

**Detailhandelsstructuurvisie
Gemeente Dalfsen
2006**

**Werk aan de winkel
2006 - 2016**

Inhoudsopgave

Hoofdstuk 1 Inleiding	3
1.1 Aanleiding	3
1.2 Doelstelling.....	3
1.3 Leeswijzer	4
Hoofdstuk 2 Algemene ontwikkelingen in de detailhandel.....	5
2.1 Algemene ontwikkelingen	5
2.2 Ruimtelijk detailhandelsbeleid.....	8
2.3 Uitgangspunten lokale huidige beleid: concentratie	10
2.4 Samenvatting	10
Hoofdstuk 3 Analyse winkelgebieden	12
3.1 Huidige situatie winkelgebieden.....	12
3.1.1. Aanbod.....	12
3.1.2. Vraag	14
3.2 Confrontatie vraag en aanbod	15
3.3 Bestaand winkelbeleid	17
3.4 Toekomstige situatie winkelgebieden	17
3.5 Samenvatting	18
Hoofdstuk 4 Structuurbepalende (buiten)elementen	20
4.1 Parkeren en bereikbaarheid.....	20
4.2 Markt- en standplaatsen.....	20
4.3 Ondernemerschap(scultuur)	21
4.4 Beeldkwaliteit fysieke winkelruimte: horizontale en verticale inrichting	21
4.5 Samenvatting	21
Hoofdstuk 5 Conclusies.....	23
Hoofdstuk 6 Actieprogramma	24
6.1 Inleiding	24
6.2 Beleidsuitwerking in een actieprogramma	24
Actie 2. Versterken samenwerking.....	24
Actie 3. Parkeerplan – routing en blauwe zone	24
Actie 4. Plein 2006 (inrichtingsplan Waterfront).....	24
Actie 5. Pro-actief en acquisitief.....	24
Actie 6. Deelplan Nieuwleusen	24
Actie 7. Deelplan Lemelerveld	25
Actie 8. Afbakening winkelgebieden	25
6.3 Planning en financiering.....	25
6.4 Samenvatting	25
Begrippenlijst:	26
Literatuurlijst:	27
Bijlage 1: Concentratiegebied kern Dalfsen	28
Bijlage 2: Concentratiegebieden Nieuwleusen Noord en Zuid	28
Bijlage 3: Concentratiegebied winkels Lemelerveld – Kroonplein en Schoolstraat	28
Bijlage 4: Parkeergebied blauwe zone kern Dalfsen	28

Hoofdstuk 1 Inleiding

1.1 Aanleiding

Deze gemeentelijke visie op de detailhandelsstructuur wil richting geven aan de ontwikkelingen voor de kernen met winkelgebieden. Versterking en behoud van het voorzieningenniveau staat daarbij voorop. In de visie wordt ingegaan op elementen die van invloed zijn op de winkelstructuur, in het bijzonder de verzorgingsfunctie van de kernen en samenstelling van voorzieningen. Deze vormen tezamen een onderdeel van de leefbaarheid van onze kernen.

De bereidheid tot bestedingen welke tot uitdrukking komt in het koopgedrag van de consumenten is conjunctuurgevoelig. Zo is het behoud c.q. vergroting van de koopkrachtbinding en – toevloeiing niet vanzelfsprekend. Voorkomen moet worden dat er afkalving plaatsvindt van het winkelvoorzieningenniveau. Hierin ligt voor de komende jaren dan ook een uitdaging.

Hoe kan er meer en beter geprofiteerd worden van de koopkracht uit andere plaatsen?

Al in de Nota Economisch beleid is vastgesteld dat voor de drie grote kernen in de gemeente geldt dat zij het moeten hebben van hun sterke punten: bereikbaarheid en parkeren. Deze detailhandelsstructuurvisie is een uitvoeringsproduct van de Nota Economisch Beleid 2003.

De detailhandelsstructuurvisie is vanuit de volgende vraagstelling opgepakt:

- Hoe kan de winkel-, koop- en verblijfsfunctie van de grote kernen in de gemeente versterkt worden om de lokale, regionale en toeristische consumenten te boeien en binden?
- Hoe is dit te vertalen in een haalbaar programma voor de kernwinkelgebieden, de perifere locaties en grootschalige detailhandel op bedrijventerreinen?
- Aan welke strategisch kansrijke projecten en maatregelen moet daarbij worden gedacht? En welk instrumentarium kan worden ingezet om dit te realiseren?

Versterking en behoud van de regionale positie van de grote kernen staat centraal. Dit betekent dat in de visie verder voor de kleine kernen geen aandacht wordt opgenomen. Speerpunten en kansrijke projecten zijn gedefinieerd vanuit een dubbele ambitie, namelijk om waardevolle nieuwe elementen - die ontbreken of gewenst worden - toe te voegen en daarnaast aantrekkelijke delen die passend zijn op het niveau van de gemeentelijke grote kernen te behouden.

Voor de gemeente geeft deze integrale detailhandelsstructuurvisie met het oog op besluitvorming en implementatie, aansluitend aan het visietraject een uitwerking en verdiepingsslag in de lopende en komende projecten. Daarbij zijn verschillende partijen (intern, extern) betrokken en zijn verantwoordelijkheden aangegeven.

1.2 Doelstelling

Het uitgangspunt voor de detailhandel is de missie uit de nota economisch beleid:

De gemeente Dalfsen zet zich in voor aantrekkelijke en goed bereikbare winkelcentra in de drie grote kernen met behoud en waar mogelijk uitbouw van het bestaande voorzieningenaanbod.

Onderstaande 4 vragen maken de denklijnen voor deze structuurvisie helder:

1. Waarom een detailhandelsstructuurvisie?

- a. Om de gewenste ontwikkelingen te sturen en te bespoedigen en ongewenste ontwikkelingen tegen te gaan en te komen tot winkelconcentratiegebieden.
- b. Om te komen tot voorwaardenscheppend zgn. faciliterend beleid, naast ontmoedigingsbeleid.
- c. Als instrument ter beoordeling van ruimtelijke plannen.

2. Wie hebben onder andere belang en zijn veelal betrokken bij een structuurvisie?

De volgende instellingen en partijen kunnen bij zo'n visie belang hebben: gemeente, ondernemers / middenstanders, consumenten, ontwikkelaars, beleggers en woningbouwcorporaties.

3. Wat is minimaal nodig als onderlegger voor een structuurvisie?

Kennis te hebben van:

- Kooporiëntatie
- Marktpotentie (m² versus omzetpotentie)
- Fysieke structuur
- Ambitie (zowel ondernemers als gemeente)
- Gemeentelijke ontwikkelingen (o.a. groei)
- Geplande ontwikkelingen binnen de gemeente
- Regionale ontwikkelingen (fysiek en beleid)

4. Werkt een detailhandelsstructuurvisie als katalysator?

Begrippen die als katalysator kunnen werken zijn: ambitie, daadkracht en betrokkenheid. De term die deze begrippen verbindt is communicatie.

Dit document kan worden gezien als een (communicatie)middel: "als mensen erover praten, gaan mensen er pas naar handelen".

1.3 Leeswijzer

In hoofdstuk 2 wordt een verkenning gedaan naar trends en ontwikkelingen die van invloed zijn op de algemene dynamiek binnen het economisch functioneren van winkelgebieden. Naast een globaal overzicht van oorzaken van veranderd consumentengedrag komen factoren als bevolkingsklasseverdeling- en omvang maar ook toename van woningbouwaantallen aan bod. Tezamen hebben deze factoren invloed op het consumentenpotentieel.

In hoofdstuk 3 wordt ingegaan op de aanbod- en vraagkant van detailhandel. Met name de vertaalslag van het consumentenpotentieel en kooporiëntatie naar omzetpotentieel op brancheniveau en samenhang met het economisch functioneren van het winkelaanbod komt aan de orde. De relatie met de uitbreidingsplannen in de kernen Dalfsen en Nieuwleusen wordt eveneens in beeld gebracht.

De fysieke inrichting en uitstraling van de fysieke winkelruimte krijgen aandacht in hoofdstuk 4. Ook andere elementen die direct of indirect van invloed zijn op het functioneren van de winkelkerengebieden krijgen een plaats zoals de relatie met markt- en standplaatsen. Verder komen de facetten parkeren en bereikbaarheid als onderdeel van het beleidsterrein verkeer en vervoer aan de orde.

