

DPO detailhandelsontwikkeling centrum Zevenaar

Gemeente Zevenaar

Definitief



DPO detailhandelsontwikkeling centrum Zevenaar

Gemeente Zevenaar

Definitief

Rapportnummer:	204X00374.064704_3
Datum:	1 maart 2011
Contactpersoon opdrachtgever:	mevr. Y. Abbing, dhr. B. van de Wouw, dhr. G. Pol
Projectteam BRO:	Aiko Mein, Tommy Walvius
Trefwoorden:	DPO, Zevenaar, ontwikkelingsmogelijkheden, detailhandel
Bron foto kaft:	Hollandse Hoogte 13
Beknopte inhoud:	In voorliggend distributie planologisch onderzoek (DPO) is gekeken naar de ontwikkelingsmogelijkheden voor detailhandel in het raadhuis in het centrum van Zevenaar. Hierbij is rekening gehouden met de plannen die spelen in het project Spoorallee.

BRO
Hoofdvestiging
Postbus 4
5280 AA Boxtel
Bosscheweg 107
5282 WV Boxtel
T +31 (0)411 850 400
F +31 (0)411 850 401

Inhoudsopgave	pagina
1. INLEIDING	3
1.1 Aanleiding en vraagstelling	3
1.2 Leeswijzer	4
2. AANBODANALYSE	5
2.1 Gemeente Zevenaar	5
2.2 Aanbod in de regio	7
2.3 Sterkten/zwakten	8
3. VRAAGANALYSE, PLANNEN EN INITIATIEVEN	9
3.1 Vraaganalyse	9
3.2 Plannen en initiatieven	11
3.3 Trends en ontwikkelingen	12
3.4 Kansen en bedreigingen	15
4. ECONOMISCH FUNCTIONEREN	17
4.1 Benadering huidig functioneren	17
4.2 Twee scenario's	18
4.3 Doorkijk naar 2021	23
5. CONCLUSIES EN AANBEVELINGEN	25
5.1 Conclusies DPO	25
5.2 Locatie-aspecten raadhuis	25
5.3 Functionele invullingsmogelijkheden	27
5.4 Slotoverwegingen	28
BIJLAGEN	
Bijlage 1: Begrippenlijst	1
Bijlage 2: Branche-indeling	3
Bijlage 3: Aanbod kern Zevenaar naar branche	5
Bijlage 4: Aanbod CENTRUM Zevenaar naar branche	7
Bijlage 5: Detailhandelsaanbod in de regio	9
Bijlage 6: Effectenstudie scenario 2	11
Bijlage 7: Doorkijk naar 2021	17

1. INLEIDING

1.1 Aanleiding en vraagstelling

Het centraal in het centrum gelegen raadhuis van de gemeente Zevenaar is toe aan vernieuwing. In dit verband wordt onderzocht of renovatie van het huidige pand de beste optie is of eventueel nieuwbouw op een andere plek. Bij dit laatste komt een herinvulling van de begane grond van het huidige pand met detailhandel in beeld (ca. 2.000 – 2.500 m²). Voor de uitwerking van dit scenario heeft de gemeente Zevenaar behoefte aan meer inzicht in de kwantitatieve ontwikkelingsmogelijkheden voor detailhandel in het centrum van Zevenaar. BRO is gevraagd om hiervoor een praktisch basisdocument op te stellen, dat inzicht biedt in de huidige en toekomstige uitbreidingsmogelijkheden voor detailhandel in het centrum van Zevenaar.

Voor dit onderzoek is de navolgende onderzoeksvraag opgesteld:

- Wat is de haalbare en gewenste distributieve uitbreidingsruimte voor het winkelaanbod in de dagelijkse en niet-dagelijkse artikelensector in Zevenaar en het hoofdwinkelcentrum in het bijzonder?

Twee scenario's, rekening houdend met Spoorallee

In Zevenaar spelen momenteel plannen voor de realisatie van detailhandel aan de Spoorallee. Onderdeel van deze plannen is een detailhandelscluster rondom het Stationsplein gericht op passanten en aangrenzende nieuwbouwwijk, waaronder een buurtsupermarkt. Daarnaast zijn er plannen voor een grootschalig detailhandelscluster (themacenter). Naast verschillende grootschalige winkels zijn hier ook horeca- en leisurevoorzieningen gepland. De effecten van een dergelijk grootschalig detailhandelscluster op de ontwikkelingsmogelijkheden voor het centrum worden met name bepaald door de omvang en samenstelling van het detailhandelsprogramma. Omdat de realisatie van het nieuwe cluster nog in de planfase verkeert, is er in dit onderzoek uitgegaan van een tweetal scenario's:

1. De voorgenomen plannen vinden geen doorgang, of concurreren slechts in beperkte mate met het centrum van Zevenaar (zoals bij realisatie van bijvoorbeeld een bouwmarkt);
2. De beoogde winkelontwikkelingen aan de Spoorallee vertonen relatief veel gelijkennis met het in het hoofdwinkelcentrum aanwezige winkelaanbod. Denk hierbij aan branches als sport, speelgoed, rijwielen en bruin- en witgoed.

1.2 Leeswijzer

Allereerst wordt in hoofdstuk 2 een beschrijving van de huidige aanbodsituatie gegeven. Hierin wordt de samenstelling en spreiding van het huidige detailhandelsaanbod uiteengezet en de positie hiervan in de regio. In hoofdstuk 3 wordt ingegaan op de vraaganalyse en de plannen en initiatieven die in de gemeente Zevenaar en omliggende regio spelen. De resultaten van de aanbod- en vraaganalyse vormen de basis voor de benadering van het economische functioneren in hoofdstuk 4. Hierbij vindt u een doorkijk naar de toekomstige uitbreidingsmogelijkheden van het centrumaanbod in Zevenaar. Het onderzoek wordt afgesloten met de conclusies en aanbevelingen. Tot slot is in de bijlage de achterliggende data weergegeven.

De cijfers over het aanbod aan winkels zijn ontleend aan Locatus Verkenner, update 15 februari 2011, tenzij anders vermeld.

2. AANBODANALYSE

2.1 Gemeente Zevenaar

De gemeente Zevenaar bestaat uit de kernen Zevenaar, Angerlo, Babberich, Giesbeek en Lathum. Het detailhandelsaanbod is sterk geclusterd in de grootste kern: Zevenaar. Hier zijn ruim 180 winkels aanwezig met een totaal winkelverkoop vloeroppervlak (wvo) van circa 66.000 m². Verspreid over de andere kernen zijn circa 15 winkels aanwezig, met een totale omvang van circa 3.500 m² wvo. Het winkelaanbod in deze kernen is met name lokaalverzorgend.

Tabel 2.1 Spreiding winkelaanbod over de gemeente

Kern	Aantal inwoners ¹	Dagelijkse artikelensector		Niet-dagelijkse artikelensector	
		Aantal winkels	M ² wvo	Aantal winkels	M ² wvo
Angerlo	1.376	2	100	2	90
Babberich	1.853	1	300	2	135
Giesbeek	2.841	2	470	3	966
Lathum	1.377	0	0	1	1.500
Zevenaar	24.787	43	9.780	140	56.281
Totaal	32.234	48	10.650	148	58.972

Kern Zevenaar

Het detailhandelsaanbod in de kern Zevenaar is vergeleken met het landelijke gemiddelde voor kernen met een vergelijkbaar inwoneraantal (20.000 – 30.000 inwoners), gewogen naar het inwoneraantal van Zevenaar (bijlage 3). Ten opzichte van het landelijke gemiddelde zijn de volgende constatering van belang:

- Het totale detailhandelsaanbod in Zevenaar is ruim in vergelijking met kernen van 20.000 – 30.000 inwoners. Vergelijkbare kernen hebben een detailhandelsaanbod van circa 49.000 m² wvo. Met een winkelaanbod van circa 66.000 m² wvo ligt het aanbod in Zevenaar circa 34% boven het landelijke gemiddelde.
- Zowel de dagelijkse (+10%) als de niet-dagelijkse artikelensector (+40%) zijn in omvang ruimer dan in vergelijkbare kernen. De bovengemiddelde omvang van de niet-dagelijkse artikelensector is met name te verklaren door een relatief sterk winkelaanbod in de branchegroepen mode & luxe en in/om huis. Het aanbod in de vrijetijdsbranches blijft wat achter bij het landelijke gemiddelde: sport en spel (-28%), hobby (-4%) en media (-9%).

¹ Inwoneraantal gemeente Zevenaar op 1 januari 2011, bron: gemeente Zevenaar

- De gemiddelde omvang van de winkels in de dagelijkse artikelensector ligt op landelijk niveau, terwijl de niet-dagelijkse artikelensector hierboven ligt. Dit is met name te verklaren door het ruime aanbod perifere en grootschalige detailhandel.

Spreiding en kwaliteit aanbod

- Locatus onderscheidt twee detailhandelsconcentraties in Zevenaar: het centrum van Zevenaar en de perifere detailhandelslocatie Tatelaar. Het overige winkel-aanbod ligt verspreid over de kern.
- De dagelijkse artikelensector is sterk geclusterd in het centrum van Zevenaar. Aanwezig zijn onder meer vier (moderne) supermarkten van Albert Heijn, C1000, Aldi en Coop. Daarnaast zijn enkele aanbieders verspreid over de bebouwde kom te vinden. Het gaat hier om solitaire supermarkten van Spar en Super de Boer en verschillende (vers)specialzaken.
- Het centrum van Zevenaar telt ongeveer 130 winkels met een totale omvang van circa 26.000 m² wvo. Hiermee is circa 40 procent van het detailhandelsaanbod van de kern Zevenaar in het centrum gelegen en maar liefst 70 procent van het aantal verkooppunten. In het centrum is een sterk boodschappenaanbod aanwezig, maar ook het winkelaanbod in de niet-dagelijkse artikelensector is ruim (o.a. kleding/ mode en huishoudelijke artikelen). Het centrum van Zevenaar heeft een sterke boodschappenfunctie, maar de consument kan hier ook recreatief winkelen.
- Op bedrijventerrein Tatelaar zijn 16 winkels gevestigd met een totale omvang van circa 16.000 m² wvo. Het gaat hier om grootschalige aanbieders in de branches wonen en doe-het-zelf. Een bruin- en witgoedwinkel maakt onderdeel uit van Gilsing wonen (shop-in-shop, B&O Thijsen). Ter illustratie: de gemiddelde omvang van de winkels op Tatelaar bedraagt circa 980 m² wvo terwijl het gemiddelde voor Zevenaar circa 360 m² wvo per winkel bedraagt. De grootste winkelpanden worden ingenomen door de bouwmarkten van Karwei (ca. 2.800 m² wvo) en Multimate (ca. 2.000 m² wvo) en Gilsing wonen (ca. 2.500 m² wvo). De consument bezoekt de winkels op Tatelaar met name doelgericht voor een bepaald product of formule.
- Echte ondersteunende buurt- en wijkwinkelcentra zijn niet aanwezig in Zevenaar.

