrikant van een product en de consument die dat product wil kopen. Dankzij de detailhandel kan de consument producten kopen op de gewenste plek, op de gewenste tijd en in de gewenste hoeveelheid. De elektronicafabriek in China maakt 10.000 tv's per dag, terwijl de consument er maar één nodig heeft. En dat ene apparaat wil hij in een winkel dicht bij huis kunnen kopen. Daar is de detailhandel voor (Hoofdbedrijfschap Detailhandel, 2007). Detailhandel onderscheidt zich van de groothandel doordat de groothandel zijn focus niet heeft op de consument, maar goederen levert aan producenten en detailhandelaren (Evers, van Hoor & van Oort, 2005). Ook tussen detailhandel en retail is een onderscheid te maken. Onder retail vallen ook diensten die aan de consument geleverd worden, zoals door een bank of een reisbureau, terwijl de detailhandel zich beperkt tot het leveren van fysieke goederen.

Er zijn diverse vormen van detailhandel te onderscheiden. Verkopers kunnen een marktkraam beheren, rondrijden (ambulant) of een internetpagina als verkoopkanaal gebruiken. Maar de belangrijkste vorm van detailhandel is de winkel; detaillisten met een vaste plek in de ruimte. Een winkel bestaat uit een fysieke structuur (een gebouw of onderdeel van een gebouw) waar klanten, personeel en leveranciers goederen uitwisselen (Evers et al., 2005). Circa 90% van de detailhandel bestaat uit winkels (Hoofdbedrijfschap Detailhandel, 2007). Nederland telt anno 2010 ongeveer 107.100 winkels (Locatus, 2010).

In dit onderzoek wordt onder detailhandel enkel de vorm van winkelverkoop van fysieke goederen aan de consument verstaan. Postorder- en internetverkoop zijn geen ruimtelijke vormen van detailhandel, de ambulante handel is ruimtelijk gezien niet permanent aanwezig in de Vinex-wijk. Zodoende zijn deze twee vormen van detailhandel in dit onderzoek buiten beschouwing gebleven.

Voor de indeling van winkels, wordt in dit onderzoek onderscheid gemaakt in zogenaamde branches. Daarbij wordt de branche-indeling zoals het bedrijf Locatus deze hanteert, aangehouden. Locatus verzamelt informatie over alle winkels en consumentgerichte, dienstverlenende bedrijven in de Benelux. Locatus is marktleider op het gebied van winkelinformatie in Nederland en biedt inzicht en overzicht in de belangrijkste gegevens wat betreft winkelvloeroppervlak, aantal verkooppunten en branchering.

Voor de branche-indeling hanteert Locatus een hiërarchisch gestructureerde en op onderzoeksdoeleinden afgestemde branchecodering in drie niveaus. Het hoogste niveau is de groep. De database van Locatus telt momenteel tien verschillende groepen, te weten Leegstand, Dagelijks, Mode & Luxe, Vrije Tijd, In/Om Huis, Detailhandel Overig, Transport & Brandstof, Leisure, Diensten en ATM. Het tweede niveau wordt hoofdbranche genoemd, dit is een verzamelnaam voor een aantal branches met dezelfde eigenschappen, Locatus onderscheidt 28 hoofdbranches. Het derde niveau heet branche, branche is een typering van een activiteit en/of samenwerking. De branchecodes die door Locatus worden gehanteerd, zijn zeer gedetailleerd en er worden ongeveer 225 branches onderscheiden. In dit onderzoek zal het onderscheid tussen winkels met name op het groepsniveau of hoofdbrancheniveau bekeken worden, een meer gedetailleerd onderscheid is niet nodig.

Aangezien in dit onderzoek onder detailhandel enkel de vorm van winkelverkoop van fysieke goederen aan de consument wordt verstaan, wordt een aantal groepen in dit onderzoek niet meegenomen.



Figuur 3: Spreiding van detailhandel in Nederland (bron: Evers et al., 2005)

Dit betreft de groepen Leisure, Diensten en ATM. In deze groepen is geen sprake van de verkoop van fysieke goederen. Daarnaast wordt ook de groep Transport & Brandstof niet meegenomen. Aan verkooppunten in deze groep wordt in Locatus geen verkoopvloeroppervlak gekoppeld waardoor zij geen fysieke structuur (winkel) hebben waar producten verkocht worden. Aangezien andere vormen van detailhandel zonder (vaste) fysieke structuur zoals internetverkoop en marktkramen ook buiten beschouwing blijven in dit onderzoek, wordt ook de groep Transport & Brandstof niet meegenomen in dit onderzoek.

Locatus maakt naast een branche-indeling ook onderscheid tussen verkooppunten en servicepunten. Zij geven daar de volgende omschrijving voor (Locatus, 2008, pag. 4):

- 'Een verkooppunt is de belangrijkste economische activiteit op een uniek adres. Hierbij is sprake van eigen personeel, eigen kassa en winkelverkoopvloeroppervlak.'
- 'Aan een servicepunt wordt geen winkelverkoopvloeroppervlak toegekend, omdat het in een deel van een verkooppunt wordt geëxploiteerd. Hierdoor heeft een servicepunt geen eigen kassa of personeel. Servicepunten zijn altijd onderdeel van een verkooppunt, hebben het adres van de moederactiviteit en een eigen (formule) branche die kan afwijken van de branche waarbinnen het verkooppunt valt. Veelal zijn servicepunten merk – of formulegericht.'

Omdat aan servicepunten geen winkelverkoopvloeroppervlak is toegekend door Locatus, beschikken deze punten dus niet over een (eigen) fysieke structuur waar de producten verkocht worden. Zodoende worden ook servicepunten niet meegenomen in dit onderzoek.

1.3 Detailhandelsstructuur

Met de term detailhandelsstructuur wordt de locatie, spreiding, omvang en aard van winkels bedoeld (Van der Wouden et al., 2006). Het heeft dus betrekking op de ruimtelijke ordening van winkels.

Om een indruk te geven van de detailhandelsstructuur in Nederland volgen enkele cijfers en een figuur. Volgens telling van Locatus (medio 2010) heeft Nederland circa 107.100 opererende winkels met een totale winkelvloeroppervlakte van 26,8 miljoen vierkante meter.

Figuur 3 laat zo objectief mogelijk en zonder weging het spreidingspatroon van alle winkellocaties in Nederland zien. Winkels blijken overal aanwezig te zijn – van de Zeeuwse tot de Waddeneilanden. Daarnaast clusteren winkels sterk binnen de bebouwde kom, dit geldt voor plattelandsgemeenten alsook voor verstedelijkte regio's zoals de Randstad. De meerderheid van de winkels ligt niet perifeer. De kernen van steden, dorpen en wijken zijn bijna zonder uitzondering ook plaatsen waar winkels aanwezig zijn. Er staan ook winkels buiten een gedefinieerd winkelgebied, maar deze liggen wel binnen de algemene stedelijke structuur (Evers, van Hoor & van Oort, 2005).

Winkels komen meestal voor in ruimtelijke concentraties van verkooppunten van uiteenlopende omvang, zogenaamde winkelgebieden. Een winkelgebied wordt pas winkelgebied genoemd indien er minimaal vijf verkooppunten in de detailhandel zijn geconcentreerd (Locatus, 2008). Van elke winkel heeft Locatus vastliggen van welk

winkelgebied het een onderdeel is en tot welke categorie dat winkelgebied wordt gerekend.

Op hoofdniveau worden drie categorieën winkelgebieden onderscheiden (Locatus, 2008):

- centrale winkelgebieden; het belangrijkste winkelgebied in een woonplaats wordt aangeduid als centraal winkelgebied;
- ondersteunende winkelgebieden; naast één centraal winkelgebied kunnen in een woonplaats één of meerdere ondersteunende winkelgebieden worden onderscheiden;
- overige winkelgebieden; onder de categorie 'overig' worden grootschalige concentraties en speciale winkelgebieden verstaan.

Binnen deze categorieën wordt een nadere onderverdeling gemaakt. Verkooppunten die niet tot een van deze categorieën kunnen worden ingedeeld, bijvoorbeeld solitaire winkels, vallen in de categorie 'verspreide bewinkeling'. Bij de operationalisatie van dit onderzoek wordt nader ingegaan op de onderverdeling van winkelgebieden.

Vanwege het maatschappelijk belang tracht de overheid al sinds jaar en dag, in het bijzonder na de Tweede Wereldoorlog, de locatiestrategieën van detaillisten, en daarmee de detailhandelsstructuur in Nederland, te sturen. Vooral het planningsprincipe van functionele hiërarchie, waarvoor de Centrale Plaatsentheorie van Christaller als leidraad geldt, heeft geleid tot de huidige detailhandelsstructuur, die in de literatuur vaak wordt getypeerd als 'fijnmazig'. Zo vinden we in Nederland vooral vele kleine winkels en korte afstanden tussen consumenten en winkels. Winkelgebieden werden meegepland met de woninglocaties, ervan uitgaande dat de nabijheid van een bepaalde hoeveelheid woningen automatisch het verzorgingsgebied van winkels vastlegde. Als resultaat hiervan kunnen een stadscentrum, stadsdeelcentra, wijkwinkelcentra en buurtwinkelcentra als detailhandelslocaties genoemd worden. Binnen de wat grotere steden is het viertal winkelgebieden volledig tot ontwikkeling gekomen. Nederland kent nauwelijks de perifere weidewinkels die kenmerkend zijn voor een grofmazige structuur.

Dat het planningsconcept van functionele hiërarchie in Nederland als planningsprincipe wordt gebruikt en daardoor van grote invloed is op de ontwikkeling van detailhandel en heeft gezorgd voor de detailhandelsstructuur in Nederland zoals deze heden ten dage is, blijkt uit de volgende tekstdelen.

In het gezaghebbende boek Hoofdwinkelcentrum (1971) begint Bak zijn betoog met de woorden: 'Alle winkelconcentraties, zowel de ongeorganiseerde samenballingen van winkelvestigingen als de planmatig ontwikkelde winkelcentra, laten zich typeren in termen van functionele hiërarchie. Zo vertoont het gehele winkelbestand een scala van groeperingsvormen met zeer uiteenlopende verzorgingsniveaus. Op welk niveau een winkelconcentratie zich kan bewegen wordt bepaald door het binnen een geografische situatie te verwachten evenwicht tussen vraag- en aanbodcomponenten. Van evenwichtigheid is sprake wanneer de door de consumenten ontwikkelde koopkrachtige vraag mogelijkheden biedt tot de rendabele exploitatie van conform die vraag benodigde winkelbedrijven' (1971, pag. 17).

De theorievorming over de locatie, de grootte en de spreiding van de detailhandel wordt sterk gedomineerd door Christaller's centrale plaatsen theorie. Deze theorie wordt gebruikt als wetenschappelijke onderbouwing voor de planning van winkelcentra. Het heeft gefungeerd als hoeksteen van de distributieplanning in Nederland, zowel op regionaal niveau (N.O.-polder, streekplannen) als op het niveau van stadscentra. In vele van deze toepassingen is men ervan uitgegaan dat het concept van een functionele

hiërarchie een goede basis vormde voor de planning van winkelcentra. Immers de functionele hiërarchie conceptie werd ondersteund door de meest ontwikkelde theorie, die de geografie rijk was (Timmermans, 1981).

De ordening van winkelveorzieningen in Nederland is gebaseerd op de gedachte van de 'functionele hiërarchie'. Deze is in Nederland niet alleen als verklaringsmodel gebruikt, maar ook als planningsprincipe. Op basis van zogenoemde distributie-planologisch onderzoek wordt vooraf de gewenste omvang en samenstelling van het aanbod in een nieuw winkelgebied vastgesteld (Instituut voor het Midden- en Kleinbedrijf, 1993).

Aangezien uit de voorgaande tekstdelen blijkt dat het planningsconcept van de functionele hiërarchie, welke gebaseerd is op de Centrale Plaatsentheorie van Christaller, wordt gehanteerd als planningsprincipe in Nederland, wordt in dit onderzoek als uitgangspunt gehanteerd dat dit ook bij Vinex-wijken het geval is.

1.4 Probleemstelling

Zoals gesteld in de vorige paragraaf is er in Nederland sprake van een fijnmazige detailhandelsstructuur. Ontwikkelingen in het (nabije) buitenland, nieuwe (technologische) mogelijkheden en recente veranderingen in het Nederlandse beleid roepen echter de vraag op hoe houdbaar deze fijnmazige structuur is. In de Nota Ruimte zet het kabinet zijn visie op de ruimtelijke ontwikkeling van Nederland uiteen. In deze nota wordt, vergeleken met eerdere visies, een decentralisatie van het restrictieve detailhandelsbeleid bepleit. Dit leidt ertoe dat de lagere overheden meer zeggenschap krijgen. De Nederlandse detailhandel wordt niet helemaal overgeleverd aan de markt: 'Uitgangspunt is dat nieuwe vestigingslocaties voor detailhandel niet ten koste mogen gaan van de bestaande detailhandelsstructuur in wijkwinkelcentra en binnensteden' (Ministerie van VROM, Ministerie van LNV, Ministerie van VenW & Ministerie van EZ, 2005, pag. 86). Naast deze restrictie van de rijksoverheid hebben ook de meeste provincies inmiddels een eigen restrictief beleid gemaakt. Desondanks is het huidige beleid veel soepeler dan het vroeger was. Mogelijk verandert daardoor het winkellandschap in de komende decennia drastisch, zeker met het oog op de internationaal al tientallen jaren dominante trend in de detailhandel: schaalvergroting.

De visies over de toekomst van de detailhandel lopen nogal uiteen. In het ene geval blijft er nauwelijks iets over van de bestaande detailhandelsstructuren, terwijl in het andere geval er eerder sprake is van marginale aanpassingen. Wel is duidelijk dat de veranderingen vergaande consequenties kunnen hebben voor de ruimtelijke locaties van de detailhandel.

Terwijl de hiervoor beschreven trends op het gebied van detailhandel plaatsvinden, worden de Vinex-wijken met een bepaalde detailhandelsstructuur ontwikkeld. Tegen de achtergrond van het bovenstaande kunnen twee vragen worden gesteld: (1) Op welke principes en uitgangspunten is de detailhandelsstructuur in Vinex-wijken gebaseerd? En (2) In welke mate is die structuur toekomstbestendig? Aan de hand van het voorgaande is voor onderhavige scriptie de volgende doelstelling tot stand gekomen:

Doelstelling

Het verwerven van inzicht in de mate van toekomstbestendigheid van de detailhandelsstructuur in Vinex-wijken teneinde aanbevelingen te doen met betrekking tot de ontwerpprincipes voor detailhandel in nieuwe woonwijken.

Toekomstbestendig betekent in dit geval dat er zo veel mogelijk rekening is gehouden met de trends op het gebied van detailhandel. In deze scriptie geldt om deze reden de veronderstelling dat hoe beter er rekening is gehouden met de trends op het gebied van detailhandel, des te toekomstbestendiger en van betere kwaliteit de detailhandelsstructuur in Vinex-wijken is.

Uit deze veronderstelling blijkt dat de toekomstbestendigheid van een detailhandelsstructuur gekoppeld wordt aan de trends op het gebied van detailhandel. De scriptie richt zich daarbij op het ontwerp van de detailhandelsstructuur in de Vinex-wijken. Niet het proces van besluitvorming is belangrijk, wel de resultaten van het proces, het uiteindelijke ontwerp van de detailhandelsstructuur. Het besluitvormingsproces voor de totstandkoming van het ontwerp van de structuur wordt dan ook buiten beschouwing gelaten, evenals het gedrag van de diverse actoren zoals consumenten en projectontwikkelaars en de vraag of de detailhandelsstructuur functioneert na realisatie. Met de koppeling tussen het ontwerp en de trends wordt verondersteld dat de toekomstbestendigheid afhangt van de mate waarin bij het ontwerp van de detailhandelsstructuur rekening is gehouden met de trends. De centrale vraagstelling is dan ook als volgt:

Centrale vraagstelling

Hoe verhoudt het ontwerp van de detailhandelsstructuur in Vinex-wijken zich tot de trends op het gebied van detailhandel?

Volgens Evers (2004) wordt er door wetenschappers te weinig aandacht geschonken aan detailhandelsvraagstukken. Door middel van mijn onderzoek wil ik bijdragen aan de schaarse literatuur over detailhandelsstructuren en de kwaliteit en toekomstbestendigheid daarvan.

In de huidige maatschappij speelt toekomstbestendigheid een belangrijke rol. Wanneer dit in een vroeg stadium bij het ontwerp van een detailhandelsstructuur wordt betracht, kunnen onnodige negatieve uitwerkingen voorkomen worden. De analyse is relevant om te kunnen zien waar verbeterpunten in toekomstbestendigheid en kwaliteit liggen. Dit is niet alleen van belang voor de direct betrokkenen, zoals de lokale autoriteiten en wijkbewoners, maar ook voor andere partijen zoals overheden en de bevolking aangezien dit onderzoek ook voor hen aandachtspunten kan opleveren voor in de toekomst te ontwikkelen detailhandel.

Operationele deelvragen

Om tot een beantwoording van de centrale vraag te komen, is deze uitgewerkt in een aantal operationele deelvragen.

7. Wat houden de Centrale Plaatsentheorie en het planningsprincipe van functionele hiërarchie in?

Deze vraag heeft als doel inzicht te verkrijgen in de Centrale Plaatsentheorie van Christaller en het planningsprincipe van functionele hiërarchie, de twee elementen die hebben gezorgd voor de detailhandelsstructuur in Nederland.

8. Welke trends met een ruimtelijke uitwerking zijn waarneembaar op het gebied van detailhandel?

Het winkellandschap is voortdurend in beweging; allerlei trends werken in op de wijze waarop detailhandel zich manifesteert. Deze vraag heeft tot doel een beeld te geven van de trends die op het gebied van detailhandel spelen.

Het voorgaande vormt de input voor een confrontatie tussen het planningsprincipe van functionele hiërarchie en de trends op het gebied van detailhandel. Dit zal worden onderzocht aan de hand van de volgende onderzoeksvraag.

9. Hoe verhouden het planningsprincipe van functionele hiërarchie en de trends zich tot elkaar?

Aan de hand van deze confrontatie wordt een analytisch kader opgesteld. Dit kader wordt gebruikt bij de analyse van de Vinex-wijken. Bij de analyse van de Vinex-wijken wordt antwoord gegeven op de volgende vragen:

10. Op welke principes en uitgangspunten is de detailhandelsstructuur in Vinex-wijken gebaseerd?
11. Wat is de mate van toekomstbestendigheid van de detailhandelsstructuur in Vinex-wijken?

Het doel van vraag 4 is zicht te krijgen op de detailhandelsstructuur in de Vinex-wijken. Er zal worden ingegaan op de ruimtelijke planningsprincipes die bij het ontwerp van de detailhandelsstructuur in de Vinex-wijken zijn gehanteerd. Daarbij wordt de detailhandelsstructuur van de gehele woonplaats waartoe de Vinex-wijk behoort bekeken. Op die manier kan op een juiste wijze beoordeeld worden welke principes en uitgangspunten ten grondslag hebben gelegen aan de detailhandelsstructuur binnen de Vinex-wijken.

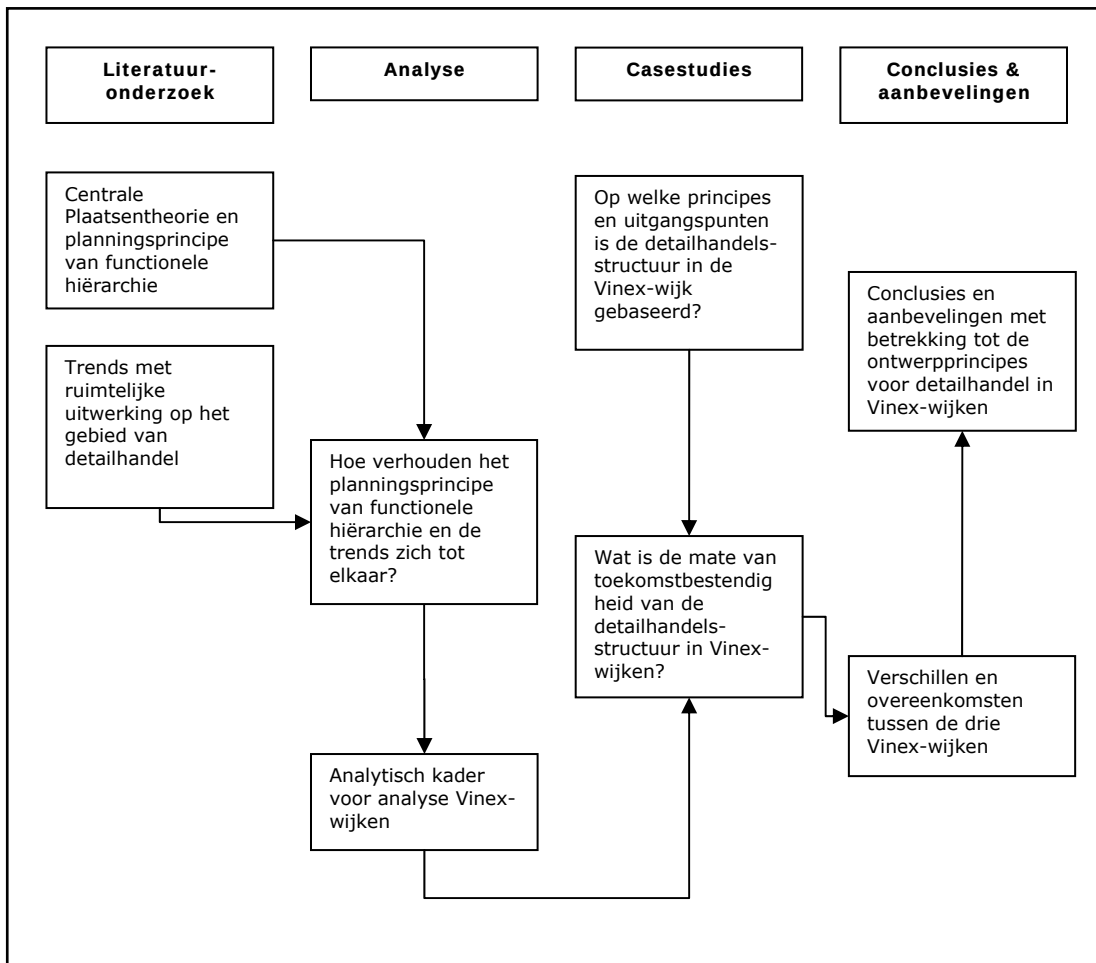
Vervolgens zal er aan de hand van het ontwikkelde analytisch kader inzicht worden gegeven in de mate van toekomstbestendigheid van de detailhandelsstructuur in de Vinex-wijken.

Op basis van de resultaten van deze analyse zal een conclusie voor het onderzoek opgesteld worden en zullen aanbevelingen met betrekking tot de ontwerpprincipes voor detailhandel in Vinex-wijken gedaan worden. Daarmee wordt antwoord gegeven op de laatste onderzoeksvraag.

12. Welke aanbevelingen kunnen gedaan worden met betrekking tot de ontwerpprincipes voor detailhandel in nieuwe woonwijken?

1.5 Onderzoeksopzet en –methoden

De centrale vraag “Hoe verhoudt het ontwerp van de detailhandelsstructuur in Vinex-wijken zich tot de trends op het gebied van detailhandel?” kan niet beantwoord worden aan de hand van kwantitatief onderzoek. De vraag leent zich dan ook voor een kwalitatief onderzoek in de diepte. In dit onderzoek wordt gebruik gemaakt van zowel literatuuronderzoek als casestudies. In figuur 4 is de onderzoeksopzet schematisch weergegeven. Aan de hand van het onderzoeksmodel worden hierna de verschillende onderzoeksmethodes toegelicht.



Figuur 4: Onderzoeksopzet

Literatuuronderzoek

De eerste twee onderzoeksvragen worden beantwoord aan de hand van literatuuronderzoek. Het antwoord op deze vragen vormt de basis voor het empirische onderzoek in geselecteerde Vinex-wijken. Het literatuuronderzoek geeft inzicht in de bestaande ruimtelijke planningsconcepten ten aanzien van detailhandelsstructuren, te weten de Centrale Plaatsentheorie en het planningsprincipe van functionele hiërarchie. Trends met een ruimtelijke uitwerking op het gebied van detailhandel worden ook nader verkend. De voorlopige conclusies die voortkomen uit de literatuur geven gedeeltelijk

antwoord op de onderzoeksvragen en worden aangevuld met resultaten uit de casestudies.

Bureau-onderzoek: ontwikkeling analysekader

Zoals eerder gesteld is, wordt het planningsconcept van functionele hiërarchie, welke gebaseerd is op de Centrale Plaatsentheorie van Christaller, traditioneel gebruikt als richtinggevend principe voor de planning van detailhandel in Nederland. Als uitgangspunt in dit onderzoek wordt gehanteerd dat dit principe ook bij de planning van detailhandel in Vinex-wijken een rol heeft gespeeld. Daarnaast is gesteld dat als uitgangspunt voor dit onderzoek geldt dat hoe meer er rekening wordt gehouden met de trends op het gebied van detailhandel, des te toekomstbestendiger de wijk is.

Gezien deze twee uitgangspunten is het van belang om deze zaken tegenover elkaar te zetten en te bepalen in hoeverre ze met elkaar overeen stemmen. Zo kan er een analysekader worden opgesteld op basis waarvan de detailhandelsstructuur in Vinex-wijken getoetst kan worden op haar toekomstbestendigheid.

Casestudies

De deelvragen 4 en 5 worden met behulp van een casestudy beantwoord. Een casestudie is een onderzoeksstrategie waarvan de voornaamste eigenschap is dat er sprake is van een intensieve bestudering van een verschijnsel bij één of meerdere onderzoekseenheden (Braster, 2000). Er wordt getracht verklaringen voor verschijnselen te vinden door een beperkt aantal gevallen grondig te onderzoeken. Het arbeidsintensieve karakter van deze methode betekent dat het aantal cases dat onderzocht kan worden beperkt is. Het aantal en type casestudies is bepaald aan de hand van selectiecriteria. De casestudy benadering is geschikt voor de analyse van het onderhavige vraagstuk, omdat op deze manier de opgedane kennis uit het literatuuronderzoek en de analyse omtrent de verhouding tussen het planningsconcept van functionele hiërarchie en de trends op het gebied van detailhandel getoetst kan worden in de praktijk om op basis daarvan aanbevelingen te kunnen opstellen.

Selectiecriteria casestudies

Een criterium voor kwalitatief empirisch onderzoek is dat de onderzoekseenheden van de casestudie op een adequate manier moeten zijn geselecteerd. Zoals eerder vermeld, zijn er over heel Nederland bijna honderd buitenstedelijke Vinex-wijken. Er is gezocht naar eenduidigheid van de locaties. De selectie van de Vinex-wijken kan niet anders dan een zekere mate van willekeur bevatten. Om de keuze te objectiveren, hebben de volgende selectiecriteria daaraan ten grondslag gelegen:

1. er zijn alleen wijken in beschouwing genomen die in redelijke mate (ten minste voor de helft) voltooid zijn, zodat de hoofdopzet en het programma voor de wijk vast staan;
2. er zijn wijken uit eenzelfde grootteklasse opgenomen, tussen de 4.500 en 6.000 woningen. Hierdoor zijn de resultaten van de analyses van de drie wijken beter met elkaar te vergelijken;
3. er is gestreefd naar een spreiding in type stad. De geselecteerde wijken zijn gelegen in een grote stad, een middelgrote stad respectievelijk een provinciestad. Op deze manier kan bekeken worden of er verschillen optreden in de planning van de detailhandelsstructuur van Vinex-wijken die van gelijke omvang zijn, maar zich in verschillende type steden bevinden. Dit is relevant, omdat de ontwikkelde detailhandelsstructuur in de Vinex-wijk mogelijk wordt beïnvloed door de

detailhandelsstructuur van de gehele stad en verwacht mag worden dat laatstgenoemde structuur zal verschillen tussen steden van verschillende omvang.

In bijlage 1 is een overzicht opgenomen van alle Vinex-uitleggebieden en hun omvang. Op basis van de eerste twee criteria bleven de wijken in tabel 1 over als mogelijke casestudies. Op basis van criterium 3 en praktische selectiecriteria zoals beschikbare middelen en het verkrijgen van informatie bij de betrokken partijen is er voor gekozen om in totaal drie Vinex-locaties te onderzoeken, te weten Brandevoort in Helmond, Nesselande in Rotterdam en Meerhoven in Eindhoven.

Uitleggebieden (met de namen van de gemeenten waarin ze liggen)	Aantal woningen
Eschmarke (Enschede)	5.150
Brandevoort (Helmond)	3.000 ¹
De Vijfhoek (Deventer)	4.600
Weidevenne (Purmerend)	5.400
Houten-Vinex (Houten)	6.000
Nesselande (Rotterdam)	4.800
Meerhoven (Eindhoven/Veldhoven)	6.000

Tabel 1: Vinex-uitleggebieden en hun omvang (Bron: Lörzing et al., 2006)

Door het beperkte aantal cases is geen sprake van een representatieve steekproef. Het uitgevoerde onderzoek is veeleer verkennend en kwalitatief van aard. De verkregen resultaten zijn indicatief voor de toekomstbestendigheid van de detailhandelsstructuur in Vinex-wijken.

Dataverzameling

Binnen de casestudies worden documentenanalyses uitgevoerd, interviews afgenomen en kwantitatieve data-analyses uitgevoerd.

Documentenanalyse

Een documentenanalyse bestaat uit het analyseren van reeds beschikbare documenten. Het doel van de documentenanalyse is antwoord te geven op deelvraag 4: Op welke principes en uitgangspunten is de detailhandelsstructuur in Vinex-wijken gebaseerd? en op deelvraag 5: Wat is de mate van toekomstbestendigheid van de detailhandelsstructuur in Vinex-wijken?

Er zijn drie soorten documenten te onderscheiden:

- juridische brontekst: plannen conform de (ruimtelijke) wetgeving waarin de detailhandelsstructuur van een Vinex-wijk juridisch is vastgelegd;
- begeleidende en toelichtende teksten: hieronder vallen de beleidsplannen, beleidsadviezen, beleidsnota's, etc. die het brondocument operationaliseren en verduidelijken;
- voorbereidende documenten: ook teksten die geschreven zijn ter voorbereiding van het beleid kunnen waardevolle inzichten verschaffen.

¹ Betreft eerste fase (deze komt overeen met de Vinex-periode); daarna tweede fase van 3.000 woningen. Aangezien er bij het ontwerp van de detailhandelsstructuur rekening wordt gehouden met de volledige wijk, is in deze scriptie uitgegaan van 6.000 woningen.

Bij de documentenanalyses voor de drie casestudies wordt met name gebruik gemaakt van begeleidende en toelichtende teksten in de vorm van detailhandelsnota's over het gemeentelijk detailhandelsbeleid en visiedocumenten zoals beeldkwaliteitsplannen, masterplannen en adviesrapporten over de visie op de structuur van de Vinex-wijk en de detailhandel daarbinnen. Daarnaast worden ook juridische bronteksten in de vorm van bestemmingsplannen en raadsbesluiten geraadpleegd. Ten slotte worden, indien beschikbaar, ook voorbereidende documenten zoals een randvoorwaardennota en een startnotitie bestudeerd. Voor een volledig overzicht van de gehanteerde bronnen van de drie casestudies wordt verwezen naar de literatuurlijst.

Uiteraard zijn de documenten met een ander doel geschreven dan dit onderzoek. De relevante informatie in de documenten dient dus uit de documenten gefilterd te worden; er is onvermijdelijk sprake van een interpretatie door de onderzoeker.

Interviews

Een interview is een mondeling vraaggesprek met als doel het verzamelen van informatie uit antwoorden van de geïnterviewde persoon. Een interview is een goede methode om informatie te verkrijgen over attitudes, opinies of kennis. Daarnaast is een interview geschikt voor open vragen. Zo kan men dieper op de stof ingaan en doorvragen indien het antwoord niet bevredigend is (Baarda, de Goede & Teunissen, 2001).

De betrouwbaarheid van de interviews hangt af van de personen, de functie van de personen en van hun belangen bij het onderzoek. Goed gekozen personen en helder geformuleerde vragen moet de betrouwbaarheid en begripsvaliditeit van de gemeten variabelen waarborgen (Baarda, de Goede & Teunissen, 2001). De interviews worden gehouden om antwoord te geven op deelvraag 4: Op welke principes en uitgangspunten is de detailhandelsstructuur in Vinex-wijken gebaseerd? en op deelvraag 5: Wat is de mate van toekomstbestendigheid van de detailhandelsstructuur in Vinex-wijken?

Er is bij de casestudies gebruik gemaakt van interviews met partijen die betrokken zijn bij het ontwerp van de detailhandelsstructuur in de geselecteerde Vinex-wijken. Het gaat dan met name om representanten van gemeenten en projectontwikkelaars. De geïnterviewde actoren zijn:

- gemeenten Helmond, Rotterdam en Eindhoven – beleidsadviseurs op de afdeling Stedelijke ontwikkeling en Beheer, Gebied respectievelijk Gebiedsontwikkeling;
- projectontwikkelaars betrokken bij de ontwikkeling van de detailhandel binnen de drie Vinex-wijken.

Kwantitatieve data-analyse

Naast de interviews en de documentenanalyses wordt bij de casestudies gebruik gemaakt van gegevens omtrent het winkelvloeroppervlak, het aantal verkooppunten en de branchering aanwezig in de omgeving van de Vinex-wijken. Mede op basis van deze gegevens zal antwoord worden gegeven op deelvraag 4: Op welke principes en uitgangspunten is de detailhandelsstructuur in Vinex-wijken gebaseerd? en op deelvraag 5: Wat is de mate van toekomstbestendigheid van de detailhandelsstructuur in Vinex-wijken? De gegevens over de aanwezige detailhandel in de woonplaatsen waartoe de Vinex-wijken behoren, zijn ontleend aan de Locatus Retailverkenner. Locatus is marktleider op het gebied van winkelinformatie in Nederland en biedt inzicht en overzicht in de belangrijkste gegevens wat betreft winkelvloeroppervlak, aantal verkooppunten en branchering. Het databestand wordt wekelijks voorzien van de meest actuele informatie. De gegevens die in het onderzoek gebruikt zijn, zijn in november 2011 uit het databestand gedestilleerd. In dit onderzoek wordt met 2011 dus steeds november van dat jaar bedoeld.

Uit het databestand van Locatus wordt informatie gehaald over de locatie, de omvang en de aard van de winkelvoorzieningen in de omgeving van de Vinex-wijken zoals deze in de bestaande situatie aanwezig zijn. Het geeft dus inzicht in de detailhandelsstructuur van de woonplaatsen waartoe de Vinex-wijken behoren.

1.6 Leeswijzer

In het eerstvolgende hoofdstuk wordt beschreven welke concepten ten aanzien van detailhandelsstructuren er bestaan, te weten de Centrale Plaatsentheorie en het planningsprincipe van functionele hiërarchie.

In hoofdstuk 3 worden de trends op het gebied van detailhandel besproken.

Hoofdstuk 4 beschrijft de confrontatie tussen het planningsprincipe van functionele hiërarchie en de trends op het gebied van detailhandel. Er wordt een analytisch kader opgesteld op basis waarvan een analyse uitgevoerd kan worden naar de toekomstbestendigheid van de Vinex-wijken.

Hoofdstuk 5 gaat in op de Vinex-wijken die als casestudy hebben gediend: Brandevoort, Nesseland en Meerhoven. Er wordt een beschrijving van de kenmerken van de Vinex-wijk en de detailhandelsvoorzieningen daarbinnen gegeven. Vervolgens wordt bekeken in hoeverre de wijken toekomstbestendig zijn.

Ten slotte geeft hoofdstuk 6 de conclusies en aanbevelingen in de vorm van betere strategieën bij toekomstige ontwerpen van de detailhandelsstructuur in wijken.

2. HET PLANNINGSPRINCIPE VAN FUNCTIONELE HIERARCHIE

Het bestuderen van detailhandelsstructuren staat al vele jaren in de belangstelling. Reeds in de jaren 1940 en 1950 zijn vele studies naar de locatie van winkels uitgevoerd. Zoals in het eerste hoofdstuk reeds gesteld, zijn de Centrale Plaatsentheorie en het planningsprincipe van functionele hiërarchie daarbij van groot belang geweest. Voordat deze twee zaken besproken worden, wordt eerst ingegaan op het ontstaan en de ontwikkeling van de detailhandel in Nederland tot de Tweede Wereldoorlog. Daarna zal de Centrale Plaatsentheorie van Christaller behandeld worden. Ten slotte wordt het planningsprincipe van functionele hiërarchie, op basis waarvan de detailhandelsstructuur in Nederland tot stand is gekomen, beschreven.

2.1 Het ontstaan van de winkel

Voordat er sprake was van winkels, vond de detailhandel in Nederland plaats op markten of direct bij de producent, zoals de boer en de bakker. De markt nam het grootste deel van de handel in de middeleeuwse stad voor zijn rekening en krijgt een centrale plaats in de stadsplattegrond en de infrastructuur. Toen er door de bloeiende handel overlast in de vorm van congestie, stank en lawaai ontstond, werden de eerste grote overdekte markten gerealiseerd. Daarnaast werd er buiten de stadsmuren gebouwd, op deze plek was immers meer ruimte en minder overlast. De stedelijke autoriteiten legden echter een beperking op aan de handel buiten de stadsmuren omdat de handelaren in de stad last hadden van de concurrentie van deze perifere markten; een middeleeuws voorbeeld van overheidsbemoeienis in de vorm van restrictief vestigingsbeleid (Evers et al., 2005).

De eerste winkels in de huidige betekenis van het woord ontstonden als verkooppunten naast de productiewerkplaatsen. Deze ontwikkeling markeerde de opkomst van een nieuw beroep: de winkelier. Naast de vaste winkel beheerden veel winkeliers nog steeds stallen op marktdagen.

In de 16^e eeuw ontstonden de eerste luxe winkels met uitstallingen en etalages. Voor het eerst was er sprake van grootschalige, intensieve detailhandelsnetwerken. Fabrieken gingen hun waren aan de detailhandel verkopen en de (internationale) handel verving in toenemende mate de lokale productie.

In de zeventiende en achttiende eeuw nam het aantal winkels in binnensteden enorm toe. Factoren die tot de vloedgolf aan winkels leidden, waren de technologische innovaties, de bevolkingsgroei en de economische groei, het toenemende gebruik van krediet en de wens van winkeliers om een eigen, vast adres te hebben in plaats van ambulante verkoop of een plek op de markt (Evers et al., 2005).

De Nederlandse handel plukte pas aan het begin van de 20^e eeuw de vruchten van de industriële revolutie die elders eerder was aangeslagen. Door nieuwe inzichten in de bedrijfsvoering werd de productie gestimuleerd. Een verdubbeling van de productie ging gepaard met grote welvaartsverbeteringen, waardoor mensen meer koopkracht hadden. Daarnaast trad er een bevolkingsgroei op.

Tegen deze achtergrond voltrok zich een enorme groei van het detailhandelsapparaat. Daarbij ontwikkelden zich nieuwe winkeltypen zoals de passage, de speciaalzaak en het warenhuis. Van deze vormen had het warenhuis de grootste ruimtelijke betekenis in

Nederland. De opening van het eerste Nederlandse warenhuis in 1912 markeerde dan ook de intrede van de detailhandelsrevolutie (Evers et al., 2005). De detailhandelsrevolutie werd gekenmerkt door het optreden van parallelisatie. Voorheen werden verschillende type producten in diverse winkels verkocht; vlees bij de slager, groente bij de groenteboer. Door de komst van warenhuizen en later ook supermarkten trad parallelisatie op; diverse type producten waren sindsdien in één winkel te koop. Daarnaast ontstonden er vaste prijzen en werd zelfbediening geïntroduceerd, waardoor de verhouding tussen koper en verkoper veranderde. Ten slotte veranderde de indeling van de winkel, kwam de logistiek op grotere schaal op en werd een groter en breder assortiment aan producten gerealiseerd.

Vanwege de architectuur van het warenhuis werd winkelen een ervaring waarbij bezoekers hun tijd konden doorbrengen met ontdekken, vermaak en verwondering. Hiermee was de eerste stap in de richting van 'winkelen als pret' gemaakt, het eerste teken van een (post)moderne belevenismaatschappij en het Fun-shopper (Evers et al., 2005).

Tijdens de detailhandelsrevolutie veranderde er nog een aantal zaken. Ten eerste nam het aantal actoren op het speelveld van de detailhandel toe: er werden overleg-, regel- en adviesorganen opgericht, zoals de Kamer van Koophandel in 1920. Ten tweede werden er door de overheid verschillende economische maatregelen ingevoerd. Dit waren onder meer de Sluitingstijdenwet (ooit bedoeld om de grotere winkeliers te beschermen tegen 'oneerlijke concurrentie' van familie-bedrijven) en de Vestigingswet (na de Vestigingswet was het onmogelijk een winkel te beginnen zonder passende branchevergunning). De achtergrond van deze regels was het waarborgen van kwaliteit en bestaanszekerheid (Evers et al., 2005).

Na de Tweede Wereldoorlog nam de omvang van de bevolking in Nederland sterk toe. Dat leidde, samen met de enorme restauratieopgave, tot de noodzaak van de bouw van grote aantallen woningen en voorzieningen. Door deze omstandigheden vond de overheid het niet wenselijk dat winkels zich ongestuurd konden vestigen. Winkels moesten voorzien in de behoefte aan verzorging van het volk en mochten daarom niet te ver verwijderd zijn van de woonplaats (Evers et al., 2005). Zodoende werd begonnen met het opbouwen en vervolgens het versterken en in stand houden van een functioneel-hiërarchisch winkelapparaat. Het doel was dat consumenten de dagelijkse aankopen, met name levensmiddelen, in de directe woonomgeving konden doen. Voor de aanschaf van niet-dagelijkse goederen moest de consument zich richten op centra van een hogere orde. Het stadscentrum voorzag de consumenten van producten waarvoor het draagvlak in de centra van lagere orde te klein was. Afhankelijk van de stadsgrootte resulteerde dat in drie of vier verzorgingsniveaus; de buurtwinkelcentra, de wijkwinkelcentra, de stadsdeelcentra en het stadscentrum. Het ideaaltypische vierslagstelsel werd van het laagste naar het hoogste niveau gekarakteriseerd door een toenemende oppervlakte van de winkelcentra. Daarnaast was er sprake van een afnemend aandeel dagelijkse goederen en een toenemend aandeel meer specialistische artikelen in de branchemix. Het planningsprincipe binnen dit beleid was geïnspireerd door de Centrale Plaatsentheorie van Christaller (Boekema, Spierings & van de Wiel, 2000).

2.2 De Centrale Plaatsentheorie

2.2.1 Inleiding

De Centrale Plaatsentheorie is ontwikkeld door de Duitse econoom Walter Christaller. In 1933 publiceerde Christaller zijn theorie onder de titel: 'Die zentralen Orte in Süddeutschland; Eine ökonomisch-geographische Untersuchung über die Gesetzmässigkeit der Verbreitung und Entwicklung der Siedlungen mit städtischen Funktionen'. Christaller zocht met zijn studie naar een verklaring voor de opmerkelijke regelmatigheid in het aantal, de grootte en de ruimtelijke spreiding van nederzettingen met een stedelijk karakter in het Zuid-Duitsland van de jaren 1930. Uitgangspunt is dat elke woning of nederzetting ergens in de ruimte gesitueerd is; ieder element heeft een locatie. Alle elementen in een bepaald gebied tezamen nemen een specifieke ruimtelijke vorm aan, er is sprake van een locatiepatroon. Er wordt verondersteld dat deze patronen niet willekeurig zijn, maar dat er enige regelmaat en orde in te onderkennen is. Dit wordt aangeduid als ruimtelijke structuur. Hierbij gaat het om de kenmerken van een element en de locatie van ieder element ten opzichte van andere elementen (Timmermans, 1981). De theorie kan geïnterpreteerd worden als een deductief systeem. Dit houdt in dat een nieuwe stelling, bewering of hypothese wordt afgeleid uit bestaande stellingen of theorieën. In de basis staat een set aannamen, die postulaten worden genoemd. Hiervan wordt een nieuwe set stellingen afgeleid, de zogenaamde theorema's. De theorie blijft van een hypothetisch karakter: als alle aannamen waar zijn, dan zijn de theorema's dit ook.

2.2.2 De assumpties

Christaller verklaart in zijn theorie de regelmatigheden in het aantal, de grootte en de spreiding van nederzettingen door middel van referentie aan algemene postulaten over consumentengedrag en producenten/ondernemersgedrag. Daarnaast zijn er enkele assumpties die aangeven onder welke omstandigheden de te verklaren regelmatigheden af te leiden zijn vanuit de postulaten over het consumenten- en producentengedrag. Deze assumpties fungeren als ideaaltypische veronderstellingen. Christaller expliciteert zelf de assumpties niet in zijn publicatie. De assumpties zijn later door andere auteurs opgesteld en er bestaan dan ook verschillende variaties. Onderstaande opsomming is gebaseerd op studies van Buursink (1980), Van den Hout en Herps (1999) en Timmermans (1981):

1. Er is sprake van een isotropisch vlak, dat wil zeggen een gebied met een uniform transportoppervlak zonder belemmeringen waardoor het in alle richtingen even goed toegankelijk is. Een ruimte dus waar alleen de afstand de transportkosten bepaalt.
2. Buiten de nederzettingen is de bevolking gelijkmatig verspreid over de ruimte; de agrarische bevolking woont in op gelijke afstand van elkaar liggende boerderijen. Op elke plaats in de ruimte is de bevolkingsdichtheid aldus identiek (tevens de assumptie van een isotropisch vlak). Daarnaast zijn ook de kwaliteit en kwantiteit van de hulpbronnen, evenals alle overige relevante economische en niet-economische factoren gelijkmatig over de ruimte verdeeld. De verzorgende functies (zoals bakkers, smederijen en banken) bevinden zich in de centraal gelegen dorpen of steden.
3. Er is sprake van volledige mededinging op de markt. Geen enkele aanbieder heeft een bepaald concurrentievoordeel. Schaalvoordelen en agglomeratie worden buiten beschouwing gelaten en er bestaan geen institutionele of wettelijke restricties op de

- vestiging van producenten in de markt. Het aanbod betreft een homogeen product dat door vele aanbieders wordt verkocht.
4. De consumenten hebben allemaal hetzelfde inkomen, een identieke vraag en dezelfde consumptievoorkeuren. De vrager heeft geen voorkeur voor één bepaalde aanbieder op grond van bijvoorbeeld kwaliteit en service. Uitsluitend de door de consument te betalen prijs is bepalend voor de vraag. Die prijs bestaat uit de prijs op het productiepunt plus de voor de afstandsoverbrugging noodzakelijke transportkosten.
 5. Producenten en consumenten handelen rationeel en zijn volledig geïnformeerd (homo economicus).
 6. De ruimte is onbegrensd.

2.2.3 De postulaten

De postulaten van de theorie bevatten uitspraken over het gedrag van consumenten en producenten en geven daarmee de verklaring voor de empirische verschijnselen. De theorie van Christaller is gebaseerd op de neoklassieke theorie van vraag en aanbod. Er wordt verondersteld dat, gegeven bepaalde beperkingen, consumenten hun nutsfunctie en producenten hun winst maximaliseren. Na enige tijd ontstaat bij wederzijdse aanpassingen een evenwichtssituatie.

Voor wat betreft het consumentengedrag wordt verondersteld dat, bij een constant inkomen en een constante prijs van de overige goederen, de vraag naar een product afneemt naarmate de prijs van dat product stijgt. Gegeven de assumptie dat de consument de prijs op het productiepunt inclusief de transportkosten betaalt, betekent dit dat de vraag voor een bepaald product afneemt naarmate de afstand tot het productiepunt groter wordt. De aanname van nutsmaximering en de veronderstelling dat de vraag uiteindelijk wordt bepaald door de afstand, impliceren dat de Centrale Plaatsentheorie mede berust op het postulaat van afstandsminimalisatie. De consumenten handelen in de theorie dus zuiver rationeel (zoals ook in één van de assumpties is opgenomen); onvolledige informatie en andere factoren die empirisch van belang blijken te zijn, zijn niet in het postulaat over consumentengedrag opgenomen.

Dit aspect van rationaliteit geldt ook voor de postulaten over het producentengedrag. Er wordt verondersteld dat producenten streven naar een maximalisatie van de winst. Ruimtelijk gezien leidt dit tot het postulaat van afstandsmaximalisatie. Zo zorgen zij ervoor dat de vraag maximaal is, gegeven de assumpties van een isotropisch vlak. Gezien de assumptie dat er geen sprake is van institutionele of wettelijke restricties op de vestiging van producenten in de markt, zullen nieuwe producenten zich in de markt vestigen totdat er sprake is van een evenwichtssituatie.

Het bovenstaande leidt tot de volgende postulaten (Timmermans, 1981):

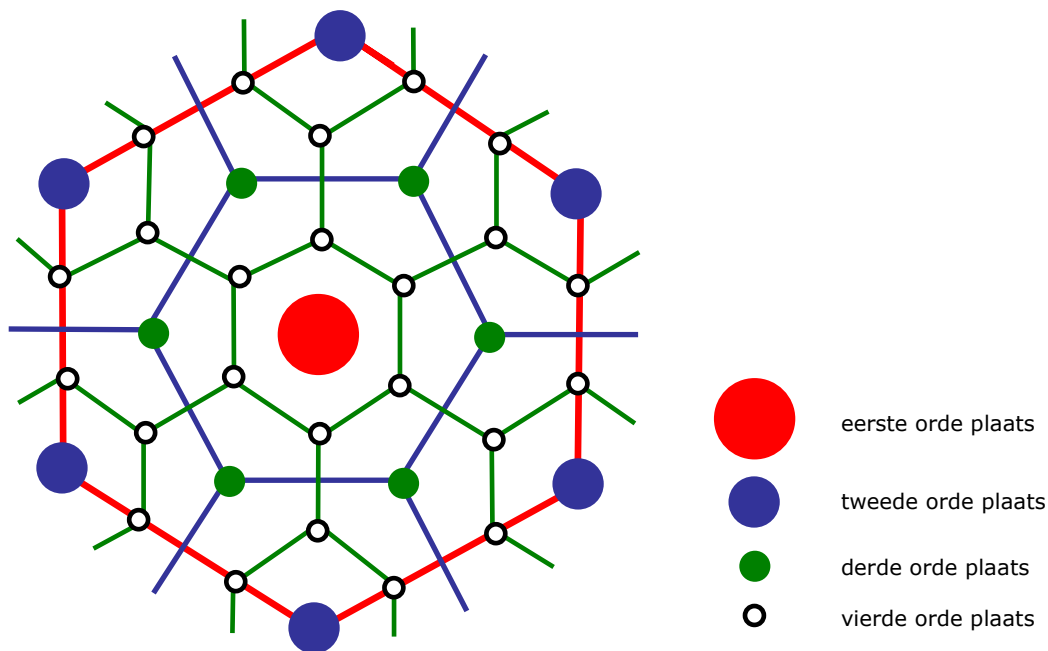
1. Consumenten kopen hun producten in de meest nabijgelegen plaats waar deze goederen worden aangeboden.
2. De producenten maximaliseren de afstand tot hun concurrenten.
3. De producenten van een lager orde goed vestigen zich daar in de markt waar reeds goederen van hogere orde worden aangeboden.

Zoals reeds is gesteld, veronderstelt de theorie dat de bevolking gelijkmatig over de ruimte verspreid is. Aangezien uit de postulaten volgt dat de vraag daalt naarmate de afstand tot het productiepunt toeneemt, geldt dat het verzorgingsgebied van dit punt de vorm van een cirkel heeft. Christaller noemde de straal van deze cirkel de bovengrens

van de reikwijdte: de maximale afstand die een consument bereid is af te leggen om een bepaald product te kopen. Het product zal boven deze grens niet meer worden gekocht. De bovengrens van de reikwijdte is dus de vraag die op een productiepunt naar een product bestaat. Doordat de verzorgingsgebieden van productiepunten cirkelvormig zijn, overlappen ze elkaar gedeeltelijk. Omdat echter verondersteld is dat consumenten hun producten kopen in de meest nabijgelegen plaats waar deze goederen worden aangeboden, ontstaan hexagonale verzorgingsgebieden (Timmermans, 1981).

Voor de vestiging van een producent in een productiepunt moet de vraag op dat punt voldoende groot zijn. Er dienen voldoende potentiële klanten in de omgeving aanwezig te zijn om voort te kunnen bestaan. Christaller noemde dit de benedengrens van de reikwijdte, het wordt tegenwoordig ook wel de drempelwaarde genoemd. Doordat in de theorie uit wordt gegaan van een gelijkmatige spreiding van de bevolking is de drempelwaarde gebonden aan een bepaalde afstand.

Als de bovengrens groter is dan de benedengrens van de reikwijdte is er ruimte voor extra producenten. Zij zullen zich vestigen totdat er sprake is van een marktevenwicht: de ruimte wordt bediend door een maximum aantal identieke producenten, die tegen identieke prijzen producten aanbieden. Gegeven de veronderstelling dat de producenten de afstand tot hun concurrenten maximaliseren, zijn deze producenten triangulair verspreid. Ze hebben hexagonale verzorgingsgebieden van een gelijke grootte (Timmermans, 1981).



Figuur 5: Het Centrale Plaatsenmodel van Christaller (bron: Timmermans, 1981)

Het voorgaande geldt voor één type product, consumenten moeten echter van een groot aantal goederen worden voorzien. Deze producten kunnen worden gerangschikt op basis van de grootte van hun verzorgingsgebieden. Veronderstel nu dat er een structuur van de productiepunten met het grootste (hexagonale) verzorgingsgebied bestaat. Dit systeem is in evenwicht. Zoals postulaat 3 aangeeft, zullen producenten van een goed van een lagere orde zich allereerst vestigen op de reeds bestaande productiepunten. Omdat de

grootte van het verzorgingsgebied van een product van een lagere orde kleiner is dan die van een hoger orde goed, zullen er meer producenten zijn die het product van lagere orde aanbieden. Postulaat 2 stelt dat deze producenten de afstand tot hun concurrenten (gesitueerd op de reeds aanwezige productiepunten) zullen maximaliseren. Deze producenten zullen zich vestigen in het zwaartepunt van de gelijkzijdige driehoek, waarvan de productiepunten van een hogere orde de hoekpunten zijn. Zo ontstaat een tweede netwerk van triangulair verspreide productiepunten met hexagonale verzorgingsgebieden. De structuren voor productiepunten van successievelijk lagere orde zijn op dezelfde wijze af te leiden. Dit leidt tot het Centrale Plaatsenmodel van Christaller (figuur 5), gebaseerd op een hiërarchie van centra op grond van de grootte van hun verzorgingsgebied (Timmermans, 1981).

Om de Centrale Plaatsentheorie en het Centrale Plaatsenmodel van Christaller nader toe te lichten, volgt hierna de beschrijving van een voorbeeld, aan de hand van figuur 5:

In figuur 5 zijn zes (groene) plaatsen van de derde orde, zes (blauwe) plaatsen van een tweede orde en één (rode) plaats van de eerste orde getekend. In elk van deze plaatsen bevindt zich een groenteboer, deze heeft een reikwijdte tot aan de groene zeshoekige lijn. De reikwijdtes zijn gelijkmatig verdeeld. In de plaatsen van de tweede orde en in de plaats van de eerste orde is naast de groenteboer ook een supermarkt gevestigd, deze heeft een reikwijdte ter grootte van de blauwe zeshoek. In de plaats van de eerste orde is naast de groenteboer en de supermarkt ook een kledingzaak gevestigd, deze heeft een reikwijdte tot aan de rode zeshoekige lijn. Volgens de Centrale Plaatsentheorie heeft deze plaats de hoogste rangorde in de hiërarchie, het is de centrale plaats in het gebied.

Christaller onderscheidde een zevental plaatsen; van een klein 'Marktort' tot een groot 'Landesort'. Hij kon precies berekenen hoeveel plaatsen van een bepaald type in een netwerk zitten en hoe groot hun onderlinge afstanden waren (Van den Hout & Herps, 1999). In onderstaande tabel zijn deze gegevens weergegeven.

Type	Aantal plaatsen	Aantal regio's	Oppervlakte Regio	Aantal aangeboden producten	Populatie van plaats	Populatie van regio
Landesort	1	1	32.400	2.000	500.000	3.500.000
Provinzort	2	3	10.800	1.000	100.000	1.000.000
Gauort	6	9	3.600	600	30.000	350.000
Bezirksort	18	27	1.200	330	10.000	100.000
Kreisort	54	81	400	180	4.000	35.000
Amtsort	162	243	133	90	2.000	11.000
Marktort	486	729	44	40	1.000	3.500

Tabel 2: Hiërarchie van centrale plaatsen volgens Christaller (Bron: Van den Hout & Herps, 1999)

2.2.4 De theorema's

De Centrale Plaatsentheorie van Christaller had tot doel een verklaring te geven voor het aantal, de grootte en de spreiding van centrale plaatsen. Het hiervoor beschreven model maakt de formulering van theorema's mogelijk. Theorema's over het aantal en de grootte van centrale plaatsen betreffen de functioneel hiërarchische component van het Centrale

Plaatsenmodel; theorema's over de spreiding van centrale plaatsen gaan over de ruimtelijke component van de theorie. De theorema's luiden als volgt (Timmermans, 1981):

1. er is sprake van een functionele hiërarchie van centra: groepen van centrale plaatsen zijn te onderscheiden waarbij alle centrale plaatsen van dezelfde orde hetzelfde aantal en type producten aanbieden en in alle centra van een hogere orde alle goederen van de lagere orde plaatsen te verkrijgen zijn plus enkele additionele, hen van de lagere orde onderscheidende, producten;
2. het aantal producten dat door een centrale plaats wordt aangeboden neemt van lagere orde plaatsen naar hogere orde plaatsen achtereenvolgens toe;
3. de afstand tussen centrale plaatsen van dezelfde orde neemt achtereenvolgens af van hogere orde plaatsen naar lagere orde plaatsen;
4. de afstand van een centrale plaats van een bepaalde orde tot plaatsen van een successievelijk lager orde neemt steeds af;
5. centrale plaatsen van een bepaalde orde zijn regelmatig triangulair verspreid en hebben hexagonale verzorgingsgebieden.

De eerste twee theorema's zijn het resultaat van het postulaat over de voorkeur van producenten voor reeds aanwezige centra. Het gevolg van dit postulaat is immers dat alle producten die te verkrijgen zijn in plaatsen van een lagere orde ook in hogere orde plaatsen worden aangeboden. Daardoor neemt het aantal producten dat wordt aangeboden van lagere naar hogere orde centra achtereenvolgens toe. Omdat de theorie uitgaat van een evenwichtssituatie en van isotropische condities bieden centra van dezelfde orde exact dezelfde verzameling van producten aan.

De theorema's 3, 4 en 5 betreffen de ruimtelijke component van het model. De centra van de hoogste orde hebben het grootste verzorgingsgebied, waardoor hun onderlinge afstand het grootst is. Plaatsen van een lagere orde hebben een kleinere reikwijdte, zodat hun onderlinge afstand minder groot is. Theorema 4 is gebaseerd op het feit dat centra van een bepaalde orde het productiepunt zijn van diverse producten met verschillende reikwijdten, die successievelijk kleiner worden. De afstand tot plaatsen van achtereenvolgens lagere orde neemt dus voortdurend af. Het laatste theorema komt voort uit het feit dat producenten de afstand tot hun concurrenten willen maximaliseren en consumenten de afstand tot het productiepunt willen minimaliseren. Dit theorema is duidelijk te zien in figuur 5.

2.2.5 Toepassing van de theorie

De Centrale Plaatsentheorie is één van de belangrijkste en meest bestudeerde theorieën uit de geografie op het gebied van detailhandel. De omvangrijke aandacht voor de theorie kan gedeeltelijk worden verklaard door het feit dat deze zo 'leeg' is dat er diverse interpretatiemogelijkheden zijn. Er ontbreekt een explicitering van de veronderstellingen van de theorie. Deze tekortkoming hebben andere auteurs later op moeten vullen (Timmermans, 1981). Christaller was zich bewust van de hiaten in zijn theorie en merkt in de inleiding van zijn publicatie dan ook op dat benadrukt moet worden dat zijn theorie niet compleet is.

Daarnaast heeft het model een statisch karakter. Het is een momentopname van de bestaande situatie, terwijl er in werkelijkheid voortdurend wijzigingen plaatsvinden. Demografische ontwikkelingen, veranderingen in vraag en aanbod en wijzigingen met betrekking tot het verkeer worden niet meegenomen in de theorie.

Ten slotte bestaat er ook kritiek op het Centrale Plaatsenmodel. De vergaande reductie van de werkelijkheid tot enkele variabelen is een kritiekpunt. Daarnaast houdt de theorie geen rekening met de stedelijke multifunctionaliteit en de daaraan gerelateerde voordelen.

Gezien deze omstandigheden is de Centrale Plaatsentheorie het beginpunt geweest van een reeks van interpretaties en verbredingen van dit model. De theorie van Christaller heeft zich zodoende niet zozeer ontwikkeld als een empirisch te toetsen model, maar meer als een normatief model. De Centrale Plaatsentheorie is een vorm van toegepaste geografie. Dit is te zien aan het feit dat het model een rol heeft gespeeld bij de ruimtelijke inrichting van de Noordoostpolder. Daarnaast liggen de principes van de theorie ten grondslag aan de distributieplanning in Nederland: het model wordt gebruikt als wetenschappelijke onderbouwing voor de planning van detailhandelsvoorzieningen (Timmermans, 1981).

2.3 Een functioneel-hiërarchisch winkelapparaat

Een van de belangrijkste theoretische implicaties van de Centrale Plaatsentheorie van Christaller is het bestaan van een functionele hiërarchie van winkelconcentraties (Timmermans, 1980). De functionele hiërarchie is een belangrijk uitgangspunt voor de planning van winkelvoorzieningen in Nederland. Het is niet alleen als verklaringsmodel gebruikt, maar ook als planningsprincipe (Instituut voor het Midden- en Kleinbedrijf, 1993).

Buursink beschreef het begrip 'functionele hiërarchie' als volgt: 'Het in een zeker gebied aanwezige netwerk van kernen met centrale functies die tezamen het gehele gebied bestrijken en die daartoe zo gelokaliseerd zijn, dat de rayons van centra die alleen de meer frequente functies bezitten, voor wat betreft de minder frequente functies opgenomen zijn in het verzorgingsgebied van hogere centra, zodat het netwerk een hiërarchische opbouw verkrijgt' (1971, pag. 28).

Zoals in het eerste hoofdstuk reeds aangegeven, begint Bak zijn betoog in het gezaghebbende boek *Hoofdwinkelcentrum* (1971) met de woorden: 'Alle winkelconcentraties, zowel de ongeorganiseerde samenballingen van winkelvevestigingen als de planmatig ontwikkelde winkelcentra, laten zich typeren in termen van functionele hiërarchie. Zo vertoont het gehele winkelbestand een scala van groeperingsvormen met zeer uiteenlopende verzorgingsniveaus. Op welk niveau een winkelconcentratie zich kan bewegen wordt bepaald door het binnen een geografische situatie te verwachten evenwicht tussen vraag- en aanbodcomponenten. Van evenwichtigheid is sprake wanneer de door de consumenten ontwikkelde koopkrachtige vraag mogelijkheden biedt tot de rendabele exploitatie van conform die vraag benodigde winkelbedrijven' (1971, pag. 17).

De koopkrachtige vraag van het koperspubliek verklaart Bak door twee verlangens van de consument te benoemen: tijdsbesparing en keuzemogelijkheid. Hij geeft aan dat het argument van de tijdsbesparing met name geldt voor frequent benodigde artikelen met een beperkte verscheidenheid in kwaliteit, uitvoering of prijs. Naarmate producten zich echter heterogener presenteren en niet zo dikwijls aangekocht worden, is de aanwezigheid van keuzemogelijkheden meer doorslaggevend voor het gedrag van de consument (Bak, 1971).

In de praktijk voldoet iedere winkelconcentratie tot op zekere hoogte aan beide verlangens. In centra van lage orde zal de nadruk met name liggen op de tijdsfactor en in centra van hogere orde vooral op de keuzefactor. De consument zal echter voortdurend concessies moeten doen. Een fijnmazig netwerk van winkelvoorzieningen maximaliseert namelijk de tijdsbesparing voor bepaalde artikelen, maar zal gezien de voorwaarde van winstgevendheid voor veel andere artikelen onacceptabel zijn. Voor die artikelen dient een verhoudingsgewijs groot tijdsoffer van het koperspubliek te worden gevraagd. Aan het verlangen van een maximale keuzemogelijkheid kan immers uitsluitend in een grofmazig netwerk van winkelvoorzieningen tegemoet worden getreden. In dat geval wordt ook voor de frequent benodigde producten de wens van tijdsbesparing teniet gedaan. Hieruit blijkt dat de spreiding van winkelconcentraties geen vergaande vorm van op tijdsbesparing berustende deconcentratie of op keuzemogelijkheid stoelende concentratie dient te zijn. Beide vormen geven geen optimale verzorgingsstructuur en leveren nadelen op voor zowel de consument als de detaillist (Bak, 1971).

In de functionele hiërarchie van winkelvoorzieningen moeten de principes van concentratie en deconcentratie dus met elkaar in evenwicht worden gebracht. Bak geeft aan dat dit mogelijk is als voor elk type winkelconcentratie uit wordt gegaan van een eigen netwerk, daarbij rekening houdend met het productenassortiment van de centra. Dit betekent dat voor bepaalde typen winkelconcentraties een bijna volledige deconcentratie wenselijk is, terwijl voor andere centra juist een hoge mate van concentratie kan worden nagestreefd (Bak, 1971). Buursink merkt hierover het volgende op: 'De decentralisatie is maximaal voor wat betreft de dagelijkse levensbehoeften. De verkoop van duurzame consumptieartikelen daarentegen blijft zoveel mogelijk gecentraliseerd in het traditionele stadscentrum, al kan ook in deze categorie in geringe mate tot decentralisatie worden overgegaan' (1977, pag. 24).

Het bekendste onderscheid van ruimtelijke eenheden, gebaseerd op de hierboven beschreven principes, is die in buurt-, wijk-, stadsdeel- en stadscentra. Het draagvlak vormt daarbij het uitgangspunt. Op basis van het te verzorgen gebied verschillen de centra in grootte (m² vloeroppervlakte, aantal vestigingen), in niveau (aantal branches) en in functie. Zodoende eindigt de typologie van winkelcentra in een functionele hiërarchie (Buursink, 1977). Bak geeft in zijn boek Hoofdwinkelcentrum een toelichting op de vier onderscheiden centra in de functionele hiërarchie:

Buurtcentra voorzien in de dagelijkse verzorging van consumenten in relatief kleine woongebieden. Het assortiment van deze centra bestaat hoofdzakelijk uit frequent benodigde producten. Hierdoor is het maximale verzorgingsbereik van een buurtcentrum over het algemeen niet groter dan 1.000 meter. Daarmee verzorgt een normaal buurtcentrum 1.000 tot 2.000 gezinnen. Wanneer een buurtcentrum minder dan 1.000 gezinnen tot zijn verzorgingspotentieel kan rekenen, wordt van een onvolledig buurtcentrum gesproken. De bestaansbasis van deze centra is, ondanks het comfort dat ze qua tijdsbesparing bieden aan de consument, zwak door de verhouding tussen de kosten en de omzet. Het versterkte buurtcentrum is een tweede variant. In een kern waar circa 5.000 gezinnen wonen, is behoefte aan een verzorgingsniveau dat hoger is dan dat van een normaal buurtcentrum. Het is echter dikwijls te klein voor het oprichten van een volledig wijkcentrum. Onder dergelijke omstandigheden is het versterkte buurtcentrum een geschikte tussenvorm. Versterkte buurtcentra hebben relatief veel niet-dagelijkse producten in hun assortiment en zijn daarom te beschouwen als een mengvorm van tijdsbesparende en keuzebiedende centra (Bak, 1971).

Type winkelcentrum	Tijdsbesparend of keuzebiedend	Verzorgde gezinnen	Maximaal verzorgingsbereik
Onvolledig buurtcentrum	Tijdsbesparend	Tot ca. 1.000	300 à 400 m
(volledig) Buurtcentrum	Tijdsbesparend	1.000 tot 2.000	500 à 600 m
Versterkt buurtcentrum	Beperkte keuze	2.000 tot 5.000	900 à 1.000 m
Wijkcentrum	Grote keuze	5.000 tot 10.000	1.000 à 1.500 m
Stadsdeelcentrum	Zeer grote keuze	10.000 tot 20.000	1.500 à 2.500 m
Stadscentrum	Maximale keuze	20.000 of meer	5 tot 25 km

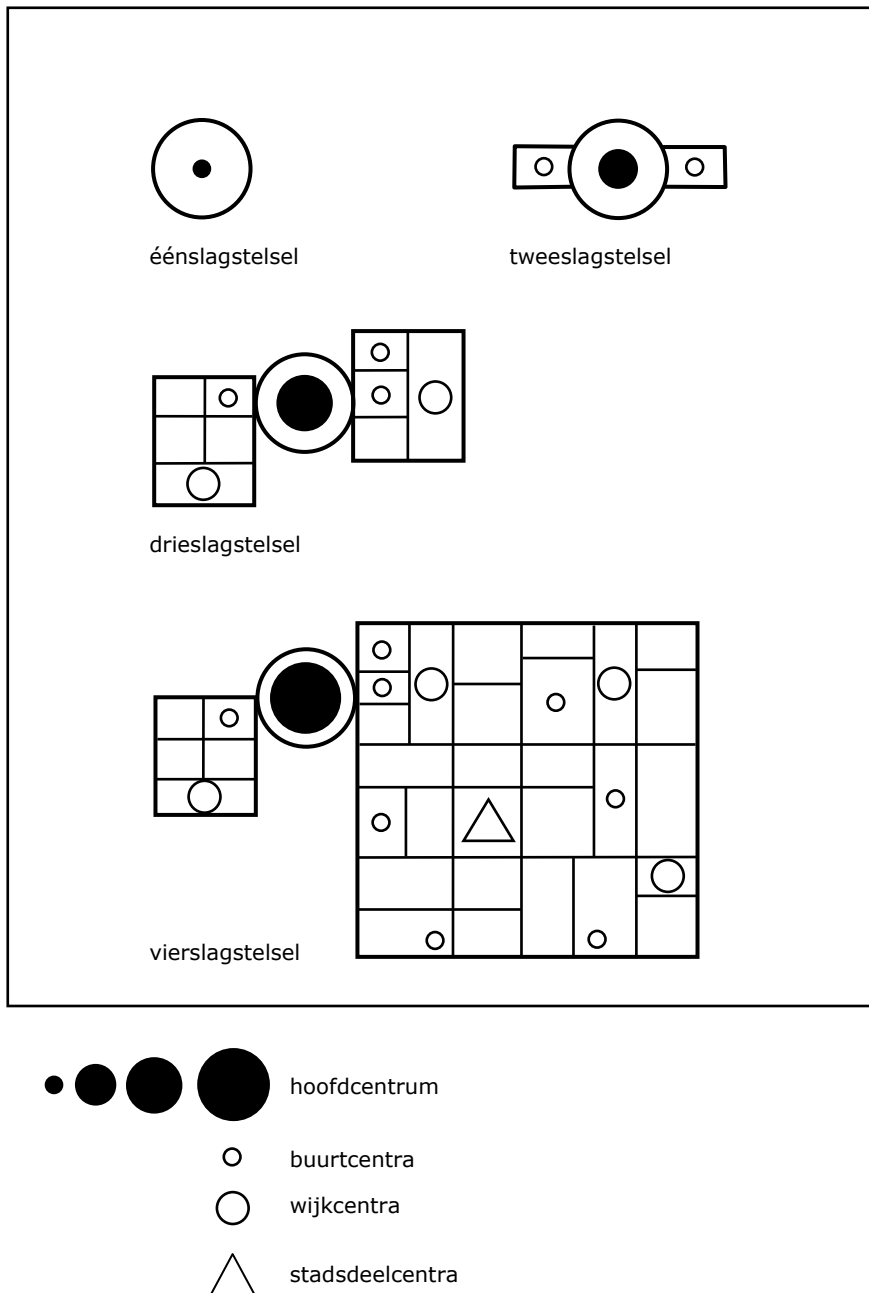
Tabel 3: Functioneel-hiërarchische typologie van winkelcentra (Bron: Bak, 1971)

Wijkcentra hebben een verzorgingsbereik van 5.000 tot 10.000 gezinnen. In deze centra bevinden zich een groot aantal branches in de duurzame sector, waardoor het keuzebiedende centra zijn. Stadsdeelcentra hebben een dusdanig verzorgingsbereik dat de vestiging van zeer gespecialiseerde winkels mogelijk is. Daardoor is de keuzemogelijkheid in deze centra erg groot en zijn er in de regel warenhuizen en grote winkelketens aanwezig (Bak, 1971).

Stadscentra dienen te voorzien in de maximale keuzemogelijkheid. Aangezien voor veel winkelbranches een (zeer) hoge drempelwaarde geldt, is voor deze centra een verzorgingspotentieel van minimaal 20.000 gezinnen nodig om goed te kunnen functioneren (Bak, 1971).

Het stadsgewestelijk centrum verdient volgens Bak een aparte vermelding. Een dergelijk centrum is op een zeer goed bereikbare locatie te midden van een aantal stedelijke nederzettingen gesitueerd. Stadsgewestelijke centra hebben door de aanwezige winkelformules een regionaal verzorgingsbereik. Daardoor kunnen deze centra in principe de functie van de stadscentra overnemen. Het stadsgewestelijk centrum zal succesvoller met de stadscentra kunnen concurreren als de bereikbaarheid en toegankelijkheid van de stadscentra tekort schiet. In de functionele hiërarchie verdient het stadsgewestelijk centrum volgens Bak geen eigen plaats, omdat het zich qua branchering en assortimentsvoering niet onderscheidt van stadscentra (Bak, 1971).