Hoofdstuk 5 worden de bevindingen gevat in conclusies.

Hoofdstuk 6 met een integrale beleidsuitwerking op detailhandel is praktijk- en actiegericht. Aan de hand van een achttal actiepunten kan een aanpak voor versterking en behoud van het winkelvoorzieningenniveau vorm en inhoud krijgen in samenwerking met het midden en klein bedrijf.

Hoofdstuk 2 Algemene ontwikkelingen in de detailhandel

In dit hoofdstuk wordt aandacht besteedt aan de enkele algemene ontwikkelingen in de detailhandel. Naast invloeden en veranderingen van het consumentengedrag wordt kort ingezoomd op bevolkingskenmerken en woningbouw. Aansluitend wordt ingegaan op ontwikkelingen binnen het ruimtelijk detailhandelsbeleid en de focus op het lokale beleid.

2.1 Algemene ontwikkelingen

In de detailhandel is sprake van vraag en aanbod. De consumenten vormen de vraagzijde en de winkels/winkeliers de aanbodzijde. In zijn algemeenheid zijn beide onderhevig aan trends en ontwikkelingen. Zowel de vraag als het aanbod zijn divers en onderhevig aan dynamiek. De consumenten en hun wensen en gedrag veranderen voortdurend. In zijn algemeenheid kan worden gesteld dat de laatste jaren de binding van koopkracht aan kleinere winkelgebieden afneemt. Er is sprake van een afnemende winkeltrouw.

Demografische ontwikkelingen als vergrijzing, ontgroening, gezinsverdunding en de toename van het aandeel migranten zorgen bijvoorbeeld voor de diversiteit en dynamiek aan de vraagzijde. Gemak en snelheid zijn vandaag de dag sleutelwoorden, maar kwaliteit vindt men ook belangrijk.

De consument lijkt niet te bestaan. Er lijkt eerder sprake van meerdere doelgroepen die onderling sterk kunnen verschillen, terwijl er ook overeenkomsten zijn.

Trends en ontwikkelingen in de detailhandel zijn onder meer:

- Een proces van voortschrijdende schaalvergroting en filialisering
- Branche- en sectorvervaging
- Clustering perifere detailhandel en thematisering
- Grotere gevoeligheid bij de consument voor prijs, keuze, kwaliteit en sfeer
- Toenemende flexibiliteit door mobiliteit
- Opkomst van runshopping (doelgericht inkopen doen) en funshopping (winkelen als vrijetijdsbesteding)
- Verruiming winkelopeningstijden
- Een toenemend aantal huishoudens

Aantrekkelijke verzorgingsgebieden

Consumenten kiezen zelf waar zij hun aankopen doen. Zoals al is opgemerkt zijn hier verschillende factoren op van invloed. Naast de eigenschappen van de consument zijn dit factoren die samenhangen met het aanbod. Voor de dagelijkse boodschappen is genoemd dat ze zo snel en gemakkelijk mogelijk gedaan moeten kunnen worden. Voor de niet-dagelijkse boodschappen is dit in mindere mate het geval.

Andere factoren die de plaats van de aankoop bepalen zijn onder meer de omvang van het aanbod binnen het verzorgingsgebied of winkelkerngebied en daarmee samenhangend de keuzemogelijkheden en verder onder meer de bereikbaarheid, parkeermogelijkheden en de winkelsfeer.

Om de attractiviteit van de winkelkerngebieden te versterken en de geneigdheid te vergroten dat consumenten in een winkelkerngebied inkopen (blijven) doen zijn bovengenoemde factoren aspecten om beleidsmatig ruimte te bieden.

Keuzemogelijkheden

Met betrekking tot het aanbod en de keuzemogelijkheden zijn de kleinere plaatsen bijna altijd in het nadeel, zowel op brancheniveau als in het algemeen omdat de consument graag vergelijkend wil winkelen.

Op brancheniveau bijvoorbeeld biedt een winkel die in zijn verzorgingsgebied de enige zaak in zijn branche is (bijvoorbeeld een modezaak), bijna nooit voor elk wat wils. Dit heeft verder te maken met de breedte van het assortiment, kwaliteitsniveau of het prijsniveau. De consument is kritisch. Voldoet het verzorgingsgebied niet aan de wensen of de eisen van deze consument dan wordt al snel een ander winkelgebied gekozen.

In het algemeen kan gesteld worden dat voor branches een bepaalde minimum omvang van het verzorgingsgebied vereist is om een "drempelniveau" te halen zodat een winkel economisch gezond kan draaien. Dit drempelniveau verschilt per branche. Er kan geconcludeerd worden dat hoe kleiner de plaats is, des te minder branches er gevestigd kunnen zijn.

Hierop bestaan echter tal van uitzonderingen. In deze gevallen gaat het vaak om een onderneming die door haar kwaliteit een dermate grote naamsbekendheid (bijvoorbeeld een familiebedrijf) en aanzuigkracht heeft dat het echte verzorgingsgebied veel groter is dan het theoretische verzorgingsgebied. Hierdoor kunnen bepaalde winkels in kleine plaatsen overleven zonder dat in die plaats het benodigde draagvlak voor die winkel bestaat. Dit staat of valt met het ondernemerschap.

In het algemeen kan (voor kleine plaatsen) branchevervlochtening soms uitkomst bieden. Deze tendens kunnen we herkennen binnen het assortiment van bijvoorbeeld supermarkten, het assortiment van een welkoop of doe-het-zelf zaken. Dit houdt in dat in één winkel meerdere artikelgroepen worden verkocht. Een veelvoorkomende combinatie is huishoudelijke artikelen en speelgoed, maar ook andere combinaties zijn denkbaar, zoals de verkoop van boeken en cd's in één winkel.

Een andere mogelijkheid om winkels of functies voor kleine plaatsen te behouden is samenwerking tussen ondernemers. Bij een ver doorgevoerde samenwerking kan dit bijvoorbeeld de vorm hebben van twee winkels of functies die onder één dak gevestigd zijn en die door een dergelijke samenwerking profiteren van elkaars aantrekkingskracht en tegelijkertijd delen in bepaalde kosten, zoals huisvestingslasten en onderhoud van het pand.

In kleine kernen speelt, naast het verdwijnen van winkelvoorzieningen, vaak ook terugloop van dienstverlenende functies een rol (bank, postkantoor e.d.). Vooral voor de oudere mensen die niet mobiel zijn, kan dit een probleem vormen. Kleine kernen als Hoonhorst en Oudleusen zijn hier een bewijs van. Ook hier kan in sommige situaties een soort vervlechting van functies een oplossing zijn, bijvoorbeeld door het inrichten van servicepunten in een overgebleven winkel. Hierdoor kan het mes aan twee kanten snijden: de winkel en de dienstverlenende functies profiteren van elkaars trekkracht. In de praktijk zijn echter veel (voorheen) winkelfuncties veranderd in inbreidingslocatie.

Winkelsfeer

De winkelsfeer is een facet dat ongeacht de omvang en het aanbod invloed heeft op het aantrekken of juist afstoten van consumenten. Het eigen karakter van een winkelgebied wordt door de consument duidelijk gewaardeerd. Een historische binnenstad of oude dorpskern kunnen een gezellige sfeer bij de consument (en recreatieve passant) oproepen. Ook niet-historische kernen kunnen echter een sfeervol winkelgebied hebben en historische kernen zijn niet per definitie aantrekkelijk voor de consument.

Met de term sfeer spelen uitstraling en onderhoud van de individuele panden een belangrijke rol. Een slecht ogend pand op een A-locatie in een winkelgebied kan de uitstraling van het winkelgebied als geheel beïnvloeden.

Verder is een goede inrichting en onderhoud van de openbare ruimte van groot belang. Dit heeft onder meer betrekking op de bestrating en de aankleding met verlichting, zitjes en afvalbakken. Een ander belangrijk element is de structuur van het winkelgebied: heeft het winkelgebied een echt hart of lintvorm; is er sprake van een compact winkelgebied met goede polen of is er juist geen samenhang in het winkelgebied.