Leegstand

De leegstand in de gemeente Zevenaar bedroeg op de peildatum circa 16.000 m² wvo (32 panden). Dit komt neer op circa 14% van het aantal verkooppunten en 18% van het totale wvo. De leegstand is verspreid over de gemeente te vinden; ook in het centrum van Zevenaar (ca. 1.700 m² wvo, 12 panden). Op de bedrijventerreinen, waaronder Tatelaar, staan enkele grootschalige winkelpanden leeg.

Centrum Zevenaar

Zevenaar heeft een sterk centrum. Het aanbod is zowel in aantal (129 winkels) als in omvang (ca. 26.000 m² wvo) ruimer dan het gemiddelde van centrumgebieden van vergelijkbare kernen (ca. 103 winkels / 19.000 m² wvo). De belangrijkste constatering zijn:

- De dagelijkse artikelensector is relatief sterk vertegenwoordigd met onder meer vier supermarkten. Dit aanbod wordt aangevuld met diverse (vers)specialzaken. Ook in de branche persoonlijke verzorging is het aanbod sterk met landelijke formules als Kruidvat, Trekpleister en Mooi.
- In de niet-dagelijkse artikelensector zijn bijna alle branches goed vertegenwoordigd. Op het niveau van Zevenaar zijn formules als Blokker, Marskramer en Hema trekkers. Maar ook kledingformules als Vero Moda, Lamarique mode, Shoeby, Miss Etam en Open32 dragen bij aan een sterk recreatief winkelaanbod.
- De branches antiek & kunst en wonen blijven achter bij het landelijke gemiddelde voor centrumgebieden.
- Voor de meeste branches geldt dat de gemiddelde omvang van de winkels op of boven het landelijke gemiddelde ligt.
- De hoofdstructuur van het centrum van Zevenaar bestaat grofweg uit de winkelstraten Grietsestraat, Raadhuisplein en Marktstraat die in het verlengde van elkaar liggen. Er is sprake van een langgerekt centrum (ca. 500 meter). De supermarkten bevinden zich op de koppen van het winkelgebied.

2.2 Aanbod in de regio

Aan de gemeente Zevenaar grenst een groot aantal gemeenten, waarvan het merendeel landelijke (fusie)gemeenten. Deze gemeenten hebben een inwoneraantal tussen de 10.000 en 40.000 inwoners en bestaan uit meerdere kernen met nog ieder hun eigen centrumgebied (veelal lokaal verzorgend). Steden in de nabijheid zijn Arnhem en Doetinchem. Het inwoneraantal van deze kernen is groter, net als het detailhandelsaanbod. De hier aanwezige centrumgebieden hebben een grotere regiofunctie. In bijlage 5 is een overzicht gemaakt van het detailhandelsaanbod in de omliggende gemeenten. Navolgend wordt kort ingegaan op de concurrentiepositie van Zevenaar in de regio en de belangrijkste concurrerende centra:

- Het centrum van Arnhem heeft een bovenregionaal verzorgende aantrekkingskracht. Het winkelaanbod bedraagt circa 106.000 m² wvo en is de laatste jaren sterk vernieuwd. Aanwezig zijn onder meer warenhuizen van Bijenkorf, V&D en (inter)nationale modeformules als H&M, WE, Tommy Hilfiger en C&A. Ook zijn er twee sterke stadsdeelcentra aanwezig met een ruim winkelaanbod: Kronenburg (ca. 22.000 m² wvo) en Presikhaaf (ca. 15.000 m² wvo).
- Doetinchem wordt gezien als het centrum van de Achterhoek. Het centrum van Doetinchem heeft een omvang van circa 59.000 m² wvo, met een ruim winkelaanbod in de branchegroep mode & luxe.

- Rondom Zevenaar liggen diverse centrumgebieden met een lokale verzorgingsfunctie. Het winkelaanbod ligt rond de 10.000 m² wvo: centrum van Duiven (ca. 10.000 m² wvo), Doesburg (ca. 10.000 m² wvo), Westervoort (ca. 6.000 m² wvo), Didam (ca. 12.000 m² wvo) en 's-Heerenberg (ca. 9.000 m² wvo). Deze centra hebben een sterke boodschappenfunctie, maar hebben vaak ook een breed niet-dagelijks assortiment (veel branches aanwezig, alhoewel het aantal winkels in deze branches vaak niet groot is). Deze centrumgebieden worden vaak nog ondersteund door kleinere winkelgebieden in de gemeenten, veelal gericht op de dagelijkse artikelensector (boodschappen doen).
- Ook is er in de regio een ruim perifeer winkelaanbod te vinden. Op de bedrijventerreinen Lithograaf en Nieuwgraaf in Duiven is een detailhandelsaanbod van circa 70.000 m² wvo te vinden. Grote trekkers hier zijn onder meer Ikea (momenteel in uitbreiding), Intratuin en Makro (groothandel). Bovendien zijn er diverse initiatieven op het gebied van PDV/GDV in de Stadsregio Arnhem-Nijmegen (SAN), waaronder Duiven, Ressen en Arnhem (Gelredome).

Het centrum van Zevenaar is qua omvang stukken kleiner dan de omliggende centrumgebieden van Arnhem en Doetinchem, maar steekt ver boven omliggende kleine kernen uit. Het PDV-aanbod onderscheidt zich qua omvang en opzet echter nauwelijks in de regio en staat in de schaduw van het aanbod in Duiven. Op formulenniveau is het aanbod in Zevenaar wel onderscheidend, met formules als Goossens en Sanders Meubelstad.

2.3 Sterkten/zwakten

De sterke en zwakke punten van de detailhandelsstructuur van Zevenaar in het algemeen en van het centrum in het bijzonder zijn navolgend samengevat.

Sterk	Zwak
<ul style="list-style-type: none"> • De dagelijkse en niet-dagelijkse artikelensector liggen boven niveau. • Verschillende kleinere kernen hebben nog een dorpssupermarkt. • Het winkelaanbod in de gemeente is sterk geclusterd in het centrum van Zevenaar. Hier is een sterk boodschappenaanbod, maar is ook (beperkt) recreatief winkelen mogelijk. • Het winkelaanbod in het centrum van Zevenaar steekt boven de centrumgebieden van omliggende kernen uit. • Het winkelaanbod in het centrum is breed (veel branches aanwezig) en in sommige branches ook diep (keuze uit diverse winkels). 	<ul style="list-style-type: none"> • De kern Zevenaar heeft een zwak aanbod in Vrije Tijd (sport, spel, media en hobby). • Het perifere detailhandelsaanbod staat sterk onder druk door grote concurrentie in de regio. • Sterke centra in de nabijheid (recreatief winkelen).

3. VRAAGANALYSE, PLANNEN EN INITIATIEVEN

3.1 Vraaganalyse

Toename/ afname inwoneraantal

De gemeente Zevenaar telt per 1 januari 2011 32.239 inwoners, waarvan circa 24.800 in de kern Zevenaar². In de kernen Angerlo, Babberich, Giesbeek en Lathum wonen in totaal circa 7.500 inwoners. De laatste vijf jaar is het inwoneraantal in de gemeente Zevenaar toegenomen met ongeveer 500 inwoners.

In Zevenaar worden momenteel de nieuwbouwwijk Groot Holthuizen gerealiseerd (Zevenaar-Oost), met in totaal ongeveer 1.500 woningen. In 2009 zijn de eerste woningen gerealiseerd en momenteel wordt gebouwd aan de buurtschappen De Tol en De Bem. Ook in de kleinere kernen binnen de gemeente vindt nieuwbouw plaats, zij het op kleinere schaal. In de totale gemeente Zevenaar zijn tot 2020 circa 1.700 woningen gepland.

Het inwoneraantal van de gemeente Zevenaar zal volgens de prognose³ van het CBS toenemen tot 33.061 in 2016 en 33.670 in 2021. In de omliggende gemeenten zal het inwoneraantal stabiliseren. In de gemeente Rijnwaarden wordt een lichte daling verwacht. Wel dient rekening gehouden te worden met een mogelijk minder grote bevolkingsgroei, vanwege de huidige marktomstandigheden en een lager uitvallend migratiesaldo⁴.

Bestedingen

Het inkomensniveau in de gemeente Zevenaar bedraagt circa € 13.100,- per hoofd van de bevolking per jaar en wijkt daarmee circa 1,5% af van het landelijke gemiddelde inkomen van € 13.300,- per hoofd van de bevolking⁵. Het inkomen is van invloed op de bestedingen. Bij een afwijking kleiner dan 5% wordt uitgegaan van de landelijk gemiddelde bestedingen aan de detailhandel en is het toepassen van een correctie niet noodzakelijk. Omdat het gemiddelde inkomen per hoofd van de bevolking in Zevenaar minder dan 5% afwijkt van het landelijke gemiddelde, wordt uitgegaan van de landelijk gemiddelde bestedingen aan de detailhandel en is het toepassen van een correctie niet noodzakelijk.

² Gemeente Zevenaar, via www.zevenaar.nl

³ CBS (2011) Regionale Prognose Kerncijfers 2009 - 2040

⁴ BRO (2010) Onderzoek naar demografische ontwikkeling Zevenaar t.b.v. Structuurvisie

⁵ CBS Statline, kerncijfers wijken en buurten 2009. Gegevens over 2007

Het landelijk gemiddelde bestedingscijfer in de dagelijkse artikelensector bedraagt € 2.210,- per hoofd van de bevolking. De bestedingen in de niet-dagelijkse artikelensector bedragen € 2.580,- per hoofd van de bevolking⁶.

Koopstromen

In 2009 is er een koopstromenonderzoek uitgevoerd voor de Euregio⁷. De belangrijkste resultaten zijn:

- De koopkrachtbinding in de dagelijkse artikelensector bedraagt 78%. De koopkrachttoevoeiing, als aandeel van de omzet, bedraagt 18%. De koopkrachtbinding is daarmee relatief laag. In kernen met 20.000 – 30.000 inwoners bedraagt de koopkrachtbinding gemiddeld 91%⁸. De koopkrachttoevoeiing ligt boven de landelijke kengetallen (14%).
- De koopkrachtbinding in de niet-dagelijkse artikelensector bedraagt 59%. De koopkrachttoevoeiing 50%. Het landelijke gemiddelde cijfer volgens Bolt bedraagt 57% voor de koopkrachtbinding en 36% voor de koopkrachttoevoeiing. De gerealiseerde koopstromen voor Zevenaar in de niet-dagelijkse artikelensector liggen hier boven.
- In het koopstromenonderzoek is in de koopkrachttoevoeiing geen rekening gehouden met bestedingen van buiten de onderzoeksregio (verblijfstoeristen en recreanten van verder weg).
- Ook voor het centrum van Zevenaar zijn de koopstromen gemeten. Circa 69% van de bestedingen in de dagelijkse artikelensector uit de eigen gemeenten komt terecht in het centrum, de koopkrachttoevoeiing is geraamd op 18%. Voor de niet-dagelijkse artikelensector bedraagt de koopkrachtbinding 36% (toevoeiing circa 34%).
- Ook zijn de grootschalige winkellocaties onderzocht. De koopkrachtbinding (niet-dagelijks) voor Hengelder bedraagt 5% en voor de Meubelstraat 11%. De toevoeiing is respectievelijk 65% en 53%. Dit geeft al aan dat deze centra een sterke regiofunctie vervullen.
- In het koopstromenonderzoek is ook de omzet per m² wvo in het centrum van Zevenaar geraamd: € 7.700 in de dagelijkse en € 2.000 in de niet-dagelijkse artikelensector. De dagelijkse artikelensector bevindt zich hiermee aan de bovenkant van de markt; de niet-dagelijkse artikelensector aan de onderkant. Voor de Hengelder en de Meubelstraat ligt dit cijfer op respectievelijk € 1.000 en € 1.200. Ook dit is aan de lage kant, alhoewel perifere locaties doorgaans een lagere omzet per m² wvo realiseren.

