

DROOGH TROMMELEN EN PARTNERS



*Adviseurs voor Ruimte en Strategie*



**Haaksbergen**

**Detailhandelsvisie**





DROOGH TROMMELEN EN PARTNERS



*Adviseurs voor Ruimte en Strategie*

## Haaksbergen

Opdrachtgever: Gemeente Haaksbergen

Projectnummer: 573.0306

Datum: 20 oktober 2006

## Detailhandelsvisie

Droogh Trommelen en Partners

Voorstadslaan 254

6542 TG Nijmegen

T 024 - 379 20 83

F 024 - 378 06 53

E [info@dtnp.nl](mailto:info@dtnp.nl)

W [www.dtnp.nl](http://www.dtnp.nl)



# Inhoudsopgave

<b>1</b>	<b>Inleiding</b>	<b>1</b>	<b>Bijlage 1</b>	<b>Indeling branches in branchegroepen</b>	<b>37</b>
<b>2</b>	<b>Ontwikkelingen en beleid</b>	<b>2</b>	<b>Bijlage 2</b>	<b>Winkelaanbod in Haaksbergen</b>	<b>38</b>
2.1	Trends in de detailhandel	2	<b>Bijlage 3</b>	<b>Begrippen- en afkortingenlijst</b>	<b>38</b>
2.2	Rijksbeleid	6	<b>Bijlage 4</b>	<b>Vragenlijst bezoekersenquête</b>	<b>42</b>
2.3	Ontwikkelingen en beleid Haaksbergen	7	<b>Bijlage 5</b>	<b>Overzicht gebruikte bronnen</b>	<b>43</b>
<b>3</b>	<b>Analyse huidige situatie</b>	<b>9</b>			
3.1	Situering	9			
3.2	Winkelaanbod Haaksbergen	11			
3.3	Huidig functioneren	14			
3.4	Ruimtelijke structuur centrum	15			
3.5	Bezoekersenquête	20			
3.6	Conclusie analyse	24			
<b>4</b>	<b>Detailhandelsvisie</b>	<b>25</b>			
4.1	Ambities en uitgangspunten	25			
4.2	Distributieve mogelijkheden	25			
4.3	Toekomstige detailhandelsstructuur	26			
4.4	Gewenste ruimtelijke structuur centrum	28			
4.5	Aanbevelingen	34			
<b>5</b>	<b>Samenvatting</b>	<b>35</b>			



# 1 Inleiding

## *Doel en vraagstelling*

De gemeente Haaksbergen wil samen met de Haaksbergse Ondernemers Vereniging (HOV) en de Kamer van Koophandel (KvK) een actuele detailhandelsvisie voor Haaksbergen laten opstellen. Deze visie gaat in op de wijze waarop de detailhandelsfunctie van de gemeente Haaksbergen kan worden versterkt. Centraal hierbij staat de gewenste functie en ruimtelijke structuur van het winkelaanbod in het centrum. Aan Droogh Trommelen en Partners (DTNP) is gevraagd deze visie op te stellen.

De volgende onderzoeksvragen worden beantwoord:

1. Hoe ziet de huidige winkelstructuur van Haaksbergen eruit?
2. Welke vraag- en aanbodontwikkelingen doen zich voor in en om Haaksbergen?
3. Welke trends en ontwikkelingen doen zich voor in de detailhandel?

4. Wat zijn de sterke en zwakke punten en kansen en bedreigingen voor (het centrum van) Haaksbergen?
5. Welke positie (functie) kan het centrum in de toekomst innemen?
6. Wat is de gewenste functioneel-ruimtelijke structuur van het winkelaanbod?
7. Welk concrete acties zijn gewenst om deze structuur te bereiken?

## *Proces*

Het onderzoek is begeleid door een commissie van vertegenwoordigers van de gemeente, ondernemersvereniging en Kamer van Koophandel. Om meer inzicht te krijgen in de wensen van consumenten is een bezoekersenquête in het centrum van Haaksbergen uitgevoerd. Daarnaast is gebruik gemaakt van de uitkomsten van de door de gemeente uitgevoerde ondernemersenquête.

## *Leeswijzer*

Dit rapport is als volgt opgebouwd. In hoofdstuk 2 beschrijven we een aantal algemene trends en ontwikkelingen in de detailhandel. Daarnaast gaan we in op het

relevante rijksbeleid en op ontwikkelingen, die zich voordoen in Haaksbergen.

In hoofdstuk 3 maken we een analyse van de huidige situatie. Aan de orde komen de ligging van Haaksbergen in de regio, de omvang en spreiding van het winkelaanbod en het huidige functioneren van de winkels in Haaksbergen. Voor het centrum maken we een meer uitgebreide analyse van de ruimtelijke structuur. Tenslotte gaan we in dit hoofdstuk in op de resultaten van de bezoekersenquête.

De visie op de detailhandel wordt beschreven in hoofdstuk 4. Op basis van de ambities van de gemeente en de distributieve mogelijkheden geven we de toekomstige detailhandelsstructuur voor Haaksbergen aan. Hierin wordt ingegaan op de toekomstige positie en functie van het centrum en van overige winkelvoorzieningen in de kern. Voor het centrum wordt vervolgens een uitgebreide visie op de gewenste ruimtelijke structuur gegeven. De visie wordt vertaald in concrete aanbevelingen.

We sluiten dit rapport af met een samenvatting in hoofdstuk 5.

## 2 Ontwikkelingen en beleid

### 2.1 Trends in de detailhandel

#### *Bezoekmotief*

Bij winkelbezoek hangt het gedrag van de consument vooral samen met het bezoekmotief. Globaal kunnen we een onderscheid maken tussen boodschappen doen, recreatief winkelen en het doen van gerichte aankopen. De drie typen kennen elk hun ruimtelijk patroon.

#### *Boodschappen doen*

Bij boodschappen doen staat de aankoop van voedings- en genotmiddelen en frequent benodigde non-food (o.a. drogist, bloemen) centraal. Verkrijgbaarheid (compleet assortiment), gemak (reistijd, comfort, openingstijden) en bereikbaarheid spelen een belangrijke rol. Dit type winkelgedrag vindt frequent plaats, overwegend in de omgeving van de woning (buurt- en dorpscentra). De kwaliteit en omvang van de supermarkt zijn sterk bepalend voor de trekkracht van een boodschappencentrum.

#### *Recreatief winkelen*

Bij recreatief winkelen gaat het om de aankoop van keuzegevoelige artikelen (mode, boeken, CD's, sportartikelen, etc.). Veelal is de actie zelf (rondkijken, ontspannen) belangrijker dan de aankoop. De attractiviteit van een recreatief winkelgebied wordt primair bepaald door de omvang van het modisch recreatieve aanbod en de aanwezigheid van landelijk bekende trekkers (V&D, Hema, H&M, etc.). Een ruim aanbod verrassende speciaalzaken, horeca en een aantrekkelijke sfeer vergroten de attractiviteit. Naarmate de aankoop zelf meer centraal staat (op zoek naar schoenen, MP3-speler of tennisracket) is efficiëntie als kwaliteit belangrijker: optimale bereikbaarheid en een compleet assortiment in een zo compact mogelijke opzet.

#### *Gerichte aankopen*

Bij gerichte aankopen gaat het enerzijds om artikelen die niet keuzegevoelig zijn (doe-het-zelf, tuinartikelen). Combinatiebezoek met andere winkels vindt nauwelijks plaats. Belangrijker zijn een goede vindbaarheid, zichtbaarheid en bereikbaarheid. Anderzijds gaat het om duurdere en laagfrequent gekochte artikelen, zoals meubelen en auto's.

Hiervoor is men bereid relatief grote afstanden af te leggen om een clustering van meerdere aanbieders te bereiken (bijv. woonboulevard).

#### *Schaalvergroting in de structuur*

Door de toegenomen mobiliteit krijgt de consument meer mogelijkheden bij het kiezen van een winkelgebied. Voor kleinschalige voorzieningen is het steeds moeilijker om aan de toenemende eisen van de consument te voldoen. Die verwacht een compleet aanbod en keuze, of het nu gaat om levensmiddelen, mode of meubelen. De noodzakelijke massa (aantal m<sup>2</sup> wvo) voor een winkelgebied neemt dan ook toe en daarmee weer het benodigde aantal consumenten. Op deze wijze vindt geleidelijk schaalvergroting plaats in de voorzieningenstructuur. Het gevolg is dat winkels in kleinere kernen verdwijnen en grotere dorpscentra opkomen.

Dit proces staat dikwijls op gespannen voet met de (maatschappelijke) wens voor winkels in de woonomgeving. Deze dragen immers bij aan de aantrekkelijkheid van een woonbuurt en zijn vooral belangrijk voor niet mobiele inwoners (o.a. ouderen). Deze groep is echter onvoldoende groot om een compleet dagelijks



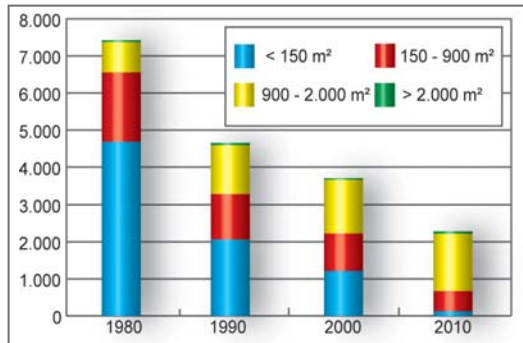


Fig. 1 Ontwikkeling servicesupermarkten



Aandeel supermarkten in food neemt toe



Recreatief winkelen

winkelaanbod op buurtniveau in stand te houden.

#### *Schaalvergroting op winkelniveau*

Ook op het niveau van de winkel vindt schaalvergroting plaats (zie figuur 1), waarbij de omvang per winkel toeneemt en het aantal supermarkten afneemt\*. Tegenwoordig heeft een volwaardige servicesupermarkt al gauw een minimale omvang van 1.000 m<sup>2</sup> wvo. Voor de toekomst moet rekening worden gehouden met een nog grotere omvang (1.200 m<sup>2</sup> wvo of meer).

#### *Supermarkt steeds belangrijker*

De kwaliteit en omvang van de supermarkt zijn sterk bepalend voor de trekkracht van een boodschappencentrum. Het aandeel van de supermarkt in de totale bestedingen is sterk toegenomen ten koste van speciaalzaken. Inmiddels hebben supermarkten voor aankopen in winkels in voedings- en genotmiddelen circa 80% marktaandeel\*\*.

\* DistriFood (2002), Ontwikkeling aantal servicesupermarkten naar omvang

\*\* HBD (2006), Bestedingen en marktaandelen 2005

Het stijgende marktaandeel van supermarkten zorgt ervoor dat speciaalzaken het moeilijker krijgen. Tegelijkertijd zorgen supermarkten in een winkelcentrum voor een grote bezoekersstroom. Uit onderzoek\* blijkt dat 1/3 deel van de bezoekers aan supermarkten in buurt- en wijkcentra ook één of meer van de nabijgelegen speciaalzaken bezoekt. Dit percentage varieert niet of nauwelijks met de omvang van de supermarkt. Speciaalzaken kunnen daarom meer bezoekers verwachten indien zij nabij een sterk supermarktaanbod gelegen zijn.

#### *Supermarkten onder druk*

Schaalvergroting in de supermarktbranche leidt tot een afnemend aantal vestigingen. In deze verdringingsmarkt is sinds eind 2003 een 'prijzenoorlog' gestart. Onder invloed van discountformules als Aldi en Lidl en de landelijke expansie van formules als Jumbo en Dirk van den Broek, zijn gevestigde supermarktorganisaties gedwongen hun prijzen substantieel te verlagen. Met overwegend even hoge kosten als voorheen

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

resulteert dit in beduidend lagere bedrijfsresultaten. Hierdoor staan niet alleen individuele supermarkten, maar ook hele supermarktorganisaties onder druk.

We zien steeds vaker dat supermarktorganisaties vestigingen sluiten zonder dat hiervoor een nieuwe supermarkt terugkomt. Dit is lange tijd ondenkbaar geweest. Voorheen hielden supermarktorganisaties uit strategische overwegingen vaak ook de matig draaiende vestigingen open. Bovendien was men vrij snel bereid een nieuwe vestiging in een klein marktgebied te openen.

Supermarktorganisaties sloten een vestiging vaak pas nadat ze, met de gemeente of met concurrerende supermarktorganisaties, uitbreiding of een nieuwe vestiging op een andere locatie hadden uitonderhandeld.

Onze verwachting is dat de komende jaren veel (vooral kleinere) supermarktvestigingen zullen sluiten. In een aantal, vooral stedelijke, vernieuwingsgebieden in de grote steden vindt dit proces al plaats.

#### *Megasupermarkten*

Sinds enige jaren proberen grootschalige formules (> 3.000 m<sup>2</sup>) een positie te verwerven in de structuur van (grotere) gemeenten in Nederland. Het aantal grootschalige supermarkten is nog beperkt (figuur 1). In veel gevallen betreft het reeds lang geleden gevestigde winkels (o.a. Miro, Maxis) of vergrote supermarkten in wijk- en stadsdeelcentra. Veel gemeenten zijn terughoudend bij initiatieven voor nieuwe grootschalige supermarkten, vanwege effecten op de bestaande winkelstructuur.

#### *Branchevervaging*

In veel sectoren binnen de detailhandel treden verschijnselen van branchevervaging op: het aangeboden assortiment is anders dan gebruikelijk in de oorspronkelijke branchegroep. Zo zijn er drogisterijen die ook speelgoed verkopen en supermarkten waar ook computers worden verkocht. In normale winkelgebieden leidt dit niet tot (planologisch-juridische) problemen, omdat de branchering niet in het bestemmingsplan kan worden opgenomen.



Jumbo: van regionale naar landelijke formule



Megasupermarkten proberen positie te verwerven



Branchevervaging onder andere bij drogisterijen



PDV-branches toegestaan op bedrijventerrein



Ook in tuincentra meer branchevreemde artikelen



Winkelen via internet

Op perifere locaties is detailhandel veelal specifiek bestemd of via een vrijstelling geregeld. Geconstateerd kan worden dat bedrijven, die zich vanwege de aard en omvang van de artikelen (volumineus) op een perifere locatie mogen vestigen (PDV-beleid), in toenemende mate branchevreemde artikelen verkopen. Zo zijn er bouwmarkten die ook speelgoed aanbieden en tuincentra die huishoudelijke artikelen verkopen. Om te voorkomen dat structuurverstorende effecten ontstaan voor reguliere winkelgebieden, is handhaving noodzakelijk.

#### *Winkelen via internet*

De omzet van Nederlandse internetwinkels stijgt jaarlijks. Succesvolle aanbieders zijn vaak bestaande winkel- en postorderbedrijven die hun activiteiten uitbreiden via internet (Mexx, Wehkamp, Kijkshop). De fijnmazige winkelstructuur in Nederland draagt ertoe bij dat het kopen via internet waarschijnlijk minder belangrijk zal blijven dan bijvoorbeeld in de Verenigde Staten. In sommige branches (cd-winkels, makelaars, banken, reisbureaus) is de invloed van internet toch al sterk merkbaar.

Vooralsnog gaan marktpartijen ervan uit dat het aandeel van internet als aankoopkanaal beperkt blijft en dat het geen invloed heeft op de winkelstructuur als geheel. In de supermarktbranche wordt reeds een aantal jaren geëxperimenteerd met kopen via internet. Het blijkt nog altijd moeilijk het brede assortiment van een supermarkt, waaronder verse en gekoelde producten, heelhuids, op tijd en tegen concurrerende prijzen thuis te bezorgen. Ahold (albert.nl) is de enige substantiële aanbieder, maar heeft geen landelijke dekking. De omzet van Albert.nl stijgt jaarlijks fors, maar draagt slechts in zeer beperkte mate ( $\pm 1\%$ ) bij aan de totale omzet van Albert Heijn.