Het eigen karakter en goede winkelsfeer kunnen ook het gevolg zijn van de aanwezigheid van veel zelfstandige ondernemers. Deze zijn vaak sterk betrokken bij de klant. De zelfstandige ondernemers vergroten de herkenbaarheid en eigenheid van de plaats.

In het bijzonder is het hierbij zaak een goede mix te vinden tussen ketens en zelfstandige ondernemers. Er is sprake van een spanningsveld. Ondanks dat de meeste consumenten een winkelstraat vol ketenbedrijven weinig aantrekkelijk vinden, is totale afwezigheid van ketens door consumenten allerminst gewenst. Bovendien vervullen ketens vaak een trekkersrol voor een winkelgebied.

Parkeren en bereikbaarheid

Parkeren en bereikbaarheid vormen een belangrijke randvoorwaarde voor een aantrekkelijk winkelgebied. Worden deze zaken door het winkelend publiek als lastig ervaren dan werpen ze een figuurlijke drempel op voor de attractiviteit. Voor de grote kernen in de gemeente is dit (op dit moment) niet problematisch.

Gezien het beperkte winkelaanbod is goede parkeergelegenheid en bereikbaarheid een belangrijk

aspect om de consument te trekken die snel en doelgericht aankopen in de winkelkernen wensen te doen.

Bevolkingskenmerken

Een van de belangrijke voorwaarden voor een dynamische gemeente en behoud van voorzieningen is behoud c.q. groei van de bevolking. Per 1 januari 2005 telde de gemeente Dalfsen 26.460 inwoners. Onderstaande tabel laat een lichte toename zien van de groei. De verwachting is dat de omvang van de bevolking de komende jaren licht zal toenemen, ondanks een lichte vergrijzing zichtbaar is. Anno 2005 lijkt het erop dat deze trend zich zal doorzetten.

INWONERS NAAR LEEFTIJD

Bron: gemeente Dalfsen, 2005

	1-1-2001	1-1-2002	1-1-2003	1-1-2004	1-1-2005
0-9 jaar	3536	3580	3588	3650	3675
10-19 jaar	3575	3626	3639	3659	3637
20-29 jaar	2727	2645	2577	2521	2479
30-39 jaar	3913	3907	3911	3809	3690
40-49 jaar	3944	3987	4054	4124	4138
50-59 jaar	3422	3500	3549	3536	3582
60-69 jaar	2436	2437	2526	2606	2672
70-79 jaar	1553	1621	1670	1727	1767
80-89 jaar	604	642	671	694	722
90-99 jaar	118	114	104	100	96
100 >	0	1	2	2	2
	25828	26060	26291	26428	26460

Uit de tabel blijkt verder dat er relatief veel jongeren (tot 20 jaar) en relatief veel ouderen zijn. Dit blijkt ook uit de demografische druk. De groene druk (de verhouding 0-19 jaar – 20-60 jaar) is in Dalfsen relatief hoog. Eveneens laten de statistieken zien dat het vertrekoverschot het grootst is in de leeftijdsgroep 20-39 (ontgroening). Hetzelfde geldt voor de grijze druk (verhouding 65+ - 20-64 jaar)

De verdeling van de grote kernen is als volgt: Dalfsen is met bijna 10.000 inwoners (incl. buitengebied) de grootste kern. Nieuwleusen met ruim 8.000 inwoners (incl. buitengebied) en Lemelerveld met ruim 4300 inwoners zijn de andere kernen met een verzorgende en werkgelegenheidsfunctie. Doordat de verschillende kernen door hun ligging nabij gemeentegrenzen liggen kunnen zij een groter verzorgingsgebied hebben.

Uit de beleidsnota Wonen 2002-2006 blijkt, gebaseerd op de primosprognose, dat de groei zich tot 2005 voortzet. De gegevens van de gemeente spreken eenzelfde verwachting uit.

Woningbouw

De aanwezigheid van voorzieningen is direct gerelateerd aan de bevolking en daarmee dus ook aan woningen. De woonomgeving is in het algemeen aantrekkelijk en goed. Toch liggen er op dit vlak wel problemen op de loer indien er onvoldoende nieuwe woningen worden gerealiseerd. Hierdoor stopt de doorstroom en vallen bepaalde bevolkingsgroepen weg. Hierbij moet worden gedacht aan jonge gezinnen en hogere inkomensgroepen. Indien dit gebeurt kan het huidige, relatief goede voorzieningenniveau afkalven. Inmiddels wordt hiertoe in de praktijk uitgegaan bij de uitgifte van nieuwbouwkavels.

Het jaarlijkse bouwprogramma van de gemeente bestaat uit ca. 100 - 110 woningen. Daarenboven komt voor de komende 5 jaar een zogenaamde versnelling van 60 woningen per jaar. In totaal komen zo 170 woningen per jaar beschikbaar (Woningbouwprogramma 2005 – 2007).

Met de uitgifte van nieuwbouwkavels en de ontwikkeling van inbreidingslocaties in de drie kernen voor verschillende doelgroepen als opgenomen in de Nota Wonen wordt de doorstroming bevorderd en

een uniforme bebouwing tegengegaan. Bijkomend gevolg van woningbouw zijn de met de vestiging of verhuizing gegenereerde multiplier effecten doordat deze groepen mensen investeren voor de inrichting van hun woning en tuin. Hiervan profiteren op hun beurt weer lokale ondernemers en middenstanders.

Tot slot kan worden opgemerkt dat woningbouw een wisselwerking kent met onder andere winkel- maar ook sportvoorzieningen en vormt daardoor een belangrijk element in de sociale cohesie.

2.2 Ruimtelijk detailhandelsbeleid

Voor het van de grond krijgen van nieuwe (her)ontwikkelingen is ook de gemeente een partner. De gemeente moet middels bouwvergunningen en eventueel bestemmingsplanwijzigingen dergelijke ontwikkelingen beoordelen.

Voor alle fysieke ontwikkelingen in de detailhandel in Nederland geldt dat ze ook moeten passen binnen de kaders die het Rijk en de provincie stellen. Voor nieuwe (her)ontwikkelingen, bijvoorbeeld is het aantal te realiseren woningen als invloedsfactor een belangrijke voorwaarde. Zoals we in paragraaf 2.1 hebben kunnen vaststellen is hierbij ook voor de gemeente Dalfsen het beschikbare woningcontingent een belangrijke factor.

De rol van het Rijk is meer die van algemeen richting geven; het aangeven welke ontwikkelingen gewenst en welke ongewenst zijn. Dit is vastgelegd in het ruimtelijk detailhandelsbeleid.

De Nota Ruimte is in mei 2005 door de Tweede Kamer aangenomen en inmiddels aangeboden ter behandeling in de Eerste Kamer. Tot de vaststelling in de Eerste Kamer van de Nota Ruimte is de vijfde Nota over de Ruimtelijk Ordening van kracht.

De vijfde Nota over de Ruimtelijk Ordening is een nota van het Rijk, waarin de principes voor de ruimtelijke inrichting van Nederland zijn vastgelegd. In de nota worden de hoofdlijnen van het beleid aangegeven. Onderwerpen die in de nota aan bod komen zijn onder meer: wonen, woonlocaties en verstedelijking, natuur, landschap en waterbeheer, bereikbaarheid en het ruimtelijk accommoderen van de economie.

Eind 2000 werd door de minister van VROM deel 1 van de 5^e Nota RO uitgebracht. In deze nota staan enkele beleidslijnen centraal: revitalisering van de binnensteden en decentralisatie van het ruimtelijk beleid. Voor wat dit laatste geldt ook voor de gemeente Dalfsen dat zij primair verantwoordelijk is voor het ruimtelijk beleid in haar gebied waarbij de provincie Overijssel een toetsende rol dient te vervullen. Met betrekking tot de detailhandel werd in de 5^e Nota RO voorgesteld het PDV/GDV-beleid (beleid inzake perifere en grootschalige groothandelsvestigingen) te integreren in het algemeen locatiebeleid voor bedrijven en voorzieningen. In het kader daarvan werden drie typen vestigingsmilieus onderscheiden, te weten:

- Centrummilieus (stads- en stadsdeelcentra, vervoersknooppunten)
- Gemengde milieus (kleinschalige centra op wijk- en buurtniveau)
- Specifieke werkmilieus (bedrijventerreinen, bijzondere winkel – recreatiecomplexen, perifeer gelegen en bezoekersextensief)

Deze driedeling loopt parallel met het “driewegstelsel” zoals dat door de georganiseerde detailhandel in Nederland begin 2000 is ontwikkeld. In het kader van het drieslagstelsel worden de volgende winkelgebieden onderscheiden.