⁶ HBD 2010, omzetkengetallen ten behoeve van ruimtelijke economisch onderzoek (augustus 2010). Bestedingen zijn exclusief BTW en betreffen de detailhandelsomzet. Dit behelst de opbrengsten uit levering van producten, goederen en diensten aan alleen consumenten.

⁷ Goudappel Coffeng (2009) Euregionaal koopstromenonderzoek 2009, deelrapport gemeente Zevenaar.

⁸ Bolt (2003) Winkelvoorzieningen op waarde geschat. Gemiddelden voor kernen met 20.000 – 30.000 inwoners en een afstand van 6 – 12 kilometer afstand tot een centrum van hogere orde.

3.2 Plannen en initiatieven

Binnen de gemeente Zevenaar spelen diverse plannen en initiatieven met betrekking tot detailhandel. Het invloedrijkste initiatief is het geplande themacentrum op Spoorallee. In dit gebied, dat ingeklemd ligt tussen het spoor en de A12, zijn onder meer een treinstation, school, detailhandel, horeca, leisure, kantoren en andere bedrijvigheid gepland. Ook is er een transferium gepland met circa 450 parkeerplaatsen en nog eens 1.000 parkeerplaatsen voor bezoekers van de voorzieningen (gedeeltelijk op het dak).

De huidige plannen voor het themacentrum hebben een totale omvang van circa 25.000 m² bvo detailhandel, verdeeld over circa 30 middelgrote winkelunits. De branchering is ruimer dan op de traditionele perifere locaties, er wordt onder meer gesproken over outdoor/sport, ruitersport, speelgoed, rijwielen, dibevo en electronica. Daarnaast zijn er plannen voor verschillende leisurevoorzieningen als een sport-schoon, indoor skydive, casino, klimhal en horecavoorzieningen (denk aan Starbucks, KFC en La Place).

Overige plannen Zevenaar

- Er worden plannen gemaakt voor de herinvulling van de leegstaande winkels op de woonboulevard (de Hengelder).
- De Coop heeft belangstelling voor de vestiging van een buurtsupermarkt in de nieuwe wijk Zevenaar-Oost van ca. 800 m² wvo), aan het stationsplein aan de Spoorallee. De gemeente heeft als eis gesteld dat de vestiging van deze supermarkt niet ten kosten mag gaan van de buurtsupermarkt in Babberich. Er wordt overigens ook gesproken over een mogelijke verplaatsing van de Attent in Babberich naar het Babborgaplein bij het nieuwe Kulturhus.

Omliggende regio

Ook in de omliggende gemeenten spelen de nodige plannen en initiatieven. De belangrijkste worden navolgend benoemd:

- Er bestaan plannen voor kwantitatieve uitbreiding en kwalitatieve versterking van de binnenstad van **Arnhem** en de Arnhemse stadsdeelcentra Presikhaaf en Kronenburg. Ook spelen er al enig tijd plannen voor het realiseren van een retailpark bij het Gelredome.
- In het centrum van **Doetinchem** spelen diverse ontwikkelingen. Zo zal Saturn zich vestigen op de locatie van het voormalige postkantoor aan de Hofstraat.
- Er is een centrumplan opgesteld voor het centrum van **Duiven**, zowel verbetering van de ruimtelijk-functionele opzet van het centrum en het verblijfsklimaat als een uitbreiding van het winkelaanbod beoogt. Hierbij gaat het om 3.500 m² bvo, waarvan circa 3.000 m² bvo aan winkels en 500 m² bvo aan horeca en diensten.

- Er zijn verschillende versterkingen gepland voor de centrumgebieden van omliggende kernen. Er wordt onder meer gekeken naar een upgradering van het centrum van **Westervoort**, een herinrichting van de markt in **Lobith** (+ nieuwe supermarkt) en een nieuwe supermarkt in **Didam** aan het Lieve Vrouweplein.
- De modernisering van de Ikea-vestiging in **Duiven** is in volle gang (uitbreiding circa 23.000 m² bvo naar circa 39.000 m² bvo). Om ook in de toekomst te kunnen voorzien in voldoende parkeerplaatsen wordt op het huidige parkeerterrein een parkeergarage gebouwd. De plannen van IKEA worden aangegrepen om bedrijventerrein Nieuwgraaf op te knappen (wegwerken lelijke gevels, verbeteren groenonderhoud en afbreken groothandelscentrum). Voor de locatie van het groothandelscentrum wordt gekeken naar een nieuwe invulling.

Relevantie Zevenaar

De concurrentiedruk neemt toe in een regio waar het winkelaanbod al ruim is. Omliggende centrumgebieden versterken zich, alhoewel ze qua omvang achterblijven bij Zevenaar. Maar door verruiming van het aanbod binden deze centrumgebieden meer bestedingen uit de eigen gemeente, waardoor de regiopositie van Zevenaar onder druk komt te staan.

Regionaal neemt ook de druk op perifere detailhandelsontwikkelingen toe. In Duiven zijn de laatste jaren verschillende grootschalige winkels geopend (o.a. sportwinkel Four Seasons en tuincentrum Intratuin). Daarnaast spelen er nog diverse initiatieven in de regio, waaronder uitbreiding van Nieuwgraaf en een Retailpark bij het Gelredome in Arnhem. Hierbij komt dat in de regio verschillende (perifere) winkelgebieden kampen met leegstand. De komende jaren moeten er in de regio heldere keuzes ten aanzien van de structuur gemaakt worden.

3.3 Trends en ontwikkelingen

Gewoonlijk worden drie soorten koopgedrag onderscheiden, waarin aspecten meespelen als het aan te schaffen artikel, de eisen die gesteld worden aan het bezoek en de kenmerken van de aankoopplaats (aanbod en verblijfsklimaat):

- | |
|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • <u>Boodschappen doen</u>: het gaat hier om de aankopen van de consument voor het primaire levensonderhoud. Deze aankopen worden met een hoge frequentie gedaan en veelal in de nabijheid van de woonomgeving. Regelmatig zal sprake zijn van combinatie aankopen van levensmiddelen en hoog frequent benodigde (alledaagse) non-food. Bij de keuze in aankoopplaats zijn reistijd, bereikbaarheid, parkeermogelijkheden, gemak, assortiment, uitstraling en prijs overwegingsfactoren. |
|--|

- Recreatief winkelen: bij recreatief winkelen staat het kijken en vergelijken centraal. De consument wil veel keuzemogelijkheden hebben en worden geprikkeld (impuls)aankopen te doen. De sfeer en beleving van een centrum zijn erg belangrijk. Deze aankopen worden met een wisselend frequentie gedaan en men is bereid een grotere afstand af te leggen. Het gaat om artikelen waarmee men een hogere emotionele binding heeft of uit speciale interesse en/of persoonlijke voorkeuren zoals mode en luxe artikelen. In veel gevallen is dit koop- of bezoekgedrag een vorm van vrije tijdsbesteding.
- Doelgericht aankopen: dit zijn (duurzame en/of vervangings) aankopen die met een lage frequentie en veelal doelgericht worden gedaan. Het gaat om aankopen van woninginrichting, bruin- en witgoed, fietsen, doe-het-zelf- en tuinartikelen, etc. De aankopen van deze laatste twee worden vooral in de nabijheid van de woonomgeving gedaan. Voor de overige aankopen is de scope van de consument veel groter. Hier is een goede prijs-kwaliteitverhouding van groot belang.

Door aan te sluiten bij dit koopgedrag kunnen winkelgebieden, maar ook delen van grotere centra, zich duidelijk profileren en hun eigen identiteit uitdragen. Dit draagt weer bij aan het onderscheidend vermogen van de winkelgebieden. Zo ligt de nadruk in binnensteden en grotere stadsdeelcentra sterk op het recreatieve winkelen en in de buurt- en wijkcentra sterk op het boodschappen doen. Voor perifere detailhandelslocaties geldt dat ze overwegend door de consument bezocht worden om doelgericht aankopen te doen.

Trends & ontwikkelingen

Landelijk zijn verschillende trends en ontwikkelingen te onderscheiden. De effecten hiervan verschillen per type winkelcentrum. Navolgend worden de algemene trends en ontwikkelingen in de detailhandel beschreven en de relevantie hiervan voor Zevenaar.

- **Genieten en ervaren** – Steeds meer winkels zetten in op de beleving in hun winkels om een bepaalde sfeer te creëren. Service, productpresentatie en –beleving, try & buy, gemak, etc. zijn daarbij kernbegrippen. Ook de integratie van horeca en voorzieningen als kinderopvang is van groot belang. Dergelijke elementen dragen bij aan bezoekduurverlenging en daarmee tot hogere bestedingen in een winkel of winkelgebied.
- **Gemak** - Het verwachtingspatroon van consumenten wordt ingegeven door het bezoekdoel. Boodschappen moeten snel en eenvoudig kunnen worden gedaan. Het liefst parkeert de consument daarbij in de winkel. Ook laagfrequente aankopen moeten efficiënt plaatsvinden. Gaat de consument om te kijken, te vergelijken en te snuffelen (zoals in binnensteden), dan besteedt hij daar meer tijd aan, maar stelt ook hoge eisen aan comfort, sfeer en gezelligheid.
- **Webwinkelen** - De aankopen via internet nemen explosief toe, maar toch gaat het nog maar om een klein deel van de totale consumentenbestedingen. Internet is primair een informatiebron, die ook voor winkels interessant is (oriënteren).

- **Schaalvergroting** – Komende jaren zal de schaalvergroting zich blijven door zetten. Schaalvergroting speelt in op de behoefte van de consument aan keuzemogelijkheden, comfort en beleving. Uitbreiding van winkels naar een grotere maat is niet één op één te vertalen in meer omzet. Grotere winkels worden immers ook gebruikt om meer comfort te bieden aan de consument (ruimere opzet winkel), een betere en attractievere productpresentatie en een grotere voorraad (magazijn). De komende jaren blijft er echter ook behoefte aan speciaalzaken met een relatief smal maar diep assortiment.
- **Opleving ondersteunende centra** – Er is een opleving van dorps-, wijk- en stadsdeelcentra zichtbaar. Het aanbod in de wijken wordt steeds meer geconcentreerd en supermarkten in deze centra maken waar mogelijk een schaa sprong. Zij zijn op wijk-, buurt- en dorpsniveau de publiekstrekkers. De branches die zich niet richten op comfort, sfeer en gezelligheid vertrekken uit de binnensteden (o.a. computers en fietsen) en komen steeds vaker in de ondersteunende winkelcentra (en op perifere locaties) terecht.
- **Kleine centra onder druk** – De kleine buurt- en wijkwinkelcentra staan sterk onder druk. De kleinschaligheid van het aanbod, het veelal ontbreken van trekkers en een veranderend consumentengedrag zijn daar debet aan. Indien versterking en uitbreiding van het aanbod niet mogelijk is, wordt steeds vaker op zoek gegaan naar functieverandering van deze centra. Combinaties met maatschappelijke voorzieningen (welzijn, zorg) kunnen mogelijkheden bieden om een bepaald voorzieningenniveau te blijven bieden.
- **Filialisering en netwerkverdichting** – Er is sprake van een verdichting van het netwerk van filiaalbedrijven. Ook de kleinere verzorgingsgebieden worden bediend door bekende formules, zoals Hema.
- **Branchevervaging en parallellisatie** – Door branchevervaging en parallellisatie transformeren perifere winkelcentra geleidelijk naar 'gemakcentra', zoals de retailparks in Hengelo en Roermond, maar ook op winkelniveau treden deze trends steeds vaker op. In de periferie zien we steeds meer branchegerichte warenhuizen.