Op basis van de theoretische hiërarchie van buurt-, wijk-, stadsdeel- en stadscentra kan worden bepaald in welke mate de winkelstructuur van een plaats in lijn is met de functionele hiërarchie van winkelconcentraties. Het is in dat kader gangbaar te spreken van één-, twee-, drie- en vierslagstelsels. Daarmee wordt bedoeld op het aantal verzorgingsniveaus dat binnen een kern aanwezig is. Het merendeel van de kleine nederzettingen kent het éénslagstelsel. Dit betekent dat er één winkelconcentratie binnen de kern aanwezig is. In grotere kernen wordt doorgaans het tweeslagstelsel aangetroffen: naast het hoofdcentrum zijn ook één of meerdere centra van lagere orde aanwezig. De drie- en vierslagstelsels zijn kenmerkend voor steden. Het drieslagstelsel houdt in dat er buurt- en wijkcentra aanwezig zijn ter ondersteuning van het stadscentrum. In zeer grote steden kan door de aanwezigheid van stadsdeelcentra sprake zijn van het vierslagstelsel (Bak, 1971).



Figuur 6: Één en meerslagstelsel in de bewinkelingsstructuur

Bak wijst er op dat, ondanks de traditioneel geworden indeling in buurt-, wijk-, stadsdeel- en stadscentra, een aantal bedenkingen benoemd moet worden. Ten eerste is de indeling kunstmatig. In de praktijk wijkt de bewinkelingsstructuur in de meeste kernen af van dit schematische, ideaaltypische beeld. Bijna alle dorpen en veel kleine steden zijn aangewezen op het éénslagstelsel. Daarnaast gaat het ene type winkelcentrum vaak vloeiend over op het andere type en zijn er vele mengvormen. Verder kunnen omstandigheden van historische of geografische aard er voor gezorgd hebben dat een winkelstructuur afwijkt van de theoretische typologie (Bak, 1971).

Ten tweede is er het bezwaar dat de typologie eigenlijk alleen zinvol is als vrijwel de gehele hiërarchie binnen één kern aanwezig is. Hier is echter alleen sprake van in grotere steden. Bak geeft aan dat de indeling het meest discutabel is in kernen met een monostructuur van bewinkeling. In dorpen en kleine steden kan de centrale winkelconcentratie namelijk niet getypeerd worden als buurt-, wijk-, of stadscentrum, omdat ze zich daarvan onderscheiden qua branchering en assortimentsvoering. Een dorpswinkelcentrum zal altijd meer keuzebiedend zijn dan stedelijke buurt- of wijkcentra van dezelfde omvang. Hetzelfde geldt in kleine steden, zonder dat de termen 'stadsdeelcentrum' of 'stadscentrum' van toepassing zijn. Bak concludeert dat de indeling in buurt-, wijk-, stadsdeel- en stadscentra de pluriformiteit van de winkelconcentraties niet goed aanduidt. Hij pleit dan ook voor een indeling die rekening houdt met de verschillen tussen neven- en hoofdcentra (Bak, 1971).

Kenmerkend voor een nevencentrum is dat het verzorgingsbereik ervan zich ruimtelijk beperkt tot een deel van een kern en het zodoende altijd a-centraal gelegen is. Een nevencentrum is qua verzorgingsniveau altijd ondergeschikt aan een andere winkelconcentratie (ander nevencentrum dan wel hoofdcentrum) in een plaats. De hiervoor besproken indeling van buurt-, wijk- en stadsdeelcentra kan in feite slechts worden beschouwd als een typologie van nevencentra (Bak, 1971).

Er is sprake van een hoofdcentrum wanneer een winkelconcentratie het hoogste verzorgingsniveau in een plaats biedt. Hoofdwinkelcentra richten zich (met een deel van hun assortiment) op alle plaatselijke consumenten. Bak geeft aan dat het verzorgingsniveau van hoofdwinkelcentra een veel relatiever begrip is dan bij buurt-, wijk-, of stadsdeelcentra. Nevencentra hebben een absoluut verzorgingsniveau, dat wordt bepaald door het verzorgingspotentieel dat binnen een ruimtelijke eenheid aanwezig is. Dit terwijl het verzorgingsniveau van hoofdcentra variabel is. Bak onderscheidt daarom een aantal typen hoofdcentra, al naar gelang hun verzorgingsniveau. Hoofdcentra bevinden zich, door de behoefte aan een centrale ligging om zo het beoogde verzorgingsniveau te bereiken, vrijwel altijd in stads- en dorpskernen. Soms bevindt een hoofdcentrum zich op een perifere locatie, wat het gevolg kan zijn van een verschuiving in het zwaartepunt van bewoning (Bak, 1971).

Een tweede verschil tussen hoofd- en nevencentra is de mate van multifunctionaliteit. In een hoofdcentrum zijn over het algemeen ook andere centrale functies aanwezig. Zo is het winkelbestand in vrijwel elke stads- of dorpskern vermengd met sociaal-culturele en recreatieve voorzieningen. Deze voorzieningen ontbreken juist in nevencentra door gebrek aan draagvlak (Bak, 1971).

Bak (1971) stelt dat bij de opstelling van een typologie, waarin zowel neven- als hoofdcentra zijn begrepen meer aandacht moet worden geschonken aan omvang en samenstelling van het winkelbestand dan aan het aantal verzorgde personen of gezinnen. De demografische grondslag is een kwetsbaar criterium, bij een vergelijkbaar verzorgingspotentieel blijken toch vaak zeer verschillende winkelconcentraties te passen. Het basiscriterium van Bak is de grootte van de winkelcentra, door hem uitgedrukt in het aantal m² verkoopruimte. Bovendien heeft hij, ter indicatie van de branchesamenstelling, het percentage van de verkoopruimte bepaald dat gemiddeld wordt ingenomen door de voedings- en genotmiddelensector. Tabel 4 laat zien welke oppervlaktes en percentages als richtlijn voor de diverse niveaus genomen kunnen worden. Bak (1971) wees er wel op dat de in de praktijk bestaande fluctuaties niet in een dergelijke exacte indeling kunnen worden ondervangen.

Rangorde	Omschrijving	M ² verkoopruimte	Waarvan voedings- en genotmiddelen
Nevencentra			
Van de 5 ^{de} orde	Onvolledig buurtcentrum	Tot 1.000 m ²	50%
Van de 4 ^{de} orde	Buurtcentrum	1.000 tot 2.000 m ²	50%
Van de 3 ^{de} orde	Versterkt buurtcentrum (klein wijkcentrum)	2.000 tot 5.000 m ²	40%
Van de 2 ^{de} orde	(groot) Wijkcentrum	5.000 tot 10.000 m ²	30%
Van de 1 ^{ste} orde	Stadsdeelcentrum	10.000 tot 20.000 m ²	20%
Hoofdcentra			
Van de 5 ^{de} orde	Klein dorpswinkelcentrum	Tot 1.500 m ²	30%
Van de 4 ^{de} orde	Groot dorpswinkelcentrum	1.500 tot 5.000 m ²	25%
Van de 3 ^{de} orde	Klein stadswinkelcentrum	5.000 tot 10.000 m ²	20%
Van de 2 ^{de} orde	Middengroot stadswinkelcentrum	10.000 tot 20.000 m ²	15%
Van de 1 ^{ste} orde	Groot stadswinkelcentrum	Meer dan 20.000 m ²	5-10%

Tabel 4: Typologie van neven- en hoofdcentra (Bron: Bak, 1971)

2.4 Conclusie

In dit hoofdstuk zijn de Centrale Plaatsentheorie van Christaller en de theoretische implicatie die daaruit voortgevloeid is, te weten de functionele hiërarchie van winkelconcentraties, beschreven. De functionele hiërarchie is een belangrijk uitgangspunt voor de planning van winkelvoorzieningen in Nederland. Het is niet alleen als verklaringsmodel gebruikt, maar ook als planningsregime.

In het volgende hoofdstuk worden de trends die zich manifesteren op het gebied van de detailhandel en een ruimtelijke uitwerking hebben, beschreven. In het daarop volgende hoofdstuk staat de volgende vraag centraal: 'Hoe verhouden het planningsprincipe van functionele hiërarchie en de trends zich tot elkaar?'. Om deze vraag goed te kunnen beantwoorden, volgt hierna een samenvatting van dit hoofdstuk waarbij aan de orde komt wat de essentie van de Centrale Plaatsentheorie van Christaller is en wat de uitgangspunten van het planningsprincipe van functionele hiërarchie zijn.

De theorema's van de Centrale Plaatsentheorie van Christaller luiden als volgt:

- er is sprake van een functionele hiërarchie van centra: groepen van centrale plaatsen zijn te onderscheiden waarbij alle centrale plaatsen van dezelfde orde hetzelfde aantal en type producten aanbieden en in alle centra van een hogere orde alle goederen van de lagere orde plaatsen te verkrijgen zijn plus enkele additionele, hen van de lagere orde onderscheidende, producten;
- het aantal producten dat door een centrale plaats wordt aangeboden neemt van lagere orde plaatsen naar hogere orde plaatsen achtereenvolgens toe;
- de afstand tussen centrale plaatsen van dezelfde orde neemt achtereenvolgens af van hogere orde plaatsen naar lagere orde plaatsen;
- de afstand van een centrale plaats van een bepaalde orde tot plaatsen van een successievelijk lager orde neemt steeds af;

- centrale plaatsen van een bepaalde orde zijn regelmatig triangulair verspreid en hebben hexagonale verzorgingsgebieden.

Het Centrale Plaatsenmodel zoals weergegeven in figuur 5 brengt bovenstaande theorema's in beeld.

De Centrale Plaatsentheorie van Christaller is vertaald naar een functionele hiërarchie van winkelconcentraties. Het bekendste onderscheid dat daarop is gebaseerd, is die in buurt-, wijk-, stadsdeel- en stadscentra. Bak pleit daarbij voor een indeling die rekening houdt met de verschillen tussen neven- en hoofdcentra. Tabel 4 laat zien welke oppervlaktes en percentages als richtlijn voor de diverse niveaus genomen kunnen worden.

3. TRENDS OP HET GEBIED VAN DETAILHANDEL

3.1 Inleiding

Zoals gesteld in hoofdstuk 2 zijn de centrale plaatsentheorie van Christaller en de functionele hiërarchie in de periode na de Tweede Wereldoorlog het leidend beginsel geweest bij de planning van winkelvoorzieningen. Er hebben zich sindsdien echter aanzienlijke wijzigingen voorgedaan. Winkels zijn groter geworden en grootwinkelbedrijven hebben een toenemend marktaandeel gekregen. Consumenten zijn mobieler geworden en beschikken over meer financiële middelen waardoor zij niet meer alleen naar de dichtstbijzijnde winkel gaan om hun inkopen te doen. De verhoudingsverschillen van plaats, tijd en hoeveelheid zijn veranderd en de detailhandel geeft daar invulling aan.

De detailhandel is een sector die door wijzigend consumentengedrag (vraag) en ondernemersgedrag (aanbod) voortdurend in beweging is. In dit hoofdstuk worden de belangrijkste trends in deze sector beschreven. Daarbij wordt eerst ingegaan op de maatschappelijke ontwikkelingen die zich voordoen en van invloed zijn op de trends. Vervolgens komen de huidige trends op het gebied van detailhandel zelf aan bod. In het volgende hoofdstuk wordt hieruit, aan de hand van een confrontatie met het planningsprincipe van functionele hiërarchie, een analysekader opgesteld op basis waarvan de Vinex-wijken in hoofdstuk 5 getoetst worden op hun mate van toekomstbestendigheid.

3.2 Maatschappelijke ontwikkelingen

In de huidige maatschappij doen zich diverse ontwikkelingen voor. Het betreft economische, sociaal-maatschappelijke, technologische en beleidsmatige ontwikkelingen. Het Hoofdbedrijfschap Detailhandel beschrijft deze ontwikkelingen die de trends op het gebied van detailhandel beïnvloeden in hun rapportage '2020, Vier scenario's voor de toekomst van de detailhandel' uit 2007. In deze paragraaf volgt een korte beschrijving van deze ontwikkelingen zoals ze in de rapportage benoemd worden, vervolgens zal in de volgende paragraaf ingegaan worden op de trends die in deze context plaatsvinden.

3.2.1 Economische en demografische ontwikkelingen

Toename vergrijzing

Op dit moment is de grijze druk in Nederland 22%. Dat wil zeggen dat tegenover elke honderd personen tussen de 20 en 64 jaar (potentiële arbeidskrachten) 22 personen staan van 65 jaar of ouder. Dit zal in 2020 zijn gestegen tot 30%. Daarna neemt het zelfs nog verder toe waarbij het rond 2040 met 43% haar hoogtepunt bereikt. Daarna zal de grijze druk afnemen, echter deze afname blijft gering. In de tweede helft van deze eeuw zal 40% van de bevolking 65 jaar of ouder zijn. De vergrijzing is dus structureel.

Velen denken dat vergrijzing overeenkomt met een hoger vrij besteedbaar inkomen en meer consumptieve bestedingen. In realiteit is dit echter vaak niet zo. De zorg neemt een grotere hap uit het inkomen en er worden soms nieuwe hypothecaire verplichtingen aangegaan om de oude dag verzekerd te hebben.

Mede door de vergrijzing neemt het aantal mensen dat verpleging en verzorging nodig heeft toe van 1,2 miljoen nu naar 1,6 miljoen in 2020. Veel ouderen vinden de publieke zorg onvoldoende en huren zelf de vereiste hulpverlening in. Dat leidt tot nieuwe betaalde werkgelegenheid in de zorg en in de persoonlijke dienstverlening.

Kleurrijk Nederland

De verkleuring van Nederland houdt ook de komende jaren aan. Maar de gevolgen worden anders omdat de volgende generaties allochtonen minder verschillen van de autochtone Nederlanders dan dat de eerste generatie dat deed.

Mogelijke tweedeling op de arbeidsmarkt

De economische conjunctuur blijft de doorslaggevende variabele in de arbeidsmarkt. Bij opgaande conjunctuur neemt de werkloosheid af en bij neergaande conjunctuur stijgt deze. Wat dat betreft zijn er geen nieuwe ontwikkelingen. Er dreigt echter een tweedeling in de Nederlandse samenleving. Aan de ene kant een groep goed opgeleide, getalenteerde en energieke mensen en aan de andere kant een minder getalenteerde, matig opgeleide en weinig gemotiveerde groep. De detailhandel blijft overigens een belangrijke leverancier van geschikte (deeltijd)banen voor lager opgeleiden.

Mobiliteit komt in gevaar

De scheiding tussen woon- en werkgebieden houdt aan. De kwaliteit van de woonomgeving is meer van belang dan de nabijheid van het werk. De scheiding van woon- en werkgebieden samen met de toename van economische activiteiten resulteren in alsmaar grotere verkeerscongesties. Bereikbaarheid is een bottleneck en de perceptie is dat de betrouwbaarheid van het reizen per auto verslechtert. Transferia lossen niet veel op en ook het openbaar vervoer helpt slechts gering.

3.2.2 Sociaal-maatschappelijke ontwikkelingen

Op zoek naar nieuwe ankers

De doorgaande individualisering zorgt er voor dat de invloed van instituties als kerken, vakbonden en politieke partijen verder daalt. Vanwege de basisbehoefte van mensen om ergens bij te horen, gaat men steeds meer op zoek naar nieuwe ankers ter vervanging van religie en herkomst. Die nieuwe ankers vinden ze in 'communities' en sociale netwerken waar je gelijkgestemden ontmoet. Studentenverenigingen bloeien als nooit tevoren, net als sport-, hobby- en reisclubs. Miljoenen consumenten leven in de toekomst in online communities, spelen multiplayer games en chatten met jan en alleman.

De aarde wordt plat

In deze eeuw begint de globalisering aan een nieuwe stadium waarin de aarde plat wordt. De enorme toename van geavanceerde ICT technologieën maakt het mogelijk over de hele planeet kenniscentra met elkaar te verbinden. Dit geldt niet alleen voor de professionele wereld maar ook voor het privé-bestaan. Desondanks is er geen sprake van één homogene wereld. De lokale en regionale identiteiten worden eerder versterkt.

Druk, druk, druk

In 2000 voelde 40% van de 18 tot 64-jarigen zich gejaagd en gehaast. Deze ontwikkeling gaat door met het effect dat zorgtaken, met name voor de kinderen, steeds meer worden uitbesteed. Tijd wordt belangrijker en een schaars goed voor de consument. Langere openingstijden en hulp bij het maken van keuzes worden erg gewaardeerd. Tijdgebrek is

met name bij tweeverdieners met kinderen een belangrijk thema. Het is ook de oorzaak van buitensporig veel stress. Desondanks is het opvallend dat de keuze tussen meer verdienen en consumeren of meer vrije tijd, bijna altijd in het voordeel van consumptie uitpakt. De uitgaven voor vrije tijd worden wel steeds hoger. Ook groeit de markt van innovatieve producten en diensten die consumenten gemak brengen en tijdbesparend zijn.

3.2.3 Technologische ontwikkelingen

Breedband en 24x7 online

In 2020 heeft bijna elk huishouden en bedrijf in Nederland de beschikking over een breedbandverbinding en 90% van de bevolking heeft een snelle, mobiele aansluiting op het internet.

Triple Play is standaard

Triple Play is de veel gebruikte term voor de drie diensten telefonie, internet en digitale televisie/radio langs dezelfde infrastructuur en onder één abonnement. Breedbandige verbindingen maken het mogelijk een groot aantal (communicatie)diensten te bundelen. Al het dataverkeer (inclusief transacties) vanuit winkels vindt in de toekomst plaats binnen deze infrastructuur.

De consument bepaalt zelf wat hij wanneer doet

Dankzij de breedbandverbinding maken vrijwel alle huishoudens gebruik van digitale televisie en radio. Die zijn inmiddels volledig geïntegreerd met internet. Belangrijke toepassingen: videotheek (tegen betaling een film bekijken op internet), televisie-van-gisteren (het programma terugkijken dat je hebt gemist) en de persoonlijke videorecorder op het net. In veel winkels hangen beeldschermen die zijn verbonden met netwerken waarmee retailers hun boodschap en die van hun adverteerders aan de bezoekers tonen.

RFID is doorgebroken

RFID is een automatisch identificatiemiddel dat gebruikmaakt van een kleine chip waarmee op afstand informatie te lezen of te schrijven is. Anders dan met de klassieke barcode hoeft een RFID-chip niet in het zicht van een scanner te worden gehouden.

3.2.4 Beleidsmatige ontwikkelingen

In deze paragraaf worden de beleidsmatige ontwikkelingen besproken. Deze ontwikkelingen zijn in die zin van invloed dat zij de partijen die betrokken zijn bij de ontwikkeling van detailhandel meer ruimte bieden om op de trends in te spelen.

PDV-beleid

Uit vrees voor aantasting van het bestaande winkelapparaat en in het bijzonder het hoofdwinkelcentrum, werd in 1973 middels een restrictief rijksbeleid tegen perifere detailhandelsvoorzieningen (PDV's) een algeheel verbod opgelegd op nieuwe detailhandelsvestigingen buiten winkelgebieden (Boekema et al., 2000). Een uitzondering gold voor een beperkt aantal branches die niet in winkelgebieden thuishoren; de verkoop van brand- en explosiegevaarlijke stoffen en detailhandel in volumineuze artikelen als auto's, boten en caravans (de zogenaamde ABC-goederen), landbouwwerktuigen en

grove bouwmaterialen was mogelijk buiten de bestaande winkelgebieden (Van der Wouden et al., 2006).

In 1984 werd het werend PDV-beleid omgezet in een selectief werend PDV-beleid; bouwmarkten, tuincentra en grootschalige meubeldetailhandel kwamen naast bovengenoemde branches in aanmerking voor een vestigingsplaats in de periferie, mits aangetoond kon worden dat het bedrijf ruimtelijk niet inpasbaar was in een bestaand winkelgebied (Evers et al., 2005).

GDV-beleid

In 1990 trad branchevervaging op; 'huishoudelijke artikelen' werden toegevoegd aan het toegestane assortiment op perifere locaties. Niet lang daarna, in 1993, vond de grootste verandering in het nationale detailhandelsbeleid plaats. Het restrictieve PDV-beleid werd verruimd door de komst van het beleid voor geconcentreerde grootschalige detailhandelsvoorzieningen (GDV's) (Evers et al., 2005).

Met het GDV-beleid mocht grootschalige detailhandel zich onder enkele planologische voorwaarden buiten de bestaande winkelgebieden vestigen op speciaal daarvoor aangewezen GDV-locaties. Deze locaties waren vrijgesteld van de in het PDV-beleid opgelegde branchebeperkingen. De voorwaarden waren echter dermate beperkend dat er geen sprake was van een vrijgeven van het restrictieve beleid (Boekema et al., 2000). Zo moest in een regionale detailhandelsvisie worden aangetoond dat er reële ruimtebehoefte in de markt was. Deze mogelijkheid was voorbehouden aan stedelijke knooppunten waarbij in elk knooppunt slechts één grootschalige detailhandelsvestiging mocht worden gebouwd. Bovendien waren in principe alleen grote winkels (minimale grootte van 1.500 m² brutovloeroppervlakte) welkom op de GDV-locaties. Ten slotte legde de lokale overheid zijn eigen extra branchebeperkingen op, waardoor de beoogde vrijstelling daarvan niet is gerealiseerd (Van der Wouden et al., 2006).

Nota Ruimte

Met de Nota Ruimte komen de harde beperkingen op rijksniveau met betrekking tot branchering en locatie definitief ten einde: 'Het doel van het nieuwe locatiebeleid is een goede plaats voor ieder bedrijf te bieden, zodat een optimale bijdrage wordt geleverd aan de versterking van de kracht van steden en dorpen' (Ministerie van VROM, Ministerie van LNV, Ministerie van VenW & Ministerie van EZ, 2004, pag. 86). In de Nota Ruimte wordt verder benadrukt dat de lagere overheden vooral zelf moeten bepalen wat een 'goede' plaats is. Met deze decentralisatie van het rijk naar de lokale overheid is een historisch moment aangebroken in het detailhandelsbeleid (Van der Wouden et al., 2006).

Naar aanleiding van het plan om op een perifere locatie bij Geldermalsen het project NL.C (een shopping mall van circa 100.000 m² waarbij de nadruk lag op Fun-shoppen) te ontwikkelen werden diverse onderzoeken uitgevoerd naar de gevolgen van het project en er werden lobby's ingezet bij het Rijk en de provincie. Beide lobby's wierpen hun vruchten af; de Nota Ruimte werd aangepast met de bepaling dat nieuwe detailhandelsinitiatieven de bestaande detailhandelsstructuur niet mogen aantasten en regionale detailhandelsvisies opgesteld moeten worden en het provinciebestuur van Gelderland wees het NL.C-project af (Evers et al., 2005).

3.3 Trends op het gebied van de detailhandel

Deze paragraaf geeft een beschrijving van de trends op het gebied van de detailhandel die op dit moment plaatsvinden en zich in de toekomst verder zullen uitkristalliseren. Het

betreft belangrijke trends waarvan met een hoge mate van zekerheid aangenomen kan worden dat ze werkelijkheid zullen worden.

3.3.1 Branchevervaging

Als gevolg van de meer vraaggerichte benadering in de detailhandel, wordt deze sector een steeds minder duidelijke sector. Consumenten zijn steeds meer op zoek naar belevingen in plaats van producten en diensten. Verruiming van het winkelassortiment sluit beter aan op deze vraag van consumenten. Hierdoor verdwijnen de grenzen tussen afzonderlijke branches steeds meer. Deze branchevervaging neemt de komende jaren sterk toe (Boekema et al., 2000).

Branchevervaging betreft het verbreden van het assortiment door retailers, waardoor deze steeds meer in concurrentie treden met retailers uit andere branches. Een voorbeeld is de verkoop van brood: brood wordt niet meer alleen door bakkers verkocht, maar ook door supermarkten en tankshops.

Branchevervaging komt niet alleen binnen de detailhandelsector zelf voor. Ook de grenzen tussen de detailhandel en andere vormen van consumentenverzorgende dienstverlening zoals horeca en de financiële dienstverlening laten verschuivingen zien. Dit proces komt de komende jaren in een stroomversnelling (Hoofdbedrijfschap Detailhandel, 2007). Het onderscheid tussen detailhandel, groothandel, diensten en horeca blijft overigens meestal wel bestaan, er zijn echter steeds meer grijze gebieden (Evers et al., 2005):

- producenten verkopen via internet of fabriekswinkels (soms gebundeld in factory outlet centers) rechtstreeks aan consumenten;
- dienstverleners bevinden zich binnen winkels (bijvoorbeeld hypotheekwinkels) of verkopen ook goederen (bijvoorbeeld kappers die shampoo verkopen);
- groothandelaars worden bezocht door consumenten (bijvoorbeeld de Makro);
- winkels met eetgelegenheden vervagen het onderscheid tussen detailhandel en horeca (bijvoorbeeld IKEA en afhaalrestaurants);
- museum- en pretparkwinkels vervagen het onderscheid tussen recreatie en detailhandel.

Branchevervaging is overigens niet geheel nieuw. Rond 1950 werd zelfbediening ingevoerd en werd een kruidenierswinkel een levensmiddelenbedrijf doordat ze als supermarkt brood, melkproducten, vlees en groenten gingen aanbieden. In de loop van de tijd is de branchevervaging verder doorgegaan doordat het aanbod in de supermarkt werd vergroot door de toevoeging van cosmetica, tijdschriften, bloemen en textiel aan het assortiment. Tegenwoordig bieden supermarkten ook verzekeringen, reizen, fietsen en andere non-food aan (Hoofdbedrijfschap Detailhandel, 2007).

3.3.2 Schaalvergroting

In Nederland is, net als in het buitenland, schaalvergroting de dominante trend. Schaalvergroting brengt immers belangrijke voordelen met zich mee: 'Door schaalvergroting kunnen detailhandelsorganisaties onder andere interessante locaties werven, de dienstverlening ten behoeve van individuele klanten verbeteren, het assortiment uitbreiden, en met marktaandelen de concurrentiekracht vergroten. Daarnaast heeft schaalvergroting bij de inkoop al geleid tot betere financiële condities,

logistieke stroomlijnen en goede voorselecties van assortimenten. Ook zijn [er] diverse kostenbesparingen op het gebied van automatisering, personeel en promotie' (Van der Wouden et al., 2006, pag. 80).

Schaalvergroting kent twee vormen: ruimtelijke schaalvergroting door grotere winkels en bedrijfsmatige schaalvergroting door grotere ketens. Deze twee vormen gaan vaak samen, maar dat hoeft niet: Ahold runt ook kleine winkels (Albert Heijn to-go op stations), en grote tuincentra worden dikwijls geëxploiteerd door zelfstandig ondernemers (Evers et al., 2005).

Grotere winkels

Ruimtelijke schaalvergroting (het groter worden van winkels) vindt al een eeuw lang plaats. Anno 2010 is de gemiddelde oppervlakte van een winkel 235 m² (Locatus 2010). Met name in de dagelijkse sector (levensmiddelen en persoonlijke verzorging) is de schaalvergroting zeer duidelijk waarneembaar: begin jaren zeventig was de gemiddelde winkelgrootte in deze sector minder dan 50 m², tegenwoordig is dat circa 200 m² (Locatus 2010). Intussen opent Ahold winkels met de formule AH XL, deze winkels hebben een oppervlakte van meer dan 3.000 m². Winkels zoals tuincentra en meubelboulevards hebben de grootste vloeroppervlakte, dit hangt natuurlijk samen met het assortiment van deze winkels (Van der Wouden et al., 2006).

Een 'grote winkel' heeft een oppervlakte van minimaal 1.500 m². Deze maat is uit het beleid in Frankrijk en Duitsland overgenomen in het Nederlandse GDV-beleid. Op basis van deze norm is het aantal grote winkels slechts 2 procent van het totaal aantal winkels. Echter voor wat betreft de oppervlakte nemen deze grote winkels wel 28 procent van de totale winkelvloeroppervlakte voor hun rekening. Grote winkels zijn dus naar Nederlandse maatstaven echt groot; de grootste winkel is 420 keer groter dan het gemiddelde (Evers et al., 2005).

Overall in Nederland zijn grote winkels aanwezig, bijna elke middelgrote stad heeft er wel één of twee. De grote winkels zijn voornamelijk tuincentra en meubelboulevards. Veelal liggen deze aan de rand van steden zodat ze goed bereikbaar zijn vanuit de regio. Slechts een klein aantal van de grote winkels is echt buiten de stad gesitueerd. Enkele grote winkels zijn in grote binnensteden te vinden, bijvoorbeeld De Bijenkorf en V&D; in deze winkels is het aandeel Fun hoger dan over het algemeen het geval is bij deze winkels. De schaalvergroting in de periferie concurreert qua koopmotief dus niet per definitie met de binnenstad (Evers et al., 2005).

Er dient benadrukt te worden dat schaalvergroting niet noodzakelijk in strijd is met het PDV-beleid. Met dit beleid wordt immers alleen een beperking opgelegd aan de locatie en de branche en niet aan de grootte van winkels. Veel van de dynamiek rond schaalvergroting speelt zich ook af in bestaande winkelgebieden, zoals supermarkten die de rol van enkele kleinere speciaalzaken hebben overgenomen (Van der Wouden et al., 2006). Voor grotere formules is er in bestaande winkelgebieden echter lang niet altijd voldoende (betaalbare) ruimte. Dit gegeven, in samenhang met de 'drang naar goedkope meters' en de bereikbaarheidseisen, leidt ertoe dat veel grootschalige formules steeds meer voorkeur hebben om zich perifeer, op bedrijventerreinen of solitair aan uitvalswegen, te vestigen (Regionaal Orgaan Amsterdam, 2005).

Meer ketens

Bedrijfsmatige schaalvergroting (filialisering) is één van de meest zichtbare effecten van de mondialisering van de detailhandel. In Nederland behoren veel winkels tot een filiaal:

van alle winkelvestigingen is 30 procent in handen van (inter)nationale concerns. Nederland telt circa 640 formules die tien of meer vestigingen hebben (Locatus 2010). Albert Heijn is met 842 vestigingen de grootste formule (Locatus 2010).

Het is echter lastig om exact te bepalen in hoeverre de bedrijfsmatige schaalvergroting is doorgedrongen in Nederland. Volgens het Centraal Planbureau is Nederland het meest 'gefilialiseerde' land van Europa, maar volgens Coe loopt Zweden nog voor op Nederland. Volgens Locatus lijkt filialisering sinds 1999 zelfs licht af te nemen (Evers et al., 2005). Qua vloeroppervlak is de betekenis van filialisering nog veel groter dan het aantal vestigingen doet vermoeden: 54 procent van het winkelvloeroppervlak is in gebruik van filialen (Locatus 2010). Zo gemeten is Nederland inderdaad een van de meest 'gefilialiseerde' landen van Europa (Evers et al., 2005).

Bedrijfsmatige schaalvergroting treedt in de gehele detailhandelsector op. Zoals gesteld zijn er circa 640 formules in Nederland die tien of meer vestigingen hebben. De top vijftig daarvan heeft zo veel filialen in Nederland dat je deze in nagenoeg elke grotere stad aantreft. Menig opiniërend krantenartikel gaat over de hierdoor ontstane 'monotonie' van het winkelstraatbeeld in Nederland. Voor consumenten betekent filialisering vaak herkenning en vertrouwen. Ook beleggers van winkelcentra geven de voorkeur aan 'veilige bedrijven' (lees: filialen). Wellicht dat hierdoor de trend van bedrijfsmatige schaalvergroting in de toekomst nog zal versterken (Evers et al., 2005).

Van der Wouden et al. (2006) geven aan dat het proces van bedrijfsmatige schaalvergroting van belang is voor de verdere ontwikkeling van de detailhandel in Nederland. Zij geven daarbij drie redenen. Ten eerste betekent de bedrijfsmatige schaalvergroting dat bedrijven minder gebonden zijn aan lokale omstandigheden. Ten tweede kunnen bedrijven zich, vergeleken met andere winkels, agressiever op de markt gedragen, omdat het concern als geheel tijdelijke, strategische verliezen op onderdelen kan incasseren. Ten derde nemen de holdings minder vastgoed in eigendom, waardoor ze sneller van locatie kunnen wisselen.

3.3.3 Specialisatie en schaalverkleining

Parallel aan het proces van schaalvergroting doet zich, met name in de binnenstedelijk centra, een proces van specialisatie en schaalverkleining voor. Men zou grofweg kunnen stellen dat 'boodschappen doen' steeds meer in grotere en breder samengestelde winkels gebeurt, terwijl 'winkelen' zich daarnaast (hoewel het merendeel van de omzet nog steeds in filiaalzaken is) ook nadrukkelijk richt op de kleinere, gespecialiseerde winkels in aantrekkelijke gebieden (Regionaal Orgaan Amsterdam, 2005).

Het begrip 'klein' is niet strikt afgebakend. Met klein wordt geduid op zelfstandig ondernemerschap met een eigen gezicht, een winkel die dus geen onderdeel uitmaakt van een filiaal- of franchiseorganisatie. Klein kan ook meer dan 1 vestiging betekenen, maar dan wel met een zodanige omvang en organisatie dat de zelfstandige ondernemer de vestigingen op heel persoonlijke wijze exploiteert. Klein wil ook zeggen dat niet de massa wordt bediend. Het specifieke kenmerk zorgt voor een ontmoeting met 'gelijkgestemde klanten' (Hoofdbedrijfschap Detailhandel, 2009).

De toenemende waardering voor en de groeiende behoefte aan kleinschalige speciaalzaken kan gezien worden als een tegenreactie op het verdwijnen van de plaatselijke ondernemer en de schaalvergroting in de afgelopen jaren. De kleine winkel acht men veelbelovend, omdat deze de variatie biedt die de consument zoekt. De

consument gaat op zoek naar uniciteit. De nieuwe, specialistische, kleine winkel gaat hierin mee en zet een unieke winkel neer, met een uniek product en/of een unieke dienstverlening. De aankoop(beleving) krijgt daardoor een toegevoegde waarde, zowel voor de consument als voor de ondernemer. Er ontstaat een nieuwe generatie zelfstandige detailhandelsondernemers: nieuwe, kleine winkels (Hoofdbedrijfschap Detailhandel, 2009).

In binnensteden en winkelcentra wordt ruimte gereserveerd voor kleine zelfstandigen, vooral omdat ze centra aantrekkelijker maken en daarmee de positie van binnensteden en winkelcentra verbeteren. Grote retailers zien het belang hiervan ook in en heten de kleine zelfstandigen graag welkom. Zij maken het verschil in een winkelstraat of – centrum. De kleine winkels dienen zo het grotere belang (Hoofdbedrijfschap Detailhandel, 2009).

3.3.4 Het internet, ICT en nieuwe media

Het internet wordt vaak genoemd als de volgende detailhandelsrevolutie. In 1998 heeft slechts 10% van de huishoudens in Nederland een internet-aansluiting, in 2003 is dat al bijna 70% (Evers et al., 2005). Ruim tien jaar na de introductie van internet en e-mail zijn er wereldwijd een miljard consumenten die toegang tot internet als een volstrekte noodzaak beschouwen. Altijd en overal verbonden zijn met het internet is in de toekomst een essentieel onderdeel van de levenswijze van de consument (Hoofdbedrijfschap Detailhandel, 2007). Hoewel nog maar een klein percentage van de goederen online verkocht wordt, is de groei van deze handel aanmerkelijk. Het aantal huishoudens dat online koopt groeit tussen 2002 en 2003 met 30%. De revolutionaire betekenis van het internet bestaat niet alleen uit het verschuiven van de omzet naar nieuwe concurrenten ('offline' detaillisten hebben de voordelen van het internet ook ontdekt) maar ook in veranderingen in het consumentengedrag. Doordat er steeds meer informatie beschikbaar is voor consumenten weten zij veel meer over producten en de waarde ervan dan voorheen, soms zelfs meer dan de verkoper (Evers et al., 2005).

Sinds enkele jaren komt daar een nieuwe innovatiegolf bij op. Dankzij nieuwe media kunnen consumenten en fabrikanten rechtstreeks met elkaar communiceren en kunnen consumenten zonder tussenkomst van de detailhandel allerlei informatie verkrijgen. De consument zal in de toekomst nog meer dan nu al het geval is vanaf elke willekeurige locatie 24 uur per dag, 7 dagen in de week om een koopadvies vragen bij hun uitgebreide online netwerk van ervaren medeconsumenten. Als er één ding is dat ervaren consumenten hebben geleerd sinds de opkomst van het internet, dan is het om gebruik te maken van dit nieuwe kanaal om het beste van het beste en het goedkoopste van het goedkoopste te vinden. Internet biedt niet alleen transparantie van prijzen, maar ook van aanbod, kwaliteit en serviceniveau (Hoofdbedrijfschap Detailhandel, 2007).

Door internet en de ontwikkelingen in de ICT kunnen consumenten in de toekomst via verschillende kanalen met aanbieders zaken doen; multichannel winkelen. Elke retailer zal in staat zijn een multichannel winkelbeleving te bieden aan zijn klanten. Wat dit betekent kan het beste toegelicht worden aan de hand van een fictief scenario uit het leven van Magreet de Vries in 2020 (Hoofdbedrijfschap Detailhandel, 2007).

'Margreet de Vries is op zoek naar een nieuwe jurk voor het personeelsfeest dat dit keer wordt gehouden op een uiterst sjieke locatie. Tijdens het ontbijt ziet ze in de catalogus van haar favoriete kledingwinkel een paar jurken die haar bevallen. Ze bezoekt nog even de website van de winkel om nog meer jurken te bekijken en besluit er na werktijd even heen te gaan.

Als Margreet de Vries later die dag de winkel binnenloopt, wordt haar aanwezigheid onmiddellijk gemeld dankzij de chip in haar bankpas. Die geeft ook haar status als vaste klant door aan de PDA (personal digital assistant) van de verkoopmedewerkster die verantwoordelijk is voor voorkeursklanten. Informatie over de artikelen waarin Margreet waarschijnlijk geïnteresseerd is, inclusie de jurken die ze eerder die dag heeft bekeken op de website, worden vanaf de server gedownload naar de PDA van zowel Margreet als de verkoopmedewerkster.

Nadat ze persoonlijk benaderd is vertelt Margreet dat ze op zoek is naar een jurk voor een speciale aangelegenheid en dat ze er een paar op de website heeft gezien die ze graag in de winkel zou willen bekijken. De verkoopmedewerkster neemt Margreet mee naar de virtuele kleedkamer. Vanuit een comfortabele stoel bekijkt ze de jurken die worden getoond op een groot scherm. Dankzij een lichaamsscanner die is opgeslagen in haar klantendossier, is Margreet op het scherm zelf de draagster van de jurken. Ze kan daardoor meteen zien hoe ze haar zullen staan. De getoonde jurken zijn gekozen op basis van informatie die afkomstig is van Margreet's meest recente bezoek aan de website en op grond van haar eerdere aankopen.

Margreet stuurt met haar gsm de gepersonaliseerde afbeeldingen door naar haar vriend die zo mee kan bepalen welke haar het beste staan. Vervolgens gebruikt ze haar mobieltje om meer informatie over de soort stof, wasinstructies en andere productinformatie op te vragen. Als ze een keuze heeft gemaakt, rekent ze af door met haar mobiele telefoon een betaalopdracht te geven.

De verkoopmedewerkster heeft inmiddels met haar PDA informatie opgehaald over een bijpassende handtas en sjaal. De accessoires worden direct op het scherm getoond waarbij ze al virtueel door Margreet worden gedragen. Ten slotte krijgt Margreet nog advies wat er vermaakt moet worden aan de jurk, zodat hij echt perfect past. Ze kan op de website van de winkel nagaan wanneer de aanpassingen klaar zijn en tevens laten weten of en zo ja, wanneer zij de jurk thuisbezorgd wil krijgen.

Terwijl Margreet de Vries nog even over de cosmetica-afdeling van de winkel wandelt, ziet ze een aantrekkelijke, nieuwe tint lipstick. Ze stopt de lipstick en een flesje van haar favoriete parfum in haar tas en loopt de winkel uit. Het winkelsysteem neemt haar vertrek waar en dankzij een RFID-chip worden de artikelen die zij heeft uitgekozen automatisch ten laste van haar rekening gebracht' (Hoofdbedrijfschap Detailhandel, 2007, pag. 18).

Toelichting multichannel winkelen

Niet alleen consumenten zijn in de toekomst steeds beter geïnformeerd over producten, ook de productkennis van een retailer zal in de toekomst vele malen zijn toegenomen. Een retailer weet welke producten hij in zijn winkel heeft en waar die zich bevinden. Daarnaast weet een retailer wat producten opleveren en hoe hij zijn voorraden snel kan aanvullen. Kortom, zijn 'product-IQ' is erg hoog. Dit geldt ook voor zijn 'klant-IQ'. De retailer heeft in de toekomst veel inzicht in het koop- en winkelgedrag van zijn klanten. Hij gebruikt deze kennis ook om de behoeften en wensen van zijn klanten te vervullen. Daarbij is het wel belangrijk dat in elk kanaal (winkel, telefoon, internet etc.) alle

informatie over de klant aanwezig is. Zo moet bijvoorbeeld in de winkel bekend zijn, welke producten de klant op de website heeft besteld en andersom. Ten slotte weet de retailer ook veel over het functioneren van zijn personeel en hoe hij zijn medewerkers optimaal kan inzetten (Hoofdbedrijfschap Detailhandel, 2007).

3.3.5 Nieuwe locaties

Naast de branchevervaging is er nog een trend die het gevolg is van de sturing vanuit de optiek van de consument; er treedt een vervaging van de ruimtelijke neerslag van de detailhandel op. Door het toenemende autobezit wordt de behoefte van consumenten aan locaties met een goede autobereikbaarheid steeds groter. De detailhandelsector wenst daar op in te spelen. Daarnaast heeft de sector steeds meer behoefte aan een groter vloeroppervlak om ook op die wijze in te kunnen spelen op de wensen van de consument. Perifere locaties zijn door de ruimte die zij bieden de aangewezen locaties om in de behoeften van de consumenten en de sector te voorzien. De overheid heeft de ontwikkeling van perifere locaties gereguleerd door beleid op stellen aangaande geschikte locaties en geschikte branches in de periferie (zie paragraaf 3.2.4). Zo zijn de PDV-locaties en GDV-locaties ontstaan. De PDV-locaties zijn locaties buiten de bestaande winkelgebieden waar de verkoop van brand- en explosiegevaarlijke stoffen en detailhandel in volumineuze artikelen als auto's, boten en caravans (de zogenaamde ABC-goederen), landbouwwerktuigen en grove bouwmaterialen mogelijk is. Daarnaast kunnen er bouwmarkten, tuincentra en grootschalige meubeldetailhandel gevestigd zijn en ook 'huishoudelijke artikelen' behoren tot het assortiment op perifere locaties. De GDV-locaties zijn locaties die zijn vrijgesteld van de in het PDV-beleid opgelegde branchebeperkingen. Wel zijn in principe alleen grote winkels (minimale grootte van 1.500 m² brutovloeroppervlakte) welkom op de GDV-locaties (Van der Wouden et al., 2006).

Andere voorbeelden van nieuwe locaties van detailhandel zijn het steeds uitgebreidere assortiment bij tankstations en het toenemende aantal winkels op treinstations. Deze winkels bevinden zich op de natuurlijke plaats van de detailhandel, op de locaties waar ook de eerste winkels gesitueerd waren: op knooppunten van fysieke interactie (Boekema et al., 2000).

Een ander nieuw fenomeen is de zogenaamde drop-off shop. Hoofdbedrijfschap Detailhandel geeft de volgende toelichting op dit begrip: 'Het is voor een consument nog niet al te makkelijk om een product via een marktplaats te verkopen. Ook zijn er veel consumenten die niet thuis willen of kunnen blijven en geen zin hebben in kijkers en kopers aan huis. Daardoor zien we in de VS en in Groot-Brittannië de opkomst van zogenaamde 'drop-off shops': fysieke winkels op een gunstig gelegen locatie, waar consumenten de spullen die ze wensen te verkopen naar toe kunnen brengen en die de transactie inclusief alle voorbereidingen volledig afhandelen. Het enige dat de consument hoeft te doen, is zijn spullen afleveren en na afloop zijn geld ontvangen, waarbij uiteraard wel een commissie in mindering wordt gebracht' (2007, pag. 16). In Nederland zijn in Zaandam en Beverwijk inmiddels ook de eerste Marktplaats Handelsposten te vinden.

3.4 Conclusie

In dit hoofdstuk zijn de (recente) maatschappelijke ontwikkelingen en trends in de detailhandel beschreven die zich manifesteren en een ruimtelijke uitwerking hebben. Het

betreft de trends van brancheervaging, schaalvergroting (zowel ruimtelijk als bedrijfsmatig), specialisatie en schaalverkleining, internet, ICT en nieuwe media en nieuwe locaties (zoals de PDV-locaties en de GDV-locaties).

In het volgende hoofdstuk wordt antwoord gegeven op de vraag hoe het planningsprincipe van functionele hiërarchie zich verhoudt tot de trends zoals in dit hoofdstuk beschreven. In dat hoofdstuk wordt de koppeling gemaakt tussen de theorie uit het vorige hoofdstuk en de in dit hoofdstuk beschreven trends. Aan de hand van deze confrontatie wordt een analysekader opgesteld op basis waarvan de Vinex-wijken in hoofdstuk 5 getoetst worden op hun mate van toekomstbestendigheid.

4. TOETSINGSKADER TOEKOMSTBESTENDIGHEID

4.1 Inleiding

In dit hoofdstuk staat de vraag 'Hoe verhouden het planningsprincipe van functionele hiërarchie en de trends zich tot elkaar?' centraal. In hoofdstuk 2 is het planningsprincipe van functionele hiërarchie besproken, in hoofdstuk 3 zijn de ontwikkelingen en trends op het gebied van de detailhandel beschreven. Beide elementen zijn van invloed op de detailhandelsstructuur in Vinex-wijken. In dit hoofdstuk worden deze twee zaken met elkaar vergeleken om uiteindelijk tot toetsingsvragen te komen aan de hand waarvan in het volgende hoofdstuk de toekomstbestendigheid van de detailhandelsstructuur in Vinex-wijken kan worden geanalyseerd.

In dit hoofdstuk wordt per trend beschreven wat het effect ervan is op de ruimtelijke structuur van de detailhandel en in hoeverre het op gespannen voet staat met het planningsprincipe van functionele hiërarchie.

Om dit op een juiste wijze te kunnen doen, worden in de eerstvolgende paragraaf de criteria ten aanzien van de detailhandelsstructuur gedefinieerd. Aan de hand van deze criteria wordt de analyse van het effect van de trends operationaliseerbaar. In paragraaf 4.3 wordt aan de hand van de criteria per trend beschreven wat het effect van de trends is op de ruimtelijke structuur van de detailhandel. Vervolgens worden in paragraaf 4.4 de bevindingen uit de voorgaande paragraaf afgezet tegen het planningsprincipe van functionele hiërarchie. Daarbij wordt aan de hand van de eerder benoemde criteria bekeken wat het verschil is tussen de effecten van de trends op de detailhandelsstructuur en de principes van het planningsprincipe van functionele hiërarchie. Ten slotte wordt in paragraaf 4.5 een conclusie gegeven in de vorm van toetsingsvragen op basis waarvan de toekomstbestendigheid van de Vinex-wijken zal worden geanalyseerd.

4.2 Criteria voor de detailhandelsstructuur

Zoals in hoofdstuk 1 al is aangegeven, wordt met de term detailhandelsstructuur de locatie, spreiding, omvang en aard van winkels bedoeld (Van der Wouden et al., 2006). De vier elementen locatie, spreiding, omvang en aard zijn dan ook de criteria die gebruikt worden bij de analyse van de effecten van de trends op de detailhandelsstructuur. Hierna volgt een beschrijving van wat in dit onderzoek onder deze vier termen wordt verstaan. Daarbij worden de elementen locatie en spreiding vanwege hun nauwe samenhang onder één noemer beschreven.

4.2.1 Locatie en spreiding

Het begrip 'locatie' betekent de aanduiding van de geografische plaats van een object. Bij de locatie van een winkel gaat het er dus om waar deze zich bevindt. Zoals in hoofdstuk 1 gesteld is, komen winkels meestal voor in ruimtelijke concentraties van verkooppunten, zogenaamde winkelgebieden. Er wordt gesproken van een winkelgebied indien er minimaal vijf verkooppunten in de detailhandel zijn geconcentreerd (Locatus, 2008). Er

Centraal winkelgebied

Het belangrijkste/grootste winkelgebied in een woonplaats wordt aangeduid als centraal winkelgebied. Binnen de database van Locatus worden zes centrale winkelgebieden onderscheiden:

- Binnenstad: de top-17 winkelgebieden van Nederland, de binnensteden met meer dan 400 winkels, zoals Amsterdam, Rotterdam en Den Haag;
- Hoofdwinkelgebied Groot;
- Hoofdwinkelgebied Klein;
- Kernverzorgend winkelgebied Groot;
- Kernverzorgend winkelgebieden Klein;
- Kernverzorgend supermarktcentrum: een winkelgebied met in ieder geval 1 supermarkt.

Ondersteunende winkelgebieden

Naast één centraal winkelgebied kunnen in een woonplaats één of meerdere ondersteunende winkelgebieden worden onderscheiden. Binnen de categorie 'ondersteunende winkelgebieden' worden de volgende zes type winkelgebieden onderscheiden:

- Stadsdeelcentrum: een winkelgebied dat altijd een aanvulling is op een binnenstad of een hoofdwinkelcentrum. Daarbij is het merendeel van het centrum planmatig ontwikkeld;
- Binnenstedelijke winkelstraat: ondersteunende winkelgebieden in de vorm van de winkelstraten in grote steden die niet planmatig ontwikkeld zijn;
- Wijkcentrum (groot): een winkelgebied dat naast een binnenstad of een hoofdwinkelcentrum bestaat;
- Wijkcentrum (klein): winkelgebieden met een specifiek ondersteunende functie;
- Buurtcentrum: een winkelconcentratie met één of geen supermarkt;
- Supermarktcentrum: een winkelconcentratie met in ieder geval 1 supermarkt.

Overig

Onder de categorie 'overig' worden grootschalige concentraties en speciale winkelgebieden verstaan:

- Grootschalige concentratie: een concentratie verkooppunten in de detailhandel met een gemiddeld winkelverkoopvloeroppervlak per winkel van minimaal 500 m². Het aanbod moet zich voor minimaal 50% van het winkelverkoopvloeroppervlak van het winkelgebied richten op de branches 'dier en plant', 'bruin- en witgoed', 'fietsen - en autoaccessoires', 'doe-het-zelf' of 'wonen';
- Speciaal winkelgebied: winkelgebieden die niet tot één van de voorgaande categorieën behoren. Veelal zijn dit winkelgebieden op trafficlocaties (rondom treinstations, luchthavens, werklocaties en andere locaties in aansluiting op infrastructuur) of winkelgebieden met een speciaal thema (zoals factory outletcentra).

Alle verkooppunten die buiten een concentratie van minimaal vijf winkels in de detailhandel vallen, worden tot de verspreide bewinkeling gerekend.

Toelichting indeling winkelgebieden (bron: Locatus, 2008 en DTNP, 2010)

kunnen op hoofdniveau drie categorieën winkelgebieden worden onderscheiden; centrale winkelgebieden, ondersteunende winkelgebieden en overige winkelgebieden (Locatus, 2008). Binnen deze categorieën wordt een nadere onderverdeling gemaakt. Deze onderverdeling is weergegeven in nevenstaand tekstkader.

De winkelgebieden die behoren tot de categorieën 'Centraal winkelgebied' en 'Ondersteunende winkelgebieden' zijn over het algemeen binnen woongebieden gesitueerd. Ze zijn centraal in een plaats, dan wel centraal in een gedeelte daarvan (stadsdeel, wijk of buurt) gelegen.

Anders is dit voor de winkelgebieden die tot de categorie 'Overig' behoren of winkels die niet in een winkelgebied gesitueerd zijn en dus onder de categorie 'Verspreide bewinkeling' vallen. Deze winkelgebieden zijn niet per definitie in een woongebied gesitueerd.

Binnen de categorie 'Overig' wordt onderscheid gemaakt tussen de winkelgebieden 'Grootschalige concentratie' en 'Speciaal winkelgebied'. Zoals in het tekstkader staat, zijn de winkelgebieden in de categorie 'Grootschalige concentratie' minimaal 2.500 m² groot (een winkelgebied bestaat uit minimaal 5 verkooppunten en de minimale omvang per winkel bedraagt 500 m²) en deze winkelgebieden hebben een bepaalde branchering. Winkelgebieden met een dergelijke omvang en branchering bevinden zich over het algemeen buiten woongebieden, in de periferie.

Voor de winkelgebieden in de categorie 'Speciaal winkelgebied' ligt het iets genuanceerder dan voor de 'Grootschalige concentraties'. Zoals in het tekstkader staat, betreft deze categorie de winkelgebieden op trafficlocaties (rondom treinstations, luchthavens, werklocaties en andere locaties in aansluiting op infrastructuur) of winkelgebieden met een speciaal thema (zoals factory outletcentra). Niet van al deze winkelgebieden kan (net zoals bij de grootschalige concentraties) gezegd worden dat ze in de periferie gesitueerd zijn. Voor wat betreft de trafficlocaties op luchthavens en op andere locaties in aansluiting op infrastructuur en ook voor wat betreft de factory outletcentra kan dit wel gesteld worden; deze winkelgebieden liggen over het algemeen buiten woongebieden, in de periferie. De andere trafficlocaties die genoemd worden, de treinstations en de werklocaties, liggen echter meestal wel binnen bebouwd gebied. Zoals gesteld (zie tekstkader) vallen ze daarbij buiten de categorieën 'Centraal winkelgebied' en 'Ondersteunende winkelgebieden'. Er is bij deze locaties geen sprake van periferie in relatie tot de bebouwing van een kern, maar dit is vaak wel het geval als gekeken wordt naar de winkelgebieden in die kern. Ten opzichte daarvan ligt een stations- of werklocatie wel 'perifeer'.

Zoals in het tekstkader staat, zijn er winkels die niet in een winkelgebied gesitueerd zijn en daardoor onder de categorie 'Verspreide bewinkeling' vallen. Deze winkels kunnen zowel binnen woongebieden als daarbuiten, in de periferie, gesitueerd zijn. Winkels die tot deze categorie behoren en binnen woongebied gesitueerd zijn, hebben over het algemeen een kleine omvang en zijn daardoor van ondergeschikt belang in de gehele detailhandelsstructuur van een woonplaats. Daarnaast wordt in dit hoofdstuk geanalyseerd hoe het planningsprincipe van functionele hiërarchie en de trends zich tot elkaar verhouden. Als er daarin sprake is van verschillen, zal dit niet om verspreide bewinkeling binnen een woongebied gaan, maar enkel om verspreide bewinkeling in de periferie. Dit aangezien kleine winkels geen belangrijke rol spelen in de detailhandelsstructuur van een woonplaats. Grote winkels hebben wel een betekenis voor deze structuur; gezien hun omvang mag echter verwacht worden dat het merendeel van

deze winkels in verband met ruimtegebrek niet aanwezig is binnen woongebied. Daarom worden de kleine verspreide winkels binnen woongebieden bij de analyse in dit hoofdstuk verder buiten beschouwing gelaten. Als er in dit hoofdstuk over winkels in de categorie 'Verspreide bewinkeling' wordt geschreven, worden daarmee zodoende de winkels buiten woongebieden, in de periferie, bedoeld.

In dit hoofdstuk wordt uitgegaan van het bovenstaande. Samenvattend is dat het volgende: winkelgebieden in de categorieën 'Centraal winkelgebied' en 'Ondersteunende winkelgebieden' bevinden zich binnen woongebied. Winkelgebieden in de categorie 'Grootschalige concentratie' en winkels in de categorie 'Verspreide bewinkeling' bevinden zich buiten woongebied, in de periferie. Winkelgebieden in de categorie 'Speciaal winkelgebied' zijn locaties in bestaand woongebied, maar buiten de bestaande centrale en ondersteunende winkelgebieden (zoals buurtcentra, stadsdeelcentra of binnensteden) dan wel locaties buiten woongebied, in de periferie.

In dit onderzoek zal de detailhandelsstructuur voornamelijk op het schaalniveau van winkelgebieden bekeken worden. Wanneer daar aanleiding toe is doordat een trend zich op een lager schaalniveau afspeelt, zal een en ander op het schaalniveau van de individuele winkels onderzocht worden.

Bij het aspect spreiding betreft het niet alleen het winkelgebied met zijn locatie, maar gaat het ook om de situering van de winkels/winkelgebieden ten opzichte van elkaar. Het hangt dus wel erg nauw samen met het begrip locatie. Er wordt bekeken hoe de locatieverdeling van de winkelgebieden over een gebied is. Is er sprake van (een behoefte aan/noodzaak tot) clustering of juist niet, gaan winkels meer solitair functioneren; dergelijke vragen staan daarbij centraal.

4.2.2 Omvang

Bij het aspect 'omvang' draait het om de grootte van een winkel of winkelgebied. Op het detailniveau van een winkel kan dit uitgedrukt worden in een oppervlakte; het aantal m² winkelvloeroppervlakte (wvo). Als het een schaalniveau hoger betreft, kan er op twee wijzen een omvang gegeven worden; een oppervlakte in een aantal m² wvo, maar ook het aantal winkels binnen een winkelgebied zegt iets over de omvang ervan.

Al decennialang neemt het aantal winkels in Nederland niet substantieel toe, terwijl het totale oppervlak aan winkelruimte (het aantal m² wvo) sterk groeit. Per saldo leidt dit tot schaalvergroting; één van de trends zoals in hoofdstuk 3 beschreven. Door deze trend zal er bij de meeste trends bij de beschrijving van het effect daarvan op de omvang van winkelgebieden alleen ingegaan worden op het aantal m² wvo. Enkel bij de trends 'ruimtelijke schaalvergroting' en 'specialisatie en schaalverkleining' speelt de verhouding tussen het aantal m² wvo en het aantal winkels een rol, waardoor er alleen bij deze trends ingegaan zal worden op het aantal winkels.

De omvang van een winkelgebied heeft een directe relatie met de omvang van het bijbehorende verzorgingsgebied. Bij de locatievoorkeuren van winkels speelt het benodigde verzorgingsgebied een grote rol. Dit verzorgingsgebied moet (geografisch) groter zijn naarmate artikelen (DTNP, 2010):

- minder frequent gekocht worden;
- voor kleinere doelgroepen zijn;
- exclusiever zijn in prijs/kwaliteit.

Dit verklaart bijvoorbeeld waarom supermarkten in kleinere plaatsen eerder haalbaar zijn dan delicatesseszaken. Winkels met keuzegevoelige assortimenten (zie hierna bij 'Aard') hebben daarnaast een grote kritische massa aan aanbod nodig (keuze). Het grote aanbod (m² wvo) heeft ook een grote omzetclaim en dus een groot verzorgingsgebied nodig. Dit verklaart waarom in kleine dorpen of wijken vaak wel een textielsuper haalbaar is, terwijl modewinkels clusteren in grotere plaatsen.

4.2.3 Aard

Het begrip 'aard' betekent het karakter van iets of iemand. In dit geval dus het karakter van een winkel of winkelgebied. Zoals in hoofdstuk 1 al is aangegeven wordt voor de indeling van winkels in dit onderzoek onderscheid gemaakt in zogenaamde branches. Daarbij wordt de branche-indeling zoals het bedrijf Locatus deze hanteert, aangehouden. De database van Locatus telt momenteel vijf verschillende groepen die meegenomen worden in onderhavig onderzoek, te weten Dagelijks, Mode & Luxe, Vrije Tijd, In/Om Huis en Detailhandel Overig. De branche indeling telt vervolgens 17 hoofdbranches en circa 140 branches. In dit onderzoek wordt een en ander voornamelijk op het niveau van de hoofdbranches bekeken. Het betreft de volgende hoofdbranches (onderverdeeld naar de groepen waartoe zij behoren)²:

Dagelijks	Levensmiddelen
	Persoonlijke verzorging
Mode & Luxe	Warenhuis
	Kleding & mode
	Schoenen & lederwaren
	Juwelier & optiek
	Huishoudelijke & luxe artikelen
	Antiek & kunst
Vrije Tijd	Sport & spel
	Hobby
	Media
In/Om Huis	Plant & dier
	Bruin & witgoed
	Auto & fiets
	Doe-het-zelf
	Wonen
Detailhandel overig	Detailhandel overig

Deze branches kunnen ingedeeld worden naar het type artikelen dat binnen de branches verkocht wordt:

- artikelen uit de branches Levensmiddelen en Persoonlijke verzorging en ook artikelen zoals bloemen, textiel en huishoudelijke artikelen zijn frequent benodigde (non-food) artikelen;
- artikelen uit de branches Warenhuis, Kleding & mode, Schoenen & lederwaren, Juwelier & Optiek, Huishoudelijke & luxe artikelen, Antiek & kunst, Sport & spel, Hobby, Media en Detailhandel overig betreffen vaak niet doelgerichte en keuzegevoelige (impuls)artikelen;
- artikelen uit de branches Plant & dier, Bruin & witgoed, Auto & fiets, Doe-het-zelf en Wonen zijn doelgericht gekochte artikelen.

² In bijlage 2 is een compleet overzicht van de branche indeling opgenomen.

4.3 Effecten van de trends op de detailhandelsstructuur

Aan de hand van de criteria zoals deze in de vorige paragraaf zijn beschreven, wordt in deze paragraaf per trend besproken op welke wijze deze trends zouden kunnen leiden tot aanpassing van de locatie, spreiding, omvang en aard van winkels en winkelgebieden. Voor verschillende branches kunnen verschillende effecten optreden. Zo zal een supermarkt bijvoorbeeld anders omgaan met de trend van schaalvergroting dan een boetiekwinkel. Indien noodzakelijk wordt in deze paragraaf ingegaan op deze verschillen.

4.3.1 Branchevervaging

Door branchevervaging neemt het assortiment in winkels toe waardoor winkels uit verschillende branches steeds meer in concurrentie met elkaar treden. Branchevervaging treedt in elke branche (in meer of in mindere mate) op. Ook de grenzen tussen de detailhandel en bijvoorbeeld de horeca en de financiële dienstverlening vervagen.

Locatie en spreiding

Door branchevervaging neemt het assortiment van een winkel toe, waardoor het aantal m² wvo van een winkel groter wordt. Er is immers meer ruimte nodig om het assortiment in de winkel te kunnen plaatsen. Soms kan de uitbreiding van een winkel op de bestaande locatie plaatsvinden door een verbouwing. Maar als dit niet mogelijk is, is een winkelier genoodzaakt zijn winkel op een andere locatie te vestigen. Op het niveau van individuele winkels kan er door de trend van branchevervaging dus sprake zijn van een wijziging van locatie.

Vaak, met name in de centrale en ondersteunende winkelgebieden, zal een winkelier zich verbonden voelen met het winkelgebied waar zijn winkel gevestigd is. Als daarnaast de zaken goed gaan binnen dat gebied zal de winkelier die positie willen behouden en op zoek gaan naar een mogelijkheid om zich binnen het huidige winkelgebied op een nieuwe locatie te vestigen. Hierdoor zijn er op het niveau van winkelgebieden, met name bij centrale en ondersteunende winkelgebieden, qua locatiewijzigingen minder snel veranderingen zichtbaar in die zin dat een winkelgebied daardoor van omvang verandert.

Het bovenstaande behoeft enige nuance. De wens/noodzaak om door de trend van branchevervaging naar een andere locatie te verhuizen wordt ook bepaald door de benodigde toename in m² wvo van een winkel. Dit wordt voornamelijk bepaald door de producten die verkocht worden; het aantal producten aanwezig in de winkel en de omvang van die producten. Dit verschilt per winkel natuurlijk, maar een goed onderscheid hierin is te maken tussen de verschillende branches. In Locatus is informatie beschikbaar over de gemiddelde omvang in m² wvo per winkel, per hoofdbranche. Dit is in tabel 5 weergegeven.

De winkels uit de branches bovenaan in de linker kolom van de lijst, te weten Warenhuis, Doe-het-zelf, Wonen en Plant & dier, hebben gemiddeld een grote omvang per winkel. Het is waarschijnlijk dat de winkels in deze branches, met uitzondering van de winkels in de branche Warenhuis, het meest aantal m² aan benodigde toename nodig hebben wanneer er sprake is van branchevervaging. Het zijn immers de winkels met veel producten en/of met grote producten. Op het moment dat er door branchevervaging extra ruimte nodig is, zal het assortiment naar alle waarschijnlijkheid uitgebreid worden met aanverwante branches waardoor dit ook grote producten betreft. Zoals gesteld geldt een uitzondering voor de winkels in de branche Warenhuis. Een warenhuis is al een winkel

met een vervaagde branchering waardoor de trend zich hier niet zo duidelijk voor zal doen.

Hoofdbranche	m ² wvo	Hoofdbranche	m ² wvo
Warenhuis	1499 m ²	Bruin & witgoed	173 m ²
Doe-het-zelf	746 m ²	Kleding & mode	171 m ²
Wonen	613 m ²	Detailhandel overig	147 m ²
Plant & dier	421 m ²	Persoonlijke verzorging	142 m ²
Sport & spel	294 m ²	Media	140 m ²
Huishoudelijke & luxe artikelen	218 m ²	Antiek & kunst	114 m ²
Levensmiddelen	216 m ²	Hobby	103 m ²
Schoenen & lederwaren	198 m ²	Juwelier & optiek	66 m ²
Auto & fiets	175 m ²		

Tabel 5: Gemiddelde omvang m² wvo per winkel (Bron: Locatus, 2011)

Het zijn dan ook de winkels in de branches Doe-het-zelf, Wonen en Plant & dier die wellicht de overstap maken van een locatie in een centraal winkelgebied of ondersteunend winkelgebied naar een perifere locatie, zoals een grootschalige concentratie, een speciaal winkelgebied of een verspreide locatie. Op die locaties zijn de grondprijzen lager waardoor de huurprijzen van een winkel minder hoog zijn dan op een centraal of ondersteunend winkelgebied. Daarnaast zijn deze locaties goed bereikbaar per auto waardoor er sprake is van een groot verzorgingsgebied op deze locaties. Andere redenen waarom de branche Warenhuis niet tot de groep branches behoort die wellicht zal verplaatsen, zijn de benodigde clustering en het benodigde aantal bezoekers/passanten. Winkels in deze branche zullen daarom in centrale winkelgebieden gevestigd blijven.

Een winkel in kleine producten die veel minder uit hoeft te breiden in omvang om de assortimentstoename te herbergen, hoeft vanwege de kleine toename vaak niet te verplaatsen naar een geheel ander winkelgebied. Daarnaast zijn deze winkels vaak afhankelijk van andere winkels in de omgeving, zij moeten geclusterd zitten. Tevens hebben deze winkels de directe nabijheid van consumenten nodig. Dit zijn ook redenen om niet naar een andere type winkelgebied te verplaatsen. Op die perifere locaties zijn deze zaken immers niet allemaal voorhanden.

Door branchevervaging neemt het assortiment van een winkel toe. Doordat een winkel zelf een groter assortiment heeft, is deze wellicht minder afhankelijk van andere winkels in zijn directe omgeving. Het trekt zelf meer verschillende klanten aan doordat de diversiteit aan producten groter is. Het verzorgingsgebied wordt groter. Daardoor is een winkel minder afhankelijk van clustering. Dan wordt de keus voor een locatie buiten een winkelgebied gemaakt, waardoor de spreiding van winkels kan veranderen. Dit speelt met name binnen de eerder genoemde branches Doe-het-zelf, Wonen en Plant & dier. Echter ook winkels in de branches Huishoudelijke & luxe artikelen en Levensmiddelen zouden door een vervaging tussen deze branches en met andere branches een dermate divers assortiment kunnen krijgen dat ook zij standalone kunnen opereren en een locatie buiten een winkelgebied opzoeken.

Doordat een dienstverlener (zoals een kapper) of een recreatieve voorziening (zoals een pretpark) detailhandel gaan bedrijven, ontstaan er 'winkels' op nieuwe locaties. Dit is echter ook per branche verschillend. Een kapper bevindt zich vaak al in de omgeving van winkels of een winkelgebied, waardoor er geen sprake is van een nieuwe locatie, een pretpark bevindt zich vaak op een perifere locatie waardoor er dan wel sprake is van een nieuwe locatie voor detailhandel. Daarmee wordt de spreiding van detailhandel dus ook anders.

Omvang

Zoals reeds gesteld neemt door branchevervaging het assortiment van een winkel toe, waardoor het aantal m² wvo van een winkel groter wordt. Er is immers meer ruimte nodig om het assortiment in de winkel te kunnen plaatsen. Door de trend van branchevervaging neemt de omvang van individuele winkels dus toe. Zoals gesteld betreft het vooral de winkels in de branches Doe-het-zelf, Wonen en Plant & dier (zie tabel 5).

Een winkelgebied is de optelsom van een aantal winkels, waardoor gesteld kan worden dat ook de omvang van een winkelgebied toeneemt door deze trend. Er wordt echter ook gesteld dat de concurrentie door de branchevervaging toeneemt. Mogelijk dat de toename van de omvang van winkelgebieden enigszins getemperd wordt.

Op het moment dat naar de verschillende typen winkelgebieden gekeken wordt, kan gesteld worden dat er door de verschuiving van winkels van de ene winkellocatie naar de andere (zie hiervoor bij Locatie en spreiding) sprake zal zijn van een verandering van de omvang van winkelgebieden. Door branchevervaging zullen winkels verplaatsen naar winkelgebieden op perifere locaties, waardoor de omvang van centrale en ondersteunende winkelgebieden zal afnemen en die van grootschalige concentraties, speciale winkelgebieden en winkels op verspreide locaties zal toenemen.

Ten slotte neemt door de branchevervaging tussen detailhandel en andere consumentenverzorgende dienstverlening het aantal punten waar detailhandel plaatsvindt toe op het moment dat deze andere consumentenverzorgende dienstverlening (zoals horecagelegenheden, recreatievoorzieningen en dienstverleners (bijvoorbeeld de kapper of de hypotheekverstrekker)) detailhandel gaan bedrijven.

Aard

Dat er voor wat betreft de aard van winkels veranderingen optreden door de trend van branchevervaging moge duidelijk zijn. Een winkel verruimt zijn assortiment met producten uit andere branches. Om te slagen in de verkoop van dit nieuwe assortiment zijn het vaak wel producten uit aanverwante branches (die tot dezelfde hoofdbranche behoren).

Op het niveau van winkelgebied: als er door branchevervaging voor een andere locatie wordt gekozen kan het zijn dat een winkelgebied door de vertrekkende winkels verandert van aard doordat er door deze verhuizing bepaalde branches uit het winkelgebied verdwijnen. Zoals onder Locatie en spreiding is beschreven, betreft het vooral de branches met grote producten en grote winkels (winkels in de branches Doe-het-zelf, Wonen, Plant & dier, Huishoudelijke & luxe artikelen en Levensmiddelen) die verplaatsen uit centrale en ondersteunende winkelgebieden naar winkelgebieden op perifere locaties. Daarnaast kan het gebeuren dat door de branchevervaging van een winkel een andere winkel ten onder gaat waardoor bepaalde branches uit een winkelgebied verdwijnen.

Zoals bij Omvang reeds gesteld is, is er immers sprake van een toename van concurrentie. Zo kan het bijvoorbeeld zo zijn dat door branchevervaging een supermarkt de rol van enkele kleinere speciaalzaken overneemt.

4.3.2 Schaalvergroting

Schaalvergroting betreft enerzijds de ruimtelijke schaalvergroting, het groter worden van winkels, en anderzijds de bedrijfsmatige schaalvergroting, steeds meer winkels behoren tot een filiaal. Beide vormen van schaalvergroting treden in de gehele detailhandelsector op, het beperkt zich niet tot bepaalde branches of locaties.

Ruimtelijke schaalvergroting

Locatie en spreiding

Door de trend van ruimtelijke schaalvergroting treden voor wat betreft locatie en spreiding dezelfde veranderingen op als bij de trend van branchevervaging. In beide gevallen neemt immers de omvang van winkels toe.

Door de trend van schaalvergroting neemt de supermarkt in kernverzorgende centrale en in ondersteunende winkelgebieden de rol van enkele kleinere speciaalzaken over. De kleinste speciaalzaken zijn in de afgelopen jaren reeds in een sneltreinvaart verdwenen. Het winkelaanbod in kleine kernen beperkt zich daardoor steeds vaker tot een supermarkt (Hoofdbedrijfschap Detailhandel, 2009).

Zoals gesteld zullen de grotere formules verplaatsen van centrale en ondersteunende locaties naar grootschalige detailhandelslocaties, speciale winkelgebieden en verspreide locaties. Deze laatste drie typen locaties zullen dus terrein winnen op de stadsdeelcentra, buurtcentra en dorpskernen. Een consequentie hiervan is dat sommige bestaande winkelgebieden de strijd zullen verliezen van de grote nieuwkomers. Kleinere buurtstrips maken plaats voor een kleiner aantal grotere wijkwinkelcentra en de grotere winkelgebieden worden eenzijdiger. Hierdoor zal naar verwachting de fijnmazigheid wat afnemen: men zal in de toekomst gemiddeld langer moeten reizen om een winkelgebied te bereiken, dat in het algemeen groter zal zijn. Volgens marktkenners nadert misschien zelfs het einde van het vertrouwde concept van buurt-, wijk- en stadswinkelcentra wel. Volgens Van der Wouden et al. (2006) is het in ieder geval duidelijk dat de bestaande detailhandelsstructuur en de trend van schaalvergroting (zowel de bedrijfsmatige als de ruimtelijke) met elkaar op gespannen voet staan en dat de naoorlogse consensus afzwakt.

Omvang

De trend betreft het in oppervlakte groter worden van winkels. Er verandert qua omvang in m² wvo dus het een en ander door deze trend. Dit is het geval op het niveau van individuele winkels, maar ook op het niveau van de winkelgebieden. Dit doet zich voor in alle branches en op alle verschillende typen locaties. Zoals hiervoor bij Locatie en spreiding reeds is beschreven, er is wel verschil tussen de diverse branches en locaties.