- Centra voor recreatief winkelen (stads- en dorpscentra en stadsdeelcentra);
- Centra voor dagelijkse aankopen (wijk- en buurtcentra);
- Centra voor doelgerichte aankopen (op perifere locaties en met beperkt assortiment, met name volumineuze artikelen)

Vanwege de schaalgrootte en het karakter van de winkelgebieden van de kernen in de gemeente Dalfsen wordt geen onderscheid gemaakt tussen centra voor recreatief winkelen en dagelijkse boodschappen. Ook landelijk is de opvatting van de georganiseerde detailhandel, net als in de voorstellen van de 5^e nota RO, dat het derde type winkelgebied complementair is aan de beide overige typen. Hiermee is bedoeld op alle gangbare winkelverkoop die mogelijk zijn in binnensteden en dorpscentra. Voor perifere locaties, dus ook die van de bedrijventerreinen, zijn slechts die

voorzieningen aanvaardbaar die niet passen in de andere winkelgebieden. Dit betekent dat op perifere locaties voornamelijk detailhandel in volumineuze artikelen een plaats kan krijgen.

Het provinciaal beleid is beknopt als volgt samen te vatten:

1. Een substantiële uitbreiding van het winkelareaal gaat gepaard met een nader onderzoek. De resultaten van dat onderzoek maken deel uit van de toelichting van het ruimtelijk plan.
2. De uitbreiding mag niet tot een onevenredige aantasting van de bestaande verzorgingsstructuur leiden.
3. De grotere kernen stellen een detailhandelsvisie op bij relatief grote ingrepen in de bestaande detailhandelsstructuur.

De ruimtelijke ordening heeft niet ten doel de onderlinge concurrentieverhoudingen te regelen, *maar de structuur van de verzorging. De spreiding van voorzieningen in kernen en regio's dient in voldoende mate gegarandeerd te blijven.* De aard en de omvang van het onderzoek zullen afhangen van de omvang van de gewenste ontwikkeling. *Gemeenten moeten aantonen dat de uitbreiding niet tot een onevenredige aantasting van de bestaande verzorgingsstructuur leidt en dat deze past bij de functie van de kern in het provinciaal beleid.* Daarbij wordt tevens aandacht besteed aan het gemeentelijk beleid voor (bestaande) buiten het centrum gelegen winkelvestigingen.

Dit betekent dat op dit moment en zolang er nog geen nieuw beleid is het PDV/GDV-beleid (betreffende perifere detailhandelsvestigingen en grootschalige detailhandelsvestigingen) nog steeds van kracht is. De tendens tot decentralisatie zal voor de detailhandel niet meer betekenen dan dat, evenals thans, op perifere locaties slechts die voorzieningen zijn toegelaten die niet inpasbaar en/of niet wenselijk zijn.

Dit betreft hoofdzakelijk vestigingen waar volumineuze artikelen worden verkocht. Weidewinkels, of andere grootschalige winkels buiten de bebouwde kom, blijven ongewenst.

Voor het ruimtelijk beleid met betrekking tot de detailhandel in de gemeente Dalfsen betekent dit dat het mogelijk is detailhandel buiten het bestaande winkelgebied mogelijk te maken, mits deze een complementaire functie vervult ten opzichte van die in het centrum. (dit zijn de klassieke PDV/GDV-branches zoals bijvoorbeeld bouwmarkten, meubeltoonzalen en bouwmarkten, alsmede auto's, caravans, etc.) Voor de vestiging op bedrijventerreinen is dit planologisch veelal geregeld via de mogelijkheid tot vrijstelling van de gebruiksbepalingen.

Uiteraard behoort vestiging van detailhandel goed gemotiveerd te worden in het kader van het gemeentelijk beleid. Aangetoond dient te worden dat er geen onevenredige afbreuk wordt gedaan aan de bestaande detailhandelsstructuur.

Met de uitwerking van het ruimtelijk detailhandelsbeleid op PDV/GDV's wordt in deze paragraaf actie 9 uit de nota Economisch beleid in een visie ten uitvoer gebracht. Zoals hierboven aangegeven hebben gemeenten door de veranderingen in het rijksbeleid de ruimte gekregen eigen beleid vast te stellen. Het beleid ten aanzien van deze perifere detailhandelsvestigingen richt zich op:

- Situering van trekkers aan de rand van het winkelgebied: de 'spin off' van PDV's is het grootst als deze bedrijven dicht tegen de kern aan, maar wel op goed bereikbare locaties, worden gevestigd. PDV met een regionaal verzorgingsgebied – zoals tuincentra, keukens- en meubelzaken – trekken bezoekers vanuit de wijde omtrek. Indien dit soort bedrijven op een terrein op relatief grote afstand tot de centra van de kernen worden gevestigd, kan niet geprofiteerd worden van de bezoekersstromen.
- Aanwijzen van stroken op bedrijventerreinen waar PDV wordt gesitueerd. In tegenstelling tot vaste stroken (of clustervorming) wordt in de "praktijk van alle dag" op basis van de vigerende bestemmingsplannen situatief medewerking verleend aan vrijstellingsverzoeken met betrekking tot volumineuze groothandel.

Nieuwe PDV-initiatieven kunnen worden getoetst aan geldende regelgeving (bijvoorbeeld distributie planologisch onderzoek (DPO)) en vestigingscriteria, zoals soort, type, onderscheidend aanbod, toegevoegde waarde, omvang en bereikbaarheid.

2.3 Uitgangspunten lokale huidige beleid: concentratie

Voor de winkelcentra wordt het huidige concentratiebeleid voortgezet en als uitgangspunt gehanteerd. Ingezet wordt op een kwalitatieve versterking van de detailhandelsstructuur door concentratie van het aanbod, herinrichting van de openbare ruimte en verbetering van de uitstraling. De gemeente draagt zorg voor het aantrekkelijk maken én houden van de omgeving, de inrichting van de openbare ruimte en voldoende parkeergelegenheid. Voorts stimuleert de gemeente ondernemers om de uitstraling van winkelpanden te verbeteren. Uitstraling in de vorm van verfraaiing van winkelpuien en eenduidigheid in uitstallingen. In overleg met ondernemers dient voorts actief naar passende invullingen van leegstand gezocht te worden. In relatie tot voorgaande jaren wordt het vestigingsbeleid gecontinueerd: een verdere intensivering van winkels binnen de winkelgebieden wordt hierbij voorgestaan.

Alle drie de dorpen kennen een winkelgebied.

Met de term winkelkerngebied wordt bedoeld een geografisch aaneengesloten gebied van straten waar nu al winkels zijn gevestigd.

Voor de kern Dalfsen is het centrumgebied de volgende geografische planbegrenzing: Vechtdijk, Rondweg, Welsommerstraat, Pleyendal, Pastoriestraat, Ruitenborghstraat, Beatrixstraat, Raadhuisstraat, Van Bruggenplein. Hiermee wordt aangesloten bij het reconstructieplan uit 1986 Kom...over de brug en het structuurplan Dalfsen / Hoonhorst / Oudleusen, 2000.

Voor de kern Lemelerveld vorm het Kroonplein het zwaartepunt. Als winkelverblijfsgebied behoren ook de historisch gevestigde winkels in de rondom gelegen straten hiertoe te worden gerekend.

Voor de kernen Dalfsen en Lemelerveld is het lokale huidige concentratiebeleid in deze dorpscentrum primair uitgangspunt.

Het voorgestane lokale beleid voor de kern Nieuwleusen is in lijn met het structuurplan van Nieuwleusen en de beleidsnotitie Detailhandel. Dit laatste rapport uit 1991 is ook nu nog actueel. De mening van de handels- en middenstands reclame vereniging is hierin verwoord dat zowel noord als zuid gelijke mogelijkheden moeten hebben voor uitbreiding van het winkelaanbod.