Relevantie Zevenaar

Met de toenemende concurrentie in de regio is het zaak dat het centrum van Zevenaar zich juist weet te profileren. Hierbij dient aansluiting gezocht te worden bij het koopgedrag van de consument. De functie van het centrum is tweeledig. Enerzijds is het een belangrijke aankoopplaats voor de boodschappen (lokaal verzorgend), anderzijds heeft het centrum een belangrijk recreatief winkelaanbod (regionaal verzorgend). Het centrum moet goed en eenvoudig bereikbaar zijn om boodschappen te kunnen doen, maar ook voldoende divers om de winkelende consument te kunnen boeien.

De consument is mobieler geworden en wijkt makkelijker uit naar andere winkelgebieden. Het is zaak om met name de recreatieve consument te blijven boeien. Hiervoor dient ingespeeld te worden op de landelijke trends en ontwikkelingen, zoals de vestiging van nieuwe formules, ruimte bieden aan schaalvergroting het bieden van beleving (experience).

Landelijk neemt de druk van winkelformules die zich in de periferie willen vestigen toe. De traditionele woonboulevard verkleurt steeds meer naar recreatieve winkelcentra. Hierbij dient afgevraagd te worden of deze ontwikkelingen niet concurreren met de gewenste positie van de reguliere winkelgebieden.

3.4 Kansen en bedreigingen

De kansen en bedreigingen naar de toekomst, die relevant zijn voor het centrum van Zevenaar, zijn navolgend samengevat.

Kans	Bedreiging
<ul style="list-style-type: none">• Inspelen op bezoekdoel consument• Sterke regiofuncties• Verbeterde regiopositie door Spoorallee (mogelijk combinatiebezoek centrum).	<ul style="list-style-type: none">• Versterking winkelcentra rondom• Kleinere winkelcentra met een groot aandeel zelfstandige ondernemers staan landelijk onder druk

4. ECONOMISCH FUNCTIONEREN

4.1 Benadering huidig functioneren

De confrontatie van de omzetclaim van het aanbod met de totale gebonden bestedingen, geeft inzicht in de huidige omzet per m² wvo van de dagelijkse en niet-dagelijkse artikelensector in Zevenaar en het centrum van Zevenaar in het bijzonder. Dit is een indicator voor het economisch functioneren van het aanwezige aanbod. Tabel 4.1 geeft tevens een indruk van het verschil tussen de theoretische omzet en de berekende omzet. Hieruit blijkt dat de dagelijkse artikelensector in de huidige situatie boven niveau functioneert: € 7.300,- per m² wvo ten opzichte van € 6.900,- landelijk. Ook de omzet in de niet-dagelijkse artikelensector functioneert boven niveau (€ 2.475 t.o.v. € 1.940 landelijk). Dit komt overeen met het landelijke beeld dat centrumgebieden sterker functioneren.

Tabel 4.1 Benadering huidig functioneren CENTRUM Zevenaar

2011	Dagelijks	Niet-dagelijks
Inwoners primaire verzorgingsgebied	24.787	24.787
Bestedingen per hoofd	2.210	2.580
Bestedingspotentieel (in mln. €)	54,8	64,0
Koopkrachtbinding	80%	40%
Gebonden bestedingen (in mln. €)	43,8	25,6
Koopkrachttoevloeiing (aandeel omzet)	25%	42%
Omzet door toevloeiing (in mln. €)	14,6	18,5
Totale omzet (in mln. €)	58,4	44,1
Wvo totaal (m ²)	8.018	17.966
Omzet per m ² wvo (€)	7.300	2.475
Vergelijkbaar gemiddelde (€/ m ² wvo)	6.900	1.940
Omzet per m ² wvo (€) - Euregionaal Koopstromenonderzoek 2009	7.700	2.000

Door gewijzigde bestedingscijfers liggen de voorgaand gepresenteerde cijfers in de dagelijkse artikelensector lager dan de resultaten uit het Euregionaal koopstromenonderzoek. Dit wordt ook verklaard door de correctie voor de hogere bestedingen van de Duitse consument. De door ons benaderde omzet per m² wvo in de niet-dagelijkse artikelensector in het centrum van Zevenaar ligt echter veel hoger; voor deze afwijking kunnen wij geen verklaring vinden in Euregionaal koopstromenonderzoek.

4.2 Twee scenario's

Voor de benadering van het toekomstig functioneren van het centrum van Zevenaar, is de invulling van het grootschalige detailhandelscluster van belang. Omdat de realisatie van het nieuwe cluster nog in de planfase verkeert, is er in dit onderzoek uitgegaan van een tweetal scenario's: een traditioneel PDV-cluster en een Retail Park (leisure thema).

Scenario 1: traditioneel PDV-cluster

In het eerste scenario wordt uitgegaan van geen of een minder groot detailhandelsprogramma aan de Spoorallee. Het heeft in ieder geval geen of nauwelijks overlap met het winkelaanbod in het centrum van Zevenaar dat zich sterk richt op de dagelijkse artikelensector (boodschappen doen) en beperkt recreatief winkelen (mode & luxe). Voor de benadering van het toekomstig functioneren is uitgegaan van gelijke koopstromen en een toegenomen inwoneraantal. Wel is er uitgegaan van een lichte toename van de bestedingen van buiten de gemeente (koopkrachttoevloeiing), als gevolg van combinatiebezoek tussen de nieuwe regionale voorzieningen aan Spoorallee en het centrum.

Tabel 4.2 Benadering toekomstig functioneren CENTRUM Zevenaar – scenario 1

2016	Dagelijks	Niet-dagelijks
Inwoners primaire verzorgingsgebied	25.500	25.500
Bestedingen per hoofd	2.210	2.580
Bestedingspotentieel (in mln. €)	56,4	65,8
Koopkrachtbinding	80%	40%
Gebonden bestedingen (in mln. €)	45,1	26,3
Koopkrachttoevloeiing (aandeel omzet)	26%	43%
Omzet door toevloeiing (in mln. €)	15,8	19,9
Totale omzet (in mln. €)	60,9	46,2
Huidige omzetclaim (in mln. €)	58,4	44,1
Verschil (in mln. €)	2,5	2,1
Gemiddelde omzet per m ² wvo (€)	7.300	2.475
Uitbreidingsruimte (m ² wvo)	300	700

Door de groei van het inwoneraantal en de lichte toename van de bestedingen van buiten de gemeente, neemt de totale omzet toe met circa € 2,5 miljoen in de dagelijkse artikelensector en € 2,1 miljoen in de niet-dagelijkse artikelensector. Uitgaande van de huidige gemiddelde omzet per m² wvo in het centrum, resulteert dit in een totale uitbreidingsruimte van circa 1.000 m² wvo. Deze uitbreidingsruimte is hiermee wel kleiner dan de plannen voor het raadhuis (ca. 1.600 – 2.000 m² wvo).

Scenario 2: Leisure thema

Naast het aanbod in de branchegroep mode & luxe (recreatief winkelen), zijn van oudsher ook de meer doelgericht bezochte winkelbranches sterk in (de randen van) centrumgebieden geclusterd. Hierbij moet gedacht worden aan branches als sport, speelgoed, rijwielen en bruin- en witgoed. De laatste jaren zijn grootschalige aanbieders in deze branches ook steeds vaker op perifere locaties te vinden (grotere winkelpanden tegen lagere huren, betere bereikbaarheid). Grootschalige aanbieders kunnen aanvullend zijn op de specialistische aanbieders in de centrumgebieden die meer gericht zijn op service en gemak. In het tweede scenario wordt uitgegaan van een themacentrum in deze branches, waardoor Spoorallee hierdoor een grotere overlap heeft met het centrum van Zevenaar.

Scenario 2: indicatief programma

Op basis van de eerste plannen van ontwikkelaar MAB is een indicatief programma opgesteld, op basis waarvan een inschatting is gemaakt van de effecten op het centrum van Zevenaar.

Tabel 4.3 Indicatief programma

Hoofdbranche	Subbranche	M ² bvo	M ² wvo
Sport & spel	Sport / outdoor	7.500	6.000
Sport & spel	Ruitersport	1.500	1.200
Sport & spel	Sport speciaalzaak (golf)	1.500	1.200
Sport & spel	Speelgoed	2.000	1.600
Plant & dier	Dibevo	1.500	1.200
Bruin- & witgoed	Electro	4.000	3.200
Auto & fiets	Rijwielen	2.000	1.600
Overig		5.000	4.000
Totaal		25.000	20.000

De sportbranche is naar verwachting de dominante branche in het concept, met in totaal circa 8.400 m² wvo. Er wordt ook gesproken over een of enkele sterke electronicaformules. De omvang hiervoor is geraamd op circa 3.200 m² wvo. De (sub)branches speelgoed, dierbenodigdheden en rijwielen krijgen een omvang van circa 1.000 – 2.000 m² wvo. Naar verwachting wordt circa 4.000 m² wvo (20% van het totale planvolume) ingenomen door minder concurrerende branches, zoals een bouwmarkt of een tuincentrum.