Internet kan niettemin op langere termijn in kleinere verzorgingsgebieden (kleine kernen, maar ook kleine buurten of wijken) een interessant verkoopkanaal worden. Internetsupermarkten kunnen in de toekomst mogelijk een belangrijke bijdrage leveren aan het voorzieningenniveau en de leefbaarheid in kleine kernen of buurten waar vanwege het beperkte draagvlak geen winkels meer zijn.

## 2.2 Rijksbeleid

Op 17 mei 2005 is de Nota Ruimte vastgesteld door de Tweede Kamer. In de Nota Ruimte zijn het locatiebeleid uit de Vierde Nota ('ABC-locatiebeleid') en het locatiebeleid voor perifere en grootschalige detailhandelsvestigingen (PDV/GDV-beleid) vervangen door één integraal locatiebeleid voor bedrijven en voorzieningen. Doel is ieder bedrijf een goede vestigingsplaats te bieden zodat een optimale bijdrage wordt geleverd aan de kracht van steden en dorpen.

De invulling van het nieuwe locatiebeleid wordt gedecentraliseerd naar provincies en WGR-plusregio's (onder meer Regio Twente). De provincies en, voorzover het om binnenregionale vraagstukken gaat, de WGR-plusregio's dienen in hun eigen ruimtelijke, verkeers- en vervoerbeleid het integrale locatiebeleid te concretiseren. Uitgangspunt hierbij is dat nieuwe vestigingslocaties voor detailhandel niet ten koste mogen gaan van de bestaande detailhandelsstructuur in wijkwinkelcentra en binnensteden. Verder dienen provincies en WGR-plusregio's te reguleren dat bedrijven en voorzieningen die

vanwege veiligheid, hinder en verkeersaantrekkende werking niet inpasbaar zijn in woonbebouwing, ruimte wordt geboden op daarvoor te bestemmen (bedrijven)terreinen. Ook dient aan nieuwe en bestaande bedrijven en voorzieningen met omvangrijke goederenstromen en/of een omvangrijke verkeersaantrekkende werking en/of arbeids- en bezoekersintensieve functies, ruimte te worden geboden op locaties met een goede aansluiting op (bij voorkeur verschillende vormen) verkeers- en vervoersverbindingen.

De Nota Ruimte geeft gemeenten de mogelijkheid om in hun bestemmingsplan een aparte bestemming op te nemen voor perifere detailhandel. De provincies zijn verplicht gezamenlijk richtlijnen op te stellen met betrekking tot branchebeperkingen voor perifere detailhandel. Het Interprovinciaal Overleg heeft deze richtlijnen inmiddels opgesteld. Het gaat om een minimpakket aan richtlijnen, een strenger beleid door individuele provincies is mogelijk\*.

---

\* Interprovinciaal overleg (2006), Perifere detailhandel

De IPO-richtlijnen dienen nog te worden geaccordeerd door het kabinet.

Het IPO geeft prioriteit aan de positie van de bestaande winkelgebieden. Vernieuwing of uitbreiding vindt bij voorkeur plaats binnen of onmiddellijk grenzend aan bestaande winkelgebieden. Grootschalige winkelvoorzieningen worden bij voorkeur geacommodeerd op binnenstedelijke locaties. Vestiging van detailhandel in het buitengebied (weidewinkels) is niet toegestaan.

Detailhandel voor niet-frequente doelgerichte aankopen is alleen op perifere locaties toegestaan als deze moeilijk inpasbaar is in bestaande winkelgebieden. Thematische ontwikkelingen zijn alleen dan toegestaan als er geen ruimte is aangrenzend aan bestaande centra en als het thema specifiek aan de perifere locatie is gebonden.

Grootschalige detailhandel met een bovenlokale verzorgingsfunctie sluit bij voorkeur aan op bestaande detailhandelsconcentraties en dient goed bereikbaar te zijn met openbaar vervoer en auto. Clusters van



Bouwmarkt moeilijk inpasbaar in bestaand gebied



N18 gaat ten noorden van de kern lopen



Woningbouwlocaties in noordzijde Haaksbergen

grootschalige detailhandel (eventueel in combinatie met leisure) kunnen alleen worden geconcentreerd in stedelijke netwerken nabij knooppunten met een bovenregionale functie. Onderzoek moet aantonen dat deze ontwikkeling geen ontwrichting van de bestaande detailhandelstructuur tot gevolg heeft.

Opgemerkt moet worden dat de werking van het PDV/GDV-beleid met de Nota Ruimte niet ineens is opgeheven. Het maakt immers nog onderdeel uit van het vigerende ruimtelijke beleid op gemeentelijk en provinciaal niveau. Gemeenten en provincies kunnen er bij het vaststellen van nieuw beleid voor kiezen hun ruimtelijke detailhandelsbeleid te wijzigen.

### 2.3 Ontwikkelingen en beleid Haaksbergen

In het Structuurplan Haaksbergen 2015\* wordt het kader voor ruimtelijke ontwikkeling van de gemeente Haaksbergen beschreven. Bestaande plannen als de Woonvisie 2003+,

\* Gemeente Haaksbergen (2006), Structuurplan Haaksbergen 2015

het Gemeentelijk Verkeer- en Vervoerplan en het Centrumplan zijn als kader gebruikt. Belangrijk onderdeel in het structuurplan is het nieuwe tracé voor de N18 ten noorden van de kern. De huidige N18 zal dan meer een lokale ontsluitingsweg worden. Daarnaast gaat het structuurplan in op toekomstige locaties voor woningen en bedrijventerreinen.

#### *Vraagzijde*

De totale gewenste uitbreiding van de woningvoorraad in de gemeente Haaksbergen is geraamd op circa 1.400 woningen in de periode 2003-2012\*. De woningbouw is gepland op de uitbreidingslocaties Wissinkbrink en Veldmaat aan de noordzijde van Haaksbergen en op een aantal inbreidingslocaties (onder andere Frankenhuisterrein en Marktpassageplan)\*\*.

De gemeente gaat uit van een stijging van het inwonertal van 700 personen tot 2017. Het totaal aantal inwoners in de gemeente Haaksbergen zal dan circa 25.000 bedragen.

\* Companen (2004), Gemeente Haaksbergen Woonvisie 2003+

\*\* Royal Haskoning (april 2006), Inbreidingslocaties Haaksbergen 2015

### Aanbodzijde

Voor het centrum wordt ingezet op een tweepolenstructuur met een 'fun-pool' met horeca rond de Markt en een 'run-pool' met detailhandel in volumineuze goederen bij de S. Frankenhuisrotonde.\*

Rondom de Markt worden Spoorstraat, Blankenburgerstraat, Molenstraat en Von Heijndenstraat levendige winkelstraten met duidelijke entrees bij de centrumring. Nieuwe ontwikkelingen voor kantoren en woningen zijn in het nieuwe bestemmingsplan in deze straten niet toegestaan\*\*. De overige straten binnen de centrumring zijn bestemd voor woningen, kantoren en bedrijven. Nieuwe ontwikkelingen voor winkels en horeca zijn hier niet toegestaan.

Door Rabo Vastgoed worden plannen gemaakt voor het Marktpassageplan\*\*\*. Voor het commerciële deel wordt uitgegaan van

\* Gemeente Haaksbergen (1998), Ontwikkelingsplan Centrum

\*\* Gemeente Haaksbergen (2003), Bestemmingsplan Centrum Haaksbergen

\*\*\* Rabo Vastgoed (2005), Concept Studie Marktpassage; Rabo Vastgoed (2006), Studie Centrumplan

± 6.900 m<sup>2</sup> bedrijfsvloeroppervlak (bvo), waarvan ± 5.300 m<sup>2</sup> bvo winkels. De supermarkt vormt de belangrijkste trekker. Ten behoeve van het commerciële programma zijn 170 parkeerplaatsen voorzien onder het winkelcentrum. Ter vervanging van de huidige parkeerplaatsen die verloren gaan, worden achter Molenstraat 12-14 circa 70 parkeerplaatsen aangelegd.

Buiten het centrum kiest de gemeente in het structuurplan voor handhaving van buurtwinkelcentrum Veldmaat. Hier is een kwalitatieve upgrading gewenst. Daarnaast wordt een zoeklocatie voor voorzieningen aangegeven ter hoogte van de nieuwe wijken Hassinkbrink en Wissinkbrink. Hier wordt vooral gedacht aan sociaal-maatschappelijke voorzieningen (bijvoorbeeld school), maar ook aan commerciële functies als een cafetaria. Aard, omvang en exacte locatie moeten nog nader worden onderzocht.



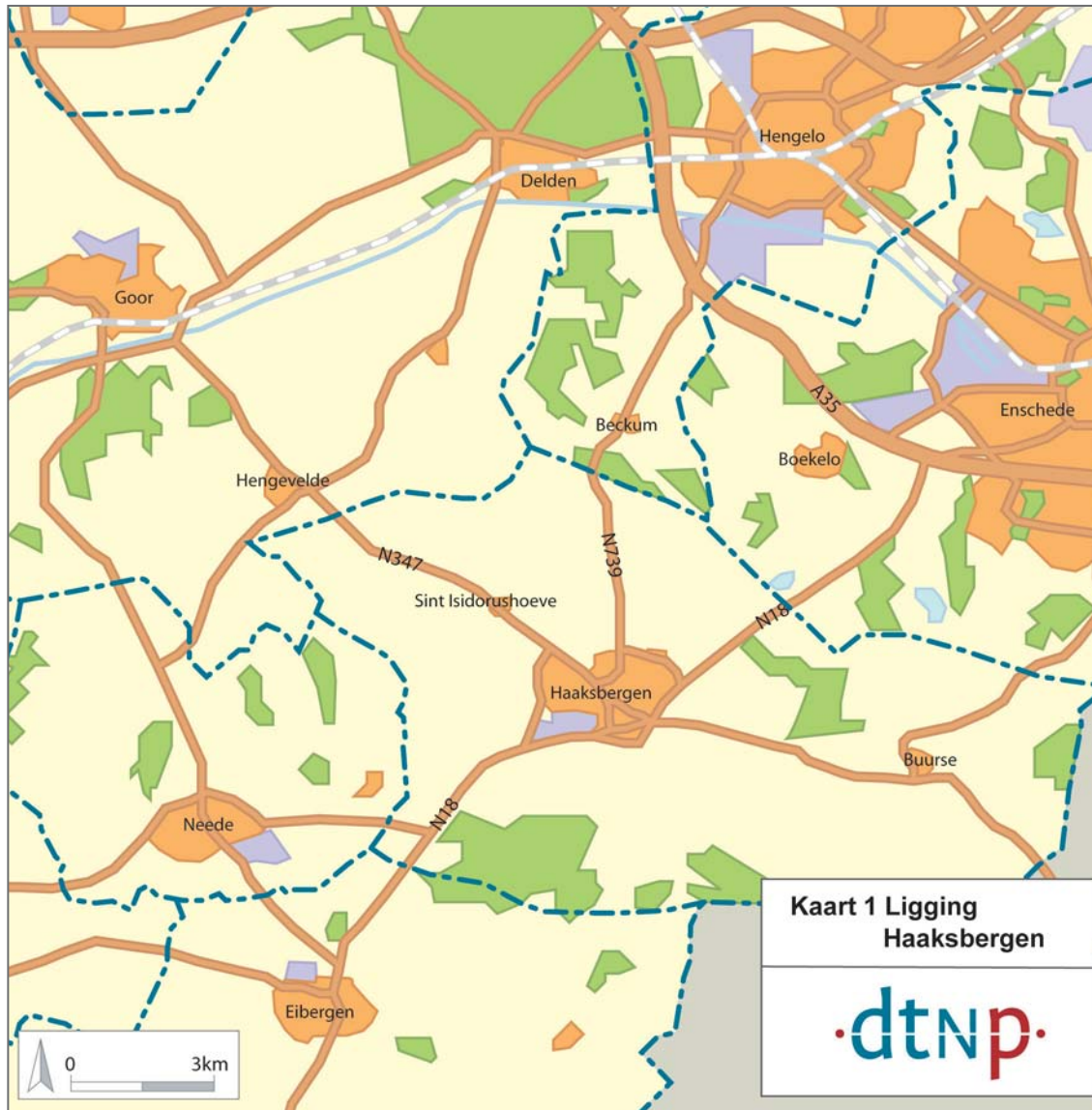
'Fun-pool' met horeca rondom de markt



Duidelijke entrees bij centrumring creëren



Aantrekkelijke omgeving voor toeristen



### 3 Analyse huidige situatie

#### 3.1 Situering

De gemeente Haaksbergen ligt in het zuiden van Twente (provincie Overijssel) bij de grens met Duitsland. De gemeente telt in totaal ruim 24.300 inwoners (1-1-2006) en bestaat uit de hoofdkern Haaksbergen ( $\pm 20.000$  inwoners), de kleinere kernen Buurse ( $\pm 1.400$  inwoners) en Sint Isidorushoeve ( $\pm 1.200$  inwoners) en enkele kleine buurtschappen. De kern Haaksbergen wordt ontsloten door de provinciale wegen N18, N347 en N739. De landelijke omgeving en diverse attracties trekken veel toeristen. Vooral in de zomer profiteren voorzieningen in Haaksbergen van de bestedingen van (verblijfs)toeristen. Het aantal toeristische overnachtingen in Haaksbergen bedraagt jaarlijks circa 131.000. Dit komt neer op  $\pm 360$  standaardconsumenten (131.000 overnachtingen/365 dagen). De gemeente zet in op een versterking van het verblijfs- en dagtoerisme\*.

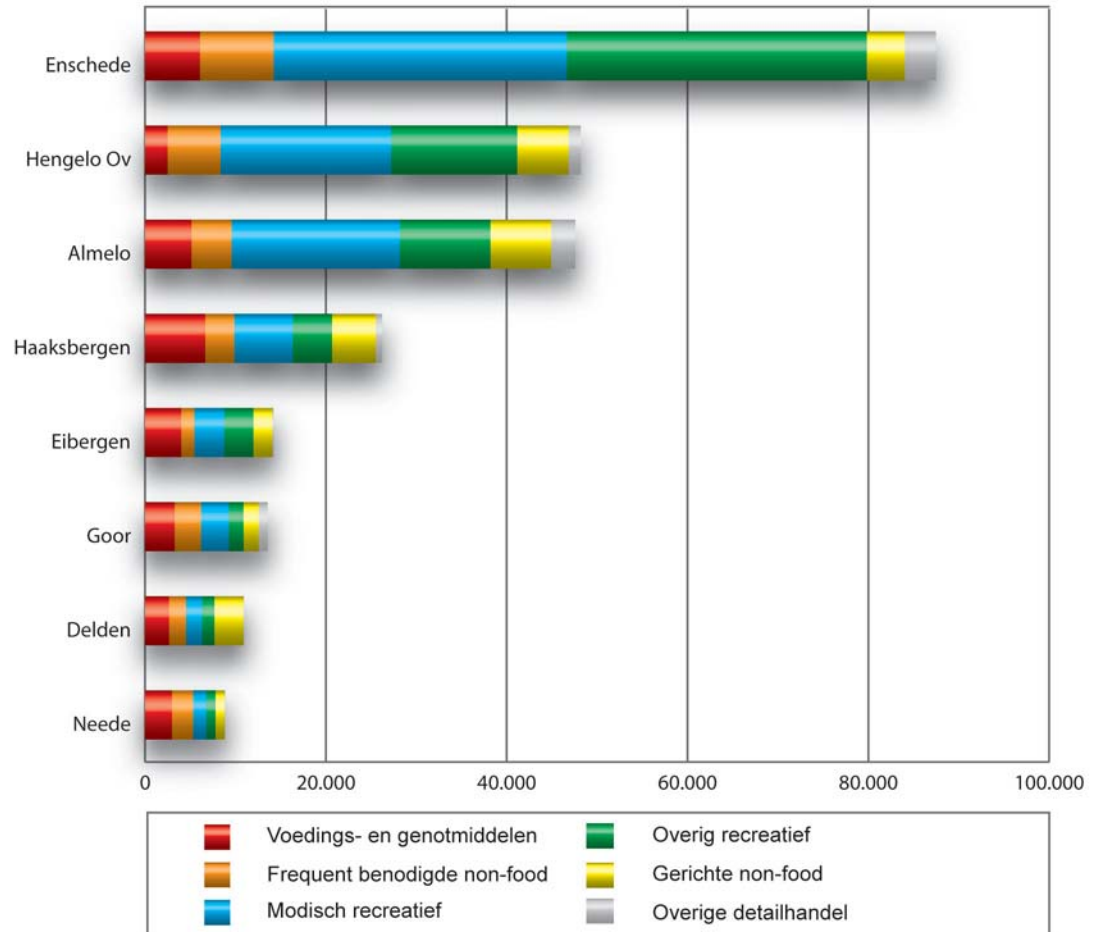
\* Gemeente Haaksbergen (2004), Beleidsplan recreatie en toerisme gemeente Haaksbergen

Op ruim 10 kilometer van Haaksbergen liggen de grote kernen Enschede en Hengelo. De centra van deze kernen zijn belangrijke aankoopplaatsen voor inwoners uit Haaksbergen, met name voor recreatieve branches (onder andere mode). Uit recent onderzoek\* blijkt dat ruim een kwart van de bestedingen van inwoners van Haaksbergen aan kleding wordt gedaan in Enschede, en nog eens 10% in Hengelo. In de branche woninginrichting zijn inwoners uit Haaksbergen vooral gericht op grotere plaatsen in de regio, met name Enschede.