Uit onderzoek (DTNP, 2010) blijkt dat de gemiddelde omvang in m² wvo per winkel in de afgelopen jaren het meest is toegenomen op verspreide locaties (39% tussen 2001 en 2009). Op ondersteunende en grootschalige locaties nam de omvang in dezelfde periode met 19% toe. Op centrale locaties was dit slechts 7%. Over de toename van de

gemiddelde omvang per winkel op speciale locaties zijn geen exacte cijfers bekend, wel is duidelijk dat er hier sprake is geweest van een spectaculaire groei. De verwachting is dat deze groei zich ook in de toekomst op deze manier zal blijven verhouden tussen de diverse typen locaties. Dus dat de winkels in verspreide, speciale, grootschalige en ondersteunende winkelgebieden meer zullen groeien dan die op centrale locaties.

Naast de cijfers over de gemiddelde omvang in m² wvo per winkel, staan in de rapportage van DTNP ook cijfers over de ontwikkeling van het winkelaanbod in Nederland in m² wvo en in aantal winkels naar type winkelgebied.

In de periode tussen 2001 en 2009 nam het aantal m² wvo in Nederland op verspreide en grootschalige locaties met 35% toe, terwijl het aantal winkels op die locaties met 2% afnam respectievelijk met 13% toenam. In ondersteunende winkelgebieden nam het aantal m² wvo met 20% toe, het aantal winkels nam met 1% toe. In centrale winkelgebieden nam het aantal m² wvo met 12% en het aantal winkels met 5% toe. De speciale winkelgebieden hadden een enorme groei qua m² wvo, over de groei in aantal winkels zijn geen cijfers bekend. Uit deze cijfers blijkt dat het aantal m² wvo in alle gevallen met een groter percentage is toegenomen dan het aantal winkels: schaalvergroting. Daarnaast valt ook op te merken dat het verschil tussen beide percentages bij de verspreide locaties het grootst is en bij centrale locaties het kleinst. Dit bevestigt het beeld dat de schaalvergroting het meest is opgetreden bij verspreide locaties en het minst bij centrale locaties. Maar er is in alle gevallen sprake van schaalvergroting: het groter worden van winkels. Ook hier is de verwachting dat deze groei zich ook in de toekomst op deze manier zal blijven verhouden tussen de diverse typen locaties.

Ten slotte zijn er cijfers bekend over het percentage van het totaal aantal m² wvo in Nederland dat in de verschillende typen winkelgebieden gesitueerd is. De centrale winkelgebieden hebben met 39% van het totaal aantal m² wvo in Nederland het grootste aandeel. Daarop volgen de verspreide locaties met 33%, de ondersteunende winkelgebieden met 16%, de grootschalige locaties met 12% en ten slotte de speciale winkelgebieden met minder dan 1%. De laatste jaren treden er veranderingen op in deze verhoudingen, veroorzaakt door schaalvergroting. De centrale locaties zijn in omvang afgenomen van 42% naar 39%, terwijl de verspreide van 30% naar 33% zijn toegenomen. Ook de speciale locaties nemen in omvang toe, hoewel dit percentage nu nog kleiner is dan 1%. Er is dus sprake van een verschuiving van de omvang van de diverse typen locaties; van de centrale winkelgebieden naar de perifere winkelgebieden. Ook hier is het de verwachting dat deze verandering zich in de toekomst op deze manier door zal zetten.

Aard

Op het niveau van de individuele winkel verandert er door de trend van schaalvergroting qua branchering niets. De ruimtelijke schaalvergroting doet zich in alle branches voor, maar verandert niets aan de aard van de individuele winkels.

Op het niveau van de winkelgebieden verandert er wel het een en ander qua branchering. Zoals onder Locatie en spreiding gesteld is, neemt de supermarkt in kernverzorgende centrale en in ondersteunende winkelgebieden de rol van enkele kleinere speciaalzaken over. De kleinste speciaalzaken zijn in de afgelopen jaren reeds in een sneltreinvaart verdwenen. Het winkelaanbod in kleine kernen beperkt zich daardoor steeds vaker tot een supermarkt. Het zorgt er dus voor dat de aard van deze winkelgebieden verandert (Hoofdbedrijfschap Detailhandel, 2009).

Zoals gesteld zullen de grotere formules verplaatsen van centrale en ondersteunende locaties naar grootschalige detailhandelslocaties, speciale winkelgebieden en verspreide locaties. Deze laatste drie typen locaties zullen dus terrein winnen op de stadsdeelcentra, buurtcentra en dorpskernen. Een consequentie hiervan is dat de aard van de diverse winkelgebieden verandert. De centrale en ondersteunende winkelgebieden zijn steeds meer gericht op het boodschappen doen en de frequente non-food artikelen, terwijl de perifere locaties steeds meer gericht zijn op overige branches.

Bedrijfsmatige schaalvergroting

Locatie en spreiding

Doordat een winkel behoort tot een grote keten is deze minder gebonden aan lokale omstandigheden. Daarnaast kunnen deze winkels zich, vergeleken met andere winkels, agressiever op de markt gedragen omdat het concern als geheel tijdelijke, strategische verliezen op onderdelen kan incasseren. Ten slotte nemen de holdings minder vastgoed in eigendom, waardoor ze sneller van locatie kunnen wisselen.

Een en ander zorgt er voor dat winkels meer stand-alone kunnen opereren doordat ze een keten achter zich hebben staan. Een concern kan makkelijker een nieuwe locatie aanwenden om een winkel te plaatsen, ze zijn immers minder afhankelijk van andere winkels in hun omgeving, ze hebben minder de noodzaak tot clustering. Er kunnen dus wijzigingen optreden in de locatie van winkels doordat er nieuwe locaties in de periferie (speciale winkelgebieden of verspreide locaties) worden gerealiseerd. Daar zijn de gronden immers goedkoper en is de bereikbaarheid met de auto beter waardoor er sprake is van een groot verzorgingsgebied.

Dit is echter wel brancheafhankelijk. De branches waarbij sprake is van keuzegevoelige producten verkopen het best in een omgeving met veel passanten en een clustering van winkels. Winkels in deze branches zullen dan ook minder makkelijk vanuit centrale, ondersteunende en grootschalige winkelgebieden verplaatsen naar een andere locatie.

Omvang

Door filialisering neemt de omvang van een winkel niet toe. Het is juist eerder mogelijk om een kleine winkel te handhaven. Er staat immers een keten achter die eventuele verliezen kan incasseren. Dit zal alleen gebeuren indien het zeer wenselijk is om een winkel op een bepaalde locatie te behouden. Er zijn schaalvoordelen te boeken zonder dat elke winkel groot is; de winkelketen Spar is daar een typisch voorbeeld van.

Voor wat betreft de omvang van winkelgebieden zal door de verplaatsing van winkels van centrale en ondersteunende winkelgebieden naar speciale winkelgebieden en verspreide locaties sprake zijn van een verandering in omvang van de winkelgebieden. De centrale en ondersteunende locaties zullen in omvang afnemen, terwijl de overige typen winkelgebieden groter worden.

Aard

Door de filialisering treden er geen grootschalige veranderingen op in de branchering van winkels. Er kan bij individuele winkels sprake zijn van enige verruiming van branches doordat een filiaal makkelijker extra producten uit aanverwante branches verkoopt. Zo is zichtbaar dat er bij een Kruidvat winkel meer sprake is van branchevervaging dan bij een drogist die geen onderdeel is van een keten. Maar over het algemeen heeft het weinig invloed op de branchering van een winkel of deze tot een keten behoort of niet.

Op het niveau van winkelgebieden kan er door verplaatsing van winkels van centrale en ondersteunende winkelgebieden naar andere locaties sprake zijn van een verandering van de aard van de winkelgebieden. Echter zoals gesteld onder Locatie en spreiding hebben

de winkels in de branches waarbij sprake is van keuzegevoelige producten toch de voorkeur voor locaties met veel passanten en een clustering van winkels. Daardoor zullen winkels uit deze branches minder makkelijk verplaatsen. Daardoor blijft de wijziging in branchering op het niveau van winkelgebieden waarschijnlijk ook beperkt.

4.3.3 Specialisatie en schaalverkleining

Het proces van specialisatie en schaalverkleining treedt op. Deze trend is de tegenbeweging van de trends van branchevervaging en schaalvergroting (zowel ruimtelijke als bedrijfsmatige) en hier doen zich op het gebied van locatie en spreiding, omvang en aard dan ook precies de tegenovergestelde ontwikkelingen voor. Dit is echter wel alleen binnen de branches en gebieden waar deze trend zich afspeelt, zijnde de branches met keuzegevoelige producten (zie paragraaf 4.2 onder het kopje Aard) en de centrale winkelgebieden.

Locatie en spreiding

De trend van specialisatie en schaalverkleining doet zich vooral in centrale winkelgebieden en dan met name in binnenstedelijke centra voor. Gezien de omvang en de gespecialiseerde aard van de winkels, zijn zij afhankelijk van andere winkels en daarmee van bestaande winkelgebieden. Clustering speelt een belangrijke rol voor deze winkels. Qua locatie en spreiding treedt er voor wat betreft individuele winkels en gehele winkelgebieden dan ook geen wijziging op: er ontstaan door deze trend geen nieuwe winkellocaties. Ook vindt er geen verschuiving plaats van winkels van het ene naar het andere winkelgebied. De branches waarbinnen deze trend zich vooral voordoet, de branches met keuzegevoelige producten, bevinden zich namelijk al voornamelijk in de centrale winkelgebieden. Het kan hoogstens zo zijn dat door de behoefte aan clustering die versterkt wordt door de specialisatie en schaalverkleining de centrale winkelgebieden groter worden.

Omvang

De trend van specialisatie en schaalverkleining betekent dat de winkels kleiner worden. De omvang van individuele winkels neemt dus af. Doordat het alleen winkels in de branches met keuzegevoelige producten betreft en de trend zich voornamelijk in centrale gebieden en dan met name in binnenstedelijke centra afspeelt, zal het aantal winkels waarbij dit gebeurt niet groot zijn.

Zoals reeds gemeld bij de trend Schaalvergroting zijn er cijfers bekend over het percentage van het totaal aantal m² wvo in Nederland dat in de verschillende typen winkelgebieden gesitueerd is. Er staat daar reeds genoemd dat de centrale winkelgebieden met 39% van het totaal aantal m² wvo in Nederland het grootste aandeel hebben. Ook wordt er gesteld dat er de laatste jaren veranderingen optreden in deze cijfers, veroorzaakt door schaalvergroting. De centrale locaties zijn in omvang afgenomen van 42% naar 39% van het totaal aantal m² wvo, terwijl de verspreide van 30% naar 33% zijn toegenomen. Er is dus sprake van een verschuiving van de omvang van de diverse typen locaties; van de centrale winkelgebieden naar de perifere winkelgebieden. De verwachting is dat deze verandering zich ook in de toekomst op deze manier door zal zetten.

Er zijn daarnaast ook cijfers bekend over het percentage van het totaal aantal winkels in Nederland dat in de verschillende typen winkelgebieden gesitueerd is. Uit deze cijfers blijkt dat de centrale winkelgebieden met 53% van het totaal aantal winkels in Nederland

het grootste aandeel hebben. Er treden de laatste jaren veranderingen op in deze cijfers: de centrale locaties zijn qua aantal winkels toegenomen van 52% naar 53% van het totaal aantal winkels. Terwijl er dus sprake is van een afname qua omvang in m² wvo van het totaal in Nederland is er tegelijkertijd sprake van een toename van het aantal winkels van het totaal in Nederland. Dit geeft blijk van het effect dat specialisatie en schaalverkleining hebben in centrale winkelgebieden. De verwachting is dat deze verandering zich ook in de toekomst op deze manier door zal zetten.

Daarnaast is bij de trend Schaalvergroting ook al aangegeven dat er cijfers zijn over de ontwikkeling van het winkelaanbod in Nederland in m² wvo en in aantal winkels naar type winkelgebied. Uit deze cijfers blijkt dat het aantal m² wvo in alle typen winkelgebieden met een groter percentage is toegenomen dan het aantal winkels: schaalvergroting. Als echter naar de cijfers aangaande de centrale winkelgebieden gekeken wordt, is te zien dat in de periode tussen 2001 en 2009 het aantal m² wvo in Nederland in centrale winkelgebieden met 12% en het aantal winkels met 5% toenam. Het verschil tussen beide percentages is bij de centrale locaties heel klein, zeker in verhouding tot de cijfers bij andere locaties. Dit bevestigt het beeld dat de schaalvergroting het meest is opgetreden bij verspreide locaties en het minst bij centrale locaties. Dit geeft blijk van het feit dat specialisatie en schaalverkleining nog enig 'tegengas' geven bij de centrale locaties. Ook hier is de verwachting dat deze groei zich ook in de toekomst op deze manier zal blijven verhouden tussen de diverse typen locaties.

Ten slotte kan nog gesteld worden dat door de vergroting van de behoefte aan clustering die door de trend van specialisatie en schaalverkleining ontstaat, de centrale winkelgebieden groter worden, zowel qua aantal m² wvo als qua aantal winkels.

Aard

De trend van specialisatie zorgt voor veranderingen voor wat betreft de aard van individuele winkels, dat is immers waar deze trend om draait. De branchering van een winkel zal zich inperken.

De aard van winkelgebieden zal niet zomaar wijzigen. De trend speelt zich slechts af in de branches met keuzegevoelige producten ('winkelen' richt zich nadrukkelijk op de kleinere, gespecialiseerde winkels terwijl boodschappen gedaan worden in grotere en breder samengestelde winkels). Daardoor speelt het zich ook voornamelijk af in centrale gebieden. Door specialisatie van winkels zou een 'gat' kunnen ontstaan in de branchering van een winkelgebied. De verwachting is echter dat andere winkels het 'gat' op zullen vullen, waardoor er geen verandering optreden.

4.3.4 Het internet, ICT en nieuwe media

De handel via internet neemt aanmerkelijk toe. Daarbij kunnen consumenten zich zeer goed laten informeren om zo het beste van het beste en het goedkoopste van het goedkoopste te vinden.

Locatie en spreiding

Internet is in toenemende mate een aantrekkelijk alternatief aankoopkanaal, vooral voor minder keuzegevoelige assortimenten. Het aandeel van internet in de totale detailhandelsbestedingen stijgt elk jaar substantieel. Winkels en winkelgebieden die zich richten op minder keuzegevoelige artikelen (doelgerichte aankopen, maar ook boodschappen doen) zien hun basis hierdoor de komende jaren mogelijk sterk afnemen.

Voor de handel via internet is echter altijd een ruimtelijke component nodig, de producten moeten immers bij de consumenten afgeleverd worden. Dit kan op twee manieren; de producten worden bij de koper thuis afgeleverd of de producten worden afgeleverd op een centraal punt waar de consument ze af kan halen. In het eerste geval is de winkel overbodig en verdwijnt de ruimtelijke component voor wat betreft de detailhandel daadwerkelijk. Omdat niet iedereen alles via internet koopt en mensen ook voor het afhalen van producten kiezen, zal dit echter niet zo snel zorgen voor het verdwijnen van gehele winkels en winkelgebieden.

In het tweede geval krijgen winkels een ander uiterlijk als afhaalbalie voor online gekochte producten. Consumenten halen producten het liefst af op een locatie dicht bij huis, of op een locatie die goed bereikbaar is. In het eerste geval worden er in de buurt- en wijkwinkelcentra (in centrale of ondersteunende winkelgebieden dus) dergelijke afhaalbalies gerealiseerd. Bij een goed bereikbare locatie moet gedacht worden aan bijvoorbeeld een locatie langs de snelweg of op het station, onderweg van werk naar huis; de zogenaamde speciale winkelgebieden in de vorm van trafficlocaties. Zoals in de vorige paragraaf gesteld, zijn dit nieuwe locaties buiten de bestaande centrale en ondersteunende winkelgebieden (zoals buurtcentra, stadsdeelcentra of binnensteden) dan wel locaties in de periferie.

Zoals gesteld is er bij thuisbezorging geen winkel meer nodig. Dit is dus van invloed op de locatie en spreiding van winkels en winkelgebieden in die zin dat er winkels kunnen verdwijnen. Echter gezien het feit dat er altijd een keus blijft tussen thuisbezorgen en zelf op pad gaan en men het niet altijd prettig zal vinden om voor het thuisbezorgen van producten thuis te blijven, zal deze invloed beperkt blijven. Er zullen geen gehele winkelgebieden verdwijnen, hoogstens zullen ze enigszins in omvang afnemen. Zoals gesteld betreft het met name de minder keuzegevoelige producten, waardoor het vooral in de centrale en ondersteunende winkelgebieden en op grootschalige locaties merkbaar zal zijn.

Bij het afhalen van goederen op een locatie is er nog wel een winkel nodig, maar deze ziet er geheel anders uit; het is enkel nog een afhaalbalie, er hoeven geen producten meer uitgesteld te worden. Zoals hierboven reeds vermeld staat, betreft het vooral de minder keuzegevoelige producten, die met name verkocht worden in centrale en ondersteunende winkelgebieden en op grootschalige locaties. De locaties waar de afhaalbalies met name gesitueerd zullen zijn, betreft centrale en ondersteunende winkelgebieden (dicht bij huis) of speciale winkelgebieden in de vorm van trafficcentra. Er is dus sprake van een verplaatsing van winkels van grootschalige naar speciale locaties. Daarnaast is er sprake van een verkleining van winkelgebieden doordat de afhaalbalies veel kleiner kunnen zijn dan winkels waar men het product nog uit moet kiezen.

Naast het feit dat internet een goed alternatief aankoopkanaal is, biedt internet uitgebreide mogelijkheden om thuis reeds te vergelijken en een keuze te maken alvorens men naar een winkel gaat om iets te kopen. De behoefte aan (fysiek) vergelijkend winkelen wordt dan ook steeds kleiner. Winkelgebieden die zich vooral op vergelijkend winkelen richten, hebben een steeds smallere basis aan assortimenten die hun positie schragen. Deze winkelgebieden waar voornamelijk keuzegevoelige producten worden verkocht, zijn de centrale winkelgebieden en de speciale winkelgebieden zijnde de factory outlet centra. Deze winkelgebieden zullen door deze trend kleiner worden. Als men de keus voor een product thuis achter de computer al gemaakt heeft, gaat men dit vervolgens het liefst op een goed bereikbare plek kopen. Dit heeft dus dezelfde gevolgen

als de daadwerkelijke aankoop via internet, al zal dit in mindere mate zijn omdat de daadwerkelijke keus nog wel in de winkel gemaakt wordt en enige clustering van winkels voor het kijken en vergelijken nog wel gewenst is.

Omvang

Zoals gesteld is er bij thuisbezorging geen winkel meer nodig. Bij het afhalen van bestellingen is er nog wel een winkel nodig, maar deze ziet er geheel anders uit; het is enkel nog een afhaalbalie, er hoeven geen producten meer uitgesteld te worden. Op het niveau van de individuele winkel heeft de verkoop via internet dus invloed in die zin dat winkels verdwijnen dan wel minder groot worden door de verkoop via internet.

Op het niveau van de winkelgebieden zullen grootschalige locaties in omvang afnemen doordat men de producten liever op locaties dicht bij huis dan wel op trafficlocaties op gaat halen. Daarnaast worden trafficlocaties groter doordat men daar producten af gaat halen. Zoals bij Locatie en spreiding reeds staat, is er sprake van een verkleining van centrale en ondersteunende winkelgebieden doordat de afhaalbalies veel kleiner kunnen zijn dan winkels waar men het product nog uit moet kiezen.

Zoals bij Locatie en spreiding reeds vermeld is, biedt internet, naast het feit dat het een goed alternatief aankoopkanaal is, uitgebreide mogelijkheden om thuis reeds te vergelijken en een keuze te maken alvorens men naar een winkel gaat om iets te kopen. De behoefte aan (fysiek) vergelijkend winkelen wordt dan ook steeds kleiner. Winkelgebieden die zich vooral op vergelijkend winkelen richten, hebben een steeds smallere basis aan assortimenten die hun positie schragen. Deze winkelgebieden waar voornamelijk keuzegevoelige producten worden verkocht, zijn de centrale winkelgebieden en de speciale winkelgebieden zijnde de factory outlet centra. Deze winkelgebieden zullen door deze trend kleiner worden.

Aard

Alle typen producten kunnen via het internet verkocht worden. Zodoende is de handel via internet van invloed op alle branches. In de praktijk zijn er natuurlijk wel enkele branches waarvan de producten meer verkocht worden via internet dan bij andere branches. Uit onderzoek van het CBS (CBS, 2009) blijkt dat de meest populaire aankopen via internet zich laten rubriceren in een aantal categorieën:

- boeken, tijdschriften, kranten en overige literatuur;
- kleding, schoenen en sportartikelen;
- digitale apparatuur en overige elektronica;
- software en spellen;
- goederen als meubels, wasmachines en speelgoed;
- hardware zoals computers en printers;
- levensmiddelen en schoonheidsproducten.

De trend van de verkoop via internet is dan ook met name van invloed op de branches waartoe bovenstaande categorieën behoren. De winkels uit deze branches zullen dus verkleinen (omdat ze de vorm van afhaalbalie krijgen) en in enkele gevallen van locatie wijzigen, waardoor de branche uit het oorspronkelijke winkelgebied verdwijnt. De trend zal echter op afzienbare termijn echter niet zo ver doorgevoerd worden dat alle winkels uit een bepaalde branche verdwijnen.

4.3.5 Nieuwe locaties

Er treedt een vervaging van de ruimtelijke neerslag van de detailhandel op. Er worden detailhandelsvoorzieningen gerealiseerd op perifere locaties en op knooppunten van fysieke interactie.

Locatie en spreiding

Door het toenemende autobezit wordt de behoefte aan locaties met een goede autobereikbaarheid steeds groter. Daarnaast heeft de sector steeds meer behoefte aan een groter vloeroppervlak. Daardoor ontstaan er winkelgebieden op nieuwe locaties in de periferie; verspreide locaties, grootschalige locaties dan wel speciale winkelgebieden. Dit vindt voornamelijk plaats op locaties die goed bereikbaar zijn en waar de grond goedkoop is.

Zoals reeds eerder gesteld zullen voornamelijk de grotere formules verplaatsen van centrale en ondersteunende locaties naar grootschalige detailhandelslocaties, speciale winkelgebieden en verspreide locaties. Deze laatste drie typen locaties zullen dus terrein winnen op de stadsdeelcentra, buurtcentra en dorpskernen. Een consequentie hiervan is dat sommige bestaande winkelgebieden de strijd zullen verliezen van de grote nieuwkomers. Kleinere buurtstrips maken plaats voor een kleiner aantal grotere wijkwinkelcentra en de grotere winkelgebieden worden eenzijdiger. Hierdoor zal naar verwachting de fijnmazigheid wat afnemen: men zal in de toekomst gemiddeld langer moeten reizen om een winkelgebied te bereiken, dat in het algemeen groter zal zijn. Volgens marktkenners nadert misschien zelfs het einde van het vertrouwde concept van buurt-, wijk- en stadswinkelcentra wel.

Omvang

Zoals bij de trend Schaalvergroting reeds is gesteld, zijn er cijfers bekend over het percentage van het totaal aantal m² wvo in Nederland dat in de verschillende typen winkelgebieden gesitueerd is. De centrale winkelgebieden hebben met 39% van het totaal aantal m² wvo in Nederland het grootste aandeel. Daarop volgen de verspreide locaties met 33%, de ondersteunende winkelgebieden met 16%, de grootschalige locaties met 12% en ten slotte de speciale winkelgebieden met minder dan 1%. De laatste jaren treden er veranderingen op in deze verhoudingen. De centrale locaties zijn in omvang afgenomen van 42% naar 39%, terwijl de verspreide van 30% naar 33% zijn toegenomen. Ook de speciale locaties nemen in omvang toe, hoewel dit percentage nu nog kleiner is dan 1%. Er is dus sprake van een verschuiving van de omvang van de diverse typen locaties; van de centrale winkelgebieden naar de perifere winkelgebieden. Ook hier is het de verwachting dat deze verandering zich in de toekomst op deze manier door zal zetten.

Aard

Op het niveau van de individuele winkel verandert er door de trend van nieuwe locaties qua branchering niets.

Op het niveau de van de winkelgebieden verandert er wel het een en ander qua branchering. Het winkelaanbod in kleine kernen beperkt zich daardoor steeds vaker tot een supermarkt. Het zorgt er dus voor dat de aard van deze winkelgebieden verandert.

Zoals gesteld zullen de grotere formules verplaatsen van centrale en ondersteunende locaties naar grootschalige detailhandelslocaties, speciale winkelgebieden en verspreide locatie. Deze laatste drie typen locaties zullen dus terrein winnen op de stadsdeelcentra, buurtcentra en dorpskernen. Een consequentie hiervan is dat de aard van de diverse

winkelgebieden verandert. De centrale en ondersteunende winkelgebieden zijn steeds meer gericht op het boodschappen doen en de frequente non-food artikelen, terwijl de perifere locaties steeds meer gericht zijn op overige branches.

4.4 De trends versus het planningsprincipe van functionele hiërarchie

In deze paragraaf wordt beschreven wat het verschil is tussen de effecten van de trends op de detailhandelsstructuur en de principes van het planningsprincipe van functionele hiërarchie (zie de conclusie van hoofdstuk 2 voor een samenvatting hiervan). Deze analyse wordt uitgevoerd aan de hand van de vier criteria die ook in de vorige paragraaf zijn gebruikt om de effecten van de trends op de detailhandelsstructuur te beschrijven.

4.4.1 Locatie en spreiding

De trends van branchevervaging, ruimtelijke schaalvergroting en nieuwe locaties zijn qua locatie en spreiding niet in overeenstemming met het planningsprincipe van functionele hiërarchie. Doordat winkels (voornamelijk in de branches Doe-het-zelf, Wonen en Plant & dier) verhuizen van centrale en ondersteunende winkelgebieden naar winkelgebieden in de periferie (grootschalige en speciale winkelgebieden en verspreide locaties), wordt de hiërarchie anders dan dat het planningsprincipe voorstaat.

Zoals het Centrale Plaatsenmodel laat zien, bevindt de plaats van de hoogste orde zich in het centrum en zijn de plaatsen van lagere orden daaromheen gelegen. De orde van een plaats wordt bepaald door het aantal producten dat er wordt verkocht. Op de locaties in de periferie is dit aantal producten door de winkels die zich er zullen vestigen groter dan dat men daar volgens de functionele hiërarchie mag verwachten. Het betreft immers bouwmarkten, tuincentra en dergelijke; grote winkels met veel producten. Er kan dus worden gesteld dat door de trends plaatsen met een bepaalde orde gerealiseerd worden op locaties waar dit volgens de functionele hiërarchie niet mogelijk is. Er is sprake van een plaats van een te grote orde in de periferie, het aantal producten is groter dan dat men volgens de functionele hiërarchie mag verwachten. De locaties zijn dan ook niet te scharen onder één van de benoemde centra in de tabel met de typologie van neven- en hoofdcentra. Het is een nevencentrum aangezien het niet centraal in de stad ligt, maar het ligt niet in een buurt, wijk of stadsdeel. Het kan natuurlijk zo zijn dat het wel centraal in de regio ligt, echter volgens de functionele hiërarchie is het niet mogelijk dat plaatsen van een dergelijke orde zich ontwikkelen buiten het stadscentrum, in de periferie.

Door de trends van branchevervaging en ruimtelijke en bedrijfsmatige schaalvergroting kunnen winkels in de branches Doe-het-zelf, Wonen, Plant & dier, Huishoudelijke & luxe artikelen en Levensmiddelen (door de trends van branchevervaging en ruimtelijke schaalvergroting) en in de branches met minder keuzegevoelige producten (door de trend van bedrijfsmatige schaalvergroting) makkelijker standalone opereren. Dit zal gebeuren in de periferie, waar de gronden goedkoper zijn en de bereikbaarheid goed is. Deze vergroting van het winkelareaal in de periferie is niet in lijn met het planningsprincipe van functionele hiërarchie. Er kan gesteld worden dat door de trends plaatsen met een bepaalde orde gerealiseerd worden op locaties waar dit volgens de functionele hiërarchie niet mogelijk is. Er is sprake van een plaats van een te grote orde in de periferie, het aantal producten is groter dan dat men volgens de functionele hiërarchie mag verwachten. De locaties zijn dan ook niet te scharen onder één van de benoemde centra

in de tabel met de typologie van neven- en hoofdcentra. Het is een nevencentrum aangezien het niet centraal ligt, maar het ligt niet in een buurt, wijk of stadsdeel.

Het feit dat door branchevervaging winkelvoorzieningen op nieuwe locaties gerealiseerd worden, zorgt in het geval van detailhandel op recreatieterreinen ook voor een afwijking van de structuur volgens het planningsprincipe van functionele hiërarchie. Recreatieterreinen bevinden zich over het algemeen in de periferie. De afwijking betreft niet zozeer een afwijking qua omvang, de detailhandel is immers altijd een bijzaak. Wel kan gesteld worden dat er een winkelvoorziening gerealiseerd wordt die niet te scharen is onder één van de benoemde centra in de tabel met de typologie van neven- en hoofdcentra. Het is een nevencentrum aangezien het niet centraal ligt, maar het ligt niet in een buurt, wijk of stadsdeel.

Zoals gesteld in de vorige paragraaf nadert volgens marktkenners door de trends van ruimtelijke schaalvergroting en nieuwe locaties misschien het einde van het vertrouwde concept van buurt-, wijk- en stadswinkelcentra wel. Volgens Van der Wouden et al. (2006) is het in ieder geval duidelijk dat de bestaande detailhandelsstructuur en de trend van schaalvergroting (zowel de bedrijfsmatige als de ruimtelijke) met elkaar op gespannen voet staan en dat de naoorlogse consensus afzwakt. Doordat de speciaalzaken in kleine kernen worden vervangen door een supermarkt en de buurtstrips plaats moeten maken voor een kleiner aantal grotere wijkwinkelcentra is het duidelijk dat de fijnmazigheid die met het planningsprincipe wordt nagestreefd losgelaten wordt. De structuur wordt grofmaziger en deze trends wijken daardoor af van het principe.

Schaalverkleining en specialisatie passen binnen het planningsprincipe, het staat daarmee niet op gespannen voet. De speciaalzaken die door deze trend in de binnensteden ontstaan, brengen immers een noodzaak tot clustering met zich mee. Dit versterkt de positie van de binnensteden als de belangrijkste centrale plaats in de hiërarchie. Doordat deze trend zich met name voordoet in de centrale winkelgebieden en zich voornamelijk richt op de branches met keuzegevoelige producten, die zich vooral in de centrale winkelgebieden bevinden, heeft deze trend geen invloed op andere winkelgebieden. Het doet dus ook op andere niveaus geen afbreuk aan het planningsprincipe van functionele hiërarchie.

De verkoop via internet gebeurt vooral voor wat betreft de minder keuzegevoelige artikelen. Deze producten worden thuisbezorgd of afgehaald op een locatie dicht bij huis dan wel op een goed bereikbare locatie. Deze laatste categorie zijn de zogenaamde speciale winkelgebieden in de vorm van trafficlocaties. Zoals in paragraaf 4.2 staat, zijn dit nieuwe locaties buiten de bestaande centrale en ondersteunende winkelgebieden (zoals buurtcentra, stadsdeelcentra of binnensteden) dan wel locaties in de periferie. Aangezien de goed bereikbare locaties dus gedeeltelijk nieuwe locaties in de periferie, niet zijnde buurt- of wijkwinkelcentra, betreft, wijkt dit wat dat betreft af van het planningsprincipe van functionele hiërarchie. Afhankelijk van de grootte van de 'detailhandelsvoorzieningen' (afhaallocaties) doet het dit in meer of mindere mate. Daartegenover staat dat de grootschalige concentraties, zijnde winkelgebieden die niet passen binnen het planningsprincipe van functionele hiërarchie, afnemen in omvang. Dit is dan weer wel in lijn met het planningsprincipe.

Wanneer er sprake is van thuisbezorging, is de verkoop in winkels niet meer nodig. Zoals gesteld in de vorige paragraaf treft dit vooral de centrale en ondersteunende winkelgebieden en grootschalige concentraties; deze winkelgebieden zullen hierdoor

enigszins in omvang afnemen. Voor wat betreft de centrale en ondersteunende winkelgebieden wijkt dit af van het planningsprincipe van functionele hiërarchie. Bij de verkoop via internet zal er echter altijd de keus zijn om de producten thuis te laten bezorgen of de producten in de buurt of op een goed bereikbare locatie af te halen. Daarnaast zullen nooit alle aankopen via internet gedaan worden, waardoor de afwijking slechts in beperkte mate plaatsvindt.

Bij het afhalen van producten op een locatie dicht bij huis is er qua locatie en spreiding geen sprake van een verandering, waardoor dit geen afbreuk doet aan het planningsprincipe van functionele hiërarchie.

Zoals gesteld in de vorige paragraaf neemt de behoefte aan (fysiek) vergelijkend winkelen af door het internet. De centrale winkelgebieden en de speciale winkelgebieden zijnde factory outlet centra zullen door deze trend kleiner worden, terwijl de speciale winkelgebieden in de vorm van trafficlocaties en de winkelgebieden dicht bij huis toenemen. Dit heeft daarmee dezelfde gevolgen als de verkoop van producten via internet en is daarmee eveneens enigszins in strijd met het planningsprincipe van functionele hiërarchie.

4.4.2 Omvang

Door de trend van branchevervaging en ruimtelijke schaalvergroting worden winkels groter en daarmee nemen ook de winkelgebieden in hun geheel toe in omvang. In de tabel met de typologie van neven- en hoofdcentra zijn ook oppervlakten m² verkoopruimte opgenomen die bij de diverse typen winkelgebieden horen. Door de trends wordt hier van afgeweken, een en ander is dus niet in lijn met het planningsprincipe. Dit doet zich voor bij alle winkelgebieden en in alle branches, echter niet overal in dezelfde mate. Daardoor zijn er dus ook qua locatie en spreiding afwijkingen ten opzichte van het planningsprincipe, zoals eerder beschreven.

Op het niveau van winkelgebieden kunnen de trends van branchevervaging, ruimtelijke en bedrijfsmatige schaalvergroting en nieuwe locaties er voor zorgen dat centrale en ondersteunende winkelgebieden naar verhouding in omvang afnemen, terwijl winkelgebieden in de periferie in omvang toenemen. Dit doordat de winkels groter worden en meer standalone kunnen opereren en daardoor buiten de bestaande winkelgebieden een locatie benutten. Dit is echter reeds beschreven in deze paragraaf bij locatie en spreiding.

Door de trend van bedrijfsmatige schaalvergroting wordt het mogelijk kleine winkels te handhaven, doordat er een keten achter staat die eventuele verliezen kan incasseren. Deze trend staat qua omvang van individuele winkels dus niet op gespannen voet met het planningsprincipe.

Door de trend van specialisatie en schaalverkleining worden de winkels in de branches met keuzegevoelige artikelen in de binnensteden kleiner. Deze trend staat qua omvang van individuele winkels niet op gespannen voet met het planningsprincipe. Door de specialisering van de winkels neemt de behoefte aan clustering toe. Daardoor kunnen binnensteden toenemen in omvang. Dit zorgt ervoor dat deze winkelgebieden hun positie als centrale punt in de hiërarchie kunnen behouden. Ook hier is zichtbaar dat deze trend niet op gespannen voet staat met het planningsprincipe.

Qua omvang tast de handel via internet het planningsprincipe van functionele hiërarchie aan doordat de handel in winkels afneemt. Dit wijkt af van het planningsprincipe van functionele hiërarchie in die zin dat het aantal producten dat verkocht wordt op de bestaande locaties kleiner wordt. Dit betreft met name de centrale winkelgebieden en grootschalige concentraties. Deze laatste categorie locaties is niet in lijn met het principe van functionele hiërarchie, dus dat deze winkelgebieden in omvang afneemt, is dan juist wel weer in lijn met het planningsprincipe. Voor wat betreft de centrale winkelgebieden is dit wel in afwijking van het principe. Deze winkelgebieden dienen de grootste omvang te hebben in een gebied en daar doet deze trend dus enigszins afbreuk aan.

Het feit dat er voor de afhaallocaties locaties dicht bij huis gebruikt worden, is voor de centrale winkelgebieden in kleine kernen een compensatie qua omvang. De afname in omvang door het minder worden van het aantal winkels wordt immers door de toename van afhaallocaties enigszins gecompenseerd. Daardoor valt de afwijking van het planningsprincipe enigszins mee. Voor de ondersteunende winkelgebieden in grotere plaatsen betekent de realisatie van afhaallocaties een toename van de omvang. Daarmee kan dit afwijken van het planningsprincipe van functionele hiërarchie, aangezien deze nevencentra volgens de tabel met de typologie van neven- en hoofdcentra in verhouding dienen te blijven tot de hoofdcentra in de structuur.

4.4.3 Aard

Qua branchering zijn de trends van branchevervaging, ruimtelijke schaalvergroting en nieuwe locaties niet in overeenstemming met de functionele hiërarchie doordat alleen winkels uit bepaalde specifieke branches (Doe-het-zelf, Wonen en Plant & dier) zich in de periferie zullen vestigen en er dus sprake is van een specialisatie in deze winkelgebieden. Daarnaast krijgen de andere winkelgebieden ook een andere branchering door het vertrek van winkels naar de periferie. De centrale en ondersteunende winkelgebieden zijn steeds meer gericht op het boodschappen doen en de frequente non-food artikelen, terwijl de perifere locaties steeds meer gericht zijn op overige branches. De Centrale Plaatsentheorie en het planningsprincipe van functionele hiërarchie staan deze specialisatie niet toe. Er wordt immers gesteld dat alle plaatsen van dezelfde orde hetzelfde aantal en type producten aanbieden en in alle centra van een hogere orde alle goederen van de lagere orde plaatsen te verkrijgen zijn plus enkele additionele, hen van de lagere orde onderscheidende, producten. Daarnaast is in de tabel met de typologie van neven- en hoofdcentra te zien dat er altijd een percentage voedings- en genotmiddelen aanwezig dient te zijn. Dit is echter niet altijd het geval op deze locaties. De locaties zijn dan ook niet te scharen onder één van de benoemde centra in de tabel met de typologie van neven- en hoofdcentra. Het betreft zoals gesteld een nevencentrum doordat het niet centraal gelegen is, maar qua verzorgingsniveau kan het voor die specifieke branche waarop het gericht is een hoofdcentrum zijn omdat het bijvoorbeeld hét tuincentrum van de gehele regio is.

De trend van branchevervaging zorgt voor een verruiming van de typen producten die in een winkel verkocht worden. De Centrale Plaatsentheorie en het planningsprincipe van functionele hiërarchie stellen dat alle plaatsen van dezelfde orde hetzelfde aantal en type producten aanbieden en in alle centra van een hogere orde alle goederen van de lagere orde plaatsen te verkrijgen zijn plus enkele additionele, hen van de lagere orde onderscheidende, producten. De trend van branchevervaging treedt overal op, waardoor deze trend geen afbreuk hoeft te doen aan het planningsprincipe. Echter door de

brancheervaging gaan winkels verhuizen waardoor dit wel gevolgen heeft op het niveau van winkelgebieden in hun geheel. Dit is hierboven beschreven.

Daarnaast wordt er in de tabel met de typologie van neven- en hoofdcentra een percentage aan voedings- en genotmiddelen gegeven dat er van de verkoopruimte daarvoor beschikbaar moet zijn. De trend van brancheervaging doet daar afbreuk aan. Doordat er producten uit andere branches verkocht gaan worden, neemt immers het percentage voedings- en genotmiddelen wellicht wel af.

De trend van ruimtelijke schaalvergroting staat voor wat betreft de aard van individuele winkels niet op gespannen voet met het planningsprincipe van functionele hiërarchie. Op het niveau van winkelgebieden zijn er wel verschillen met het planningsprincipe, deze zijn eerder beschreven.

De trend van bedrijfsmatige schaalvergroting staat voor wat betreft de aard van individuele winkels, maar ook op het niveau van gehele winkelgebieden, niet op gespannen voet met het planningsprincipe van functionele hiërarchie.

Op het niveau van individuele winkels verandert er door de trend van specialisatie en schaalverkleining voor wat betreft de aard van winkels wel het een en ander. De branchering wordt immers minder ruim. Echter doordat andere winkels het 'gat' dat door die specialisatie ontstaat opvullen, treden er op het niveau van winkelgebieden geen veranderingen op. Daardoor wijkt dit niet af van het planningsprincipe.

De verkoop via het internet loopt voor bepaalde branches goed. Dit betreft met name de branches met minder keuzegevoelige producten. De verkoop van deze producten in winkels neemt dus af. Daardoor kan de aard van winkelgebieden enigszins wijzigen. Het planningsprincipe van functionele hiërarchie geeft in de tabel met de typologie van neven- en hoofdcentra een percentage aan voedings- en genotmiddelen dat er van de verkoopruimte daarvoor beschikbaar moet zijn. De trend van verkoop via internet kan daar afbreuk aan doen, aangezien ook voedings- en genotmiddelen minder keuzegevoelige producten betreft.

4.4.4 Samenvatting

In onderstaande tabel wordt per criterium samengevat wat de bevindingen in deze paragraaf zijn. Daarbij wordt onderscheid gemaakt tussen de veranderingen die wel en niet in overeenstemming zijn met het planningsprincipe. Er is in deze samenvatting niet opgenomen door welke trends de veranderingen zich voordoen, eveneens wordt niet beschreven waarom de ontwikkelingen wel/niet in overeenstemming zijn met het planningsprincipe, daarvoor wordt verwezen naar de voorgaande tekst.

Locatie en spreiding

Niet in overeenstemming met het planningsprincipe:

- winkels (voornamelijk in de branches Doe-het-zelf, Wonen en Plant & dier) verhuizen van centrale en ondersteunende winkelgebieden naar de periferie;
 - winkels in de branches Doe-het-zelf, Wonen, Plant & dier, Huishoudelijke & luxe artikelen en Levensmiddelen en in de branches met minder keuzegevoelige producten kunnen makkelijker standalone opereren in de periferie;
 - er worden winkels gerealiseerd op nieuwe locaties zijnde recreatieterreinen in de periferie;
-

-
- de bestaande detailhandelsstructuur wordt grofmaziger;
 - er worden afhaallocaties gerealiseerd op nieuwe locaties zijnde de zogenaamde trafficlocaties;
 - winkels met keuzegevoelige producten verschuiven van centrale winkelgebieden en de factory outlet centra naar de trafficlocaties en de winkelgebieden dicht bij huis.
-

Wel in overeenstemming met het planningsprincipe:

- de positie van binnensteden wordt versterkt door de toenemende behoefte aan clustering die daar door de specialisatie en schaalverkleining van winkels plaatsvindt.
-

Omvang

Niet in overeenstemming met het planningsprincipe:

- winkels (voornamelijk in de branches Doe-het-zelf, Wonen en Plant & dier) en daarmee ook winkelgebieden (voornamelijk grootschalige en speciale winkelgebieden en verspreide locaties) worden groter;
 - de handel in minder keuzegevoelige producten in winkels in centrale winkelgebieden neemt af waardoor de omvang van die winkelgebieden naar verhouding afneemt. Er worden afhaallocaties dicht bij huis gerealiseerd waardoor de omvang van centrale winkelgebieden in kleine kernen toeneemt. Dit compenseert de eerder genoemde afname op die plaatsen enigszins;
 - er worden afhaallocaties dicht bij huis gerealiseerd waardoor de omvang van ondersteunende winkelgebieden in grotere kernen naar verhouding meer toeneemt.
-

Wel in overeenstemming met het planningsprincipe:

- kleine winkels zijn door de bedrijfsmatige schaalvergroting makkelijker te handhaven;
 - de winkels in de branches met keuzegevoelige artikelen in binnensteden worden kleiner door specialisatie en schaalverkleining waardoor de behoefte aan clustering toeneemt en de binnensteden toenemen in omvang;
 - de handel in minder keuzegevoelige producten in winkels op grootschalige concentraties neemt af waardoor de omvang van deze locaties afneemt.
-

Aard

Niet in overeenstemming met het planningsprincipe:

- alleen winkels uit bepaalde branches (voornamelijk in de branches Doe-het-zelf, Wonen en Plant & dier) vestigen zich in de periferie waardoor er sprake is van specialisatie in deze winkelgebieden. In de centrale en ondersteunende winkelgebieden verandert daardoor ook de branchering. De centrale en ondersteunende winkelgebieden zijn steeds meer gericht op het boodschappen doen en de frequente non-food artikelen, terwijl de perifere locaties steeds meer gericht zijn op overige branches;
 - door branchevervaging neemt het percentage producten dat verkocht wordt uit de branche Levensmiddelen af;
 - de aard van winkelgebieden kan enigszins wijzigen doordat de verkoop van minder keuzegevoelige producten in winkels afneemt.
-

Wel in overeenstemming met het planningsprincipe:

- de bedrijfsmatige schaalvergroting (de filialisering van de winkels) zorgt niet voor veranderingen qua aard van winkels en winkelgebieden;
 - voor wat betreft de individuele winkel in binnensteden wordt de branchering door specialisatie en schaalverkleining minder ruim. Echter doordat andere winkels het 'gat' opvullen treden er op het niveau van winkelgebieden geen veranderingen op.
-

Tabel 6: Samenvatting van de bevindingen in paragraaf 4.4

4.5 Toetsingsvragen voor de casestudies

In de voorgaande paragrafen is besproken welke effecten de trends op de detailhandelsstructuur hebben en in hoeverre de trends en het planningsprincipe van functionele hiërarchie op gespannen voet met elkaar staan.

De uitgangspunten van het planningsprincipe van functionele hiërarchie (zie de conclusie van hoofdstuk 2 voor een samenvatting daarvan, waarbij ook verwezen wordt naar tabel 4: Typologie van neven- en hoofdcentra en figuur 5: Het Centrale Plaatsenmodel van Christaller) en de trends die daar in meer of mindere mate van afwijken, zorgen samen voor een basis voor te ontwikkelen detailhandelslocaties. Om in het volgende hoofdstuk te kunnen bepalen in hoeverre bij de planning van de detailhandelsstructuur in Vinex-wijken rekening wordt gehouden met de trends, dient een aantal vragen te worden gesteld. Deze vragen komen voort uit de 12 ontwikkelingen die niet in overeenstemming zijn met het planningsprincipe, zoals hierboven opgenomen in tabel 6. Daarbij is de ontwikkeling 'er worden winkels gerealiseerd op nieuwe locaties zijnde recreatieterreinen in de periferie' niet meegenomen omdat dit niet van invloed is op de detailhandelsvoorzieningen in Vinex-wijken. Daarnaast is er een aantal ontwikkelingen dat zowel op het vlak van 'Locatie en spreiding', als ook op de vlakken 'Omvang' en 'Aard' een rol speelt. Deze ontwikkelingen zijn in tabel 6 dan ook uitgesplitst, echter voor de toetsingsvragen zijn deze punten samengevoegd tot één vraag. Dit leidt uiteindelijk tot de volgende acht toetsingsvragen. Bij deze vragen gelden de normen en maatvoering die voortvloeien uit de geaccepteerde toepassing van de functionele hiërarchie (tabel 4 en figuur 5 in hoofdstuk 2) steeds als benchmark voor de analyse.

10. Is er bij de planning van de detailhandelsvoorziening in de onderzochte Vinex-wijk rekening gehouden met de ontwikkeling dat de detailhandelsstructuur grofmaziger wordt? Oftewel; is er bij de locatie en spreiding en de omvang van de geplande totale oppervlakte verkoopp ruimte in de Vinex-wijk afgeweken van (1) de rangorde van de functionele hiërarchie (tabel 4 in hoofdstuk 2); en (2) het locatiepatroon van de functionele hiërarchie, beiden gezien in het licht van de bestaande detailhandelsstructuur in de gehele woonplaats?
11. Is er bij de planning van de detailhandelsvoorziening in de onderzochte Vinex-wijk rekening gehouden met de ontwikkeling die optreedt door de trend van branchevervaging? Oftewel; is er bij de geplande totale oppervlakte verkoopp ruimte voedings- en genotmiddelen in de onderzochte Vinex-wijk rekening gehouden met de verwachte verhoudingsgewijze afname in behoefte aan dit type goederen als gevolg van branchevervaging?
12. Is er bij de planning van de detailhandelsvoorziening in de onderzochte Vinex-wijk rekening gehouden met de ontwikkeling dat winkels en daarmee ook winkelgebieden groter worden? Oftewel; wordt er in de onderzochte Vinex-wijk meer ruimte per winkel gereserveerd?
13. Is er bij de planning van de detailhandelsvoorziening in de onderzochte Vinex-wijk rekening gehouden met de ontwikkeling dat winkels voor volumineuze goederen naar de periferie verhuizen en deze winkels daar gemakkelijker standalone kunnen opereren? Oftewel; (a) is er bij de branchering en de omvang van de geplande totale oppervlakte verkoopp ruimte in de Vinex-wijk rekening gehouden met de afname in de behoefte aan volumineuze goederen aldaar; en (b) is er, voor zover relevant in licht van de locatie van de Vinex-wijk, ruimte gereserveerd voor winkels die standalone kunnen opereren?

14. Is er bij de planning van de detailhandelsvoorziening in de onderzochte Vinex-wijk rekening gehouden met de ontwikkeling dat winkels worden gerealiseerd op zogenaamde trafficlocaties? Oftewel; (a) wordt er in de onderzochte Vinex-wijk, indien er binnen de wijk sprake is van goed bereikbare locaties, expliciet ruimte geboden voor het realiseren van winkels op trafficlocaties; of (b) wordt er in de onderzochte Vinex-wijk, indien er binnen de wijk geen sprake is van goed bereikbare locaties, bij de omvang van de geplande totale oppervlakte verkoopruimte rekening gehouden met de verschuiving van winkels naar trafficlocaties?
15. Is er bij de planning van de detailhandelsvoorziening in de onderzochte Vinex-wijk rekening gehouden met de ontwikkeling dat winkels in de vorm van afhaallocaties in winkelgebieden dicht bij huis worden gerealiseerd? Oftewel; wordt er in de onderzochte Vinex-wijk expliciet ruimte geboden voor afhaallocaties, zowel in termen van oppervlak, als in termen van locaties?
16. Is er bij de planning van de detailhandelsvoorziening in de onderzochte Vinex-wijk rekening gehouden met de ontwikkeling dat winkels met keuzegevoelige producten verschuiven van centrale winkelgebieden naar de trafficlocaties en winkelgebieden dicht bij huis? Oftewel; is er bij de branchering en de omvang van de geplande totale oppervlakte verkoopruimte in de Vinex-wijk rekening gehouden met de verwachte toename in de behoefte aan keuzegevoelige producten aldaar?
17. Is er bij de planning van de detailhandelsvoorziening in de onderzochte Vinex-wijk rekening gehouden met de ontwikkeling dat de handel in minder keuzegevoelige producten in winkels afneemt? Oftewel; is er bij de branchering en de omvang van de geplande totale oppervlakte verkoopruimte in de Vinex-wijk rekening gehouden met de afname in de behoefte aan minder keuzegevoelige producten aldaar?

Voorgaande vragen zijn afgeleid uit de analyse uitgevoerd in dit hoofdstuk. Naast deze vragen is er nog een laatste vraag te stellen om de mate van toekomstbestendigheid te bepalen. Deze staat los van de analyse van de trends en het planningsprincipe van functionele hiërarchie. Het betreft de volgende vraag:

18. Is er bij de planning van de detailhandelsvoorziening in de onderzochte Vinex-wijk getracht de toekomstbestendigheid van de voorzieningen te vergroten door ruimte in te bouwen voor flexibiliteit in termen van (1) mogelijke alternatieve locaties voor detailhandel; (2) mogelijkheden voor toe- of afname in totale oppervlakte verkoopruimte; en/of (3) mogelijkheden voor toe- of afname in oppervlakte van individuele winkelpanden?

5. DETAILHANDELSSTRUCTUUR VINEX-WIJKEN

5.1 Inleiding

In dit hoofdstuk worden de detailhandelsstructuren van de drie Vinex-wijken Brandevoort, Meerhoven en Nesselande beschreven. De motivatie voor de keuze van deze wijken is reeds in hoofdstuk 1 gegeven. In figuur 7 is de ligging van de drie wijken in Nederland weergegeven. De drie wijken worden beschreven om een antwoord te geven op de volgende onderzoeksvragen: (1) 'Op welke principes en uitgangspunten is de detailhandelsstructuur in Vinex-wijken gebaseerd?' en (2) 'Wat is de mate van toekomstbestendigheid van de detailhandelsstructuur in Vinex-wijken?'. Per wijk wordt daartoe ten eerste een algemene wijkbeschrijving gegeven. Vervolgens zal worden ingegaan op de detailhandelsstructuur van de wijk, de detailhandelsstructuur van de gehele woonplaats waar het onderdeel van uitmaakt en de gedachte(n) achter het ontwerp van de detailhandelsstructuur van de wijk. Daarna vindt een analyse plaats. In deze analyse worden de toetsingsvragen uit hoofdstuk 4 systematisch beantwoord. Ten slotte volgt een conclusie van de analyse van de wijk. Het hoofdstuk wordt afgerond met een concluderende paragraaf waarin de overeenkomsten en verschillen tussen de drie wijken worden beschreven.

In de algemene wijkbeschrijving wordt eerst per wijk een opsomming van 'feiten en cijfers' gegeven, vervolgens een beschrijving in tekst. In het overzicht van de feiten en cijfers worden zaken zoals de jaartallen van planvorming en uitvoering en de woningaantallen benoemd. De beschrijving in tekst is met name gericht op het schetsen van het 'eigene' van een wijk en wordt aan de hand van twee thema's zo objectief mogelijk gegeven:

- Ligging in groter verband: een kenschets van de positie van de wijk in stadsgewestelijk verband met een overzicht van de afstanden tot omliggende centra, het wegennet en spoorstations;
- Hoofdropzet en karakteristiek van de wijk: een algemene typering van de wijk met een korte beschrijving van de elementen en voorzieningen die bijdragen aan het karakter van de wijk met aandacht voor de hoofdropzet van de wijk en een kenschets van de woonmilieus binnen de wijk. Tevens een korte kenschets van de stedenbouwkundige en architectonische karakteristiek van de wijk.

Na de algemene wijkbeschrijving volgt een beschrijving van de geplande detailhandelsstructuur van de wijk. Daarbij wordt ingegaan op de elementen die ook in hoofdstuk 4 zijn gebruikt; locatie en spreiding, omvang en aard. Aan de hand van deze elementen wordt beschreven hoe de geplande detailhandelsstructuur van de wijk er uit ziet.

Daarna wordt de detailhandelsstructuur van de woonplaats waarin de wijk zich bevindt beschreven. Ook deze beschrijving gebeurt aan de hand van de voorgenoemde elementen.

Zoals reeds in hoofdstuk 1 vermeld, zijn de gegevens over de aanwezige detailhandel in de woonplaatsen waarin de Vinex-wijken gesitueerd zijn, ontleend aan de Locatus Retailverkenner. Uit het databestand van Locatus is informatie gehaald over de locatie, de omvang en de aard van de winkelveorzieningen in de woonplaatsen zoals deze in de bestaande situatie aanwezig zijn.



Figuur 7: Ligging Brandevoort, Meerhoven en Nesselande in Nederland (bron: Lörzing et al., 2006)

Het geeft daarmee dus inzicht in de detailhandelsstructuur in de bredere omgeving van de Vinex-wijken. In Locatus is ook informatie beschikbaar over de detailhandelsstructuur zoals deze op dit moment aanwezig is in de Vinex-wijk. De focus voor wat betreft de Vinex-wijk ligt echter op de geplande detailhandelsstructuur en niet op de reeds aanwezige/gerealiseerde winkelvoorzieningen. Daarnaast is de detailhandel soms nog niet geheel gereed in de Vinex-wijk, waardoor de gegevens in Locatus af kunnen wijken van datgene wat in de Vinex-wijken gepland is en mogelijk in de toekomst zich in de wijk zal vestigen. Daarom worden de gegevens uit de Locatus Retailverkenner niet gebruikt voor de analyse van de detailhandelsstructuur in de Vinex-wijken.

Bij de beschrijving van de detailhandelsstructuur van de woonplaats worden niet alle winkelvoorzieningen die aanwezig zijn in de woonplaats en behoren tot de categorie 'Verspreide bewinkeling' meegenomen. Zoals gesteld in het vorige hoofdstuk bevinden de winkels in deze categorie zich niet per definitie in een woongebied, ze zijn zowel daarbinnen als daarbuiten gesitueerd. In dat hoofdstuk is de verspreide bewinkeling binnen een woongebied buiten beschouwing gelaten. Als er in dat hoofdstuk over winkels in de categorie 'Verspreide bewinkeling' wordt geschreven, worden daarmee zodoende de winkels buiten woongebieden, in de periferie, bedoeld. In dit hoofdstuk wordt anders omgegaan met de winkels in de categorie 'Verspreide bewinkeling'. Aangezien het hier om een analyse van de bestaande winkelstructuur in de woonplaats gaat, wordt er niet gekeken naar de locatie van de winkels, maar naar hun omvang. Het uitgangspunt dat winkels binnen een woongebied klein van omvang zullen zijn, wordt in dit hoofdstuk niet gehanteerd. Het uitgangspunt dat winkels met een geringe omvang van ondergeschikt belang zijn in de gehele detailhandelsstructuur van een woonplaats blijft wel overeind. Daardoor worden alleen de winkels vanaf een bepaalde omvang meegenomen in de analyse en blijven de kleinere stand-alone winkels in deze categorie buiten beschouwing. In Locatus zijn de winkels onderverdeeld in verschillende klassen qua omvang in m² wvo. Er is voor gekozen alleen de winkels in de klassen '800 < wvo ≤ 1600' en 'wvo > 1600' mee te nemen in de analyse in dit hoofdstuk.

In de paragraaf volgend op de beschrijving van de detailhandelsstructuur van de woonplaats wordt ingegaan op de gedachte(n) achter het ontwerp van de detailhandelsstructuur van de wijk. Aan de hand van detailhandelsnota's over het gemeentelijk detailhandelsbeleid en visiedocumenten zoals beeldkwaliteitsplannen, masterplannen en adviesrapporten over de visie op de structuur van de Vinex-wijk en de detailhandel daarbinnen, evenals bestemmingsplannen en raadsbesluiten en (indien beschikbaar) randvoorwaardennota's en startnotities wordt hier een beeld van gegeven. Om dit beeld te kunnen schetsen, wordt eveneens de informatie verkregen uit de gevoerde interviews met betrokken partijen vanuit gemeenten en projectontwikkelaars gebruikt. Ook de achterliggende gedachte zal aan de hand van de elementen locatie en spreiding, omvang en aard worden beschreven.

In de vijfde subparagraaf wordt bekeken wat de antwoorden zijn op de toetsingsvragen uit hoofdstuk 4 ten aanzien van de detailhandelsstructuur van de wijk. Dit wordt gedaan aan de hand van de informatie die in de voorgaande vier paragrafen is gegeven.

Deze beantwoording van de toetsingsvragen wordt zo veel mogelijk in samenhang met elkaar gedaan en niet voor iedere toetsingsvraag apart. Aan het eind van de paragraaf staat een tabel waarin wel per toetsingsvraag de conclusie wordt weergegeven. In deze tabel wordt eveneens per toetsingsvraag weergegeven of er expliciet rekening mee is gehouden, of er bewust tegen in wordt gegaan of dat er geen rekening mee is gehouden, maar het plan wel de flexibiliteit en ruimte biedt om het te accommoderen.

In een concluderende paragraaf wordt ten slotte beschreven in hoeverre de wijk toekomstbestendig is. Dit wordt bepaald aan de hand van de antwoorden op de vragen in de voorgaande paragraaf.

Uiteindelijk wordt na de drie paragrafen over de drie verschillende wijken een alles overkoepelende conclusie voor het hoofdstuk gegeven. Het antwoord op de onderzoeksvragen: (1) 'Op welke principes en uitgangspunten is de detailhandelsstructuur in Vinex-wijken gebaseerd?' en (2) 'Wat is de mate van toekomstbestendigheid van de detailhandelsstructuur in Vinex-wijken?' is in voorgaande paragrafen over de drie verschillende wijken gegeven. In de laatste paragraaf van het hoofdstuk met de overkoepelende conclusie wordt hierop terug geblikt en wordt een beschrijving gegeven van de overeenkomsten en verschillen tussen de drie Vinex-wijken voor wat betreft de antwoorden op deze twee vragen.

Voordat in de volgende paragraaf de eerste wijkanalyse beschreven wordt, verdient eerst een aantal begrippen dat in dit hoofdstuk gebruikt wordt nog een nadere toelichting. Dit vanwege de verschillende termen en begripsomschrijvingen die er in de diverse bronnen voor gebruikt worden en de noodzaak om in dit onderzoek een eenduidige begripsomschrijving te hanteren. Het betreft de volgende onderwerpen:

- voedings- en genotmiddelen / levensmiddelen;
- omschrijving van winkelgebieden;
- wvo versus bvo;

Per onderwerp zal hierna beschreven worden wat de verschillende termen en begripsomschrijvingen uit de diverse bronnen zijn, om vervolgens aan te geven hoe er in dit onderzoek mee omgegaan wordt.

Voedings- en genotmiddelen / levensmiddelen

In hoofdstuk 2 wordt gesproken over voedings- en genotmiddelen. Daar wordt in de rangorde van de functionele hiërarchie voor iedere categorie winkelgebied een percentage voedings- en genotmiddelen gegeven. Een categorie met deze benaming komt echter niet voor in Locatus, dus dient te worden bekeken welke categorie in Locatus hetzelfde inhoudt als voedings- en genotmiddelen.

Volgens het Centraal Bureau voor de Statistiek (www.cbs.nl) behoren de branches 'Supermarkten' en 'Speciaalzaken in voedings- en genotmiddelen' tot de winkels in voedings- en genotmiddelen. Daarbij is de branche 'Speciaalzaken in voedings- en genotmiddelen' weer onderverdeeld in de branches 'Winkels in aardappelen, groente en fruit', 'Winkels in vlees', 'Winkels in vis', 'Winkels in brood en banket (geen warme bakker)', 'Winkels in dranken', 'Winkels in tabaksproducten' en 'Winkels in kaas, reformartikelen, buitenlandse voeding'. Zoals in bijlage 2 te zien is, komt dit in Locatus overeen met de hoofdbranche 'Levensmiddelen'. Daar waar in het vervolg van dit hoofdstuk levensmiddelen staat, kan dus voedings- en genotmiddelen gelezen worden en vice versa.

Omschrijving winkelgebieden

Naast het bovengenoemde verschil bestaat er ook een verschil tussen de rangorde van de functionele hiërarchie en Locatus voor wat de benaming van de winkelgebieden. De categorieën zoals deze in de rangorde van de functionele hiërarchie (zie tabel 4 in hoofdstuk 2) worden genoemd, komen niet overeen met de categorieën zoals deze in Locatus voorkomen en in hoofdstuk 4 zijn beschreven. Daarom wordt er bij de

beantwoording van de toetsingsvragen niet zozeer naar de omschrijving van de winkelgebieden gekeken, maar wel naar de omvang daarvan.

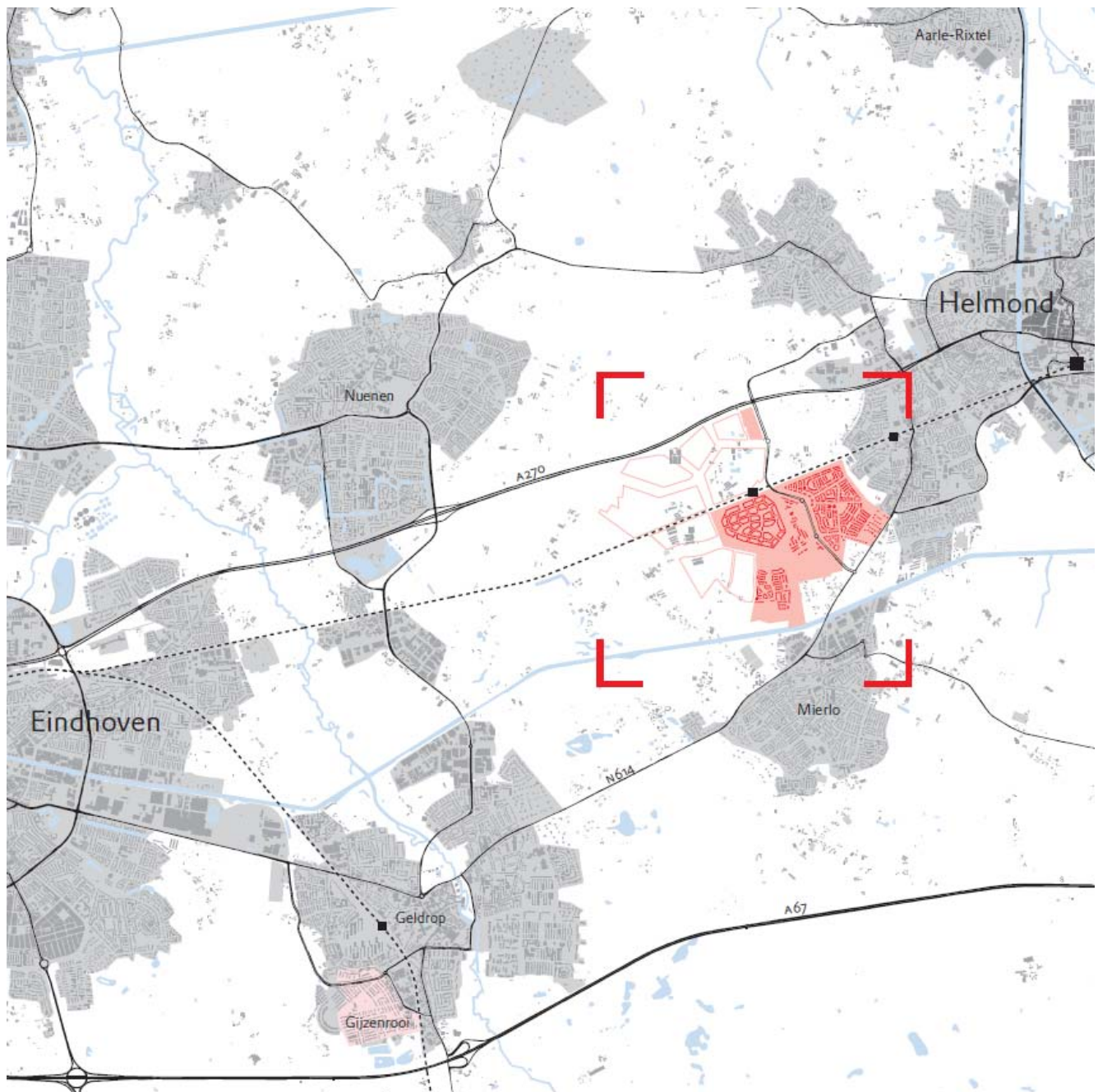
Wvo versus bvo

Locatus Retailverkenner geeft de winkel(verkoop)vloeroppervlakte (wvo) van winkelvoorzieningen. Het betreft de winkeloppervlakte die in gebruik is voor de directe verkoop van goederen. Ruimtes die in gebruik zijn als kantoor, kantine, toilet, magazijnruimte en dergelijke worden daarbij niet meegerekend. In het kader van de functionele hiërarchie wordt van verkoopruimte gesproken. Dit stemt overeen met de Locatus Retailverkenner en zodoende kunnen de gegevens uit Locatus en over de functionele hiërarchie één op één met elkaar vergeleken worden. In dit hoofdstuk worden de cijfers aangaande wvo uit Locatus voor de eenvoud en voor de overeenstemming met de functionele hiërarchie onder de noemer M² verkoopruimte gegeven.

In gemeentelijke beleidsstukken, bestemmingsplannen en dergelijke wordt in tegenstelling tot het bovenstaande over het algemeen gesproken over bruto vloeroppervlakte (bvo). Dit is de winkeloppervlakte inclusief de oppervlakten van de ruimtes die in gebruik zijn als kantoor, kantine, toilet, magazijnruimte en dergelijke. Om de cijfers uit de diverse stukken te kunnen vergelijken met de cijfers uit Locatus en uit de rangorde van de functionele hiërarchie, dient het bvo omgerekend te worden naar wvo. Daartoe wordt een verhouding van 100/80 aangehouden. Dit betekent dat het wvo 80% van het bvo betreft. Er worden in de praktijk diverse percentages voor deze verhouding gehanteerd en dit percentage van 80% is een gemiddelde daarvan (Bolt, 2003). In de paragraaf 'Analyse' waarin een antwoord wordt gegeven op de toetsingsvragen wordt alleen over wvo gesproken, in de voorgaande paragrafen kan er ook over bvo gesproken worden (zoals dat dan in de bronnen ook gedaan is), maar dit wordt dan altijd expliciet benoemd.

Ten slotte is voor de beantwoording van de toetsingsvragen informatie benodigd over welke branches uit Locatus in dit onderzoek tot bepaalde winkeltypen worden gerekend. Dit is in hoofdstuk 4 reeds gemotiveerd en beschreven en wordt hier in het kader van de leesbaarheid nog een keer herhaald:

- winkels met volumineuze goederen: doe-het-zelf, wonen en plant & dier;
- standalone winkels: doe-het-zelf, wonen, plant & dier, huishoudelijke & luxe artikelen en levensmiddelen;
- winkels met keuzegevoelige producten: warenhuis, kleding & mode, schoenen & lederwaren, juwelier & optiek, huishoudelijke & luxe artikelen, antiek & kunst, sport & spel, hobby, media en detailhandel overig;
- winkels met minder keuzegevoelige producten: plant & dier, bruin & witgoed, auto & fiets, doe-het-zelf, wonen, levensmiddelen en persoonlijke verzorging.



Figuur 8: Ligging Brandevoort in zijn omgeving (bron: Lörzing et al., 2006)

5.2 Brandevoort

5.2.1 Algemene wijkbeschrijving

Deze paragraaf geeft een algemene beschrijving van de Vinex-wijk Brandevoort te Helmond. Ten behoeve van deze beschrijving wordt eerst een overzicht van feiten en cijfers gegeven. Daarna volgt een beschrijving van de wijk aan de hand van twee thema's; 'Ligging in groter verband' en 'Hoofdopzet en karakteristiek van de wijk'. Bij deze beschrijving van Brandevoort ligt de nadruk op de bijzondere karakteristieken van de wijk.

FEITEN EN CIJFERS

Gemeente

Helmond

Stadsgewest

Eindhoven

Jaar definitief plan

1997

Bouwperiode

1999 - 2008 (1e fase);

2007 - 2017 (2e fase)

Aantal woningen

6.000 (incl. 2e fase)

Verdeling woningsegmenten

15% sociaal / 85% vrije sector

Aandeel vrije kavels

18%

Aandeel gestapelde bouw

15%

Bedrijven / kantoren

35 ha

Oppervlakte plangebied

390 ha (incl. 2e fase)

Gemiddelde dichtheid

±30 woningen/ha;

in De Veste ±50 woningen/ha,

daarbuiten ±20 woningen/ha

Ontwerp

Rob Krier (bureau Krier & Kohl);

Bureau Wissing (stedenbouw);

h+n+s, later Paul van Beek

Landschappen (landschap);

Grontmij Zuid (openbare inrichting)

Motto

'Wonen met Hart en Ziel';

ook 'Wonen in de sfeer van weleer',

'Modern leven in een klassieke sfeer'

en 'De mooiste wijk van Nederland'

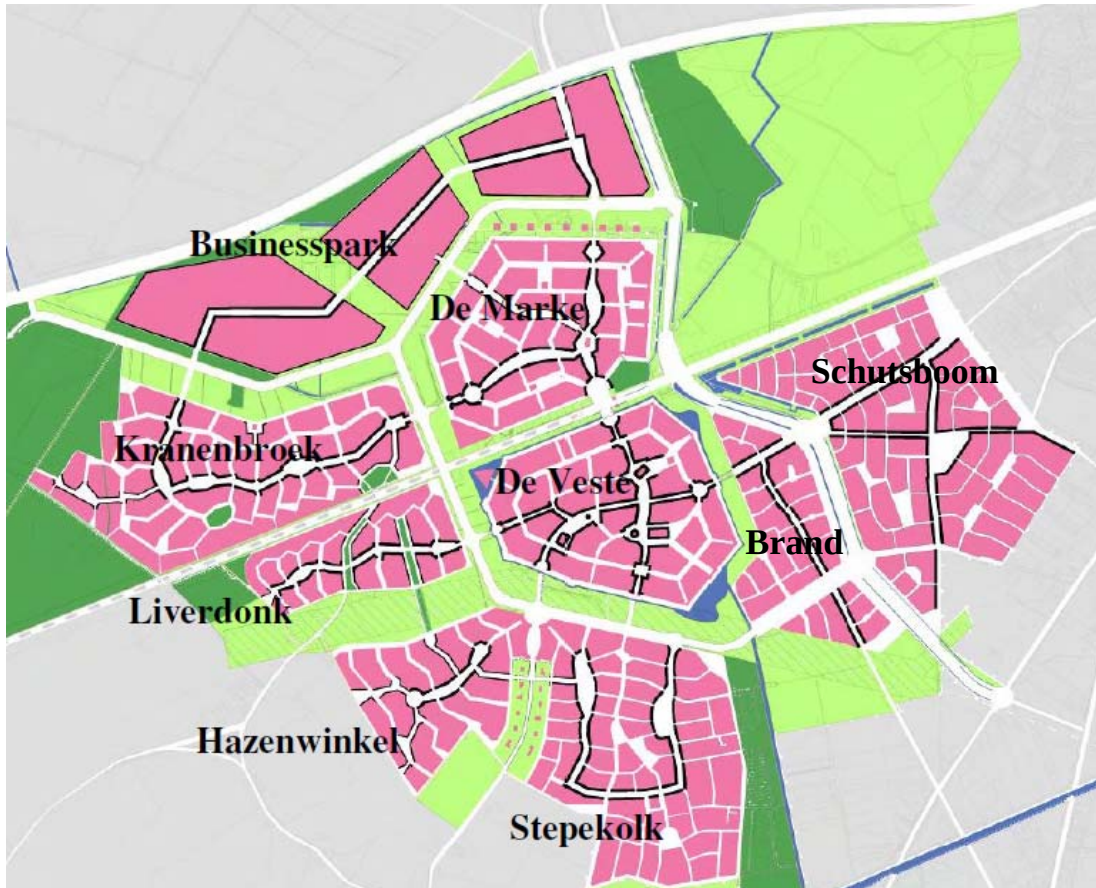
Bron: Lörzing et al., 2006

Ligging in groter verband

Brandevoort ligt ten westen van Helmond, tegen het bestaande stedelijk gebied van deze kern. Brandevoort ligt ten zuiden van de A270. Aan de zuidkant van Brandevoort ligt Mierlo. Brandevoort ligt midden in de zone tussen Eindhoven en Helmond. Het centrum van Helmond ligt op een afstand van circa 4 km van de wijk. Het centrum van Eindhoven is ten westen van de wijk, op een afstand van circa 10 km, gelegen. Ondanks dat Brandevoort aangrenzend aan het bestaand stedelijk gebied van Helmond is gesitueerd, heeft de wijk daar geen rechtstreekse autoverbindingen mee. Ook het aantal directe fietsverbindingen tussen Brandevoort en het aangrenzend stedelijk gebied is zeer beperkt. Oorspronkelijk is Brandevoort een buitenwijk van Helmond, echter doordat de belangrijkste ontsluitingswegen meer regionaal dan lokaal van aard zijn, is er sprake van een relatief geïsoleerde ligging.