Scenario 2: overlap met het centrum

Het winkelaanbod in Zevenaar in de voorgaand beschreven branches sport & spel, bruin- & witgoed en fietsen/autoaccessoires is momenteel sterk geclusterd in het centrum van Zevenaar: bijna 90% van het aanbod in deze branches ligt in het centrum. Dit is hoger dan het landelijke beeld. De totale omvang van het aanbod bedraagt circa 3.300 m² wvo, wat neerkomt op 18% van het wvo in de niet-dagelijkse

artikelensector. In de praktijk is dit aanbod nog groter, omdat deze branches ook worden aangeboden als nevenassortiment bij formules als Hema, Blokker of Action. Bij de spreiding van dit aanbod valt op dat dit doelgericht bezochte aanbod vaker aan de randen van het centrum ligt vanwege de omvang, huurprijs en bereikbaarheid. In het centrum van Zevenaar is een concentratie te onderscheiden aan de Muldershof, Grietsestraat en Didamsestraat. Navolgend is een korte beschrijving gegeven van het aanbod in het centrum van Zevenaar:

- **Sport** - De branche sport & spel is beperkt aanwezig in de kern Zevenaar, maar relatief sterk in het centrum. Het sportaanbod in het centrum bestaat uit twee aanbieders: Intersport (ca. 500 m² wvo) en Aktie Sport (ca. 150 m² wvo). De nadruk van deze aanbieders ligt sterk op het modische segment.
- **Speelgoed** - In het centrum van Zevenaar zijn twee speelgoedwinkels te vinden (Top 1 Toys en Intertoys), beiden met een omvang van circa 300 m² wvo. Het gaat hier om moderne speelgoedwinkels voor een kern als Zevenaar.
- **Dibevo** - Er zijn twee dierenspecialzaken aanwezig in het centrum van Zevenaar (Faunaland en Wiersma). Beide aanbieders zijn relatief kleinschalig met een omvang van circa 100 m² wvo. Grootschalige dierenspecialzaken ontbreken in het centrum van Zevenaar.
- **Bruin- en witgoed** - De bruin- en witgoedbranche is sterk vertegenwoordigd in het centrum van Zevenaar, met een totale omvang van circa 1.000 m² wvo verspreid over acht aanbieders. Het aanbod wordt gekenmerkt door kleinschaligheid. Scheer & Foppe is de grootste aanbieder met een omvang van circa 400 m² wvo, gevolgd door Schepers elektro (ca. 200 m² wvo). Ook is er een vestiging van Hobo Hifi (hoogwaardig segment). Daarnaast bestaat het aanbod uit verschillende telecomaandieners en computerspecialzaken. Echte grootschalige warenhuizen ontbreken in het centrum van Zevenaar.
- **Rijwielen** - In het centrum van Zevenaar zijn 3 rijwielspecialzaken aanwezig met een totale omvang van 800 m² wvo. Daarnaast is er een vestiging van Halfords aanwezig dat officieel in de subbranche automaterialen valt, maar ook fietsen/accessoires verkoopt.

Scenario 2: effecten op het centrum

Om de effecten in te kunnen schatten van een concurrerend retailpark op het centrum van Zevenaar, is een inschatting gemaakt van het huidige functioneren en de te verwachten aantrekkingskracht van het retailpark. De branches sport, spel, dibevo, bruin- en witgoed en rijwielen zijn in de huidige situatie nog sterk in het centrum geclusterd. De consument zal ook naar de toekomst op dit aanbod georiënteerd blijven, deels uit gewoonte, deels omdat de functies van de winkelgebieden verschillen. Aangezien de werkelijke invulling nog niet bekend is, gaat het hier om een inschatting. Zo zullen de effecten van een ruitersportzaak of golfwinkel minder groot zijn op het centrum van Zevenaar dan een formule als Topshelf dat sterk gericht is op sport- en vrijetijdsmode.

Omzeteffecten

Door confrontatie van vraag en aanbod zijn per branche de effecten in te schatten van het nieuwe retailpark op Spoorallee. Deze berekeningen zijn per branche weergegeven in bijlage 6. Hierbij zijn we uitgegaan van een halvering van de kooporiëntatie van de inwoners van de kern Zevenaar op de benoemde branches in het centrum. Hierdoor zal de omzet in een aantal branches (fors) dalen. Op basis van deze aannames komt circa 1.750 m² wvo van het huidige aanbod onder druk te staan.

Tabel 4.4 raming omzeteffecten centrum Zevenaar

Branche	Huidige omzet (in mln. €)	Raming toekomstige omzet (in mln. €)	Omzetsdaling (in mln. €)	Effect m ² wvo
Sport	1,1	0,6	-0,5	-250 m ² wvo
Speelgoed	1,0	0,5	-0,5	-400 m ² wvo
Bruin-/witgoed	3,4	1,8	-1,7	-650 m ² wvo
Dibevo	0,6	0,3	-0,3	-50 m ² wvo
Rijwielen	1,7	0,9	-0,8	-400 m ² wvo
Totaal branches	7,9	4,0	-3,9	-1.750 m ² wvo

De effecten op de totale niet-dagelijkse artikelensector zijn per saldo minder fors, omdat de benoemde branches maar een beperkt onderdeel uitmaken van de totale niet-dagelijkse artikelensector. Door een lagere binding vanuit de eigen kern dalen de bestedingen in de niet-dagelijkse artikelensector circa € 3,9 miljoen tot circa € 21,7 miljoen. De koopkrachtbinding daalt hiermee tot 33%.

De (boven)regionale aantrekkingskracht van Spoorallee is in het tweede scenario echter groot. Er zullen dus meer bezoekers naar Zevenaar komen, zowel uit de directe omgeving als van verder weg, bijvoorbeeld uit Duitsland. Hoewel het nieuwe vrije tijdscentrum veelal gericht bezocht zal worden, mag toch verwacht worden dat een deel van deze nieuwe bezoekers ook het centrum zal aandoen. Elders is dit ook gebleken⁹

Door de dalende oriëntatie van de eigen consument en een toenemende oriëntatie van de (boven)regioconsument op het centrum van Zevenaar, neemt de koopkrachttoevloeiing als aandeel van de omzet in het centrum aanzienlijk toe in met name de niet-dagelijkse artikelensector.

⁹ Uit een onderzoek uit 2004, op koopzondagen toen beide gebieden open waren, komt naar voren dat circa 20% van de bezoekers van Plein Westermaat ook het centrum van Hengelo bezocht. In het onderzoek wordt geconcludeerd dat de winkels elkaar versterken. In steden met een sterkere binnenstad is overigens wel vaak sprake van een sterkere wisselwerking. In 2010 heeft BRO een koopstromenonderzoek uitgevoerd in de gemeente Roermond. Hieruit komt naar voren dat 24% van de bezoekers van het Retail Park diezelfde dag ook de binnenstad bezoekt. Op jaarbasis zijn dit ongeveer 900.000 bezoekers.

In de niet-dagelijkse artikelensector daalt de totale omzet desalniettemin met circa € 0,7 miljoen ten opzichte van het huidige functioneren, waardoor het haalbare wvo met circa 300 m² wvo afneemt ten opzichte van de huidige situatie. De daling in de benoemde branches (-1.750 m² wvo), wordt dus grotendeels gecompenseerd door een toegenomen uitbreidingsruimte in de recreatieve winkelbranches als gevolg van combinatiebezoek (raming BRO: + 1.150 m² wvo). Dit leidt naar verwachting tot een verkleuring van het winkelaanbod in het centrum van Zevenaar (meer gericht op recreatief winkelen).

De uitbreidingsruimte in de dagelijkse sector bedraagt circa 600 m² wvo. Per saldo bedraagt de uitbreidingsruimte in het centrum in scenario 2 circa 0 m² wvo en is dus kleiner dan de voorgenomen uitbreidingsruimte van het raadhuis (ca. 1.600 – 2.000 m² wvo). Wel moet opgemerkt worden dat er ook nu al sprake is van leegstand.

Tabel 4.5 Benadering toekomstig functioneren CENTRUM Zevenaar – scenario 2

2016	Dagelijks	Niet-dagelijks
Inwoners primaire verzorgingsgebied	25.500	25.500
Bestedingen per hoofd	2.210	2.580
Bestedingspotentieel (in mln. €)	56,4	65,8
Koopkrachtbinding	80%	33%
Gebonden bestedingen (in mln. €)	45,1	21,7
Koopkrachttoevloeiing (aandeel omzet)	28%	49%
Omzet door toevloeiing (in mln. €)	17,5	20,9
Totale omzet (in mln. €)	62,6	42,6
Huidige omzetclaim (in mln. €)	58,4	44,1
Verschil (in mln. €)	4,2	-1,5
Gemiddelde omzet per m ² wvo (€)	7.300	2.475
Uitbreidingsruimte (m ² wvo)	600	- 600

Kwaliteit boven kwantiteit

De hiervoor aangegeven omzeteffecten zijn het resultaat van berekeningen die gebaseerd zijn op meerdere aannames. Het gaat immers om toekomstige ontwikkelingen en op voorhand kunnen die nooit exact voorspeld worden. De woningbouw kan bijvoorbeeld vertraging oplopen, de gemiddelde woningbezetting kan hoger of lager uitvallen, de bestedingen kunnen sterk gaan stijgen of juist gaan dalen, het programma van het Retail Park kan wijzigen en koopstromen kunnen toch iets anders lopen dan verwacht. De uitkomsten van de berekeningen mogen daarom nooit als normatief gezien worden, maar als indicatief.

In dit verband is het ook van belang aan te geven dat aan kwalitatieve aspecten bij winkelontwikkelingen vaak meer waarde gehecht dient te worden dan aan de kwantitatieve distributieve mogelijkheden. Als bijvoorbeeld nieuwe winkelontwikkelingen, op een vanuit de structuur bezien goede plek, als resultaat hebben dat

verouderd aanbod op een slechte plek verdwijnt, dan is de detailhandelstructuur er per saldo op vooruitgegaan. Er is immers modern aanbod en/of een aantrekkelijk verblijfsklimaat bij gekomen en daar heeft de consument uiteindelijk het meeste baat bij. Het, in het kader van structuurverbeteringen, meer realiseren dan de berekende distributieve uitbreidingsruimte hoeft dus helemaal niet erg te zijn, vooropgesteld dat de effecten per saldo positief zijn.

4.3 Doorkijk naar 2021

De verwachting is dat de bevolking van de gemeente Zevenaar de komende jaren nog verder groeit, met de realisatie van de nieuwbouwwijk Groot Holthuizen. Om deze reden is ook een doorkijk gemaakt naar 2021. Naar verwachting neemt het inwoneraantal in Zevenaar in deze periode toe tot circa 26.000. Verder zal de toevloeiing in absolute zin mogelijk ook nog iets toenemen (bekendheid Zevenaar neemt verder toe). In tabel 4.6 zijn de resultaten van deze benadering van het toekomstig functioneren naar 2021 voor beide scenario's weergegeven (bijlage 7). De uitbreidingsruimte in het eerste scenario neemt toe tot circa 1.550 m² wvo, terwijl in scenario 2 alleen uitbreidingsruimte ontstaat in de dagelijkse artikelensector.

Tabel 4.6 Raming uitbreidingsruimte tot 2021

Scenario	Dagelijkse artikelensector	Niet-dagelijkse artikelensector
1	+ 500 m ² wvo	+ 1.050 m ² wvo
2	+ 750 m ² wvo	- 450 m ² wvo

5. CONCLUSIES EN AANBEVELINGEN

5.1 Conclusies DPO

- In het raadhuis kan mogelijk 1.600 – 2.000 m² wvo winkelruimte worden gerealiseerd.
- In de benadering van het toekomstig functioneren is uitgegaan van twee scenario's: de detailhandelsplannen voor Spoorallee hebben nauwelijks overlap met het centrum (scenario 1) of hebben een grote overlap met de doelgericht bezochte centrumbranches (scenario 2).
- Realisatie van de nieuwbouwwijk Groot Holthuizen met circa 1.500 woningen, zorgt de komende jaren voor een bevolkingsgroei in de kern Zevenaar.
- In scenario 1 is er slechts sprake van een beperkte versterking van de regiopositie van het centrum van Zevenaar. Door groei van de eigen bevolking, neemt de uitbreidingsruimte in het centrum toe met circa 1.000 m² wvo in 2016 en circa 1.500 in 2021.
- Voor scenario 2 is uitgegaan van een regionale trekker in de periferie (thema-centrum vrije tijd), wat zorgt voor een combinatiebezoek met het centrum. Door toegenomen concurrentie daalt het draagvlak voor de overlappende branches in het centrum met circa 1.750 m² wvo. Door bevolkingsgroei en het te verwachten combinatiebezoek neemt het draagvlak voor de dagelijkse artikelensector (boodschappen doen) en mode & luxe (recreatief winkelen) met circa 1.950 m² wvo toe in 2016 en 2.500 in 2021. Per saldo is de geraamde uitbreidingsruimte in het centrum van Zevenaar +200 m² in 2016 en + 750 in 2021.
- Het tweede scenario betekent een verkleuring van het detailhandelsaanbod in het centrum van Zevenaar. Het aanbod in de branches sport, speelgoed, bruin- & witgoed, dibevo en rijwielen in het centrum neemt af door concurrentie van het retailpark of verplaatsing naar het retailpark. Naar verwachting zullen de achterblijvende winkelpanden weer worden ingevuld door aanbod in de dagelijkse artikelensector en de modebranche (+ aanverwante branches).