Voor dagelijkse aankopen zijn inwoners van Haaksbergen hoofdzakelijk gericht op het eigen winkelapparaat (koopkrachtbinding 96%). De nabijgelegen kleinere plaatsen Neede, Eibergen, Goor en Delden hebben elk een compleet dagelijks aanbod. De toevloeiing vanuit deze plaatsen is dan ook beperkt. Het winkelaanbod in het centrum van Haaksbergen heeft dan ook vooral een lokaal verzorgende functie.

\* Goudappel Coffeng (2005), Koopstromen-onderzoek, deelrapport gemeente Haaksbergen

**Figuur 2** Winkelaanbod in centrum van Haaksbergen en in centra van omliggende kernen (in m<sup>2</sup> wvo)



Bron: Locatus Verkenner, april 2006; bewerking Droogh Trommelen en Partners



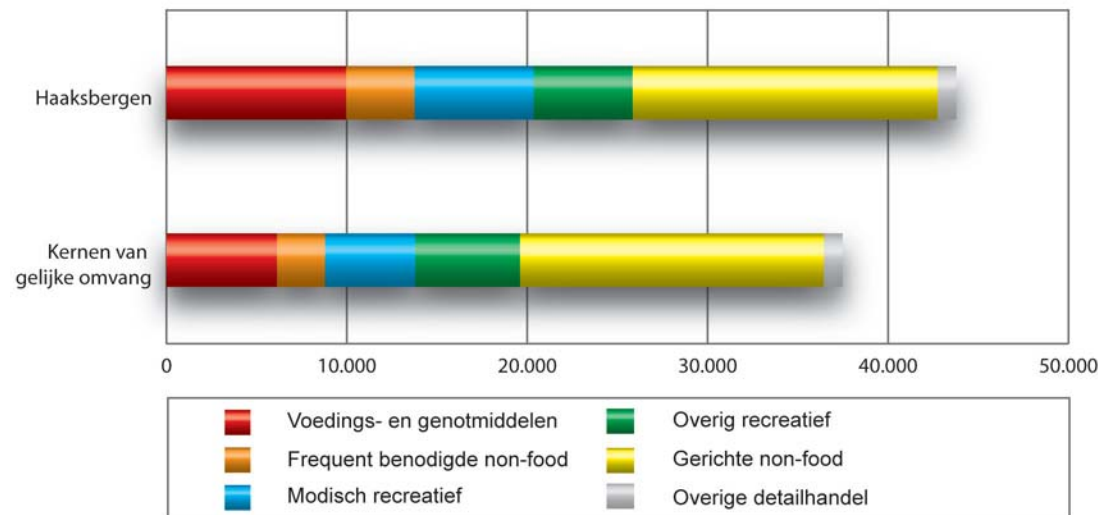


Ter Huurne Hollandmarkt nabij de Duitse grens



Relatief groot aanbod voedings- en genotmiddelen

**Figuur 3 Winkelaanbod in de kern Haaksbergen en in kernen van gelijke omvang (in m<sup>2</sup> wvo)**



Bron: Locatus Verkenner, april 2006; bewerking Droogh Trommelen en Partners

### 3.2 Winkelaanbod Haaksbergen

#### *Gemeente Haaksbergen*

Vrijwel het gehele winkelaanbod in de gemeente Haaksbergen bevindt zich in de kern Haaksbergen. In en bij de kleine kernen van de gemeente zijn slechts enkele winkels gevestigd. Zo heeft Buurse voor dagelijkse aankopen de Dorpswinkel en bevindt zich op het bedrijventerrein bij Sint Isidorushoeve een bouwmarkt Multimate. Daarnaast is nabij Buurse, op de grens met Duitsland, een grote supermarkt gevestigd (Ter Huurne Hollandmarkt). Deze winkel is hoofdzakelijk gericht op consumenten uit Duitsland en heeft voor de winkelstructuur in Haaksbergen naar verwachting nauwelijks invloed.

#### *Kern Haaksbergen*

Het aanbod in Haaksbergen is met bijna 44.000 m<sup>2</sup> winkelvloeroppervlak (wvo) groter dan gemiddeld in kernen met hetzelfde aantal inwoners (± 37.500 m<sup>2</sup> wvo) (zie figuur 3). Vooral het winkelaanbod in de branches voedings- en genotmiddelen, huishoudelijke artikelen en kleding is in Haaksbergen relatief groot. In bijlage 1 en 2 zijn een toelichting en een overzicht per branche opgenomen.

Het winkelaanbod in de kern Haaksbergen ligt verspreid over twee winkelgebieden en enkele solitaire winkels (zie figuur 4). Het centrum is veruit het grootste winkelgebied en heeft een omvang van ruim 26.000 m<sup>2</sup> wvo (zie paragraaf 3.4). Hier is zowel het grootste deel van het dagelijkse aanbod als vrijwel het gehele winkelaanbod in recreatieve branches (zoals mode, sport, warenhuis, bruin- en witgoed) gevestigd.

In het noorden van de kern bevindt zich buurtwinkelcentrum Veldmaat (± 3.100 m<sup>2</sup> wvo). De omvang van het winkelaanbod wordt hier hoofdzakelijk bepaald door een eigentijdse supermarkt Plus. In de nabijheid van deze trekker zijn aan de Veldmaterstraat nog enkele winkels in diverse branches gevestigd. Er is geen sprake van een compleet en samenhangend winkelgebied. Tegenover de supermarkt is een parkeerterrein aanwezig.

Buiten deze winkelgebieden is er enige verspreide bewinkeling aanwezig, waaronder de solitaire supermarkt Sanders aan de Ferdinand Bolstraat en enkele winkels voor doelgerichte aankopen (Gamma, Casa Flora).

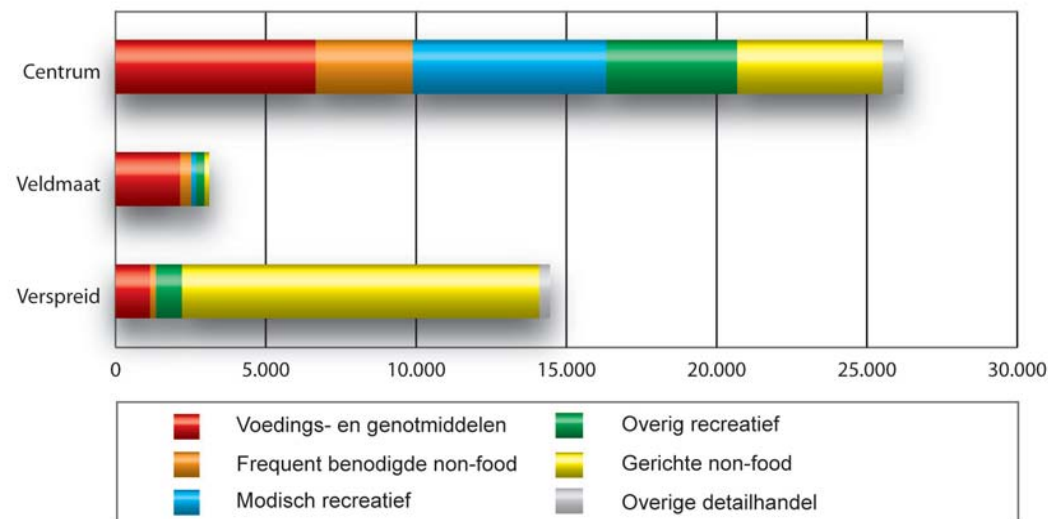


Plus belangrijkste trekker in winkelcentrum Veldmaat



Solitaire supermarkt Sanders aan Ferdinand Bolstraat

**Figuur 4 Spreiding winkelaanbod Haaksbergen (in m<sup>2</sup> wvo)**



Bron: Locatus Verkenner, april 2006; bewerking Droogh Trommelen en Partners

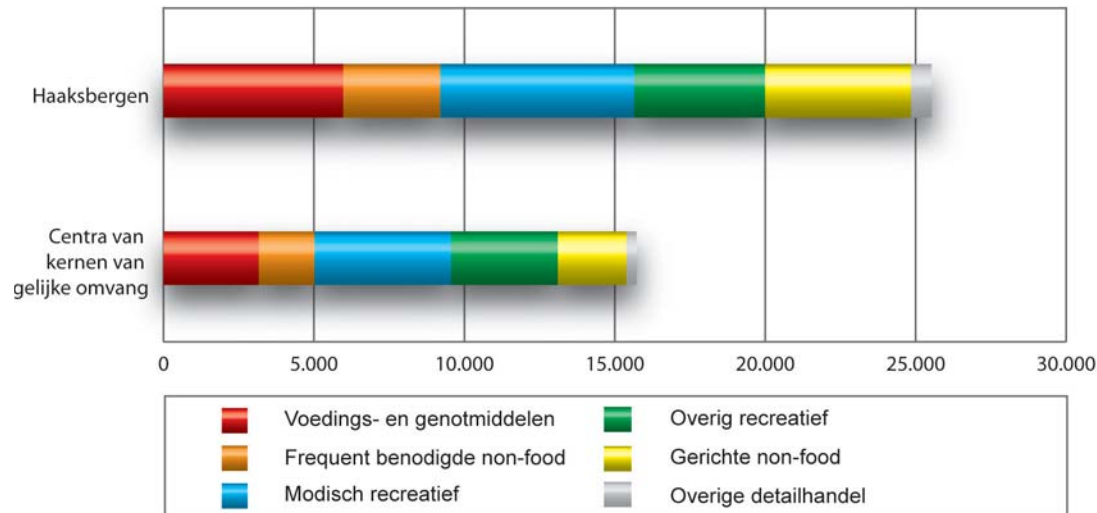


Vijf supermarkten zorgen voor groot dagelijks aanbod



Ook uitgebreid aanbod in recreatieve branches

**Figuur 5 Winkelaanbod in centrum van Haaksbergen en centra van kernen van gelijke omvang (in m<sup>2</sup> wvo)**



Bron: Locatus Verkenner, april 2006; bewerking Droogh Trommelen en Partners

### Centrum Haaksbergen

Het winkelaanbod in het centrum van Haaksbergen is met ruim 26.000 m<sup>2</sup> wvo zeer groot in vergelijking met centra van kernen met hetzelfde aantal inwoners (ruim 15.000 m<sup>2</sup> wvo). In alle branchegroepen is het aanbod in het centrum van Haaksbergen groter dan gemiddeld (zie figuur 5).

In het centrum van Haaksbergen bevinden zich zowel winkels gericht op dagelijkse boodschappen als winkels in meer recreatieve branches. Het aanbod voor dagelijkse boodschappen wordt gevormd door de branches voedings- en genotmiddelen, drogisterij-artikelen, huishoudelijke artikelen en bloemen en planten. Voor vrijwel al deze branches geldt dat het aanbod in het centrum van Haaksbergen circa twee keer zo groot is als gemiddeld.

Voor recreatief winkelen is vooral het relatief uitgebreide aanbod in de branches kleding en sport en spel opvallend. De aanwezigheid van een woninginrichtingszaak en een doe-het-zelfzaak in het centrum zorgen voor een relatief groot aanbod gerichte non-food.

### 3.3 Huidig functioneren

Het koopstromenonderzoek (Goudappel Coffeng, 2005) geeft inzicht in het draagvlak van de winkels in Haaksbergen. Op basis van telefonische enquêtes zijn koopkrachtbinding en -toevloeiing vastgesteld. Met deze cijfers kan een indicatie van het huidig economisch functioneren van het winkelapparaat in Haaksbergen worden berekend (effectieve vloerproductiviteit of omzet per m<sup>2</sup> wvo). In bijlage 3 is een uitgebreide uitleg te vinden van de gebruikte begrippen bij de berekening.

De effectieve vloerproductiviteit (omzet per m<sup>2</sup> wvo) geeft een indicatie van het economisch functioneren van de winkels in de betreffende sector. Op basis hiervan kan echter niet direct een conclusie worden getrokken over de eventuele uitbreidingsruimte. Op basis van de indicatieve berekening lijkt het winkelaanbod voedings- en genotmiddelen in Haaksbergen beneden het landelijk gemiddelde te functioneren (€ 5.100 per m<sup>2</sup> wvo ten opzichte van € 7.100 gemiddeld in Nederland). Het winkelaanbod in duurzame en overige goederen lijkt gemiddeld te functioneren.

**Tabel 1 Indicatie economisch functioneren winkels in voedings- en genotmiddelen**

Toonbankbestedingen	€ 1.954
Aantal inwoners	24.300
Koopkrachtbinding	95%
Gebonden bestedingen	€ 45,1 mln
Koopkrachttoevloeiing*	10%
Totale bestedingen	€ 50,1 mln
Aanwezig aanbod (m <sup>2</sup> wvo)	10.000
Omzet per m <sup>2</sup> wvo	€ 5.000
Gem. omzet per m <sup>2</sup> wvo	€ 7.100

**Tabel 2 Indicatie economisch functioneren winkels duurzame en overige goederen\*\***

Toonbankbestedingen	€ 1.797
Aantal inwoners	24.300
Koopkrachtbinding	70%
Gebonden bestedingen	€ 30,6 mln
Koopkrachttoevloeiing	25%
Totale bestedingen	€ 40,8 mln
Aanwezig aanbod (m <sup>2</sup> wvo)	16.900
Omzet per m <sup>2</sup> wvo	€ 2.400
Gem. omzet per m <sup>2</sup> wvo	€ 2.400

\* incl. bestedingen door toeristen (360 standaardconsumenten x € 1.954 x 95% binding = ± 1% toevloeiing)

\*\* zonder de branches wonen en doe-het-zelf



Koopstromenonderzoek geeft inzicht in draagvlak



Food-winkels hebben gemiddeld lage omzet per m<sup>2</sup>



Non-foodwinkels functioneren gemiddeld



Veel vrije plaatsen op parkeerterrein Mr. Eenhuisstraat



Paaltjes sluiten de Markt af voor autoverkeer



Betaald parkeren in de winkelstraten

### 3.4 Ruimtelijke structuur centrum

#### *Ligging en bereikbaarheid*

Het centrum van Haaksbergen ligt enigszins decentraal in de kern, globaal tussen Stationsstraat en Zeedijk, en wordt gevormd door Spoorstraat, Blankenburgerstraat, Markt, Von Heijdenstraat en Molenstraat.