De stadsregionale weg tussen Eindhoven en Helmond (A/N270) zorgt voor de aansluiting van de wijk op het lokale en regionale wegennet. De aansluiting van de wijk op het rijkswegennet vindt plaats middels de A67, deze is op een afstand van circa 11 km gelegen.

De wijk heeft een treinstation (een zogenaamde voorstadhalte) 'Helmond – Brandevoort' waarmee het aangesloten is op het spoorwagennet. In de omgeving zijn twee intercitystations; in Helmond en in Eindhoven. De wijk is niet aangesloten op hoogwaardig openbaar vervoer (Lörzing et al., 2006). In figuur 8 is de ligging van Brandevoort in zijn omgeving weergegeven.³



Figuur 9: Hoofdopzet Brandevoort (bron: gemeente Helmond, 2011)

Hoofdopzet en karakteristiek van de wijk

Brandevoort is een middelgrote Vinex-wijk in historiserende sfeer, gebaseerd op oude Brabantse stadjes en dorpen zoals Heusden, Hilvarenbeek en Oirschot. De oude stadjes en dorpen zijn niet alleen voor de architectuur van de wijk als referentie gebruikt, ook de stedenbouwkundige hoofdopzet van het plan is hier op gebaseerd (Lörzing et al., 2006). Brandevoort is een afzonderlijk herkenbare eenheid binnen het stedelijke netwerk. De hoofdstructuur van Brandevoort wordt gekenmerkt door een duidelijk onderscheiden kern (De Veste) met de karakteristieken van een compact historisch vestingstadje, omgeven door een ruime groene singel en omringd door een krans van buurten (de Buitens) met

³ De bebouwing van de eerste fase van de wijk (overeenkomend met de Vinex-periode) is nauwkeurig ingetekend in de figuur. De bebouwing van de tweede fase is enkel globaal aangeduid.

een meer tuinstadachtige opzet. In figuur 9 is de hoofdropzet van de wijk weergegeven. De voorzieningen in de wijk zijn voornamelijk gesitueerd in De Veste. De omliggende buurten zijn vooral gericht op 'rustig wonen' (Lörzing et al., 2006). In het noordwesten maakt het bedrijventerrein 'Businesspark Brandevoort' deel uit van Brandevoort. Het bedrijventerrein is een ruim van groen voorzien bedrijvenpark met los van elkaar staande bedrijfsgebouwen met een representatief uiterlijk (Lörzing et al., 2006).

In De Veste is met circa 50 woningen per hectare sprake van een hoge woningdichtheid. Dit feit, samen met de concentratie van voorzieningen en woonwerkgelegenheden, bepaalt de identiteit van het centrum. Om de sfeer van een vestingstadje te creëren, zijn in het centrum van de wijk diverse stedenbouwkundige en architectonische middelen gebruikt. De combinatie van redelijk smalle straten, middelhoge bebouwing en gevarieerde gevels in De Veste levert een zeer compact-stedelijk beeld op (Lörzing et al., 2006).

Rond De Veste ligt een aantal woonbuurten zoals Schutsboom aan de oostkant, Kranenbroek aan de westzijde en Stepekolk in het zuiden. Deze buurten hebben een meer dorps karakter en zijn dan ook heel anders dan De Veste: de bebouwing is lager, minder compact en er zijn veel twee-onder-één-kap woningen gesitueerd. In deze buurten is sprake van een groen-stedelijk woonmilieu (Lörzing et al., 2006).

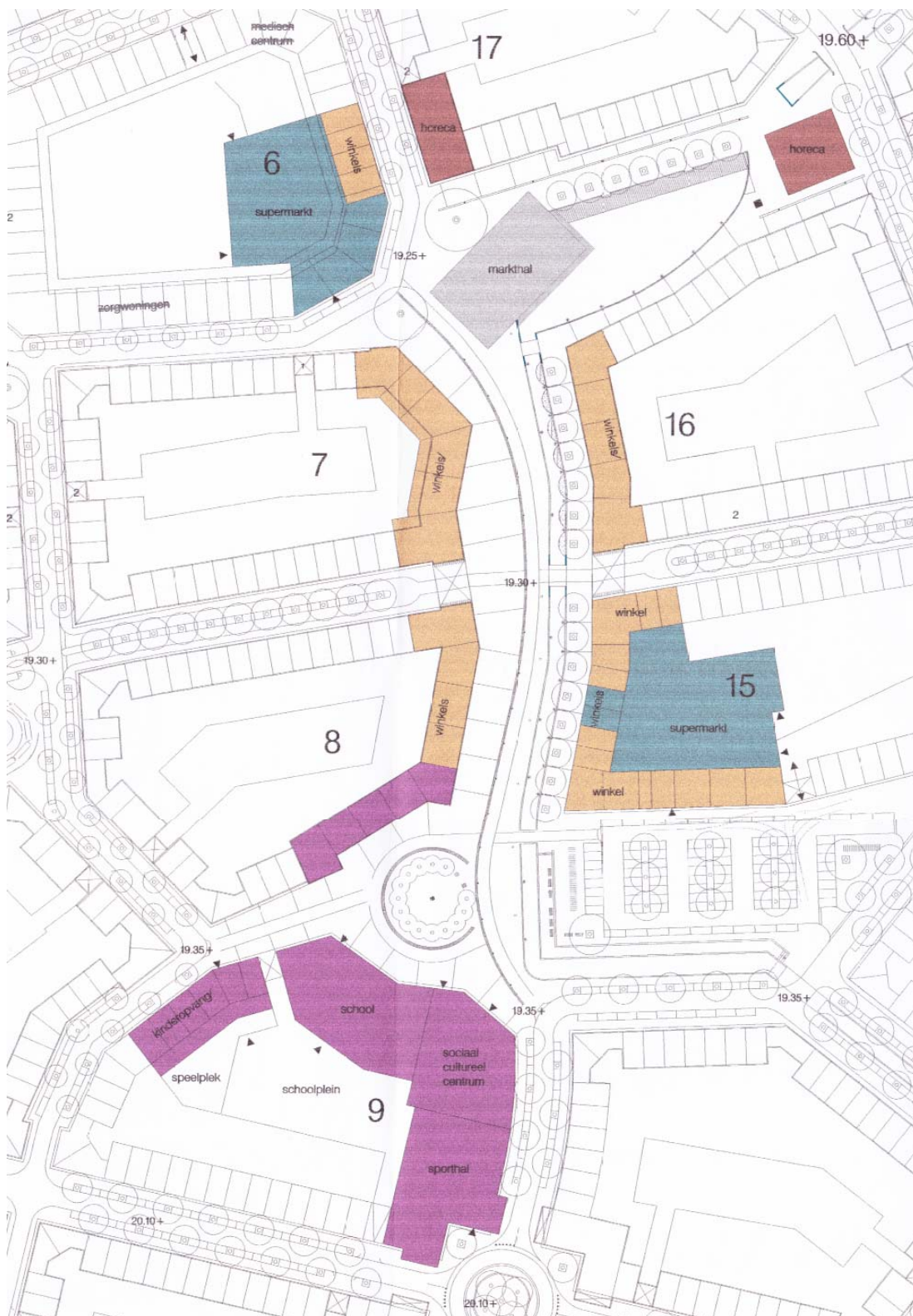
5.2.2 Detailhandelsstructuur van de wijk

Deze paragraaf geeft informatie over de geplande detailhandelsstructuur in Brandevoort. Dit aan de hand van de thema's locatie en spreiding, omvang en aard.

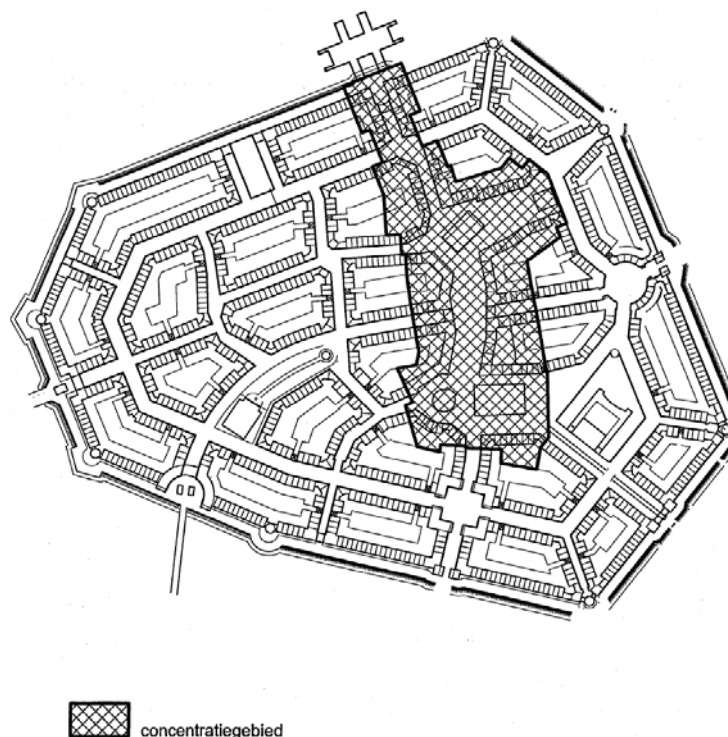
Locatie en spreiding

Zoals in de omschrijving van de hoofdropzet en karakteristiek van de wijk reeds gesteld is, bevinden de voorzieningen in de wijk zich voornamelijk in De Veste. De Veste is hét centrum van Brandevoort, het onderscheidt zich van de rest van de wijk door de combinatie van wonen, winkels, horeca, dienstverlenende commerciële en maatschappelijke voorzieningen en woon-werkcombinaties (Grontmij, 2010).

Om de gewenste levendigheid in het gebied rond de Markt in De Veste te verkrijgen en om hinder voor het wonen elders in De Veste te voorkomen worden detailhandel, horecadoeleinden en kleinschalige kantoren en praktijkruimten geconcentreerd in een centrale voorzieningszone. Daartoe is in het bestemmingsplan '4^e Partiële herziening Brandevoort I' een figuur opgenomen (zie figuur 10). In deze figuur is de centrale voorzieningszone aangeduid als concentratiegebied. In de voorschriften van het bestemmingsplan is opgenomen dat winkels (en ook andere voorzieningen) zich alleen binnen dit concentratiegebied, dat zich dus in het centrum van de Veste aan de Markt bevindt, mogen vestigen (Bureau Wissing b.v., 2003). Buiten het concentratiegebied zijn detailhandelsvoorzieningen dus niet aan de orde (Grontmij, 2010).



Figuur 11: Locatie en spreiding winkels in Brandevoort (bron: gemeente Helmond, 2002)



Figuur 10: Figuur met concentratiegebied voor voorzieningen (bron: Bureau Wissing b.v., 2003)

Conform de voorschriften van het bestemmingsplan is perifere detailhandel niet mogelijk binnen het concentratiegebied in de Veste. Aangezien detailhandel buiten het concentratiegebied ook niet is toegestaan, betekent dit dat de vestiging van perifere detailhandelsvoorzieningen nergens in Brandevoort mogelijk is. De gemeente Helmond definieert perifere detailhandel, in aansluiting op de definitie die in dit onderzoek is gehanteerd, als detailhandel in brand- en explosiegevaarlijke stoffen en goederen, auto's, boten en caravans, tuincentra, bouwmarkten, detailhandel in grove bouwmaterialen (met inbegrip van tegels en bestrating), keukens en sanitair alsmede woninginrichting (met inbegrip van meubelen) die vanwege de aard en omvang van de gevoerde artikelen een groot oppervlak nodig hebben voor de uitstalling (Gemeente Helmond, 2011).

Uit het Masterplan dat is opgesteld voor de wijk blijkt dat binnen het concentratiegebied de winkels, horeca en andere voorzieningen zich dienen te concentreren rond het centrale plein aan de Plaetse⁴ (Rob Krier en Christoph Kohl Architekten, 2006). In de eerste ideevorming werd door de heer Krier (bureau Rob Krier en Christoph Kohl Architekten, mede verantwoordelijk voor het ontwerp van Brandevoort) al voorgesteld de bewinkeling te spreiden langs de Plaetse met een zwaar accent op het centrale plein (Gemeente Helmond, 2002). Voortbordurend op deze gedachte dient het centrum volgens de visie van de supervisors van het plan Brandevoort (zij zijn mede verantwoordelijk voor het ontwerp van Brandevoort) ingericht te worden volgens het zogenaamde haltermodel. Dit betekent dat het centrum opgespannen dient te worden tussen een noordelijke en een zuidelijke halter. Daarbij vormen het station en de supermarkt aan de noordzijde van het

⁴ De Plaetse is de straat die in noord-zuid richting dwars door het concentratiegebied loopt. Het betreft dus de centrale as door het concentratiegebied.

concentratiegebied enerzijds en het multifunctioneel centrum en de tweede supermarkt in het zuiden van het concentratiegebied anderzijds de halters c.q. trekkers aan de uiteinden. Tussen de halters is er ruimte voor detailhandel en horeca (Gemeente Helmond, 2002). In figuur 11 is deze visie op de locatie en spreiding van de winkels (en andere voorzieningen) binnen het concentratiegebied weergegeven. Voor de detailhandel geldt dat deze uitsluitend op de begane grond is toegelaten, uitgezonderd additionele voorzieningen zoals opslagruimten (Gemeente Helmond, 2011).

Omvang

Het bedrijfsvloeroppervlak (bvo) ten behoeve van detailhandel mag ten hoogste 4.000 m² bedragen (Bureau Wissing b.v., 1999). Uitbreiding met 2.000 m² bvo is via een vrijstellingsbevoegdheid in het bestemmingsplan mogelijk gemaakt om de verwachte groei van het winkelapparaat te kunnen opvangen (Bureau Wissing b.v., 2003).

Rekening houdend met de bvo/wvo verhouding zoals in de inleiding van dit hoofdstuk besproken, komt het bovenstaande neer op een winkel(verkoop)vloeroppervlak van maximaal 3.200 m² zonder vrijstelling en 4.800 m² met vrijstelling.

Aard

Uitgangspunt voor de functionele structuur vormt de realisering van de woonfunctie met een daarop afgestemd voorzieningenniveau. Het beleid is erop gericht dat de voorzieningen enerzijds dienen te zijn afgestemd op de primaire levensbehoefte en anderzijds op de omvang en het karakter van de wijk Brandevoort (Bureau Wissing b.v., 1999).

De realisatie van perifere detailhandel is, zoals reeds gesteld onder het kopje locatie en spreiding, uitgesloten in Brandevoort. Conform de visie van de supervisors dienen er twee supermarkten in het concentratiegebied gerealiseerd te worden (Gemeente Helmond, 2002).

5.2.3 Detailhandelsstructuur van de woonplaats

Zoals in paragraaf 5.2.1 reeds is vermeld, ligt de wijk Brandevoort in Helmond. In deze paragraaf wordt ingegaan op de gehele bestaande detailhandelsstructuur van deze woonplaats.

Locatie en spreiding

In tabel 7 is een overzicht weergegeven van de winkelgebieden die in de woonplaats gesitueerd zijn. Het betreft een 13 tal centra. Daarbij is sprake van slechts één centraal winkelgebied en deze behoort tot de categorie 'Hoofdwinkelgebied klein'. Het betreft het centrum van Helmond, dat hiermee aan de top van de hiërarchie staat. Daarnaast zijn er 11 ondersteunende winkelgebieden, te weten één supermarktcentrum, één buurtcentrum en negen winkelcentra die tot de categorie 'Wijkcentrum klein' behoren. Ten slotte is er één grootschalige concentratie in Helmond aanwezig.

Naast bovengenoemde winkelcentra is er ook verspreide bewinkeling in Helmond aanwezig. Dit betreft 20 vestigingen die een winkelvloeroppervlak van meer dan 800 m² hebben. Deze winkels bevinden zich voornamelijk binnen de bestaande woonwijken, namelijk 11 van de 20 winkels. Slechts twee voorzieningen bevinden zich buiten de bebouwde kom. Zeven winkels zijn op een bedrijventerrein gesitueerd.

De locaties van de verschillende winkelcentra en verspreid gelegen winkels zijn in figuur 12 ingetekend (zie bijlage 3). De nummers van de winkelcentra in de figuur corresponderen met de nummers in tabel 7, bij de verspreide bewinkeling corresponderen de cijfers in de figuur met die in tabel 9.

Nr.	Winkelgebied	Winkelgebiedshoofdtype	Winkelgebiedstypering
1.	Centrum Helmond	Centraal	Hoofdwinkelgebied klein
2.	Brouwhorst	Ondersteunend	Wijkcentrum klein
3.	Combicentrum	Ondersteunend	Wijkcentrum klein
4.	De Bus	Ondersteunend	Wijkcentrum klein
5.	Dorpsstraat Stiphout	Ondersteunend	Wijkcentrum klein
6.	Heistraat	Ondersteunend	Wijkcentrum klein
7.	Hoofdstraat	Ondersteunend	Wijkcentrum klein
8.	Steenweg	Ondersteunend	Wijkcentrum klein
9.	Straakven	Ondersteunend	Wijkcentrum klein
10.	Vondellaan	Ondersteunend	Wijkcentrum klein
11.	Lucas Gallery	Ondersteunend	Buurtcentrum
12.	Azalealaan	Ondersteunend	Supermarktcentrum
13.	Engelseweg	Overig	Grootschalige concentratie

Tabel 7: Winkelgebieden in Helmond, met typering conform Locatus (Bron: Locatus, 2011)

Omvang

In tabel 8 is de omvang van de 13 winkelgebieden en de totale omvang van alle winkels in de categorie 'Verspreide bewinkeling' tezamen weergegeven, zowel in aantal winkels als in m² wvo.

Het centrum van Helmond is, gezien het aantal winkels en het aantal m² wvo, het belangrijkste winkelcentrum in Helmond. De negen kleine wijkcentra zijn vrijwel allemaal van vergelijkbare omvang, zowel in aantal winkels als in aantal m² wvo. Daarbij zijn de centra Straakven en Vondellaan net iets kleiner dan hun zeven 'soortgenoten'. Voor wat betreft de centra Lucas Gallery en Azalealaan is in hun omvang duidelijk terug te zien dat zij tot andere winkelgebiedstypen behoren dan de andere negen ondersteunende winkelcentra. Daarbij is het verschil tussen het buurtcentrum en het supermarktcentrum duidelijk waar te nemen: terwijl er één winkel meer zit in het buurtcentrum Lucas Gallery dan in het supermarktcentrum Azalealaan, is het supermarktcentrum qua m² wvo juist circa vijf keer groter dan het buurtcentrum. Uit de cijfers van het winkelgebied Engelseweg is duidelijk af te leiden dat het hier een grootschalige concentratie betreft. Het bevat slechts 13 winkels, terwijl de oppervlakte 25.747 m² wvo betreft. In vergelijking met het centrum van Helmond met 187 winkels en een oppervlakte van 33.152 m² wvo is er in het winkelgebied Engelseweg sprake van grote winkels.

Winkelgebied	Aantal winkels	m ² verkoopruimte	Waarvan (m ²) voedings- en genotmiddelen
Centrum Helmond	187	33.152	5%
Brouwhorst	20	3.748	65%
Combicentrum	24	3.822	38%
De Bus	17	3.477	64%
Dorpsstraat Stiphout	20	4.561	23%
Heistraat	23	2.403	30%
Hoofdstraat	16	3.688	59%
Steenweg	20	2.090	10%
Straakven	12	1.874	62%
Vondellaan	11	2.293	59%
Lucas Gallery	5	290	21%
Azalealaan	4	1.378	95%
Engelseweg	13	25.747	0%
Verspreide bewinkeling	20	37.960	15%

Tabel 8: Omvang en aard winkelgebieden in Helmond (Bron: Locatus, 2011)

Voor wat de omvang van de verspreide bewinkeling geven de cijfers in tabel 8 slechts een totaalcijfer van de omvang in m² wvo. Daaruit blijkt dat de winkels gemiddeld een oppervlakte van circa 1.900 m² bvo per winkel hebben. In tabel 9 wordt per winkel in de categorie 'Verspreide bewinkeling' weergegeven wat de omvang daarvan is. Daaruit blijkt dat het gemiddelde van 1.900 m² wordt veroorzaakt door enkele uitschieters en dat de oppervlakten van de winkels variëren tussen 910 en 5.900 m² wvo.

Nr.	m ² verkoopruimte	Hoofdbranche	Nr.	m ² verkoopruimte	Hoofdbranche
1.	970	Huish. & Luxe Ar	11.	995	Doe-Het-Zelf
2.	3.902	Levensmiddelen	12.	1.012	Wonen
3.	878	Levensmiddelen	13.	1.700	Wonen
4.	2.000	Plant & Dier	14.	5.900	Wonen
5.	3.500	Plant & Dier	15.	1.650	Wonen
6.	1.500	Plant & Dier	16.	830	Wonen
7.	910	Levensmiddelen	17.	2.320	Wonen
8.	1.100	Wonen	18.	920	Wonen
9.	1.273	Wonen	19.	3.500	Plant & Dier
10.	1.100	Wonen	20.	2.000	Plant & Dier

Tabel 9: Omvang en aard verspreide bewinkeling in Helmond (Bron: Locatus, 2011)

Aard

Zowel in tabel 8, als in tabel 9 en tabel 10 is informatie opgenomen over de aard van de winkelgebieden en de verspreide bewinkeling in Helmond.

Uit tabel 8 blijkt dat in het centrum van Helmond zeer weinig voedings- en genotmiddelen te koop zijn. In de 11 ondersteunende winkelcentra is enige diversiteit te zien in het percentage winkels in voedings- en genotmiddelen dat er aanwezig is. Vijf winkelcentra bestaan voor circa 60% uit winkels in deze categorie. Van de overige winkelcentra heeft één winkelcentrum een zeer opvallend percentage. Het betreft het winkelcentrum Azalealaan, dat voor 95% uit winkels in de voedings- en genotmiddelen bestaat. Dit betreft dan ook een supermarktcentrum. De overige vijf winkelgebieden hebben een percentage dat veel lager ligt dan voornoemde centra. In het winkelgebied Engelseweg zijn, conform de verwachting, helemaal geen winkels in de categorie voedings- en genotmiddelen aanwezig en uit de cijfers voor de verspreide bewinkeling blijkt dat er één of enkele winkels in deze branche verspreid in Helmond aanwezig zijn.

Winkelgebied	Qua m ² wvo meest voorkomende branches per winkelgebied		
Centrum Helmond	Kled. & Mode: 38%	Schoen & Lederw.: 12%	
Brouwhorst	Levensm.: 65%		
Combicentrum	Levensm.: 38%	Doe-Het-Zelf: 32%	
De Bus	Levensm.: 64%		
Dorpsstraat Stiphout	Hobby: 53%	Levensm.: 23%	
Heistraat	Levensm.: 30%	Detailh. Ov.: 26%	Hobby: 20%
Hoofdstraat	Levensm.: 59%	Pers. Verzorging: 15%	
Steenweg	Kled. & Mode: 36%	Sport & Spel: 22%	
Straakven	Levensm.: 62%	Doe-Het-Zelf: 15%	Detailh. Ov.: 11%
Vondellaan	Levensm.: 59%	Kled. & Mode: 14%	
Lucas Gallery	Wonen: 41%	Plant & Dier: 38%	Levensm.: 21%
Azalealaan	Levensm.: 95%		
Engelseweg	Wonen: 64%	Doe-Het-Zelf: 35%	

Tabel 10: Aard winkelgebieden in Helmond (Bron: Locatus, 2011)

Uit tabel 10 volgt een nadere verklaring voor de cijfers uit tabel 8. In deze tabel is namelijk te zien welke branches qua m² wvo het meest voorkomen in de diverse winkelgebieden. Daarbij zijn alleen de branches met een percentage van meer dan 10 opgenomen in de tabel. Daarnaast zijn alleen de drie grootste branches per winkelgebied in de tabel genoteerd. In het centrum van Helmond komen, conform de verwachting, winkels in de branches kleding & mode en schoenen & lederwaren het meest voor. In de winkelgebieden waar circa 60% van de winkels tot de categorie voedings- en genotmiddelen behoort, zijn de winkels in de overige branches in die winkelgebieden van beperkte omvang. Dit geldt ook voor het winkelgebied Azalealaan dat voor 95% uit winkels in voedings- en genotmiddelen bestaat. De branches die zich naast de Levensmiddelenbranche in de winkelgebieden bevinden, zijn overigens bij alle winkelgebieden anders. Het betreft persoonlijke verzorging, doe-het-zelf en kleding &

mode. De overige ondersteunende winkelgebieden waarbij het percentage winkels in de branche levensmiddelen lager ligt, bestaan vaak voor een zeer groot deel uit andere branches. In de winkelgebieden Dorpsstraat Stiphout, Steenweg en Lucas Gallery zijn de winkels in die andere branches zelfs groter dan de winkels in de branche Levensmiddelen. Ook hierbij geldt dat deze andere branches die aanwezig zijn, bij ieder winkelgebied anders zijn. In het winkelgebied Engeleseweg zijn, conform de verwachting, winkels in de branches wonen en doe-het-zelf het meest voorkomend.

Zoals gesteld bleek uit tabel 8 dat er één of enkele winkels in de categorie voedings- en genotmiddelen in de verspreide bewinkeling aanwezig zijn. Uit tabel 9 is op te maken dat dit drie winkels zijn, één met een flinke omvang van 3.902 m² wvo en twee met een beperkte omvang van circa 900 m² wvo. Daarnaast blijkt uit tabel 9 dat de branche wonen met tien winkels en een gezamenlijke oppervlakte van 17.805 m² wvo het meest vertegenwoordigd is. Daarop volgt de branche plant & dier met vijf winkels en een oppervlakte van 12.500 m² wvo. Ten slotte zijn in de branches huishoudelijke & luxe artikelen en doe-het-zelf ieder één winkel aanwezig in de categorie verspreide bewinkeling.

5.2.4 Gedachten achter het plan

In deze paragraaf worden de gedachten achter het plan voor Brandevoort uiteengezet. Daartoe wordt de informatie uit diverse (beleids)stukken en daarnaast de relevante informatie verkregen uit de interviews beschreven.

Masterplan, startnotitie en beeldkwaliteitsplan voor Brandevoort

In het Masterplan wordt het planconcept voor Brandevoort als volgt verwoordt: 'Het nieuwe Brandevoort wordt een zelfstandig dorp. Een moderne vertaling van een klassieke nederzetting tussen de stad en het landschap' (Rob Krier en Christoph Kohl Architecten, 2006, pag. 14). Uitgangspunt voor Brandevoort is dat de basisvoorzieningen aan de eigen behoefte voldoen. Dit beantwoordt aan het concept van een eigen identiteit en een eigen stadje. Deze voorzieningen worden opgenomen in De Veste en concentreren zich daarbij rond de Plaetse. Hier zullen de winkelvoorzieningen geconcentreerd worden. Het zorgt voor een herkenbaar hart waar gewinkeld kan worden. Door de clustering ontstaat een positieve wisselwerking, wat het economisch draagvlak vergroot (Rob Krier en Christoph Kohl Architecten, 2006).

De visie van de supervisoren dat het centrum ingericht dient te worden volgens het haltermodel is gebaseerd op de mening dat de noord-zuid-as in de Veste (station – het centrale plein aan de Plaetse) een essentiële verbinding is in de verkeersrelatie tussen onder meer de (toekomstige) bedrijvigheid en woningbouw aan de noordzijde van het spoor en het centrum en de woningbouw ten zuiden van het spoor. Deze verbinding is naar de mening van de supervisoren de drager van de centrumactiviteiten in Brandevoort. Met de situering van de voorzieningen hebben de supervisoren nadrukkelijk rekening gehouden met de ontsluitingsstructuur van Brandevoort (Gemeente Helmond, 2002).

In het beeldkwaliteitsplan voor Brandevoort wordt aangegeven dat het ontwerp voor Brandevoort een hoge mate van flexibiliteit in gebruik en functies biedt. Multifunctionaliteit in de bebouwing, met name in de Veste, en de openbare ruimte is uitgangspunt. In de winkelzone rond het plein en in de hoofdstraten is het streven naar een begane grondlaag met een hoogte van minimaal drie meter. Deze verdiepingshoogte

schept de mogelijkheid voor multifunctioneel gebruik en functiewijziging (Bureau Wissing b.v., 1998).

Detailhandelsbeleid van de gemeente Helmond

De gemeente Helmond heeft haar detailhandelsbeleid vastgelegd in de 'Kadernotitie detailhandel; werk maken van detailhandel'. Doel van de gemeente met het detailhandelsbeleid is het op een evenwichtige, integrale en perspectiefvolle wijze versterken van de totale bestaande stedelijke detailhandelsstructuur van Helmond met het centrum voorop om daarmee de centrumpositie van Helmond als winkelstad verder te versterken. Daarnaast heeft de gemeente tot doel bij te dragen aan een verbetering van de winkelvoorzieningen op buurt- en wijkniveau en daarmee van de leefbaarheid in het bijzonder (Gemeente Helmond, 2005).

In de nota worden de detailhandelsstructuur in de gemeente en de uitgangspunten daaromtrent als volgt omschreven: 'Het algemene Helmondse detailhandelsaanbod gaat uit van een ruimtelijke hiërarchie van winkelvoorzieningen. Aan de top staat het stadscentrum met het kernwinkelapparaat en aan de basis de wijk- en buurtwinkelcentra. Uitgangspunt is dat iedereen de dagelijkse levensbehoeften in de eigen buurt of wijk moet kunnen kopen. Dat is van groot belang voor de leefbaarheid van de wijken en buurten. Voor de meeste andere goederen is een groter draagvlak vereist. Hiervoor kan men voor een breder en gespecialiseerd aanbod in het centrum terecht. Tevens is er de mogelijkheid voor meer doelgericht winkelen op perifere locaties' (Gemeente Helmond, 2005, pag. 6).

In het gemeentelijk detailhandelsbeleid heeft de versterking van het centrum van Helmond de hoogste prioriteit. Dit is mede ingegeven door het feit dat het huidige centrum haar positie als dé winkelstad van de Peelregio nog onvoldoende inneemt (Gemeente Helmond, 2005).

Om deze versterking van het centrum van Helmond te bewerkstelligen, kiest de gemeente ervoor om naast de uitbreidingen in de (kleinschalige) detailhandel ook zo veel mogelijk vormen van grootschalige detailhandel in de non-foodsector in het centrum te accommoderen. Branches die volgens de gemeente passen binnen deze grootschalige detailhandelsvormen zijn schoeisel, confectie en textiel, elektrotechnische artikelen, huishoudelijke en luxe artikelen, warenhuis en persoonlijke verzorging. De gemeente heeft dus niet een locatie met het zogenaamde GDV-aanbod buiten de bestaande winkelgebieden gepland, maar biedt deze vormen van grootschalige detailhandel (met een minimale oppervlakte van 1.000 m² bvo) vestigingsmogelijkheden in het centrum van Helmond (Gemeente Helmond, 2005).

De gemeente zet voor wat betreft de detailhandel in de wijk- en buurtwinkelcentra de huidige beleidskoers, die uitgaat van de bestaande balans van goed functionerende centra dicht bij de consument, voort. Het beleid van de gemeente Helmond is gericht op het zorgdragen voor de kwaliteit van de detailhandelsvoorzieningen in de wijken. De gemeente richt zich op het moderniseren van de wijk- en buurtwinkelcentra en daarmee op het verbeteren van de economische vitaliteit. De gemeente breidt het aantal m² detailhandel in de bestaande buurt- en wijkwinkelcentra de komende jaren niet uit aangezien zij daar op basis van de voorziene bevolkingsgroei van Helmond onvoldoende distributieve ruimte voor ziet (Gemeente Helmond, 2005).

In relatie tot de opkomst van grootschalige supermarkten van circa 3.500 – 4.000 m² bvo kiest de gemeente er voor om te volstaan met één grootschalige supermarkt in het centrum. Zij verwacht dat het toevoegen van meer van dit soort grootschalige supermarkten zou kunnen leiden tot een duurzame ontwrichting van de bestaande detailhandelsstructuur en dat is niet conform het beleid van de gemeente (Gemeente Helmond, 2005).

Voor wat betreft perifere detailhandel stelt de gemeente in haar nota dat alleen detailhandel uit de categorieën auto's, boten, caravans, grote bouwmaterialen, brand en explosiegevaarlijke stoffen, keukens, badkamers, sanitair, bouwmarkten, tuincentra en woninginrichting zich perifeer mag vestigen. De reguliere PDV-ontwikkelingen zullen in principe plaats dienen te vinden aan de Engelseweg en daarbij wordt globaal circa 1.500 m² bvo aangehouden als minimummaat (Gemeente Helmond, 2005).

Interview gemeente

Er heeft een gesprek plaatsgevonden met de heer J. van der Geest, projectleider binnen de afdeling Stedelijke ontwikkeling en Beheer van de gemeente Helmond. Hieronder volgt een omschrijving van de van belang zijnde elementen uit dit interview.

Voor wat betreft de omvang en aard van het winkelcentrum in Brandevoort is het doel voor de gemeente Helmond heel duidelijk, zo geeft de heer van der Geest aan. Het is de bedoeling dat het een wijkwinkelcentrum wordt, ondergeschikt aan het stadscentrum. Bewoners dienen er hun dagelijkse boodschappen te doen. Voor de meer recreatieve boodschappen dient men naar het stadscentrum te gaan en de doelgerichte aankopen moet men op de PDV-locatie aan de Engelseweg doen. Daarbij is 'dagelijks' overigens nog wel een redelijk ruim begrip volgens de heer van der Geest, aangezien een winkel zoals Blokker, Hema of een textielsuper daar ook nog onder wordt geschaard. Maar het is niet de bedoeling dat allerlei boetiekjes, kledingzaken, schoenwinkels en dergelijke zich gaan huisvesten in de Veste. Als een enkele winkel van dat type zich in het centrum vestigt als opvulling dan is dat geen probleem, maar het is niet de bedoeling dat het karakter van het winkelcentrum te veel op dat van het centrum van Helmond gaat lijken.

De gemeente heeft zichzelf namelijk tot doel gesteld het stadscentrum van Helmond een impuls te geven. Dan moeten consumenten niet weggetrokken worden naar Brandevoort. Brandevoort heeft wel de uitstraling waardoor het dat wel voor elkaar zou kunnen krijgen, zo geeft de heer van der Geest aan. De wijk trekt veel bezoekers en een bewinkeling die daar bij zou passen, zou een deel van de bezoekers uit het centrum weg kunnen trekken. Dat is de angst van de gemeente waardoor zij terughoudend is met het aantal m² wvo en de branchering die zij toestaat.

Qua locatie is de heer van der Geest van mening dat in Brandevoort op de juiste manier een winkelcentrum ontwikkeld wordt. Hij ziet niets in een winkelcentrum langs de snelweg. Naar zijn idee heb je aan de ontwikkeling van winkelvoorzieningen aan de rand van de stad niet zo veel, afgezien van de arbeidsplaatsen. In Nederland moeten de stadscentra in ere worden gehouden vindt hij want het zijn de mooiste plekken van een stad. De huidige winkelstructuur moet behouden blijven.

Aangaande de mogelijkheden voor verandering van het detailhandelsaanbod is er in Brandevoort weinig ruimte, zo geeft de heer van der Geest aan. Er zijn weinig mogelijkheden om extra detailhandelsvoorzieningen te realiseren, aangezien het winkelcentrum niet vrij ligt maar opgenomen is in de bestaande bebouwing en er eigenlijk

sprake is van een soort binnenstadsituatie. Woningen en winkels zitten in één blok waardoor uitbreiding van winkels lastig zal zijn. Daarnaast is het bij uitbreiding van het aantal m² wvo noodzakelijk om ook extra parkeerruimte toe te voegen en daar is ook weinig ruimte voor. Dat zou dan ook ten koste gaan van het woonoppervlak wat gerealiseerd kan worden dan wel behouden kan blijven en aangezien de gemeente is verplicht bepaalde woningdichtheden te halen, kan dit niet onbeperkt gebeuren.

Interview projectontwikkelaar

Bouwfonds Ontwikkeling is een gebiedsontwikkelaar, één van de grootste in Europa. Zij ontwikkelen woongebieden, maar ook multifunctionele projecten. Bouwfonds is als ontwikkelaar betrokken bij de realisatie de winkelvoorzieningen in Brandevoort. Er heeft een gesprek plaatsgevonden met de heer G. Veraa, projectmanager bij Bouwfonds Ontwikkeling. Hieronder volgt een omschrijving van de van belang zijnde elementen uit dit interview.

Qua omvang geeft de heer Veraa aan dat de winkels over het algemeen 250 tot 350 m² bvo groot zullen zijn. Uitzondering daarop zijn de supermarkten. Voor wat betreft de totale omvang van het winkelgebied zou er volgens de heer Veraa veel meer winkelruimte gerealiseerd kunnen worden dan dat er door de gemeente wordt toegestaan: 'we zouden het 2,5 keer kunnen verhuren', zo geeft hij aan. De wijk heeft een behoorlijke aantrekkingskracht zegt hij. De heer Veraa geeft aan dat de gemeente vreest dat de wijk zelfs zo'n aantrekkingskracht zal hebben dat het ten koste zou gaan van het centrum van Helmond. Hij vindt deze vrees ongegrond en gelooft niet dat het echt negatieve effecten zal hebben op het centrum van Helmond. Naar zijn mening ligt het daar veel te decentraal voor en de concentratie van aantal inwoners rondom het centrum van Helmond is veel intenser dan om De Veste in Brandevoort waardoor dit volgens hem nooit zal gebeuren.

Als het aan de heer Veraa ligt, dan zou hij het heel anders aanpakken. Dan wordt het aantal m² winkelvloeroppervlakte veel meer op zijn beloop gelaten en worden alle kansen op de vestiging van winkels benut. Bouwfonds ontwikkelt het vastgoed om het vervolgens te verkopen aan een belegger, daarmee is het werk voor Bouwfonds klaar. Om het te kunnen verkopen aan een belegger is het natuurlijk heel aantrekkelijk als je iets kunt verkopen wat al verhuurd is. Dat is aantrekkelijk voor een belegger, maar ook voor Bouwfonds want daar wordt de prijs op gebaseerd. Op het moment dat het winkelcentrum van Brandevoort aantrekkelijker zou worden door een grotere omvang en Bouwfonds kan aantonen dat de loop die daardoor ontstaat nog groter is, dan is een belegger geneigd om daar meer voor te betalen.

Aangaande de locatie en de branchering is de heer Veraa van mening dat mensen de mogelijkheid willen hebben om hun boodschappen in de buurt van huis te kunnen doen. Wat dat betreft voldoet de detailhandel zoals deze in de wijk voorzien is. Hij voelt er niets voor om op een goed bereikbare locatie een grote mall te realiseren, zoals de voorbeelden in het buitenland. Hij geeft aan dat het erg functioneel is (alles kan op één locatie gekocht worden om vervolgens met een volle auto naar huis te rijden) en dat het daar met name op gericht is. Maar het zou absoluut niet zijn voorkeur hebben om dit ook in Helmond te realiseren.

Voor wat betreft de mogelijkheden voor verandering van het detailhandelsaanbod geeft de heer Veraa aan dat je altijd gebonden bent aan de rooilijnen en de uitgangspunten in het bestemmingsplan. De contouren van de blokken zullen volgens hem absoluut

overeind blijven, ook bij wijziging van het bestemmingsplan. Als er wensen tot verandering komen, kunnen die ingewilligd worden, voor zover de constructieve randvoorwaarden dat mogelijk maken. Je bent zo flexibel als de bebouwing toelaat.

5.2.5 Analyse

In deze paragraaf wordt voor wat betreft Brandevoort aan de hand van de informatie uit de voorgaande paragrafen een antwoord gegeven op de toetsingsvragen uit hoofdstuk 4. Dit wordt zo veel mogelijk in samenhang met elkaar gedaan en niet voor iedere toetsingsvraag apart. Aan het eind van deze paragraaf staat een tabel waarin wel per toetsingsvraag de conclusie wordt weergegeven.

Afwijking van de rangorde en het locatiepatroon van de functionele hiërarchie

In tabel 11 vindt de vergelijking van de winkelgebieden in Helmond met de rangorde van de functionele hiërarchie plaats. Er staat een overzicht in van alle winkelgebieden in Helmond, met daarachter tot welke categorie winkelgebied zij volgens de functionele hiërarchie behoren. Dit is bepaald aan de hand van de omvang van de winkelgebieden. Deze omvang is vergeleken met de m² verkoopruimte per type winkelcentrum volgens de functionele hiërarchie (zie tabel 4 in hoofdstuk 2). Op basis daarvan behoren de winkelgebieden in Helmond tot een bepaalde categorie winkelgebied uit de rangorde van de functionele hiërarchie en dat staat in de tabel vernoemd.

Daarnaast is in de tabel opgenomen of het percentage voedings- en genotmiddelen dat in het winkelgebied aanwezig is (zie tabel 8 in dit hoofdstuk) overeenkomt met, dan wel hoger of lager is dan dat het volgens de rangorde van de functionele hiërarchie zou moeten zijn (zie tabel 4 in hoofdstuk 2).

Winkelgebied	Omschrijving	Percentage voedings- en genotmiddelen
Centrum Helmond	Groot stadswinkelcentrum	Komt overeen
Brouwhorst	Versterkt buurtcentrum (klein wijkcentrum)	Te hoog
Combicentrum	Versterkt buurtcentrum (klein wijkcentrum)	Te laag
De Bus	Versterkt buurtcentrum (klein wijkcentrum)	Te hoog
Dorpsstraat Stiphout	Versterkt buurtcentrum (klein wijkcentrum)	Te laag
Heistraat	Versterkt buurtcentrum (klein wijkcentrum)	Te laag
Hoofdstraat	Versterkt buurtcentrum (klein wijkcentrum)	Te hoog
Steenweg	Versterkt buurtcentrum (klein wijkcentrum)	Te laag
Vondellaan	Versterkt buurtcentrum (klein wijkcentrum)	Te hoog
Straakven	Buurtcentrum	Te hoog
Azalealaan	Buurtcentrum	Te hoog
Lucas Gallery	Onvolledig buurtcentrum	Te laag
Engelseweg	Groot stadswinkelcentrum	Te laag

Tabel 11: Vergelijking winkelgebieden in Helmond met tabel 4 uit hoofdstuk 2

In figuur 13 (zie bijlage 3) is de locatie en spreiding van de winkelgebieden in Helmond nogmaals weergegeven, maar dan met de aanduiding tot welk type winkelgebied uit de rangorde van de functionele hiërarchie ze volgens hun omvang behoren (een gedeelte van de informatie uit tabel 11 dus).

Kijkend naar tabel 11 en figuur 13 blijkt dat de detailhandelsstructuur van de gehele woonplaats gedeeltelijk overeenkomt met de rangorde en het locatiepatroon van de functionele hiërarchie. Er is een hoofdcentrum aanwezig, deze is van de eerste orde. Uit figuur 13 valt op te maken dat het centrum van Helmond centraal in de woonplaats gesitueerd is. Naast het hoofdcentrum zijn er 11 nevencentra aanwezig.

Het winkelgebied Engelseweg is zeer afwijkend van de rangorde van de functionele hiërarchie. De omvang van dit centrum is zo groot, dat het wat dat betreft vergelijkbaar is met een groot stadswinkelcentrum. Dit wordt veroorzaakt door de volumineuze goederen die vooral verkocht worden op deze locatie, waardoor de winkels een grote omvang hebben. De rangorde van de functionele hiërarchie houdt geen rekening met PDV- en GDV-locaties, waardoor het winkelgebied Engelseweg er niet binnen past. Aangezien het winkelcentrum niet past binnen de rangorde van de functionele hiërarchie, is het niet vreemd dat het percentage voedings- en genotmiddelen ook niet overeenstemt met de cijfers van de rangorde.

Een andere afwijking van de rangorde en het locatiepatroon van de functionele hiërarchie is dat de meeste nevencentra van het type versterkt buurtcentrum zijn, dit zijn er acht. Er zijn slechts twee buurtcentra aanwezig en er is maar één onvolledig buurtcentrum in Helmond gesitueerd. Als het Centrale Plaatsenmodel van Christaller (figuur 5 in hoofdstuk 2) bekeken wordt, is daaruit af te leiden dat hoe lager de orde van het centrum is, des te meer er daarvan in een woonplaats aanwezig zouden moeten zijn. Dit is in Helmond niet het geval. Er zijn te weinig winkelcentra van het type buurtcentrum en onvolledig buurtcentrum. Daarnaast zou een aantal van de winkelcentra van het type versterkt buurtcentrum volgens de rangorde en het locatiepatroon van de functionele hiërarchie van een kleinere omvang (type buurtcentrum of onvolledig buurtcentrum) moeten zijn. Hieruit blijkt dat de detailhandelsstructuur in de gehele woonplaats grofmaziger is dan volgens de functionele hiërarchie de bedoeling is. Op enkele locaties (zoals Dorpsstraat Stiphout, Brouwhorst en Hoofdstraat) is het vanwege de structuur en opbouw van de woonplaats wel verklaarbaar dat er een centrum van het type versterkt buurtcentrum is, maar dit geldt niet voor alle winkelgebieden van dit type. Overigens zijn er geen nevencentra van de eerste en tweede orde aanwezig in Helmond. Maar dit is niet afwijkend van het planningsprincipe van de functionele hiërarchie. Dit kan immers vanwege de grootte van een woonplaats niet passend zijn en daar is in Helmond met een centrum van 33.152 m² wvo sprake van.

Ook voor wat betreft het aandeel winkels in de categorie voedings- en genotmiddelen per type winkelgebied blijken de winkelcentra in Helmond niet overeen te komen met de functionele hiërarchie. Het centrum van Helmond is het enige winkelcentrum dat wel overeenstemt met de rangorde van de functionele hiërarchie. Van de overige centra heeft de ene helft een te hoog percentage, de andere helft zit onder het percentage dat het volgens de rangorde van de functionele hiërarchie zou moeten hebben.

De verspreide bewinkeling die in Helmond aanwezig is, stemt sowieso niet overeen met de rangorde van de functionele hiërarchie. Daarin wordt immers uitgegaan van winkelgebieden en niet van individuele winkels. Daarnaast klopt het percentage voedings-

en genotmiddelen in geen enkel geval aangezien het één winkel betreft en het percentage dus altijd 0 of 100 is en deze percentages niet voorkomen in de rangorde van de functionele hiërarchie.

Voor wat betreft het winkelgebied in Brandevoort mag er, zoals in paragraaf 5.2.2 gesteld, volgens het bestemmingsplan '4^e Partiële herziening Brandevoort I' in totaal 6.000 m² bvo (oftewel 4.800 m² wvo) ten behoeve van detailhandel in Brandevoort aanwezig zijn. Hierdoor behoort het winkelcentrum in de wijk, vanwege de omvang ervan, tot de categorie versterkt buurtcentrum (klein wijkcentrum) uit de rangorde van de functionele hiërarchie. Gezien de opbouw en structuur van Helmond is dit in overeenstemming met de rangorde en het locatiepatroon van de functionele hiërarchie. Er is echter slechts één winkelgebied aanwezig, er bevinden zich niet naast het versterkte buurtcentrum nog winkelcentra van een kleinere orde in de wijk. Dit terwijl dit volgens de rangorde en het locatiepatroon van de functionele hiërarchie (zie tabel 4 en figuur 5 in hoofdstuk 2) wel zo zou moeten zijn. Aangezien er in het bovengenoemde bestemmingsplan een concentratiegebied is vastgelegd waarbinnen winkels zich moeten bevinden, kan gesteld worden dat er expliciet voor gekozen is om slechts één winkelgebied mogelijk te maken en dus af te wijken van de rangorde en het locatiepatroon van de functionele hiërarchie. Er wordt dus bewust rekening gehouden met de ontwikkeling dat de detailhandelsstructuur grofmaziger wordt.

Bij het type versterkt buurtcentrum hoort volgens de functionele hiërarchie een percentage voedings- en genotmiddelen van 40. Dit betekent dat 40% van de totale omvang in gebruik moet zijn door winkels in de categorie voedings- en genotmiddelen. Zoals reeds in paragraaf 5.2.2 beschreven, kan voor wat betreft de branchering die in Brandevoort gerealiseerd zal worden, gesteld worden dat perifere detailhandel is uitgesloten. Winkels uit deze branches zullen niet voorkomen in de wijk, waardoor er meer oppervlakte van de 4.800 m² wvo beschikbaar blijft voor winkels uit de overige branches.

Een deel van de oppervlakte zal in gebruik worden genomen door de twee supermarkten (dit zijn winkels in de categorie voedings- en genotmiddelen) die in het winkelcentrum gerealiseerd zullen worden. De exacte omvang van de supermarkten is niet gegeven in de stukken en in de interviews. Wel is in de detailhandelsnota aangegeven dat er slechts één grootschalige supermarkt van 3.500 – 4.000 m² bvo in het centrum van Helmond gevestigd kan worden. Er kan dus gesteld worden dat de supermarkten in Brandevoort veel kleiner zullen zijn dan dat. Uit de gegevens van Locatus blijkt (Locatus, 2011) dat één van de twee supermarkten reeds in het winkelcentrum in Brandevoort gevestigd is en een omvang van 1.400 m² wvo heeft. Aangenomen wordt dat ook de tweede supermarkt een dergelijke omvang zal hebben en dat dus een oppervlakte van circa 2.800 m² wvo van het winkelcentrum wordt ingenomen door deze twee winkels in de categorie voedings- en genotmiddelen.

Naast het voornoemde is er geen nadere brancheverdeling gemaakt, zo blijkt uit de voorgaande paragrafen. Daardoor wordt het aantal en de omvang van de winkels in de categorie voedings- en genotmiddelen vrij gelaten. Wel is het uitgangspunt van de gemeente dat het voorzieningenniveau afgestemd dient te zijn op de primaire levensbehoefte van de bewoners van de wijk, bewoners dienen hun dagelijkse boodschappen in de wijk te kunnen doen. Daarbij is dagelijks wel een ruim begrip volgens de gemeente.

Gezien het bovenstaande zal er in het winkelcentrum in Brandevoort sprake zijn van een hoger percentage winkels in de categorie voedings- en genotmiddelen dan de 40% die er

volgens de rangorde van de functionele hiërarchie voor staat. Er kan dus gesteld worden dat er wat dat betreft expliciet geen rekening is gehouden met het planningsprincipe van de functionele hiërarchie en dat het winkelgebied in Brandevoort op dat front daarvan afwijkt.

De behoefte aan voedings- en genotmiddelen / keuzegevoelige producten / minder keuzegevoelige producten

Zoals hiervoor onder 'Rangorde en locatiepatroon van de functionele hiërarchie' gemotiveerd is, lijkt de omvang van de winkels in de branche voedings- en genotmiddelen groter te worden dan de 40% die het volgens de rangorde van de functionele hiërarchie zou moeten zijn. Dit wordt veroorzaakt door (1) de realisatie van twee supermarkten van circa 1.400 m² wvo per winkel in het winkelgebied; (2) het doel van de gemeente om het winkelcentrum met name als boodschappencentrum te laten functioneren; (3) het uitsluiten van de realisatie van perifere detailhandel in de wijk; en (4) het verder niet hebben van een nadere brancheverdeling voor de winkels in de wijk.

Gezien het bovenstaande lijkt er geen rekening te worden gehouden met de trend van branchevervaging. Dit houdt immers in dat er procentueel juist minder ruimte gereserveerd zou moeten worden voor winkels in de branche voedings- en genotmiddelen en daar is geen sprake van in het winkelcentrum in Brandevoort. Binnen de supermarkten zelf is wel sprake van branchevervaging. Deze winkels hebben een steeds breder assortiment. Daardoor wordt er op het niveau van de individuele winkel wel gewerkt in lijn met de trend en de afname in de behoefte aan voedings- en genotmiddelen. Dit werkt echter niet op tegen het bovenstaande aangaande de cijfers en doelstellingen voor het winkelcentrum als geheel, waardoor gesteld kan worden dat te weinig rekening wordt gehouden met de afnemende behoefte aan voedings- en genotmiddelen. Er is expliciet door de gemeente aangegeven dat het winkelgebied met name als boodschappencentrum dient te functioneren, waardoor gesteld kan worden dat er bewust tegen de trend van branchevervaging in wordt gegaan.

Naast het feit dat er geen rekening is gehouden met de trend van branchevervaging lijkt er, gezien het bovenstaande over de branchering van de winkels in Brandevoort, eveneens geen rekening te worden gehouden met de ontwikkeling dat winkels met keuzegevoelige producten verschuiven naar onder andere winkelgebieden dicht bij huis zoals Brandevoort en dat op deze plek de behoefte daarnaar dus stijgt. Deze ontwikkeling houdt immers in dat er juist minder ruimte gereserveerd zou moeten worden voor winkels in de branche voedings- en genotmiddelen om zo meer ruimte over te houden voor winkels met keuzegevoelige producten, en daar is geen sprake van in het winkelcentrum in Brandevoort. De gemeente heeft wel aangegeven dat 'dagelijks' een ruim begrip is en dat een Blokker, Hema of een textielsuper daar hen ook nog onder wordt geschaard. Deze vallen volgens de indeling onder de categorie keuzegevoelige producten, waardoor de gemeente impliciet toch wel enige ruimte geeft voor de ontwikkeling van de verschuiving van de verkoop van keuzegevoelige producten naar winkelgebieden dicht bij huis zoals Brandevoort.

Ten slotte lijkt er, gezien het bovenstaande aangaande de branchering van de winkels in Brandevoort, slechts gedeeltelijk te worden gehandeld in lijn met de ontwikkeling dat de handel in minder keuzegevoelige producten in winkels afneemt. Minder keuzegevoelige producten betreft enerzijds goederen uit de branche voedings- en genotmiddelen. Aangezien het percentage winkels in de branche voedings- en genotmiddelen groter zal

zijn dan de 40% die het volgens de rangorde van de functionele hiërarchie zou moeten zijn, wordt er geen rekening gehouden met de afnemende behoefte aan winkels met minder keuzegevoelige producten. Daar staat tegenover dat perifere detailhandel is uitgesloten. Dit betreft ook winkels met minder keuzegevoelige producten en wat dat betreft wordt dus, zij het impliciet want het gebeurt niet vanwege die minder keuzegevoelige producten maar om andere redenen, wel gehandeld in lijn met de ontwikkeling.

Meer ruimte per winkel

Zoals hiervoor onder 'Rangorde en locatiepatroon van de functionele hiërarchie' gemotiveerd is, behoort het winkelcentrum in Brandevoort gezien zijn omvang tot het type versterkt buurtcentrum. De bandbreedte van de omvang voor een winkelcentrum van dat type is tussen de 2.000 en 5.000 m² wvo. De in het bestemmingsplan toegestane oppervlakte voor winkels is 4.800 m² wvo, deze zit daarmee tegen de bovenkant van de bandbreedte. Zodoende kan gesteld worden dat met de oppervlakte van het winkelgebied in de wijk expliciet rekening is gehouden met de ontwikkeling dat winkels en daarmee winkelgebieden steeds groter worden.

De heer Veraa heeft voor wat betreft de omvang van de individuele winkels aangegeven dat deze over het algemeen 250 tot 350 m² bvo (dat is 200 tot 280 m² wvo) groot zullen zijn en dat de twee te realiseren supermarkten van circa 1.400 m² wvo per winkel daarop een uitzondering vormen.

Zoals in hoofdstuk 3 staat, is anno 2010 de gemiddelde oppervlakte van een winkel 235 m² wvo. In de dagelijkse sector (het is de bedoeling dat het winkelcentrum in Brandevoort daar voornamelijk uit zal bestaan) is de gemiddelde winkelgrootte circa 200 m² wvo.

Gezien het bovenstaande kan gesteld worden dat er ook voor wat betreft de individuele winkels expliciet rekening wordt gehouden met de ontwikkeling dat winkels en daarmee ook winkelgebieden groter worden. Er wordt dan wel geen grootschalige supermarkt in de wijk mogelijk gemaakt, maar wel wordt in Brandevoort meer ruimte per winkel gereserveerd dan de gemiddelde winkelgrootte.

Volumineuze goederen naar de periferie

Zoals hiervoor onder 'Rangorde en locatiepatroon van de functionele hiërarchie' gesteld, is de vestiging van perifere detailhandelsvoorzieningen niet mogelijk in Brandevoort. Deze detailhandelsvoorzieningen dienen hun plaats te vinden aan de Engelseweg, zo geeft de gemeente in het detailhandelsbeleid aan. Daarbij wordt een omvang van circa 1.500 m² bvo als minimummaat aangehouden. Datgene wat de gemeente verstaat onder perifere detailhandelsvoorzieningen is gelijk aan dat wat er in dit onderzoek onder wordt verstaan. Bij de branchering van de geplande verkoopruimte in Brandevoort is dus expliciet rekening gehouden met de afname in behoefte aan volumineuze goederen aldaar.

Voor wat betreft de omvang van de geplande verkoopruimte in Brandevoort is min of meer rekening gehouden met de afname in behoefte aan volumineuze goederen. Zoals gesteld onder 'Meer ruimte per winkel' nemen de twee supermarkten ieder 1.400 m² van de beschikbare oppervlakte in beslag en krijgen de overige winkels een omvang van 200 tot 280 m² per winkel. Een rekensom leert dat er naast de twee supermarkten ruimte is voor circa acht winkels van een dergelijke omvang. Daardoor kan gesteld worden dat er niet te veel winkelruimte in Brandevoort aangeboden lijkt te worden. Echter, zoals eveneens is gesteld onder 'Meer ruimte per winkel' zit de toegestane oppervlakte van

4.800 m² wvo tegen de bovenkant van de bandbreedte aan. Zodoende kan gesteld worden dat met de oppervlakte van het winkelgebied in de wijk niet echt rekening is gehouden met de afnemende behoefte aan volumineuze goederen aldaar. Het is echter een maximale oppervlakte en geen minimale maat, dus het plan biedt wel de flexibiliteit om de ontwikkeling te accommoderen.

Aangaande de vraag of er, voor zover relevant in het licht van de locatie van Brandevoort, ruimte gereserveerd is voor winkels die standalone kunnen opereren, kan gesteld worden dat daar expliciet geen rekening mee is gehouden. In figuur 8 is te zien dat de wijk perifeer ligt ten opzichte van de rest van de woonplaats Helmond. De indeling van de wijk is er echter niet naar om winkels de mogelijkheid te bieden standalone te opereren. Zoals de beschrijving van de hoofdopzet en karakteristiek van de wijk weergeeft, wordt de hoofdstructuur van Brandevoort gekenmerkt door een duidelijk onderscheiden kern, omgeven door een krans van buurten. De detailhandel dient zich in het concentratiegebied in het centrum te bevinden. Er is dus sprake van verplichte clustering van de winkels, in plaats van standalone opererende winkels. Daarbij is expliciet opgenomen dat de twee te realiseren supermarkten als trekkers aan de uiteinden van het winkelgebied gesitueerd dienen te worden. Supermarkten zijn juist winkels die standalone zouden kunnen opereren, maar daar zal dus duidelijk geen sprake van zijn.

Trafficlocaties en afhaallocaties

Zoals in de algemene wijkbeschrijving staat, ligt de stadsregionale weg tussen Eindhoven en Helmond (A/N270) ten noorden van de wijk. De dichtstbijzijnde rijksweg (de A67) is op een afstand van circa 11 km gelegen. De wijk heeft een treinstation (een zogenaamde voorstadhalte). Er is dus in beperkte mate sprake van trafficlocaties in Brandevoort, aangezien het een aansluiting op een stadsregionale weg en een station in de vorm van een voorstadhalte betreft.

Bij de planning van de detailhandelsvoorziening is bewust geen rekening gehouden met de ontwikkeling dat winkels worden gerealiseerd op trafficlocaties. De goed bereikbare locaties in de wijk vallen buiten het concentratiegebied waarin detailhandel zich dient te bevinden en worden dus niet benut voor de vestiging van winkels.

Op de vraag of er bij de omvang van de geplande totale oppervlakte verkooppriimte rekening gehouden wordt met de verschuiving van winkels naar trafficlocaties moet eveneens ontkennend geantwoord worden. Zoals onder 'Meer ruimte per winkel' bleek, zit de omvang van het gehele winkelgebied tegen de bovengrens van de bandbreedte voor het type versterkt buurtcentrum aan. Zodoende kan gesteld worden dat het geplande winkelcentrum volgens de functionele hiërarchie van voldoende omvang is en er dus geen rekening wordt gehouden met de verschuiving van winkels naar trafficlocaties. Daarnaast is het uitgangspunt van de gemeente dat bewoners hun dagelijkse boodschappen in de wijk dienen te kunnen doen. Hieruit blijkt eveneens dat men geen rekening houdt met de verschuiving van winkels naar trafficlocaties.

Afhaallocaties dienen zich op locaties dicht bij de woningen te bevinden. Gezien de ligging van het concentratiegebied waarbinnen de detailhandel zich moet bevinden en het doel van de gemeente (zoals in de detailhandelsnota staat) goed functionerende centra dicht bij huis in de gemeente aanwezig te hebben, kan gesteld worden dat er voor wat betreft de locatie en spreiding van de detailhandel in Brandevoort impliciet rekening wordt gehouden met de ontwikkeling van afhaallocaties dicht bij huis.

In termen van oppervlak kan gesteld worden dat er geen minimale omvang per winkel is vastgesteld, waardoor er niet expliciet rekening is gehouden met de ontwikkeling van afhaallocaties dicht bij huis, maar de flexibiliteit om de ontwikkeling te accommoderen is wel aanwezig. Dus als er constructief gezien geen belemmeringen zijn, is het mogelijk te voorzien in kleine winkels in de vorm van afhaallocaties. Voor wat betreft de oppervlakte van het gehele winkelcentrum geldt de oppervlakte van 6.000 m² bvo/4.800 m² wvo als een maximale oppervlakte en niet als een minimale maat. Er kunnen ook andere functies dan detailhandel gerealiseerd worden in de panden. Er kan dus geconcludeerd worden dat er ook voor wat betreft de oppervlakte van het gehele winkelcentrum in Brandevoort niet expliciet rekening wordt gehouden met de ontwikkeling van afhaallocaties dicht bij huis, maar dat ook hier de flexibiliteit om de ontwikkeling te accommoderen wel aanwezig is.

Toekomstbestendigheid

Aangezien er sprake is van verplichte clustering in het concentratiegebied, kan gesteld worden dat er geen mogelijke alternatieve locaties voor detailhandel voorzien zijn. Een nieuwe locatie kan natuurlijk altijd mogelijk gemaakt worden, maar de wijk is er niet op ingericht.

Voor wat betreft de mogelijkheden voor toename in totale oppervlakte verkoopruimte is er in Brandevoort weinig ruimte, zo heeft de heer van der Geest aangegeven. Er zijn weinig mogelijkheden om extra detailhandelsvoorzieningen te realiseren, aangezien het winkelcentrum niet vrij ligt maar opgenomen is in de bestaande bebouwing en er eigenlijk sprake is van een soort binnenstadsituatie. Bovendien is de flexibiliteit in het bestemmingsplan niet zo groot aangezien er sprake is van een maximale oppervlakte die beschikbaar is voor detailhandel. Daarbij zitten woningen en winkels in één blok waardoor uitbreiding van winkels lastig zal zijn. Het omzetten van woningen naar winkels is conform het bestemmingsplan wel mogelijk, maar feitelijk zal dit niet eenvoudig te bereiken zijn. Daarnaast is het bij uitbreiding van het aantal m² wvo volgens de gemeente noodzakelijk om ook extra parkeerruimte toe te voegen en daar is ook weinig ruimte voor. Dat zou dan ook ten koste gaan van het woonoppervlak wat gerealiseerd kan worden dan wel behouden kan blijven en aangezien de gemeente is verplicht bepaalde woningdichtheden te halen, kan dit niet onbeperkt gebeuren.

Voor wat betreft de mogelijkheden voor afname in totale oppervlakte verkoopruimte is in Brandevoort ruimte. Het bestemmingsplan geeft enkel een maximale oppervlakte voor de detailhandel aan, geen minimale maat. Daarnaast is het omzetten van winkels naar woningen ook toegestaan en dit zal feitelijk eenvoudiger te bereiken zijn dan een omzetting van woningen naar winkels. De flexibiliteit voor een afname in de omvang van de detailhandel in de wijk wordt dus geboden.

Voor wat betreft de mogelijkheden voor toe- of afname in oppervlakte van individuele panden zijn er wel wat mogelijkheden in Brandevoort. In het beeldkwaliteitsplan voor Brandevoort wordt aangegeven dat het ontwerp voor Brandevoort een hoge mate van flexibiliteit in gebruik en functies biedt. Multifunctionaliteit in de bebouwing, met name in de Veste, en de openbare ruimte is uitgangspunt. In de winkelzone rond het plein en in de hoofdstraten is het streven naar een begane grondlaag met een hoogte van minimaal drie meter. Deze verdiepingshoogte schept de mogelijkheid voor multifunctioneel gebruik en functiewijziging. Daarbij is men wel gebonden aan de rooilijnen. De contouren van de blokken zullen overeind blijven. Wijzigingen van individuele panden zijn mogelijk, voor zover constructieve randvoorwaarden dat mogelijk maken. De flexibiliteit is zo groot als de bebouwing toelaat.

5.2.6 Conclusie

Terugkijkend op de negen toetsingsvragen aangaande de toekomstbestendigheid van de detailhandelsstructuur van de wijk Brandevoort kan geconcludeerd worden dat deze niet optimaal is.

In tabel 12 is per toetsingsvraag weergegeven of er in Brandevoort expliciet rekening mee is gehouden, of er bewust tegen in wordt gegaan of dat er geen rekening mee is gehouden, maar het plan wel de flexibiliteit en ruimte biedt om het te accommoderen. Er is in deze tabel niet opgenomen wat de motivering voor de opgenomen conclusie is, daarvoor wordt verwezen naar de tekst in de voorgaande paragraaf. In de tabel worden bij sommige toetsingsvragen meerdere subcategorieën genoemd. Dit omdat er dan gedeeltelijk wel en gedeeltelijk geen rekening wordt gehouden met een ontwikkeling. Daarbij staat in de tabel in de eerste kolom vernoemd wat de verschillende subcategorieën zijn.

	Wordt expliciet rekening mee gehouden	Wordt geen rekening mee gehouden, maar is wel ruimte voor	Wordt bewust tegen in gegaan
1. De afwijking van de rangorde en het locatiepatroon van de functionele hiërarchie			
	X		
2. De afname van de behoefte aan voedings- en genotmiddelen door branchevervaging			
Op het niveau van de individuele winkel: branchevervaging vindt plaats		X	
Op het niveau van het winkelgebied: te veel m ² wvo in de categorie dagelijks			X
3. De reservering van meer ruimte per winkel			
	X		
4. De realisatie van winkels met volumineuze goederen in de periferie			
Perifere detailhandel is niet toegestaan	X		
Toegestane oppervlakte is ruim, maar geen minimale eis		X	
Standalone winkels zijn niet toegestaan			X
5. De realisatie van winkels op trafficlocaties			
			X

6. De realisatie van afhaallocaties in winkelgebieden dicht bij huis			
		X	
7. De toename van de behoefte aan keuzegevoelige producten			
Te veel m ² wvo in de categorie dagelijks			X
'dagelijks' is wel een ruim begrip volgens gemeente		X	
8. De afname van de behoefte aan minder keuzegevoelige producten			
Perifere detailhandel is niet toegestaan		X	
Te veel m ² wvo in de categorie dagelijks			X
9. Toekomstbestendigheid			
Mogelijkheid voor afname van de oppervlakte van het winkelgebied als geheel en voor de toe- en afname van de oppervlakte van individuele panden		X	
Mogelijkheid voor toename van de oppervlakte van het winkelgebied als geheel en voor alternatieve locaties			X

Tabel 12: Conclusie per toetsingsvraag op basis van de bevindingen in paragraaf 5.2.5

Op basis van de resultaten van de analyse per toetsingsvraag kan geconcludeerd worden dat de toekomstbestendigheid voor wat betreft twee ontwikkelingen goed is. Dit betreft ten eerste het grofmaziger worden van de detailhandelsstructuur: in Brandevoort wordt afgeweken van de rangorde en het locatiepatroon van het planningsprincipe van de functionele hiërarchie in die zin dat de detailhandelsstructuur grofmaziger is dan dat het planningsprincipe voorstaat. De wijk is op dat punt toekomstbestendig. Ten tweede gaat het om de ontwikkeling dat winkels en daarmee ook winkelgebieden groter worden: in Brandevoort wordt daar expliciet rekening mee gehouden doordat meer ruimte per winkel gereserveerd wordt. De wijk is ook op dat punt toekomstbestendig.

Naast deze twee ontwikkelingen waar expliciet rekening mee wordt gehouden, is er de ontwikkeling dat winkels met volumineuze goederen in de periferie gerealiseerd worden. Doordat perifere detailhandel niet is toegestaan in Brandevoort wordt expliciet rekening gehouden met deze ontwikkeling. Maar doordat standalone winkels niet zijn toegestaan wordt er ook gedeeltelijk bewust tegen de ontwikkeling in gegaan. Qua omvang van de winkelvoorziening in Brandevoort is er wel ruimte voor de ontwikkeling, maar men houdt

er niet bewust rekening mee. Er kan dus gesteld worden dat de detailhandelsstructuur in Brandevoort gedeeltelijk toekomstbestendig is voor wat betreft de realisatie van winkels in de periferie.

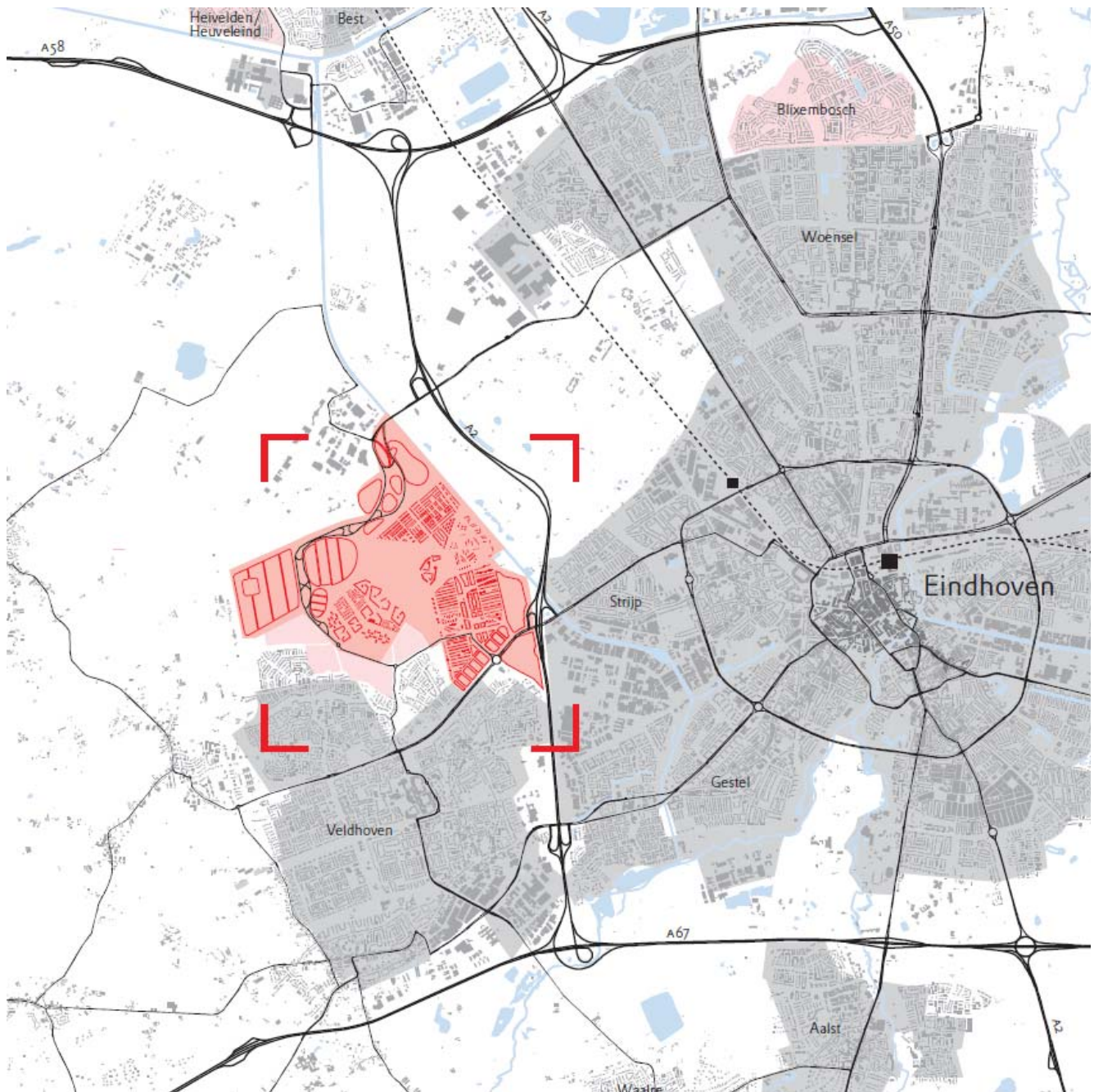
Uit de analyse van de toekomstbestendigheid van Brandevoort is gebleken dat het percentage voedings- en genotmiddelen te hoog ligt: te veel m² wvo van het winkelgebied worden ingevuld met winkels in de categorie dagelijks. Dit heeft zijn weerslag op een aantal ontwikkelingen: (1) de afname van de behoefte aan voedings- en genotmiddelen door branchevervaging; (2) de toename van de behoefte aan keuzegevoelige producten en (3) de afname van de behoefte aan minder keuzegevoelige producten. Er wordt doordat het percentage voedings- en genotmiddelen te hoog ligt bewust tegen deze ontwikkelingen ingegaan en de detailhandelsstructuur in Brandevoort is voor wat betreft deze drie ontwikkelingen dan ook niet toekomstbestendig.