5.2 Locatie-aspecten raadhuis

Versterking uitstraling en ontmoetingsfunctie Raadhuisplein

Het Raadhuisplein is een prominente plek in het centrum van Zevenaar. Vanuit de winkelstructuur bekeken ligt het Raadhuisplein centraal aan de belangrijkste winkelklas Marktstraat-Grietsestraat. Door de aanwezigheid van het raadhuis is het plein momenteel aan één zijde niet verwinkeld. Mede omdat de entree van het raadhuis zich niet aan de pleinzijde bevindt, doet dit afbreuk aan de levendigheid van het plein. Door het raadhuis een meer publieksgerichte invulling te geven, zou het plein

meer dan nu kunnen gaan functioneren als het centrale ontmoetingspunt van Zevenaar. Dat kan op zichzelf weer bijdragen aan een verlenging van de verblijfsduur van de consument, hetgeen in z'n algemeenheid positief is voor het functioneren van het centrumaanbod.

Autonome trekkracht nodig

Een plein biedt meestal niet het meest optimale klimaat voor winkelvestiging omdat er in feite sprake is van 4 x eenzijdige bewinkeling. Omdat de hoofdloopstroom zich aan de andere zijde van het plein bevindt, zal het winkelaanbod op de locatie raadhuis een sterke autonome trekkracht moeten genereren: het aanbod moet dusdanig uitnodigend zijn dat de centrumbezoekers het plein oversteken. Over het algemeen kunnen grotere, sterk aansprekende en publiektrekkende winkels dit bereiken. Supermarkten vallen hier bijvoorbeeld onder, maar gezien de omvang en kwaliteit van het supermarktaanbod in Zevenaar-centrum en het ontbreken van mogelijkheden om voldoende parkeermogelijkheden in de directe nabijheid van het raadhuis te realiseren is dit een weinig voor hand liggende optie. In de volgende paragraaf wordt nader aangegeven welke functionele invullingsmogelijkheden wel passend zijn.

Aanbod op verdieping

Er is in z'n algemeenheid maar een beperkte vraag naar winkels op verdieping, en dat geldt zeker voor kleinere centrumgebieden. Om te komen tot winkels op verdieping zijn er grofweg twee opties: of één winkel over meerdere verdiepingen (entree op begane grond), of twee aparte winkels met ieder een entree op de begane grond. In het laatste geval zijn er enkele belangrijke randvoorwaarden. Ondernemers gaan op verdieping zitten om een grote winkel te kunnen realiseren tegen lage huurprijzen (ca. helft van de huur op begane grond). Landelijk zien we onder meer grootschalige formules als Bristol, Xenos en Scapino soms op verdieping zitten. In dat geval dient de entree wel helder vormgegeven te zijn en moet de entree centraal in het winkelgebied liggen met voldoende signing. Daarnaast moet de winkel op verdieping bereikbaar zijn via een roltrap/ lift. Dit vraagt de nodige extra investeringen. Deze landelijke voorbeelden bevinden zich met name op locaties waar de fysieke ruimte schaars is. Dit is niet direct het geval in het centrum van Zevenaar, waardoor BRO verwacht dat de interesse van winkelondernemingen in vestiging op verdieping hier klein zal zijn.

De vierkante meters op verdieping kunnen ook gebruikt worden voor andere voorzieningen, zoals zorg of consumentverzorgende ambacht. Deze voorzieningen zijn minder bezoekersintensief. Ook horeca is mogelijk, maar hiervoor is een goede zichtbaarheid van belang. Een heldere vormgeving van de entree is ook noodzakelijk. Landelijk zijn er verschillende voorbeelden waarbij dergelijke functies succesvol zijn toegevoegd.

Meerdere winkels gewenst

Voor de uitstraling van de nieuwe winkelwand is het gewenst dat meerdere winkels of andere publieksgerichte voorzieningen zich richting het plein presenteren. Dit kan bijvoorbeeld bereikt worden door een grotere winkelunit af te zomen met enkele kleinere winkels. Dit is weliswaar lastiger te verhuren (meerdere contracten), maar resulteert doorgaans in een hoger rendement (hogere huren kleinere winkelpanden). Daarnaast voorkom je op deze manier blinde gevels (verbetering uitstraling).

5.3 Functionele invullingsmogelijkheden

Voorgaand is aangegeven dat een invulling van het raadhuis met een meer grootchalige winkel voor de benodigde trekkracht kan zorgen. In de huidige situatie hebben alleen de supermarkten in het centrum van Zevenaar een omvang van meer dan 1.000 m² vvo. De grootste metrages buiten de supermarkten worden ingenomen door de formules Hema en Action (respectievelijk 950 en 900 m² vvo).

Warenhuizen

Warenhuizen en warenhuisachtige winkels zijn vaak belangrijke trekkers voor centrumgebieden. Vanuit de ruimtelijke structuur van winkelcentra bezien is een centrale locatie vaak gunstig (bezoekers worden het centrum als het ware ingetrokken). Een invulling van het raadhuis met een dergelijke winkel is daarom positief voor de ruimtelijk-functionele opbouw van het centrum. Mogelijk is een van de gevestigde zaken geïnteresseerd in schaalvergroting. De omvang van de Hema in het centrum is bijvoorbeeld relatief beperkt. In vergelijkbare centrumgebieden zijn vestigingen van Hema die een omvang hebben tot circa 1.600 m² vvo. De toevoeging van een formule als Xenos is ook een optie.

Overige branches

Ook in andere branches zijn nog mogelijkheden tot versterking:

- Er zijn verschillende modewarenhuizen met een grotere omvang die (nog) niet in Zevenaar gevestigd zijn, zoals C&A, H&M, Vögele of Duthler.
- Over het algemeen vragen schoenendiscouters veel meters. Misschien hebben Scapino en Schoenenreus behoefte aan uitbreiding. Landelijk zien we ook grotere filialen van Bristol.
- In de branche sport & spel nemen de formules Daka Sport, Intersport en Intertoys grotere winkelpanden in de centrumgebieden in.
- Ook zijn er grotere electronicawarenhuizen in de centrumgebieden te vinden van bijvoorbeeld Expert, BCC en Leo van Schaijik.

Hierbij dient wel opgemerkt te worden dat landelijk ook verschillende grotere zelfstandige ondernemers of regionale formules gevestigd zijn in uiteenlopende branches. Het kan zijn dat in Zevenaar deze ambitie ook bestaat onder bestaande ondernemers.

In de modische branches zijn het vooral de meer prijsvriendelijke en discountformules die grote winkels exploiteren. Het winkelaanbod in Zevenaar telt al vrij veel van dit soort winkels, hetgeen te verklaren is uit het feit dat deze formules vaak een kleinere lokaal consumentendraagvlak nodig hebben dan de meer hoogwaardiger winkels. Enkele voorbeelden van landelijke ketens in de midden-plus en hogere segmenten die nog niet in Zevenaar gevestigd zijn, zijn Score, State of art, Esprit, Mexx, Men at Work, Like Side, Brandstore, Lady Sting of La Ligna. Dergelijke winkels zijn over het algemeen echter ca. 75 tot 400 m² wvo. Wellicht zijn er mogelijkheden voor vestiging van dergelijke winkels in combinatie met een grotere winkel op de locatie raadhuis.

Mode & luxe meest realistisch

Op basis van de effectenstudie achten wij vestiging van een grootschalige versterking in de branchegroepen warenhuis en mode & luxe het meest realistisch. Een versterking van het aanbod in deze branches draagt er toe bij dat de functie van Zevenaar-centrum als recreatief winkelcentrum een impuls krijgt. Met de plannen voor het nieuwe retailpark aan de Spoorallee achten wij de kans klein dat aanbieders in de branches sport & spel, bruin- en witgoed of rijwielen naar een groter pand in het centrum gaan verplaatsen. Ook nieuwe formules in deze branches zullen naar de Spoorallee trekken.

5.4 Slotoverwegingen

Effecten op de detailhandelsstructuur

De genoemde formules die mogelijk willen uitbreiden zijn nu vaak gevestigd in een middelgroot winkelpand dat veelal aan de rand van het centrum gelegen is. Dergelijke panden zijn er niet veel in het centrum van Zevenaar, dus de kans is groot dat een bestaande aanbieder hier naartoe wil verplaatsen of dat een nieuwe formule zich hierin wil vestigen. De trend naar schaalvergroting doet zich immers niet alleen voor bij de perifere detailhandel, maar ook bij centrumbranches.

Echter, wanneer de plannen voor een Retail Park aan de Spoorallee doorgang vinden (scenario 2), is de kans aanzienlijk dat het aanbod in de branches sport, speelgoed, bruin- & witgoed, dibevo en rijwielen in het centrum afneemt door de veranderde concurrentieverhoudingen of door verplaatsing naar het retailpark. Hierdoor komen er meer panden van middelgrote schaal aan de randen van het centrum op

de markt. Dit zet druk op de verhuurbaarheid van dit aanbod, waardoor de kans op leegstand hier toeneemt.

Het is echter de vraag dit laatste bezien vanuit de centrumfunctie en de consumentenverzorging zo erg is. Het past in ieder geval in de landelijke trend dat centrumgebieden geleidelijk aan ruimtelijk 'indikken'. Veel aanloopstraten en centrumrandgebieden verliezen hun winkelfunctie omdat bijvoorbeeld de bereikbaarheid niet goed is of omdat ze buiten de passantenstromen liggen. Juist in deze minder gunstig gesitueerde b-en c-winkelmilieus is het voor detaillisten moeilijk om bedrijfsopvolging te vinden, en vaak is er dan sprake van een functionele verkleuring naar zakelijke of ambachtelijke dienstverlening of zelfs wonen. Deze ontwikkeling tast echter gewoonlijk de functie of het functioneren van een winkelcentrum niet aan.