De autobereikbaarheid vanuit de verschillende wijken van Haaksbergen en vanuit de omgeving is goed. De winkelstraten zijn bereikbaar via de ringweg rondom het centrum. Deze centrumring wordt ontsloten door de N18, N347 en N739.

#### *Parkeren en verkeer*

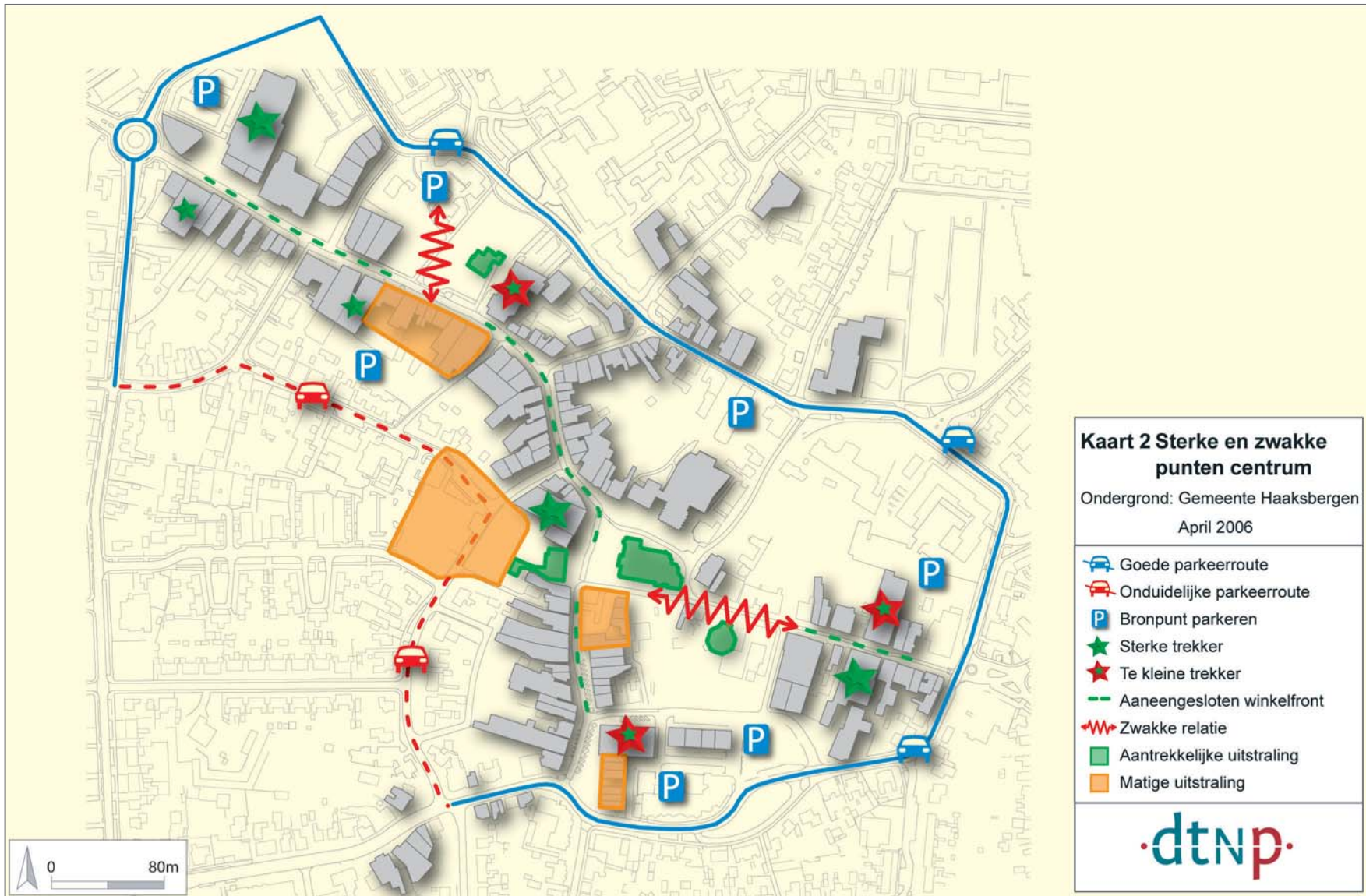
De meeste parkeerterreinen in het centrum liggen aan de achterzijde van de supermarkten. Daarnaast is aan de Mr. Eenhuisstraat een parkeerterrein gelegen, dat via een voetpad verbonden is met de Spoorstraat. Door de matige zichtbaarheid en verbinding met het winkelgebied wordt dit parkeerterrein niet optimaal gebruikt.

De autobereikbaarheid van de parkeerlocaties is goed. Vrijwel alle parkeerterreinen worden

direct ontsloten door de centrumring, die tevens onderdeel is van de parkeerroute rondom het centrum. Ten zuidwesten van het winkelgebied is de parkeerroute enigszins onduidelijk (door kleinere woonstraten).

De winkelstraten zijn ingericht als eenrichtings verkeerwegen. De Spoorstraat is ter hoogte van de Hibbertsstraat door middel van paaltjes afgesloten voor autoverkeer. Het is dus niet mogelijk door de Spoorstraat naar de Markt te rijden. In alle winkelstraten zijn verspreid voor de winkels enkele langspaarkeerplaatsen aanwezig.

Op de parkeerterreinen in het centrum geldt een kortparkeerregime (blauwe zone). In de winkelstraten is betaald parkeren ingevoerd.





In Spoorstraat zijn veel landelijke ketens gevestigd



Hema is belangrijke trekker op de Markt



Lokale modische aanbieder in Von Heijdenstraat

### *Routing en opzet*

Het centrum van Haaksbergen bestaat grofweg uit vier delen: Markt, Spoorstraat, Molenstraat en Von Heijdenstraat. De Markt is het centrale plein met de Pancratiuskerk als belangrijke blikvanger. De winkelstraten Spoorstraat, Molenstraat en Von Heijdenstraat verbinden de Markt met de centrumring. Het centrum van Haaksbergen heeft een langgerekte structuur. De afstand tussen Salomon Frankenhuisrotonde en Zeedijk bedraagt circa 700 meter.

De supermarkten Jumbo, Albert Heijn, Aldi, Dirk van den Broek en Sanders en warenhuis Hema zijn de belangrijkste publiektrekkers in het centrum. De supermarkten liggen goed gespreid over het winkelgebied, aan de uiteinden van winkelstraten (met uitzondering van Albert Heijn).

De Spoorstraat is het sterkst bewinkeld met trekkers Albert Heijn en Jumbo en subtrekkers als Blokker, Zeeman, Scapino en Vögele. De Markt heeft de Hema als belangrijke trekker. Verder is de winkelfunctie van dit plein beperkt. In de Molenstraat is vooral de westelijke winkelwand aantrekkelijk, met

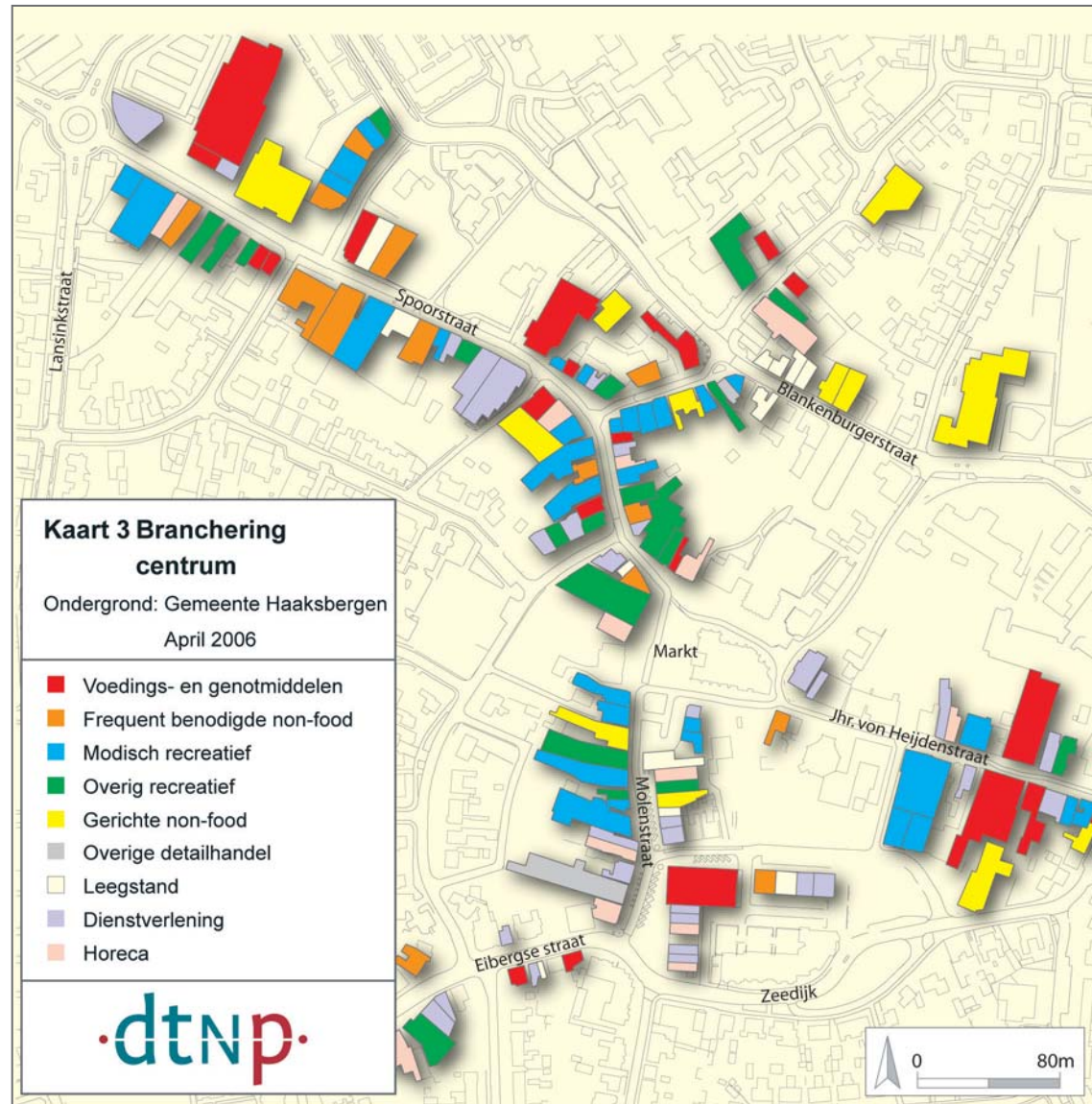
enkele grotere modezaken (zoals Het Broekenhuis). Aan het uiteinde van deze straat zijn Sanders en Action de belangrijkste trekkers. De Von Heijdenstraat heeft met de supermarkten Dirk van den Broek en Aldi twee belangrijke trekkers. Aldi heeft een tweede entree aan de achterzijde bij het parkeerterrein.

Het winkelfront in het centrum wordt op enkele plaatsen onderbroken door niet-winkelfuncties, zoals woningen, kerken en dienstverlenende instanties. Met name rondom de Markt, richting de Von Heijdenstraat en aan de oostwand van de Molenstraat is de winkelfunctie beperkt. Hierdoor is de relatie tussen winkels aan de Von Heijdenstraat en de overige winkels in het centrum matig. Ook in de Spoorstraat wordt het winkelfront onderbroken door een dichte afscheiding van een tuin en het kantoor in de noordwand en een matige invulling aan de zuidzijde van de straat.

### Spreiding en kwaliteit aanbod

Het centrum van Haaksbergen heeft, naast een ruim winkelaanbod voor dagelijkse boodschappen een gevarieerd modisch en overig recreatief winkelaanbod. Het aanbod voor dagelijkse boodschappen wordt voor een belangrijk deel gevormd door de vijf supermarkten. Deze supermarkten zijn goed gespreid over verschillende marktsegmenten. Een aantal van deze trekkers is aan de kleine kant (< 1.000 m<sup>2</sup> vvo). Naast deze trekkers is er een zeer uitgebreid overig dagelijks aanbod, met versspecialzaken, drogisterijen, bloemenwinkels en winkels voor huishoudelijke artikelen. Het grootste deel van het dagelijks aanbod is gevestigd in de Spoorstraat (tussen Albert Heijn en Jumbo).

De meeste winkels in modisch en overig recreatieve branches zijn gevestigd aan de Spoorstraat (tussen Blankenburgerstraat en Markt) en aan de westzijde van de Molenstraat. Het aanbod bestaat zowel uit landelijke ketens (onder andere Intersport, Hema, Vögele, Ter Stal, Wibra) als uit lokale aanbieders (zoals Het Broekenhuis, Schuurman Schoenen, Konings Schoenen). In de Von Heijdenstraat is een aantal lokale







Spoorstraat toegankelijk voor autoverkeer



Horecagelegenheid aan de Markt



Matige uitstraling deel Molenstraat

modezaken gevestigd (onder meer Klaver). Wat opvalt is dat de filiaalwinkels vooral gevestigd zijn in de Spoorstraat. De meeste winkels bevinden zich in het midden- en lagere marktsegment.

Het aantal winkels voor doelgerichte aankopen in het centrum is beperkt. Vanwege aard en omvang van de goederen vestigen deze winkels veelal buiten centrumgebieden. Meest opvallende aanbieder in deze branche is woninginrichtingszaak Te Lintelo in de Spoorstraat.

Naast winkels zijn verspreid over het centrum diverse horecagelegenheden en dienstverlenende bedrijven (zoals reisbureau, bank, kapper) gevestigd, onder meer rondom de Markt en aan de uiteinden van de winkelstraten. Op woensdag wordt op de Markt de warenmarkt gehouden.

#### *Uitstraling en inrichting*

Aan de Markt en in de Von Heijdenstraat staan diverse historische panden, zoals de twee kerken, het oude gemeentehuis, het parochiehuis, het voormalige notarishuis en het Richterhuis. Dit deel van het centrum heeft daardoor een kwalitatief goede uitstraling, hoewel de winkelfunctie hier beperkt is. In de Spoorstraat en Molenstraat is de uitstraling van de winkelpanden van wisselende kwaliteit. Met name aan de oostwand van de Molenstraat heeft de bebouwing veelal verouderde uitstraling.

Ook de inrichting van de openbare ruimte is van wisselende kwaliteit. Er is weinig eenheid in bestrating in de verschillende delen van het centrum. Het (auto)verkeer in de winkelstraten zorgt voor levendigheid en een goede bereikbaarheid. Een onduidelijk onderscheid tussen trottoir en rijbaan levert echter regelmatig onveilige situaties op. Het verblijfsklimaat van de Markt is nu matig vanwege een rommelige inrichting en onduidelijke pleinwanden.

### 3.5 Bezoekersenquête

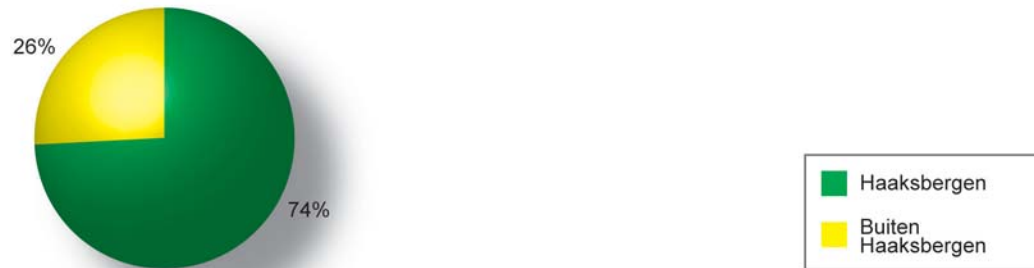
Om inzicht te krijgen van kenmerken en meningen van bezoekers aan het centrum van Haaksbergen zijn op een dinsdag en een zaterdag in april per dag verspreid over het centrum 100 bezoekers ondervraagd. Dit aantal is geen representatieve steekproef, maar is wel voldoende groot om een goed beeld te krijgen over met name kwalitatieve aspecten in het centrum. De vragenlijst is terug te vinden in bijlage 4.