Er zijn voor alle drie de ontwikkelingen echter ook 'verzachtende omstandigheden': zaken waar ruimte voor is, al is er niet bewust rekening mee gehouden, waardoor er toch sprake is van enige mate van toekomstbestendigheid. Bij de afname van de behoefte aan voedings- en genotmiddelen is deze verzachtende omstandigheid dat er op het niveau van de individuele winkel wel sprake van branchevervaging. Bij de toename van de behoefte aan keuzegevoelige producten betreft het het feit dat 'dagelijks' volgens de gemeente wel een ruim begrip is waardoor er toch meer ruimte is voor keuzegevoelige producten. Bij de afname van de behoefte aan minder keuzegevoelige producten komt dit doordat perifere detailhandel niet is toegestaan binnen Brandevoort.

Uit de analyse van de toekomstbestendigheid van Brandevoort is ook gebleken dat de verplichte locatie van het winkelgebied binnen het aangewezen concentratiegebied en het feit dat winkels daarbuiten niet zijn toegestaan ervoor zorgt de toekomstbestendigheid voor wat betreft één ontwikkeling niet goed is. Dit betreft de realisatie van winkels op trafficlocaties: in Brandevoort wordt bewust ingegaan tegen de verschuiving van winkels naar trafficlocaties. De detailhandelsstructuur in Brandevoort is wat deze ontwikkeling betreft niet toekomstbestendig.

De verplichte locatie van het winkelgebied binnen het concentratiegebied in Brandevoort zorgt er anderzijds voor dat de toekomstbestendigheid voor wat betreft de realisatie van afhaallocaties in winkelgebieden dicht bij huis nog enigszins goed is. Voor deze ontwikkeling is namelijk wel ruimte in de Vinex-wijk doordat het concentratiegebied zich centraal in de wijk (dicht bij huis) bevindt. Maar er wordt niet bewust rekening mee gehouden. Er kan dus niet gesteld worden dat de toekomstbestendigheid in Brandevoort wat deze ontwikkeling betreft niet goed is, maar er zijn nog wel mogelijkheden om de toekomstbestendigheid te verbeteren.

Ten slotte zorgt de verplichte locatie van het winkelgebied in Brandevoort er ook voor dat de flexibiliteit qua mogelijkheden voor toename van de oppervlakte van het winkelgebied als geheel en voor alternatieve locaties er niet is. Tegen deze ontwikkeling wordt bewust ingegaan. De ruimte voor afname van de oppervlakte van het winkelgebied als geheel als ook de mogelijkheden voor de toe- of afname van de oppervlakte van individuele panden is er wel, al wordt hier niet bewust rekening mee gehouden. Er kan dus gesteld worden dat de detailhandelsstructuur in Brandevoort wat dat betreft gedeeltelijk niet toekomstbestendig is.



Figuur 14: Ligging Meerhoven in zijn omgeving (bron: Lörzing et al., 2006)

5.3 Meerhoven

5.3.1 Algemene wijkbeschrijving

Deze paragraaf geeft een algemene beschrijving van de Vinex-wijk Meerhoven te Eindhoven. Ten behoeve van deze beschrijving wordt eerst een overzicht van feiten en cijfers gegeven. Daarna volgt een beschrijving van de wijk aan de hand van twee thema's; 'Ligging in groter verband' en 'Hoofdropzet en karakteristiek van de wijk'. Bij deze beschrijving van Meerhoven ligt de nadruk op de bijzondere karakteristieken van de wijk.

FEITEN EN CIJFERS

Gemeente

Eindhoven

Stadsgewest

Eindhoven

Jaar definitief plan

1997

Bouwperiode

1998 - 2016

Aantal woningen

5.800

Verdeling woningsegmenten

25% sociaal / 75% vrije sector

Aandeel vrije kavels

9%

Aandeel gestapelde bouw

20%

Bedrijven / kantoren

200 ha bedrijventerrein

Oppervlakte plangebied

250 ha woongebied,

50 ha parkgebied

Gemiddelde dichtheid

±26 woningen/ha

Ontwerp

Teun Koolhaas Associates (stedenbouw),

Bureau Lubbers, Jurlink en Geluk,

Karres en Brands, Atelier Dutch,

ds Landschapsarchitecten (landschap),

Architectenstudio Herman Hertzberger

(Waterwijk), vhp (Meerrijk), mvrdiv

(Flight Forum, Park Forum)

Motto

'Podium naar de Kempen' (algemeen);

'Leef je rijk' (Waterrijk)

Bron: Lörzing et al., 2006

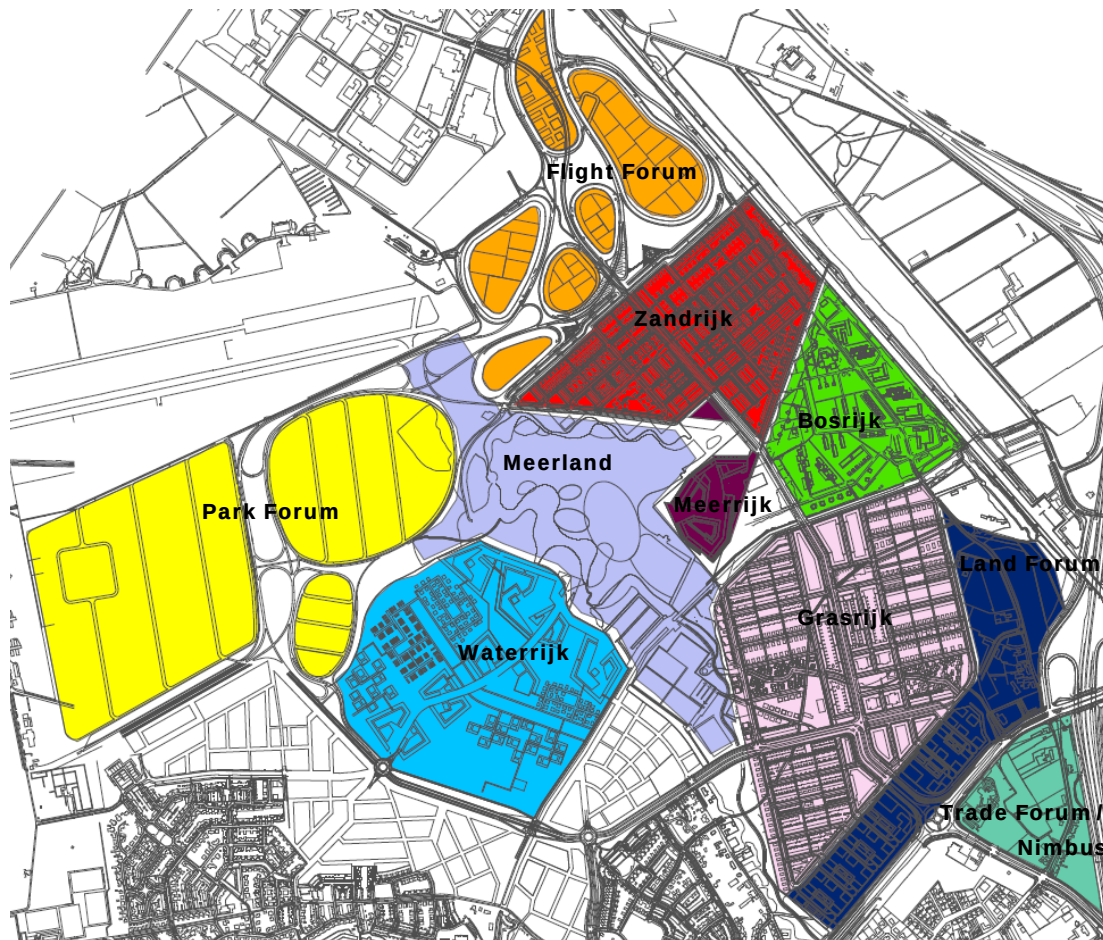
Ligging in groter verband

Meerhoven ligt ten westen van Eindhoven en wordt daar door de snelweg A2 en het Beatrixkanaal van gescheiden. Aan de zuidzijde grenst de wijk aan de kern van Veldhoven. Het centrum van Eindhoven ligt op een afstand van circa 6 km van de wijk, het centrum van Veldhoven is op een afstand van circa 3 km gelegen.

De wijkontsluitingsroute zorgt voor de aansluiting van de wijk op het regionale/lokale wegennet naar Veldhoven en Eindhoven. De aansluiting van de wijk op het rijkswegennet vindt plaats middels de A2 (op een afstand van 2 km, op twee locaties).

De wijk heeft geen eigen treinstation. Het dichtstbijzijnde intercitystation is dat van Eindhoven. De wijk is wel aangesloten op hoogwaardig openbaar vervoer; op de vrije baan door de wijk rijdt de Phileas-bus, een futuristisch vormgegeven en technisch geavanceerde bus. Met deze bus kan men reizen naar Eindhoven-Centrum, het

treinstation van Eindhoven en de luchthaven Eindhoven Airport (Lörzing et al., 2006). In figuur 14 is de ligging van Meerhoven in zijn omgeving weergegeven.



Figuur 15: Hoofdropzet Meerhoven (bron: Triode b.v., 2009)

Hoofdropzet en karakteristiek van de wijk

Meerhoven is een moderne stadswijk die door een afwijkende opzet goed herkenbaar als afzonderlijke eenheid. Door het orthogonale stratenpatroon en de sobere plattedakenarchitectuur heeft de wijk de sfeer van het functionalisme van de modernisten uit het begin van de 20^e eeuw. De hoofdropzet van de wijk bestaat uit drie woonbuurten en drie bedrijventerreinen rond een centrale zone. De centrale zone wordt gevormd door het wijkcentrum Meerrijk met aan de westzijde het centrale park Meerland en aan de oostzijde het groene woongebied Bosrijk. De drie woonbuurten zijn Grasrijk in het zuiden, Zandrijk in het noorden en Waterrijk in het westen van de wijk. De drie buurten grenzen niet aan elkaar. De drie bedrijventerreinen (Flight Forum, Land Forum en Park Forum) zijn op de hoeken van de wijk gesitueerd en vormen daarmee tevens een buffer voor de woonwijken tegen het wegverkeerslawaai en het geluid van de nabijgelegen luchthaven (Lörzing et al., 2006). In figuur 15 is de hoofdropzet van de wijk weergegeven.

Het centrumgebied Meerrijk heeft een stedelijk karakter met hoge en compacte bebouwing. Er staan woontorens met een hoogte tot 75 meter, dit zijn de grootste hoogteaccenten van de wijk. Er is sprake van een centrum-stedelijk woonmilieu. In het

centrum zijn de voorzieningen van de wijk gesitueerd. Het betreft een winkelcentrum, scholen, horeca, een gezondheidscentrum en een vrijetijdsvoorziening (Lörzing et al., 2006).

De drie woonbuurten bestaan uit compacte laagbouw met hogere bebouwing aan de randen. Waterrijk vormt daarop een uitzondering en heeft een groener karakter. Het woonmilieu van de wijken hangt daarmee samen; stedelijk-grondgebonden tot groenstedelijk (Lörzing et al., 2006).

5.3.2 Detailhandelsstructuur van de wijk

Deze paragraaf geeft informatie over de geplande detailhandelsstructuur in Meerhoven. Dit aan de hand van de thema's locatie en spreiding, omvang en aard.

Locatie en spreiding

Zoals in de omschrijving van de hoofdopzet en karakteristiek van de wijk reeds gesteld is, bevinden de voorzieningen in de wijk zich in het deelgebied Meerrijk. Meerrijk is het centrum van de wijk. Naast winkelvoorzieningen is in het wijkcentrum ook ruimte voor andere voorzieningen, zoals een school voor voortgezet onderwijs, een bibliotheek, horeca en voorzieningen voor ontspanning en recreatie. Ook voor woningen is hier ruimte, boven de voorzieningen (gemeente Eindhoven, 1997).

Er is gekozen voor de opbouw van een woonwijk met een duidelijk eigen centrum. In het centrum bevindt zich een concentratie van voorzieningen en diensten, de wijkvoorzieningen zijn dus gebundeld op één plek (gemeente Eindhoven, 1997). In de voorschriften van het bestemmingsplan 'Meerhoven, tweede herziening (II Meerhoven)' is dan ook opgenomen dat winkels (en horeca en andere voorzieningen) alleen toegestaan zijn binnen de bestemming 'Centrumdoeleinden' (gemeente Eindhoven, 2005a). Deze bestemming is gelegen op de gronden die in figuur 16 geel gemarkeerd zijn. Buiten het centrum Meerrijk zijn detailhandelsvoorzieningen dus niet aan de orde. Ook in de voorschriften van de bestemmingsplannen voor de drie bedrijventerreinen is opgenomen dat de realisatie van detailhandelsvoorzieningen niet mogelijk is op de bedrijventerreinen in de wijk (gemeente Eindhoven, 2005b).

Het centrum wordt gesitueerd op een centrale, strategische plaats in de wijk. Het centrum ligt aan de waterpartij, direct gekoppeld aan de groene zones van het gebied Meerland. Het gebied bevindt zich centraal ten opzichte van alle woonbuurten en werkgebieden. Het is gelegen aan de lijn van het hoogwaardig openbaar vervoer door de wijk; er bevindt zich direct naast het winkelgebied de hoofdhalte van deze Phileas-bus (gemeente Eindhoven, 2005a). Daarnaast ligt het centrum op het kruispunt van langzaam verkeersroutes en ook de twee hoofdroutes van het autoverkeer door Meerhoven lopen direct langs Meerrijk. Het is vanuit elk woongebied goed bereikbaar (ASR Vastgoed Ontwikkeling, 2011). Daarbij is het centrum door zijn ligging in het brandpunt van verschillende zichtlijnen overal in de wijk zichtbaar (gemeente Eindhoven, 2005a).

Uit het beeldkwaliteitsplan dat is opgesteld voor het centrumgebied Meerrijk blijkt dat in het centrumgebied een ring van stadswoningen de kern met voorzieningen omzoomt, waarboven zich appartementen bevinden (gemeente Eindhoven, 2003).



Figuur 17: Locatie en spreiding winkels in Meerhoven (bron: ASR Vastgoed Ontwikkeling, 2011)

Het beeldkwaliteitsplan spreekt verder over een reeks van 'kamers' waaraan de verschillende centrumvoorzieningen van de wijk gesitueerd zijn; er is sprake van een aaneenschakeling van pleinen, straten, poorten, hoven en terrassen (gemeente Eindhoven, 2003). In figuur 17 is deze visie op de locatie en spreiding van de winkels (en andere voorzieningen) binnen het centrumgebied Meerrijk weergegeven. Daaruit valt op te maken dat er aan beide uiteinden van het centrumgebied een supermarkt gesitueerd wordt en dat daartussen ruimte is voor detailhandel, horeca en dienstverlening. Voor de detailhandel, horeca en andere voorzieningen geldt dat deze uitsluitend zijn toegestaan in de eerste en tweede bouwlaag (gemeente Eindhoven, 2005a).



Figuur 16: Locatie winkelgebied in Meerhoven (bron: Lörzing et al., 2006)

Omvang

De totale marktruimte die in het bestemmingsplan 'Meerhoven, tweede herziening (II Meerhoven)' voor detailhandel in het winkelcentrum wordt gegeven, is als volgt:

	m ² wvo	m ² bvo
Dagelijkse artikelensector	3.600 – 3.900	4.800 – 5.200
Niet-dagelijkse artikelensector	2.000 – 2.700	2.700 – 3.600
Totaal	5.600 – 6.600	7.500 – 8.800

Hierbij is voor het omrekenen van het winkelvloeroppervlak naar bruto vloeroppervlak uitgegaan van een verhouding waarbij het winkeloppervlak circa 75% uitmaakt van het bruto vloeroppervlak (gemeente Eindhoven, 2005a).

Voor een goede mix aan functies is ook de vestiging van horeca, consumentverzorgende ambachten en publieksgerichte dienstverlening en verhuur in het winkelcentrum van belang, zo staat in het bestemmingsplan 'Meerhoven, tweede herziening (II Meerhoven)'. Er wordt in het bestemmingsplan circa 15% van de te realiseren ruimten voor andere commerciële functies gereserveerd. De reservering komt neer op circa 900 tot 1.000 m²

wvo (circa 1.100 tot 1.300 m² bvo). Daarmee komt het functionele programma voor het winkelcentrum er als volgt uit te zien (gemeente Eindhoven, 2005a):

	m ² wvo	m ² bvo
Detailhandel	5.600 – 6.600	7.500 – 8.800
Horeca, ambacht en diensten	900 – 1.000	1.100 – 1.300
Totaal	6.500 – 7.600	8.600 – 10.100

Vanwege het bovenstaande is in de regels van het bestemmingsplan 'Meerhoven, tweede herziening (II Meerhoven)' opgenomen dat de bruto vloeroppervlakte voor detailhandel en horecabedrijven tezamen ten hoogste 9.500 m² mag bedragen (gemeente Eindhoven, 2005a). Gezien de bovengenoemde verhouding tussen detailhandel en horeca, zal er sprake zijn van maximaal 8.265 m² bvo/6.200 m² wvo detailhandel.

Aard

De voorzieningen in Meerhoven zijn bedoeld voor de bewoners van de eigen wijk en hebben geen bovenwijkse functie, zo is in het bestemmingsplan 'Meerhoven' opgenomen (gemeente Eindhoven, 1997). In een brochure van ASR Vastgoed Ontwikkeling over het winkelcentrum in Meerhoven is aangaande de aard ervan het volgende opgenomen: 'Winkelcentrum Meerhoven biedt ruimte voor een goede mix tussen supermarkten, filiaalbedrijven, verswinkels en speciaalzaken zoals persoonlijke verzorging, huishoudelijke artikelen, mode en textiel, sport en elektronica. Daarnaast is er ruimte voor dienstverleners als een kapper, makelaar en stomerij. Ook kunnen horecavoorzieningen in Winkelcentrum Meerhoven komen, denk aan een cafetaria, grand café, restaurant en ijssalon. Zo wordt Winkelcentrum Meerhoven een levendige plek met een compleet voorzieningenaanbod waar het altijd gezellig is, zowel overdag als 's avonds' (2011, pag. 9).

5.3.3 Detailhandelsstructuur van de woonplaats

Zoals in paragraaf 5.3.1 reeds is vermeld, ligt de wijk Meerhoven in Eindhoven. In deze paragraaf wordt ingegaan op de gehele bestaande detailhandelsstructuur van deze woonplaats.

Locatie en spreiding

In tabel 13 is een overzicht weergegeven van de winkelgebieden die in de woonplaats gesitueerd zijn. Het betreft een 28 tal centra. Daarbij is sprake van slechts één centraal winkelgebied, deze behoort tot de categorie 'Binnenstad'. Het betreft het centrum van Eindhoven, dat hiermee aan de top van de hiërarchie staat. Daarnaast zijn er 25 ondersteunende winkelgebieden, te weten drie supermarktcentra, vier buurtcentra, twaalf kleine wijkcentra, drie grote wijkcentra, twee binnenstedelijke winkelstraten en één stadsdeelcentrum. Ten slotte zijn er twee grootschalige concentraties in Eindhoven aanwezig.

Naast bovengenoemde winkelcentra is er ook verspreide bewinkeling in Eindhoven aanwezig. Dit betreft 23 vestigingen die een winkelvloeroppervlak van meer dan 800 m² hebben. Deze winkels bevinden zich voornamelijk binnen de bestaande woonwijken. Slechts twee voorzieningen bevinden zich buiten de bebouwde kom, negen winkels zijn op een bedrijventerrein gesitueerd.

Nr.	Winkelgebied	Winkelgebiedshoofdtype	Winkelgebiedstypering
1.	Centrum Eindhoven	Centraal	Binnenstad
2.	Eindhoven Woensel	Ondersteunend	Stadsdeelcentrum
3.	Aalsterweg-Leenderweg	Ondersteunend	Binnenstedelijke winkelstraat
4.	Woenselse Markt	Ondersteunend	Binnenstedelijke winkelstraat
5.	Franz Leharplein	Ondersteunend	Wijkcentrum groot
6.	Geldropseweg	Ondersteunend	Wijkcentrum groot
7.	St Trudoplein	Ondersteunend	Wijkcentrum groot
8.	Blixembosch	Ondersteunend	Wijkcentrum klein
9.	Bredalaan	Ondersteunend	Wijkcentrum klein
10.	Cassandraplein	Ondersteunend	Wijkcentrum klein
11.	Eckart	Ondersteunend	Wijkcentrum klein
12.	Gestelsestraat	Ondersteunend	Wijkcentrum klein
13.	Heezerweg	Ondersteunend	Wijkcentrum klein
14.	Hoogstraat Eindhoven	Ondersteunend	Wijkcentrum klein
15.	Hoogstraat-Boutsenlaan	Ondersteunend	Wijkcentrum klein
16.	Insulindelaan-Tongelresestraat	Ondersteunend	Wijkcentrum klein
17.	Kastelenplein	Ondersteunend	Wijkcentrum klein
18.	Vaartbroek	Ondersteunend	Wijkcentrum klein
19.	Woenselse Heide	Ondersteunend	Wijkcentrum klein
20.	Achtse Barrier	Ondersteunend	Buurtcentrum
21.	Biarritzplein	Ondersteunend	Buurtcentrum
22.	Generaal Coenderslaan	Ondersteunend	Buurtcentrum
23.	Roostenlaan	Ondersteunend	Buurtcentrum
24.	De Tempel	Ondersteunend	Supermarktcentrum
25.	Gemmastraat	Ondersteunend	Supermarktcentrum
26.	Limburglaan	Ondersteunend	Supermarktcentrum
27.	De Hurk	Overig	Grootschalige concentratie
28.	Kanaaldijk	Overig	Grootschalige concentratie

Tabel 13: Winkelgebieden in Eindhoven, met typering conform Locatus (Bron: Locatus, 2011)

De locaties van de verschillende winkelcentra en verspreid gelegen winkels zijn in figuur 18 ingetekend (zie bijlage 4). De nummers van de winkelcentra in de figuur corresponderen met de nummers in tabel 13, bij de verspreide bewinkeling corresponderen de cijfers in de figuur met die in tabel 15.

Omvang

In tabel 14 is de omvang van de 28 winkelgebieden en de totale omvang van alle winkels in de categorie 'Verspreide bewinkeling' tezamen weergegeven, zowel in aantal winkels als in m² vvo.

Winkelgebied	Aantal winkels	m ² verkoopp ruimte	Waarvan (m ²) voedings- en genotmiddelen
Centrum Eindhoven	427	118.096	3%
Eindhoven Woensel	119	29.722	26%
Aalsterweg-Leenderweg	52	9.323	11%
Woenselse Markt	95	23.497	22%
Franz Leharplein	25	6.063	38%
Geldropseweg	27	7.446	24%
St Trudoplein	38	7.098	33%
Blixembosch	10	2.086	67%
Bredalaan	9	436	44%
Cassandraplein	7	2.118	79%
Eckart	7	2.120	89%
Gestelsestraat	11	901	23%
Heezerweg	18	1.734	30%
Hoogstraat Eindhoven	17	2.433	69%
Hoogstraat-Boutsenlaan	7	3.165	0%
Insulindelaan-Tongelresestraat	23	5.994	28%
Kastelenplein	19	5.567	43%
Vaartbroek	23	3.849	54%
Woenselse Heide	5	2.148	89%
Achtse Barrier	9	1.479	82%
Biarritzplein	6	1.644	78%
Generaal Coenderslaan	6	680	17%
Roostenlaan	8	2.020	62%
De Tempel	4	3.253	40%
Gemmastraat	4	8.318	10%
Limburglaan	3	6.129	56%
De Hurk	14	22.621	7%
Kanaaldijk	13	22.445	0%
Verspreide bewinkeling	23	40.412	15%

Tabel 14: Omvang en aard winkelgebieden in Eindhoven (Bron: Locatus, 2011)

Het centrum van Eindhoven is, gezien het aantal winkels en het aantal m² wvo, het belangrijkste winkelcentrum in Eindhoven. Daarnaast is er één stadsdeelcentrum in Eindhoven aanwezig, Eindhoven Woensel, en dit winkelgebied staat ook qua omvang op een tweede plaats in de rangorde. De twee winkelgebieden in de categorie 'binnenstedelijke winkelstraat' zijn qua omvang heel verschillend van elkaar: Woenselse Markt is voor wat betreft het aantal winkels bijna twee keer en qua m² verkoopp ruimte circa 2,5 keer zo groot als Aalsterweg-Leenderweg. De drie grote wijkcentra zijn zowel qua m² verkoopp ruimte als qua aantal winkels van vergelijkbare omvang, al heeft het

winkelgebied St Trudoplein wel net iets meer winkels dan de andere twee locaties. De winkelgebieden die behoren tot de categorie 'Wijkcentrum klein' zijn vrijwel allemaal van vergelijkbare omvang, zowel in aantal winkels als in aantal m² wvo. Daarbij zijn qua m² verkooppriimte de centra Insulindelaan-Tongelresestraat en Kastelenplein net wat groter en de centra Bredalaan en Gestelsestraat net wat kleiner dan hun 'soortgenoten'. Anderzijds zijn qua aantal winkels de centra Vaartbroek en Insulindelaan-Tongelresestraat iets groter en het centrum Woenselse Heide iets kleiner dan de rest. De vier buurtcentra zijn vrijwel allemaal van vergelijkbare omvang, zowel in aantal winkels als in aantal m² wvo. Daarbij is het centrum Generaal Coenderslaan net iets kleiner dan zijn drie 'soortgenoten'. Voor wat betreft de drie supermarktcentra is in hun omvang duidelijk terug te zien dat zij tot een ander winkelgebiedstype behoren dan de andere 22 ondersteunende winkelcentra. Daarbij is het verschil tussen het buurtcentrum en het supermarktcentrum duidelijk waar te nemen: terwijl er meer winkels zitten in de buurtcentra dan in de supermarktcentra, zijn de supermarktcentra qua m² wvo juist groter dan de buurtcentra. Uit de cijfers van de winkelgebieden De Hurk en Kanaaldijk is duidelijk af te leiden dat het hier grootschalige concentraties betreft. Het bevat slechts 14 respectievelijk 13 winkels, terwijl de oppervlakte 22.621 m² wvo respectievelijk 22.445 m² wvo betreft. In vergelijking met het centrum van Eindhoven met 427 winkels en een oppervlakte van 118.096 m² wvo is er in de grootschalige concentraties sprake van grote winkels.

Voor wat de omvang van de verspreide bewinkeling geven de cijfers in tabel 14 slechts een totaalcijfer van de omvang in m² wvo. Daaruit blijkt dat de winkels gemiddeld een oppervlakte van circa 1.750 m² bvo per winkel hebben. In tabel 15 wordt per winkel in de categorie 'Verspreide bewinkeling' weergegeven wat de omvang daarvan is. Daaruit blijkt dat het gemiddelde van 1.750 m² niet wordt veroorzaakt door enkele uitschieters, maar dat de gemiddelde omvang een goede afspiegeling is van de 23 winkels. De oppervlakten van de winkels variëren tussen 850 en 3.800 m² wvo.

Nr.	m ² verkooppriimte	Hoofdbranche	Nr.	m ² verkooppriimte	Hoofdbranche
1.	1.063	Levensmiddelen	13.	2.410	Plant & Dier
2.	1.000	Levensmiddelen	14.	3.800	Sport & Spel
3.	1.200	Sport & Spel	15.	1.000	Doe-Het-Zelf
4.	1.800	Sport & Spel	16.	3.150	Doe-Het-Zelf
5.	1.634	Levensmiddelen	17.	2.400	Detailhandel Ov.
6.	850	Plant & Dier	18.	2.400	Doe-Het-Zelf
7.	1.100	Wonen	19.	2.400	Wonen
8.	1.129	Levensmiddelen	20.	1.140	Warenhuis
9.	1.266	Levensmiddelen	21.	2.500	Doe-Het-Zelf
10.	1.300	Wonen	22.	1.000	Antiek & Kunst
11.	1.800	Wonen	23.	3.000	Plant & Dier
12.	1.070	Wonen			

Tabel 15: Omvang en aard verspreide bewinkeling in Eindhoven (Bron: Locatus, 2011)

Aard

Zowel in tabel 14, als in tabel 15 en tabel 16 is informatie opgenomen over de aard van de winkelgebieden en de verspreide bewinkeling in Eindhoven.

Uit tabel 14 blijkt dat in het centrum van Eindhoven zeer weinig voedings- en genotmiddelen te koop zijn. In de 25 ondersteunende winkelcentra is diversiteit te zien in het percentage winkels in voedings- en genotmiddelen dat er aanwezig is. Het gemiddelde percentage is 45. 15 winkelgebieden hebben een percentage dat daaronder ligt, 10 locaties een percentage daarboven. Eén winkelcentrum heeft een zeer opvallend percentage. Het betreft het kleine wijkcentrum Hoogstraat-Boutsenlaan, dat voor 0% uit winkels in de voedings- en genotmiddelen bestaat. Daarnaast hebben de kleine wijkcentra Eckart en Woenselse Heide een opvallend hoog percentage, te weten 89%, winkels in de branche voedings- en genotmiddelen. In het winkelgebied Kanaaldijk (type grootschalige concentratie) zijn, conform de verwachting, helemaal geen winkels in de categorie voedings- en genotmiddelen aanwezig. In de andere grootschalige concentratie, De Hurk, is gezien het percentage van 7% wel een winkel in deze categorie aanwezig. Uit de cijfers voor de verspreide bewinkeling blijkt dat er enkele winkels in de branche voedings- en genotmiddelen verspreid in Eindhoven aanwezig zijn.

Uit tabel 16 volgt een nadere verklaring voor de cijfers uit tabel 14. In deze tabel is namelijk te zien welke branches qua m² wvo het meest voorkomen in de diverse winkelgebieden. Daarbij zijn alleen de branches met een percentage van meer dan 10 opgenomen in de tabel. Daarnaast zijn alleen de drie grootste branches per winkelgebied in de tabel genoteerd. In het centrum van Eindhoven komen, conform de verwachting, winkels in de branches kleding & mode en warenhuis het meest voor. Ook in het stadsdeelcentrum nemen de winkels in de branche kleding & mode veel ruimte in. Opvallend is dat in beide binnenstedelijke winkelstraten winkels in de branche wonen het meest voorkomen. In de grote wijkcentra, de kleine wijkcentra en de buurtcentra nemen de winkels in de branche levensmiddelen over het algemeen de meeste ruimte in. De branches die zich naast de Levensmiddelenbranche in de winkelgebieden bevinden, zijn overigens heel divers. Uitzondering daarop vormen Geldropseweg, Hoogstraat-Boutsenlaan en Generaal Coenderslaan. Daar zijn de branches wonen respectievelijk detailhandel overig het grootst. Tegen de verwachtingen in zijn bij twee van de drie supermarktcentra de winkels in de branche levensmiddelen niet het grootst. Daar zijn kleding & mode en wonen het meest omvangrijk. In de winkelgebieden De Hurk en Kanaaldijk zijn, conform de verwachting, winkels in de branches wonen en doe-het-zelf het meest voorkomend.

Zoals gesteld bleek uit tabel 14 dat er enkele winkels in de categorie voedings- en genotmiddelen in de verspreide bewinkeling aanwezig zijn. Uit tabel 15 is op te maken dat dit vijf winkels zijn, één met een omvang van 1.634 m² wvo en vier met een omvang van circa 1.000 m² wvo. Daarnaast blijkt uit tabel 15 dat de branche doe-het-zelf met vier winkels en een gezamenlijke oppervlakte van 9.050 m² wvo het meest vertegenwoordigd is. Daarop volgt de branche wonen met vijf winkels en een oppervlakte van 7.670 m² wvo. Daarnaast zijn er in de branches sport & spel en plant & dier per branche drie winkels aanwezig met een oppervlakte van circa 6.500 m² wvo. Ten slotte zijn in de branches warenhuis, antiek & kunst en detailhandel overig ieder één winkel aanwezig in de categorie verspreide bewinkeling.

Winkelgebied	Qua m ² wvo meest voorkomende branches per winkelgebied		
Centrum Eindhoven	Kled. & Mode: 41%	Warenhuis: 20%	
Eindhoven Woensel	Kled. & Mode: 36%	Levensm.: 26%	
Aalsterweg-Leenderweg	Wonen: 41%	Kled. & Mode: 11%	Levensm.: 11%
Woenselse Markt	Wonen: 31%	Levensm.: 22%	
Franz Leharplein	Levensm.: 38%	Sport & Spel: 16%	Plant & Dier: 11%
Geldropseweg	Wonen: 29%	Levensm.: 24%	Sport & Spel: 14%
St Trudoplein	Levensm.: 33%	Wonen: 12%	
Blixembosch	Levensm.: 67%	Pers. Verz.: 15%	
Bredalaan	Levensm.: 44%	Plant & Dier: 42%	
Cassandraplein	Levensm.: 79%	Pers. Verz.: 16%	
Eckart	Levensm.: 89%		
Gestelsestraat	Levensm.: 23%	Plant & Dier: 23%	Media: 22%
Heezerweg	Levensm.: 30%	Pers. Verz.: 20%	Plant & Dier: 15%
Hoogstraat Eindhoven	Levensm.: 69%	Detailh. Ov.: 19%	
Hoogstraat-Boutsenlaan	Detailh. Ov.: 60%	Wonen: 20%	Sport & Spel: 14%
Insulindelaan-Tongelresestraat	Levensm.: 28%	H.h.- & L. Art.: 23%	Sch. & Lederw.: 15%
Kastelenplein	Levensm.: 43%	Bruin & Witg.: 27%	
Vaartbroek	Levensm.: 54%	Kled. & Mode: 14%	Pers. Verz.: 11%
Woenselse Heide	Levensm.: 89%		
Achtse Barrier	Levensm.: 82%		
Biarritzplein	Levensm.: 78%		
Generaal Coenderslaan	Wonen: 60%	Levensm.: 17%	Pers. Verz.: 13%
Roostenlaan	Levensm.: 62%	Plant & Dier: 15%	Sport & Spel: 13%
De Tempel	Kled. & Mode: 52%	Levensm.: 40%	
Gemmastraat	Wonen: 90%		
Limburglaan	Levensm.: 56%	Sport & Spel: 44%	
De Hurk	Doe-Het-Zelf: 60%		
Kanaaldijk	Wonen: 79%	Doe-Het-Zelf: 21%	

Tabel 16: Aard winkelgebieden in Eindhoven (Bron: Locatus, 2011)

5.3.4 Gedachten achter het plan

In deze paragraaf worden de gedachten achter het plan uiteengezet. Daartoe wordt de informatie uit diverse (beleids)stukken en daarnaast de relevante informatie verkregen uit de interviews beschreven.

Onderzoek naar ontwikkelingsmogelijkheden en Masterplan voor Meerhoven

In het bestemmingsplan 'Meerhoven' wordt aangegeven dat de omvang van het winkelcentrum is gebaseerd op de functie van wijkcentrum, waarbij rekening is gehouden

met de nabijheid van het Citycentrum Veldhoven, het koopcentrum de Hurk en de buurtsteunpunten in Veldhoven-noord (gemeente Eindhoven, 1997).

Een distributieplanologische onderbouwing van de omvang van het voorzieningenapparaat is toegevoegd aan het masterplan voor Meerrijk. Voor de benadering van de toekomstige distributieve ruimte in Meerhoven zijn de volgende uitgangspunten gehanteerd (gemeente Eindhoven, 2002):

- het primair draagvlak is ingeschat op circa 15.575 inwoners;
- de bestedingen per jaar in de dagelijkse sector liggen op circa € 2.026,- per hoofd van de bevolking, in de niet-dagelijkse sector op circa € 2.335,-;
- in de dagelijkse artikelensector is de binding ingeschat op circa 75% tot 80%, de toevloeiing op circa 10% van de totale omzet. De binding in de niet-dagelijkse sector is ingeschat op circa 15% tot 20%, de toevloeiing op circa 10% van de totale omzet;
- voor de benodigde vloerproductiviteit wordt uitgegaan van een gemiddeld benodigde omzet van circa € 7.250,- per m² wvo in de dagelijkse artikelensector en circa € 3.000,- per m² wvo in de niet-dagelijkse artikelensector.

Zoals ook in de vorige paragraaf onder het kopje 'Omvang' is weergegeven, is het functioneel programma in een bandbreedte gegeven. Deze omvang met die bandbreedte van het detailhandelsaanbod in de wijk is mede bepaald aan de hand van het onderzoek 'Ontwikkelingsmogelijkheden van het wijkwinkelcentrum Meerhoven' dat het bureau BRO heeft uitgevoerd. In het onderzoeksrapport is opgenomen dat de onderkant van de bandbreedte zonder meer realistisch te noemen is. Vervolgens wordt een aantal randvoorwaarden ten aanzien van invulling en ruimtelijke aspecten genoemd. Indien daaraan voldaan wordt is ook de bovenkant van de bandbreedte haalbaar (BRO, 2005). De volgende ruimtelijke randvoorwaarden spelen onder meer een rol. Hierbij worden alleen de randvoorwaarden benoemd die in het kader van onderhavig onderzoek interessant zijn (BRO, 2005):

- centrale ligging in het verzorgingsgebied: Meerrijk komt centraal in het verzorgingsgebied te liggen. Bij een centrale ligging in de wijk valt de koopkrachtbinding vanuit de hele wijk hoger uit dan bij een perifere of excentrische ligging. De afstanden voor de consument zijn zo het kortste;
- voorzieningenaanbod clusteren: In Meerhoven is de ontwikkeling van één voorzieningencentrum voorzien. Het voorkomen van detailhandelsaanbod op andere locaties in Meerhoven is belangrijk voor een goed functionerend centrum. De combinatie van winkelfuncties met andere functies versterkt de oriëntatie op de winkels en andere commerciële voorzieningen;
- bereikbaarheid: Een goede bereikbaarheid van het centrum is een belangrijke voorwaarde voor het functioneren en de uitgroei tot een levendig middelpunt van de wijk. De verkeersplannen voorzien in een goede bereikbaarheid van het centrum voor fietsers en voetgangers. Aandachtspunt vormt de bereikbaarheid per auto. Het ontmoedigen van autoverkeer in Meerhoven mag niet leiden tot een verminderde autobereikbaarheid van het winkelcentrum.

Ten slotte geeft BRO aan dat voorkomen zou moet worden dat winkelcentra een eventueel benodigde schaa sprong fysiek niet kunnen accommoderen, omdat het winkelcentrum is ingeklemd tussen de woonwijken. In de ruimtelijke opzet dient hiermee rekening te worden gehouden. Voor Meerrijk geldt echter dat het gehele centrum als een compacte stedenbouwkundig massa wordt gerealiseerd. Later uitbreiden is bijna niet mogelijk (BRO, 2005).

Detailhandelsbeleid van de gemeente Eindhoven

De gemeente Eindhoven heeft haar detailhandelsbeleid vastgelegd in de 'Detailhandelsnota gemeente Eindhoven; Tenminste houdbaar tot januari 2010'. In de nota geeft de gemeente aan in welke richting de detailhandel zich wat haar betreft zou moeten ontwikkelen. De eerste ambitie is dat Eindhovenaren zoveel mogelijk niet-dagelijkse artikelen in Eindhoven zelf kopen (dagelijkse artikelen koopt men doorgaans sowieso dichtbij huis). De tweede ambitie is dat mensen van buiten de stad evenveel of meer aankopen in Eindhoven gaan doen. Uitgangspunt daarbij is dat de bestaande structuur gehandhaafd blijft en waar mogelijk versterkt (gemeente Eindhoven, 2006).

Buiten de binnenstad en stadsdeelcentrum Woensel betekent zijn het dagelijkse aanbod en de dagelijkse verzorging leidend voor de detailhandelsstructuur op wijk- en buurtniveau (fijnmazigheid, acceptabele afstand enzovoorts). Voor de toekomstige detailhandelsstructuur betekent dit (gemeente Eindhoven, 2006):

- behoud en verdere versterking van de binnenstad als (recreatief) koopcentrum voor een ruim verzorgingsgebied;
- behoud en versterking van de positie van stadsdeelcentrum Winkelcentrum Woensel, centraal gelegen in Eindhoven-Noord;
- goed ingevulde moderne winkelvoorzieningen, met het accent op boodschappen, goed gepositioneerd en evenwichtig verdeeld over de stadsdelen;
- goed geprofileerde voorzieningen ten behoeve van laag frequent (gericht) kopen op logische locaties en in geconcentreerde vorm, met een bovenlokale functie en
- afgestemd op de regionale situatie.

Het beleid van de gemeente Eindhoven ten aanzien van perifere detailhandelsvestigingen is dat bepaalde branchegroepen zich perifeer (dus buiten binnenstedelijke en stadsdeel-/wijk-/buurtgebonden winkelconcentraties) mogen vestigen. Hierbij wordt bij voorkeur uitgegaan van concentratie van aanbieders. De branches worden onderverdeeld in drie hoofdcategorieën (gemeente Eindhoven, 2006):

- categorie I: Brand- en explosiegevaarlijke stoffen
- categorie IIA + IIB: Auto's, boten, caravans, Grove bouwmaterialen
- categorie III: Bouwmarkten, Keukens en sanitair, Tuincentra, Woninginrichting als geheel

Op de Eindhovense bedrijventerreinen worden in het algemeen geen (nieuwe) vestigingen van detailhandel en geen substantiële uitbreidingen van detailhandel toegestaan. Reeds gevestigde bedrijven kunnen uiteraard gevestigd blijven en mogen ook uitbreiden (met 10% van het bedrijfsvloeroppervlak per bestemmingsplanperiode) mits ze legaal gevestigd zijn (gemeente Eindhoven, 2006).

Detailhandel bij grotere passantenstromen en -concentraties, zoals grote ziekenhuizen, ns-stations en bedrijven- en kantoorcomplexen zijn toegestaan, mits deze niet verstorend werken op de Eindhovense detailhandelsstructuur. De winkelvoorzieningen dienen van relatief beperkte grootte te zijn en ondersteunend aan c.q. verzorgend voor de hoofdfunctie van het gebied (gemeente Eindhoven, 2006).

De inpassing van grootschalige supermarkten is niet wenselijk in Eindhoven. In het westelijke deel van de stad en aan de noordzijde zijn reeds grootschalige supermarkten aanwezig. Aan de oostzijde is de grootschaligheid niet vertegenwoordigd, maar daar is

inpassing niet gewenst vanwege de consequenties voor de bestaande structuur (gemeente Eindhoven, 2006).

Interview gemeente

Er heeft een gesprek plaatsgevonden met de heer A. Beernink, projectmanager Meerhoven van de gemeente Eindhoven. Hieronder volgt een omschrijving van de van belang zijnde elementen uit dit interview.

Voor wat betreft de omvang en aard van het winkelcentrum in Meerhoven geeft de heer Beernink aan dat in het toekomstige winkelcentrum niet alleen winkels, maar ook alle typen voorzieningen zitten die je je kan voorstellen: horeca, gezondheidszorg, dienstverlening en maatschappelijke voorzieningen. Winkels zijn gecombineerd met andere voorzieningen, voor meerdere doeleinden is er één cluster met verschillende soorten voorzieningen bij elkaar. Dus dat betekent dat men voor verschillende doelen naar het centrum kan, een combinatiebezoek is heel goed mogelijk. Het voordeel van multifunctioneel gebruik is volgens de heer Beernink dat het zorgt voor een stukje duurzaamheid, omdat voorkomen wordt dat men voor elke voorziening apart heen en weer gaat rijden.

Qua locatie is de heer Beernink van mening dat in Meerhoven op de juiste manier een winkelcentrum ontwikkeld wordt. Hij is van mening dat het belangrijk is dat mensen voorzieningen in de buurt hebben en dat er meerdere voorzieningen bij elkaar in de buurt gesitueerd zijn. Naar zijn idee moeten er geen solitaire perifere ontwikkelingen mogelijk gemaakt worden. We krijgen namelijk te maken met een vergrijzingsgolf. Dus over een aantal jaar is een groter deel dan nu van de Nederlandse bevolking oud. En volgens de heer Beernink is het dan juist belangrijk om zo'n 'traditionele structuur' te hebben waarbij verschillende voorzieningen bij elkaar geconcentreerd zijn. Daar moeten ook bijzondere woonvormen voor mensen die een zorgbehoefte hebben bij geconcentreerd worden. Op die manier worden mensen in staat gesteld om langer zelfstandig thuis te kunnen wonen. Dat is volgens de heer Beernink immers want mensen willen; zo lang mogelijk zelfstandig thuis wonen waarbij, indien noodzakelijk, de zorg vanuit de omliggende buurt geleverd kan worden. En dan zijn winkelvoorzieningen in de directe omgeving ook belangrijk, zodat men zelfstandig naar de winkel kan.

Als in Meerhoven alleen maar gezinnen met kinderen zouden wonen, dan zou het wellicht minder erg zijn als er aan de rand van de wijk een grote supermarkt zou staan. Daar kan iedereen dan makkelijk met de auto de grote zaterdagboodschappen gaan doen, zo zegt de heer Beernink. Maar in de praktijk is het volgens hem toch vaak zo dat gemeenten er op aansturen dat een wijk een afspiegeling is van de samenleving en er dus niet alleen gezinnen met kinderen wonen. En als er een gemêleerde samenstelling in de wijk is, weet de heer Beernink niet of het handig is om de winkelvoorzieningen aan de rand van de wijk of perifeer te situeren.

Tegelijkertijd hebben ook de gezinnen met kinderen volgens de heer Beernink baat bij de locatie en aard van het winkelcentrum zoals dat in Meerhoven gerealiseerd wordt. De kinderen moeten naar school en naar de kinderopvang en dan is het handig dat op die route ook de boodschappen meteen gedaan kunnen worden. Dus de heer Beernink ziet toch meer voordelen aan de indeling van Meerhoven met de mogelijkheden voor combinatiebezoek dan dat juist weer al die functies alsmaar monofunctioneel ergens gesitueerd zouden worden.

Aangaande de mogelijkheden voor verandering van het detailhandelsaanbod is er in Meerhoven weinig ruimte, zo geeft de heer Beernink aan. Op een bepaald moment is op basis van een distributieplanologisch onderzoek de metrages bepaald en daar is het plan op gebaseerd. Wat wel flexibel is volgens de heer Beernink is dat men in het centrum gebouwen zo probeert vorm te geven dat functieverandering mogelijk is. Dus een horecavoorziening kan een paar jaar later een winkel zijn en vice versa. Dit wordt bijvoorbeeld gedaan door middel van hogere verdiepingshoogten.

Interview projectontwikkelaar

ASR Vastgoed Ontwikkeling is één van de grootste winkel-, woning-, en gebiedsontwikkelaars in Nederland. ASR Vastgoed Ontwikkeling is als ontwikkelaar betrokken bij de realisatie de winkelveorzieningen in Meerhoven. Er heeft een gesprek plaatsgevonden met de heer T. Ruiter, ontwikkelingsmanager bij ASR Vastgoed Ontwikkeling. Hieronder volgt een omschrijving van de van belang zijnde elementen uit dit interview.

Qua omvang van het winkelcentrum in Meerhoven geeft de heer Ruiter aan dat ze inspelen op de trend van schaalvergroting. Ook de kleinere winkels willen net een maatje groter zijn dan tien jaar geleden en daar krijgen ze de ruimte voor.

Voor wat betreft de branchering is de heer Ruiter van mening dat er bepaalde basisvoorzieningen gerealiseerd moeten worden voor de mensen die er komen wonen. Er dient een bepaald voorzieningenniveau in een wijk aanwezig te zijn waar de inwoners op moeten kunnen vertrouwen. Dat proberen ze als ontwikkelaar te borgen in het proces.

Aangaande de locatie en spreiding is het volgens de heer Ruiter heel belangrijk dat er pleinen worden gemaakt, die verbonden zijn met elkaar en dat daar een bepaalde hiërarchie in zit. Het startpunt van denken bij het maken van een ontwerp, is voor ASR Vastgoed Ontwikkeling dat ze een plek maken waar mensen graag willen zijn. Een plek die aangenaam vertoeven is en die de moeite waard is om naartoe te gaan om boodschappen te doen, maar ook om een kopje koffie te drinken of te kijken naar een nieuw paar schoenen. De heer Ruiter geeft aan dat de sfeer van het gehele gebied leidend is. In het geval van Meerhoven is de intentie om echt een dorpshart te maken, een plek die echt dat karakter draagt.

Voor wat betreft de mogelijkheden voor verandering van het detailhandelsaanbod geeft de heer Ruiter aan dat geprobeerd is om een tijdloos ontwerp te maken zodat een winkelcentrum ontstaat dat niet over 10 of 20 jaar weer herontwikkeld moet gaan worden. Maar de heer Ruiter begrijpt ook dat het nooit zeker is dat dat lukt, want dit zal ook bij Hoog Catherijne in Utrecht en Dukenburg in Nijmegen de insteek zijn geweest, terwijl herontwikkeling nu bij beide centra wel het geval is. Maar volgens de heer Ruiter is in winkelland en ontwikkelingsland wel zichtbaar dat de manier waarop winkels technisch vormgegeven worden de laatste jaren meer mogelijkheden geeft naar de toekomst toe. De bebouwing wordt zo gerealiseerd dat in de toekomst geanticipeerd kan worden op eventuele veranderingen, bijvoorbeeld een andere maatvoering van winkels. Dit betreft technische oplossingen. Als een winkel failliet gaat en er komt een andere winkel voor in de plaats die een andere omvang wenst, dan is er de mogelijkheid om wanden te verplaatsen. Zo is door die flexibiliteit de duurzaamheid van een winkelcentrum gewaarborgd.

5.3.5 Analyse

In deze paragraaf wordt voor wat betreft Meerhoven aan de hand van de informatie uit de voorgaande paragrafen een antwoord gegeven op de toetsingsvragen uit hoofdstuk 4. Dit wordt zo veel mogelijk in samenhang met elkaar gedaan en niet voor iedere toetsingsvraag apart. Aan het eind van deze paragraaf staat een tabel waarin wel per toetsingsvraag de conclusie wordt weergegeven.

Rangorde en locatiepatroon van de functionele hiërarchie

In tabel 17 vindt de vergelijking van de winkelgebieden in Eindhoven met de rangorde van de functionele hiërarchie plaats. Er staat een overzicht in van alle winkelgebieden in Eindhoven, met daarachter tot welke categorie winkelgebied zij volgens de functionele hiërarchie behoren. Dit is bepaald aan de hand van de omvang van de winkelgebieden. Deze omvang is vergeleken met de m² verkoopruimte per type winkelcentrum volgens de functionele hiërarchie (zie tabel 4 in hoofdstuk 2). Op basis daarvan behoren de winkelgebieden in Eindhoven tot een bepaalde categorie winkelgebied uit de rangorde van de functionele hiërarchie en dat staat in de tabel vernoemd.

Daarnaast is in de tabel opgenomen of het percentage voedings- en genotmiddelen dat in het winkelgebied aanwezig is (zie tabel 14 in dit hoofdstuk) overeenkomt met, dan wel hoger of lager is dan dat het volgens de rangorde van de functionele hiërarchie zou moeten zijn (zie tabel 4 in hoofdstuk 2).

In figuur 19 (zie bijlage 4) is de locatie en spreiding van de winkelgebieden in Eindhoven nogmaals weergegeven, maar dan met de aanduiding tot welk type winkelgebied uit de rangorde van de functionele hiërarchie ze volgens hun omvang behoren (een gedeelte van de informatie uit tabel 17 dus).

Kijkend naar tabel 17 en figuur 19 blijkt dat de detailhandelsstructuur van de gehele woonplaats gedeeltelijk overeenkomt met de rangorde en het locatiepatroon van de functionele hiërarchie. Er is een hoofdcentrum aanwezig, deze is van de eerste orde. Uit figuur 19 valt op te maken dat het centrum van Eindhoven redelijk centraal in de woonplaats gesitueerd is. Naast het hoofdcentrum zijn er 27 nevencentra aanwezig.

De winkelgebieden Eindhoven Woensel, Woenselse Markt, De Hurk en Kanaaldijk zijn zeer afwijkend van de rangorde van de functionele hiërarchie. De omvang van deze centra is zo groot, dat ze wat dat betreft vergelijkbaar zijn met een groot stadswinkelcentrum. Dit wordt voor wat betreft de centra De Hurk en Kanaaldijk veroorzaakt door de volumineuze goederen die vooral verkocht worden op deze locaties, waardoor de winkels een grote omvang hebben. De rangorde van de functionele hiërarchie houdt geen rekening met PDV- en GDV-locaties, waardoor deze winkelgebieden er niet binnen passen. Ondanks dat het winkelcentrum De Hurk niet past binnen de rangorde van de functionele hiërarchie, is het percentage voedings- en genotmiddelen voor dit winkelcentrum wel in overeenstemming met de cijfers van de rangorde. Bij het winkelcentrum Kanaaldijk stemt het percentage voedings- en genotmiddelen niet overeen met de cijfers van de rangorde. Voor wat betreft de winkelcentra Eindhoven Woensel en Woenselse Markt wordt de omvang niet veroorzaakt door de volumineuze goederen die er verkocht worden. De winkels in deze gebieden zijn gemiddeld 250 dan wel 180 m² groot. Hier is het totaal aantal winkels de reden van de te grote omvang van de winkelgebieden. Er zijn geen nevencentra van de eerste orde aanwezig in Eindhoven. De winkelcentra Eindhoven Woensel en Woenselse Markt hadden qua omvang binnen deze categorie moeten vallen, dan had het beter overeengestemd met de rangorde van de functionele hiërarchie.

Winkelgebied	Omschrijving	Percentage voedings- en genotmiddelen
Centrum Eindhoven	Groot stadswinkelcentrum	Te laag
Eindhoven Woensel	Groot stadswinkelcentrum	Te hoog
Aalsterweg-Leenderweg	(groot) Wijkcentrum	Te laag
Woenselse Markt	Groot stadswinkelcentrum	Te hoog
Franz Leharplein	(groot) Wijkcentrum	Te hoog
Geldropseweg	(groot) Wijkcentrum	Te laag
St Trudoplein	(groot) Wijkcentrum	Te hoog
Blixembosch	Versterkt buurtcentrum (klein wijkcentrum)	Te hoog
Bredalaan	Onvolledig buurtcentrum	Te laag
Cassandraplein	Versterkt buurtcentrum (klein wijkcentrum)	Te hoog
Eckart	Versterkt buurtcentrum (klein wijkcentrum)	Te hoog
Gestelsestraat	Onvolledig buurtcentrum	Te laag
Heezerweg	Buurtcentrum	Te laag
Hoogstraat Eindhoven	Versterkt buurtcentrum (klein wijkcentrum)	Te hoog
Hoogstraat-Boutsenlaan	Versterkt buurtcentrum (klein wijkcentrum)	Te laag
Insulindelaan-Tongelresestraat	(groot) Wijkcentrum	Te laag
Kastelenplein	(groot) Wijkcentrum	Te hoog
Vaartbroek	Versterkt buurtcentrum (klein wijkcentrum)	Te hoog
Woenselse Heide	Versterkt buurtcentrum (klein wijkcentrum)	Te hoog
Achtse Barrier	Buurtcentrum	Te hoog
Biarritzplein	Buurtcentrum	Te hoog
Generaal Coenderslaan	Onvolledig buurtcentrum	Te laag
Roostenlaan	Versterkt buurtcentrum (klein wijkcentrum)	Te hoog
De Tempel	Versterkt buurtcentrum (klein wijkcentrum)	Komt overeen
Gemmastraat	(groot) Wijkcentrum	Te laag
Limburglaan	(groot) Wijkcentrum	Te hoog
De Hurk	Groot stadswinkelcentrum	Komt overeen
Kanaaldijk	Groot stadswinkelcentrum	Te laag

Tabel 17: Vergelijking winkelgebieden in Meerhoven met tabel 4 uit hoofdstuk 2

Een andere afwijking van de rangorde en het locatiepatroon van de functionele hiërarchie is dat de meeste nevencentra van het type (groot) wijkcentrum of versterkt buurtcentrum zijn, dit zijn er acht respectievelijk negen. Er zijn slechts drie buurtcentra aanwezig en er zijn ook maar drie onvolledige buurtcentra in Eindhoven gesitueerd. Als het Centrale Plaatsenmodel van Christaller (figuur 5 in hoofdstuk 2) bekeken wordt, is daaruit af te leiden dat hoe lager de orde van het centrum is, des te meer er daarvan in een woonplaats aanwezig zouden moeten zijn. Dit is in Eindhoven niet het geval. Er zijn te

weinig winkelcentra van het type buurtcentrum en onvolledig buurtcentrum. Daarnaast zou een aantal van de winkelcentra van het type versterkt buurtcentrum volgens de rangorde en het locatiepatroon van de functionele hiërarchie van een kleinere omvang (type buurtcentrum of onvolledig buurtcentrum) moeten zijn. Hieruit blijkt dat de detailhandelsstructuur in de gehele woonplaats grofmaziger is dan volgens de functionele hiërarchie de bedoeling is.

Ook voor wat betreft het aandeel winkels in de categorie voedings- en genotmiddelen per type winkelgebied blijken de winkelcentra in Eindhoven niet overeen te komen met de functionele hiërarchie. De winkelgebieden De Tempel en De Hurk zijn de enige winkelcentra die wel overeenstemmen met de rangorde van de functionele hiërarchie (over het centrum De Hurk is echter eerder al vermeld dat het qua omvang niet overeenstemt met de functionele hiërarchie). Van de overige centra heeft circa 60% een te hoog percentage, de andere 40% zit onder het percentage dat het volgens de rangorde van de functionele hiërarchie zou moeten hebben.

De verspreide bewinkeling die in Eindhoven aanwezig is, stemt sowieso niet overeen met de rangorde van de functionele hiërarchie. Daarin wordt immers uitgegaan van winkelgebieden en niet van individuele winkels. Daarnaast klopt het percentage voedings- en genotmiddelen in geen enkel geval aangezien het één winkel betreft en het percentage dus altijd 0 of 100 is en deze percentages niet voorkomen in de rangorde van de functionele hiërarchie.

Voor wat betreft het winkelgebied in Meerhoven mag er, zoals in paragraaf 5.3.2 gesteld, volgens het bestemmingsplan 'Meerhoven, tweede herziening (II Meerhoven)' in totaal 9.500 m² bvo voor detailhandel én horecabedrijven in Meerhoven aanwezig zijn. De omvang van de detailhandel zal daarbij, gezien de in het bestemmingsplan genoemde verhouding tussen detailhandel en horeca, maximaal 8.265 m² bvo (oftewel 6.200 m² wvo) zijn. Hierdoor behoort het winkelcentrum in de wijk, vanwege de omvang ervan, tot de categorie (groot) wijkcentrum uit de rangorde van de functionele hiërarchie. Gezien de opbouw en structuur van Eindhoven is dit in overeenstemming met de rangorde en het locatiepatroon van de functionele hiërarchie. Er is echter slechts één winkelgebied aanwezig, er bevinden zich niet naast het (groot) wijkcentrum nog winkelcentra van een lagere orde in de wijk. Dit terwijl dit volgens de rangorde en het locatiepatroon van de functionele hiërarchie (zie tabel 4 en figuur 5 in hoofdstuk 2) wel zo zou moeten zijn. Aangezien er in het bovengenoemde bestemmingsplan is vastgelegd dat winkels alleen binnen de bestemming 'Centrumdoeleinden' zijn toegestaan en dit alleen in het centrum van de wijk is, kan gesteld worden dat er expliciet voor gekozen is om slechts één winkelgebied mogelijk te maken en dus af te wijken van de rangorde en het locatiepatroon van de functionele hiërarchie. Er wordt dus bewust rekening gehouden met de ontwikkeling dat de detailhandelsstructuur grofmaziger wordt.

Bij het type (groot) wijkcentrum hoort volgens de functionele hiërarchie een percentage voedings- en genotmiddelen van 30. Dit betekent dat 30% van de totale omvang in gebruik moet zijn door winkels in de categorie voedings- en genotmiddelen.

Zoals in de detailhandelsnota van de gemeente beschreven staat, mogen bepaalde branchegroepen zich perifeer vestigen. Winkels uit deze branches zullen dus niet voorkomen in de wijk, waardoor er meer oppervlakte van de 6.200 m² wvo beschikbaar blijft voor winkels uit de overige branches.

Zoals in paragraaf 5.3.2 gesteld, is in het bestemmingsplan 'Meerhoven, tweede herziening (II Meerhoven)' de totale marktruimte voor detailhandel in het winkelcentrum

verdeeld over de dagelijkse artikelensector en de niet-dagelijkse artikelensector. Omgerekend naar percentages is deze verdeling circa 60% dagelijkse artikelen en circa 40% niet-dagelijkse artikelen. Wat volgens de indeling van Locatus tot de groep Dagelijks behoort, zijn winkels in de branche levensmiddelen en in de branche persoonlijke verzorging. Daarbij maken de winkels in de branche levensmiddelen een veel groter deel uit van deze groep dan de winkels in de branche persoonlijke verzorging (zie bijlage 2). Dus 60% dagelijkse artikelen betekent met name winkels in de branche levensmiddelen (oftewel voedings- en genotmiddelen).

Daarnaast is het uitgangspunt van de gemeente dat het voorzieningenniveau afgestemd is op de bewoners van de wijk; de winkels hebben geen bovenwijkse functie. De dagelijkse verzorging is leidend voor de detailhandelsstructuur en er dient een accent te liggen op boodschappen, zo staat in de detailhandelsnota.

Gezien het bovenstaande zal er in het winkelcentrum in Meerhoven sprake zijn van een hoger percentage winkels in de categorie voedings- en genotmiddelen dan de 30% die er volgens de rangorde van de functionele hiërarchie voor staat. Er kan dus gesteld worden dat er wat dat betreft expliciet geen rekening is gehouden met het planningsprincipe van de functionele hiërarchie en dat het winkelgebied in Meerhoven op dat front daarvan afwijkt.

De behoefte aan voedings- en genotmiddelen / keuzegevoelige producten / minder keuzegevoelige producten

Zoals hiervoor onder 'Rangorde en locatiepatroon van de functionele hiërarchie' gemotiveerd is, lijkt de omvang van de winkels in de branche voedings- en genotmiddelen groter te worden dan de 30% die het volgens de rangorde van de functionele hiërarchie zou moeten zijn. Dit wordt veroorzaakt door (1) het hebben van een brancheverdeling van circa 60% dagelijkse artikelen en circa 40% niet-dagelijkse artikelen; (2) het doel van de gemeente om het winkelcentrum met name als boodschappencentrum te laten functioneren; en (3) het niet voorkomen van perifere detailhandel in de wijk.

Gezien het bovenstaande lijkt er geen rekening te worden gehouden met de trend van branchevervaging. Dit houdt immers in dat er procentueel juist minder ruimte gereserveerd zou moeten worden voor winkels in de branche voedings- en genotmiddelen en daar is geen sprake van in het winkelcentrum in Meerhoven. Binnen de supermarkten zelf is wel sprake van branchevervaging. Deze winkels hebben een steeds breder assortiment. Daardoor wordt er op het niveau van de individuele winkel wel gewerkt in lijn met de trend en de afname in de behoefte aan voedings- en genotmiddelen. Dit weegt echter niet op tegen het bovenstaande aangaande de cijfers en doelstellingen voor het winkelcentrum als geheel, waardoor gesteld kan worden dat te weinig rekening wordt gehouden met de afnemende behoefte aan voedings- en genotmiddelen. Er is expliciet door de gemeente aangegeven dat het winkelgebied met name als boodschappencentrum dient te functioneren, waardoor gesteld kan worden dat er bewust tegen de trend van branchevervaging in wordt gegaan.

Naast het feit dat er geen rekening is gehouden met de trend van branchevervaging lijkt er, gezien het bovenstaande over de branchering van de winkels in Meerhoven, eveneens geen rekening te worden gehouden met de ontwikkeling dat winkels met keuzegevoelige producten verschuiven naar onder andere winkelgebieden dicht bij huis zoals Meerhoven en dat op deze plek de behoefte daarnaar dus stijgt. Deze ontwikkeling houdt immers in dat er juist minder ruimte gereserveerd zou moeten worden voor winkels in de branche voedings- en genotmiddelen om zo meer ruimte over te houden voor winkels met

keuzegevoelige producten, en daar is geen sprake van in het winkelcentrum in Meerhoven. De ontwikkelaar ASR Vastgoed Ontwikkeling heeft in een brochure wel aangegeven dat er ook ruimte is voor winkels in de branches mode, sport en electronica. Deze branches vallen volgens de indeling onder de categorie keuzegevoelige producten. Daarnaast is, zoals hiervoor onder 'Rangorde en locatiepatroon van de functionele hiërarchie' reeds is gemotiveerd, 40% van de marktruimte bedoeld voor niet-dagelijkse artikelen. Ook hieruit valt op te maken dat een deel van de winkels zal behoren tot de categorie keuzegevoelige producten. De gemeente geeft dus impliciet toch wel enige ruimte voor de ontwikkeling van de verschuiving van de verkoop van keuzegevoelige producten naar winkelgebieden dicht bij huis zoals Meerhoven.

Ten slotte lijkt er, gezien het bovenstaande aangaande de branchering van de winkels in Meerhoven, slechts gedeeltelijk te worden gehandeld in lijn met de ontwikkeling dat de handel in minder keuzegevoelige producten in winkels afneemt. Minder keuzegevoelige producten betreft enerzijds goederen uit de branche voedings- en genotmiddelen. Aangezien het percentage winkels in de branche voedings- en genotmiddelen groter zal zijn dan de 30% die het volgens de rangorde van de functionele hiërarchie zou moeten zijn, wordt er geen rekening gehouden met de afnemende behoefte aan winkels met minder keuzegevoelige producten. Daar staat tegenover dat perifere detailhandel niet gevestigd zal zijn in Meerhoven. Dit betreft ook winkels met minder keuzegevoelige producten. Tevens is in de detailhandelsnota opgenomen dat voorzieningen ten behoeve van laag frequent (gericht) kopen (winkels met minder keuzegevoelige producten dus) op logische locaties afgestemd op de regionale functie gesitueerd moeten zijn. Dit is dus niet in een wijkwinkelcentra zoals Meerhoven. Wat dat betreft wordt dus, zij het impliciet want het gebeurt niet vanwege die minder keuzegevoelige producten maar om andere redenen, wel gehandeld in lijn met de ontwikkeling.

Meer ruimte per winkel

Zoals hiervoor onder 'Rangorde en locatiepatroon van de functionele hiërarchie' gemotiveerd is, behoort het winkelcentrum in Meerhoven gezien zijn omvang tot het type (groot) wijkcentrum. De bandbreedte van de omvang voor een winkelcentrum van dat type is tussen de 5.000 en 10.000 m² wvo. De in het bestemmingsplan toegestane oppervlakte voor winkels is 6.200 m² wvo, deze zit daarmee aan de onderkant van de bandbreedte. Zodoende kan gesteld worden dat met de oppervlakte van het winkelgebied in de wijk geen rekening is gehouden met de ontwikkeling dat winkels en daarmee winkelgebieden steeds groter worden. In het bestemmingsplan is echter een bandbreedte van 7.500 – 8.800 voor het aantal m² bvo opgenomen. Met een toegestane oppervlakte van ten hoogste 8.265 m² bvo is de gezamenlijke omvang van de winkels wel tegen de bovenkant van die bandbreedte. Zodoende kan gesteld worden dat met de oppervlakte van het winkelgebied in de wijk expliciet wel rekening is gehouden met de ontwikkeling dat winkels en daarmee winkelgebieden steeds groter worden.

De heer Ruiter heeft voor wat betreft de omvang van de individuele winkels aangegeven dat er ingespeeld wordt op de trend van schaalvergroting en dat ook kleine winkels net een maatje groter zijn dan tien jaar geleden. Daar tegenover staat dat in het detailhandelsbeleid van de gemeente is opgenomen dat de inpassing van grootschalige supermarkten niet wenselijk is in Eindhoven.

Gezien het bovenstaande kan gesteld worden dat er ook voor wat betreft de individuele winkels expliciet rekening wordt gehouden met de ontwikkeling dat winkels en daarmee ook winkelgebieden groter worden. Er wordt dan wel geen grootschalige supermarkt in de

wijk mogelijk gemaakt, maar wel wordt in Meerhoven meer ruimte per winkel gereserveerd.

Volumineuze goederen naar de periferie

Zoals hiervoor onder 'Rangorde en locatiepatroon van de functionele hiërarchie' gesteld, zal de vestiging van perifere detailhandelsvoorzieningen niet voorkomen in Meerhoven. Deze detailhandelsvoorzieningen vinden hun plaats buiten binnenstedelijke en stadsdeel-/wijk-/buurtgebonden winkelconcentraties, zo geeft de gemeente in de detailhandelsnota aan. Datgene wat de gemeente verstaat onder perifere detailhandelsvoorzieningen is gelijk aan dat wat er in dit onderzoek onder wordt verstaan. Bij de branchering van de geplande verkoopp ruimte in Meerhoven is dus expliciet rekening gehouden met de afname in behoefte aan volumineuze goederen aldaar.

Voor wat betreft de omvang van de geplande verkoopp ruimte in Meerhoven is min of meer rekening gehouden met de afname in behoefte aan volumineuze goederen. Zoals gesteld onder 'Meer ruimte per winkel' zit de toegestane oppervlakte van 8.265 m² wvo tegen de bovenkant van de bandbreedte aan. Zodoende kan gesteld worden dat met de oppervlakte van het winkelgebied in de wijk niet echt rekening is gehouden met de afnemende behoefte aan volumineuze goederen aldaar. Het is echter een maximale oppervlakte en geen minimale maat, dus het plan biedt wel de flexibiliteit om de ontwikkeling te accommoderen.

Aangaande de vraag of er, voor zover relevant in het licht van de locatie van Meerhoven, ruimte gereserveerd is voor winkels die standalone kunnen opereren, kan gesteld worden dat daar expliciet geen rekening mee is gehouden. In figuur 14 is te zien dat de wijk perifeer ligt ten opzichte van de rest van de woonplaats Eindhoven. De indeling van de wijk is er echter niet naar om winkels de mogelijkheid te bieden standalone te opereren. Zoals de beschrijving van de hoofdopzet en karakteristiek van de wijk weergeeft, wordt de hoofdstructuur van Meerhoven gekenmerkt door een centrale zone, omgeven door drie woonbuurten en drie bedrijventerreinen. De detailhandel dient zich in het centrum te bevinden. Er is dus sprake van verplichte clustering van de winkels, in plaats van standalone opererende winkels. De clustering van de winkels is ook als voorwaarde opgenomen in het onderzoeksrapport van BRO voor het realiseren van een omvang van het winkelcentrum tegen de bovenkant van de bandbreedte. Er zal dus duidelijk geen sprake zijn van standalone opererende winkels.

Trafficlocaties en afhaallocaties

Zoals in de algemene wijkbeschrijving staat, zorgt de wijkontsluitingsroute voor de aansluiting van de wijk op het lokale/regionale wegennet. De dichtstbijzijnde rijksweg (de A2) is op een afstand van circa 2 km gelegen. De wijk heeft geen treinstation, wel is de wijk aangesloten op hoogwaardig openbaar vervoer middels de Phileas-bus. Direct naast het winkelgebied in Meerhoven ligt de hoofdhalte van deze Phileas-bus. De gemeente Eindhoven beschrijft traffic-locaties in haar detailhandelsbeleid als detailhandel bij grotere passantenstromen en – concentraties, zoals grote ziekenhuizen, ns-stations en bedrijven- en kantoorcomplexen. Alleen locaties van de laatste categorie bevinden zich in Meerhoven, waardoor er dus in beperkte mate sprake is van trafficlocaties in de wijk.

Bij de planning van de detailhandelsvoorziening is bewust geen rekening gehouden met de ontwikkeling dat winkels worden gerealiseerd op trafficlocaties. De bedrijven- en

kantoorcomplexen in de wijk vallen buiten het gebied waarin detailhandel zich dient te bevinden en worden dus niet benut voor de vestiging van winkels.

Op de vraag of er bij de omvang van de geplande totale oppervlakte verkoopruimte rekening gehouden wordt met de verschuiving van winkels naar trafficlocaties moet eveneens ontkennend geantwoord worden. Zoals onder 'Meer ruimte per winkel' bleek, zit de omvang van het gehele winkelgebied tegen de bovengrens van de bandbreedte voor het winkelgebied aan. Zodoende kan gesteld worden dat het geplande winkelcentrum van voldoende omvang is en er dus geen rekening wordt gehouden met de verschuiving van winkels naar trafficlocaties. Daarnaast is het uitgangspunt van de gemeente dat bewoners hun dagelijkse boodschappen in de wijk dienen te kunnen doen. Hieruit blijkt eveneens dat men geen rekening houdt met de verschuiving van winkels naar trafficlocaties.