Binnen het centrum van Zevenaar concentreert de leegstand zich nu al in de randgebieden. Het is daarom te verwachten dat straten als Markt en Kerkstraat minder verwinkeld zullen raken, evenals bijvoorbeeld de Didamsestraat (zeker bij een eventuele verplaatsing de Hema), de Malleemoolen en gezien de huidige branchesamenstelling, zelfs de Muldershof. Echter, ook zonder verwinkeling van het raadhuis is het perspectief van dergelijke winkelgebieden waarschijnlijk minder goed vanwege de beperkte passantenaantallen en/of de gedateerde vastgoedkwaliteit (kleine units, externe presentatie).

Structuurversterking

Het centrum van Zevenaar heeft een belangrijke functie in de regio. Met de toenevende concurrentiedruk is het van belang deze positie van het centrum naar de toekomst vast te houden. Een verwinkeling van het raadhuis is ons inziens een duurzame versterking van het centrum. Het centrum krijgt op een centrale plek een functionele impuls en het Raadhuisplein krijgt een meer levendige uitstraling.

Onder normale marktomstandigheden is het geen probleem bij verplaatsingen de achterblijvende middelgrote winkelpanden weer verhuurd te krijgen. Maar met de komst van een Retail Park is de kans wel aanzienlijk dat er meerdere middelgrote winkelpanden op korte termijn op de markt komen. De herinvulling van gunstig (langs de hoofdweg) gelegen units zal naar verwachting niet problematisch zijn, maar de herinvulling van minder gunstig gelegen winkelruimtes wel. Uiteindelijk zal hierdoor een compacter, maar ook sterker hoofdwinkelgebied ontstaan.

BIJLAGEN

Bijlage 1: Begrippenlijst

Detailhandel

Verkoopkanaal voor goederen rechtstreeks aan de eindgebruiker.

Detailhandel (als activiteit)

Het bedrijfsmatig te koop aanbieden, waaronder de uitstalling ten verkoop, verkopen en/of leveren van goederen aan de uiteindelijke gebruiker of verbruiker.

Dagelijkse artikelen

Voedings- en genotmiddelen (vgm) en artikelen op het gebied van persoonlijke verzorging. In de praktijk gaat het hierbij om supermarktaanbod, aanbod in vgm-speciaalzaken, drogisterij- en parfumeriezaken

Niet-dagelijkse artikelen

Alle artikelen die niet behoren tot de dagelijkse artikelensector.

Bestedingspotentieel

Totaal aan winkelbestedingen die door de inwoners van een bepaald gebied gedaan kunnen worden. Gebaseerd op inwoneraantal en gemiddelde (landelijke) toonbankbesteding per hoofd van de bevolking. Groepering daarvan noemt men bestedingsvolumes.

Winkel verkoopvloeroppervlak (wvo)

Winkelruimte die voor de consument toegankelijk is (dus exclusief magazijn, kantoor, etalage, etc.).

Vloerproductiviteit

Gemiddelde omzet in gevestigde winkels per m² winkelvloeroppervlak (wvo).

Koopkrachtbinding

Mate waarin inwoners van een bepaald gebied hun bestedingen verrichten bij winkels die in dat gebied gevestigd zijn.

Koopkrachtafvloeiing

Mate waarin inwoners van een bepaald gebied hun detailhandelsbestedingen plaatsen bij gevestigde winkels **buiten** dat gebied.

Koopkrachttoevloeiing

Mate waarin inwoners van **buiten** een bepaald gebied detailhandelsbestedingen plaatsen bij winkels die **in** dat gebied gevestigd zijn (aandeel omzet van buiten).

Bijlage 2: Branche-indeling

BRO hanteert onderstaande (Locatus)indeling in de detailhandel naar sectoren, branchegroepen en hoofdbranches.

Sector	Branchegroep	Hoofdbranche
Dagelijks	Dagelijks	Levensmiddelen
		Persoonlijke verzorging
Niet-dagelijks	Mode & luxe	Warenhuis
		Kleding en mode
		Schoenen en lederwaren
		Juwelier en optiek
		Huishoudelijke en luxe
	Vrije tijd	Antiek en kunst
		Sport en spel
		Hobby
	In/om het huis	Media
		Dier en plant
Bruin- en witgoed		
Fietsen en autoaccessoires		
Doe-het-zelf		
Overige detailhandel	Overige detailhandel	
Totaal detailhandel		

Bijlage 3: Aanbod kern Zevenaar naar branche

	Zevenaar (24.787 inw.)			Vergelijkbare plaatsen ¹⁰		
	Aantal	m ² vvo	Gemidd. omvang	Aantal	m ² vvo	Gemidd. omvang
Levensmiddelen	34	8.231	242	30	7.610	250
Persoonlijke verzorging	9	1.549	172	8	1.296	156
Dagelijkse artikelen	43	9.780	227	39	8.906	230
Warenhuis	1	973	973	1	929	913
Kleding en mode	32	6.099	191	32	5.208	165
Schoenen en lederwaren	10	2.187	219	7	1.547	235
Juwelier optiek	7	455	65	7	474	69
Huishoudelijke en luxe artikelen	7	2.253	322	5	1.080	202
Antiek en kunst	1	10	10	1	218	168
Sport en spel	6	1.422	237	6	1.984	342
Hobby	6	455	76	4	472	115
Media	3	629	210	5	692	136
Dier en plant	10	5.969	597	10	6.365	622
Bruin- en witgoed	9	1.150	128	7	1.145	157
Fietsen en autoaccessoires	6	1.156	193	5	1.013	187
Doe-het-zelf	6	6.018	1.003	6	5.022	830
Wonen	26	25.665	987	19	12.613	649
Overige detailhandel	10	1.840	184	7	1.520	204
Niet-dagelijkse artikelen	140	56.281	402	124	40.282	326
Totaal detailhandel	183	66.061	361	162	49.188	303

¹⁰ Het gemiddelde van plaatsen met een inwonertal tussen 20.000 en 30.000 inwoners, gewogen naar het inwonertal van Zevenaar, Locatus januari 2011.

Bijlage 4: Aanbod CENTRUM Zevenaar naar branche

	Zevenaar (24.787 inw.)			Vergelijkbare plaatsen ¹¹		
	Aantal	m ² wvo	Gemidd. omvang	Aantal	m ² wvo	Gemidd. omvang
Levensmiddelen	25	6.519	261	18	3.816	216
Persoonlijke verzorging	8	1.499	187	5	950	184
Dagelijkse artikelen	33	8.018	243	23	4.766	209
Warenhuis	1	973	973	1	898	931
Kleding en mode	31	5.471	176	28	4.782	168
Schoenen en lederwaren	10	2.187	219	6	1.381	231
Juwelier optiek	7	455	65	6	429	69
Huishoudelijke en luxe artikelen	5	1.981	396	4	924	213
Antiek en kunst	1	10	10	1	76	95
Sport en spel	4	1.218	305	4	836	212
Hobby	4	371	93	3	243	86
Media	3	629	210	4	588	142
Dier en plant	7	618	88	4	510	120
Bruin- en witgoed	8	1.043	130	5	836	161
Fietsen en autoaccessoires	4	982	246	2	355	204
Doe-het-zelf	1	633	633	1	270	252
Wonen	3	563	188	7	2.008	304
Overige detailhandel	7	832	119	4	471	130
Niet-dagelijkse artikelen	96	17.966	187	80	14.608	182
Totaal detailhandel	129	25.984	201	103	19.373	188

¹¹ Het gemiddelde van plaatsen met een inwonertal tussen 20.000 en 30.000 inwoners, gewogen naar het inwonertal van Zevenaar, Locatus januari 2011.

Bijlage 5: Detailhandelsaanbod in de regio

Gemeente	Inwoners ¹²	Dagelijkse artikelensector		Niet-dagelijkse artikelensector	
		m ² wvo (absoluut)	m ² wvo per 1.000 inwoners	m ² wvo (absoluut)	m ² wvo per 1.000 inwoners
Arnhem	147.018	54.789	373	226.039	1.537
Doesburg	11.600	4.880	421	10.258	884
Doetinchem	56.108	20.974	374	124.338	2.216
Duiven	25.593	6.472	253	80.599	3.149
Montferland	35.179	12.186	346	29.631	842
Rheden	43.724	15.519	355	33.663	770
Rijnwaarden	11.080	2.632	238	2.144	194
Westervoort	15.237	5.312	349	7.259	476
Zevenaar	32.234	10.650	330	58.972	1.829
Landelijk			333		1.335

¹² CBS Statline (2011) Bevolking per 1 januari 2010. Dit zijn de meest recente gegevens.

Bijlage 6: Effectenstudie scenario 2

1. Algemene uitgangspunten

- In 2010 heeft het HBD, in overleg met de grote retailadviesbureaus, besloten om voortaan te rekenen met omzetcijfers¹³. Deze omzetcijfers in de totale Nederlandse detailhandel zijn terugberekend naar hoofd van de bevolking. Deze cijfers zijn echter niet beschikbaar voor de branches speelgoed, dibevo en rijwiel. Voor deze branches heeft BRO een eigen inschatting gemaakt, op basis van oudere cijfers.
- In verband met de vergelijkbaarheid met de beschikbare bestedingscijfers wijkt de omvang van het aanbod in enkele branches iets af van eerder gepresenteerde cijfers. Dit wordt per branche toegelicht. Het niet meenemen van deze subbranche betekent niet dat ze niet welkom zijn, maar dat het niet mogelijk is om hiervoor de berekeningen uit te voeren.
- In inwoneraantal van de gemeente Zevenaar bedraagt 32.239 inwoners. De verwachting is dat dit aantal zal toenemen tot 33.061 in 2016. Het inwoneraantal neemt hiermee circa 800 toe ten opzichte van het huidige inwoneraantal. Aangezien het woningbouwprogramma grotendeels in de kern Zevenaar gerealiseerd wordt, zal daar ook de grootste bevolkingsgroei plaatsvinden. Voor de effectenstudie gaan we uit van een groei van het inwoneraantal van de kern Zevenaar van 24.800 in de huidige situatie naar 25.500 in 2016.
- Op basis van het koopstromenonderzoek Euregio is een inschatting gemaakt van de koopstromen in de verschillende branches en wat de te verwachten verschuivingen zijn ten opzichte van het huidige aanbod. Hierbij zijn we uitgegaan van een beperkte versterking van het centrum met de verwinkeling van het raadhuis en een forse versterking van het perifere detailhandelsaanbod.
- De koopkrachttoevoeiing, als aandeel van de omzet, is naar de toekomst gelijkgehouden. Absoluut gezien neemt de omzet van buiten de kern Zevenaar dus af, maar als aandeel van de omzet blijft het gelijk.
- De gehanteerde vergelijkbare omzet per m² vvo (vloerproductiviteit) is gebaseerd op de meeste recente omzetkengetallen van het HBD. Naar 2016 is geen correctie op de omzetkengetallen uitgevoerd, omdat de verwachting is dat er maar beperkte schaalvergroting zou optreden.
- Bestedingen en omzet per m² vvo zijn exclusief BTW en betreffen de detailhandelsomzet. Dit behelst de opbrengsten uit levering van producten, goederen en diensten aan alleen consumenten.
- De cijfers zijn afgerond.
- Omdat de berekeningen gebaseerd zijn op meerdere aannames zijn de uitkomsten indicatief.