In beide kernen van Nieuwleusen (dus Noord en Zuid) dient zo veel mogelijk te worden gestreefd naar een concentratie van het winkelaanbod. Voor het middengebied is een ontwikkeling als winkelgebied uitgesloten, en wordt een verdere concentratie als dienstverleningsgebied voorgestaan, hetgeen ook voortvloeit uit het ambitieniveau van het structuurplan Nieuwleusen.

2.4 Samenvatting

De detailhandel is voortdurend onderhevig aan veranderingen door het gedrag en wensen van consumenten. Ook anno 2005 zien we een toenemend proces van schaalvergroting, een toenemende branche- en sector vervaging en een grotere gevoeligheid bij de consument voor prijs, keuze, kwaliteit en sfeer. Daarbij moeten de dagelijkse boodschappen snel worden gedaan, wel wordt er meer tijd genomen voor de niet-dagelijks boodschappen.

Om de aantrekkelijkheid van winkelgebieden in de kernen te versterken is het van belang het aanbod binnen het verzorgingsgebied (blijvend) te versterken door een afwisselend winkelaanbodkeuze, inclusief "trekkers". De attractiviteit wordt nog eens versterkt in combinatie met een goede bereikbaarheid, goede parkeermogelijkheden en winkelsfeer.

In zijn algemeenheid zullen impulsen in de huidige winkelcentra binnen de gemeente meer mogelijkheden bieden op meer bestedingen in de vorm van koopkrachtbinding en -toevloeiing. Aangezien het de verwachting is dat de bevolking op kernniveau tot 2010 langzaam zal doorgroeien, betekent dit kansen op meer bestedingen. Een directe relatie met het voorzieningenniveau vormt het woningbouwvolume en de uitgifte van nieuwbouwkavels.

Uitgangspunt voor het lokale beleid in de kernen houdt in een voortzetting van het huidige concentratiebeleid.

Binnen de gemeente resulteert dit in 4 grote winkelgebieden: Dalfsen, Nieuwleusen (Noord en Zuid) en Lemelerveld. Vanuit het oogmerk verscheidenheid regelt de ruimtelijke ordening de structuur en heeft niet tot doel de concurrentieverhouding te regelen. Uitbreidingsplannen mogen daarbij niet tot een onevenredige aantasting van de bestaande verzorgingsstructuur leiden en moeten passen bij de functie van de kern.

Op bedrijventerreinen is vestiging van grootschalige detailhandelsvestigingen mogelijk via de mogelijkheid tot vrijstelling van de gebruiksbepalingen van het bestemmingsplan. Zowel nieuwe perifere detailhandelsvestigingen als ook grootschalige uitbreiding en invulling van bestaande

winkelvestigingen kunnen worden getoetst aan een distributieplanologisch onderzoek, toegevoegde waarde, omvang, bereikbaarheid en marktruimte.

Hoofdstuk 3 Analyse winkelgebieden

In dit hoofdstuk staat het functioneren van de winkelkernegebieden centraal. Omdat een winkelgebied een distributieve en commerciële functie kent wordt met betrekking tot vraag en aanbod niet alleen kwalitatief maar ook kwantitatief ingegaan op de volgende vragen:

- Wat is de koopkrachtbinding en toevloeiing op de kernen Dalfsen, Nieuwleusen en Lemelerveld?
- Wat is het gewenste branchepatroon?
- Voor welke branches is er ruimte?
- Waar ligt de onder/oververtegenwoordiging?
- Hoe groot moet het winkelkernegebied zijn?

Overall is verder van belang te weten dat een winkelkernegebied voldoet aan de drie C's: **Compact**, **Compleet** en **Comfortabel**.

Een beantwoording van de volgende vragen is daartoe van belang:

- Is de fysieke structuur voldoende in evenwicht?
- Is het winkelaanbod naast kwantitatief ook kwalitatief in evenwicht?
- Harmonieert de horizontale inrichting met de verticale inrichting?
- Wat te doen met grootschalige detailhandel?
- Wat is de invloed van toerisme?

3.1 Huidige situatie winkelgebieden

Karakteristieken van de lokaal verzorgende winkelcentra komen naar voren in het aanbod en de vraag. In drie rapporten, het koopstromenonderzoek 2000, oog voor detailhandel en winkelgegevens Locatus september 2004, komt de situatie van de detailhandel voor de kernen Dalfsen en Lemelerveld naar voren. Voor de kern Nieuwleusen wordt gebruik gemaakt van de gegevens van het in 2003 uitgevoerde distributieplanologisch onderzoek. Eveneens hebben we winkelgegevens Locatus 2003 geraadpleegd. In deze winkelanalyse worden Nieuwleusen Noord en Zuid tezamen als de kern Nieuwleusen benoemd. Daarmee is de representativiteit en uniforme wijze van presentatie van winkelvloeroppervlakken naar dezelfde branches van de afzonderlijke kernen gewaarborgd.

Per kern wordt in deze winkelanalyse ingegaan op de dagelijkse en niet-dagelijkse sector en bronvermelding weergegeven. In totaal zijn er in de gemeente volgens bedrijfsinformatie regio Overijssel (Biro 2002) 1.011 arbeidsplaatsen in de detailhandel.

3.1.1. Aanbod

Voor het in beeld brengen van een zo compleet mogelijk aanbod van de drie grote kernen is voor de kern Dalfsen gebruikt gemaakt van de winkelgegevens Locatus 2004, voor de kernen Nieuwleusen en Lemelerveld van Locatus gegevens uit 2003. Per kern wordt daarbij zowel het aantal winkels als de aanwezige hoeveelheid winkelverkoopvloeroppervlak (vvo) naar dagelijkse en niet-dagelijkse sector weergegeven en vormt het uitgangspunt voor de analyse. Zie tabel 1. voor het winkelaanbod in de kernen.

De kern Dalfsen kent voor de dagelijkse sector een vergelijkbaar aantal winkels met de kern Nieuwleusen, te weten 18 winkels, terwijl dit aantal voor Lemelerveld de helft bedraagt. Ook voor de niet-dagelijkse sector komt een min of meer gelijke verdeling terug met ca. 54 winkels in de kern Dalfsen en 51 in de kern Nieuwleusen. Lemelerveld heeft 32 winkels in de niet-dagelijkse sector. Binnen de gehele gemeente is het gemiddelde verkoopvloeroppervlak voor winkels in de dagelijkse sector 184 m² en voor de niet-dagelijkse sector 276 m². Overall bedraagt het gemiddelde vloeroppervlak 253 m² per winkel. Op kernniveau is het gemiddelde winkelverkoopvloeroppervlak voor Dalfsen 290 m², 211 m² vvo voor de kern Nieuwleusen en 265 m² vvo voor Lemelerveld.

Tabel 1. Winkelaanbod kernen

Sector/branche	Dalfsen		Nieuwleusen		Lemelerveld	
	Vestiging	m2 vvo	Vestiging	m2 vvo	Vestiging	m2 vvo
Dagelijkse sector	18	4.002	18	2.580	9	1.704
Niet-dagelijkse sector	54	16.661	51	12.017	32	9.158
Totaal	72	20.663	69	14.597	41	10.862
00.000 Leegstand	2	184	5	1.022	2	104
11.010 Levensmiddelen	14	3.468	14	2.036	5	1.361
11.020 Persoonlijke verzorging	4	534	4	544	4	343
22.030 Warenhuis	1	3.500	0	0	0	0
22.040 Kleding en Mode	9	1.676	6	1.160	2	542
22.050 Schoenen en Lederwaren	4	1.007	2	224	0	0
22.060 Juwelier en Optiek	4	346	2	102	0	0
22.070 Huishoudelijke- luxe artikelen	2	295	2	600	0	0
22.080 Antiek en kunst	0	0	1	120	0	0
35.100 Sport en Spel	2	349	0	0	1	270
35.110 Hobby	2	164	4	205	0	0
35.120 Media	3	320	4	398	0	0
35.130 Plant en dier	11	1.454	4	386	5	575
37.150 Bruin- en witgoed	3	417	3	299	2	378
37.160 Auto en fiets	2	314	3	755	3	1.484
37.170 Doe-het-zelf	6	5.288	7	1.927	2	1.000
37.180 Wonen	4	1.108	10	5.615	5	3.051
38.200 Detailhandel overig	1	423	3	226	1	50

Bron: Locatus 2003, 2004

Voor het verkrijgen van inzicht in het winkelaanbod en de verdeling er van naar branche voor de kern Dalfsen is het winkelaanbod afgezet tegen het gemiddelde in kernen met een vergelijkbaar inwoneraantal, namelijk 10.000-15.000 inwoners. Zie onderstaande tabel 2.