#### *Herkomst bezoekers en bezoekfrequentie*

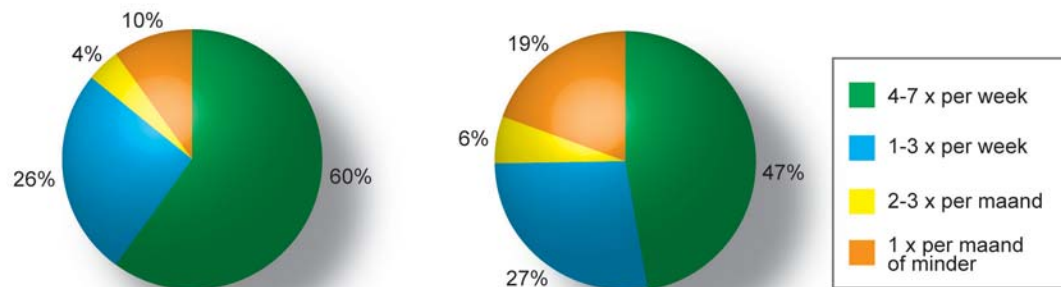
Van de geënquêteerden is circa driekwart afkomstig uit de kern Haaksbergen. Op dinsdag is dit percentage iets hoger dan op zaterdag. Hieruit valt af te leiden dat het centrum voor een belangrijk deel een lokaal verzorgende functie heeft.

Het merendeel van de ondervraagden bezoekt het centrum meer dan een keer per week. Op dinsdag geeft maar liefst 60% van de ondervraagden aan 4 tot 7 keer per week te komen. Frequent bezoek geeft een indicatie dat het centrum een belangrijke functie vervult voor dagelijkse boodschappen.

**Figuur 6** Herkomst bezoekers

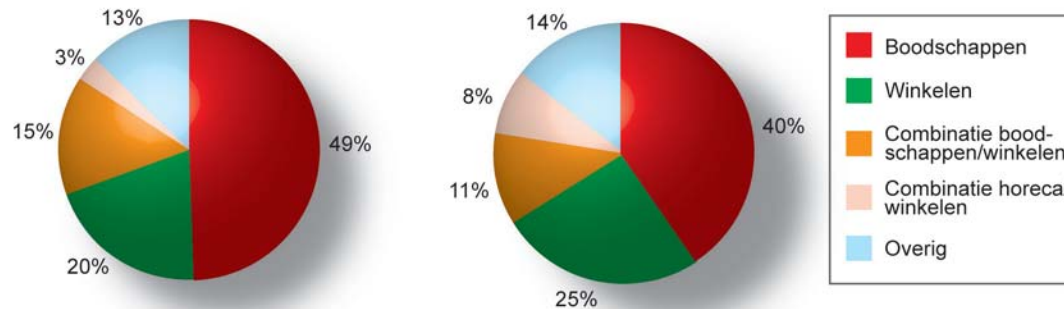


**Figuur 7** Bezoekfrequentie

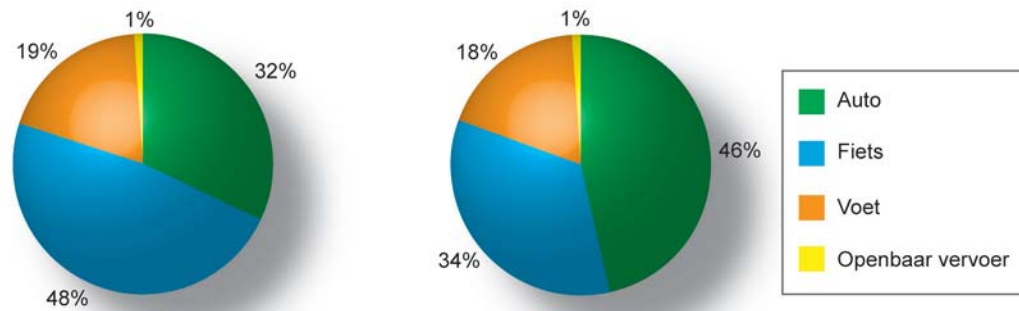


Droogh Trommelen en Partners, 2006

**Figuur 8 Bezoekmotief**



**Figuur 9 Vervoerswijze**



Droogh Trommelen en Partners, 2006

### *Bezoekmotief*

De voorzichtige conclusie in de vorige vraag wordt bevestigd door de vraag naar het motief van het bezoek aan het centrum. Ongeveer de helft van de geënquêteerden op dinsdag komt alleen om boodschappen te doen, op zaterdag ligt dit percentage iets lager. Daarnaast is er ook nog een aanzienlijk deel van de ondervraagden (10-15%) dat boodschappen doen combineert met recreatief winkelen. In het weekend ligt het percentage recreatief winkelen (al of niet in combinatie met een horecabezoek) iets hoger.

### *Vervoerswijze*

Op de vraag met welk vervoermiddel men naar het centrum is gekomen geeft op dinsdag bijna de helft van de ondervraagden de fiets als antwoord. Circa eenderde is met de auto gekomen. Op zaterdag ligt dit percentage ongeveer andersom. Dan is de auto het belangrijkste vervoermiddel.

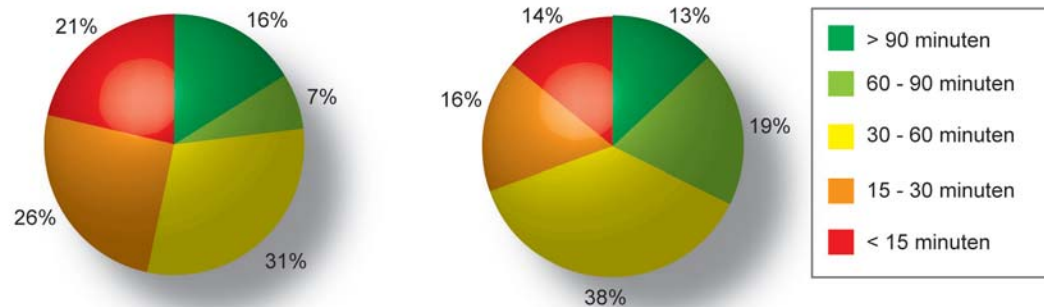
### Bezoekduur

De verwachte bezoekduur van ondervraagden verschilt tussen minder dan een kwartier tot meer dan twee uur. Op dinsdag zijn er meer mensen die aangeven korter te blijven dan op zaterdag. Een korte verblijfsduur (in combinatie met een hoge bezoekfrequentie) is kenmerkend voor een boodschappencentrum. Circa 15% van de ondervraagden geeft aan langer dan anderhalf uur in het centrum te verblijven.

### Bezoekgebieden

De geënquêteerden is ook gevraagd welke delen van het centrum zij hebben bezocht of nog gaan bezoeken. Opvallend is dat de Spoorstraat door vrijwel alle ondervraagden wordt genoemd, al of niet in combinatie met een of meer andere delen. Zowel op dinsdag als op zaterdag scoort de combinatie Spoorstraat-Markt-Molenstraat het hoogst. Op dinsdag wordt ook de combinatie Spoorstraat-Von Heijdenstraat en Spoorstraat-Markt vaak genoemd. Op zaterdag is er een groot aantal ondervraagden dat aangeeft alleen de Spoorstraat te bezoeken.

**Figuur 10** Bezoekduur



Droogh Trommelen en Partners, 2006

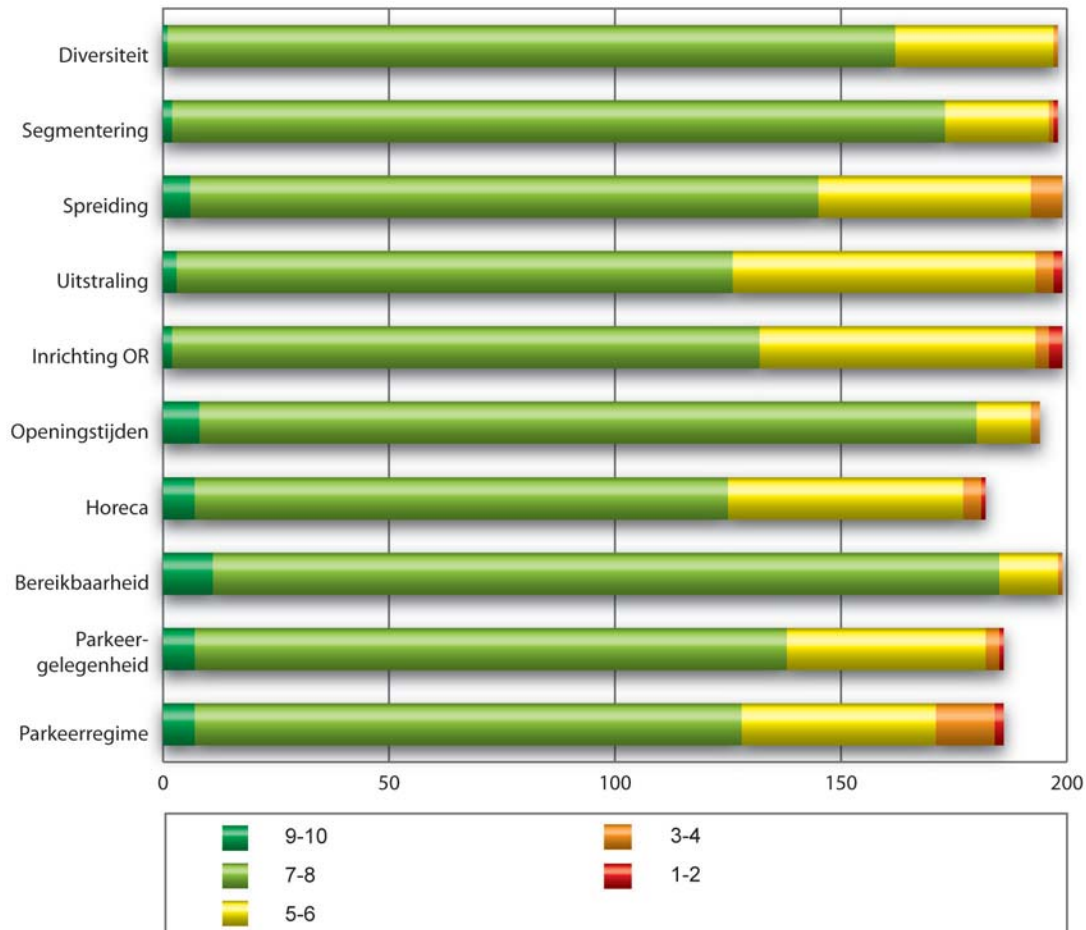


Spoorstraat meest bezochte deel centrum



Markt met Hema wordt ook vaak bezocht

**Figuur 11**      **Kwalitatieve aspecten**



Droogh Trommelen en Partners, 2006

*Sterke en zwakke punten*

Op de vraag wat sterke punten van het centrum zijn, noemen ondervraagden vaak de gezellige sfeer, de parkeersituatie, de compacte opzet en het complete aanbod.

Opvallend is dat bij de zwakke punten vaak min of meer dezelfde onderwerpen worden genoemd. De verkeers- en parkeersituatie, een beperkt winkelaanbod en de lange afstanden in het centrum worden door veel ondervraagden genoemd.

*Beoordeling kwalitatieve aspecten*

Tenslotte is de geënquêteerden gevraagd het centrum te beoordelen op een aantal kwalitatieve aspecten. Voor alle genoemde aspecten geeft een meerderheid van de mensen een ruim voldoende (7 of hoger). Relatief minder goed scoren de aspecten uitstraling, inrichting openbare ruimte, horeca en parkeerregime (blauwe zone). De bereikbaarheid van het centrum en de openingstijden van de winkels worden het best gewaardeerd.

### 3.6 Conclusie analyse

Haaksbergen heeft in vergelijking met kernen van gelijke omvang een groot winkelaanbod. Vooral in de branches voedings- en genotmiddelen, huishoudelijke artikelen en mode heeft Haaksbergen relatief veel winkelmeters. Het winkelaanbod voor voedings- en genotmiddelen functioneert momenteel beneden het landelijk gemiddelde. Het overige winkelaanbod heeft een gemiddelde vloerproductiviteit.

Het grootste deel van het winkelaanbod bevindt zich in het centrum van de kern. Het centrum heeft hoofdzakelijk een functie voor dagelijkse boodschappen voor inwoners uit de eigen kern. Uit de bezoekersenquête blijkt dat driekwart van de bezoekers uit Haaksbergen komt en het centrum hoogfrequent bezoekt met als belangrijkste motief boodschappen doen.

Buurtwinkelcentrum Veldmaat vervult naast het centrum een functie voor dagelijkse aankopen, met een eigentijdse supermarkt als belangrijkste trekker.

**Tabel 3 SWOT-analyse winkelaanbod centrum Haaksbergen**

<b>Sterke punten</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• zeer groot en gevarieerd winkelaanbod (dagelijks en recreatief)</li> <li>• goede autobereikbaarheid</li> <li>• parkeerterreinen goed gespreid rondom het winkelgebied</li> <li>• trekkers goed verspreid over centrum</li> <li>• diverse authentieke panden zorgen voor aantrekkelijke uitstraling</li> </ul>
<b>Zwakke punten</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• decentrale ligging in de kern</li> <li>• verkeerscirculatie door en rondom het centrum onduidelijk</li> <li>• langgerekt winkelgebied</li> <li>• op diverse plaatsen onderbrekingen in winkelfront</li> </ul>
<b>Kansen</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• ontwikkelingslocaties in centrum voor structuurversterkende projecten</li> <li>• toeristisch-recreatieve functie van Haaksbergen en omgeving</li> </ul>
<b>Bedreigingen</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• sterk winkelaanbod omliggende centra</li> <li>• uitbreiding winkelaanbod buiten centrum</li> </ul>



Groot en gevarieerd winkelaanbod centrum



Trekkers zijn goed gespreid over winkelgebied



Diverse authentieke panden aanwezig

## 4 Detailhandelsvisie

### 4.1 Ambities en uitgangspunten

Het centrum van Haaksbergen heeft ook in de toekomst een belangrijke functie voor de dagelijkse boodschappen. Daarnaast is er ruimte voor een gevarieerd recreatief winkelaanbod. Voor uitgebreid recreatief winkelen blijven de centra van Hengelo en Enschede belangrijke aankoopplaatsen.

Het centrum heeft nu reeds een relatief groot en gevarieerd winkelaanbod en een sterke positie in de regio (relatief hoge koopkrachtbinding en -toevloeiing). Om deze positie te behouden moet vooral worden ingezet op een verbetering van de ruimtelijke kwaliteit in het centrum. Dit sluit ook aan op de ambitie van de gemeente Haaksbergen om het centrum te versterken door onder meer een verbetering van de ruimtelijke structuur en een duidelijke begrenzing van het centrum.

### 4.2 Distributieve mogelijkheden

Van belang is na te gaan of de positie van Haaksbergen dusdanig kan versterken dat daardoor een groter winkelaanbod haalbaar wordt. In paragraaf 3.4 is op basis van actuele koopkrachtbindings- en toevloeiingscijfers het huidige economische functioneren berekend. De vraag is of het mogelijk is de binding en/of toevloeiing in de toekomst te laten stijgen. We maken hierbij een onderscheid tussen winkels in voedings- en genotmiddelen en winkels in duurzame en overige goederen.

#### *Voedings- en genotmiddelen*

Voor de voedings- en genotmiddelen geldt dat de huidige binding (95%) niet veel meer kan stijgen. De omliggende kernen (Neede, Eibergen, Delden) hebben een compleet dagelijks aanbod met eigentijdse supermarkten. Dit betekent dat ook een veel hogere toevloeiing dan 10% niet te verwachten is. Ook als de regiofunctie zou verdubbelen (naar 20% toevloeiing) blijft de omzet per m<sup>2</sup> nog altijd ruim onder het gemiddelde.