¹³ Bestedingen en omzet per m² vvo zijn exclusief BTW en betreffen de detailhandelsomzet. Dit behelst de opbrengsten uit levering van producten, goederen en diensten aan alleen consumenten.

2. Sport

Uitgangspunten:

- De sportbranche in het centrum van Zevenaar heeft een omvang van circa 700 m² wvo.
- In de effectenstudie zijn we uitgegaan van de toevoeging van een fors sportprogramma in Spoorallee: ca. 8.400 m² wvo. Hierin zijn echter ook zeer specialis-tische aanbieders opgenomen, zoals de subbranches ruitersport of golf. Derge-lijke zaken hebben in de praktijk weinig overlap met het centrumaanbod en een bovenlokale regiofunctie.
- De verwachting is dat momenteel circa 50% van de bestedingen van de inwo-ners van de kern Zevenaar in de sportbranche, in het centrum van Zevenaar plaatsvindt. Met de komst van verschillende grootschalige sportaanbieders in de periferie is de verwachting dat dit cijfer daalt naar circa 25%.
- De koopkrachttoevloeiing, als aandeel van de totale omzet, wordt gelijkgehou-den op 20%
- De bestedingen in de sportbranche bedragen € 70,- per hoofd van de bevolking per jaar. Dit cijfer is gebaseerd op de omzetkengetallen van het HBD uit 2010.
- De gemiddelde omzet per m² wvo bedraagt volgens de cijfers van het HBD uit 2010 geeft een cijfer van € 1.330,- (excl. BTW).

Tabel 1: Functioneren van de branche sport

	Huidig	2016
Inwoners	24.787	25.500
Besteding/hoofd	70	70
Bestedingspotentieel (mln.)	1,7	1,8
Koopkrachtbinding	50%	25%
Totaal gebonden bestedingen	0,9	0,4
Koopkrachttoevloeiing	20%	20%
Omzet door toevloeiing (in mln.)	0,2	0,1
Totale bestedingen (in mln.)	1,1	0,6
Verschil totale besteding (in mln.)		-0,5
Vergelijkbaar gemiddelde (€/ m ² wvo)		1.330
Afname haalbaar m ² wvo		-250

3. Speelgoed

Uitgangspunten:

- De koopkrachtbinding voor de speelgoedbranche is geraamd op circa 70%. Door versterking van het aanbod in de periferie is de verwachting dat de binding daalt naar 35%.
- De koopkrachttoevloeiing in de branche speelgoed is geraamd op 20%.
- Voor de bestedingen per hoofd van de bevolking heeft BRO een inschatting moeten maken op basis van de meest recente landelijke omzetgegevens in de speelgoedbranche: € 45,- per hoofd van de bevolking per jaar, exclusief BTW. Deze bestedingen zijn gebaseerd op de subbranches speelgoed en modelbouw.
- De huidige omvang van het speelgoedaanbod in het centrum van Zevenaar bedraagt circa 550 m² wvo.
- De gemiddelde omzet per m² voor de speelgoedbranche wordt door BRO geraamd op circa € 3.000,- per m² wvo. Hiermee ligt het iets onder het nieuwe gemiddelde van het HBD voor de branche hobby, spel en media (€ 3.260). Dit is te verklaren doordat de echte speciaalzaken in de speelgoedbranche ontbreken, met een veelal hogere omzet per m² wvo.

Tabel 2: Functioneren van de branche speelgoed

	Huidig	2016
Inwoners	24.787	25.500
Besteding/hoofd	45	45
Bestedingspotentieel (mln.)	1,1	1,1
Koopkrachtbinding	70%	35%
Totaal gebonden bestedingen	0,8	0,4
Koopkrachttoevloeiing	20%	20%
Omzet door toevloeiing (in mln.)	0,2	0,1
Totale bestedingen (in mln.)	1,0	0,5
Verschil totale besteding (in mln.)		-0,5
Vergelijkbaar gemiddelde (€/ m ² wvo)		3.000
Afname haalbaar m ² wvo		-400

4. Bruin- en witgoed/ computers

Uitgangspunten:

- De bestedingen zijn gebaseerd op de branche bruin- en witgoed, inclusief computers en telecom. De omvang van deze branche bedraagt circa 1.000 m² wvo.
- De bestedingen in deze branche bedragen volgens de omzetkengetallen van het HBD uit 2010 € 220 per hoofd van de bevolking per jaar.
- De detailhandelsomzet per m² wvo bedraagt gemiddeld € 4.360 per jaar.
- De koopkrachtbinding aan de electrobranche wordt geraamd op 50%. De verwachting is dat een belangrijk deel van de omzet afvloeit naar grotere aanbieders in de regio (o.a. Media Markt in Arnhem). Met de komst van een nieuwe grote electronica-aanbieder in de periferie zal het koopgedrag van de consument nauwelijks veranderen. De Zevenaarse consument was al sterk georiënteerd op het aanbod in omliggende gemeenten en hoeft nu alleen minder ver te reizen. Voor de effectberekening is uitgegaan van een toekomstige koopkrachtbinding van 25%.
- De koopkrachttoevloeiing, als aandeel van de omzet, wordt gelijk gehouden op 20%.

Tabel 3: Functioneren van de branche bruin- en witgoed/ computers

	Huidig	2016
Inwoners	24.787	25.500
Besteding/hoofd	220	220
Bestedingspotentieel (mln.)	5,5	5,6
Koopkrachtbinding	50%	25%
Totaal gebonden bestedingen	2,7	1,4
Koopkrachttoevloeiing	20%	20%
Omzet door toevloeiing (in mln.)	0,7	0,4
Totale bestedingen (in mln.)	3,4	1,8
Verschil totale besteding (in mln.)		-1,7
Vergelijkbaar gemiddelde (€/ m ² wvo)		4.360
Afname haalbaar m ² wvo		-650

5. Dibevo

Uitgangspunten:

- Dibevo is de verzamelnaam voor alle artikelen die vallen onder dieren, dierbenodigdheden en diervoeding.
- De bestedingen in de dibevo bedragen € 106,- per hoofd van de bevolking. Circa 47% hiervan komt terecht in tuincentra en dierenspeciaalzaken (ca. € 50,-). Omdat het hier puur om de dierenspeciaalzaken gaat, rekenen we voor de effectenstudie met een bestedingscijfer van € 25,-.
- De gemiddelde omzet van dierenspeciaalzaken in Nederland bedraagt volgens de meest recente cijfers van het HBD (2008/2009) circa € 1.900,-.
- In het centrum van Zevenaar zijn twee dierenspeciaalzaken aanwezig met een gezamenlijke omvang van 217 m² wvo.
- Bestedingen in dierenspeciaalzaken vinden doorgaans dicht bij huis plaats (vaak onderdeel van het boodschappen doen). De verwachting is dat de oriëntatie van de inwoners van Zevenaar op het dibevo-aanbod in het centrum dan ook groot is (ca. 80%). Bij een toevoeging van een grote vestiging in de periferie daalt dit cijfer naar verwachting fors, naar circa 40%.

Tabel 4: Functioneren van de branche dibevo

	Huidig	2016
Inwoners	24.787	25.500
Besteding/hoofd	25	25
Bestedingspotentieel (mln.)	0,6	0,6
Koopkrachtbinding	80%	40%
Totaal gebonden bestedingen	0,5	0,3
Koopkrachttoevloeiing	20%	20%
Omzet door toevloeiing (in mln.)	0,1	0,1
Totale bestedingen (in mln.)	0,6	0,3
Verschil totale besteding (in mln.)		-0,3
Vergelijkbaar gemiddelde (€/ m ² wvo)		1.900
Afname haalbaar m ² wvo		-50

6. Rijwielen

Uitgangspunten:

- Voor de branche automaterialen ontbreken betrouwbare bestedingscijfers en omzetgegevens. Het economisch functioneren wordt daarom berekend voor de branche rijwielen. Het aanbod in het centrum is hierdoor beperkt tot 822 m² wvo.
- De rijwielbranche wordt doelgericht bezocht en aankopen vinden vaak dicht bij huis plaats, mede vanwege de service. De koopkrachtbinding op het centrum van Zevenaar wordt mede door het ruime aanbod in het centrum geschat op 80%. Met de komst van een grootschalige rijwielhandel zal ons inziens maar een beperkt aandeel afvloeien. Voor de effectberekening naar 2016 wordt om deze reden gerekend met een koopkrachtbinding van 40%.
- De koopkrachttoevloeiing, als aandeel van de totale omzet, is in deze branche vaak laag. Het toevloeiingspercentage is naar raming 15% en zal worden naar de toekomst gelijkgehouden.
- De bestedingen in de rijwielenbranche bedragen € 75,- per hoofd van de bevolking per jaar (excl. reparatie, onderdelen en service).
- De gemiddeld gehanteerde omzet per m² wvo bedraagt circa € 2.150,- per m² wvo.

Tabel 5: Functioneren van de branche rijwielen

	Huidig	2016
Inwoners	24.787	25.500
Besteding/hoofd	75	75
Bestedingspotentieel (mln.)	1,9	1,9
Koopkrachtbinding	80%	40%
Totaal gebonden bestedingen	1,5	0,8
Koopkrachttoevloeiing	15%	15%
Omzet door toevloeiing (in mln.)	0,3	0,1
Totale bestedingen (in mln.)	1,7	0,9
Verschil totale besteding (in mln.)		-0,8
Vergelijkbaar gemiddelde (€/ m ² wvo)		2.150
Afname haalbaar m ² wvo		-400

Bijlage 7: Doorkijk naar 2021

Tabel 1 Benadering toekomstig functioneren CENTRUM Zevenaar – scenario 1

2021	Dagelijks	Niet-dagelijks
Inwoners primaire verzorgingsgebied	26.000	26.000
Bestedingen per hoofd	2.210	2.580
Bestedingspotentieel (in mln. €)	57,5	67,1
Koopkrachtbinding	80%	40%
Gebonden bestedingen (in mln. €)	46,0	26,8
Koopkrachttoevloeiing (aandeel omzet)	26%	43%
Omzet door toevloeiing (in mln. €)	16,2	20,2
Totale omzet (in mln. €)	62,1	47,1
Huidige omzetclaim (in mln. €)	58,4	44,1
Verschil (in mln. €)	3,7	3,0
Gemiddelde omzet per m ² wvo (€)	7.300	2.475
Uitbreidingsruimte (m ² wvo)	500	1.050

Tabel 2 Benadering toekomstig functioneren CENTRUM Zevenaar – scenario 2

2021	Dagelijks	Niet-dagelijks
Inwoners primaire verzorgingsgebied	26.000	26.000
Bestedingen per hoofd	2.210	2.580
Bestedingspotentieel (in mln. €)	57,5	67,1
Koopkrachtbinding	80%	33%
Gebonden bestedingen (in mln. €)	46,0	22,1
Koopkrachttoevloeiing (aandeel omzet)	28%	49%
Omzet door toevloeiing (in mln. €)	17,9	22,1
Totale omzet (in mln. €)	63,8	43,3
Huidige omzetclaim (in mln. €)	58,4	44,1
Verschil (in mln. €)	5,4	- 0,8
Gemiddelde omzet per m ² wvo (€)	7.300	2.475
Uitbreidingsruimte (m ² wvo)	750	- 350