Tabel 2. Winkelaanbod kern Dalfsen in vergelijking met andere Nederlandse kernen

Sector/branche	Dalfsen		Nederlandse Gemiddelde	
	Vestiging	m2 vvo	Vestiging	m2 vvo
Dagelijkse sector	18	4.002	23,2	4.639
Niet-dagelijkse sector	54	16.661	64,6	17.278
Totaal	72	20.663	87,8	21.917
00.000 Leegstand	2	184	-	-
11.010 Levensmiddelen	14	3.468	18,6	3.982
11.020 Persoonlijke verzorging	4	534	4,5	657
22.030 Warenhuis	1	3.500	0,4	342
22.040 Kleding en Mode	9	1.676	13,9	1.983
22.050 Schoenen en Lederwaren	4	1.007	2,6	490
22.060 Juwelier en Optiek	4	346	3,7	238
22.070 Huishoudelijke- luxe artikelen	2	295	3,5	628
22.080 Antiek en kunst	0	0	1,6	207
35.100 Sport en Spel	2	349	3,1	593
35.110 Hobby	2	164	3,1	226
35.120 Media	3	320	2,6	318
35.130 Plant en dier	11	1.454	6,7	2.178
37.150 Bruin- en witgoed	3	417	3,3	485
37.160 Auto en fiets	2	314	2,9	512
37.170 Doe-het-zelf	6	5.288	4,9	2.993
37.180 Wonen	4	1.108	9,4	5.651
38.200 Detailhandel overig	1	423	2,9	433

Bron: Locatus 2003, 2004

In vergelijking met een gemiddelde kernenklasse van 10.000 – 15.000 blijkt dat zowel het aantal winkels als de aanwezige winkelverkoopvloeroppervlakte (vvo) in de dagelijkse sector voor de kern Dalfsen achterblijft. Uit de cijfers van Locatus 2004 wordt opgemaakt dat met name de drie nu aanwezige supermarkten bijna 70% van de dagelijkse hoeveelheid in de dagelijkse hoeveelheid voor hun rekening nemen.

Met betrekking tot de niet-dagelijkse sector zien we eenzelfde beeld. Met name het aantal winkels blijft verhoudingsgewijs nogal achter bij het gemiddelde in de kernenklasse van 10.000-15.000 inwoners, 54 tegen 64. Ook naar oppervlakte blijft de kern Dalfsen met 600 m² achter.

Eveneens worden er verschillen tussen branches onderling geconstateerd. Er is een tekort aan vvo in absolute zin in de branche Wonen, maar ook Plant en Dier. Daarnaast zijn er ook branches in de non-foodsector met een overschot. In de kern Dalfsen zijn vooral de branches Warenhuis, Doe-het-zelf, Schoenen en Lederwaren goed vertegenwoordigd. De branche Antiek en Kunst ontbreekt.

Omdat het aantal inwoners voor de kernen Nieuwleusen en Lemelerveld lager ligt dan dat voor de kern Dalfsen is een dergelijke confrontatie in tabel 2 met de kernen Nieuwleusen en Lemelerveld in de huidige beschikbare onderzoeken niet uitgevoerd. Een indicatieve vergelijking is echter wel mogelijk. Uitgaande van de helft van de gemiddelde kernenklasse voor de kern Nieuwleusen geeft het inzicht dat er ook dan nog een overschot kan worden vastgesteld in de branche Auto-en-fiets, Wonen en Doe-het-zelf en een tekort in de branches Kleding en Mode, Sport en Spel en Plant en Dier. Met betrekking tot deze laatste branche kan worden opgemerkt dat eind 2005 de branche Doe-het-zelf door herhuisvesting nog sterker is vertegenwoordigd.

Eenzelfde indicatieve vergelijking voor de kern Lemelerveld laat in dat geval zien dat er een tekort is voor de branche Kleding en Mode, Schoenen en Lederwaren, en Plant en Dier. Terwijl er een overschot kan worden vastgesteld voor de Auto en fiets.

3.1.2. Vraag

De vraagkant van de winkelanalyse is zowel naar de dagelijkse sector als de niet-dagelijkse sector in de kernen te beschrijven in termen van omzetspotentieel. Dit kengetal wordt daarbij nogal eens als uitgangspunt gehanteerd voor de confrontatie met het aanbod en daarmee met het economisch functioneren van winkelgebieden. In de volgende paragraaf 3.2 zullen we daar dieper op ingaan.

Factoren die van invloed zijn op het omzetspotentieel zijn de bestedingen per hoofd van de bevolking, omvang van het consumentenpotentieel, koopkrachtbinding, koopkrachttoevloeiing vanuit het gebied en toerisme. Aan de hand van enkele van deze factoren willen we indicatief aangeven op welke wijze om te gaan dan wel in te (willen) spelen op bepaalde ambitieniveaus of op de effecten van bepaalde afzonderlijke factoren. Net als bij het aanbod zal op basis van de uitkomsten van de in paragraaf 3.1 beschreven onderzoeken de vraagkant in beeld worden gebracht.

Tabel 3a. geeft de verdeling naar inwoners per kern. Op grond van de in de vorige paragraaf gepresenteerde tabel 1 kan ook de winkelvloeroppervlak per 1000 inwoners worden weergegeven.

Tabel 3 a. Inwoners: per kern / winkelverkoopvloeroppervlak (vvo)

	# inwoners	vvo per 1000 inwoners
Dalfsen	13500	1530
Nieuwleusen	8500	1715
Lemelerveld	4400	2475
	26400	

Bron: Gemeente Dalfsen /
Locatus 2003 / 2004

Alle kernen in de gemeente kennen met name voor de eigen bevolking een primair verzorgende functie. Een groot deel van de inwoners doet namelijk de dagelijkse boodschappen in de woonplaats gevestigde winkels. Daarnaast zijn er personen die uit naastliggende plaatsen inkopen komen doen.

Op grond van de beschikbare koopstroomonderzoeken wordt inzicht verkregen in de herkomst van het draagvlak en draagvlakopbouw. Draagvlak is gedefinieerd als het totaal aantal klanten van een aankoopplaats of winkelgebied, bestaande uit klanten door binding en klanten door toevloeiing. Tabel 3b. geeft een weergave van de opbouw van het draagvlak per kern .

Tabel 3 b. Draagvlakopbouw

Kern Dalfen	Draagvlak	Binding	Toevloeiing		Oriëntatie-index	
	abs.	abs.	% abs.	abs.	%	%
Dagelijks	12900	11300	84	1600	12	96
Niet-dagelijks	7000	6300	47	700	10	52

Kern Nieuwleusen

Dagelijks	8500	7200	87	1300	15	100
Niet-dagelijks	7700	4600	60	3100	40	91

Kern Lemelerveld

Dagelijks	3600	3000	77	600	17	92
Niet-dagelijks	3700	1900	49	1800	49	95

Uit de koopstromenonderzoek Overijssel 2000 blijkt dat de trekkracht van de gemeente Dalfsen op de omringende gemeenten beperkt is, ofwel de toevloeiing gering. Voor kernen tot en met 15.000 inwoners is het een algemene ontwikkeling dat de vraag naar non-food verder terugloopt, in het bijzonder door de afvloeiing naar de grote winkelcentra. In gemeenten met een volledig en compleet winkelaanbod behoort gemiddeld zo'n 20% tot 25% van het draagvlak tot de toevloeiing.

Op het kernniveau voor de kern Dalfsen en Nieuwleusen daarentegen valt de veel sterkere attractiviteit voor de dagelijkse sector op in relatie tot de niet-dagelijkse. Opvallend is verder de huidige aantrekkingskracht binnen de niet-dagelijkse sector voor de kernen Nieuwleusen en Lemelerveld. Deze twee kernen hebben voor de niet-dagelijkse sector een sterkere vertegenwoordiging dan de kern Dalfsen die in dit opzicht in eerste instantie draagvlak verliest aan Zwolle.