Afhaallocaties dienen zich op locaties dicht bij de woningen te bevinden. Gezien de ligging van het gebied waarbinnen de detailhandel zich moet bevinden en het doel van de gemeente (zoals in de detailhandelsnota staat) centra op acceptabele afstand van de woning in de gemeente aanwezig te hebben, kan gesteld worden dat er voor wat betreft de locatie en spreiding van de detailhandel in Meerhoven impliciet rekening wordt gehouden met de ontwikkeling van afhaallocaties dicht bij huis.

In termen van oppervlak kan gesteld worden dat er geen minimale omvang per winkel is vastgesteld, waardoor er niet expliciet rekening is gehouden met de ontwikkeling van afhaallocaties dicht bij huis, maar de flexibiliteit om de ontwikkeling te accommoderen is wel aanwezig. Dus als er constructief gezien geen belemmeringen zijn, is het mogelijk te voorzien in kleine winkels in de vorm van afhaallocaties. Voor wat betreft de oppervlakte van het gehele winkelcentrum geldt de oppervlakte van 8.265 m² bvo/6.200 m² wvo als een maximale oppervlakte en niet als een minimale maat. Er kunnen ook andere functies dan detailhandel gerealiseerd worden in de panden. Er kan dus geconcludeerd worden dat er ook voor wat betreft de oppervlakte van het gehele winkelcentrum in Meerhoven niet expliciet rekening wordt gehouden met de ontwikkeling van afhaallocaties dicht bij huis, maar dat ook hier de flexibiliteit om de ontwikkeling te accommoderen wel aanwezig is.

Toekomstbestendigheid

Aangezien er sprake is van verplichte clustering in het centrumgebied, kan gesteld worden dat er geen mogelijke alternatieve locaties voor detailhandel voorzien zijn. Een nieuwe locatie kan natuurlijk altijd mogelijk gemaakt worden, maar de wijk is er niet op ingericht.

Voor wat betreft de mogelijkheden voor toename in totale oppervlakte verkoopruimte is er in Meerhoven weinig ruimte, zo staat in het onderzoeksrapport van BRO. Er zijn weinig mogelijkheden om extra detailhandelsvoorzieningen te realiseren, aangezien het winkelcentrum als een compacte stedenbouwkundige massa wordt gerealiseerd. Bovendien is de flexibiliteit in het bestemmingsplan niet zo groot aangezien er sprake is van een maximale oppervlakte die beschikbaar is voor detailhandel. Daarbij zitten woningen en winkels in één blok waardoor uitbreiding van winkels lastig zal zijn. Het omzetten van woningen naar winkels is conform het bestemmingsplan wel mogelijk, maar feitelijk zal dit niet eenvoudig te bereiken zijn.

Voor wat betreft de mogelijkheden voor afname in totale oppervlakte verkoopruimte is in Meerhoven ruimte. Het bestemmingsplan geeft enkel een maximale oppervlakte voor de detailhandel aan, geen minimale maat. Daarnaast is het omzetten van winkels naar woningen ook toegestaan en dit zal feitelijk eenvoudiger te bereiken zijn dan een

omzetting van woningen naar winkels. De flexibiliteit voor een afname in de omvang van de detailhandel in de wijk wordt dus geboden.

Voor wat betreft de mogelijkheden voor toe- of afname in oppervlakte van individuele panden zijn er wel wat mogelijkheden in Meerhoven. De heer Ruiter geeft aan dat de structuur van de bebouwing flexibel is, wanden kunnen verplaatst worden als een andere omvang voor een winkel gewenst is.

5.3.6 Conclusie

Terugkijkend op de negen toetsingsvragen aangaande de toekomstbestendigheid van de detailhandelsstructuur van de wijk Meerhoven kan geconcludeerd worden dat deze niet optimaal is. In tabel 18 is (op dezelfde wijze als dat dit in de vorige paragraaf voor Brandevoort is gedaan) per toetsingsvraag weergegeven of er expliciet rekening mee is gehouden, of er bewust tegen in wordt gegaan of dat er geen rekening mee is gehouden, maar het plan wel de flexibiliteit en ruimte biedt om het te accommoderen.

	Wordt expliciet rekening mee gehouden	Wordt geen rekening mee gehouden, maar is wel ruimte voor	Wordt bewust tegen in gegaan
1. De afwijking van de rangorde en het locatiepatroon van de functionele hiërarchie			
	X		
2. De afname van de behoefte aan voedings- en genotmiddelen door branchevervaging			
Op het niveau van de individuele winkel: branchevervaging vindt plaats		X	
Op het niveau van het winkelgebied: te veel m ² wvo in de categorie dagelijks			X
3. De reservering van meer ruimte per winkel			
	X		
4. De realisatie van winkels met volumineuze goederen in de periferie			
Perifere detailhandel vestigt zich elders	X		
Toegestane oppervlakte is ruim, maar geen minimale eis		X	
Standalone winkels zijn niet toegestaan			X
5. De realisatie van winkels op trafficlocaties			
			X

6. De realisatie van afhaallocaties in winkelgebieden dicht bij huis			
		X	
7. De toename van de behoefte aan keuzegevoelige producten			
Te veel m ² wvo in de categorie dagelijks			X
40% van de marktruimte is bedoeld voor winkels in de categorie niet-dagelijks		X	
8. De afname van de behoefte aan minder keuzegevoelige producten			
Perifere detailhandel vestigt zich elders		X	
Winkels voor doelgerichte aankopen vestigen zich elders		X	
Te veel m ² wvo in de categorie dagelijks			X
9. Toekomstbestendigheid			
Mogelijkheid voor afname van de oppervlakte van het winkelgebied als geheel en voor de toe- en afname van de oppervlakte van individuele panden		X	
Mogelijkheid voor toename van de oppervlakte van het winkelgebied als geheel en voor alternatieve locaties			X

Tabel 18: Conclusie per toetsingsvraag op basis van de bevindingen in paragraaf 5.3.5

Op basis van de resultaten van de analyse per toetsingsvraag kan geconcludeerd worden dat de toekomstbestendigheid voor wat betreft twee ontwikkelingen goed is. Dit betreft ten eerste het grofmaziger worden van de detailhandelsstructuur: in Meerhoven wordt afgeweken van de rangorde en het locatiepatroon van het planningsprincipe van de functionele hiërarchie in die zin dat de detailhandelsstructuur grofmaziger is dan dat het planningsprincipe voorstaat. De wijk is op dat punt toekomstbestendig. Ten tweede gaat het om de ontwikkeling dat winkels en daarmee ook winkelgebieden groter worden: in Meerhoven wordt daar expliciet rekening mee gehouden doordat meer ruimte per winkel gereserveerd wordt. De wijk is ook op dat punt toekomstbestendig.

Naast deze twee ontwikkelingen waar expliciet rekening mee wordt gehouden, is er de ontwikkeling dat winkels met volumineuze goederen in de periferie gerealiseerd worden. Doordat perifere detailhandel zich niet in Meerhoven vestigt, wordt expliciet rekening

gehouden met deze ontwikkeling. Maar doordat standalone winkels niet zijn toegestaan wordt er ook gedeeltelijk bewust tegen de ontwikkeling in gegaan. Qua omvang van de winkelvoorziening in Meerhoven is er wel ruimte voor de ontwikkeling, maar men houdt er niet bewust rekening mee. Er kan dus gesteld worden dat de detailhandelsstructuur in Meerhoven gedeeltelijk toekomstbestendig is voor wat betreft de realisatie van winkels in de periferie.

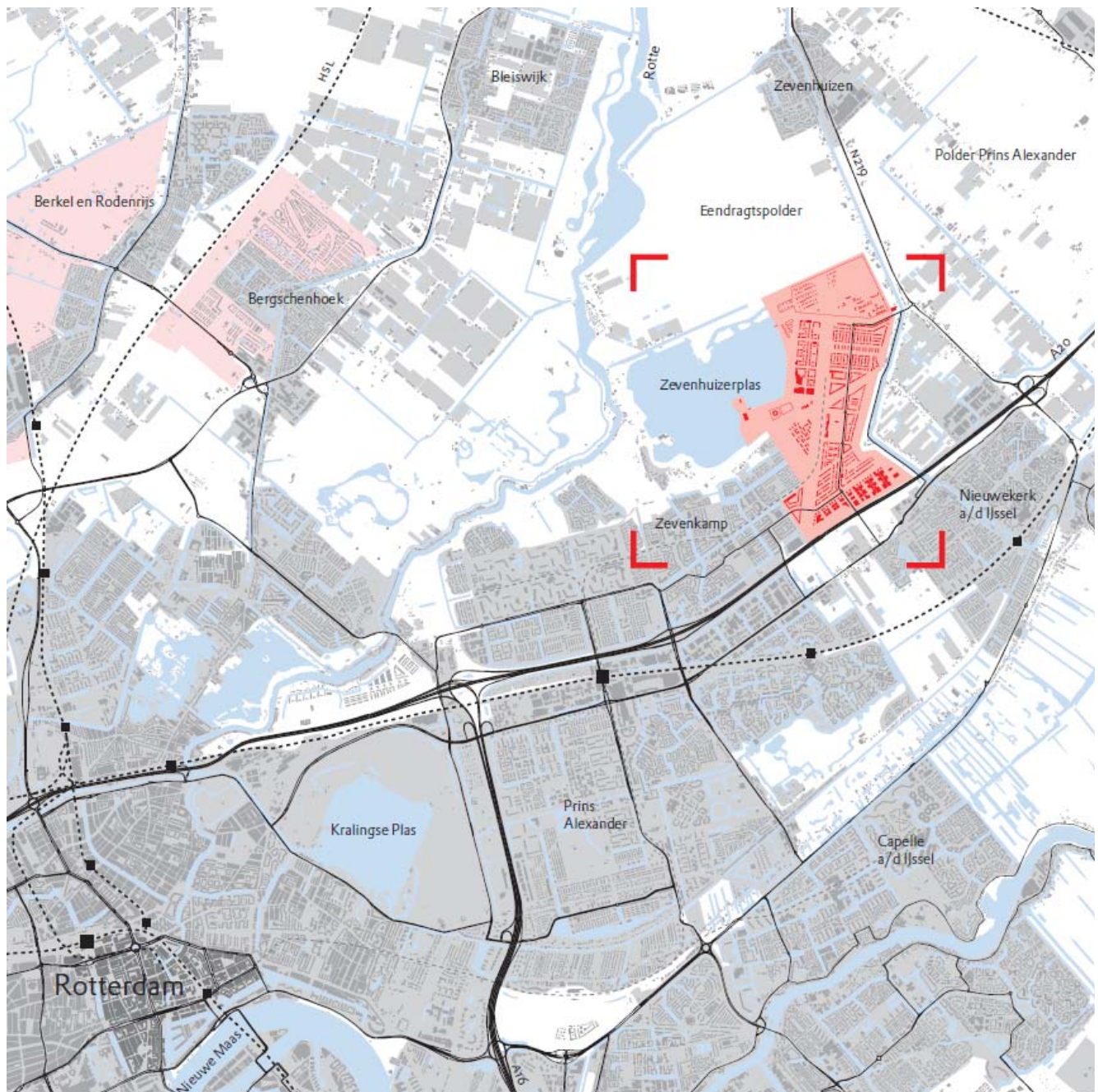
Uit de analyse van de toekomstbestendigheid van Meerhoven is gebleken dat het percentage voedings- en genotmiddelen te hoog ligt: te veel m² wvo van het winkelgebied worden ingevuld met winkels in de categorie dagelijks. Dit heeft zijn weerslag op een aantal ontwikkelingen: (1) de afname van de behoefte aan voedings- en genotmiddelen door branchevervaging; (2) de toename van de behoefte aan keuzegevoelige producten en (3) de afname van de behoefte aan minder keuzegevoelige producten. Er wordt doordat het percentage voedings- en genotmiddelen te hoog ligt bewust tegen deze ontwikkelingen ingegaan en de detailhandelsstructuur in Meerhoven is voor wat betreft deze drie ontwikkelingen dan ook niet toekomstbestendig.

Er zijn voor alle drie de ontwikkelingen echter ook 'verzachtende omstandigheden': zaken waar ruimte voor is, al is er niet bewust rekening mee gehouden, waardoor er toch sprake is van enige mate van toekomstbestendigheid. Bij de afname van de behoefte aan voedings- en genotmiddelen is deze verzachtende omstandigheid dat er op het niveau van de individuele winkel wel sprake van branchevervaging. Bij de toename van de behoefte aan keuzegevoelige producten betreft het het feit dat 40% van de marktruimte bedoeld is voor winkels in de categorie niet-dagelijks. Bij de afname van de behoefte aan minder keuzegevoelige producten komt dit doordat perifere detailhandel en winkels voor doelgerichte aankopen zich niet in Meerhoven vestigen.

Uit de analyse van de toekomstbestendigheid van Meerhoven is ook gebleken dat de verplichte locatie van het winkelgebied in het centrum van de wijk en het feit dat winkels daarbuiten niet zijn toegestaan ervoor zorgt de toekomstbestendigheid voor wat betreft één ontwikkeling niet goed is. Dit betreft de realisatie van winkels op trafficlocaties: in Meerhoven wordt bewust ingegaan tegen de verschuiving van winkels naar trafficlocaties. De detailhandelsstructuur in Meerhoven is wat deze ontwikkeling betreft niet toekomstbestendig.

De verplichte locatie van het winkelgebied in het centrum van de wijk zorgt er anderzijds voor dat de toekomstbestendigheid voor wat betreft de realisatie van afhaallocaties in winkelgebieden dicht bij huis nog enigszins goed is. Voor deze ontwikkeling is namelijk wel ruimte in de Vinex-wijk doordat het winkelgebied zich centraal in de wijk (dicht bij huis) bevindt. Maar er wordt niet bewust rekening mee gehouden. Er kan dus niet gesteld worden dat de toekomstbestendigheid in Meerhoven wat deze ontwikkeling betreft niet goed is, maar er zijn nog wel mogelijkheden om de toekomstbestendigheid te verbeteren.

Ten slotte zorgt de verplichte locatie van het winkelgebied in Meerhoven er ook voor dat de flexibiliteit qua mogelijkheden voor toename van de oppervlakte van het winkelgebied als geheel en voor alternatieve locaties er niet is. Tegen deze ontwikkeling wordt bewust ingegaan. De ruimte voor afname van de oppervlakte van het winkelgebied als geheel als ook de mogelijkheden voor de toe- of afname van de oppervlakte van individuele panden is er wel, al wordt hier niet bewust rekening mee gehouden. Er kan dus gesteld worden dat de detailhandelsstructuur in Meerhoven wat dat betreft gedeeltelijk niet toekomstbestendig is.



Figuur 20: Ligging Nesselande in zijn omgeving (bron: Lörzing et al., 2006)

5.4 Nesselande

5.4.1 Algemene wijkbeschrijving

Deze paragraaf geeft een algemene beschrijving van de Vinex-wijk Nesselande te Rotterdam. Ten behoeve van deze beschrijving wordt eerst een overzicht van feiten en cijfers gegeven. Daarna volgt een beschrijving van de wijk aan de hand van twee thema's; 'Ligging in groter verband' en 'Hoofdopzet en karakteristiek van de wijk'. Bij deze beschrijving van Nesselande ligt de nadruk op de bijzondere karakteristieken van de wijk.

FEITEN EN CIJFERS

Gemeente

Rotterdam

Stadsgewest

Rotterdam

Jaar definitief plan

1995

Bouwperiode

2002 – 2010

Aantal woningen

4.800

Verdeling woningsegmenten

20% sociaal / 80% vrije sector

Aandeel vrije kavels

6%

Aandeel gestapelde bouw

34%

Bedrijven / kantoren

20 ha

Oppervlakte plangebied

225 ha

Gemiddelde dichtheid

±30 woningen/ha

(variërend van 15 tot 75

woningen/ha binnen de wijk)

Ontwerp

ds+vRotterdam (gemeente),

Palmboom & Van den Bout

Motto

'Dromen vinden een bestemming
langs de Zevenhuizerplas'; ook:

'Nesselande kent je dromen van
buiten' en 'Het nieuwe wonen

aan de Zevenhuizerplas'

Bron: Lörzing et al., 2006

Ligging in groter verband

Nesselande maakt onderdeel uit van het Rotterdamse stedelijk gebied, het ligt in het zuidwesten aangrenzend aan de wijk Zevenkamp. De afstanden tot de centra van Gouda, Zoetermeer en Rotterdam zijn echter ongeveer even groot, te weten circa 10 km. Het stadsdeelcentrum Alexandrium in de wijk Prins Alexander is op een afstand van circa 4 km gelegen.

De wijk is aangesloten op het regionale/lokale wegennet middels de N219, de provinciale weg tussen Zevenhuizen en Nieuwerkerk aan den IJssel. Daarnaast is er een verbinding met de Hoofdweg door middel van een viaduct over de A20. Ondanks dat Nesselande in het zuidoosten aan de A20 grenst, heeft de wijk geen rechtstreeks aansluiting op deze snelweg. De A20 is slechts te bereiken met omwegen door Zevenkamp of Nieuwerkerk aan den IJssel, op een afstand van 2 km. Een tweede aansluiting van de wijk op het rijkswegennet is via de A12, op een afstand van 6 km.

Nesselande is de enige Vinex-wijk in Nederland met een eigen metrostation. De wijk is daarmee aangesloten op het hoogwaardig openbaar vervoer. Nesselande heeft geen treinstation. Op een afstand van circa 3 km ligt het station in Nieuwerkerk aan den IJssel, daarnaast is het intercitystation Rotterdam-Alexander op een afstand van circa 4 km gelegen (Lörzing et al., 2006). In figuur 20 is de ligging van Nesselande in zijn omgeving weergegeven.



Figuur 21: Hoofdropzet Nesselande (bron: Lörzing et al., 2006)

Hoofdropzet en karakteristiek van de wijk

Nesselande grenst aan twee zijden aan de Zuid-Hollandse polders. De hoofdropzet van de wijk is ontworpen langs de oever van de Zevenhuizerplas en rond de metrolijn. In het ontwerp van de wijk zijn elementen uit het oorspronkelijke landschap terug te vinden. Voor het stratenpatroon in de wijk is over het algemeen geen gebruik gemaakt van de oude poldervekening. Nesselande moest namelijk een geheel eigen, stedelijk ontsluitingspatroon krijgen: rechte straten die elkaar onder rechte hoeken kruisen. De hoogspanningsleiding die van noord naar zuid door de polder loopt is een belangrijke basis voor dit patroon. Langs de hoogspanningsleiding is het Rietveldpark aangelegd. Dit

is een 150 meter brede en 2 km lange waterrijke parkstrook die zorgt voor een belangrijke structuurlijn in de wijk (Lörzing et al., 2006).

Nesselande is een Vinex-wijk met het karakter van een stedelijke buitenwijk, geïntegreerd in stedelijk gebied. De wijk bestaat uit diverse woon- en werkgebieden, elk met een eigen karakter. Ten oosten van het Rietveldpark ligt Tuinstad. Hier zijn ongeveer de helft van alle woningen van Nesselande gesitueerd. Tussen het park en de Zevenhuizerplas ligt Badplaats, en in het noorden van de wijk is Waterwijk gelegen. Het centrum, het oeverpark, een bedrijventerrein langs de A20 en een buurt die aansluit op Zevenkamp, completeren Nesselande (Lörzing et al., 2006). In figuur 21 is de hoofdropzet van de wijk weergegeven.

De voorzieningen in de wijk betreffen een winkelcentrum, scholen en ouderenvoorzieningen centraal bij het metrostation en recreatieve voorzieningen langs de oever van de Zevenhuizerplas. Diverse horecavoorzieningen ondersteunen de recreatieve functie. Het centrumgebied en de bebouwing aan de oever van de Zevenhuizerplas hebben in visueel opzicht een stedelijk karakter met hoge en compacte bebouwing. Het woonmilieu in en rond het centrum is centrum-stedelijk en stedelijk-compact (Lörzing et al., 2006).

5.4.2 Detailhandelsstructuur van de wijk

Deze paragraaf geeft informatie over de geplande detailhandelsstructuur in Nesselande. Dit aan de hand van de thema's locatie en spreiding, omvang en aard.

Locatie en spreiding

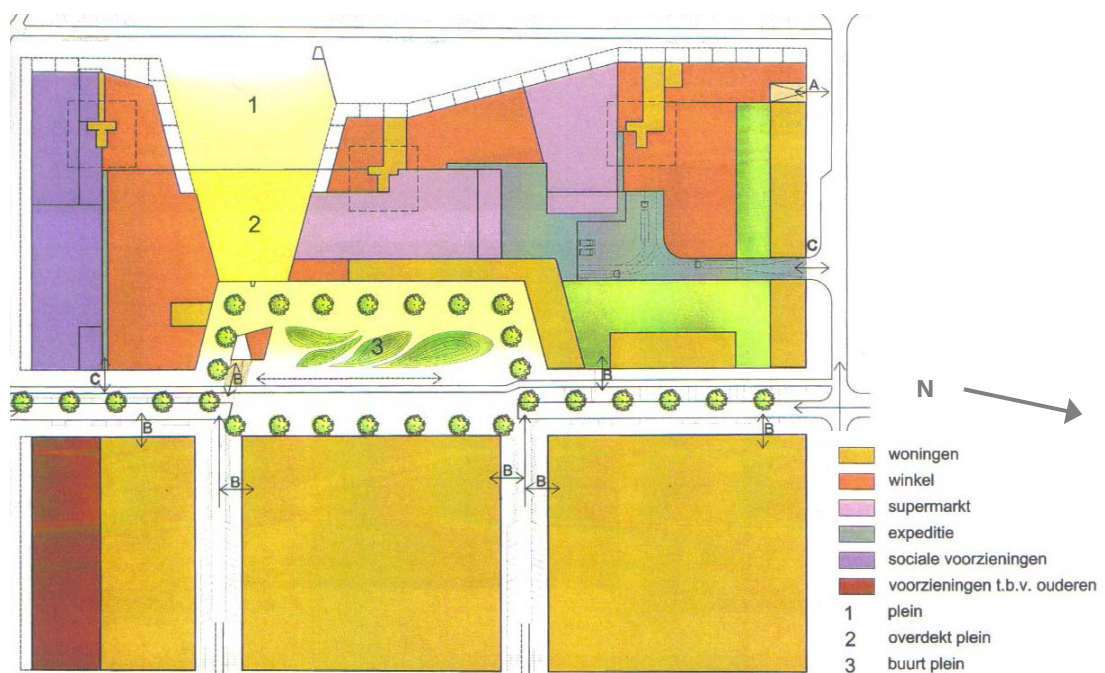
Zoals in de omschrijving van de hoofdropzet en karakteristiek van de wijk reeds gesteld is, is er in Nesselande een winkelcentrum aanwezig. Dit winkelcentrum is opgespannen tussen de boulevard aan de Zevenhuizerplas aan de ene zijde en het Rietveldpark en het metrostation (zie figuur 22 voor de ligging daarvan) aan de andere zijde (Gemeente Rotterdam, 1998). Het winkelcentrum bevindt zich daarmee centraal in de wijk en zo dicht mogelijk bij het metrostation.

Gezien de afstand van circa 300 meter tussen het metrostation en het winkelcentrum, is een goede aanlooproute waarin ook al enkele commerciële voorzieningen kunnen worden gevestigd noodzakelijk (Gemeente Rotterdam, 1997). Daarom is in het bestemmingsplan 'Nesselande, 2^e partiële herziening' opgenomen dat de vestiging van winkels is toegestaan in de zone die in figuur 22 geel gearceerd is (Gemeente Rotterdam dS+V, 2010a).

Met de mogelijkheid detailhandel te realiseren in het geel gearceerde gebied wordt een compact winkelcentrum mogelijk gemaakt en niet een winkelgebied dat zich uitstrekt langs de gehele lengte van de boulevard. Vestiging van winkels buiten de aangegeven zone is immers niet toegestaan op basis van het bestemmingsplan (enkele uitzonderingen daargelaten; zie hierna). Clustering van voorzieningen is één van de uitgangspunten die voor Nesselande is gehanteerd en op basis waarvan dit compacte winkelcentrum tot stand is gekomen. Om meerdere redenen is het gunstig om bij elkaar passende voorzieningen te clusteren: uit oogpunt van kostenvermindering, multifunctioneel en flexibel accommodatiegebruik, bereikbaarheid en het spin-off effect dat ontstaat door een grotere uitstraling (Gemeente Rotterdam, 1998).



Figuur 22: Locatie metrostation, winkelgebied en jachthaven (bron: Lörzing et al., 2006)



Figuur 23: Locatie en spreiding winkels in Nesselande (bron: AM Vastgoed, 2003)

Het winkelcentrum bestaat uit een combinatie van woonbebouwing en winkelbebouwing. De bebouwing aan de west(boulevard)zijde heeft een gezamenlijke woon/winkelplint met daarop drie woontorens (AM Vastgoed, 2003). Het winkelcentrum is voor het belangrijkste deel op de boulevard gericht (Gemeente Rotterdam dS+V, 2010a). De bebouwing is dusdanig gesitueerd dat er twee pleinen ontstaan. Het eerste plein is het winkelplein aan de kant van de boulevard. Dit loopt uit in een meer besloten ruimte waar een deel van het winkelen onder een grote glazen afdak zal plaatsvinden. Dit gaat over in het tweede plein; een buurtparkje direct ten oosten van het winkelcentrum (Gemeente Rotterdam dS+V, 2010a). Van belang bij de indeling van het winkelcentrum is de relatie tussen het winkelplein, de boulevard en de plas. Er dient sprake te zijn van een functionele relatie tussen het winkelplein en de boulevard en van een ruimtelijke relatie tussen het winkelplein en de Zevenhuizerplas (AM Vastgoed, 2003). In figuur 23 is de visie op de locatie en spreiding van de winkels (en andere voorzieningen) binnen het deelgebied van het winkelcentrum weergegeven. Voor de detailhandel geldt dat deze uitsluitend op de begane grond en eerste verdieping is toegestaan (Gemeente Rotterdam dS+V, 2010a).

Het Oeverpark, het gebied dat zich ten zuidwesten van het winkelcentrum bevindt, is bestemd voor recreatieve voorzieningen. Daar wordt een jachthaven gerealiseerd en is ruimte gereserveerd voor (on)overdekte recreatieve voorzieningen. Het bestemmingsplan 'Nesseland, 2^e partiële herziening' staat toe hier eveneens detailhandel te realiseren. Dit betreft detailhandel die ondersteunend is aan de recreatieve voorzieningen, bijvoorbeeld een winkeltje bij een skatepark (Gemeente Rotterdam dS+V, 2010a). Het gaat dus om zeer kleinschalige ondersteunende detailhandel. Daarnaast is het conform het bestemmingsplan mogelijk om in het watersportpaviljoen bij de jachthaven een winkel met een maximale bvo van 100 m² te realiseren (Gemeente Rotterdam dS+V, 2010a). Er zijn dus buiten het winkelcentrum, in het Oeverpark, nog andere kleinschalige mogelijkheden voor detailhandel dat een relatie heeft met de recreatieve functie.

Conform de voorschriften van het bestemmingsplan '3^e partiële herziening Nesseland' is de vestiging van perifere detailhandel mogelijk op basis van een vrijstellingsbevoegdheid aan de Laan van Avant-Garde (Gemeente Rotterdam dS+V, 2010b). Deze Laan van Avant-Garde bevindt zich op het bedrijventerrein van Nesseland, in het uiterste zuiden van de wijk en vormt daar de hoofdontsluiting van het bedrijventerrein en ook één van de hoofdontsluitingen van de gehele wijk. De mogelijkheid tot vestiging van perifere detailhandel beperkt zich daarbij tot een zone van circa 150 meter lang en een breedte van circa 50 meter aan weerszijden van deze weg (Gemeente Rotterdam dS+V, 2010b).

Omvang

Aangaande de omvang van het winkelcentrum in Nesseland wordt in het bestemmingsplan 'Nesseland' het volgende aangegeven: 'In de winkelhiërarchie is er minimaal ruimte voor een wijkwinkelcentrum. Gezien de gunstige ligging en het spin off effect door de combinatie met de recreatieplas, wordt verwacht dat het ambitieniveau hoger kan zijn en er ook winkels kunnen worden aangetrokken met een bovenwijks karakter' (1998, pag. 77). Zodoende is in het bestemmingsplan opgenomen dat het bruto vloeroppervlak (bvo) ten behoeve van detailhandel in het winkelcentrum maximaal 10.000 m² mag bedragen. Hiervan zal circa 3.600 m² bruto vloeroppervlak worden ingevuld door twee supermarkten (Gemeente Rotterdam dS+V, 2010a). Er is in het bestemmingsplan geen uitbreidingsmogelijkheid voor deze oppervlakte van 10.000 m² opgenomen.

Rekening houdend met de bvo/wvo verhouding zoals in de inleiding van dit hoofdstuk besproken, komt het bovenstaande neer op een winkel(verkoop)vloeroppervlak van maximaal 8.000 m² voor het winkelcentrum en circa 2.900 m² voor de supermarkten.

Ten behoeve van vestigingen van perifere detailhandel is een vrijstellingsbevoegdheid opgenomen in het bestemmingsplan tot een maximum van 30.000 m² bvo (Gemeente Rotterdam dS+V, 2010b). Rekening houdend met de bvo/wvo verhouding zoals in de inleiding van dit hoofdstuk besproken, komt het bovenstaande neer op een winkel(verkoop)vloeroppervlak van maximaal 24.000 m² voor perifere detailhandel.

Zoals onder locatie en spreiding reeds gesteld, mag de detailhandel in het Oeverpark volgens het bestemmingsplan voor wat betreft het watersportpaviljoen maximaal 100 m² bvo bedragen (Gemeente Rotterdam dS+V, 2010a). De overige detailhandel die daar is toegestaan, betreft ondersteunende detailhandel ten behoeve van de recreatieve voorzieningen. Deze detailhandel zal dan ook zeer beperkt van omvang zijn, er zijn echter geen oppervlakten voor genoemd in het bestemmingsplan.

Aard

Uitgangspunt voor de functionele structuur is dat het winkelprogramma een duidelijke relatie dient te hebben met het woonprogramma (AM Vastgoed, 2003). Het voorzieningenprogramma moet echter niet alleen worden samengesteld op basis van het woonprogramma, maar ook basis van de specifieke eigenschappen van de locatie en het belang voor stad en deelgemeente (Gemeente Rotterdam, 1997). Gezien de ligging van de wijk aan de Zevenhuizerplas, is de verwachting dat er meer mogelijkheden zijn en er ook winkels kunnen worden aangetrokken met een bovenwijks karakter op het gebied van watergebonden recreatie (Gemeente Rotterdam, 1998).

Zoals onder 'Omvang' reeds gesteld worden er twee supermarkten in de wijk gerealiseerd, dit betreft één grote service supermarkt en één prijsvriendelijke supermarkt. Naast winkels voor dagelijkse goederen (waaronder de supermarkten) komen er non-food winkels. Hierbij zal ook ingespeeld worden op de recreatieve functie van de plas met assortimentsgroepen als speelgoed, sportartikelen en vrijetijdskleding (AM Vastgoed, 2003).

Zoals eerder gesteld, is op het bedrijventerrein perifere detailhandel toegestaan. De gemeente Rotterdam definieert perifere detailhandel, in aansluiting op de definitie die in dit onderzoek is gehanteerd, als detailhandel die vanwege de aard en de omvang van de gevoerde artikelen een groot oppervlak nodig heeft voor de uitstalling waaronder een showroom (auto's, boten en caravans, tuincentra, bouwmarkten, grove bouwmaterialen, keukens en sanitair alsmede woninginrichting waaronder meubels) (Gemeente Rotterdam dS+V, 2010b).

5.4.3 Detailhandelsstructuur van de woonplaats

Zoals in paragraaf 5.4.1 reeds is vermeld, ligt de wijk Nesseland in Rotterdam. In deze paragraaf wordt ingegaan op de gehele bestaande detailhandelsstructuur van deze woonplaats.

Locatie en spreiding

In tabel 19 is een overzicht weergegeven van de winkelgebieden die in de woonplaats gesitueerd zijn. Het betreft 67 centra. Gezien dit grote aantal winkelgebieden is in tabel

19 een samenvatting van de gegevens weergegeven. De volledige versie van de tabel met een compleet overzicht van alle winkelgebieden, is terug te vinden in bijlage 5.

Er is sprake van slechts één centraal winkelgebied in Rotterdam en deze behoort tot de categorie 'Binnenstad'. Het betreft het centrum van Rotterdam, dat hiermee aan de top van de hiërarchie staat. Daarnaast zijn er 63 ondersteunende winkelgebieden, te weten zes supermarktcentra, 16 buurtcentra, 15 kleine en 12 grote wijkwinkelcentra, 12 binnenstedelijke winkelstraten en twee winkelcentra die tot de categorie 'Stadsdeelcentrum' behoren. Ten slotte zijn er drie grootschalige concentraties in Rotterdam aanwezig.

Nr.	Aantal winkelgebieden	Winkelgebiedshoofdtype	Winkelgebiedstypering
1	1	Centraal	Binnenstad
2 en 3	2	Ondersteunend	Stadsdeelcentrum
4 t/m 15	12	Ondersteunend	Binnenstedelijke winkelstraat
16 t/m 27	12	Ondersteunend	Wijkcentrum groot
28 t/m 42	15	Ondersteunend	Wijkcentrum klein
43 t/m 58	16	Ondersteunend	Buurtcentrum
59 t/m 64	6	Ondersteunend	Supermarktcentrum
65 t/m 67	3	Overig	Grootschalige concentratie

Tabel 19: Winkelgebieden in Rotterdam, met typering conform Locatus (Bron: Locatus, 2011)

Naast bovengenoemde winkelcentra is er ook verspreide bewinkeling in Rotterdam aanwezig. Dit betreft 39 vestigingen die een winkelvloeroppervlak van meer dan 800 m² hebben. Deze winkels bevinden zich voornamelijk op een bedrijventerrein, namelijk 22 van de 39 winkels. Daarnaast zijn een groot aantal winkels binnen de bestaande woonwijken gesitueerd, dit betreft 16 winkels. Slechts één voorziening bevindt zich buiten de bebouwde kom.

De locaties van de verschillende winkelcentra en verspreid gelegen winkels zijn in figuur 24 ingetekend (zie bijlage 6). De nummers van de winkelcentra in de figuur corresponderen met de nummers in tabel 19 uit bijlage 5, bij de verspreide bewinkeling corresponderen de cijfers in de figuur met die in tabel 21.

Omvang

In tabel 20 is de omvang van de 67 winkelgebieden en de winkels in de categorie 'Verspreide bewinkeling' weergegeven, zowel in aantal winkels als in m² wvo. Ook hier geldt dat gezien de omvang van het aantal winkelgebieden in Rotterdam in tabel 20 een samenvatting van de gegevens is weergegeven. Dit betekent dat hierna in tabel 20 is aangegeven wat het gemiddelde aantal winkels en de gemiddelde m² verkoopprijs per winkelgebiedstypering is. De volledige versie van de tabel met een compleet overzicht van alle winkelgebieden is terug te vinden in bijlage 5. Daarin is per winkelgebied aangegeven uit hoeveel winkels het bestaat en wat de omvang in m² verkoopprijs van de winkelgebieden is.

Winkelgebiedstypering	Aantal winkels	m ² verkoopruimte	Waarvan (m ²) voedings- en genotmiddelen
Binnenstad	687	177.889	7%
Stadsdeelcentrum	98	31.288	20%
Binnenstedelijke winkelstraat	109	13.882	36%
Wijkcentrum groot	35	5.315	38%
Wijkcentrum klein	15	2.237	54%
Buurtcentrum	7	1.090	62%
Supermarktcentrum	4	2.663	75%
Grootschalige concentratie	75	46.300	5%
Verspreide bewinkeling	1	2.129	7%

Tabel 20: Omvang en aard winkelgebieden in Rotterdam (Bron: Locatus, 2011)

Het centrum van Rotterdam is, gezien het aantal winkels en het aantal m² wvo, het belangrijkste winkelcentrum in Rotterdam. De twee stadsdeelcentra zijn qua omvang heel verschillend van elkaar: Rotterdam Zuidplein is voor wat betreft het aantal winkels circa twee keer en qua m² verkoopruimte zelfs circa 3,5 keer zo groot als Keizerswaard. De binnenstedelijke winkelstraten zijn zeer divers in hun omvang, zowel voor wat betreft het aantal winkels als de m² wvo. Vier van de twaalf winkelgebieden bevinden zich qua aantal winkels en m² verkoopruimte rond het gemiddelde, de overige winkelgebieden bevinden zich daar (ver) boven of onder. Daarbij zijn de winkelcentra Rotterdam Oude Noorden en 1^e Middellandstraat noemenswaardig. De eerste is met 238 winkels en 30.124 m² wvo erg groot ten opzichte van zijn 'soortgenoten'. De tweede heeft veel meer winkels dan gemiddeld (133), maar is met een verkoopruimte van 11.649 m² niet erg afwijkend van de gemiddelde verkoopruimte. De winkelgebieden die behoren tot de categorieën 'Wijkcentrum groot', 'Wijkcentrum klein' en 'Buurtcentrum' zijn binnen hun eigen categorie vrijwel allemaal van vergelijkbare omvang, zowel in aantal winkels als in aantal m² wvo. Daarbij zijn de centra Lage land binnen de categorie 'Wijkcentrum groot', Zevenkamp binnen de categorie 'Wijkcentrum klein' en Mia van IJperenplein in de categorie 'Buurtcentrum' qua m² verkoopruimte net wat groter dan hun 'soortgenoten'. Anderzijds zijn de centra Jonker Fransstraat uit de categorie 'Wijkcentrum groot' en Benthickplein uit de categorie 'Wijkcentrum klein' qua aantal winkels en Tellingestraat uit de categorie 'Buurtcentrum' qua m² verkoopruimte iets kleiner dan de rest. De supermarktcentra bestaan allemaal uit drie of vier winkels en ze hebben allemaal een omvang van circa 1.000 m² wvo. Uitzondering daarop vormt het winkelgebied Stadionboulevard / De Veranda dat net als de rest uit vier winkels bestaat, maar wel een omvang van 10.832 m² wvo heeft. De drie grootschalige concentraties zijn heel verschillende van elkaar met een omvang van 9 (Stadionweg Rotterdam), 22 (Bigshops Parkboulevard) respectievelijk 193 (Rotterdam Alexandrium) winkels en een oppervlakte van 9.388, 26.026 respectievelijk 103.487 m² wvo. De drie winkelgebieden zijn gezien de gemiddelde oppervlakte per winkel wel vergelijkbaar omdat in alle drie de gebieden de winkels gemiddeld een grote omvang van circa 500 - 1.000 m² wvo hebben.

Uit tabel 20 is af te lezen dat de gemiddelde omvang per winkelgebiedstype afneemt bij ieder stapje lager in de rangorde. Dit is qua m² verkoopruimte niet het geval bij de buurtcentra en supermarktcentra. Daar is het verschil tussen deze twee typen duidelijk

waar te nemen: terwijl er gemiddeld meer winkels zitten in de buurtcentra zijn de supermarktcentra qua m² wvo gemiddeld ruim twee keer groter dan de buurtcentra. Uit de cijfers van de grootschalige concentraties is duidelijk af te leiden dat het hier winkelgebieden van een dergelijk type betreft. Het bevat weinig winkels, terwijl de oppervlakte groot is. In vergelijking met het centrum van Rotterdam is er in de grootschalige concentraties sprake van grote winkels.

Voor wat de omvang van de verspreide bewinkeling geven de cijfers in tabel 20 slechts een totaalcijfer van de gemiddelde omvang in m² wvo. Daaruit blijkt dat de winkels gemiddeld een oppervlakte van circa 2.130 m² bvo per winkel hebben. In tabel 21 wordt per winkel in de categorie 'Verspreide bewinkeling' weergegeven wat de omvang daarvan is. Daaruit blijkt dat het gemiddelde van 2.130 m² wordt veroorzaakt door enkele uitschieters (slechts 14 van de 39 winkels zijn groter dan het gemiddelde) en dat de oppervlakten van de winkels variëren tussen 823 en 8.662 m² wvo.

Nr.	m ² verkoopruimte	Hoofdbranche	Nr.	m ² verkoopruimte	Hoofdbranche
1.	995	Levensmiddelen	21.	2.290	Sport & Spel
2.	1.179	Levensmiddelen	22.	3.035	Bruin & Witgoed
3.	834	Levensmiddelen	23.	3.200	Sport & Spel
4.	878	Levensmiddelen	24.	1.830	Wonen
5.	1.180	Wonen	25.	1.160	Hobby
6.	872	Plant & Dier	26.	1.400	Doe-Het-Zelf
7.	1.510	Doe-Het-Zelf	27.	2.941	Doe-Het-Zelf
8.	1.747	Wonen	28.	4.137	Doe-Het-Zelf
9.	1.174	Wonen	29.	2.500	Doe-Het-Zelf
10.	823	Levensmiddelen	30.	900	Detailhandel Ov.
11.	1.275	Wonen	31.	961	Detailhandel Ov.
12.	945	Plant & Dier	32.	3.570	Wonen
13.	1.000	Wonen	33.	1.642	Wonen
14.	2.165	Wonen	34.	2.419	Doe-Het-Zelf
15.	5.000	Media	35.	8.662	Doe-Het-Zelf
16.	2.500	Plant & Dier	36.	1.850	Wonen
17.	1.893	Wonen	37.	2.115	Sport & Spel
18.	5.600	Wonen	38.	1.430	Wonen
19.	1.422	Levensmiddelen	39.	3.092	Doe-Het-Zelf
20.	900	Wonen			

Tabel 21: Omvang en aard verspreide bewinkeling in Rotterdam (Bron: Locatus, 2011)

Aard

Zowel in tabel 20, als in tabel 21 en tabel 22 is informatie opgenomen over de aard van de winkelgebied en de verspreide bewinkeling in Rotterdam. Ook voor wat betreft tabel

22 geldt dat deze, gezien de omvang van het aantal winkelgebieden in Rotterdam, niet in zijn geheel in de hoofdtekst is opgenomen. In tegenstelling tot de eerdere tabellen in deze paragraaf is tabel 22 echter niet in een samenvatting met gemiddelden weer te geven, waardoor deze tabel alleen als volledige versie met een compleet overzicht van alle winkelgebieden terug te vinden is in bijlage 5.

Uit tabel 20 blijkt dat in het centrum van Rotterdam zeer weinig voedings- en genotmiddelen te koop zijn. Onder de 63 ondersteunende winkelgebieden bevinden zich zes winkelgebieden die net als het centrum van Rotterdam voor minder dan 10% uit winkels in de categorie voedings- en genotmiddelen bestaan. Het betreft het stadsdeelcentrum Rotterdam Zuidplein, het grote wijkcentrum Jonker Fransstraat, het kleine wijkcentrum Oostzeedijk, de buurtcentra Bree en Van Vollenhovestraat en het supermarktcentrum Stadionboulevard / De Veranda. Een dergelijk laag percentage komt dus voor bij alle typen winkelgebieden. Naast ondersteunende winkelcentra met een heel laag percentage winkels in de categorie voedings- en genotmiddelen, zijn er ook winkelgebieden die een opvallend hoog percentage winkels in deze categorie hebben. De winkelcentra met een percentage van 90% of meer voor wat betreft winkels in de categorie voedings- en genotmiddelen zijn het kleine wijkcentrum Bentinckplein, de buurtcentra De Esch, Oranjeboomstraat en Teldersweg en de supermarktcentra Goudse Rijweg, Pliniusstraat en Zevenkampse ring. Daarbij bestaan de winkelgebieden Teldersweg, Pliniusstraat en Zevenkampse ring zelfs voor 100% uit winkels in deze categorie. Bij deze winkelgebieden met een hoog percentage valt het op dat het met name winkelgebieden van een lagere rangorde zijn.

In de overige 50 ondersteunende winkelcentra is enige diversiteit te zien in het percentage winkels in voedings- en genotmiddelen dat er aanwezig is. Dit varieert tussen de 20% en 90%. In de winkelgebieden van het type 'Grootschalige concentratie' zijn, conform de verwachting, zeer weinig dan wel helemaal geen winkels in de categorie voedings- en genotmiddelen aanwezig en uit de cijfers voor de verspreide bewinkeling blijkt dat er één of enkele winkels in deze branche verspreid in Rotterdam aanwezig zijn.

Uit tabel 22 volgt een nadere verklaring voor de cijfers uit tabel 20. In deze tabel is namelijk te zien welke branches qua m² wvo het meest voorkomen in de diverse winkelgebieden. Daarbij zijn alleen de branches met een percentage van meer dan 10 opgenomen in de tabel. Daarnaast zijn alleen de drie grootste branches per winkelgebied in de tabel genoteerd. In het centrum van Rotterdam komen, conform de verwachting, winkels in de branches kleding & mode en warenhuis het meest voor. De ondersteunende winkelgebieden waar minder dan 10% van de winkels tot de categorie voedings- en genotmiddelen behoort, zijn de enige ondersteunende winkelgebieden waar winkels in die categorie niet het grootste aandeel hebben in het winkelgebied. In alle andere ondersteunende winkelgebieden is dat wel het geval, ongeacht of het percentage winkels in de categorie voedings- en genotmiddelen maar 20% groot is of 89%.

Voor de winkelgebieden die voor minimaal 90% uit winkels in voedings- en genotmiddelen bestaan, zijn de winkels in de overige branches in die winkelgebieden van zeer beperkte omvang. De branches die zich naast de Levensmiddelenbranche in de winkelgebieden bevinden, zijn zeer divers. Vrijwel alle branches komen daarbij voor, de branches kleding & mode en wonen echter wel substantieel meer dan andere branches. In de winkelgebieden van het type 'Grootschalige concentratie' zijn, conform de verwachting, winkels in de branches wonen en doe-het-zelf het meest voorkomend. Uitzondering daarop vormt het winkelgebied Alexandrium, waar winkels uit de categorie kleding & mode 15% van de omvang innemen.

Zoals gesteld bleek uit tabel 20 dat er één of enkele winkels in de categorie voedings- en genotmiddelen in de verspreide bewinkeling aanwezig zijn. Uit tabel 21 is op te maken dat dit zes winkels zijn, vier met een beperkte omvang tussen 823 en 995 m² en twee met een wat grotere omvang van 1.179 m² en 1.422 m² wvo. Daarnaast blijkt uit tabel 21 dat de branche wonen met 14 winkels en een gezamenlijke oppervlakte van 27.256 m² wvo het meest vertegenwoordigd is. Daarop volgt de branche doe-het-zelf met acht winkels en een oppervlakte van 26.661 m² wvo. Ten slotte zijn in de branches plant & dier, sport & spel, detailhandel overig, media, hobby en bruin & witgoed winkels aanwezig in de categorie verspreide bewinkeling.

5.4.4 Gedachten achter het plan

In deze paragraaf worden de gedachten achter het plan voor Nesselande uiteengezet. Daartoe wordt de informatie uit diverse (beleids)stukken en daarnaast de relevante informatie verkregen uit de interviews beschreven.

Voorzieningenprogramma en randvoorwaardennota voor Nesselande

In het voorzieningenprogramma Nesselande wordt het ambitieniveau voor de wijk als volgt verwoord: 'Het voorzieningenniveau in Nesselande mag in ieder geval niet achter blijven bij het voorzieningenniveau elders in Prins Alexander. Wenselijk is het zelfs om de ambities voor het voorzieningenniveau hoog in te zetten. Uit onderzoek blijkt dat het aanbod van voorzieningen van grote invloed is op de waardering van een wijk. Vinex-locaties als Nesselande richten zich voor een groot deel op het kapitaalkrachtig deel van de woningzoekenden. Deze groep beschikt over relatief veel keuzevrijheid en moet als het ware 'verleid' worden tot het kopen van een woning' (1997, pag. 2).

Bij de normatieve berekeningen van het wijkgebonden programma is uitgegaan van circa 5.400 woningen met een gemiddelde woningbezetting van 2,4 en daarmee een inwoneraantal van circa 13.000 inwoners (Gemeente Rotterdam, 1998). Daarnaast is gerekend met het bedrag dat anno 1995 gemiddeld in Nederland besteed werd aan dagelijkse en niet-dagelijkse artikelen per hoofd en per hoofd van een huishouden, en met de gemiddeld in Nederland gerealiseerde vloerproductiviteit per m² wvo voor dagelijkse en niet-dagelijkse artikelen (Gemeente Rotterdam, 1997).

Het winkelcentrum in Nesselande is bijzonder omdat het zich op meer richt dan alleen de (toekomstige) inwoners van Nesselande. Het winkelcentrum is doelbewust geprojecteerd bij de Zevenhuizer Plas. Die plas en de directe omgeving (inclusief het winkelcentrum) spelen een belangrijke rol bij de invulling van het centrum van de wijk. Behalve woningen zullen er straks ook kantoren, een vergadercentrum en een hotel te vinden zijn, en zullen er voorzieningen voor dagrecreatie gerealiseerd gaan worden. Al deze andere functies zullen extra bestedingen in de winkels opleveren. Daarom is er bij de berekeningen van het programma niet alleen rekening gehouden met het aantal inwoners, het bestedingsbedrag per hoofd en de gemiddelde vloerproductiviteit, maar ook met de (grotere) aantrekkingskracht dankzij de meerwaarde van de bijzondere ligging en de recreatieve, bovenwijkse functie (Gemeente Rotterdam, 1997).

Voor wat betreft het programma: door de extra aantrekkingskracht van de wijk staat in de beleidsnota 'Kader en actieprogramma voor de toekomstige detailhandelsstructuur in Rotterdam Prins Alexander' wel de kanttekening dat de gemeentelijke overheid ervoor wil waken dat het winkelcentrum Nesselande aanzienlijke nadelige invloed zal hebben op reeds bestaande winkelcentra. Concreet betekent dit dat de branchering (aard van de

winkels en grootte ervan) van het winkelcentrum Nesselande zodanig dient te zijn dat alleen de 'eigen' doelgroepen worden bediend en dus niet overmatig veel koopkracht uit andere wijken weggetrokken zal worden (BRO, 2002).

Daarom worden slechts enkele honderden vierkante meters ingeruimd voor winkels die een aan de recreatieplas gerelateerd aanbod zullen vormen. Het gaat daarbij bovendien over units die niet groter mogen zijn dan ongeveer 150 m². Deze (hooguit enkele) winkels in recreatiegerelateerde branches zullen echter nauwelijks spin-off opleveren voor het andere winkelaanbod in Nesselande. De combinatiebezoeken met bijvoorbeeld een supermarkt zullen minimaal zijn. Het is daarom van belang in het programma voor het centrum uit te gaan van een aanbod op wijkniveau en niet heel veel meer (BRO, 2002).

Uit de randvoorwaardennota en het bestemmingsplan blijkt een belangrijke doelstelling bij de planning van het voorzieningenprogramma in de wijk Nesselande: een zo goed mogelijke inschatting van het ruimtegebruik van de voorzieningen en het reserveren van de juiste kavels daarvoor. Een te krappe planning van de voorzieningen biedt weinig flexibiliteit, maakt de aanpassing aan nieuwe ontwikkelingen moeilijk en kan ervoor zorgen dat gewenste onverwachte bovenwijkse voorzieningen niet of slecht inpasbaar zijn (Gemeente Rotterdam, 1998).

Voor wat betreft de perifere detailhandel die op het bedrijventerrein gevestigd kan worden is in het bestemmingsplan '3^e partiële herziening Nesselande' aangegeven dat alvorens gebouwd mag worden ten behoeve van perifere detailhandel per vestiging een positief REO-advies⁵ dient te zijn verkregen en een verkeerskundig onderzoek en een distributieplanologisch onderzoek dient te zijn verricht (Gemeente Rotterdam dS+V, 2010b).

Detailhandelsbeleid van de Stadsregio Rotterdam

De stadsregio Rotterdam is een samenwerkingsverband van 15 gemeenten in de regio Rijnmond. De stadsregio Rotterdam werkt namens en voor de regiogemeenten op het terrein van de ruimtelijke ordening, wonen, verkeersinfrastructuur en openbaar vervoer, en groen en milieu. De gemeente Rotterdam valt binnen de stadsregio Rotterdam en daarmee is het detailhandelsbeleid van de stadsregio ook van toepassing op Nesselande.

De regioraad van de Stadsregio Rotterdam heeft regionaal detailhandelsvestigingsbeleid vastgesteld. In deze visie is omschreven op welke wijze de stadsregio Rotterdam ruimte geeft aan uitbreiding van detailhandel en aan mogelijkheden van perifere en nieuwe detailhandelsactiviteiten (Stadsregio Rotterdam, 2003).

Als het gaat om vestiging van detailhandel in bestaande gebieden, handhaaft de stadsregio de bestaande regels (Stadsregio Rotterdam, 2003):

- detailhandel huisvesten op huidige, daartoe aangewezen locaties (volgens de provinciale structuurvisie en de bestemmingsplannen);
- geen reguliere detailhandel op bedrijventerreinen;
- op voorheen daartoe aangewezen locaties (de zogenoemde perifere detailhandelsvestigingslocaties (PDV)- locaties) mogen grootschalige meubelzaken, bouwmarkten, tuincentra, handelaars in auto's, boten en caravans zich wel vestigen.

⁵ Het bestuurlijk REO is een overlegstructuur waarin de regiogemeenten, de provincie Zuid-Holland, de Kamer van Koophandel en het Platform Arbeidsmarktbeleid Rijnmond deelnemen. Deze regionale samenwerking levert een gezamenlijke visie en aanpak op van onder andere de problemen rond bedrijventerreinen en de afstemming over detailhandelsvestigingen.

Behalve de al langer bestaande vormen van detailhandel, is er een aantal nieuwe vormen die vanwege hun aard en omvang lastig zijn te huisvesten in bestaande dorps- of stadscentra. Deze zogenoemde 'detailhandelsconcepten' (zijnde grootschalige detailhandelsconcepten) wijst de stadsregio niet op voorhand af. Ze vindt echter dat ondanks dat deze initiatieven kunnen bijdragen aan de kwaliteit van het leven in de stadsregio en een economische impuls kunnen betekenen, de aspecten als het ruimtebeslag en de concurrentie met bestaande voorzieningen in winkel, stads- en dorpscentra zwaar wegen. Bovendien vreest het bestuur in een aantal gevallen een aanzuigende werking van weer nieuwe grootschalige concepten. Aanvragen voor vestiging zullen van geval tot geval worden beoordeeld (Stadsregio Rotterdam, 2003).

Een regionaal shopping center (dit is een perifeer regionaal shoppingcentre met een omvang van 50.000 - 75.000 m² bvo op een stadsrandlocatie) dient in de komende periode niet te worden gelokaliseerd. De komst van een extra perifeer regionaal shoppingcentrum vormt een wezenlijke bedreiging voor de bestaande centra en wordt niet nodig geacht naast de bestaande centra (Stadsregio Rotterdam, 2003).

Grootschalige supermarkten kunnen van toegevoegde waarde zijn voor de detailhandelsstructuur aangezien het aanbod voorziet in een behoefte van de consument om de wekelijkse boodschappen zoveel mogelijk onder één dak en met het grootste comfort te kunnen doen. Grootschalige supermarkten dienen alleen geacommodeerd te worden in of aansluitend op bestaande centra, onder de voorwaarde dat het voorzieningenniveau in buurten en wijken geen onaanvaardbare schade ondervindt en dat een adequate oplossing voor het parkeren en de bereikbaarheid wordt getroffen. Er worden dus geen solitaire grootschalige supermarkten toegestaan. Alleen als het niet mogelijk is aansluitend aan bestaande centra te ontwikkelen, kan een uitzondering op deze regel gemaakt worden, waarbij dan de afweging zal plaatsvinden of dit niet schadelijk is voor de bestaande detailhandelsstructuur (Stadsregio Rotterdam, 2003).

Trafficlocaties zijn plaatsen waar veel mensen over het algemeen kort verblijven zoals stations, benzinestations, ziekenhuizen, kantoren en universiteiten. Trafficlocaties kunnen alleen geacommodeerd worden onder voorwaarde dat de bestaande voorzieningenstructuur niet aangetast wordt (Stadsregio Rotterdam, 2003).

Detailhandelsbeleid van de deelgemeente Prins Alexander

De gemeente Rotterdam is opgedeeld in diverse deelgemeenten. Deze deelgemeenten hebben een eigen deelgemeenteraad en dagelijks bestuur en kunnen hun eigen deelgemeentelijke beleid vaststellen. Nesseland behoort tot de deelgemeente Prins Alexander.

De deelgemeente Prins Alexander heeft haar detailhandelsbeleid vastgelegd in de beleidsnota 'Kader en actieprogramma voor de toekomstige detailhandelsstructuur in Rotterdam Prins Alexander'. De deelgemeente hecht het grootste belang aan een sterke detailhandelsstructuur. De hieronder opgesomde uitgangspunten vormen de basis voor het detailhandelsbeleid zoals de deelgemeente dat voert om dit te behouden en te verbeteren (BRO, 2002).

1. Het handhaven of creëren van een heldere en evenwichtige verzorgingsstructuur, passend bij een verzorgingsgebied van de gegeven bevolkingsomvang, nu en over 10 jaar, is de meest wezenlijke eis. In een dergelijke structuur moeten de afzonderlijke centra compact, compleet en comfortabel zijn (BRO, 2002).
2. Binnen de detailhandelsstructuur moeten winkelcentra ontstaan respectievelijk behouden worden die ieder een eigen functie kunnen vervullen en voldoende toekomstperspectief hebben. Bovendien moeten die centra onderling voldoende

samenhang vertonen. Dit houdt in dat winkelcentra fysiek gescheiden zijn en elk een eigen marktgebied hebben, waarin ze door een goede onderlinge verdeling van functies (welk gebied bedient welke consument bij welk koopgedrag?) ieder hun eigen positie hebben (BRO, 2002).

3. Het is belangrijk dat de consument op acceptabele afstand van zijn woning een basispakket aan dagelijkse artikelen kan vinden. Dit kan in de vorm van een (solitaire) supermarkt of een supermarkt in combinatie met (vers)speciaalzaken. Deze voorzieningen 'dicht bij huis' vervullen nog steeds een belangrijke sociale functie (ontmoetingsplek) en dragen bij aan de leefbaarheid in de deelgemeente. Het ruimtelijk concentreren van de wijkverzorgende winkelvoorzieningen versterkt de positie van deze functies (BRO, 2002).

Interview gemeente

Er heeft een gesprek plaatsgevonden met de heer E. Pot, beleidsadviseur Gebied binnen deelgemeente Prins Alexander. Hieronder volgt een omschrijving van de van belang zijnde elementen uit dit interview.

Vanaf de start van het ontwikkelen van de plannen was het volgens de heer Pot niet alleen de opgave om 5.000 woningen te realiseren, maar ook om het recreatiegebied te ontwikkelen. Toen Nesselande in ontwikkeling kwam is direct gezegd dat de Zevenhuizerplas twee keer zo groot gemaakt moest worden zodat het veel extra potentie als recreatiegebied zou krijgen. Daarbij wordt er een strand aangelegd, wordt ruimte gemaakt voor recreatieve voorzieningen en het winkelcentrum wordt georiënteerd op de plas. Daarmee kan het winkelcentrum ook iets meer worden dan een gewoon wijkwinkelcentrum, zo geeft de heer Pot aan. Er zijn mogelijkheden voor winkels die gericht zijn op die recreatie en dus producten verkopen zoals luchtbedden, zwembroeken en producten die met de watersport en met het strand te maken hebben. Of het ook daadwerkelijk van de grond komt is een tikkeltje twijfelachtig vindt de heer Pot. De gemeente heeft de indruk dat daar mogelijkheden voor zijn maar of de markt dat ook echt oppakt en er voldoende ruimte in de markt is om dat ook echt van de grond te trekken is nog even afwachten, zo geeft hij aan. Het deelgemeentelijke bestuur heeft het besluit genomen dat de winkels hier op zondag open mogen zijn, vanwege de recreatieve functie die de winkels hebben.

Het winkelcentrum heeft volgens de heer Pot door de recreatieve plas waarschijnlijk een groter bereik dan alleen de bewoners van de wijk zelf, er zullen waarschijnlijk wel mensen uit de deelgemeente en misschien nog wel verder uit de regio naar de wijk toe komen om aan de plas te liggen en vervolgens ook gebruik te maken van het winkelcentrum.

De visie van de deelgemeente is echter dat de structuur daarvan, met een stadsdeelcentrum een aantal wijkcentra, overeind blijft. Het is niet de bedoeling dat de boel zich zo ontwikkelt dat bij wijze van spreken in Nesselande een stadsdeelcentrum ontstaan en vervolgens de andere centra daar min of meer ondergeschikt aan zouden zijn, zo geeft de heer Pot aan. De bestaande structuur moet overeind blijven. Ontwikkelingen moeten in evenwicht zijn met elkaar en passen binnen de bestaande hiërarchie.

Voor perifere detailhandel wordt binnen de wijk Nesselande wel enige ruimte geboden, zo geeft de heer Pot aan. De gemeente ziet dat er ontwikkelingen spelen en dat er binnen de gemeente behoefte is aan locaties waar perifere detailhandel mogelijk is. Daarom biedt zij onder voorwaarden mogelijkheden daarvoor, voornamelijk op bedrijventerreinen. Zo wordt ook op het bedrijventerrein van Nesselande, aan de entree, ruimte geboden.

Daarbij moet volgens de heer Pot gedacht worden aan een paar autobedrijven die daar graag zouden willen zitten.

Er wordt altijd een zekere mate van flexibiliteit in een plan gebouwd, waardoor er altijd sprake is van duurzaamheid en het winkelgebied nooit helemaal op de schop hoeft, meent de heer Pot.

Interview projectontwikkelaar

Multi Development is de ontwikkelaar van grootschalige multifunctionele winkelcentra, kantoorpanden en van herstructureringsopgaven in binnensteden. Multi Development is als ontwikkelaar betrokken bij de realisatie van de winkelvoorzieningen in Nesselande. Er heeft een gesprek plaatsgevonden met de heer B. Driesse, associate director bij Multi Development. Hieronder volgt een omschrijving van de van belang zijnde elementen uit dit interview.

Voor wat betreft de omvang en aard van het winkelcentrum in Nesselande is er volgens de heer Driesse sprake van een wijkwinkelcentrum zoals je dat in een dergelijke wijk zou verwachten en zo ziet ook de branchering er uit. Er komen twee supermarkten en wat andere winkels daaromheen zoals een drogist, een Blokker of een kleine Hema. En in die zin is het allemaal redelijk voorspelbaar. Het is ook wat mensen in de omgeving verwachten in het winkelcentrum.

De heer Driesse geeft aan dat de hoeveelheid m² is bepaald door middel van een standaardberekening. Er is in overleg met de gemeente distributieplanologisch onderzoek uitgevoerd. Er zijn drie partijen die daar heel kritisch in kijken, zo zegt de heer Driesse: 'Dat is de gemeente, want het moet niet kannibaliserend werken op allerlei dingen in de omgeving. Dat zijn wij als ontwikkelaar maar het is ook uiteindelijk weer de eindafnemer en dat is in dit geval de belegger. De belegger kijkt heel kritisch naar de grootte en dat doen zij vooral weer omdat ze willen zorgen dat het niet te groot is en dat er niet over drie jaar leegstand optreedt.'

Volgens de heer Driesse trekt de wijk door zijn ligging aan de plas veel bezoekers, mede doordat er een metrostation is. Hij verwacht dat veel mensen vanuit het centrum (onder andere met de metro) komen en naar het strand in Nesselande gaan. Er is ook al rekening mee gehouden qua parkeercapaciteit, zo geeft hij aan. Hij geeft aan dat winkels hun assortiment wellicht uit zullen breiden met producten die aansluiten bij de recreatieplas, zoals speelgoed en dergelijke.

Qua locatie is de heer Driesse van mening dat in Nesselande op de juiste manier een winkelcentrum ontwikkeld wordt. Men moet gewoon op de fiets zijn boodschappen kunnen doen. Hij ziet niets in een standalone winkelcentrum op een perifere locatie, zoals dat in andere Europese landen ontwikkeld wordt. Dit heeft vaak een negatieve invloed op bijvoorbeeld binnensteden, zo geeft hij aan. Hij vindt het een slechte ontwikkeling als er veel perifeer zou gebeuren.

Voor wat betreft de locatie en spreiding van de winkels binnen het winkelcentrum geeft de heer Driesse aan dat de positionering van de supermarkten als eerste bepaald wordt. Dit zijn over het algemeen de trekkers binnen het winkelgebied en deze worden aan twee uiteinden gesitueerd. Daartussen worden andere winkels gesitueerd.

Aangaande de mogelijkheden voor verandering van het detailhandelsaanbod geeft de heer Driesse aan dat de structuur van de bebouwing heel flexibel is: 'je hebt kolommen en je hebt een dak en daarbinnen kan je straks weer naar een andere schaalgrootte of

wat dan ook.' De plek wordt volgens hem veel meer gedefinieerd door het openbaar gebied dan door de functies die er gesitueerd zijn. Het openbaar gebied is de garantie voor de economische duurzaamheid. Volgens de heer Driessse moet men er toch rekening mee blijven houden dat de aantrekkingskracht van bepaalde winkels of functies verandert in de loop der tijd dus moet men zich volgens hem heel erg richten op de duurzaamheid van de ruimtelijke aspecten en niet zozeer op de winkels die daar een plek in krijgen. De functionele invulling moet flexibel zijn, moet mee kunnen groeien met de tijdsgeest en men moet vooral streven naar een aantrekkelijke plek in de stad. Dat is waarom er veel aandacht wordt besteed aan het openbaar gebied. In Nesselande is dat gedaan door de positionering aan het water en ook door het plein toe te voegen, door een verblijfsfunctie te geven aan het centrum.

5.4.5 Analyse

In deze paragraaf wordt voor wat betreft Nesselande aan de hand van de informatie uit de voorgaande paragrafen een antwoord gegeven op de toetsingsvragen uit hoofdstuk 4. Dit wordt zo veel mogelijk in samenhang met elkaar gedaan en niet voor iedere toetsingsvraag apart. Aan het eind van deze paragraaf staat een tabel waarin wel per toetsingsvraag de conclusie wordt weergegeven.

Rangorde en locatiepatroon van de functionele hiërarchie

In tabel 23 vindt de vergelijking van de winkelgebieden in Rotterdam met de rangorde van de functionele hiërarchie plaats. Ook hier geldt dat gezien de omvang van het aantal winkelgebieden in Rotterdam in tabel 23 een samenvatting van de gegevens is weergegeven. Dit betekent dat hierna in tabel 23 is aangegeven hoeveel winkelgebieden er in totaal tot elke categorie van de functionele hiërarchie behoren. De volledige versie van de tabel met een compleet overzicht van alle winkelgebieden is terug te vinden in bijlage 5. Daarin staat een overzicht in van alle winkelgebieden in Rotterdam, met daarachter tot welke categorie winkelgebied zij volgens de functionele hiërarchie behoren. Dit is bepaald aan de hand van de omvang van de winkelgebieden. Deze omvang is vergeleken met de m² verkoopruimte per type winkelcentrum volgens de functionele hiërarchie (zie tabel 4 in hoofdstuk 2). Op basis daarvan behoren de winkelgebieden in Rotterdam tot een bepaalde categorie winkelgebied uit de rangorde van de functionele hiërarchie en dat staat in de tabel vernoemd.

Daarnaast is in de tabel opgenomen of het percentage voedings- en genotmiddelen dat in het winkelgebied aanwezig is (zie tabel 20 in dit hoofdstuk) overeenkomt met, dan wel hoger of lager is dan dat het volgens de rangorde van de functionele hiërarchie zou moeten zijn (zie tabel 4 in hoofdstuk 2).

In figuur 25 (zie bijlage 6) is de locatie en spreiding van de winkelgebieden in Rotterdam nogmaals weergegeven, maar dan met de aanduiding tot welk type winkelgebied uit de rangorde van de functionele hiërarchie ze volgens hun omvang behoren (een gedeelte van de informatie uit tabel 23 dus).

Kijkend naar tabel 23 en figuur 25 blijkt dat de detailhandelsstructuur van de gehele woonplaats gedeeltelijk overeenkomt met de rangorde en het locatiepatroon van de functionele hiërarchie. Er is een hoofdcentrum aanwezig, deze is van de eerste orde. Uit figuur 25 valt op te maken dat het centrum van Rotterdam centraal in de woonplaats gesitueerd is. Naast het hoofdcentrum zijn er 66 nevencentra aanwezig.

Aantal winkelgebieden	Omschrijving	Percentage voedings- en genotmiddelen
6	Groot stadswinkelcentrum	4x: Komt overeen 2x: Te hoog
7	Stadsdeelcentrum	6x: Te hoog 1x: Te laag
12	(groot) Wijkcentrum	8x: Te hoog 4x: Te laag
15	Versterkt buurtcentrum (klein wijkcentrum)	9x: Te hoog 6x: Te laag
13	Buurtcentrum	10x: Te hoog 3x: Te laag
14	Onvolledig buurtcentrum	9x: Te hoog 5x: Te laag

Tabel 23: Vergelijking winkelgebieden in Rotterdam met tabel 4 uit hoofdstuk 2

De winkelgebieden Rotterdam Zuidplein, Rotterdam Oude Noorden, Zuiderboulevard, Bigshops Parkboulevard en Rotterdam Alexandrium zijn zeer afwijkend van de rangorde van de functionele hiërarchie. De omvang van deze centra is zo groot, dat ze wat dat betreft vergelijkbaar zijn met een groot stadswinkelcentrum. Dit wordt voor wat betreft de centra Bigshops Parkboulevard en Rotterdam Alexandrium veroorzaakt door de volumineuze goederen die vooral verkocht worden op deze locaties, waardoor de winkels een grote omvang hebben. De rangorde van de functionele hiërarchie houdt geen rekening met PDV- en GDV-locaties, waardoor deze winkelgebieden er niet binnen passen. Ondanks dat de twee winkelcentra niet passen binnen de rangorde van de functionele hiërarchie, is het percentage voedings- en genotmiddelen wel in overeenstemming met de cijfers van de rangorde. Voor wat betreft de winkelcentra Rotterdam Zuidplein, Rotterdam Oude Noorden en Zuiderboulevard wordt de grote omvang niet veroorzaakt door de volumineuze goederen die er verkocht worden. De winkels in deze gebieden zijn gemiddeld circa 130 tot 370 m² groot. Hier is het totaal aantal winkels de reden van de te grote omvang van de winkelgebieden.

Een andere afwijking van de rangorde en het locatiepatroon van de functionele hiërarchie is de verdeling qua aantal winkelgebieden tussen de verschillende typen winkelcentra. Als het Centrale Plaatsenmodel van Christaller (figuur 5 in hoofdstuk 2) bekeken wordt, is daaruit af te leiden dat hoe lager de orde van het centrum is, des te meer er daarvan in een woonplaats aanwezig zouden moeten zijn. Dit is in Rotterdam niet het geval. Er zijn te weinig winkelcentra van het type versterkt buurtcentrum (klein wijkcentrum), buurtcentrum en onvolledig buurtcentrum. Hieruit blijkt dat de detailhandelsstructuur in de gehele woonplaats grofmaziger is dan volgens de functionele hiërarchie de bedoeling is.

Ook voor wat betreft het aandeel winkels in de categorie voedings- en genotmiddelen per type winkelgebied blijken de winkelcentra in Rotterdam niet overeen te komen met de functionele hiërarchie. Het centrum van Rotterdam en de winkelgebieden Rotterdam Zuidplein, Bigshops Parkboulevard en Rotterdam Alexandrium zijn de enige winkelcentra die wel overeenstemmen met de rangorde van de functionele hiërarchie (over de laatste drie centra is echter eerder al vermeld dat ze qua omvang niet overeenstemmen met de

functionele hiërarchie). Van de overige centra heeft circa 70% een te hoog percentage, de andere 30% zit onder het percentage dat het volgens de rangorde van de functionele hiërarchie zou moeten hebben.

De verspreide bewinkeling die in Rotterdam aanwezig is, stemt sowieso niet overeen met de rangorde van de functionele hiërarchie. Daarin wordt immers uitgegaan van winkelgebieden en niet van individuele winkels. Daarnaast klopt het percentage voedings- en genotmiddelen in geen enkel geval aangezien het één winkel betreft en het percentage dus altijd 0 of 100 is en deze percentages niet voorkomen in de rangorde van de functionele hiërarchie.

Voor wat betreft het winkelcentrum in Nesselande mag er, zoals in paragraaf 5.4.2 gesteld, volgens het bestemmingsplan 'Nesselande' in totaal 10.000 m² bvo (oftewel 8.000 m² wvo) ten behoeve van detailhandel in het winkelcentrum van Nesselande aanwezig zijn. Hierdoor behoort het winkelcentrum in de wijk, vanwege de omvang ervan, tot de categorie (groot) wijkcentrum uit de rangorde van de functionele hiërarchie. Gezien de opbouw en structuur van Rotterdam is dit in overeenstemming met de rangorde en het locatiepatroon van de functionele hiërarchie.

Naast het winkelcentrum centraal in de wijk wordt in het bestemmingsplan '3^e partiële herziening Nesselande' de mogelijkheid geboden perifere detailhandel te realiseren op het bedrijventerrein. De oppervlakte daarvan mag maximaal 30.000 m² bvo (oftewel 24.000 wvo) bedragen. Deze detailhandel op het bedrijventerrein behoort, vanwege de omvang ervan, tot de categorie groot stadswinkelcentrum uit de rangorde van de functionele hiërarchie. Gezien de opbouw en structuur van Rotterdam is dit niet in overeenstemming met de rangorde en het locatiepatroon van de functionele hiërarchie.

Op de derde plaats is er in het bestemmingsplan 'Nesselande, 2^e partiële herziening' in het deelgebied Oeverpark ruimte gereserveerd voor detailhandel die ondersteunend is aan de recreatieve voorzieningen die daar gerealiseerd worden. Het betreft zeer kleinschalige ondersteunende detailhandel. Aangezien het om verspreide bewinkeling gaat met een oppervlakte van maximaal 100 m² bvo per winkel, wordt deze detailhandel in deze analyse verder buiten beschouwing gelaten.