In de voedings- en genotmiddelensector gaat het, met ± 80% marktaandeel voor de supermarkt, vooral om de supermarkten-structuur. De steeds lagere marges (prijzenoorlog) maken een steeds hogere omzet per m<sup>2</sup> wvo noodzakelijk. Gelet op de huidige marktsituatie verwachten wij dat met name de relatief kleine supermarkten in Haaksbergen (< 1.000 m<sup>2</sup> wvo) op termijn onder druk komen te staan.

In de huidige situatie beschikt Haaksbergen over een aantal relatief grote supermarkten (Jumbo: ± 2.400 m<sup>2</sup> wvo, Plus: ± 2.000 m<sup>2</sup> wvo). Jumbo heeft bovendien aangegeven verder te willen uitbreiden. Aldi en Sanders Ferdinand Bolstraat zijn recent uitgebreid naar een eigentijdse maat. Verwacht mag worden dat ook de overige supermarkten in het centrum zullen willen uitbreiden naar ± 1.500 m<sup>2</sup> of meer om hun marktpositie te kunnen behouden. Ook vanwege de landelijke trend van schaalvergroting in de supermarktbranche zijn deze uitbreidingen noodzakelijk. De noodzakelijke uitbreiding van individuele supermarkten zal de sanering van het aantal supermarkten in Haaksbergen naar verwachting versterken.

#### *Duurzame en overige goederen*

De huidige koopkrachtbinding van (bijna) 70% en toevloeiing van 25% kan, mede gelet op de nabijheid van Hengelo en Enschede, als uitzonderlijk hoog worden beschouwd. Voor de toekomst is het een grote uitdaging een dergelijke kooporiëntatie vast te houden. Ook bij een forse versterking van het aanbod is een substantiële verhoging van deze oriëntatiecijfers niet te verwachten. Ook een analyse van het huidige aanbod en aanwezige winkelformules geeft geen aanleiding te verwachten dat het aanbod duurzame en overige goederen in Haaksbergen substantieel kan (en zal) uitbreiden.

### **4.3 Toekomstige detailhandelsstructuur**

De distributieve mogelijkheden om het winkelaanbod substantieel uit te breiden ontbreken in Haaksbergen. Voor het aanbod voedings- en genotmiddelen is zelfs op termijn een afname van het aantal vestigingen (supermarkten) te verwachten.

#### *Centrum*

Het centrum is en blijft het belangrijkste winkelgebied van Haaksbergen. Om haar positie te kunnen behouden is versterking van de structuur van het centrum gewenst. Dit kan gerealiseerd worden door op strategische locaties winkelontwikkelingen te stimuleren. Uit de bezoekersenquête is gebleken dat boodschappen doen voor de meeste consumenten het belangrijkste bezoekmotief is voor het centrum. Het dagelijks aanbod (supermarkten) blijft de basis voor aanvullend aanbod in recreatieve branches. Gelet op de ambities voor het centrum (versterking positie) en het belang van het dagelijks aanbod daar, is het gewenst buiten het centrum het winkelaanbod voor dagelijkse boodschappen niet verder uit te breiden. Binnen het centrumgebied is uitbreiding van winkels wel toegestaan.

#### *Veldmaat*

In het noorden van de kern vervult buurtwinkelcentrum Veldmaat een functie voor de dagelijkse boodschappen voor inwoners uit de omliggende buurten. De supermarkt (Plus) heeft een eigentijdse omvang en uitstraling. De Veldmaat kan in de

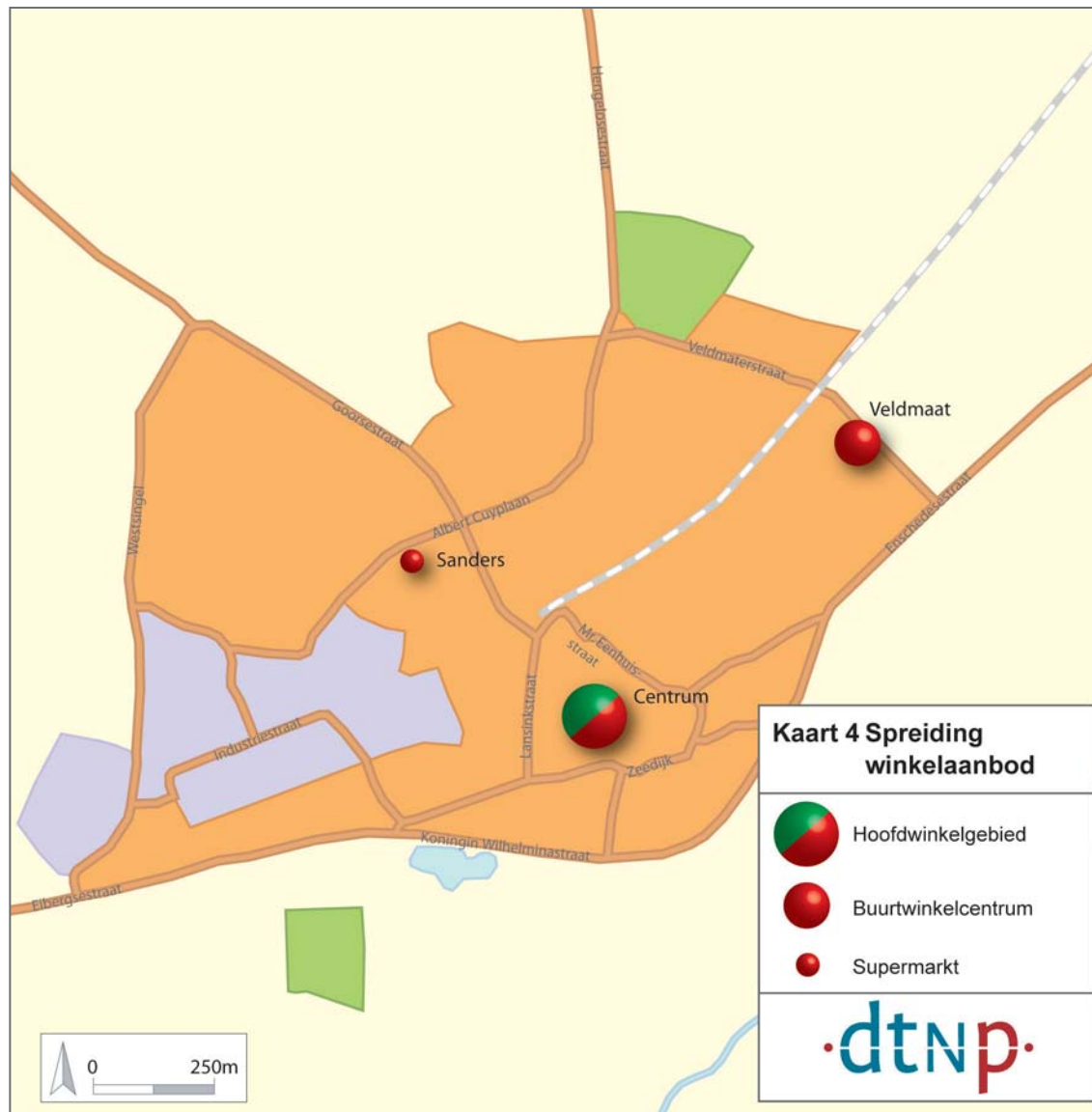
toekomst een ondersteunende functie voor dagelijkse aankopen behouden. De woningbouwontwikkelingen in het noordwesten van de kern Haaksbergen kunnen mogelijk het draagvlak voor de bestaande winkels in de Veldmaat versterken. Substantiële uitbreiding van het winkelaanbod hier is ongewenst.

#### *Overige wijkwinkelvoorzieningen*

Voor dagelijkse boodschappen is verder nog een solitaire supermarkt (Sanders) aan de Ferdinand Bolstraat aanwezig. Deze supermarkt is recent uitgebreid. Verder uitbreiding van het winkeloppervlak is ongewenst om de gewenste versterking van het centrum niet te ondermijnen.

Wij adviseren buiten het centrum geen nieuwe winkelvoorzieningen toe te staan. Nieuwe initiatieven voor winkelontwikkelingen kunnen een belangrijke bijdrage leveren aan de gewenste versterking van het centrum. Dit geldt zowel voor winkels in dagelijkse als recreatieve branches. Bestaande winkels buiten het centrum kunnen gewoon blijven bestaan, maar substantiële uitbreiding is niet gewenst.





#### Volumineuze detailhandel

Voor winkels, die vanwege aard of omvang van de goederen moeilijk in bestaande winkelgebieden kunnen worden ingepast (traditionele PDV-branches), kan een uitzondering worden gemaakt. De gemeente Haaksbergen heeft hiervoor reeds een beleidskader vastgesteld, waarin staat dat winkels in volumineuze goederen (waaronder bouwmarkten, tuincentra en meubeltoonzalen) middels een vrijstelling mogen vestigen op een bedrijventerrein.\*

Het is wel gewenst terughoudend met winkelontwikkelingen op het bedrijventerrein om te gaan. Ook winkels in doe-het-zelf- en tuinartikelen kunnen bij vestiging aan de rand van het centrum een meerwaarde voor het overige aanbod vormen. De gemeente heeft nabij de Salomon Frankenhuisrotonde een locatie aangewezen voor grootschalige volumineuze detailhandel. Wij adviseren op deze locatie alleen detailhandel in volumineuze artikelen toe te staan (doe-het-zelf, tuin, wonen).

\* Gemeente Haaksbergen (2001), Detailhandel en kantoren op bedrijfsterrinen

#### 4.4 Gewenste ruimtelijke structuur centrum

##### *Begrenzing centrum*

Het centrum van Haaksbergen is langgerekt en bestaat uit enkele deelgebieden die niet optimaal met elkaar verbonden zijn. Hierdoor worden enkele delen van het centrum matig bezocht. Om het centrum te versterken is een compacte structuur met een aaneengesloten winkelfront gewenst.

Wij stellen voor een duidelijk begrensd gebied aan te wijzen, waarbinnen (nieuwe) detailhandelsontwikkelingen mogen plaatsvinden en zelfs worden gestimuleerd. Dit centrumgebied wordt in onze visie begrensd door de Stationstraat, Mr. Eenhuisstraat, Blankenburgerstraat, Sterrebosstraat, Zeedijk, Hibbertsstraat, Het Meuke en Lansinkstraat. Dit is grofweg de huidige centrumring. Bestaande winkels buiten dit centrumgebied kunnen gewoon blijven bestaan, maar substantiële uitbreiding is hier ongewenst. Binnen het centrumgebied kunnen verschillende deelgebieden worden onderscheiden, met elk een eigen functie en profilering (vestigingsmilieu).

##### *Kernwinkelgebied*

Het kernwinkelgebied wordt in onze visie gevormd door de Markt (en directe omgeving) en de Spoorstraat. In dit gebied wordt actief ingezet op versterking van de structuur door stimulering van de ontwikkeling van een aantal strategische locaties (zie verderop in deze paragraaf). Wij stellen voor de Markt (inclusief Spoorstraat vanaf Blankenburgerstraat en Molenstraat vanaf Dr. Prinsstraat) autovrij te maken. Hierdoor ontstaan mogelijkheden de toeristisch-recreatieve functie in dit deel van het centrum te versterken door een aantrekkelijk verblijfsgebied met horeca (terrassen). In dit autovrije deel licht de nadruk op recreatief winkelen (verblijven, vergelijken). De strategische projecten rondom de Markt in combinatie met een herinrichting van de openbare ruimte zorgen ervoor dat dit plein in de toekomst nog meer een scharnierfunctie tussen de overige delen van het centrum krijgt.

Uit de bezoekersenquête is naar voren gekomen dat de Spoorstraat op dit moment het meest bezochte deel van het centrum is. In onze visie maakt deze winkelstraat ook



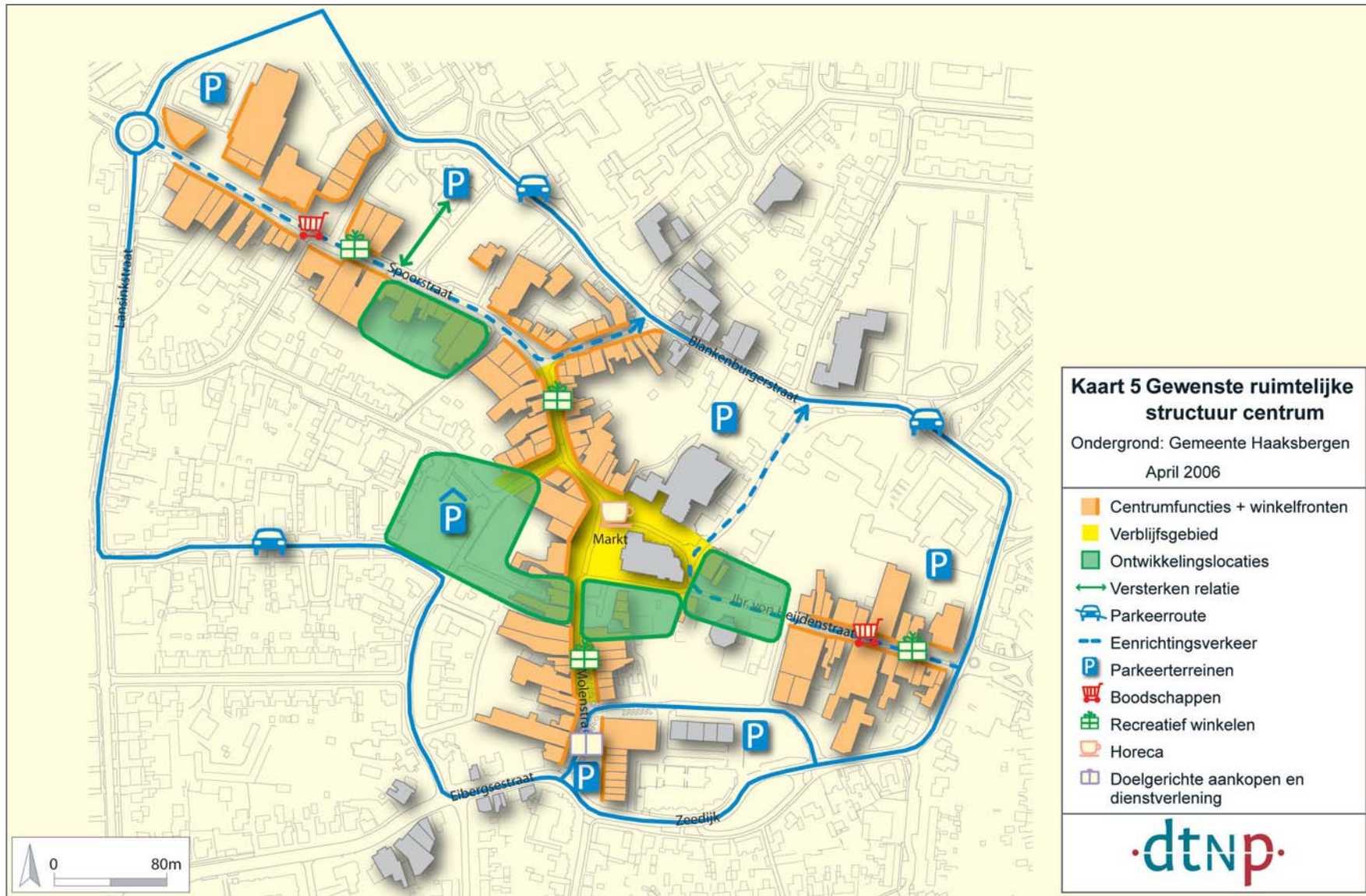
Markt is onderdeel van kernwinkelgebied



Scharnierfunctie Markt verder versterken



Spoorstraat: zowel dagelijkse als recreatieve branches



onderdeel uit van het kernwinkelgebied. Hier is ruimte voor winkels in recreatieve branches, gecombineerd met winkels in meer dagelijkse branches. De aanwezigheid van (sub)trekkers (onder andere Jumbo, Blokker, Zeeman, Vögele) zorgt hier voor een constante stroom bezoekers. De toegankelijkheid voor auto's in deze straat vergroot de zichtbaarheid van de winkels en het winkelgebied. Bovendien blijft het zo mogelijk voor een snelle boodschap de auto voor de winkel te parkeren. In deze winkelstraat blijft de auto echter ondergeschikt aan het winkelend publiek.