Als maat voor de lokale en regionale verzorgingsfunctie kunnen we constateren dat de oriëntatie-index voor de kern Dalfsen maar zeker voor de kern Nieuwleusen hoog is. Het mag duidelijk zijn dat bijvoorbeeld een hogere toevloeiing bij een gelijkblijvende binding deze index opstuwt.

In hoofdstuk 2 kwam in paragraaf 2.1 naar voren dat de grootte van het winkelkerngebied naast algemene ontwikkelingen in de detailhandel als branche- en sectorvervaging onmiskenbaar samenhangt met het inwoneraantal en woningbouw.

De doorkijk van de gevolgen van dergelijke ontwikkelingen en ambitieniveau krijgt een vertaling in de vraagkant van de winkelanalyse in termen van omzetpotentieel.

3.2 Confrontatie vraag en aanbod

Door het omzetpotentieel (als equivalent van de vraag) te confronteren met het bestaande aanbod van de dagelijkse en niet-dagelijkse sectoren kan enerzijds het economisch functioneren van het winkelaanbod worden ingeschat en anderzijds de distributieve ruimte met betrekking tot de huidige situatie. Met het begrip vloerproductiviteit (omzet per m² vvo) kunnen vraag en aanbod vergelijkbaar worden gemaakt.

Hierbij is als referentie een gemiddelde omzet per m² ad € 5.680,= gehanteerd voor de dagelijkse sector en voor de niet-dagelijkse sector € 1.970,= (Jaarboek Detailhandel, 2004)

Voor deze confrontatie nemen we het koopgedrag uit tabel 3b. als uitgangspunt voor de korte termijn, zowel de absolute als procentuele verdeling. Ook voor de middellange termijn (5 jaar) is te verwachten dat een procentuele verdeling min of meer gelijk blijft, en speelt nog sterker als het fysieke totale verkoopvloeroppervlak voor de dagelijks en niet-dagelijks nauwelijks wijzigt.

In het algemeen kan gesteld worden dat voor de korte termijn een hogere binding en toevloeiing tot een hogere vloerproductiviteit leidt.

Voor de langere termijn (10 jaar) ligt dat anders, en kunnen zich verschuivingen in binding en toevloeiing voordoen. Voor de lange termijn is de vraag van belang waardoor de vraagkant gehandhaafd blijft en een substantiële toename van het draagvlak in absolute zin kan worden gerealiseerd. Hierover meer in paragraaf 3.4.

Vanuit economisch opzicht is het functioneren van de huidige winkelbranches voor de kernen Dalfsen en Nieuwleusen in twee rapportages cijfermatig beschreven. Het betreft hier het DPO Nieuwleusen (2003) en DPO Dalfen (2004). In deze rapporten is de confrontatie op kernniveau tussen vraag en aanbod vergelijkbaar gemaakt met begrip vloerproductiviteit (omzet per m2 vvo) en het omzempotentieel per sector. Binnen de context van deze rapportage is eenzelfde systematiek eveneens uitgevoerd voor de kern Lemelerveld.

Wanneer wordt uitgegaan van de landelijk noodzakelijke omzet per m2 per type branche kunnen we vaststellen dat er in de dagelijkse sector in de kern Dalfsen in principe ruimte te zijn voor een uitbreiding en in de niet-dagelijkse sector op voorhand een ruim overschot.

Ook voor de kern Nieuwleusen komen we op basis van de beschikbare gegevens tot eenzelfde vaststelling. Voor de kern Lemelerveld doet zich in de dagelijkse sector een licht overschot respectievelijk in de niet-dagelijkse sector een ruim overschot voor.

De cijfermatige confrontaties per kern zijn in de tabellen 4a. tot en met 4c. weergegeven.

Tabel 4a. Kern Dalfsen	Marktruimte Dagelijkse sector	Marktruimte Niet-dagelijkse sector
Omzempotentieel	€ 28,90 mln.	€ 18,00 mln.
Indicatieve vloerproductiviteit (per m2 v.v.o.)	€ 5.680,00	€ 1.970,00
Gemidd. vloerproductiviteit (per m2 v.v.o.)	€ 7.216,00	€ 1200,00
Mogelijk aanbod (m2 v.v.o.)	5.097	9.181
Huidig aanbod (m2 v.v.o.)	4.002	16.661
Uitbreidingsruimte (m2 v.v.o.)	1.095	-7.480

Tabel 4b. Kern Nieuwleusen	Marktruimte Dagelijkse sector	Marktruimte Niet-dagelijkse sector
Omzempotentieel	€ 17,80 mln.	€ 15,60 mln.
Indicatieve vloerproductiviteit (per m2 v.v.o.)	€ 5.680,00	€ 1.970,00
Gemidd. vloerproductiviteit (per m2 v.v.o.)	€ 6.899,00	€ 1.449,00
Mogelijk aanbod (m2 v.v.o.)	3.134	9.036
Huidig aanbod (m2 v.v.o.)	2.580	12.017
Uitbreidingsruimte (m2 v.v.o.)	554	-2.981

Tabel 4c. Kern Lemelerveld	Marktruimte Dagelijkse sector	Marktruimte Niet-dagelijkse sector
Omzempotentieel	€ 8,6 mln.	€ 7,8 mln.
Indicatieve vloerproductiviteit (per m2 v.v.o.)	€ 5.680,00	€ 1.970,00
Gemidd. vloerproductiviteit (per m2 v.v.o.)	€ 5.080,00	€ 856,00
Mogelijk aanbod (m2 v.v.o.)	1.524	3.977
Huidig aanbod (m2 v.v.o.)	1.704	9.158
Uitbreidingsruimte (m2 v.v.o.)	-180	-5.181

Bron: Locatus 2003, 2004 gemeente Dalfsen

Let wel zoals aangegeven in voorgaande alinea is uitgangspunt dat de normatieve gemiddelde vloerproductiviteit ook echt wordt gehaald. Bij narekening van de feitelijke gemiddelde vloerproductiviteiten per kern blijkt die zowel in de kernen Dalfsen en Nieuwleusen in de dagelijkse sector hoger en voor de niet-dagelijkse sector lager dan de normatieve. Voor de kern Lemelerveld is de feitelijke gemiddelde vloerproductiviteit in beide sectoren lager dan de normatieve gemiddelde vloerproductiviteit.

3.3 Bestaand winkelbeleid

Het bestaand beleid voor de winkelgebieden richt zich op de continuïteit van het omzetpotentieel van de bestaande huidige winkelvevestigingen binnen de centra van de verschillende kernen. Daarbij is van belang concreet voor ogen te hebben wat de winkelcentra per kern zijn. In bijlage 1 tot en met 3 zijn daarom ter illustratie de globale planbegrenzings van de winkelconcentratiegebieden per kern aangegeven.

Het bestaande winkelbeleid zal daarom op z'n minst op kernniveau gericht moeten zijn dat de in de tabellen 4 a. tot en 4c. aangegeven cijfermatige uitbreidingsruimte (zo mogelijk) economisch worden uitgenut door die branches binnen die sector waar het winkelaanbod onder die van het nederlands gemiddelde ligt. Dit kan bijvoorbeeld door uitbreiding van een bestaande winkel voor een assortimentsverbreding of toevoeging van een winkel binnen dezelfde branche.

Waar binnen een sector een overschot aan marktruimte valt te constateren voor een specifieke branche zal geen medewerking moeten worden verleend aan plannen tot verdere kwantitatieve uitbreiding zodat een overschot op voorhand niet verder oploopt. In dat geval vindt immers een (verdere) versterking van een evenwichtige brancheverdeling plaats en zo mogelijk uitholling van het bestaansrecht van een winkelier binnen een branche.

In economische zin kan in dit verband ook de samenhang tussen omzet en investeringen van belang zijn met betrekking tot herinvulling van leegstaande of leegkomende winkels. Bijvoorbeeld in het geval van bedrijfsbeëindiging dan wel bij een verplaatsing van buiten het centrumplangebied naar binnen toe, binnen het winkelgebied of in geval van uitplaatsing.

Een lagere dan noodzakelijke vloerproductiviteit in combinatie met betrekkelijk lage huisvestingslasten maakt dat er zelfs in die gevallen een goede boterham kan worden verdiend. Dit laatste kan echter ook een valkuil zijn: een omzet kan als "goed" worden aangemerkt door de ondernemer omdat hij/zij er voldoende aan overhoudt, maar dit zou, - als de betreffende ondernemer normale huisvestingslasten zou hebben – wel eens aan de lage kant kunnen zijn.