Afgezien van de perifere detailhandel op het bedrijventerrein, is er dus slechts één winkelgebied aanwezig. Er bevinden zich niet naast het (groot) wijkcentrum nog winkelcentra van een kleinere orde in de wijk. Dit terwijl dit volgens de rangorde en het locatiepatroon van de functionele hiërarchie (zie tabel 4 en figuur 5 in hoofdstuk 2) wel zo zou moeten zijn. In het bestemmingsplan 'Nesselande, 2^e partiële herziening' is een deelgebied vastgelegd waarbinnen winkels zich moeten bevinden. Daarnaast is in het bestemmingsplan 'Nesselande' opgenomen dat clustering van voorzieningen als uitgangspunt wordt gehanteerd. Zodoende kan gesteld worden dat er expliciet voor gekozen is om slechts één winkelcentrum mogelijk te maken en dus af te wijken van de rangorde en het locatiepatroon van de functionele hiërarchie. Er wordt dus bewust rekening gehouden met de ontwikkeling dat de detailhandelsstructuur grofmaziger wordt.

Bij het type (groot) wijkcentrum hoort volgens de functionele hiërarchie een percentage voedings- en genotmiddelen van 30. Dit betekent dat 30% van de totale omvang in gebruik moet zijn door winkels in de categorie voedings- en genotmiddelen.

Zoals eerder beschreven, is perifere detailhandel toegestaan op het bedrijventerrein. In het winkelcentrum in de wijk is dit niet het geval. Winkels uit deze branches zullen niet voorkomen in dat winkelcentrum, waardoor er meer oppervlakte van de 8.000 m² wvo beschikbaar blijft voor winkels uit de overige branches.

Een deel van de oppervlakte zal in gebruik worden genomen door de twee supermarkten (dit zijn winkels in de categorie voedings- en genotmiddelen) die in het winkelcentrum gerealiseerd zullen worden. De omvang van de supermarkten zal circa 2.900 m² wvo zijn. Naast het voornoemde is er geen nadere brancheverdeling gemaakt, zo blijkt uit de voorgaande paragrafen. Daardoor wordt het aantal en de omvang van de winkels in de categorie voedings- en genotmiddelen vrij gelaten. Wel is het uitgangspunt van de gemeente dat de consument op acceptabele afstand van zijn woning een basispakket aan dagelijkse artikelen kan vinden. Er dient daarnaast ook rekening te worden gehouden met de recreatieve, bovenwijkse functie door de ligging aan de Zevenhuizerplas. Dit betreft echter slechts enkele honderden vierkante meters.

Gezien het bovenstaande zal er in het winkelcentrum in Nesselande sprake zijn van een hoger percentage winkels in de categorie voedings- en genotmiddelen dan de 30% die er volgens de rangorde van de functionele hiërarchie voor staat. Er kan dus gesteld worden dat er wat dat betreft expliciet geen rekening is gehouden met het planningsprincipe van de functionele hiërarchie en dat het winkelgebied in Nesselande op dat front daarvan afwijkt.

De behoefte aan voedings- en genotmiddelen / keuzegevoelige producten / minder keuzegevoelige producten

Zoals hiervoor onder 'Rangorde en locatiepatroon van de functionele hiërarchie' gemotiveerd is, lijkt de omvang van de winkels in de branche voedings- en genotmiddelen in het winkelcentrum groter te worden dan de 30% die het volgens de rangorde van de functionele hiërarchie zou moeten zijn. Dit wordt veroorzaakt door (1) de realisatie van twee supermarkten met een gezamenlijke omvang van circa 2.900 m² wvo in het winkelgebied; (2) het doel van de gemeente om het winkelcentrum met name als winkelcentrum voor de dagelijkse artikelen te laten functioneren; (3) het uitsluiten van de realisatie van perifere detailhandel in het winkelcentrum; en (4) het verder niet hebben van een nadere brancheverdeling voor de winkels in de wijk.

Gezien het bovenstaande lijkt er geen rekening te worden gehouden met de trend van branchevervaging. Dit houdt immers in dat er procentueel juist minder ruimte gereserveerd zou moeten worden voor winkels in de branche voedings- en genotmiddelen en daar is geen sprake van in het winkelcentrum in Nesselande. Binnen de supermarkten zelf is wel sprake van branchevervaging. Deze winkels hebben een steeds breder assortiment. Daardoor wordt er op het niveau van de individuele winkel wel gewerkt in lijn met de trend en de afname in de behoefte aan voedings- en genotmiddelen. Dit weegt echter niet op tegen het bovenstaande aangaande de cijfers en doelstellingen voor het winkelcentrum als geheel, waardoor gesteld kan worden dat te weinig rekening wordt gehouden met de afnemende behoefte aan voedings- en genotmiddelen. Er is expliciet door de gemeente aangegeven dat het winkelgebied met name als winkelcentrum voor de dagelijkse artikelen dient te functioneren, waardoor gesteld kan worden dat er bewust tegen de trend van branchevervaging in wordt gegaan.

Naast het feit dat er geen rekening is gehouden met de trend van branchevervaging lijkt er, gezien het bovenstaande over de branchering van de winkels in Nesselande, eveneens geen rekening te worden gehouden met de ontwikkeling dat winkels met keuzegevoelige producten verschuiven naar onder andere winkelgebieden dicht bij huis zoals het winkelcentrum in Nesselande en dat op deze plek de behoefte daarnaar dus stijgt. Deze ontwikkeling houdt immers in dat er juist minder ruimte gereserveerd zou moeten worden voor winkels in de branche voedings- en genotmiddelen om zo meer ruimte over te

houden voor winkels met keuzegevoelige producten, en daar is geen sprake van in het winkelcentrum in Nesselande.

De gemeente heeft wel aangegeven dat er rekening dient te worden gehouden met de recreatieve, bovenwijkse functie door de ligging aan de Zevenhuizerplas. Winkels met deze functie behoren tot de categorie winkels met keuzegevoelige producten. Dit betreft enkele honderden vierkante meters van de 10.000 m² wvo in het winkelcentrum. Daarnaast worden er ook non-food winkels gerealiseerd. Deze vallen volgens de indeling ook onder de categorie keuzegevoelige producten. Daardoor geeft de gemeente impliciet toch wel enige ruimte voor de ontwikkeling van de verschuiving van de verkoop van keuzegevoelige producten naar winkelgebieden dicht bij huis zoals Nesselande.

Ten slotte lijkt er, gezien het bovenstaande aangaande de branchering van de winkels in Nesselande, slechts gedeeltelijk te worden gehandeld in lijn met de ontwikkeling dat de handel in minder keuzegevoelige producten in winkels afneemt. Minder keuzegevoelige producten betreft enerzijds goederen uit de branche voedings- en genotmiddelen. Aangezien het percentage winkels in de branche voedings- en genotmiddelen groter zal zijn dan de 30% die het volgens de rangorde van de functionele hiërarchie zou moeten zijn, wordt er geen rekening gehouden met de afnemende behoefte aan winkels met minder keuzegevoelige producten. Daar staat tegenover dat perifere detailhandel uitgesloten is in het winkelcentrum in de wijk. Dit betreft ook winkels met minder keuzegevoelige producten en wat dat betreft wordt dus, zij het impliciet want het gebeurt niet vanwege die minder keuzegevoelige producten maar om andere redenen, wel gehandeld in lijn met de ontwikkeling.

Meer ruimte per winkel

Zoals hiervoor onder 'Rangorde en locatiepatroon van de functionele hiërarchie' gemotiveerd is, behoort het winkelcentrum in Nesselande gezien zijn omvang tot het type (groot) wijkcentrum. De bandbreedte van de omvang voor een winkelcentrum van dat type is tussen de 5.000 en 10.000 m² wvo. De in het bestemmingsplan toegestane oppervlakte voor winkels is 8.000 m² wvo, deze zit daarmee tegen de bovenkant van de bandbreedte. Zodoende kan gesteld worden dat met de oppervlakte van het winkelgebied in de wijk expliciet rekening is gehouden met de ontwikkeling dat winkels en daarmee winkelgebieden steeds groter worden.

Volumineuze goederen naar de periferie

Zoals hiervoor onder 'Rangorde en locatiepatroon van de functionele hiërarchie' gesteld, is de vestiging van perifere detailhandelsvoorzieningen niet mogelijk in het winkelcentrum van Nesselande. Deze detailhandelsvoorzieningen dienen hun plaats te vinden op het bedrijventerrein van Nesselande, zo is het in het bestemmingsplan '3^e partiële herziening Nesselande' opgenomen. Het bedrijventerrein van Nesselande is een perifere locatie, het betreft immers een goed ontsloten locatie buiten woonbebouwing. Datgene wat de gemeente verstaat onder perifere detailhandelsvoorzieningen is gelijk aan dat wat er in dit onderzoek onder wordt verstaan. Bij de branchering van de geplande verkoopruimte in het winkelcentrum in Nesselande is dus expliciet rekening gehouden met de afname in behoefte aan volumineuze goederen aldaar.

Voor wat betreft de omvang van de geplande verkoopruimte in Nesselande is min of meer rekening gehouden met de afname in behoefte aan volumineuze goederen. Zoals gesteld onder 'Meer ruimte per winkel' zit de toegestane oppervlakte van 8.000 m² wvo tegen de bovenkant van de bandbreedte aan. Zodoende kan gesteld worden dat met de

oppervlakte van het winkelgebied in de wijk niet echt rekening is gehouden met de afnemende behoefte aan volumineuze goederen aldaar. Het is echter een maximale oppervlakte en geen minimale maat, dus het plan biedt wel de flexibiliteit om de ontwikkeling te accommoderen.

Aangaande de vraag of er, voor zover relevant in het licht van de locatie van Nesselande, ruimte gereserveerd is voor winkels die standalone kunnen opereren, kan gesteld worden dat daar expliciet geen rekening mee is gehouden. In figuur 20 is te zien dat de wijk perifeer ligt ten opzichte van de rest van de woonplaats Rotterdam. De indeling van de wijk is er echter niet naar om winkels de mogelijkheid te bieden standalone te opereren. De detailhandel dient zich in het centrum te bevinden. Er is dus sprake van verplichte clustering van de winkels, in plaats van standalone opererende winkels. Clustering is ook één van de uitgangspunten van de gemeente, dus er zal duidelijk geen sprake van standalone opererende winkels zijn.

Trafficlocaties en afhaallocaties

Zoals in de algemene wijkbeschrijving staat, is de wijk aangesloten op het regionale/lokale wegennet middels de provinciale weg N219. De dichtstbijzijnde rijksweg (de A20) is op een afstand van circa 2 km gelegen. De wijk heeft een eigen metrostation waardoor het is aangesloten op het hoogwaardig openbaar vervoer. Er is dus in beperkte mate sprake van trafficlocaties in Nesselande, aangezien het een aansluiting op een provinciale weg en een metrostation betreft.

Bij de planning van de detailhandelsvoorziening in het winkelcentrum is expliciet geen rekening gehouden met de ontwikkeling dat winkels worden gerealiseerd op trafficlocaties. De goed bereikbare locaties in de wijk vallen buiten het deelgebied waarin reguliere detailhandel zich dient te bevinden en worden dus niet benut voor de vestiging van winkels. Het winkelcentrum bevindt zich wel zo dicht mogelijk bij het metrostation, maar het is er niet omheen gesitueerd. In het detailhandelsbeleid van de stadsregio Rotterdam biedt onder voorwaarden de mogelijkheid tot het realiseren van detailhandel op trafficlocaties. Daar wordt echter concreet niets mee gedaan in de wijk Nesselande, zo blijkt uit het bestemmingsplan.

Op de vraag of er bij de omvang van de geplande totale oppervlakte verkoopruimte rekening gehouden wordt met de verschuiving van winkels naar trafficlocaties moet eveneens ontkennend geantwoord worden. Zoals onder 'Meer ruimte per winkel' bleek, zit de omvang van het gehele winkelgebied tegen de bovengrens van de bandbreedte voor het type (groot) wijkcentrum aan. Zodoende kan gesteld worden dat het geplande winkelcentrum volgens de functionele hiërarchie van voldoende omvang is en er dus geen rekening wordt gehouden met de verschuiving van winkels naar trafficlocaties. Daarnaast is het uitgangspunt van de gemeente dat bewoners hun dagelijkse boodschappen in de wijk dienen te kunnen doen. Hieruit blijkt eveneens dat men geen rekening houdt met de verschuiving van winkels naar trafficlocaties.

Afhaallocaties dienen zich op locaties dicht bij de woningen te bevinden. Gezien de ligging van het deelgebied waarbinnen de detailhandel zich moet bevinden en het doel van de gemeente (zoals in hun detailhandelsbeleid staat) dat de consument op acceptabele afstand van zijn woning een basispakket aan dagelijkse artikelen kan vinden, kan gesteld worden dat er voor wat betreft de locatie en spreiding van de detailhandel in Nesselande impliciet rekening wordt gehouden met de ontwikkeling van afhaallocaties dicht bij huis.

In termen van oppervlak kan gesteld worden dat er geen minimale omvang per winkel is vastgesteld, waardoor er niet expliciet rekening is gehouden met de ontwikkeling van afhaallocaties dicht bij huis, maar de flexibiliteit om de ontwikkeling te accommoderen is wel aanwezig. Dus als er constructief gezien geen belemmeringen zijn, is het mogelijk te voorzien in kleine winkels in de vorm van afhaallocaties. Voor wat betreft de oppervlakte van het gehele winkelcentrum geldt de oppervlakte van 10.000 m² bvo/8.000 m² wvo als een maximale oppervlakte en niet als een minimale maat. Er kunnen ook andere functies dan detailhandel gerealiseerd worden in de panden. Er kan dus geconcludeerd worden dat er ook voor wat betreft de oppervlakte van het gehele winkelcentrum in Nesselande niet expliciet rekening wordt gehouden met de ontwikkeling van afhaallocaties dicht bij huis, maar dat ook hier de flexibiliteit om de ontwikkeling te accommoderen wel aanwezig is.

Toekomstbestendigheid

Aangezien er sprake is van verplichte clustering in het centrumgebied, kan gesteld worden dat er geen mogelijke alternatieve locaties voor detailhandel voorzien zijn. Een nieuwe locatie kan natuurlijk altijd mogelijk gemaakt worden, maar de wijk is er niet op ingericht.

Voor wat betreft de mogelijkheden voor toename in totale oppervlakte verkoopruimte is er in Nesselande weinig ruimte, zo blijkt uit het bestemmingsplan 'Nesselande'. Er zijn weinig mogelijkheden om extra detailhandelsvoorzieningen te realiseren, aangezien de flexibiliteit in het bestemmingsplan niet zo groot is omdat er sprake is van een maximale oppervlakte die beschikbaar is voor detailhandel. Uit de randvoorwaardennota en het bestemmingsplan is wel gebleken dat de gereserveerde 10.000 m² bvo een ruime planning is. De gemeente geeft immers aan dat een te krappe planning weinig flexibiliteit biedt, de aanpassing aan nieuwe ontwikkelingen moeilijk maakt en ervoor kan zorgen dat gewenste onverwachte bovenwijkse voorzieningen niet of slecht inpasbaar zijn. Daaruit kan geconcludeerd worden dat de 10.000 m² bvo in eerste instantie niet volledig gebruikt zal worden en dus in zichzelf al uitbreidingsruimte biedt. Feit blijft echter dat voor uitbreiding boven die 10.000 m² bvo weinig ruimte is.

Het winkelcentrum ligt niet vrij maar is het opgenomen in de bestaande bebouwing. Daarbij zitten woningen en winkels in één blok waardoor uitbreiding van winkels lastig zal zijn. Het omzetten van woningen naar winkels is conform het bestemmingsplan wel mogelijk, maar feitelijk zal dit niet eenvoudig te bereiken zijn.

Voor wat betreft de mogelijkheden voor afname in totale oppervlakte verkoopruimte is in Nesselande ruimte. Het bestemmingsplan geeft enkel een maximale oppervlakte voor de detailhandel aan, geen minimale maat. Daarnaast is het omzetten van winkels naar woningen ook toegestaan en dit zal feitelijk eenvoudiger te bereiken zijn dan een omzetting van woningen naar winkels. De flexibiliteit voor een afname in de omvang van de detailhandel in de wijk wordt dus geboden.

Voor wat betreft de mogelijkheden voor toe- of afname in oppervlakte van individuele panden zijn er wel wat mogelijkheden in Nesselande. De heer Driesse geeft aan dat de structuur van de bebouwing heel flexibel is. Wijzigingen van individuele panden zijn mogelijk, voor zover constructieve randvoorwaarden dat mogelijk maken. De flexibiliteit is zo groot als de bebouwing toelaat.

5.4.6 Conclusie

Terugkijkend op de negen toetsingsvragen aangaande de toekomstbestendigheid van de detailhandelsstructuur van de wijk Nesselande kan geconcludeerd worden dat deze niet optimaal is. In tabel 24 is (op dezelfde wijze als dat dit in de vorige paragrafen voor Brandevoort en Nesselande is gedaan) per toetsingsvraag weergegeven of er expliciet rekening mee is gehouden, of er bewust tegen in wordt gegaan of dat er geen rekening mee is gehouden, maar het plan wel de flexibiliteit en ruimte biedt om het te accommoderen.

	Wordt expliciet rekening mee gehouden	Wordt geen rekening mee gehouden, maar is wel ruimte voor	Wordt bewust tegen in gegaan
1. De afwijking van de rangorde en het locatiepatroon van de functionele hiërarchie			
	X		
2. De afname van de behoefte aan voedings- en genotmiddelen door branchevervaging			
Op het niveau van de individuele winkel: branchevervaging vindt plaats		X	
Op het niveau van het winkel-gebied: te veel m ² wvo in de categorie dagelijks			X
3. De reservering van meer ruimte per winkel			
	X		
4. De realisatie van winkels met volumineuze goederen in de periferie			
Perifere detailhandel is niet toegestaan in winkelcentrum	X		
Toegestane oppervlakte is ruim, maar geen minimale eis		X	
Standalone winkels zijn niet toegestaan			X
5. De realisatie van winkels op trafficlocaties			
			X
6. De realisatie van afhaallocaties in winkelgebieden dicht bij huis			
		X	
7. De toename van de behoefte aan keuzegevoelige producten			
Te veel m ² wvo in de			X

categorie dagelijks			
Ruimte gereserveerd voor winkels gerelateerd aan recreatieve functie		X	
8. De afname van de behoefte aan minder keuzegevoelige producten			
Perifere detailhandel is niet toegestaan in winkelcentrum		X	
Te veel m ² wvo in de categorie dagelijks			X
9. Toekomstbestendigheid			
Mogelijkheid voor afname van de oppervlakte van het winkelgebied als geheel en voor de toe- en afname van de oppervlakte van individuele panden		X	
Mogelijkheid voor toename van de oppervlakte van het winkelgebied als geheel en voor alternatieve locaties			X

Tabel 24: Conclusie per toetsingsvraag op basis van de bevindingen in paragraaf 5.4.5

Op basis van de resultaten van de analyse per toetsingsvraag kan geconcludeerd worden dat de toekomstbestendigheid voor wat betreft twee ontwikkelingen goed is. Dit betreft ten eerste het grofmaziger worden van de detailhandelsstructuur: in Nesselande wordt afgeweken van de rangorde en het locatiepatroon van het planningsprincipe van de functionele hiërarchie in die zin dat de detailhandelsstructuur grofmaziger is dan dat het planningsprincipe voorstaat. De wijk is op dat punt toekomstbestendig. Ten tweede gaat het om de ontwikkeling dat winkels en daarmee ook winkelgebieden groter worden: in Nesselande wordt daar expliciet rekening mee gehouden doordat meer ruimte per winkel gereserveerd wordt. De wijk is ook op dat punt toekomstbestendig.

Naast deze twee ontwikkelingen waar expliciet rekening mee wordt gehouden, is er de ontwikkeling dat winkels met volumineuze goederen in de periferie gerealiseerd worden. Doordat perifere detailhandel niet is toegestaan in het winkelcentrum in Nesselande wordt expliciet rekening gehouden met deze ontwikkeling. Maar doordat standalone winkels niet zijn toegestaan wordt er ook gedeeltelijk bewust tegen de ontwikkeling in gegaan. Qua omvang van de winkelvoorziening in Nesselande is er wel ruimte voor de ontwikkeling, maar men houdt er niet bewust rekening mee. Er kan dus gesteld worden dat de detailhandelsstructuur in Nesselande gedeeltelijk toekomstbestendig is voor wat betreft de realisatie van winkels in de periferie.

Uit de analyse van de toekomstbestendigheid van Nesselande is gebleken dat het percentage voedings- en genotmiddelen te hoog ligt: te veel m² wvo van het

winkelgebied worden ingevuld met winkels in de categorie dagelijks. Dit heeft zijn weerslag op een aantal ontwikkelingen: (1) de afname van de behoefte aan voedings- en genotmiddelen door branchevervaging; (2) de toename van de behoefte aan keuzegevoelige producten en (3) de afname van de behoefte aan minder keuzegevoelige producten. Er wordt doordat het percentage voedings- en genotmiddelen te hoog ligt bewust tegen deze ontwikkelingen ingegaan en de detailhandelsstructuur in Nesselande is voor wat betreft deze drie ontwikkelingen dan ook niet toekomstbestendig.

Er zijn voor alle drie de ontwikkelingen echter ook 'verzachtende omstandigheden': zaken waar ruimte voor is, al is er niet bewust rekening mee gehouden, waardoor er toch sprake is van enige mate van toekomstbestendigheid. Bij de afname van de behoefte aan voedings- en genotmiddelen is deze verzachtende omstandigheid dat er op het niveau van de individuele winkel wel sprake van branchevervaging. Bij de toename van de behoefte aan keuzegevoelige producten betreft het het feit dat ruimte gereserveerd is voor winkels die gerelateerd zijn aan de recreatieve functie van de Zevenhuizerplas. Bij de afname van de behoefte aan minder keuzegevoelige producten komt dit doordat perifere detailhandel niet is toegestaan in het winkelcentrum van Nesselande.

Uit de analyse van de toekomstbestendigheid van Nesselande is ook gebleken dat de verplichte locatie van het winkelgebied in het centrum van de wijk en het feit dat winkels daarbuiten niet zijn toegestaan ervoor zorgt de toekomstbestendigheid voor wat betreft één ontwikkeling niet goed is. Dit betreft de realisatie van winkels op trafficlocaties: in Nesselande wordt bewust ingegaan tegen de verschuiving van winkels naar trafficlocaties. De detailhandelsstructuur in Nesselande is wat deze ontwikkeling betreft niet toekomstbestendig.

De verplichte locatie van het winkelgebied in het centrum van Nesselande zorgt er anderzijds voor dat de toekomstbestendigheid voor wat betreft de realisatie van afhaallocaties in winkelgebieden dicht bij huis nog enigszins goed is. Voor deze ontwikkeling is namelijk wel ruimte in de Vinex-wijk doordat het winkelgebied zich centraal in de wijk (dicht bij huis) bevindt. Maar er wordt niet bewust rekening mee gehouden. Er kan dus niet gesteld worden dat de toekomstbestendigheid in Nesselande wat deze ontwikkeling betreft niet goed is, maar er zijn nog wel mogelijkheden om de toekomstbestendigheid te verbeteren.

Ten slotte zorgt de verplichte locatie van het winkelgebied in Nesselande er ook voor dat de flexibiliteit qua mogelijkheden voor toename van de oppervlakte van het winkelgebied als geheel en voor alternatieve locaties er niet is. Tegen deze ontwikkeling wordt bewust ingegaan. De ruimte voor afname van de oppervlakte van het winkelgebied als geheel als ook de mogelijkheden voor de toe- of afname van de oppervlakte van individuele panden is er wel, al wordt hier niet bewust rekening mee gehouden. Er kan dus gesteld worden dat de detailhandelsstructuur in Nesselande wat dat betreft gedeeltelijk niet toekomstbestendig is.

5.5 Conclusies

In dit hoofdstuk zijn de detailhandelsstructuren van de drie Vinex-wijken Brandevoort, Meerhoven en Nesselande beschreven. Dit om een antwoord te geven op de volgende onderzoeksvragen: (1) 'Op welke principes en uitgangspunten is de detailhandelsstructuur in Vinex-wijken gebaseerd?' en (2) 'Wat is de mate van toekomstbestendigheid van de detailhandelsstructuur in Vinex-wijken?'. Het antwoord op

deze vragen is in voorgaande paragrafen gegeven. Hierna volgt een beschrijving van de overeenkomsten en verschillen tussen de drie wijken voor wat betreft de antwoorden op deze twee vragen.

Principes en uitgangspunten

De principes en uitgangspunten waarop de detailhandelsstructuren in de drie Vinex-wijken gebaseerd zijn, zijn vrijwel identiek aan elkaar. Samengevat komt dit in hoofdlijnen neer op het volgende:

- Er wordt één winkelcentrum centraal in de wijken gerealiseerd. De winkels dienen zich daarbij binnen een bepaalde zone te bevinden en daarbuiten is detailhandel niet toegestaan.
- De winkelcentra dienen in hun voorzieningenniveau afgestemd te zijn op de primaire levensbehoefte van de bewoners van de wijken; de inwoners van de wijken dienen hun dagelijkse boodschappen dicht bij huis te kunnen doen. Daarbij worden er in alle drie de winkelgebieden twee supermarkten gerealiseerd.
- De omvang van de winkelcentra is als een maximaal aantal m² winkelvloeroppervlak in de bestemmingsplannen opgenomen. Er is dus geen sprake van een minimale maat waaraan voldaan moet worden, maar alleen van een maximum dat niet overschreden mag worden.
- Perifere detailhandel is niet toegestaan in de winkelcentra centraal in de wijk.

Naast deze algemene uitgangspunten die voor alle drie de wijken gelden, is een aantal verschillen te benoemen tussen de principes die voor de detailhandelsstructuren in de drie wijken zijn gehanteerd:

- In Brandevoort is 'dagelijks' een ruim begrip. Volgens de gemeente worden winkels zoals Blokker, Hema of een textielsuper daar ook onder geschaard. Deze winkels vallen volgens de indeling van Locatus niet onder de categorie dagelijks waardoor het winkelcentrum in deze wijk qua branchering ruimer is dan alleen voor de dagelijkse boodschappen.
- In Meerhoven is de totale marktruimte voor detailhandel in het winkelcentrum verdeeld over dagelijkse artikelensector en de niet-dagelijkse artikelensector met de percentages 60% voor dagelijkse artikelen en 40% voor niet-dagelijkse artikelen.
- In Nesselande is ruimte gereserveerd voor winkels die gerelateerd zijn aan de recreatieve, bovenwijkse functie van de Zevenhuizerplas waar de wijk aan ligt. Deze winkels vallen volgens de indeling van Locatus niet onder de categorie dagelijks waardoor het winkelcentrum in deze wijk qua branchering ruimer is dan alleen voor de dagelijkse boodschappen.

De overeenkomst tussen bovenstaande drie punten is dat het in alle drie de wijken gaat om een verruiming van de toegestane branchering in het winkelcentrum in de wijk. Er is in alle drie de wijken ook ruimte voor niet-dagelijkse artikelen.

Mate van toekomstbestendigheid

Aangezien de principes en uitgangspunten waarop de detailhandelsstructuur in de drie wijken gebaseerd zijn vrijwel gelijk zijn, vertonen de drie Vinex-wijken ook zeer veel overeenkomsten in hun mate van toekomstbestendigheid:

- Er wordt afgeweken van de rangorde en het locatiepatroon van het planningsprincipe van functionele hiërarchie in die zin dat de detailhandelsstructuren grofmaziger zijn

dan dat het planningsprincipe voorstaat. Daardoor zijn de drie wijken wat dat betreft toekomstbestendig.

- Aangaande de afname van de behoefte aan voedings- en genotmiddelen door branchevervaging zijn de drie wijken alle drie gedeeltelijk toekomstbestendig. Enerzijds wordt te veel m² wvo van de winkelgebieden ingevuld met winkels in de categorie dagelijks waardoor er bewust tegen de ontwikkeling in wordt gegaan, anderzijds is er op het niveau van de individuele winkel wel sprake van branchevervaging.
- De drie wijken zijn alle drie toekomstbestendig voor wat betreft de reservering van meer ruimte per winkel. Er is bij de planning van de detailhandelsvoorzieningen in de onderzochte Vinex-wijken rekening gehouden met de ontwikkeling dat winkels en daarmee ook winkelgebieden groter worden.
- Qua branchering zijn de drie wijken alle drie toekomstbestendig voor wat betreft de realisatie van winkels met volumineuze goederen in de periferie. Perifere detailhandel is namelijk niet toegestaan in de winkelcentra in de wijken. Daar staat tegenover dat standalone winkels niet zijn toegestaan in de drie wijken. Daarnaast houdt men qua omvang niet bewust rekening met de ontwikkeling. Er is dus sprake van een gedeeltelijke toekomstbestendigheid voor wat betreft de realisatie van winkels in de periferie.
- De toekomstbestendigheid van de drie wijken is niet goed ten aanzien van de realisatie van winkels op trafficlocaties. Dit komt in alle drie de wijken doordat het winkelgebied zich op een verplichte locatie in het centrum van de wijk moet bevinden.
- De toekomstbestendigheid omtrent de realisatie van afhaallocaties dicht bij huis is in alle drie de wijken voor verbetering vatbaar. Er wordt in de wijken namelijk niet bewust rekening gehouden met de ontwikkeling, maar door de centrale ligging van de winkelgebieden in de wijken is er wel ruimte voor.
- Aangaande de toename van de behoefte aan keuzegevoelige producten zijn de drie wijken alle drie gedeeltelijk toekomstbestendig. Enerzijds wordt te veel m² wvo van de winkelgebieden ingevuld met winkels in de categorie dagelijks waardoor er bewust tegen de ontwikkeling in wordt gegaan, anderzijds is er bij alle drie de wijken sprake van een 'verzachtende omstandigheid'. Deze omstandigheid is echter per wijk verschillend. Het betreft de hiervoor beschreven verschillen tussen de principes die voor de detailhandelsstructuren in de drie wijken zijn gehanteerd (over de verruiming van de toegestane branchering in de wijk).
- Ten aanzien van de afname van de behoefte aan minder keuzegevoelige producten zijn de drie wijken alle drie gedeeltelijk toekomstbestendig. Enerzijds wordt te veel m² wvo van de winkelgebieden ingevuld met winkels in de categorie dagelijks waardoor er bewust tegen de ontwikkeling in wordt gegaan, anderzijds is perifere detailhandel niet toegestaan in het winkelcentra in de wijken.
- In alle drie de wijken wordt door de verplichte locatie van de winkelgebieden ingegaan tegen de mogelijkheden voor toename van de oppervlakte van de winkelgebieden als geheel en tegen de mogelijkheden om alternatieve locaties te gebruiken. De ruimte voor afname van de oppervlakte van de winkelgebieden als geheel en ook de mogelijkheden voor de toe- of afname van de oppervlakte van individuele panden is er wel binnen de drie wijken, maar hier wordt niet bewust rekening mee gehouden. De Vinex-wijken zijn wat dat betreft dus gedeeltelijk toekomstbestendig.

Concluderend kan gesteld worden dat Brandevoort, Meerhoven en Nesselande qua toekomstbestendigheid gelijk zijn aan elkaar. De toekomstbestendigheid van de wijken is niet heel goed, aangezien met slechts twee van de negen ontwikkelingen rekening wordt gehouden. Dit betreft:

- de afwijking van de rangorde en het locatiepatroon van de functionele hiërarchie ten behoeve van het grofmaziger worden van de detailhandelsstructuur;
- de reservering van meer ruimte per winkel.

Er is één ontwikkeling waar gedeeltelijk expliciet rekening mee wordt gehouden, gedeeltelijk bewust tegen in wordt gegaan en gedeeltelijk geen rekening mee wordt gehouden, maar wel ruimte voor is. Dit betreft de realisatie van winkels met volumineuze goederen in de periferie.

Er is één ontwikkeling waar niet expliciet rekening mee wordt gehouden, maar waar wel ruimte voor is. Dit betreft de realisatie van afhaallocaties in winkelgebieden dicht bij huis.

Daarnaast is er één ontwikkeling waar bewust tegen in gegaan wordt. Dit betreft de realisatie van winkels op trafficlocaties.

Voor wat betreft de overige vier ontwikkelingen wordt gedeeltelijk bewust tegen deze ontwikkelingen in gegaan en gedeeltelijk wordt er niet expliciet rekening mee gehouden, maar is er wel ruimte voor. Dit betreft:

- de afname van de behoefte aan voedings- en genotmiddelen door brancheervaging;
- de toename van de behoefte aan keuzegevoelige producten;
- de afname van de behoefte aan minder keuzegevoelige producten;
- toekomstbestendigheid.

Voor wat betreft zeven ontwikkelingen valt dus nog een winst te behalen voor wat betreft de toekomstbestendigheid van de detailhandelsstructuur in Vinex-wijken.

Dat de toekomstbestendigheid op het gebied van zeven ontwikkelingen te wensen over laat wordt veroorzaakt door met name een tweetal principes dat gehanteerd wordt. Ten eerste betreft dit het uitgangspunt dat er één winkelcentrum centraal in de wijk gerealiseerd dient te worden en dat daarbuiten geen detailhandel is toegestaan. Dit zorgt er voor dat standalone winkels niet mogelijk zijn, dat de realisatie van winkels op trafficlocaties niet toegestaan is en dat de toekomstbestendigheid qua alternatieve locaties niet goed is. Anderzijds zorgt dit uitgangspunt er wel voor dat er ruimte is voor de realisatie van afhaallocaties in winkelgebieden dicht bij huis.

Ten tweede gaat dit om het uitgangspunt dat de inwoners van de wijken hun dagelijkse boodschappen dicht bij huis dienen te kunnen doen. Daarbij worden er in alle drie de winkelgebieden twee supermarkten gerealiseerd. Door dit uitgangspunt zijn de winkelvoorzieningen te veel gericht op de dagelijkse boodschappen. De branchering is niet in lijn met de afname van de behoefte aan voedings- en genotmiddelen door brancheervaging, de toename van de behoefte aan keuzegevoelige producten en de afname van de behoefte aan minder keuzegevoelige producten.

Er is echter ook een tweetal principes dat gehanteerd wordt dat er voor zorgt dat de toekomstbestendigheid op twee punten goed is. Dit betreft het feit dat er rekening wordt gehouden met het groter worden van winkels en winkelgebieden en het uitgangspunt dat perifere detailhandel niet is toegestaan in de winkelcentra centraal in de wijk.

Terugkijkend naar de vijf trends die in hoofdstuk 3 zijn beschreven, betekent het bovenstaande dat op de trends van branchevervaging en Internet, ICT en nieuwe media nog niet voldoende wordt geanticipeerd bij het ontwerp van detailhandelsstructuur in Vinex-wijken. Ook met de trend van nieuwe locaties wordt slechts gedeeltelijk rekening gehouden: perifere detailhandel krijgt een plaats in de periferie dus die nieuwe locaties voor detailhandel zijn 'ingeburgerd'. De realisatie van winkels op trafficlocaties en het realiseren van standalone winkels is echter nog niet een planningsprincipe geworden. Met de trend van ruimtelijke schaalvergroting wordt wel rekening gehouden. De trends van bedrijfsmatige schaalvergroting en specialisatie en schaalverkleining blijven buiten beschouwing omdat bij de vergelijking van het planningsprincipe van functionele hiërarchie met de trends is gebleken dat deze twee trends niet op gespannen voet staan met het planningsprincipe.

Er kan gezien het bovenstaande gesteld worden dat de trends die zich al langer voordoen (die van ruimtelijke schaalvergroting en van perifere detailhandel) al wel gehanteerd worden als uitgangspunten. Daar tegenover staat de 'nieuwere' trends nog niet als zodanig worden gehanteerd. Geconcludeerd kan worden dat het erg lang de tijd nodig heeft voordat een trend op het gebied van de detailhandel als planningsprincipe gehanteerd wordt bij het ontwerp van een winkelcentrum.

Anderzijds duurt het ook heel lang voordat een planningsprincipe dat gehanteerd wordt, maar wat eigenlijk niet geheel meer voldoet aan de eisen van tegenwoordig, afgeschaft wordt. Dit is terug te zien bij het planningsprincipe van functionele hiërarchie: er wordt van afgeweken, maar het is nog steeds wel een uitgangspunt bij het ontwerp van de detailhandelsstructuur. Ook het principe dat men de dagelijkse boodschappen dicht bij huis moet kunnen doen, is een planningsprincipe dat nog hoog in het vaandel staat.

6. CONCLUSIES EN AANBEVELINGEN

6.1 Inleiding

In dit onderzoeksrapport is middels casestudies getracht inzicht te verkrijgen in de mate van toekomstbestendigheid van de detailhandelsstructuur in Vinex-wijken. In dit hoofdstuk komen de conclusies aan de orde die uit de onderzoeksresultaten zijn getrokken aan de hand van de onderzoeksvragen. In paragraaf 6.3 komen aanbevelingen aangaande ontwerpprincipes voor detailhandel in nieuwe woonwijken aan bod.

6.2 Conclusies

Aanleiding

Vinex-wijken zijn locaties die in 1993 door de minister van Volkshuisvesting, Ruimtelijke Ordening en Milieubeheer (VROM) zijn aangewezen als uitbreidingsgebieden voor steden. Detailhandel is voor de Vinex-wijken van belang.

Vanwege het maatschappelijk belang tracht de overheid al sinds jaar en dag, in het bijzonder na de Tweede Wereldoorlog, de locatiestrategieën van detaillisten, en daarmee de detailhandelsstructuur in Nederland, te sturen. Vooral het planningsprincipe van functionele hiërarchie, waarvoor de Centrale Plaatsentheorie van Christaller als leidraad geldt, heeft geleid tot de huidige detailhandelsstructuur in Nederland.

De detailhandelsstructuur in Nederland wordt getypeerd als fijnmazig. Ontwikkelingen in het (nabije) buitenland, nieuwe (technologische) mogelijkheden en recente veranderingen in het Nederlandse beleid roepen echter de vraag op hoe houdbaar deze fijnmazige structuur is.

Probleemstelling

Aan de hand van het voorgaande is de volgende doelstelling tot stand gekomen:

Het verwerven van inzicht in de mate van toekomstbestendigheid van de detailhandelsstructuur in Vinex-wijken teneinde aanbevelingen te doen met betrekking tot de ontwerpprincipes voor detailhandel in nieuwe woonwijken.

Toekomstbestendig betekent in dit geval dat er zo veel mogelijk rekening is gehouden met de trends op het gebied van detailhandel: hoe beter er rekening is gehouden met de trends op het gebied van detailhandel, des te toekomstbestendiger en van betere kwaliteit de detailhandelsstructuur in Vinex-wijken is. Daarbij gaat het om het ontwerp van de detailhandelsstructuur in de Vinex-wijken, niet om het proces van besluitvorming en ook niet om het gedrag van de diverse actoren zoals consumenten en projectontwikkelaars of de vraag of de detailhandelsstructuur functioneert na realisatie.

Met de koppeling tussen het ontwerp en de trends wordt verondersteld dat de toekomstbestendigheid afhangt van de mate waarin bij het ontwerp van de detailhandelsstructuur rekening is gehouden met de trends. De centrale vraagstelling is dan ook als volgt:

Hoe verhoudt het ontwerp van de detailhandelsstructuur in Vinex-wijken zich tot de trends op het gebied van detailhandel?

De van de probleemstelling afgeleide deelvragen luiden:

1. Wat houden de Centrale Plaatsentheorie en het planningsprincipe van functionele hiërarchie in?
2. Welke trends met een ruimtelijke uitwerking zijn waarneembaar op het gebied van detailhandel?
3. Hoe verhouden het planningsprincipe van functionele hiërarchie en de trends zich tot elkaar?
4. Op welke principes en uitgangspunten is de detailhandelsstructuur in Vinex-wijken gebaseerd?
5. Wat is de mate van toekomstbestendigheid van de detailhandelsstructuur in Vinex-wijken?
6. Welke aanbevelingen kunnen gedaan worden met betrekking tot de ontwerpprincipes voor detailhandel in nieuwe woonwijken?

De Centrale Plaatsentheorie

De Centrale Plaatsentheorie is ontwikkeld door de Duitse econoom Walter Christaller. In 1933 publiceerde Christaller zijn theorie onder de titel: 'Die zentralen Orte in Süddeutschland; Eine ökonomisch-geographische Untersuchung über die Gesetzmässigkeit der Verbreitung und Entwicklung der Siedlungen mit städtischen Funktionen'. De Centrale Plaatsentheorie van Christaller had tot doel een verklaring te geven voor het aantal, de grootte en de spreiding van centrale plaatsen. Uitgangspunt is dat elke woning of nederzetting ergens in de ruimte gesitueerd is; ieder element heeft een locatie. Alle elementen in een bepaald gebied tezamen nemen een specifieke ruimtelijke vorm aan, er is sprake van een locatiepatroon. Er wordt verondersteld dat deze patronen niet willekeurig zijn, maar dat er enige regelmaat en orde in te onderkennen is. Dit wordt aangeduid als ruimtelijke structuur. Christaller verklaart een en ander door middel van referentie aan algemene postulaten over consumentengedrag en producenten/ondernemersgedrag. Daarnaast zijn er enkele assumpties die aangeven onder welke omstandigheden de te verklaren regelmatigheden af te leiden zijn vanuit de postulaten over het consumenten- en producentengedrag. Dit maakt de formulering van theorema's mogelijk. De theorema's luiden als volgt:

1. er is sprake van een functionele hiërarchie van centra: groepen van centrale plaatsen zijn te onderscheiden waarbij alle centrale plaatsen van dezelfde orde hetzelfde aantal en type producten aanbieden en in alle centra van een hogere orde alle goederen van de lagere orde plaatsen te verkrijgen zijn plus enkele additionele, hen van de lagere orde onderscheidende, producten;
2. het aantal producten dat door een centrale plaats wordt aangeboden neemt van lagere orde plaatsen naar hogere orde plaatsen achtereenvolgens toe;
3. de afstand tussen centrale plaatsen van dezelfde orde neemt achtereenvolgens af van hogere orde plaatsen naar lagere orde plaatsen;
4. de afstand van een centrale plaats van een bepaalde orde tot plaatsen van een successievelijk lager orde neemt steeds af;
5. centrale plaatsen van een bepaalde orde zijn regelmatig triangulair verspreid en hebben hexagonale verzorgingsgebieden.

Het planningsprincipe van functionele hiërarchie

Een van de belangrijkste theoretische implicaties van de Centrale Plaatsentheorie van Christaller is het bestaan van een functionele hiërarchie van winkelconcentraties. De functionele hiërarchie is een belangrijk uitgangspunt voor de planning van winkelvoorzieningen in Nederland. Het is niet alleen als verklaringsmodel gebruikt, maar ook en vooral als planningsprincipe.

Functionele hiërarchie is het in een zeker gebied aanwezige netwerk van kernen met centrale functies die tezamen het gehele gebied bestrijken. Deze kernen zijn zo gelokaliseerd dat de kernen/centra die alleen de meer frequente functies bezitten (de centra van een lagere orde dus), voor wat betreft de minder frequente functies opgenomen zijn in het verzorgingsgebied van hogere centra (die deze minder frequente functies bezitten). Daardoor krijgt het netwerk een hiërarchische opbouw. In de functionele hiërarchie van winkelvoorzieningen moeten de principes van concentratie en deconcentratie met elkaar in evenwicht worden gebracht op basis van tijdsbesparing, keuzemogelijkheid en winstgevendheid. Het bekendste onderscheid van ruimtelijke eenheden, gebaseerd op deze principes, is die in buurt-, wijk-, stadsdeel- en stadscentra. Het draagvlak vormt daarbij het uitgangspunt. Op basis van het te verzorgen gebied verschillen de centra in grootte (m² vloeroppervlakte, aantal vestigingen), in niveau (aantal branches) en in functie. Zodoende eindigt de typologie van winkelcentra in een functionele hiërarchie.

Bak concludeert daarbij dat de indeling in buurt-, wijk-, stadsdeel- en stadscentra de pluriformiteit van de winkelconcentraties niet goed aanduidt. Hij pleit dan ook voor een indeling die rekening houdt met de verschillen tussen neven- en hoofdcentra. Hierdoor komt de volgende typologie van neven- en hoofdcentra tot stand.

Rangorde	Omschrijving	M ² verkoopruimte	Waarvan voedings- en genotmiddelen
Nevencentra			
Van de 5 ^{de} orde	Onvolledig buurtcentrum	Tot 1.000 m ²	50%
Van de 4 ^{de} orde	Buurtcentrum	1.000 tot 2.000 m ²	50%
Van de 3 ^{de} orde	Versterkt buurtcentrum (klein wijkcentrum)	2.000 tot 5.000 m ²	40%
Van de 2 ^{de} orde	(groot) Wijkcentrum	5.000 tot 10.000 m ²	30%
Van de 1 ^{ste} orde	Stadsdeelcentrum	10.000 tot 20.000 m ²	20%
Hoofdcentra			
Van de 5 ^{de} orde	Klein dorpswinkelcentrum	Tot 1.500 m ²	30%
Van de 4 ^{de} orde	Groot dorpswinkelcentrum	1.500 tot 5.000 m ²	25%
Van de 3 ^{de} orde	Klein stadswinkelcentrum	5.000 tot 10.000 m ²	20%
Van de 2 ^{de} orde	Middengroot stadswinkelcentrum	10.000 tot 20.000 m ²	15%
Van de 1 ^{ste} orde	Groot stadswinkelcentrum	Meer dan 20.000 m ²	5-10%

Trends op het gebied van detailhandel

De centrale plaatsentheorie van Christaller en de functionele hiërarchie zijn in de periode na de Tweede Wereldoorlog het leidend beginsel geweest bij de planning van winkelveorzieningen. Er hebben zich sindsdien echter aanzienlijke wijzigingen voorgedaan en in de huidige maatschappij doen zich diverse ontwikkelingen voor. De detailhandel is een sector die door wijzigend consumentengedrag (vraag) en ondernemersgedrag (aanbod) voortdurend in beweging is. Op basis van economische, sociaal-maatschappelijke, technologische en beleidsmatige ontwikkelingen doen zich zodoende diverse trends voor.

De trends op het gebied van de detailhandel die op dit moment plaatsvinden en zich in de toekomst verder zullen uitkristalliseren zijn de volgende:

Branchevervaging

Als gevolg van de meer vraaggerichte benadering in de detailhandel, wordt deze sector een steeds minder duidelijke sector. Consumenten zijn steeds meer op zoek naar belevingen in plaats van producten en diensten. Verruiming van het winkelassortiment sluit beter aan op deze vraag van consumenten. Hierdoor verdwijnen de grenzen tussen afzonderlijke branches steeds meer.

Schaalvergroting

Schaalvergroting kent twee vormen: ruimtelijke schaalvergroting door het groter worden van winkels (met name in de dagelijkse sector (levensmiddelen en persoonlijke verzorging) is de schaalvergroting zeer duidelijk waarneembaar) en bedrijfsmatige schaalvergroting (filialisering) door grotere ketens. Bedrijfsmatige schaalvergroting is één van de meest zichtbare effecten van de mondialisering van de detailhandel. In Nederland behoren veel winkels tot een filiaal.

Specialisatie en schaalverkleining

Parallel aan het proces van schaalvergroting doet zich, met name in de binnenstedelijk centra, een proces van specialisatie en schaalverkleining voor. Men zou grofweg kunnen stellen dat 'boodschappen doen' steeds meer in grotere en breder samengestelde winkels gebeurt, terwijl 'winkelen' zich daarnaast (hoewel het merendeel van de omzet nog steeds in filiaalzaken is) ook nadrukkelijk richt op de kleinere, gespecialiseerde winkels in aantrekkelijke gebieden. De nieuwe, specialistische, kleine winkel gaat hierin mee en zet een unieke winkel neer, met een uniek product en/of een unieke dienstverlening.

Het internet, ICT en nieuwe media

Hoewel nog maar een klein percentage van de goederen online verkocht wordt, is de groei van deze handel aanmerkelijk. Het aantal huishoudens dat online koopt groeit tussen 2002 en 2003 met 30%.

Nieuwe locaties

Er treedt een vervaging van de ruimtelijke neerslag van de detailhandel op. Door het toenemende autobezit wordt de behoefte van consumenten aan locaties met een goede autobereikbaarheid steeds groter. De detailhandelsector wenst daar op in te spelen. Daarnaast heeft de sector steeds meer behoefte aan een groter vloeroppervlak om ook op die wijze in te kunnen spelen op de wensen van de consument. Zo zijn de PDV-locaties en GDV-locaties ontstaan. Andere voorbeelden van nieuwe locaties van detailhandel zijn het

steeds uitgebreidere assortiment bij tankstations en het toenemende aantal winkels op treinstations. Een ander nieuw fenomeen is de zogenaamde drop-off shop.

Criteria voor analyse effecten trends op de detailhandelsstructuur

Zowel het planningsprincipe van functionele hiërarchie als de trends op het gebied van de detailhandel is van invloed op de detailhandelsstructuur in Vinex-wijken. Om de effecten van deze twee zaken op de detailhandelsstructuur met elkaar te kunnen vergelijken (om uiteindelijk tot toetsingsvragen te komen aan de hand waarvan de toekomstbestendigheid van de detailhandelsstructuur in Vinex-wijken kan worden geanalyseerd) is een aantal criteria onderscheiden. Dit betreft de elementen locatie en spreiding, omvang en aard.

Locatie en spreiding

Winkels komen meestal voor in ruimtelijke concentraties van verkooppunten, zogenaamde winkelgebieden. Er wordt gesproken van een winkelgebied indien er minimaal vijf verkooppunten in de detailhandel zijn geconcentreerd. Er kunnen op hoofdniveau drie categorieën winkelgebieden worden onderscheiden; centrale winkelgebieden, ondersteunende winkelgebieden en overige winkelgebieden. Binnen deze categorieën wordt een nadere onderverdeling gemaakt. Bij het aspect spreiding betreft het niet alleen het winkelgebied met zijn locatie, maar gaat het ook om de situering van de winkels/winkelgebieden ten opzichte van elkaar.

Omvang

Bij het aspect 'omvang' draait het om de grootte van een winkel of winkelgebied. Op het detailniveau van een winkel kan dit uitgedrukt worden in een oppervlakte; het aantal m² winkelvloeroppervlakte (wvo). Als het een schaalniveau hoger betreft, kan er op twee wijzen een omvang gegeven worden; een oppervlakte in een aantal m² wvo, maar ook het aantal winkels binnen een winkelgebied zegt iets over de omvang ervan.

Aard

Bij het element 'aard' gaat het om het karakter van een winkel of winkelgebied. Daarbij wordt onderscheid gemaakt in zogenaamde branches volgens de branche-indeling zoals het bedrijf Locatus deze hanteert. De database van Locatus telt momenteel vijf verschillende van belang zijnde groepen, te weten Dagelijks, Mode & Luxe, Vrije Tijd, In/Om Huis en Detailhandel Overig. De branche indeling telt vervolgens 17 hoofdbanches. Deze hoofdbanches kunnen ingedeeld worden naar het type artikelen dat binnen de branches verkocht wordt:

- artikelen uit de branches Levensmiddelen en Persoonlijke verzorging en ook artikelen zoals bloemen, textiel en huishoudelijke artikelen zijn frequent benodigde (non-food) artikelen;
- artikelen uit de branches Warenhuis, Kleding & mode, Schoenen & lederwaren, Juwelier & Optiek, Huishoudelijke & luxe artikelen, Antiek & kunst, Sport & spel, Hobby, Media en Detailhandel overig betreffen vaak niet doelgerichte en keuzegevoelige (impuls)artikelen;
- artikelen uit de branches Plant & dier, Bruin & witgoed, Auto & fiets, Doe-het-zelf en Wonen zijn doelgericht gekochte artikelen.

De trends versus het planningsprincipe van functionele hiërarchie

In onderstaande tabel staan per criterium de bevindingen van de vergelijking van de trends en het planningsprincipe van de functionele hiërarchie. Daarbij wordt onderscheid

gemaakt tussen de trend-matige veranderingen die wel in overeenstemming zijn met het planningsprincipe en die daar niet mee overeenstemmen.

Locatie en spreiding

Niet in overeenstemming met het planningsprincipe:

- winkels (voornamelijk in de branches Doe-het-zelf, Wonen en Plant & dier) verhuizen van centrale en ondersteunende winkelgebieden naar de periferie;
- winkels in de branches Doe-het-zelf, Wonen, Plant & dier, Huishoudelijke & luxe artikelen en Levensmiddelen en in de branches met minder keuzegevoelige producten kunnen makkelijker standalone opereren in de periferie;
- er worden winkels gerealiseerd op nieuwe locaties zijnde recreatieterreinen in de periferie;
- de bestaande detailhandelsstructuur wordt grofmaziger;
- er worden afhaallocaties gerealiseerd op nieuwe locaties zijnde de zogenaamde trafficlocaties;
- winkels met keuzegevoelige producten verschuiven van centrale winkelgebieden en de factory outlet centra naar de trafficlocaties en de winkelgebieden dicht bij huis.

Wel in overeenstemming met het planningsprincipe:

- de positie van binnensteden wordt versterkt door de toenemende behoefte aan clustering die daar door de specialisatie en schaalverkleining van winkels plaatsvindt.

Omvang

Niet in overeenstemming met het planningsprincipe:

- winkels (voornamelijk in de branches Doe-het-zelf, Wonen en Plant & dier) en daarmee ook winkelgebieden (voornamelijk grootschalige en speciale winkelgebieden en verspreide locaties) worden groter;
- de handel in minder keuzegevoelige producten in winkels in centrale winkelgebieden neemt af waardoor de omvang van die winkelgebieden naar verhouding afneemt. Er worden afhaallocaties dicht bij huis gerealiseerd waardoor de omvang van centrale winkelgebieden in kleine kernen toeneemt. Dit compenseert de eerder genoemde afname op die plaatsen enigszins;
- er worden afhaallocaties dicht bij huis gerealiseerd waardoor de omvang van ondersteunende winkelgebieden in grotere kernen naar verhouding meer toeneemt.

Wel in overeenstemming met het planningsprincipe:

- kleine winkels zijn door de bedrijfsmatige schaalvergroting makkelijker te handhaven;
- de winkels in de branches met keuzegevoelige artikelen in binnensteden worden kleiner door specialisatie en schaalverkleining waardoor de behoefte aan clustering toeneemt en de binnensteden toenemen in omvang;
- de handel in minder keuzegevoelige producten in winkels op grootschalige concentraties neemt af waardoor de omvang van deze locaties afneemt.

Aard

Niet in overeenstemming met het planningsprincipe:

- alleen winkels uit bepaalde branches (voornamelijk in de branches Doe-het-zelf, Wonen en Plant & dier) vestigen zich in de periferie waardoor er sprake is van specialisatie in deze winkelgebieden. In de centrale en ondersteunende winkelgebieden verandert daardoor ook de branchering. De centrale en ondersteunende winkelgebieden zijn steeds meer gericht op het boodschappen doen en de frequente non-food artikelen, terwijl de perifere locaties steeds meer gericht zijn op overige branches;

-
- door branchevervaging neemt het percentage producten dat verkocht wordt uit de branche Levensmiddelen af;
 - de aard van winkelgebieden kan enigszins wijzigen doordat de verkoop van minder keuzegevoelige producten in winkels afneemt.
-

Wel in overeenstemming met het planningsprincipe:

- de bedrijfsmatige schaalvergroting (de filialisering van de winkels) zorgt niet voor veranderingen qua aard van winkels en winkelgebieden;
 - voor wat betreft de individuele winkel in binnensteden wordt de branchering door specialisatie en schaalverkleining minder ruim. Echter doordat andere winkels het 'gat' opvullen treden er op het niveau van winkelgebieden geen veranderingen op.
-

Toetsingskader toekomstbestendigheid

Aan de hand van de vergelijking van de trends en het planningsprincipe van functionele hiërarchie zijn toetsingsvragen opgesteld op basis waarvan de toekomstbestendigheid van de Vinex-wijken is geanalyseerd. Deze toetsingsvragen luiden als volgt:

1. Is er bij de planning van de detailhandelsvoorziening in de onderzochte Vinex-wijk rekening gehouden met de ontwikkeling dat de detailhandelsstructuur grofmaziger wordt? Oftewel; is er bij de locatie en spreiding en de omvang van de geplande totale oppervlakte verkoopruimte in de Vinex-wijk afgeweken van (1) de rangorde van de functionele hiërarchie (tabel 4 in hoofdstuk 2); en (2) het locatiepatroon van de functionele hiërarchie, beiden gezien in het licht van de bestaande detailhandelsstructuur in de gehele woonplaats?
2. Is er bij de planning van de detailhandelsvoorziening in de onderzochte Vinex-wijk rekening gehouden met de ontwikkeling die optreedt door de trend van branchevervaging? Oftewel; is er bij de geplande totale oppervlakte verkoopruimte voedings- en genotmiddelen in de onderzochte Vinex-wijk rekening gehouden met de verwachte verhoudingsgewijze afname in behoefte aan dit type goederen als gevolg van branchevervaging?
3. Is er bij de planning van de detailhandelsvoorziening in de onderzochte Vinex-wijk rekening gehouden met de ontwikkeling dat winkels en daarmee ook winkelgebieden groter worden? Oftewel; wordt er in de onderzochte Vinex-wijk meer ruimte per winkel gereserveerd?
4. Is er bij de planning van de detailhandelsvoorziening in de onderzochte Vinex-wijk rekening gehouden met de ontwikkeling dat winkels voor volumineuze goederen naar de periferie verhuizen en deze winkels daar gemakkelijker standalone kunnen opereren? Oftewel; (a) is er bij de branchering en de omvang van de geplande totale oppervlakte verkoopruimte in de Vinex-wijk rekening gehouden met de afname in de behoefte aan volumineuze goederen aldaar; en (b) is er, voor zover relevant in licht van de locatie van de Vinex-wijk, ruimte gereserveerd voor winkels die standalone kunnen opereren?
5. Is er bij de planning van de detailhandelsvoorziening in de onderzochte Vinex-wijk rekening gehouden met de ontwikkeling dat winkels worden gerealiseerd op zogenaamde trafficlocaties? Oftewel; (a) wordt er in de onderzochte Vinex-wijk, indien er binnen de wijk sprake is van goed bereikbare locaties, expliciet ruimte geboden voor het realiseren van winkels op trafficlocaties; of (b) wordt er in de onderzochte Vinex-wijk, indien er binnen de wijk geen sprake is van goed bereikbare locaties, bij de omvang van de geplande totale oppervlakte verkoopruimte rekening gehouden met de verschuiving van winkels naar trafficlocaties?

6. Is er bij de planning van de detailhandelsvoorziening in de onderzochte Vinex-wijk rekening gehouden met de ontwikkeling dat winkels in de vorm van afhaallocaties in winkelgebieden dicht bij huis worden gerealiseerd? Oftewel; wordt er in de onderzochte Vinex-wijk expliciet ruimte geboden voor afhaallocaties, zowel in termen van oppervlak, als in termen van locaties?
7. Is er bij de planning van de detailhandelsvoorziening in de onderzochte Vinex-wijk rekening gehouden met de ontwikkeling dat winkels met keuzegevoelige producten verschuiven van centrale winkelgebieden naar de trafficlocaties en winkelgebieden dicht bij huis? Oftewel; is er bij de branchering en de omvang van de geplande totale oppervlakte verkoopruimte in de Vinex-wijk rekening gehouden met de verwachte toename in de behoefte aan keuzegevoelige producten aldaar?
8. Is er bij de planning van de detailhandelsvoorziening in de onderzochte Vinex-wijk rekening gehouden met de ontwikkeling dat de handel in minder keuzegevoelige producten in winkels afneemt? Oftewel; is er bij de branchering en de omvang van de geplande totale oppervlakte verkoopruimte in de Vinex-wijk rekening gehouden met de afname in de behoefte aan minder keuzegevoelige producten aldaar?
9. Is er bij de planning van de detailhandelsvoorziening in de onderzochte Vinex-wijk getracht de toekomstbestendigheid van de voorzieningen te vergroten door ruimte in te bouwen voor flexibiliteit in termen van (1) mogelijke alternatieve locaties voor detailhandel; (2) mogelijkheden voor toe- of afname in totale oppervlakte verkoopruimte; en/of (3) mogelijkheden voor toe- of afname in oppervlakte van individuele winkelpanden?

Conclusies

Om de toekomstbestendigheid van de Vinex-wijken aan de hand van de toetsingsvragen te kunnen analyseren, is een drietal Vinex-wijken geselecteerd. Het betreft Brandevoort in Helmond, Meerhoven in Eindhoven en Nesselande in Rotterdam. Hierna volgen de conclusies naar aanleiding van de analyse van deze drie wijken.

Principes en uitgangspunten

De principes en uitgangspunten waarop de detailhandelsstructuren in de drie Vinex-wijken gebaseerd zijn, zijn vrijwel identiek aan elkaar. Samengevat komt dit in hoofdlijnen neer op het volgende:

- Er wordt één winkelcentrum centraal in de wijken gerealiseerd. De winkels dienen zich daarbij binnen een bepaalde zone te bevinden en daarbuiten is detailhandel niet toegestaan.
- De winkelcentra dienen in hun voorzieningenniveau afgestemd te zijn op de primaire levensbehoefte van de bewoners van de wijken; de inwoners van de wijken dienen hun dagelijkse boodschappen dicht bij huis te kunnen doen. Daarbij worden er in alle drie de winkelgebieden twee supermarkten gerealiseerd.
- De omvang van de winkelcentra is als een maximaal aantal m² winkelvloeroppervlak in de bestemmingsplannen opgenomen. Er is dus geen sprake van een minimale maat waaraan voldaan moet worden, maar alleen van een maximum dat niet overschreden mag worden.
- Perifere detailhandel is niet toegestaan in de winkelcentra centraal in de wijk.

Naast deze algemene uitgangspunten die voor alle drie de wijken gelden, is een aantal verschillen te benoemen tussen de principes die voor de detailhandelsstructuren in de drie wijken zijn gehanteerd:

- In Brandevoort is 'dagelijks' een ruim begrip. Volgens de gemeente worden winkels zoals Blokker, Hema of een textielsuper daar ook onder geschaard. Deze winkels vallen volgens de indeling van Locatus niet onder de categorie dagelijks waardoor het winkelcentrum in deze wijk qua branchering ruimer is dan alleen voor de dagelijkse boodschappen.
- In Meerhoven is de totale marktruimte voor detailhandel in het winkelcentrum verdeeld over dagelijkse artikelensector en de niet-dagelijkse artikelensector met de percentages 60% voor dagelijkse artikelen en 40% voor niet-dagelijkse artikelen.
- In Nesselande is ruimte gereserveerd voor winkels die gerelateerd zijn aan de recreatieve, bovenwijkse functie van de Zevenhuizerplas waar de wijk aan ligt. Deze winkels vallen volgens de indeling van Locatus niet onder de categorie dagelijks waardoor het winkelcentrum in deze wijk qua branchering ruimer is dan alleen voor de dagelijkse boodschappen.

De overeenkomst tussen bovenstaande drie punten is dat het in alle drie de wijken gaat om een verruiming van de toegestane branchering in het winkelcentrum in de wijk. Er is in alle drie de wijken ook ruimte voor niet-dagelijkse artikelen.

Mate van toekomstbestendigheid

Aangezien de principes en uitgangspunten waarop de detailhandelsstructuur in de drie wijken gebaseerd zijn vrijwel gelijk zijn, vertonen de drie Vinex-wijken ook zeer veel overeenkomsten in hun mate van toekomstbestendigheid:

- Er wordt afgeweken van de rangorde en het locatiepatroon van het planningsprincipe van functionele hiërarchie in die zin dat de detailhandelsstructuren grofmaziger zijn dan dat het planningsprincipe voorstaat. Daardoor zijn de drie wijken wat dat betreft toekomstbestendig.
- Aangaande de afname van de behoefte aan voedings- en genotmiddelen door branchevervaging zijn de drie wijken alle drie gedeeltelijk toekomstbestendig. Enerzijds wordt te veel m² wvo van de winkelgebieden ingevuld met winkels in de categorie dagelijks waardoor er bewust tegen de ontwikkeling in wordt gegaan, anderzijds is er op het niveau van de individuele winkel wel sprake van branchevervaging.
- De drie wijken zijn alle drie toekomstbestendig voor wat betreft de reservering van meer ruimte per winkel. Er is bij de planning van de detailhandelsvoorzieningen in de onderzochte Vinex-wijken rekening gehouden met de ontwikkeling dat winkels en daarmee ook winkelgebieden groter worden.
- Qua branchering zijn de drie wijken alle drie toekomstbestendig voor wat betreft de realisatie van winkels met volumineuze goederen in de periferie. Perifere detailhandel is namelijk niet toegestaan in de winkelcentra in de wijken. Daar staat tegenover dat standalone winkels niet zijn toegestaan in de drie wijken. Daarnaast houdt men qua omvang niet bewust rekening met de ontwikkeling. Er is dus sprake van een gedeeltelijke toekomstbestendigheid voor wat betreft de realisatie van winkels in de periferie.
- De toekomstbestendigheid van de drie wijken is niet goed ten aanzien van de realisatie van winkels op trafficlocaties. Dit komt in alle drie de wijken doordat het winkelgebied zich op een verplichte locatie in het centrum van de wijk moet bevinden.
- De toekomstbestendigheid omtrent de realisatie van afhaallocaties dicht bij huis is in alle drie de wijken voor verbetering vatbaar. Er wordt in de wijken namelijk niet bewust rekening gehouden met de ontwikkeling, maar door de centrale ligging van de winkelgebieden in de wijken is er wel ruimte voor.

- Aangaande de toename van de behoefte aan keuzegevoelige producten zijn de drie wijken alle drie gedeeltelijk toekomstbestendig. Enerzijds wordt te veel m² wvo van de winkelgebieden ingevuld met winkels in de categorie dagelijks waardoor er bewust tegen de ontwikkeling in wordt gegaan, anderzijds is er bij alle drie de wijken sprake van een 'verzachtende omstandigheid'. Deze omstandigheid is echter per wijk verschillend. Het betreft de hiervoor beschreven verschillen tussen de principes die voor de detailhandelsstructuren in de drie wijken zijn gehanteerd (over de verruiming van de toegestane branchering in de wijk).
- Ten aanzien van de afname van de behoefte aan minder keuzegevoelige producten zijn de drie wijken alle drie gedeeltelijk toekomstbestendig. Enerzijds wordt te veel m² wvo van de winkelgebieden ingevuld met winkels in de categorie dagelijks waardoor er bewust tegen de ontwikkeling in wordt gegaan, anderzijds is perifere detailhandel niet toegestaan in het winkelcentra in de wijken.
- In alle drie de wijken wordt door de verplichte locatie van de winkelgebieden ingegaan tegen de mogelijkheden voor toename van de oppervlakte van de winkelgebieden als geheel en tegen de mogelijkheden om alternatieve locaties te gebruiken. De ruimte voor afname van de oppervlakte van de winkelgebieden als geheel en ook de mogelijkheden voor de toe- of afname van de oppervlakte van individuele panden is er wel binnen de drie wijken, maar hier wordt niet bewust rekening mee gehouden. De Vinex-wijken zijn wat dat betreft dus gedeeltelijk toekomstbestendig.

Concluderend kan gesteld worden dat Brandevoort, Meerhoven en Nesselande qua toekomstbestendigheid gelijk zijn aan elkaar. De toekomstbestendigheid van de wijken is niet heel goed, aangezien met slechts twee van de negen ontwikkelingen rekening wordt gehouden. Dit betreft:

- de afwijking van de rangorde en het locatiepatroon van de functionele hiërarchie ten behoeve van het grofmaziger worden van de detailhandelsstructuur;
- de reservering van meer ruimte per winkel.

Er is één ontwikkeling waar gedeeltelijk expliciet rekening mee wordt gehouden, gedeeltelijk bewust tegen in wordt gegaan en gedeeltelijk geen rekening mee wordt gehouden, maar wel ruimte voor is. Dit betreft de realisatie van winkels met volumineuze goederen in de periferie.

Er is één ontwikkeling waar niet expliciet rekening mee wordt gehouden, maar waar wel ruimte voor is. Dit betreft de realisatie van afhaallocaties in winkelgebieden dicht bij huis.

Daarnaast is er één ontwikkeling waar bewust tegen in gegaan wordt. Dit betreft de realisatie van winkels op trafficlocaties.

Voor wat betreft de overige vier ontwikkelingen wordt gedeeltelijk bewust tegen deze ontwikkelingen in gegaan en gedeeltelijk wordt er niet expliciet rekening mee gehouden, maar is er wel ruimte voor. Dit betreft:

- de afname van de behoefte aan voedings- en genotmiddelen door branchevervaging;
- de toename van de behoefte aan keuzegevoelige producten;
- de afname van de behoefte aan minder keuzegevoelige producten;
- toekomstbestendigheid.

Voor wat betreft zeven ontwikkelingen valt dus nog een winst te behalen voor wat betreft de toekomstbestendigheid van de detailhandelsstructuur in Vinex-wijken.

Dat de toekomstbestendigheid op het gebied van zeven ontwikkelingen te wensen over laat wordt veroorzaakt door met name een tweetal principes dat gehanteerd wordt. Ten eerste betreft dit het uitgangspunt dat er één winkelcentrum centraal in de wijk gerealiseerd dient te worden en dat daarbuiten geen detailhandel is toegestaan. Dit zorgt er voor dat standalone winkels niet mogelijk zijn, dat de realisatie van winkels op trafficlocaties niet toegestaan is en dat de toekomstbestendigheid qua alternatieve locaties niet goed is. Anderzijds zorgt dit uitgangspunt er wel voor dat er ruimte is voor de realisatie van afhaallocaties in winkelgebieden dicht bij huis.

Ten tweede gaat dit om het uitgangspunt dat de inwoners van de wijken hun dagelijkse boodschappen dicht bij huis dienen te kunnen doen. Daarbij worden er in alle drie de winkelgebieden twee supermarkten gerealiseerd. Door dit uitgangspunt zijn de winkelvoorzieningen te veel gericht op de dagelijkse boodschappen. De branchering is niet in lijn met de afname van de behoefte aan voedings- en genotmiddelen door branchevervaging, de toename van de behoefte aan keuzegevoelige producten en de afname van de behoefte aan minder keuzegevoelige producten.

Er is echter ook een tweetal principes dat gehanteerd wordt dat er voor zorgt dat de toekomstbestendigheid op twee punten goed is. Dit betreft het feit dat er rekening wordt gehouden met het groter worden van winkels en winkelgebieden en het uitgangspunt dat perifere detailhandel niet is toegestaan in de winkelcentra centraal in de wijk.

Terugkijkend naar de vijf trends die in hoofdstuk 3 zijn beschreven, betekent het bovenstaande dat op de trends van branchevervaging en Internet, ICT en nieuwe media nog niet voldoende wordt geanticipeerd bij het ontwerp van detailhandelsstructuur in Vinex-wijken. Ook met de trend van nieuwe locaties wordt slechts gedeeltelijk rekening gehouden: perifere detailhandel krijgt een plaats in de periferie dus die nieuwe locaties voor detailhandel zijn 'ingeburgerd'. De realisatie van winkels op trafficlocaties en het realiseren van standalone winkels is echter nog niet een planningsprincipe geworden. Met de trend van ruimtelijke schaalvergroting wordt wel rekening gehouden. De trends van bedrijfsmatige schaalvergroting en specialisatie en schaalverkleining blijven buiten beschouwing omdat bij de vergelijking van het planningsprincipe van functionele hiërarchie met de trends is gebleken dat deze twee trends niet op gespannen voet staan met het planningsprincipe.

Er kan gezien het bovenstaande gesteld worden dat de trends die zich al langer voordoen (die van ruimtelijke schaalvergroting en van perifere detailhandel) al wel gehanteerd worden als uitgangspunten. Daar tegenover staat de 'nieuwere' trends nog niet als zodanig worden gehanteerd. Geconcludeerd kan worden dat het erg lang de tijd nodig heeft voordat een trend op het gebied van de detailhandel als planningsprincipe gehanteerd wordt bij het ontwerp van een winkelcentrum.

Anderzijds duurt het ook heel lang voordat een planningsprincipe dat gehanteerd wordt, maar wat eigenlijk niet geheel meer voldoet aan de eisen van tegenwoordig, afgeschaft wordt. Dit is terug te zien bij het planningsprincipe van functionele hiërarchie: er wordt van afgeweken, maar het is nog steeds wel een uitgangspunt bij het ontwerp van de detailhandelsstructuur. Ook het principe dat men de dagelijkse boodschappen dicht bij huis moet kunnen doen, is een planningsprincipe dat nog hoog in het vaandel staat.

6.3 Aanbevelingen

In deze paragraaf wordt een antwoord gegeven op de laatste deelvraag van dit onderzoek en daarmee wordt eveneens aan (het tweede deel van) de doelstelling voldaan:

Welke aanbevelingen kunnen gedaan worden met betrekking tot de ontwerpprincipes voor detailhandel in nieuwe woonwijken?

Er kan gesteld worden dat er geen eenduidig antwoord te geven is op de vraag welke ingrediënten noodzakelijk zijn bij het ontwikkelen van een toekomstbestendige detailhandelsstructuur in een woonwijk. Een exact recept is niet te leveren, de verhoudingen tussen de ingrediënten moet per locatie worden bepaald. Iedere Vinex-wijk of woonwijk heeft immers zijn eigen kenmerken, iedere locatie is uniek. De omstandigheden zijn dus altijd weer anders en er dient ingespeeld te worden op die omstandigheden om een toekomstbestendige wijk te realiseren. Er is echter wel een aantal algemene aanbevelingen te benoemen met betrekking tot de ontwerpprincipes voor detailhandel in nieuwe woonwijken die de toekomstbestendigheid ten goede komen. Zoals uit de conclusies bleek, wordt het feit dat de toekomstbestendigheid op het gebied van zeven ontwikkelingen te wensen over laat met name veroorzaakt door een tweetal principes dat gehanteerd wordt. Ten eerste betreft dit het uitgangspunt dat er één winkelcentrum centraal in de wijk gerealiseerd dient te worden en dat daarbuiten geen detailhandel is toegestaan. Ten tweede gaat dit om het feit dat de winkelvoorzieningen te veel gericht zijn op de dagelijkse boodschappen. De aanbevelingen zullen dan ook met name gericht zijn op de locatie en de branchering van winkelvoorzieningen in een wijk.