#### *Centrumstraten*

Naast het kernwinkelgebied onderscheiden we drie centrumstraten: Blankenburgerstraat (binnen de centrumring), Von Heijdenstraat en Molenstraat. Ook deze straten maken onderdeel uit van het centrumgebied. Uitbreiding en nieuwvestiging van winkels en overige centrumfuncties wordt in deze straten toegestaan en ondersteund door een voorwaardenscheppend beleid.

In de Blankenburgerstraat zijn diverse winkels gevestigd. Doordat deze straat direct aansluit op sterkste deel van het kernwinkelgebied, zal

dit gebied ook in de toekomst een winkelfunctie kunnen behouden, aanvullend aan het kernwinkelgebied. In een centrumgebied is het van belang een secundair winkelmilieu te hebben, dat kansen biedt voor bijvoorbeeld starters of winkels, die wel dichtbij het kernwinkelgebied willen vestigen, maar die de hoge huren niet kunnen of willen opbrengen.

Ook in de Von Heijdenstraat zijn op dit moment reeds diverse winkels gevestigd, waaronder twee supermarkten als belangrijke publiekstrekkers. In onze visie blijft ook deze centrumstraat een winkelstraat, aanvullend aan het kernwinkelgebied. De aanwezigheid van enkele authentieke panden biedt kansen voor functies die een bijzondere uitstraling zoeken.

De ruime stedenbouwkundige opzet in de Molenstraat (ten zuiden van Dr. Prinsstraat) biedt kansen om hier een vestigingsmilieu te creëren met een goede autobereikbaarheid en voldoende parkeerplaatsen voor de deur. Dit type vestigingsmilieu is uitermate geschikt voor meer doelgericht bezochte winkels en dienstverlenende instanties.



Blankenburgerstraat sluit aan op kernwinkelgebied



Von Heijdenstraat blijft onderdeel van centrum



Molenstraat geschikt voor doelgerichte aankopen



Warenmarkt zorgt voor extra attractiviteit



Spreading parkeerterreinen over centrum is goed



Spoorstraat blijft toegankelijk voor auto's

### *Warenmarkt*

Op woensdag wordt op de Markt een goed functionerende warenmarkt gehouden. Deze warenmarkt zorgt voor extra attractiviteit voor inwoners uit Haaksbergen en uit de regio, maar draagt ook bij aan de toeristisch-recreatieve functie van het centrum van Haaksbergen. Door de goede ligging in de winkelrouting kan de warenmarkt ook bijdragen aan het versterken van de scharnierfunctie van de Markt.

### *Verkeer en parkeren*

In een centrum met een belangrijke functie voor het doen van van dagelijkse boodschappen zijn een goede bereikbaarheid per auto en fiets en voldoende parkeergelegenheid belangrijke randvoorwaarden. In de ontwikkelingsvisie wordt bewust gekozen voor toegankelijkheid per auto van een groot deel van het centrum. Zo blijft het in de Spoorstraat, Blankenburgerstraat, Von Heijdenstraat en Molenstraat beperkt mogelijk de auto voor de deur van de winkels te parkeren voor een snelle of doelgerichte boodschap. Daarnaast is het gewenst voldoende parkeergelegenheid rondom het centrum te hebben voor

consumenten die langer in het centrum willen verblijven. De huidige spreiding van parkeerterreinen en ligging bij de belangrijkste publiekstrekkingen is goed. Een verbetering van de verbinding tussen het parkeerterrein aan de Mr. Eenhuisstraat en de Spoorstraat is gewenst om het gebruik van dit terrein te verbeteren.

Een eventuele substantiële uitbreiding van het winkelloppervlak vraagt ook om een uitbreiding van de parkeercapaciteit (indicatie: 3 à 4 parkeerplaatsen per 100 m<sup>2</sup> bvo). Met name voor de supermarkten is voldoende parkeergelegenheid bij de winkel cruciaal.

De parkeerterreinen worden goed ontsloten via de centrumring. Mede door de afsluiting van de Markt en omgeving voor autoverkeer, wordt doorgaand verkeer in de winkelstraten gemeden. Een goede bewegwijzering van de parkeerroute rondom het centrum is belangrijk. Met name aan de zuidwestzijde van het centrum is de parkeerroute niet vanzelfsprekend en is daarmee een goed verwijssysteem van belang.

Wij stellen voor het huidige parkeerregime te behouden. Door het betaald parkeren in de winkelstraten wordt parkeren hier ontmoedigd en zullen de beperkte parkeerplaatsen hier alleen gebruikt worden voor ultrakort winkelbezoek. Om langparkeeders te weren is het gewenst op de parkeerterreinen binnen de centrumring een kortparkeerregime van 1,5 à 2 uur te voeren, bij voorkeur door middel van een blauwe zone (schijfparkeren). Indien dit op termijn niet handhaafbaar blijkt, valt te overwegen op deze parkeerterreinen betaald parkeren in te voeren met de eerste 1,5 à 2 uur gratis. Dit is alleen mogelijk op afgesloten terreinen.

#### *Inrichting en uitstraling*

De inrichting van de openbare ruimte en de uitstraling van het centrum werden in de bezoekersenquête relatief het minst positief beoordeeld. Een herinrichting van het openbaar gebied (modernisering) in het centrum is gewenst. Meer eenheid in bestrating draagt bij aan een meer samenhangend winkelgebied.

Rondom de Markt stellen wij voor het voetgangersgebied beperkt uit te breiden,

zodat een aantrekkelijk gebied ontstaat waar ruimte is voor recreatief winkelen en verblijven. Op de Markt kan de uitstraling worden versterkt door het uitbreiden van de horeca- en terrasfunctie.

De Spoorstraat, de Von Heijdenstraat en een deel van de Blankenburgerstraat blijven toegankelijk voor autoverkeer (eenrichting). Door een inrichting als winkelerf kan de auto wel ondergeschikt worden gemaakt aan de voetganger (met name in de Spoorstraat).

De Molenstraat blijft in onze visie volledig toegankelijk voor autoverkeer. Door herinrichting kan meer efficiënt met de beschikbare ruimte worden omgegaan en kunnen voor de winkels meer parkeerplaatsen worden gerealiseerd.

Aan de noordzijde van de Spoorstraat naast de kantoorvilla is het gewenst de matige verbinding met het achterliggende parkeerterrein te verbeteren. Herinrichting van dit gebied biedt kansen de relatie tussen het parkeerterrein en de winkelstraat te verbeteren.



Voetgangersgebied rondom Markt beperkt uitbreiden



Betaald parkeren in winkelstraten behouden



Versterken relatie Spoorstraat-parkeren



Nieuw project aan de Markt kan structuur versterken



Structuurversterkend project Spoorstraat?



Panden Von Heijdenstraat: stimuleren winkelfunctie

### *Strategische locaties*

Ter versterking van de ruimtelijke structuur van het centrum stellen wij voor op een aantal locaties actief nieuwe ontwikkelingen te stimuleren. Vanwege het ontbreken van distributieve uitbreidingsruimte is het van groot belang dergelijke projecten slechts op strategisch en structuurversterkende locaties te ontwikkelen. Alleen dan zijn er kansen voor een goede invulling en kan de ontwikkeling succesvol zijn.

Het deel van de Spoorstraat tussen Vögele en De Kloksteeg kenmerkt zich op dit moment door zwakke bewinkeling en een matige kwaliteit van de bebouwing. Hierdoor is de relatie tussen het westelijk deel van de Spoorstraat (met onder andere Jumbo, Blokker, Zeeman en Scapino) en de rest van het centrum matig. Een nieuwbouwproject op deze locatie biedt kansen voor versterking van de ruimtelijke structuur in dit deel van het centrum en een verbetering van de uitstraling.

Voor de westzijde van de Markt richting Molenstraat is het Marktpassageplan opgesteld. Een deel van de huidige bebouwing heeft een verouderde uitstraling.

Een nieuwbouwproject met commerciële ruimten aan de Markt verbetert de relatie met de Molenstraat en kan zo de ruimtelijke structuur van dit deel van het centrum versterken.

Aan de zuidzijde van de Markt is sprake van een rommelig en verouderd gebied. De kwaliteit van de bebouwing is zeer matig. Deze mogelijke ontwikkelingslocatie biedt kansen voor nieuwbouw van winkels, in combinatie met realisatie van een verblijfsplein. Dit plein vormt dan de verbinding tussen Markt en Molenstraat.

De relatie tussen de winkels aan de Von Heijdenstraat en de rest van het centrum is op dit moment matig. De kwaliteit en uitstraling van de panden in dit deel van het centrum is goed, maar de winkelfunctie is beperkt. Mogelijk kunnen deze karakteristieke panden door beperkte ingrepen geschikt gemaakt worden voor winkels.

## 4.5 Aanbevelingen

Om de door ons voorstelde detailhandelsvisie voor Haaksbergen en de gewenste ruimtelijke structuur voor het centrum te realiseren bevelen wij het volgende aan :

- Stimuleren winkelfunctie in winkelstraten in het centrum (waaronder de poorten) door dit in het bestemmingsplan mogelijk te maken (afbakenen centrumgebied);
- Beperkte uitbreiding bestaande winkels buiten centrumgebied toestaan, verder geen substantiële uitbreiding of nieuwvestiging buiten het centrum;
- Stimuleren ontwikkeling strategische locaties ter versterking van de ruimtelijke structuur in het centrum;
- Realiseren goed parkeersysteem: gesloten parkeerring met verwijssysteem en kortparkeerregime op parkeerterreinen en betaald parkeren in de winkelstraten;
- Herinrichten openbare ruimte, onderscheid in inrichting per deelgebied;
- Verbeteren relatie tussen parkeerterrein Mr. Eenhuisstraat en Spoorstraat door aantrekkelijke en brede verbinding;

- Uitbreiden daghoreca met terrasfunctie rondom de Markt.

### *Uitvoering*

Om deze acties uit voeren stellen wij voor de uitvoering van de detailhandelsvisie een vast onderdeel te maken van het structurele overleg tussen gemeente en HOV. Ook de Kamer van Koophandel kan een rol spelen in dit overleg. Doel van dit overleg is het bewaken van de voortgang van de uitwerking en uitvoering van diverse aanbevelingen. De gemeente is hierbij de projectleider.



Strategische projecten ter versterking van structuur



Herinrichten openbare ruimte centrum



Uitbreiden daghoreca met terrassen op de Markt



## 5 Samenvatting

### *Inleiding*

De gemeente Haaksbergen wil samen met de Haaksbergse Ondernemers Vereniging (HOV) en de Kamer van Koophandel (KvK) een actuele detailhandelsvisie voor Haaksbergen laten opstellen. Deze visie gaat in op de wijze waarop de detailhandelsfunctie van de gemeente Haaksbergen kan worden versterkt. Centraal hierbij staat de gewenste functie en ruimtelijke structuur van het winkelaanbod in het centrum. Aan Droogh Trommelen en Partners (DTNP) is gevraagd deze visie op te stellen.

### *Analyse huidige situatie*

Haaksbergen heeft in vergelijking met kernen van gelijke omvang een groot winkelaanbod. Vooral in de branches voedings- en genotmiddelen, huishoudelijke artikelen en mode heeft Haaksbergen relatief veel winkelmeters. Het winkelaanbod voor voedings- en genotmiddelen functioneert momenteel beneden het landelijk gemiddelde. Het overige winkelaanbod heeft een gemiddelde vloerproductiviteit.

Het grootste deel van het winkelaanbod bevindt zich in het centrum van de kern. Het centrum heeft hoofdzakelijk een functie voor dagelijkse boodschappen voor inwoners uit de eigen kern. Buurtwinkelcentrum Veldmaat vervult naast het centrum een functie voor dagelijkse aankopen, met een eigentijdse supermarkt als belangrijkste trekker.

### *Detailhandelsvisie*

De distributieve mogelijkheden om het winkelaanbod substantieel uit te breiden ontbreken in Haaksbergen. Voor het aanbod voedings- en genotmiddelen is zelfs op termijn een afname van het aantal vestigingen (supermarkten) te verwachten.

Het centrum is en blijft het belangrijkste winkelgebied van Haaksbergen. Dit winkelgebied heeft ook in de toekomst een belangrijke functie voor dagelijkse boodschappen. Daarnaast is er ruimte voor een gevarieerd recreatief winkelaanbod. Om haar positie te kunnen behouden is versterking van de structuur van het centrum gewenst.

De Veldmaat kan in de toekomst een ondersteunende functie voor dagelijkse aankopen behouden. De woningbouw in het noordwesten van de kern Haaksbergen kan mogelijk het draagvlak voor de bestaande winkels in de Veldmaat versterken. Uitbreiding van het winkelaanbod hier is ongewenst.

Gelet op de ambities voor het centrum (versterking positie) en het belang van het dagelijks aanbod daar, adviseren wij buiten het centrum geen nieuwe winkelvoorzieningen of substantiële uitbreiding van het bestaande aanbod toe te staan. Nieuwe initiatieven voor winkelontwikkelingen kunnen een belangrijke bijdrage leveren aan de gewenste versterking van het centrum. Dit geldt zowel voor winkels in dagelijkse als recreatieve branches. Bestaande winkels buiten het centrum kunnen gewoon blijven bestaan, maar substantiële uitbreiding is niet gewenst.

### *Gewenste ruimtelijke structuur centrum*

Het kernwinkelgebied wordt in onze visie gevormd door de Markt (en directe omgeving) en de Spoorstraat. In dit gebied wordt actief ingezet op versterking van de structuur door

stimulering van de ontwikkeling van een aantal strategische locaties (zie kaart 5, p.29).

Naast het kernwinkelgebied onderscheiden we drie centrumstraten: Blankenburgerstraat, Von Heijdenstraat en Molenstraat. Ook deze straten maken onderdeel uit van het centrumgebied. Uitbreiding en nieuwvestiging van winkels en overige centrumfuncties wordt in deze straten toegestaan en ondersteund door voorwaardenscheppend beleid.

Een herinrichting van de openbare ruimte in het centrum draagt niet alleen bij aan de attractiviteit van het winkelgebied, maar biedt ook kansen onderscheid te maken tussen de verschillende deelgebieden.

Rondom de Markt stellen wij voor het voetgangersgebied beperkt uit te breiden, zodat een aantrekkelijk gebied ontstaat waar ruimte is voor recreatief winkelen en verblijven. Op de Markt kan de uitstraling worden versterkt door het uitbreiden van de horeca- en terrasfunctie.

De Spoorstraat, Von Heijdenstraat en een deel van de Blankenburgerstraat blijven

toegankelijk voor autoverkeer (eenrichting). Deze straten behouden in onze visie hun winkelfunctie, mede door de aanwezigheid van publiekstrekkingen (supermarkten). Door een inrichting als winkelerf kan de auto wel ondergeschikt worden gemaakt aan de voetganger (met name in de Spoorstraat). Herinrichting van de smalle doorgang naar het parkeerterrein aan de Mr. Eenhuisstraat kan deze verbinding verbeteren, zodat het parkeerterrein meer als bronpunt voor het centrum kan gaan fungeren.

De Molenstraat (ten zuiden van Dr. Prinsstraat) blijft in onze visie volledig toegankelijk voor autoverkeer. De ruime stedenbouwkundige opzet biedt kansen om hier een vestigingsmilieu te creëren met een goede autobereikbaarheid en voldoende parkeerplaatsen voor de deur. Dit type vestigingsmilieu is uitermate geschikt voor meer doelgericht bezochte winkels en dienstverlenende instanties.