De geanalyseerde winkelgebieden zijn qua branchering met name gericht op het boodschappen doen. Het aantal winkels in de branche voedings- en genotmiddelen is over het algemeen heel groot. Dit terwijl de trends suggereren dat ook andere branches zich in toenemende mate dicht bij de afzetmarkt zullen vestigen. Daarnaast suggereren de trends dat de behoefte aan minder keuzegevoelige producten (waaronder de dagelijkse boodschappen) dicht bij huis afneemt. Aanbevolen wordt dus de branchering van een wijk niet te zeer te richten op de levensmiddelenbranche, maar juist de winkels met keuzegevoelige producten ruimte te bieden. Dit betekent enerzijds dat supermarkten (en andere winkels in de categorie voedings- en genotmiddelen) qua omvang een minder groot aandeel moeten krijgen in een winkelgebied dan tot op heden vaak het geval is. Anderzijds houdt het in dat er naast de ruimte die er geboden wordt voor de winkels in de dagelijkse sector ook ruimte moet zijn voor winkels in de andere branches. Deze winkels mogen zich nu vaak ook al wel in enige mate in de Vinex-wijken vestigen, maar er dient verhoudingsgewijs meer ruimte voor dergelijke winkels beschikbaar te zijn om een goede toekomstbestendigheid te bieden. Dit kan bereikt worden door in het bestemmingsplan voor een wijk niet alleen een maximaal toegestaan aantal m² winkelvloeroppervlakte vast te stellen, maar daarin ook te bepalen welk percentage van deze oppervlakte door winkels uit de dagelijkse sector gebruikt mag worden en welk percentage door winkels in de niet-dagelijkse sector.

Ten aanzien van de locatie van de winkelvoorzieningen in wijken wordt aanbevolen wijzigingen door te voeren in de wijze waarop winkelvoorzieningen gerealiseerd worden. De locatie van de winkels in de geanalyseerde wijken is over het algemeen centraal in de wijk en geclusterd bij elkaar op één locatie. Daarbij wordt wel de ruimte geboden of zelfs verplicht gesteld om perifere detailhandel op een perifere locatie te realiseren.

Aanbevolen wordt de mogelijkheden te bieden om standalone winkels op perifere locaties te realiseren en ook om trafficlocaties te benutten voor detailhandel. Deze mogelijkheden kunnen geboden worden door in het bestemmingsplan ook op dergelijke locaties detailhandel toe te staan.

Zoals uit de conclusies bleek, wordt onbewust rekening gehouden met de trend die suggereert dat afhaallocaties dicht bij huis gewenst zijn. Er wordt in de drie geanalyseerde wijken rekening mee gehouden doordat de winkelgebieden in deze wijken zich centraal in de wijk bevinden. Het wordt dan ook aanbevolen om het winkelgebied centraal in de wijk in een ontwerp van de detailhandelsstructuur in een nieuwe woonwijk op te nemen. Er kan echter nog beter ingespeeld worden op de ontwikkeling. Een afhaallocatie stelt namelijk andere eisen aan een onderkomen dan een winkel: het heeft geen etalage en toonruimte nodig, alleen ruimte voor opslag en een balie voor het afgeven van de producten aan de klant (en eventueel voor het betalen door deze klant) is in principe noodzakelijk. De benodigde omvang van de afhaallocatie is kortom veel kleiner dan bij een winkel. Het verdient dus de aanbeveling om in het winkelgebied centraal in de wijk de mogelijkheden te voorzien om dergelijke kleine afhaallocaties in te richten.

Zoals uit de conclusies bleek, zijn de wijken voor wat betreft de trend van ruimtelijke schaalvergroting toekomstbestendig: er wordt rekening gehouden met het grofmaziger worden van de detailhandelsstructuur en ook met het groter worden van winkels en winkelveorzieningen. Wat dat betreft zijn er dus geen aanbevelingen ten behoeve van het verbeteren van de toekomstbestendigheid nodig. Echter, het is natuurlijk altijd de vraag tot in welke mate deze trend zich voort zal zetten. Daarom is er voor wat betreft de reservering van meer ruimte per winkel nog wel een aanbeveling te geven. De omvang van het winkelgebied wordt vastgelegd in het bestemmingsplan dat voor een wijk geldt. Daarin is dan over het algemeen een maximale oppervlakte opgenomen die voor detailhandelsdoeleinden gebruikt mag worden. Om in te kunnen spelen op de trend van ruimtelijke schaalvergroting, verdient het de aanbeveling om deze maximaal toegestane oppervlakte in het bestemmingsplan ruim te nemen of een afwijkingsmogelijkheid in het bestemmingsplan op te nemen. Daarnaast dient, zoals eerder gesteld, de bebouwing in de wijk technisch gezien qua bouwconstructie zo te zijn dat deze op relatief eenvoudige wijze aangepast kan worden zodat het als winkel ingericht kan worden.

De onzekerheid over de toekomst speelt een belangrijke rol. Hoe de trends zich verder zullen ontwikkelen en hoe de economische, sociaal-maatschappelijke, technologische en beleidsmatige ontwikkelingen verder vorm zullen krijgen in de toekomst is onzeker. Daardoor is het uiterst onzeker in welke mate de trends ruimtelijk vormgegeven dienen te worden en in hoeverre daar dus bij het ontwerp van winkelveorzieningen in een wijk rekening mee moet worden gehouden. Daarom is het van groot belang dat er bij de realisering van winkelveorzieningen zo veel mogelijk flexibiliteit ingebouwd wordt om eventuele toekomstige ontwikkelingen adequaat op te kunnen vangen.

Dit betekent flexibiliteit in de bouwconstructie: de bebouwing op een dergelijke manier realiseren dat deze indien noodzakelijk zo eenvoudig mogelijk van functie kan veranderen. Een winkel moet kunnen veranderen zodat deze bruikbaar wordt als woning. Andersom dient bebouwing met een andere functie ook omgezet te kunnen worden naar winkels. Door hoge verdiepingen te realiseren kan daarop ingespeeld worden. Daarnaast wordt dit mogelijk gemaakt door bebouwing te realiseren waarbij scheidingsconstructies relatief eenvoudig te verplaatsen zijn waardoor de omvang van een pand gewijzigd kan worden aan de hand van de behoefte van een nieuwe gebruiker.

Naast de flexibiliteit in de bouwconstructie betekent dit ook flexibiliteit in het bestemmingsplan: door in het bestemmingsplan bepaalde afwijkingsmogelijkheden vast te leggen, geef je het ontwerp van de detailhandelsstructuur een flexibiliteit. Zonder al te langdurige procedures kan dan ingespeeld worden op nieuwe ontwikkelingen die zich voordoen. In het kader van de omvang van het winkelgebied is dat hierboven al aangegeven. Deze afwijkingsmogelijkheden kunnen ook voor wat betreft de aard en de locatie en spreiding van de winkels in het bestemmingsplan opgenomen worden. Door deze twee vormen van flexibiliteit te garanderen bij het ontwerp van een detailhandelsstructuur van een wijk zijn aanpassingen op het gebied van locatie en spreiding, omvang en aard mogelijk. Daardoor is de detailhandelsstructuur in een wijk tot op een bepaalde hoogte nog aanpasbaar, ook na realisatie van de winkelvoorzieningen.

LITERATUUR

- AM Vastgoed (2003). *Centrum Nesselande: Randvoorwaardennota deelplan 4-1*. Rotterdam: AM Vastgoed.
- ASR Vastgoed Ontwikkeling (2011). *Ontdek Winkelcentrum Meerhoven: Kom ondernemen in Eindhoven*. Utrecht: ASR Vastgoed Ontwikkeling.
- Baarda, D.B., Goede, M.P.M. de & Teunissen, J. (2001). *Basisboek Kwalitatief onderzoek: Praktische handleiding voor het opzetten en uitvoeren van kwalitatief onderzoek*. Groningen: Stenfert Kroesse.
- Bak, L. (1971). *Hoofdwinkelcentrum: structuur en functie van het kernwinkelapparaat*. Alphen aan den Rijn: Samson Uitgeverij nv.
- Boekema, F., Spierings, B. & Wiel, J. van de (2000). *Winkels in de 21^{ste} eeuw*. Nieuwegein: Arko Uitgeverij bv.
- Boekema, F., Steen, T. van der & Wiel, J. van de (1998). *Dynamiek in binnensteden: theorie en empirie van winkelvastgoed*. Assen: Van Gorcum.
- Bolt, E.J. (2003). *Winkelvoorzieningen op waarde geschat: theorie en praktijk*. Merkelbeek: Bakker.
- Braster, J.F.A. (2000). *De kern van casestudy's*. Assen: Van Gorcum.
- BRO (2002). *Kader en actieprogramma voor de toekomstige detailhandelsstructuur in Rotterdam Prins Alexander: Advies*. Vught: BRO.
- BRO (2005). *Ontwikkelingsmogelijkheden van het wijkwinkelcentrum Meerhoven*. Vught: BRO.
- Bureau Wissing b.v. (1998). *Beeldkwaliteitsplan Brandevoort*. Barendrecht: Bureau Wissing b.v..
- Bureau Wissing b.v. (1999). *Bestemmingsplan Brandevoort I*. Barendrecht: Bureau Wissing b.v..
- Bureau Wissing b.v. (2003). *4^e Partiële herziening Brandevoort I*. Barendrecht: Bureau Wissing b.v..
- Buursink, J. (1971). *Centraliteit en hiërarchie: de theorie der centrale plaatsen in enkele Nederlandse industriegebieden*. Assen: Van Gorcum.
- Buursink, J. (1977). *De hiërarchie van winkelcentra, Onderzoek van het ruimtelijk koopgedrag in stadsdelen met een gepland winkelapparaat*. Groningen: Geografisch instituut RUG.
- Buursink, J. (1980). *Stad en ruimte, Inleiding in de stadsgeografie*. Assen: Van Gorcum.

- Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS) (2009). *Persbericht PB09-068: Consument koopt graag via internet*. Den Haag: CBS.
- Droogh Trommelen en partners (DTNP) (2010). *Kiezen of delen; Beleid op maat voor perifere detailhandel*. Nijmegen: DTNP.
- Evers, D. (2004). *Building for consumption*. Amsterdam: Universiteit van Amsterdam.
- Evers, D., Hoor, A. van & Oort, F. van (Ruimtelijk Planbureau) (2005). *Winkelen in megaland*. Den Haag/Rotterdam: NAI Uitgevers.
- Gemeente Eindhoven (1997). *Bestemmingsplan Meerhoven*. Eindhoven: gemeente Eindhoven.
- Gemeente Eindhoven (2002). *Masterplan Meerrijk*. Eindhoven: gemeente Eindhoven.
- Gemeente Eindhoven (2003). *Beeldkwaliteitsplan Meerrijk*. Eindhoven: gemeente Eindhoven.
- Gemeente Eindhoven (2005a). *Bestemmingsplan Meerhoven, tweede herziening (II Meerhoven)*. Eindhoven: gemeente Eindhoven.
- Gemeente Eindhoven (2005b). *Bestemmingsplan Uitwerkingsplan Park Forum West*. Eindhoven: gemeente Eindhoven.
- Gemeente Eindhoven (2006). *Detailhandelsnota gemeente Eindhoven: 'Tenminste houdbaar tot januari 2010'*. Eindhoven: gemeente Eindhoven.
- Gemeente Helmond (2002). *Startnotitie centrumontwikkeling de Veste Brandevoort*. Helmond: gemeente Helmond.
- Gemeente Helmond (2005). *Kadernotitie detailhandel; werk maken van detailhandel*. Helmond: gemeente Helmond.
- Gemeente Helmond (2011). *Ontwerpbestemmingsplan Brandevoort Oost*. Helmond: gemeente Helmond.
- Gemeente Rotterdam (1997). *Voorzieningenprogramma Nesselande*. Rotterdam: gemeente Rotterdam.
- Gemeente Rotterdam (1998). *Bestemmingsplan Nesselande*. Rotterdam: gemeente Rotterdam.
- Gemeente Rotterdam, dS+V (2010a). *Bestemmingsplan Nesselande, 2^e partiële herziening*. Rotterdam: gemeente Rotterdam.
- Gemeente Rotterdam, dS+V (2010b). *Bestemmingsplan 3^e partiële herziening Nesselande*. Rotterdam: gemeente Rotterdam.
- Grontmij (2010). *Bestemmingsplan Brandevoort II*. Eindhoven: Grontmij.

- Hoofdbedrijfschap Detailhandel (HBD) (2007). *2020, Vier scenario's voor de toekomst van de detailhandel*. Den Haag: HBD.
- Hoofdbedrijfschap Detailhandel (HBD) (2009). *Kleine, vernieuwende winkels maken het verschil: Ontmoet ondernemers met passie!* Den Haag: HBD.
- Hout, K. van den & Herps, E. (1999). *Christallers centrale plaatsentheorie*. Nijmegen.
- Instituut voor het Midden- en Kleinbedrijf (1993). *Winkelen in de toekomst, De resultaten van een onderzoek*. Bussum: Instituut voor het Kleinbedrijf.
- Locatus (2008). *Database Locatus, Beschrijving variabelen Verkooppunt Verkenner*. Woerden: Locatus.
- Lörzing, H., Klemm, W., Leeuwen, M. van & Soekimin, S. (Ruimtelijk Planbureau) (2006). *Vinex! Een morfologische verkenning*. Den Haag/Rotterdam: NAI Uitgevers.
- Ministerie van VROM, Ministerie van LNV, Ministerie van VenW & Ministerie van EZ (2004). *Nota Ruimte, Ruimte voor ontwikkeling, Deel 3*. Den Haag: Ministeries van VROM, LNV, VenW & EZ.
- Ministerie van VROM, Ministerie van LNV, Ministerie van VenW & Ministerie van EZ (2005). *Nota Ruimte, Ruimte voor ontwikkeling, Deel 3A*. Den Haag: Ministeries van VROM, LNV, VenW & EZ.
- MKB-Nederland (2005). *Praktijkinfo Locatiebeleid detailhandel*. Delft: MKB-Nederland.
- Regionaal Orgaan Amsterdam (2005). *Detailhandel in het ROA- gebied: Selectieve dynamiek, Regionaal Detailhandelsbeleid 2006-2010*. Amsterdam: ROA.
- Rob Krier en Christoph Kohl Architecten (2006). *Masterplan Brandevoort: De Voltooing*. Helmond.
- Stadsregio Rotterdam (2003). *Structuurvisie retail en leisure stadsregio Rotterdam*. Rotterdam: Druksaken.
- Timmermans, H.J.P. (1980). *Functionele hiërarchie en ruimtelijk keuzegedrag van consumenten: een theoretische uiteenzetting en een empirische toepassing van een ruimtelijk preferentie model*. Utrecht: K.N.A.G. Geografisch tijdschrift XIV Nr. 3.
- Timmermans, H.J.P. (1981). *Ruimtelijk consumentengedrag, detailhandelsstructuren en distributieplanning, Beknopte inleiding in de geografie van de detailhandel*. Utrecht: Bohn, Scheltema & Holkema bv.
- Triode b.v. (2009). *Meerhoven, Planning op hoofdlijnen concept*. Amsterdam: Triode b.v.
- Wouden, R. van der, Dam, F. van, Evers, D., Hendriks, A., Hoorn, A. van, Pieterse, N. & Renes, G. (Ruimtelijk Planbureau) (2006). *Verkenning van de ruimte 2006, Ruimtelijk beleid tussen overheid en markt*. Den Haag/Rotterdam: NAI Uitgevers.

Internetbronnen

Databestand Locatus Retailverkenner ten behoeve van cijfers aantal winkels in Nederland. Geraadpleegd op 14 november 2010 op <https://www.locatusonline.com>

Databestand Locatus Retailverkenner ten behoeve van cijfers over Helmond, Eindhoven en Rotterdam. Geraadpleegd op 13 november 2011 op <https://www.locatusonline.com>

Website Centraal Bureau voor de Statistiek ten behoeve van begripsomschrijving Winkels in voeding- en genotmiddelen. Geraadpleegd op 4 februari 2012 op <http://www.cbs.nl/nl-NL/menu/methoden/toelichtingen/alfabet/w/winkels-in-foodartikelen.htm>

Website Centraal Bureau voor de Statistiek ten behoeve van begripsomschrijving Speciaalzaken in voedings- en genotmiddelen. Geraadpleegd op 4 februari 2012 op <http://www.cbs.nl/nl-NL/menu/methoden/toelichtingen/alfabet/s/speciaalzaken-in-voedings-en-genotmiddelen1.htm>

Interviews

De heer J. van der Geest, projectleider binnen de afdeling Stedelijke ontwikkeling en Beheer van de gemeente Helmond, d.d. 23 februari 2007.

De heer G. Veraa, projectmanager bij Bouwfonds Ontwikkeling, d.d. 18 april 2007.

De heer A. Beernink, projectmanager Meerhoven van de gemeente Eindhoven, d.d. 26 februari 2007.

De heer T. Ruiter, ontwikkelingsmanager bij ASR Vastgoed Ontwikkeling, d.d. 27 februari 2007.

De heer E. Pot, beleidsadviseur Gebied binnen deelgemeente Prins Alexander, d.d. 23 februari 2007.

De heer B. Driesse, associate director bij Multi Development, d.d. 16 maart 2007.

BIJLAGEN

Bijlage 1

Vinex-uitleggebieden en hun omvang

VINEX-UITLEGGEBIEDEN EN HUN OMVANG

Provincie, stadsgewest of kaderwetgebied Uitleggebieden (met de namen van de gemeenten waarin ze liggen) ¹	Aantal woningen
NOORD-NEDERLAND	
Stadsgewest Groningen	
De Blauwe Stad (<i>Groningen-Oost</i> , Groningen)	1.500
De Held (<i>Groningen-Noordwest</i> , Groningen)	1.200
Reitdiep (<i>Groningen-Zuidwest</i> , Groningen)	800
Stadsgewest Leeuwarden	
Zuiderburen (<i>Hempens/Teerns</i> , Leeuwarden)	1.750
Provincie Drenthe	
Delftlanden (Emmen)	800
OOST-NEDERLAND	
Stadsgewest Zwolle	
Stadshagen (Zwolle)	8.500
Kaderwetgebied Regio Twente	
Eschmarke (Enschede)	5.150
Vossenbelt (Hengelo)	3.000
Almelo-Noord, -Oost en -West (Almelo)	1.750
Stedendriehoek	
Zonnehoeve (Osseveld/Woudhuis, Apeldoorn)	3.000
Zuidbroek (<i>Beemte-Zuidbroek</i> , Apeldoorn)	750
Leesten (Zutphen)	2.800
De Vijfhoek (<i>Colmschate-Noord</i> , Deventer)	4.600
Kaderwetgebied Knooppunt Arnhem / Nijmegen (KAN)	
Waalsprong (Nijmegen)	6.500
Schuytgraaf (<i>Driel-Oost</i> , Arnhem)	6.250
Westeraam (<i>Elst-Noordoost</i> , Overbetuwe)	1.850
NOORDELIJKE RANDSTAD	
Stadsgewest Alkmaar	
Oostertocht (Heerhugowaard)	500
Stad van de Zon (Heerhugowaard)	2.400
Vroonermeer (Alkmaar)	1.350
Stadsgewest Haarlem / IJmond	
Broekpolder (Beverwijk)	3.300
Waterakkers-Lunetten (Heemskerk)	900
Velserbroek (Velsen)	1.000
Provincie Flevoland	
Almere-Buiten, -Poort, -Stad (Almere ²)	27.000
Kaderwetgebied Regionaal Orgaan Amsterdam (ROA)	
De Aker (<i>Amsterdam-West</i> , Amsterdam)	3.650
IJburg (<i>Amsterdam Nieuw-Oost</i> , Amsterdam)	12.000

¹ Oude benamingen voor de locaties zijn cursief gedrukt.

² Almere wordt tot het stadsgewest Amsterdam gerekend, maar maakt geen deel uit van het ROA.

Provincie, stadsgewest of kaderwetgebied Uitleggebieden (met de namen van de gemeenten waarin ze liggen)	Aantal woningen
Floriande, Getsewoud, Stellinghof (<i>Haarlemmermeer-West</i> , Haarlemmermeer)	13.000
Saendelft (<i>Zaanstad/Assendelft-Noord</i> , Zaanstad)	3.500
Weidevenne (<i>Purmerend-West</i> , Purmerend)	5.400
PROVINCIE UTRECHT	
Stadsgewest Amersfoort	
Nieuwland (Amersfoort)	4.400
Vathorst (Amersfoort)	6.700
Kaderwetgebied Bestuur Regio Utrecht (BRU)	
Leidsche Rijn (Utrecht/Vleuten/De Meern)	20.000
Houten-Vinex (Houten)	6.000
ZUIDELIJKE RANDSTAD	
Leiden	
Voorhout-Noord (Voorhout)	800
Hoogh Teylingen (<i>Kromwijk</i> , Voorhout)	1.600
Roomburg (Leiderdorp)	1.000
Kaderwetgebied Haaglanden	
Leidschenveen (<i>Leidschendam-zo</i> , Den Haag)	7.000
Wateringse Veld (Den Haag)	7.500
Ypenburg (<i>Ypenburg/Nootdorp</i> , Den Haag)	10.300
Oosterheem (<i>Zoetermeer-Oost</i> , Zoetermeer)	8.450
Pijnacker-Zuid (Pijnacker)	3.400
Emerald-Delfgauw (<i>Pijnacker-Delfgauw</i> , Pijnacker)	2.400
Kaderwetgebied Stadsregio Rotterdam (SRR)	
Noordrand II/III (Bergschenhoek, Berkel en Rodenrijs)	12.400
Nesselande (<i>Achtkamp</i> , Rotterdam)	4.800
Carnisselande, Portland (<i>Smitshoek-Zuidflank</i> , Barendrecht, Albrandswaard)	7.400
Stadsgewest Dordrecht	
De Volgerlanden (Hendrik Ido Ambacht)	2.800
Oostpolder (Papendrecht)	1.600
Baanhoek-West (Sliedrecht)	850
ZUID-NEDERLAND	
Stadsgewest Breda	
De Keen/Schoenmakershoek (Etten-Leur)	2.150
Kroeten (Breda)	900
IJpelaar/Nieuw-Wolfshaar (<i>IJpelaar-zo</i> , Breda)	750
Breda-Noordoost/Teteringen (Breda)	3.000
Bavel-Dorst (<i>Breda-zo</i> , Breda)	1.500
Vlinderbuurt (<i>Vrachelen 3e fase</i> , Oosterhout)	700
Stadsgewest Tilburg	
Reeshof/De Wijk (Tilburg)	3.000
Nieuwe Warande (<i>Tilburg-no</i> , Tilburg)	3.000

Provincie, stadsgewest of kaderwetgebied

Uitleggegebieden (met de namen van de gemeenten waarin ze liggen)

**Aantal
woningen**

Boskens (<i>Goirle-Sportvelden</i> , Goirle)	850
Bakertand (Goirle)	650
Stadsgewest Den Bosch	
Groote Wielen (<i>Rosmalen</i> -n, Den Bosch)	4.300
Empel-Noord en -Zuid (Den Bosch)	1.250
Haverleij (<i>Engelen</i> , Den Bosch)	1.000

**Kaderwetgebied Samenwerkingsverband Regio
Eindhoven (SRE)**

Meerhoven (Eindhoven/Veldhoven)	6.000
Brandevoort (Helmond)	3.000 ³
Heivelden/Heuveleind (Best)	2.650
Blixembosch (Eindhoven)	1.000
Gijzenrooi (Geldrop)	900

Stadsgewest Sittard-Geleen

Hoogveld (Sittard-Geleen)	1.000
Sittard-West (Sittard-Geleen)	1.000

Stadsgewest Heerlen

Hoogveld-Heerlerbaan (Heerlen)	1.000
--------------------------------	-------

Stadsgewest Maastricht

Caberg-Lanakerveld (Maastricht)	500
---------------------------------	-----

Bron: H. Lörzing e.a., 2006.

³ Betreft eerste fase (deze komt overeen met de Vinex-periode); daarna tweede fase van 3.000 woningen.

Bijlage 2

Branche indeling volgens Locatus

Branche indeling volgens Locatus

11-Dagelijks

11.010-Levensmiddelen

- 11.010.005-Diepvriesart
- 11.010.012-Groente/Fr
- 11.010.111-Bakker
- 11.010.112-Vlaaien
- 11.010.120-Buitenl Ov
- 11.010.123-Toko
- 11.010.132-Chocola
- 11.010.137-Koffie/Thee
- 11.010.141-Delicatessen
- 11.010.261-Kaas
- 11.010.309-Minisuper
- 11.010.350-Nachtwinkel
- 11.010.378-Noten
- 11.010.399-Poelier
- 11.010.423-Reform
- 11.010.471-Slagerij
- 11.010.477-Slijter
- 11.010.519-Supermarkt
- 11.010.522-Tabak/Lect
- 11.010.555-Tabak speciaalzaak
- 11.010.588-Vis
- 11.010.657-Zoetwaren
- 11.010.912-Ziekenh Wink
- 11.010.950-Levensmid Ov

11.020-Persoonlijke Verzorging

- 11.020.024-Apotheek
- 11.020.156-Drogist
- 11.020.393-Parfumerie
- 11.020.395-Haarproducten
- 11.020.950-Pers Verz Ov

22-Mode & Luxe

22.030-Warenhuis

- 22.030.618-Warenhuis

22.040-Kleding & Mode

- 22.040.072-Beenmode
- 22.040.093-Bont
- 22.040.114-Bruidskled
- 22.040.135-Damesmode
- 22.040.138-D&H Mode
- 22.040.216-Herenmode
- 22.040.258-Kindermode
- 22.040.324-Leermode
- 22.040.330-Lingerie
- 22.040.360-Modeaccess
- 22.040.495-Sportkleding
- 22.040.543-Textielsuper
- 22.040.546-Modewarenh

22.050-Schoenen & Lederwaren

- 22.050.321-Lederwaren
- 22.050.453-Schoenen

22.060-Juwelier & Optiek

- 22.060.252-Juwelier
- 22.060.570-Uurwerken
- 22.060.770-Optiek

22.070-Huishoudelijke- & Luxe Ar

- 22.070.207-Glas/Aardew
- 22.070.240-Huishoud Art
- 22.070.243-Huish linnen
- 22.070.264-Cadeau-Art
- 22.070.288-Kookwinkel
- 22.070.301-Rotan/Rietw
- 22.080-Antiek & Kunst
- 22.080.021-Antiek
- 22.080.312-Kunsthandel

35-Vrije Tijd

35.100-Sport & Spel

- 35.100.125-Buitensport
- 35.100.444-Ruitersport
- 35.100.486-Speelgoed
- 35.100.487-Modelbouw
- 35.100.492-Sportzaak
- 35.100.591-Hengelsport
- 35.100.627-Watersport
- 35.100.950-Sport Spec

35.110-Hobby

- 35.110.165-Electronica
- 35.110.189-Foto/Film
- 35.110.227-Handvaardigh
- 35.110.228-Wol/Handwerk
- 35.110.366-Munten/Postz
- 35.110.372-Muziekinstr
- 35.110.375-Naaimachines
- 35.110.510-Stoffen

35.120-Media

- 35.120.090-Boekhandel
- 35.120.091-Stripboeken
- 35.120.129-Beeld/Geluid
- 35.120.180-Softwr/Games
- 35.120.276-Kantoorart
- 35.120.411-Poster/Kaart
- 35.120.750-Boek&Kantoor
- 35.120.760-Inktvullers

37-In/Om Huis

37.130-Plant & Dier

- 37.130.027-Aquariums
- 37.130.087-Bloem/Plant
- 37.130.147-Dibevo
- 37.130.555-Tuinartikelen
- 37.130.558-Tuincentrum
- 37.130.559-Tuinmeubelen

37.150-Bruin & Witgoed

- 37.150.117-Radio & Tv
- 37.150.130-Computers
- 37.150.231-Huishoud Ond
- 37.150.537-Telecom
- 37.150.639-Witgoed
- 37.150.642-Electro

37.160-Auto & Fiets

- 37.160.039-Automaterialen
- 37.160.043-Car HiFi
- 37.160.177-Rijwielen

37.170-Doe-Het-Zelf

- 37.170.096-Bouwmarkt

- 37.170.099-Bouwmateriaal
- 37.170.100-Sauna/Zwembad
- 37.170.102-Deur/Kozijn
- 37.170.108-Breedpakket
- 37.170.237-Hout
- 37.170.249-IJzerw&Gereed
- 37.170.280-Sanitairmat
- 37.170.576-Verf/Behang

37.180-Wonen

- 37.180.054-Babywoonwinkel
- 37.180.066-Slaapkam/Bed
- 37.180.291-Keukens
- 37.180.348-Meubelen
- 37.180.350-Woonwarenh
- 37.180.381-Oost Tapijten
- 37.180.440-Keukens/Badk
- 37.180.447-Badkamers
- 37.180.579-Verlichting
- 37.180.630-Parket/Lamin
- 37.180.635-Tegels
- 37.180.645-Woninginr
- 37.180.648-Woningtext
- 37.180.651-Woondecorat
- 37.180.663-Zonwering

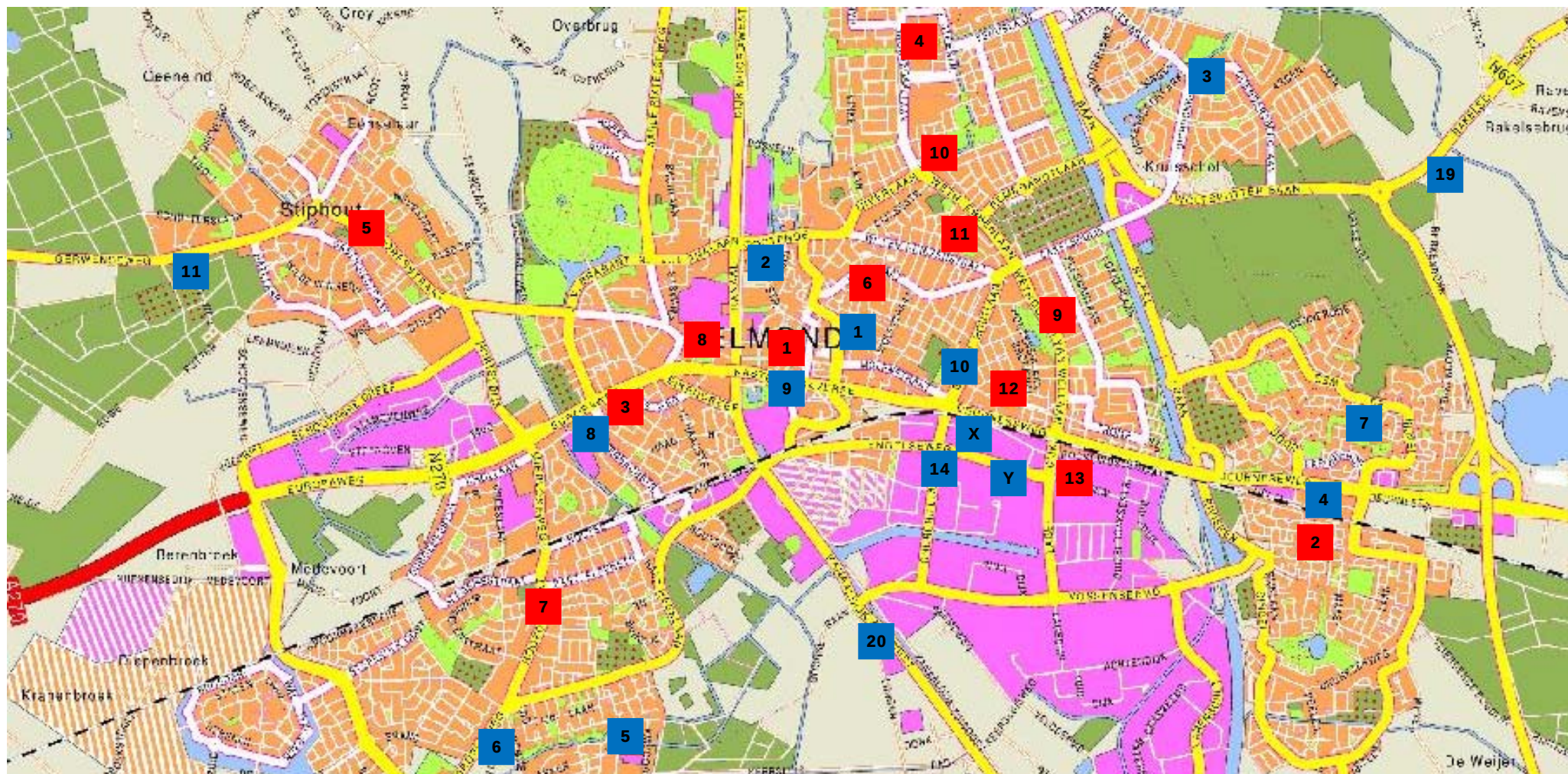
38-Detailh Overig

38.200-Detailhandel Overig

- 38.200.003-2Eh Diversen
- 38.200.013-2Eh Kleding
- 38.200.033-2Eh Boeken
- 38.200.140-Automatiek
- 38.200.153-Partijgoed
- 38.200.154-Legerdump
- 38.200.174-Feestartikel
- 38.200.225-Paramedisch
- 38.200.226-Hoortoestel
- 38.200.433-New Age
- 38.200.450-Smartshop
- 38.200.451-Growshop
- 38.200.468-Erotica
- 38.200.501-Sportprijzen
- 38.200.610-Souvenirs
- 38.200.905-Odd-Shops
- 38.200.910-Haarden/Kach
- 38.200.920-Natuursteen
- 38.200.950-Non-Food Ov

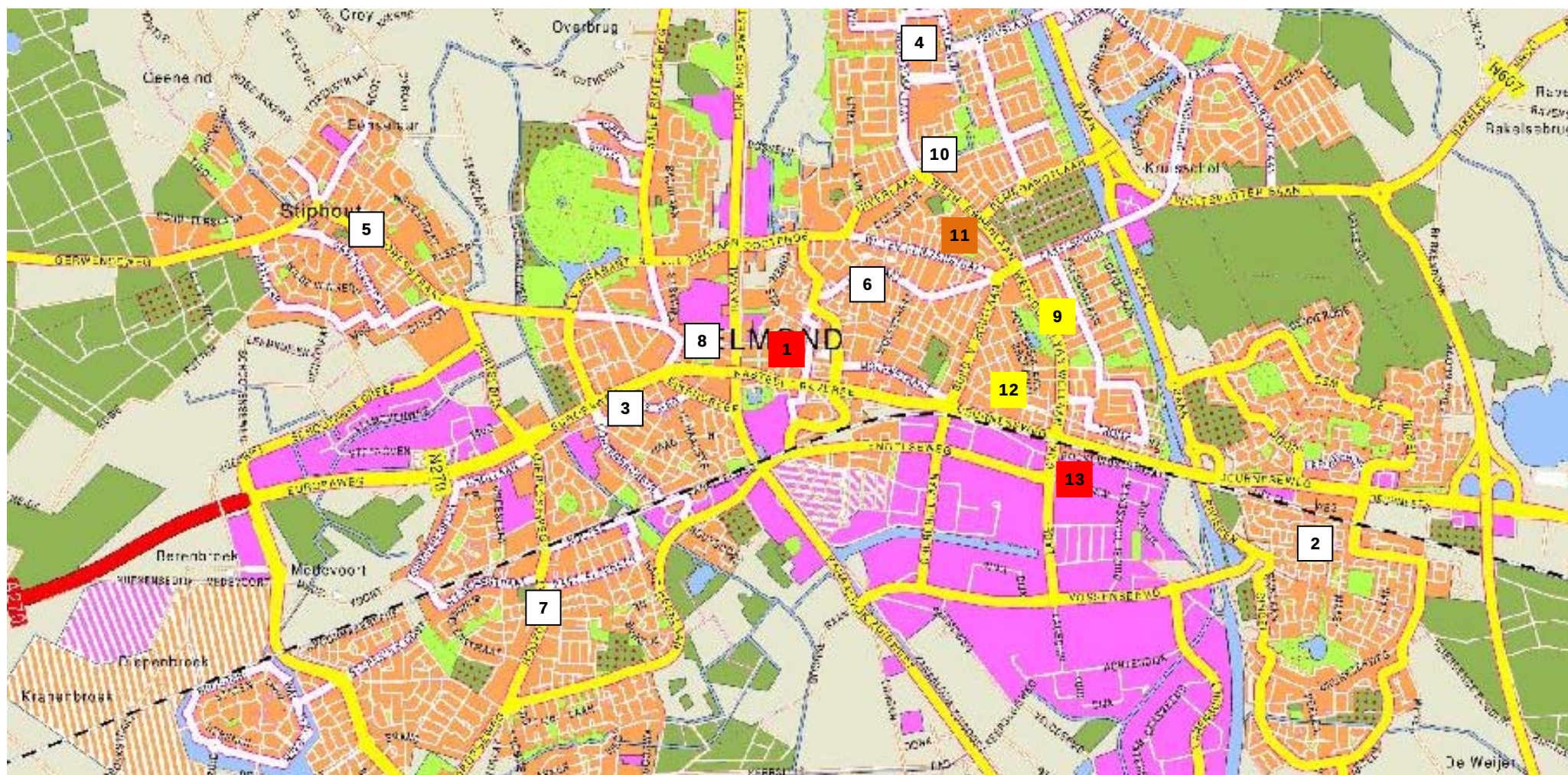
Bijlage 3

Figuur 12 en 13 Helmond



- 1** Winkelgebieden, met nummer van winkelcentrum conform tabel 7
- 1** Verspreide bewinkeling, met nummer van winkel conform tabel 9
- X** Verspreide winkels nummers 12, 16, 17 en 18 conform tabel 9
- Y** Verspreide winkels nummer 13 en 15 conform tabel 9

Figuur 12: Locatie en spreiding winkelgebieden en verspreide bewinkeling in Helmond

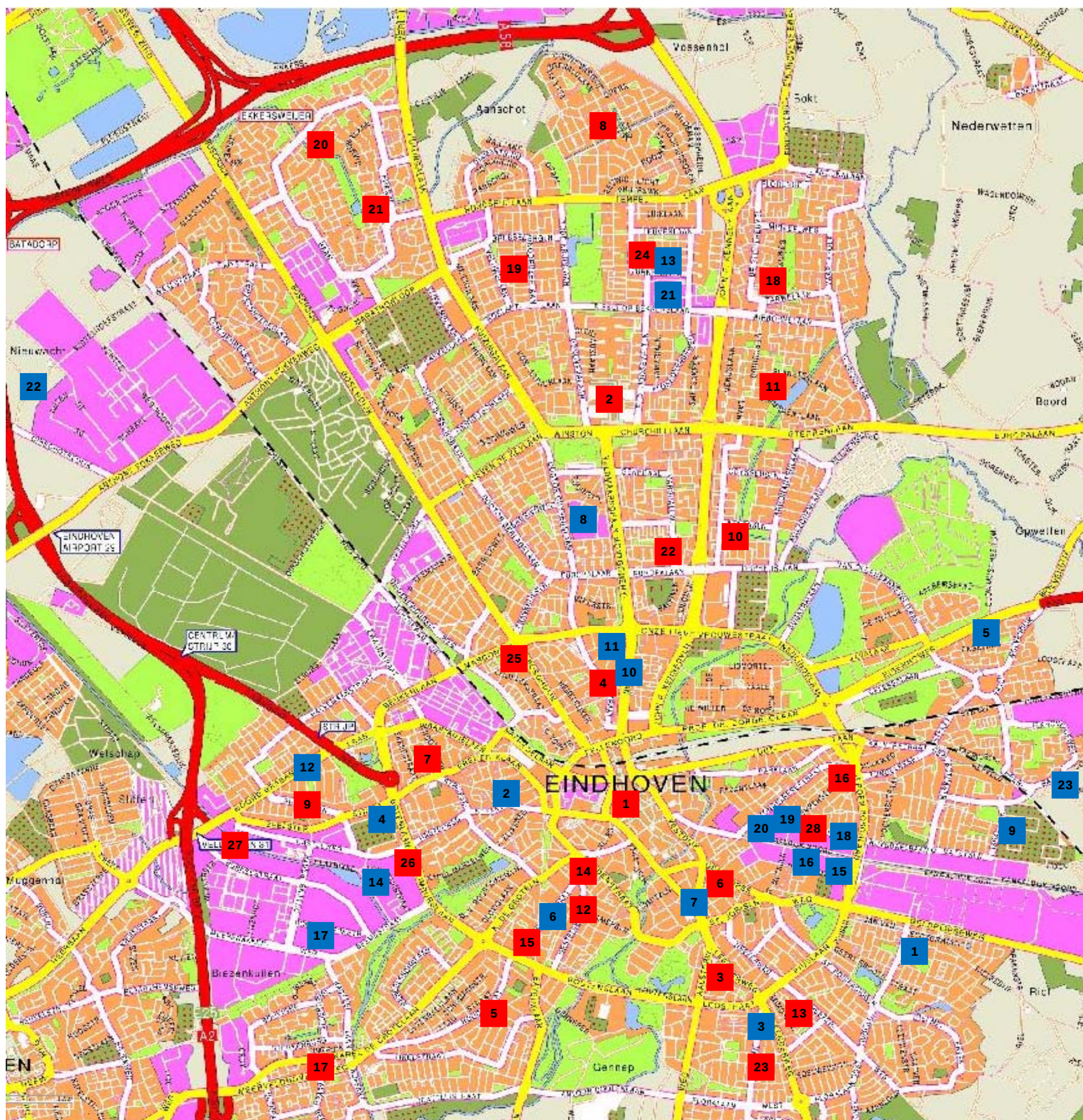


- Groot stadswinkelcentrum**
- Versterkt buurtcentrum (klein wijkcentrum)**
- Buurtcentrum**
- Onvolledig buurtcentrum**
- 1 Nummer van winkelcentrum conform tabel 7**

Figuur 13: Locatie en spreiding winkelgebieden in Helmond, met aanduiding van de rangorde volgens de functionele hiërarchie

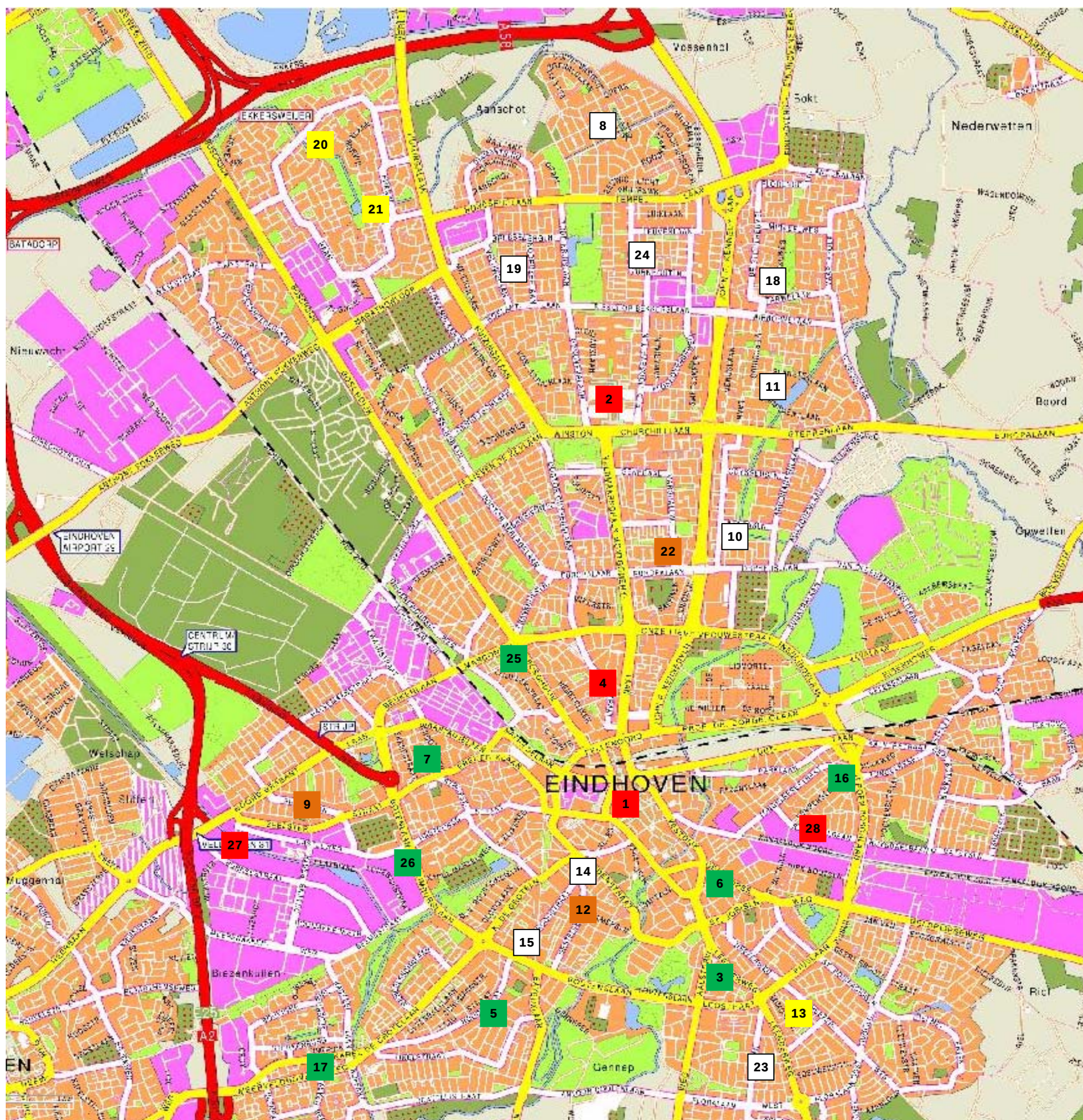
Bijlage 4

Figuur 18 en 19 Eindhoven



- 1 Winkelgebieden, met nummer van winkelcentrum conform tabel 13
- 1 Verspreide bewinkeling, met nummer van winkel conform tabel 15

Figuur 18: Locatie en spreiding winkelgebieden en verspreide bewinkeling in Eindhoven



- Groot stadswinkelcentrum
 - (groot) Wijkcentrum
 - Versterkt buurtcentrum (klein wijkcentrum)
 - Buurtcentrum
 - Onvolledig buurtcentrum
- 1 Nummer van winkelcentrum conform tabel 13

Figuur 19: Locatie en spreiding winkelgebieden in Eindhoven, met aanduiding van de rangorde volgens de functionele hiërarchie

Bijlage 5

Tabellen Nesselande

Nr.	Winkelgebied	Winkelgebiedshoofdtype	Winkelgebiedstypering
1.	Centrum Rotterdam	Centraal	Binnenstad
2.	Keizerswaard	Ondersteunend	Stadsdeelcentrum
3.	Rotterdam Zuidplein	Ondersteunend	Stadsdeelcentrum
4.	1 ^e Middellandstraat	Ondersteunend	Binnenstedelijke winkelstraat
5.	Bergpolder	Ondersteunend	Binnenstedelijke winkelstraat
6.	Bergse Dorpsstraat	Ondersteunend	Binnenstedelijke winkelstraat
7.	Burgemeester Baumannlaan	Ondersteunend	Binnenstedelijke winkelstraat
8.	Katendrechtse Lagedijk	Ondersteunend	Binnenstedelijke winkelstraat
9.	Nieuwe Binnenweg	Ondersteunend	Binnenstedelijke winkelstraat
10.	Peppelweg	Ondersteunend	Binnenstedelijke winkelstraat
11.	Rotterdam Oude Noorden	Ondersteunend	Binnenstedelijke winkelstraat
12.	Schiedamseweg	Ondersteunend	Binnenstedelijke winkelstraat
13.	Vierambachtsstraat	Ondersteunend	Binnenstedelijke winkelstraat
14.	Winkelpromenade Zuidwijk	Ondersteunend	Binnenstedelijke winkelstraat
15.	Zuiderboulevard	Ondersteunend	Binnenstedelijke winkelstraat
16.	Binnenhof	Ondersteunend	Wijkcentrum groot
17.	Hesseplaats	Ondersteunend	Wijkcentrum groot
18.	Jonker Fransstraat	Ondersteunend	Wijkcentrum groot
19.	Kleiweg	Ondersteunend	Wijkcentrum groot
20.	Lage Land	Ondersteunend	Wijkcentrum groot
21.	Lusthofstraat	Ondersteunend	Wijkcentrum groot
22.	Mathenesserweg	Ondersteunend	Wijkcentrum groot
23.	Oudedijk	Ondersteunend	Wijkcentrum groot
24.	Plein 1953 Rotterdam	Ondersteunend	Wijkcentrum groot
25.	Pretorialaan	Ondersteunend	Wijkcentrum groot
26.	Spinozaweg	Ondersteunend	Wijkcentrum groot
27.	Vlietlaan	Ondersteunend	Wijkcentrum groot
28.	Abtsweg	Ondersteunend	Wijkcentrum klein
29.	Bentinckplein	Ondersteunend	Wijkcentrum klein
30.	Beverwaard	Ondersteunend	Wijkcentrum klein
31.	Crooswijkseweg	Ondersteunend	Wijkcentrum klein
32.	Dordtselaan	Ondersteunend	Wijkcentrum klein
33.	Franselaan	Ondersteunend	Wijkcentrum klein
34.	Groenezoom	Ondersteunend	Wijkcentrum klein
35.	Oostzeedijk	Ondersteunend	Wijkcentrum klein
36.	Prinsenplein	Ondersteunend	Wijkcentrum klein
37.	Putselaan	Ondersteunend	Wijkcentrum klein

38.	Rusthoflaan	Ondersteunend	Wijkcentrum klein
39.	Van Beethovensingel	Ondersteunend	Wijkcentrum klein
40.	Vrij Entrepot	Ondersteunend	Wijkcentrum klein
41.	Vuurplaat	Ondersteunend	Wijkcentrum klein
42.	Zevenkamp	Ondersteunend	Wijkcentrum klein
43.	Bree	Ondersteunend	Buurtcentrum
44.	Burgemeester Meineszplein	Ondersteunend	Buurtcentrum
45.	De Esch	Ondersteunend	Buurtcentrum
46.	Hellevoetstraat	Ondersteunend	Buurtcentrum
47.	Jan van Campenplein	Ondersteunend	Buurtcentrum
48.	Kerstendijk	Ondersteunend	Buurtcentrum
49.	Kouwenoord	Ondersteunend	Buurtcentrum
50.	Lange Hilleweg	Ondersteunend	Buurtcentrum
51.	Linker Rottekade	Ondersteunend	Buurtcentrum
52.	Mia van IJperenplein	Ondersteunend	Buurtcentrum
53.	Oranjeboomstraat	Ondersteunend	Buurtcentrum
54.	Putsebocht	Ondersteunend	Buurtcentrum
55.	Rodenrijselaan	Ondersteunend	Buurtcentrum
56.	Teilingerstraat	Ondersteunend	Buurtcentrum
57.	Teldersweg	Ondersteunend	Buurtcentrum
58.	Van Vollenhovestraat	Ondersteunend	Buurtcentrum
59.	Goudse Rijweg	Ondersteunend	Supermarktcentrum
60.	J. Dutilhweg	Ondersteunend	Supermarktcentrum
61.	Mathenesserdijk	Ondersteunend	Supermarktcentrum
62.	Pliniusstraat	Ondersteunend	Supermarktcentrum
63.	Stadionboulevard / De Veranda	Ondersteunend	Supermarktcentrum
64.	Zevenkampse ring	Ondersteunend	Supermarktcentrum
65.	Bigshops Parkboulevard	Overig	Grootschalige concentratie
66.	Rotterdam Alexandrium	Overig	Grootschalige concentratie
67.	Stadionweg Rotterdam	Overig	Grootschalige concentratie

Tabel 19: Winkelgebieden in Rotterdam, met typering conform Locatus (Bron: Locatus, 2011)

Winkelgebied	Aantal winkels	M ² verkoopruimte	Waarvan (M ²) voedings- en genotmiddelen
Centrum Rotterdam	687	177.889	7%
Keizerswaard	66	13.651	34%
Rotterdam Zuidplein	130	48.924	6%
1 ^e Middellandstraat	133	11.649	45%
Bergpolder	81	9.903	51%
Bergse Dorpsstraat	109	15.661	27%
Burgemeester Baumannlaan	51	7.195	53%
Katendrechtse Lagedijk	91	14.774	40%
Nieuwe Binnenweg	150	18.486	31%
Peppelweg	56	5.357	25%
Rotterdam Oude Noorden	238	30.124	20%
Schiedamseweg	101	10.689	37%
Vierambachtsstraat	65	9.197	36%
Winkelpromenade Zuidwijk	67	7.604	43%
Zuiderboulevard	170	25.944	20%
Binnenhof	35	6.864	54%
Hesseplaats	33	5.880	36%
Jonker Fransstraat	25	4.640	5%
Kleiweg	48	6.743	23%
Lage Land	41	8.895	24%
Lusthofstraat	33	2.773	29%
Mathenesserweg	49	3.505	37%
Oudedijk	25	4.556	60%
Plein 1953 Rotterdam	34	8.733	44%
Pretorialaan	32	3.143	36%
Spinozaweg	27	5.260	41%
Vlietlaan	34	2.786	61%
Abtsweg	10	612	68%
Bentinkplein	7	2.054	94%
Beverwaard	16	3.455	64%
Crooswijkseweg	19	2.626	55%
Dordtselaan	20	1.559	28%
Franselaan	15	1.765	82%
Groenezoom	10	991	77%
Oostzeedijk	18	2.904	8%
Prinsenplein	10	1.898	79%
Putselaan	12	939	26%

Rusthoflaan	11	674	13%
Van Beethovensingel	19	1.983	43%
Vrij Entrepot	10	4.258	71%
Vuurplaat	18	3.829	55%
Zevenkamp	24	4.009	50%
Bree	6	475	8%
Burgemeester Meineszplein	8	378	34%
De Esch	5	1.179	96%
Hellevoetstraat	6	1.233	89%
Jan van Campenplein	8	1.255	80%
Kerstendijk	5	363	71%
Kouwenoord	6	1.057	64%
Lange Hilleweg	5	1.078	81%
Linker Rottekade	5	2.118	25%
Mia van IJperenplein	9	3.039	74%
Oranjeboomstraat	6	768	90%
Putsebocht	9	1.317	55%
Rodenrijselaan	9	646	36%
Teilingerstraat	6	306	82%
Teldersweg	5	810	100%
Van Vollenhovestraat	6	1.415	5%
Goudse Rijweg	4	986	92%
J. Dutilhweg	4	1.074	65%
Mathenesserdijk	4	1.135	87%
Pliniusstraat	4	969	100%
Stadionboulevard / De Veranda	4	10.832	7%
Zevenkampse ring	3	981	100%
Bigshops Parkboulevard	22	26.026	10%
Rotterdam Alexandrium	193	103.487	5%
Stadionweg Rotterdam	9	9.388	0%
Verspreide bewinkeling	39	83.026	7%

Tabel 20: Omvang en aard winkelgebieden in Rotterdam (Bron: Locatus, 2011)

Winkelgebied	Qua M ² vwo meest voorkomende branches per winkelgebied		
Centrum Rotterdam	Warenhuis: 17%	Kled. & Mode: 35%	
Keizerswaard	Levensm.: 34%	Kled. & Mode: 18%	
Rotterdam Zuidplein	Warenhuis: 31%	Kled. & Mode: 25%	
1 ^e Middellandstraat	Levensm.: 45%	Kled. & Mode: 12%	
Bergpolder	Levensm.: 51%		
Bergse Dorpsstraat	Levensm.: 27%	Kled. & Mode: 33%	
Burgemeester Baumannlaan	Levensm.: 53%		
Katendrechtse Lagedijk	Levensm.: 40%	Wonen: 30%	
Nieuwe Binnenweg	Levensm.: 31%	Kled. & Mode: 14%	Wonen: 26%
Peppelweg	Levensm.: 25%	Kled. & Mode: 14%	
Rotterdam Oude Noorden	Levensm.: 20%	Bruin & Witg.: 11%	Wonen: 19%
Schiedamseweg	Levensm.: 37%	Wonen: 11%	
Vierambachtsstraat	Levensm.: 36%	Wonen: 20%	
Winkelpromenade Zuidwijk	Levensm.: 43%		
Zuiderboulevard	Levensm.: 20%	Kled. & Mode: 11%	Bruin & Witg.: 15%
Binnenhof	Levensm.: 54%	Kled. & Mode: 16%	
Hesseplaats	Levensm.: 36%	Kled. & Mode: 13%	Auto & Fiets: 11%
Jonker Fransstraat	H.h.- & L. Art.: 16%	Sport & Spel: 19%	Auto & Fiets: 18%
Kleiweg	Levensm.: 23%	Kled. & Mode: 13%	H.h.- & L. Art.: 20%
Lage Land	Levensm.: 24%	H.h.- & L. Art.: 15%	Wonen: 12%
Lusthofstraat	Levensm.: 29%	H.h.- & L. Art.: 12%	Wonen: 18%
Mathenesserweg	Levensm.: 37%	Wonen: 30%	
Oudedijk	Levensm.: 60%		
Plein 1953 Rotterdam	Levensm.: 44%	Kled. & Mode: 11%	H.h.- & L. Art.: 18%
Pretorialaan	Levensm.: 36%	Auto & Fiets: 17%	Wonen: 18%
Spinozaweg	Levensm.: 41%	Kled. & Mode: 20%	
Vlietlaan	Levensm.: 61%		
Abtsweg	Levensm.: 68%	Bruin & Witg.: 11%	
Bentinckplein	Levensm.: 94%		
Beverwaard	Levensm.: 64%	Kled. & Mode: 16%	
Crooswijkseweg	Levensm.: 55%	Pers. Verz.: 14%	H.h.- & L. Art.: 13%
Dordtselaan	Levensm.: 28%	Sport & Spel: 28%	
Franselaan	Levensm.: 82%		
Groenezoom	Levensm.: 77%		
Oostzeedijk	Kled. & Mode: 13%	Bruin & Witg.: 24%	Wonen: 38%
Prinsenplein	Levensm.: 79%		
Putselaan	Levensm.: 26%	Wonen: 42%	

Rusthoflaan	Levensm.: 13%	Sport & Spel: 13%	Wonen: 28%
Van Beethovensingel	Levensm.: 43%	Pers. Verz.: 19%	Plant & Dier: 12%
Vrij Entrepot	Levensm.: 71%		
Vuurplaat	Levensm.: 55%	Pers. Verz.: 12%	Warenhuis: 11%
Zevenkamp	Levensm.: 50%		
Bree	Pers. Verz.: 13%	Auto & Fiets: 17%	Detailh. Ov.: 54%
Burgemeester Meineszplein	Levensm.: 34%	Wonen: 37%	Detailh. Ov.: 21%
De Esch	Levensm.: 96%		
Hellevoetstraat	Levensm.: 89%		
Jan van Campenplein	Levensm.: 80%	Kled. & Mode: 11%	
Kerstendijk	Levensm.: 71%	Pers. Verz.: 13%	Detailh. Ov.: 17%
Kouwenoord	Levensm.: 64%	Kled. & Mode: 18%	
Lange Hilleweg	Levensm.: 81%	Detailh. Ov.: 13%	
Linker Rottekade	Levensm.: 25%	Doe-Het-Zelf: 47%	Detailh. Ov.: 28%
Mia van IJperenplein	Levensm.: 74%	H.h.- & L. Art.: 11%	
Oranjeboomstraat	Levensm.: 90%		
Putsebocht	Levensm.: 55%	Wonen: 21%	
Rodenrijselaan	Levensm.: 36%	Sport & Spel: 37%	
Teilingerstraat	Levensm.: 82%	Bruin & Witg.: 18%	
Teldersweg	Levensm.: 100%		
Van Vollenhovestraat	Wonen: 89%		
Goudse Rijweg	Levensm.: 92%		
J. Dutilhweg	Levensm.: 65%	Auto & Fiets: 31%	
Mathenesserdijk	Levensm.: 87%	Pers. Verz.: 13%	
Pliniusstraat	Levensm.: 100%		
Stadionboulevard / De Veranda	Sport & Spel: 93%		
Zevenkampse ring	Levensm.: 100%		
Bigshops Parkboulevard	Wonen: 58%		
Rotterdam Alexandrium	Kled. & Mode: 15%	Wonen: 54%	
Stadionweg Rotterdam	Doe-Het-Zelf: 12%	Wonen: 81%	

Tabel 22: Aard winkelgebieden in Rotterdam (Bron: Locatus, 2011)

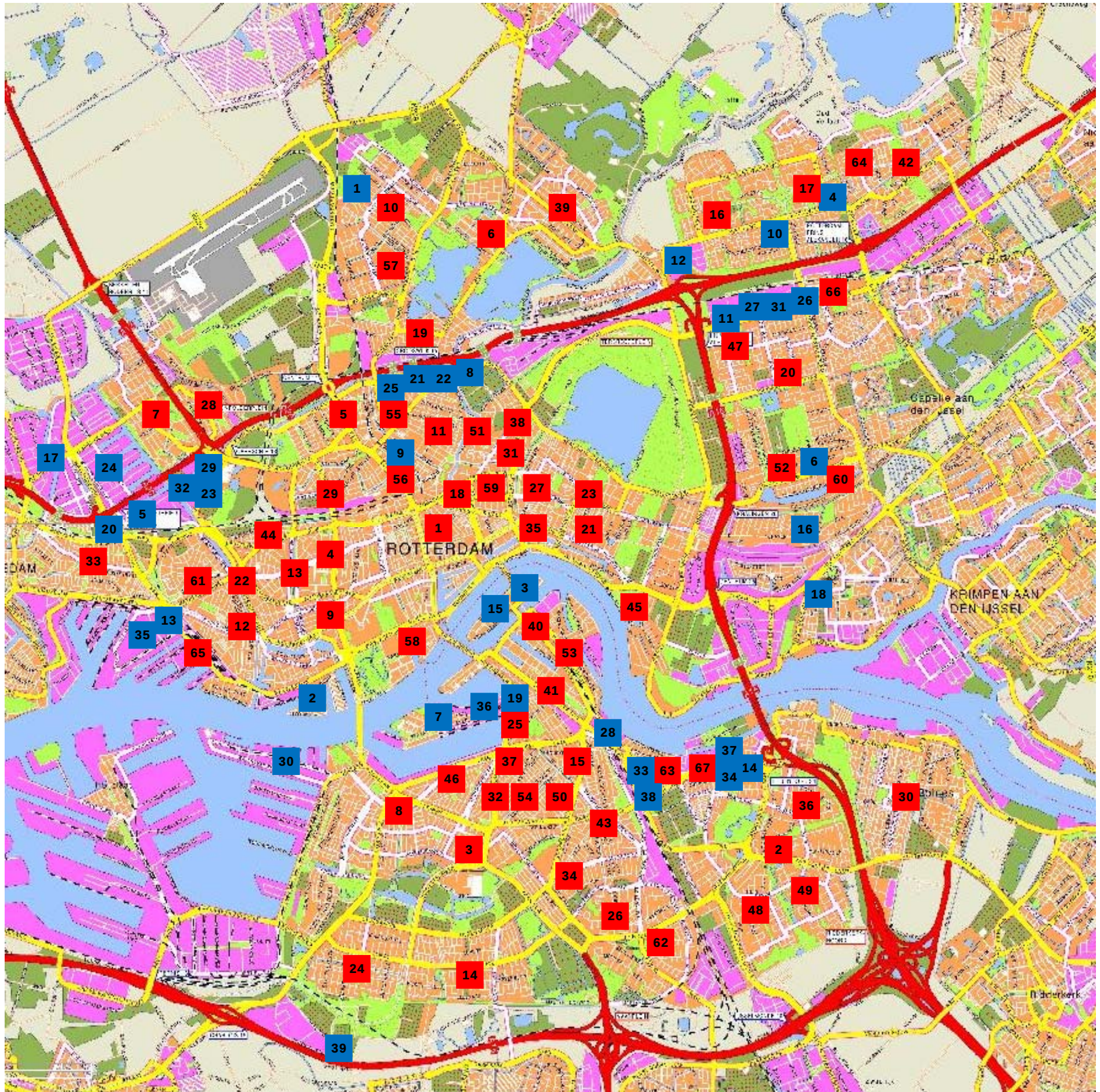
Winkelgebied	Omschrijving	Percentage voedings- en genotmiddelen
Centrum Rotterdam	Groot stadswinkelcentrum	Komt overeen
Keizerswaard	Stadsdeelcentrum	Te hoog
Rotterdam Zuidplein	Groot stadswinkelcentrum	Komt overeen
1 ^e Middellandstraat	Stadsdeelcentrum	Te hoog
Bergpolder	(groot) Wijkcentrum	Te hoog
Bergse Dorpsstraat	Stadsdeelcentrum	Te hoog
Burgemeester Baumannlaan	(groot) Wijkcentrum	Te hoog
Katendrechtse Lagedijk	Stadsdeelcentrum	Te hoog
Nieuwe Binnenweg	Stadsdeelcentrum	Te hoog
Peppelweg	(groot) Wijkcentrum	Te laag
Rotterdam Oude Noorden	Groot stadswinkelcentrum	Te hoog
Schiedamseweg	Stadsdeelcentrum	Te hoog
Vierambachtsstraat	(groot) Wijkcentrum	Te hoog
Winkelpromenade Zuidwijk	(groot) Wijkcentrum	Te hoog
Zuiderboulevard	Groot stadswinkelcentrum	Te hoog
Binnenhof	(groot) Wijkcentrum	Te hoog
Hesseplaats	(groot) Wijkcentrum	Te hoog
Jonker Fransstraat	Versterkt buurtcentrum (klein wijkcentrum)	Te laag
Kleiweg	(groot) Wijkcentrum	Te laag
Lage Land	(groot) Wijkcentrum	Te laag
Lusthofstraat	Versterkt buurtcentrum (klein wijkcentrum)	Te laag
Mathenesserweg	Versterkt buurtcentrum (klein wijkcentrum)	Te laag
Oudedijk	Versterkt buurtcentrum (klein wijkcentrum)	Te hoog
Plein 1953 Rotterdam	(groot) Wijkcentrum	Te hoog
Pretorialaan	Versterkt buurtcentrum (klein wijkcentrum)	Te laag
Spinozaweg	(groot) Wijkcentrum	Te hoog
Vlietlaan	Versterkt buurtcentrum (klein wijkcentrum)	Te hoog
Abtsweg	Onvolledig buurtcentrum	Te hoog
Bentinckplein	Versterkt buurtcentrum (klein wijkcentrum)	Te hoog
Beverwaard	Versterkt buurtcentrum (klein wijkcentrum)	Te hoog
Crooswijkseweg	Versterkt buurtcentrum (klein wijkcentrum)	Te hoog
Dordtselaan	Buurtcentrum	Te laag
Franselaan	Buurtcentrum	Te hoog
Groenezoom	Onvolledig buurtcentrum	Te hoog
Oostzeedijk	Versterkt buurtcentrum (klein wijkcentrum)	Te laag
Prinsenplein	Buurtcentrum	Te hoog

Putselaan	Onvolledig buurtcentrum	Te laag
Rusthoflaan	Onvolledig buurtcentrum	Te laag
Van Beethovensingel	Buurtcentrum	Te laag
Vrij Entrepot	Versterkt buurtcentrum (klein wijkcentrum)	Te hoog
Vuurplaat	Versterkt buurtcentrum (klein wijkcentrum)	Te hoog
Zevenkamp	Versterkt buurtcentrum (klein wijkcentrum)	Te hoog
Bree	Onvolledig buurtcentrum	Te laag
Burgemeester Meineszplein	Onvolledig buurtcentrum	Te laag
De Esch	Buurtcentrum	Te hoog
Hellevoetstraat	Buurtcentrum	Te hoog
Jan van Campenplein	Buurtcentrum	Te hoog
Kerstendijk	Onvolledig buurtcentrum	Te hoog
Kouwenoord	Buurtcentrum	Te hoog
Lange Hilleweg	Buurtcentrum	Te hoog
Linker Rottekade	Versterkt buurtcentrum (klein wijkcentrum)	Te laag
Mia van IJperenplein	Versterkt buurtcentrum (klein wijkcentrum)	Te hoog
Oranjeboomstraat	Onvolledig buurtcentrum	Te hoog
Putsebocht	Buurtcentrum	Te hoog
Rodenrijselaan	Onvolledig buurtcentrum	Te laag
Teilingerstraat	Onvolledig buurtcentrum	Te hoog
Teldersweg	Onvolledig buurtcentrum	Te hoog
Van Vollenhovestraat	Buurtcentrum	Te laag
Goudse Rijweg	Onvolledig buurtcentrum	Te hoog
J. Dutilhweg	Buurtcentrum	Te hoog
Mathenesserdijk	Buurtcentrum	Te hoog
Pliniusstraat	Onvolledig buurtcentrum	Te hoog
Stadionboulevard / De Veranda	Stadsdeelcentrum	Te laag
Zevenkampse ring	Onvolledig buurtcentrum	Te hoog
Bigshops Parkboulevard	Groot stadswinkelcentrum	Komt overeen
Rotterdam Alexandrium	Groot stadswinkelcentrum	Komt overeen
Stadionweg Rotterdam	(groot) Wijkcentrum	Te laag

Tabel 23: Vergelijking winkelgebieden in Rotterdam met tabel 4 uit hoofdstuk 2

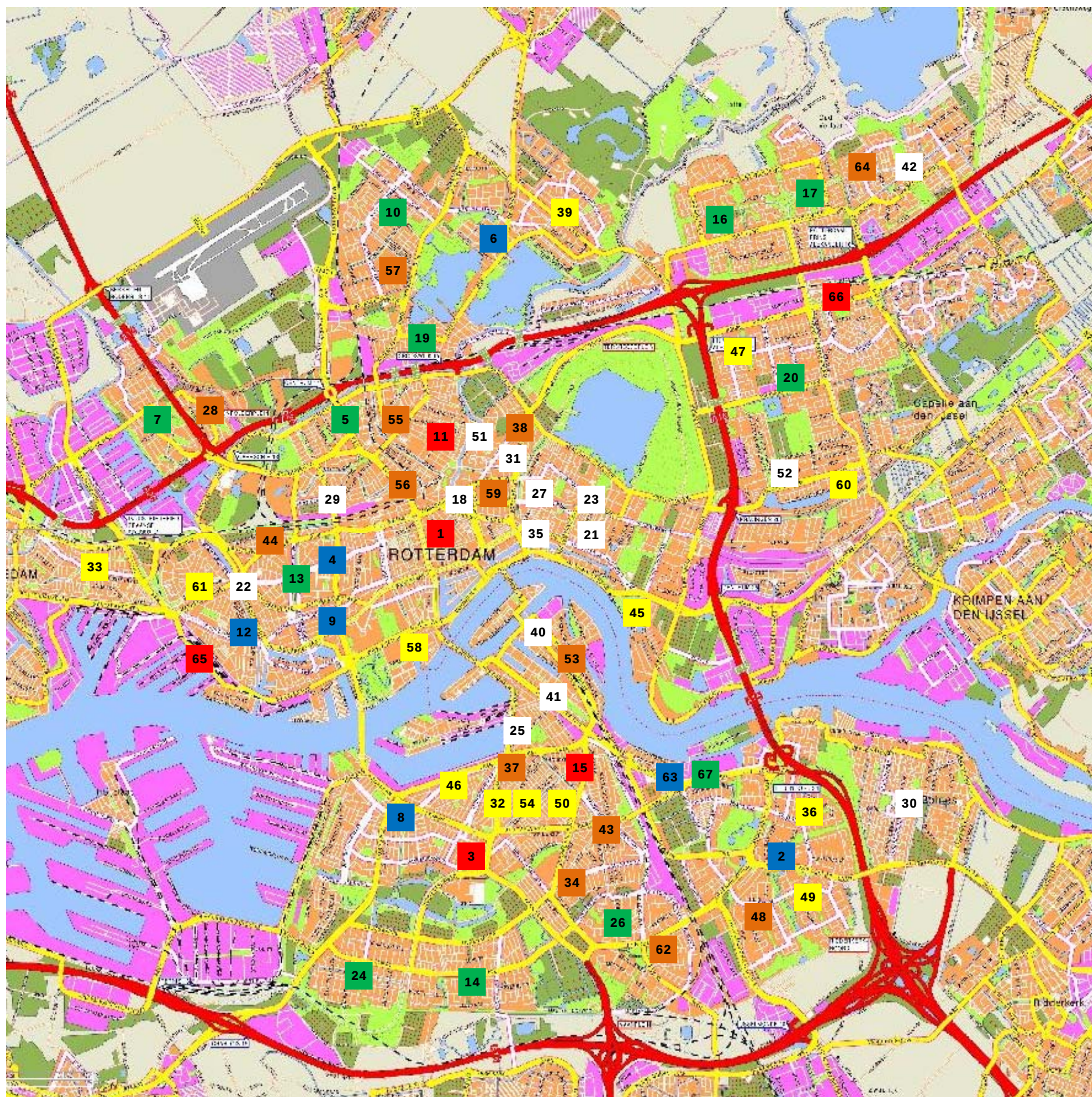
Bijlage 6

Figuur 24 en 25 Rotterdam



- 1 Winkelgebieden, met nummer van winkelcentrum conform tabel 19
- 1 Verspreide bewinkeling, met nummer van winkel conform tabel 21

Figuur 24: Locatie en spreiding winkelgebieden en verspreide bewinkeling in Rotterdam



- Groot stadswinkelcentrum
 - Stadsdeelcentrum
 - (groot) Wijkcentrum
 - Versterkt buurtcentrum (klein wijkcentrum)
 - Buurtcentrum
 - Onvolledig buurtcentrum
- 1 Nummer van winkelcentrum conform tabel 19

Figuur 25: Locatie en spreiding winkelgebieden in Rotterdam, met aanduiding van de rangorde volgens de functionele hiërarchie