Wij stellen voor het huidige parkeerregime te behouden. Door het betaald parkeren in de winkelstraten wordt parkeren hier ontmoedigd en zullen de beperkte parkeerplaatsen hier

alleen gebruikt worden voor ultrakort winkelbezoek. Om langparkeerders te weren is het gewenst op de parkeerterreinen binnen de centrumring een kortparkeerregime van 1,5 à 2 uur te voeren.

We hebben in onze visie enkele strategische locaties aangewezen, waar ontwikkelingsprojecten een bijdrage kunnen leveren aan een versterking van de ruimtelijke structuur van het centrum. Het gaat om de zuidwand van de Spoorstraat, globaal tussen Vögele en De Kloksteeg, de westwand van de Markt (locatie Marktpassageplan) en de zuidwand van de Markt (hoek Molenstraat). Daarnaast bevelen wij aan de winkelfunctie in de Von Heijdenstraat nabij de Markt te stimuleren. Mogelijk kunnen de karakteristieke panden hier door beperkte ingrepen geschikt worden gemaakt voor winkels.

## Bijlage 1 Indeling branches in branchegroepen

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

## Bijlage 2 Winkelaanbod in Haaksbergen

Overzicht detailhandelsaanbod (m<sup>2</sup> wvo) in de kern Haaksbergen en in kernen van gelijke omvang

	kern Haaksbergen	kernen van gelijke omvang
Voedings- en genotmiddelen	9.955	6.129
Freq. benodigde non-food, waarvan:	3.789	2.661
<i>persoonlijke verzorging</i>	1.092	968
<i>huishoudelijke artikelen</i>	1.531	867
<i>bloemen, planten, dibevo</i>	1.166	827
Modisch recreatief, waarvan:	6.613	5.000
<i>kleding en mode-accessoires</i>	5.056	3.830
<i>schoenen en lederwaren</i>	1.557	1.169
Overig recreatief, waarvan:	5.482	5.806
<i>optiek, juwelier, kunst en antiek</i>	463	585
<i>sport en spel</i>	1.305	1.593
<i>hobby-artikelen</i>	211	444
<i>boeken, cd's, kantoorartikelen</i>	420	585
<i>warenhuizen</i>	818	786
<i>bruin- en witgoed</i>	1.164	1.008
<i>fietsen en auto-accessoires</i>	1.101	806
Gerichte non-food, waarvan:	16.903	16.834
<i>woninginrichting</i>	6.070	9.435
<i>doe-het-zelfartikelen</i>	6.820	4.153
<i>tuincentra en tuinartikelen</i>	4.013	3.246
Overige artikelen	1.043	1.048
TOTAAL	43.785	37.477

Bron: Locatus Verkenner (april 2006), bewerking DTNP

## Bijlage 3 Begrippen- en afkortingenlijst

### *Branche*

Een groep van bedrijven die wordt gekenmerkt door één bepaalde (dominante) assortimentsgroep of door een veel voorkomende combinatie van assortimentsgroepen (bijv. warenhuizen).

### *Bouwmarkt*

Detailhandel met een al dan niet geheel overdekt winkelvloeroppervlak van minimaal 1.000 m<sup>2</sup> waarop het volledige assortiment van bouw- en doe-het-zelfproducten uit voorraad aan zowel vakman als particulier op basis van zelfbediening wordt aangeboden.

### *Brutovloeroppervlak (bvo)*

Totale ruimte van een winkel bestaande uit winkelvloeroppervlak inclusief niet voor consumenten toegankelijke ruimten (opslag, kantine, etc.). Globaal gaan we uit van een verhouding 100% wvo = 70 à 80% bvo, afhankelijk van de branche.

### *Detailhandel*

Het bedrijfsmatig te koop aanbieden, waaronder begrepen de uitstalling ten verkoop, het verkopen en/of leveren van goederen aan personen die die goederen kopen voor gebruik, verbruik of aanwending anders dan in de uitoefening van een beroeps- of bedrijfsactiviteit alsmede anders dan voor verbruik ter plaatse.

### *Dienstverlening*

Een bedrijf met uitsluitend of in hoofdzaak een dienstverlenende of verzorgende taak met een publieksaantrekkende functie (bijv. wasserette, kapsalon, schoenmaker, autorijschool, videotheek, reisbureau, postagentschap alsmede naar aard en uitstraling overeenkomstige bedrijven).

### *Filiaalbedrijf/ grootwinkelbedrijf*

Detailhandelonderneming met 7 of meer eigen winkels

### *Franchising*

Contractuele samenwerking tussen formule-eigenaar (franchisegever) en de huurder van de formule (franchisenemer), waarbij de franchisenemer de winkelformule van de franchisegever voert voor eigen rekening en risico, tegen vergoeding en volgens voorwaarden van de franchisegever.

### *Groothandel*

Het bedrijfsmatig te koop aanbieden, waaronder begrepen de uitstalling ten verkoop, het verkopen en/of leveren van goederen aan wederverkopers, dan wel aan bedrijven of instellingen dan wel personen ter aanwending in een andere bedrijfsactiviteit.

### *Grootschalige detailhandelsvestiging (GDV)*

Vestiging van detailhandel op een locatie buiten de bestaande winkelgebieden waar ruimte is gereserveerd voor dergelijke grootschalige detailhandel (minimaal 1.000 m<sup>2</sup> winkelvloeroppervlak per vestiging) waarbij de branchebependingen van de perifere detailhandelsvestiging (PDV) niet of niet volledig gelden.

### *Horeca*

Een bedrijf waar bedrijfsmatig dranken en/of etenswaren voor gebruik ter plaatse worden verstrekt en/of waarin bedrijfsmatig logies wordt verstrekt.

### *Koopkrachtbinding*

Niet alle bestedingen van de inwoners van een verzorgingsgebied komen terecht in het eigen winkelapparaat. Het aandeel (%) van de totale bestedingen van inwoners dat wordt gedaan in het winkelapparaat in het eigen verzorgingsgebied, noemen we de koopkrachtbinding.

### *Koopkrachttoevloeiing*

Naast de inkomsten uit het eigen verzorgingsgebied komt een deel van de omzet van buiten het verzorgingsgebied. Dit aandeel binnen de totale omzet noemen we de koopkrachttoevloeiing of het aandeel vreemde koopkracht.

### *Maatschappelijke voorzieningen*

Educatieve, sociaal-medisch, sociaal-culturele en levensbeschouwelijke voorzieningen. Voorzieningen ten behoeve van sport en sportieve recreatie en voorzieningen ten behoeve van openbare dienstverlening, als ook ondergeschikte detailhandel en horeca ten dienste van deze voorzieningen.

### *Perifeer*

Perifeer betreft de ligging van winkels buiten de bestaande winkelconcentraties, maar binnen bestaand of te ontwikkelen stedelijk gebied.

### *Perifere detailhandelsvestiging (PDV)*

In het beleid voor perifere detailhandelsvestigingen (PDV-beleid) is tot op heden een uitzondering gemaakt voor de detailhandel in brand- en explosiegevaarlijke stoffen en detailhandel in ABC-goederen (auto's, boten en caravans), tuincentra, bouwmarkten, grove bouwmaterialen, keuken en sanitair alsmede woninginrichting waaronder meubels. Deze winkels hebben vanwege omvang en aard van de gevoerde artikelen een groot oppervlak nodig voor de uitstalling en kunnen daarom niet binnen de aangewezen winkelconcentratiegebieden gevestigd worden. Deze branches worden wel PDV-branches genoemd.

### *Themacentrum*

Concentratie van detailhandelsvestigingen waar goederen worden verkocht die naar aard en samenhang betrekking hebben op een bepaald thema (bijv. woonboulevard, factory outlet centre, kunst/antiek).

### *Toonbankbesteding*

Consumentenbestedingen in winkels. Hiertoe behoren dus niet de bestedingen aan aankopen via bijvoorbeeld postorderbedrijven en internet. In veel distributieplanologische berekeningen wordt uitgegaan van bestedingen die consumenten doen in een bepaalde branche. Wij kiezen ervoor te rekenen met winkels als eenheden, omdat we in de distributieplanologie de uitbreidingsruimte van winkelmeters berekenen.

In de indicatieve berekening van de uitbreidingsruimte maken we onderscheid tussen winkels in voedings- en genotmiddelen (VGM) en winkels in duurzame en overige goederen (DOG). De sector voedings- en genotmiddelen bestaat uit de supermarkten en versspecialzaken.

De sector duurzame en overige goederen is opgebouwd uit artikelen in de branchegroepen frequent benodigde non-food (o.a. drogisterij, huishoudelijke artikelen), modisch recreatief (o.a. kleding, lederwaren), overig recreatief (o.a. boeken, juwelier, warenhuis) en overige detailhandel (o.a. tweedehands). In onze methodiek wordt de aankoop van pannen (huishoudelijke artikelen) bij een supermarkt gerekend tot een besteding in winkels in de branche voedings- en genotmiddelen en de aankoop van een Hemaworst (voeding) wordt gerekend tot een besteding in winkels in duurzame en overige goederen.

In Nederland bedragen de gemiddelde toonbankbestedingen per hoofd van de bevolking € 4.217,- per jaar. Hiervan wordt € 1.973,- besteed in winkels voor voedings- en genotmiddelen en € 1.833,- in winkels voor duurzame en overige goederen (zonder wonen en doe-het-zelf)\*.

Wanneer in het verzorgingsgebied het gemiddeld besteedbaar inkomen per inwoner afwijkt van het Nederlands gemiddelde is het gewenst de bestedingscijfers aan te passen. Voor voedings- en genotmiddelen is het gebruikelijk het bestedingscijfer aan te passen met een correctie van ¼ van het percentage dat het inkomen lager of hoger is dan het Nederlands gemiddelde. Voor duurzame en overige goederen is het gebruikelijk het bestedingscijfer aan te passen met een correctie van ½ van het percentage dat het inkomen lager of hoger is dan het Nederlands gemiddelde. In Haaksbergen ligt het gemiddeld besteedbaar inkomen per inwoner circa 4% lager dan het Nederlands gemiddelde.

---

\* HBD (2006), Bestedingen en marktaandeelen 2005

### *Tuincentrum*

Detailhandel met een al dan niet geheel overdekt winkelvloeroppervlak waar bedrijfsmatig boomkwekerijproducten, planten, bloembollen en bloemen ten verkoop worden aangeboden, alsmede attributen voor de aanleg, de verfraaiing en het onderhoud van tuinen en daarbij noodzakelijk hulpmiddelen.

### *Verkoopvloeroppervlak (vvo)*

Gelijk aan winkelvloeroppervlak (wvo). Vanwege de verwarring die kan ontstaan met verhuurbaar vloeroppervlak (vvo) hanteren wij het begrip winkelvloeroppervlak.

### *Vloerproductiviteit*

De gemiddelde omzet per m<sup>2</sup> winkelvloeroppervlak kan als maat worden gezien voor het economisch functioneren. De noodzakelijke omzet per m<sup>2</sup> varieert per type winkelgebied, branche en winkelformule. In Nederland ligt de gemiddelde omzet per m<sup>2</sup> in winkels voor voedings- en genotmiddelen rond de € 7.100,-. Voor winkels in duurzame en overige goederen (zonder wonen en doe-het-zelf) is de gemiddelde omzet per m<sup>2</sup> € 2.400,- (HBD, 2006). Voor een centrum in Oost-Nederland als dat van Haaksbergen kan indicatief uitgegaan worden van een benodigde vloerproductiviteit rond het Nederlands gemiddelde.

### *Warenhuis*

Een winkel waarin ten minste zes van de volgende artikelgroepen worden aangeboden: voedings- en genotmiddelen, kleding/textiel, meubelen/ woninginrichting, verlichting, huishoudelijke artikelen,

consumentenelectronica, doe-het-zelfartikelen, educatie- en vrijetijdsartikelen. De artikelgroep kleding/textiel is altijd aanwezig. De afzonderlijke artikelgroepen nemen tussen de 5% en 50% van het winkelvloeroppervlak in beslag.

### *Winkelondersteunende horeca*

Een horecabedrijf is winkelondersteunend wanneer het bedrijf voor wat betreft ligging ondersteunend is aan en voor wat betreft openingstijden in het algemeen vergelijkbaar is met detailhandelsvestigingen. De bedrijfsactiviteit van winkelondersteunende horeca bestaat uit het verstrekken van in hoofdzaak kleinere maaltijden, lunch, koffie/thee en overige dranken.

### *Winkelvloeroppervlak (wvo)*

De voor het publiek toegankelijke winkelruimte ten behoeve van detailhandel, inclusief zichtbare ruimten zoals bijvoorbeeld etalages en de ruimte achter toonbanken en kassa's.

## Bijlage 4 Vragenlijst bezoekersenquête

1. Met welk vervoermiddel bent u naar het centrum van Haaksbergen gekomen?

Auto		Openbaar vervoer	
(Brom)fiets		Anders, namelijk	
Te voet			

2. Hoe vaak bezoekt u het centrum van Haaksbergen?

	keer per dag
	keer per week
	keer per maand
	minder dan 1 keer per maand

3. Hoe lang denkt u dat dit bezoek aan het centrum zal duren?  
.....minuten

4. Wat is de belangrijkste reden van dit bezoek aan het centrum van Haaksbergen?

	Boodschappen doen (supermarkt, versspeciaalzaken, drogist)
	Winkelen (mode, schoeisel, boeken, warenhuis, etc.)
	Combinatie van boodschappen doen en recreatief winkelen
	Combinatie van winkelen en horeca
	Wonen
	Anders, namelijk

5. Welke delen van het centrum bezoekt u vandaag (zie kaart)?

Deel 1 Spoorstraat	
Deel 2 Markt	
Deel 3 Molenstraat	
Deel 4 Von Heijdenstraat	

6. Wat zijn volgens u sterke en zwakke punten van het centrum van Haaksbergen?

Sterke punten		Zwakke punten	
1		1	
2		2	
3		3	



7. Welke rapportcijfer geeft u aan de volgende aspecten van het centrum van Haaksbergen?

Onderwerp	Cijfer	Toelichting
Aantal en type winkels (diversiteit branches)		
Kwaliteitsniveau van het winkelaanbod (marktsegmentering)		
Spreiding van het winkelaanbod (afstanden tussen winkels)		
Uitstraling winkelpanden (hoe zien de winkels eruit)		
Inrichting openbare ruimte (bestrating, verlichting)		
Winkelopeningstijden		
Horecagelegenheden (aantal bedrijven, keuze/variatie)		
Bereikbaarheid van het centrum		
Parkeergelegenheid		
Parkeerregime (blauwe zone)		

8. Wat zijn de vier cijfers van uw postcode?

.....

9. Heeft u nog andere opmerkingen over het centrum van Haaksbergen?

## Bijlage 5 Overzicht gebruikte bronnen

Voor het opstellen van deze detailhandelsvisie is gebruik gemaakt van de volgende nota's en rapporten:

- Gemeente Haaksbergen (2006), Ondernemersenquête
- Gemeente Haaksbergen (2006), Structuurplan Haaksbergen 2015
- HBD (2006), Bestedingen en marktaandelen 2005
- Locatus Verkenner (april 2006)
- Rabo Vastgoed (2006), Studie Centrumplan
- Royal Haskoning (2006), Inbreidingslocaties Haaksbergen 2015
- Gemeente Haaksbergen (2005), Gemeentelijk Verkeers- en vervoersplan
- Goudappel Coffeng (2005), Koopstromenonderzoek, deelrapport gemeente Haaksbergen
- Rabo Vastgoed (2005), Concept Studie Marktpassage
- G.F.B. Stinstra/DTNP (2005), Compleet anders?!
- Companen (2004), Gemeente Haaksbergen Woonvisie 2003+
- Gemeente Haaksbergen (2004), Beleidsplan recreatie en toerisme
- Gemeente Haaksbergen (2003), Bestemmingsplan Centrum
- Gemeente Haaksbergen (2001), Notitie Detailhandel en kantoren op bedrijfsterreinen
- Gemeente Haaksbergen (1998), Ontwikkelingsplan Centrum