In ruimtelijke planologische zin betekent dit een gerichtheid op de concentratie van winkels binnen het centrum. Voor de kern Dalfsen wordt het huidige beleid voorgestaan om tot verdere concentratie van het winkelgebied te komen waarbij de voorkeur bestaat voor een evenwichtige samenstelling van het winkelaanbod. Terugdringing van de historisch ontstane langgerekte lintvorm is daarbij een wensbeeld (zie bijlage 1).

Uitvoering van het voorgestane beleid voor beide kernen van Nieuwleusen (dus Noord en Zuid) kent een focus op zo veel mogelijk concentratie van het winkelaanbod (zie bijlage 2). Ook hier wordt blijvend ingezet tot optimalisering van het winkelaanbod met een evenwichtige brancheverdeling. Voor de kern Lemelerveld ligt het zwaartepunt voor het winkelgebied in het gebied rondom het Kroonplein. De Schoolstraat vormt een verbindingstuk met enkele winkels tot de aansluiting met de Weerduisweg.

Uitvoering van planologische maatregelen richten zich op het versterken van de economische basis van detailhandel en waar mogelijk het medemogelijk maken van ontwikkelingsmogelijkheden voor de bestaande winkels.

3.4 Toekomstige situatie winkelgebieden

Vanuit het behouden en een versterking van de winkelstand zullen maatregelen moeten worden gericht op het versterken van de structuur en het perspectief van een winkelgebonden dorpscentrum. Dit geldt in principe voor alle drie kernen.

Dalfsen

Voor de kern Dalfsen is een blijvende en verdere concentratie van de winkelstand ook naar de toekomst toe wenselijk. Autonome ontwikkelingen door bedrijfsverplaatsing of bedrijfsbeëindiging, moeten we zien als een gevolg van marktontwikkelingen, maar zijn in voorkomende gevallen binnen het bestaand beleid inpasbaar.

Naar de toekomst toe zal er echter voldoende toename van het omzetpotentieel moeten worden gerealiseerd ten opzichte van het huidige omzetpotentieel wil uitbreiding voor de dagelijkse sector dan wel voor de niet-dagelijkse sector in winkelvloeroppervlak ook tot een structurele versterking leiden. In de voorkomende sector waar dit niet het geval is de mogelijkheid voor fysieke uitbreidingsruimte

geen rationele optie.

De plannen voor het Waterfront liggen er. De relatie tussen deze aanstaande ontwikkeling en het huidige centrumgebied is een opgave. Het op een harmonieuze wijze komen tot een versmelting van beide gebieden vraagt een verantwoord winkel-(al)locatiebeleid.

De op basis van het omzetpotentieel aangegeven uitbreidingsruimte voor dagelijkse en niet-dagelijkse sector kan echter ook leiden tot een enkele verschuiving naar of binnen het winkelkerngebied. Als zodanig kan ze van invloed zijn op het functioneren van het winkelgebied. Dit speelt bijvoorbeeld een rol als er substantiële uitwisseling van dagelijks naar niet-dagelijks zou plaatsvinden. Met het oog op een evenwichtige verzorgingsstructuur kunnen de branches wonen, plant en dier worden versterkt en is toevoeging van een winkel voor antiek en kunst optioneel.

Hierbij is voorstelbaar dat voor de invulling van het beoogde winkelvloeroppervlak in het Waterfront in een enkel geval tot een verplaatsing zou kunnen leiden vanuit het winkelconcentratiegebied. Met als mogelijk effect een terugdringing van de huidige tamelijke uitgestrekte vorm van het winkelgebied. Met name winkels die nu gehuisvest zijn aan de rand van het huidige winkelgebied zouden zich dan op een plek nabij het zwaartepunt van het winkelcentrum beter kunnen profileren. Met het oog op het gewenste behoud en voortzetting van het concentratiegebied, ook naar de toekomst toe, zou voor bepaalde branches, als er een noodzaak/wens is tot een reductie van het overschot aan marktruimte, het uitgangspunt voor specifieke randgevallen kunnen inhouden dat de winkelfunctie komt te vervallen. Een pro-actief flankerend beleid om te komen tot maatwerk is daarbij onze insteek. Ter onderbouwing van verantwoorde keuzes kan hierbij in voorkomende gevallen een branche-onderzoek een optie zijn.

Nieuwleusen

Na de aanpak van het winkelgebied Nieuwleusen Noord staat vanuit een gelijke benadering van de twee afzonderlijke winkelgebieden de uitvoering van het Masterplan in Zuid op stapel. Nu Noord inmiddels qua uitstraling van de openbare winkelruimte up-to-date is valt te verwachten dat voor de korte termijn het winkelgebied in Zuid een moderne uitstraling krijgt. Het merendeel van de huidige winkels aan de Burgemeester Backxlaan worden ingepast in het Masterplan. Ter complementering aan het huidige winkelaanbod binnen Nieuwleusen zal een discounter als 'trekker' een prominente plaats binnen het plan krijgen. Ondanks dat er geen cijfermatige marktruimte is voor de niet-dagelijkse sector kan toevoeging van branches warenhuis en sport en spel wel leiden tot een verbetering van de verzorgingsstructuur.

Uitvoering van de uitbreidingsplannen van het woningbouwgebied de Westerbouwlanden Noord biedt in principe beide winkelgebieden nieuwe perspectieven en behoud van voldoende omzetpotentieel. In voorkomende situaties waarin bestaande panden 'leeg' komen is inwisselbaarheid tussen niet-dagelijkse en dagelijkse sector geen vanzelfsprekendheid. In lijn met het bestaande beleid zal ook in de toekomst via een DPO moeten worden aangetoond dat er voldoende verzorgingsruimte in de markt voor een specifiek branche aanwezig is.

Lemelerveld

Voor de kern Lemelerveld blijft het Kroonplein het zwaartepunt als winkelconcentratiegebied. Kwalitatief voldoet dit winkelgebied na de reconstructie van dit centrumgebied. Hierbij worden ook de historisch gevestigde winkels in de rondom gelegen straten gerekend. In kwantitatieve zin moeten we vaststellen dat de druk op vloerproductiviteiten voor de dagelijkse en niet-dagelijkse sector verminderd zou moeten worden. Gelet op de grootte van de kern is, en onvoldoende marktruimte voor de niet-dagelijkse sector, lijkt een uitbreiding met branches voor bijvoorbeeld huishoudelijke – en luxe goederen en juwelier of optiek, geen reële optie.

Uitbreiding van het woningenbestand in de Nieuwe Landen is hard nodig om de huidige voorzieningen in stand te houden. Ook naar de toekomst toe blijft innovatie en creativiteit van de lokale ondernemers in deze kern een eerste vereiste.

3.5 Samenvatting

Als belangrijke invloedsfactor voor de uitbouw van het winkeldraagvlak en daarmee voor het omzetpotentieel valt een toename van het aantal woningen en daarmee een toename van het aantal inwoners te onderkennen. Naast een sterke binding van de eigen bevolking is inzet op een versterking

van de toevloeiing noodzakelijk. Het behoud van draagvlak is geen vanzelfsprekendheid en vraagt ook naar de toekomst toe voldoende aantrekkelijkheid van het winkelaanbod zelf. Alleen dan kan afkalving van het aanbod worden tegengegaan.

Van een factor als de bestedingen per hoofd van de bevolking is het echter minder waarschijnlijk dat deze voor de dagelijkse en niet-dagelijkse sector plotsklaps zal stijgen. Gelet op het zwaartepunt van de huidige toeristische bestedingen zal een toename in termen van binding en toevloeiing met name te verwachten zijn voor de kern Dalfsen, en is gekoppeld aan het toeristische seizoen.

De waardering van het winkelend publiek komt in dit verband financieel tot uiting in de vloerproductiviteit ofwel de omzet per vierkante meter. Voor de ondernemer vormt de vloerproductiviteit een maatstaf voor het rendement van een zijn/haar winkel. Voor wat betreft de brancheverdeling ligt er een blijvende opgave tot een compleet en volledig aanbod voor de drie kernen. Uitgangspunt daarbij is voorzetting van het huidige concentratiebeleid. Naar de nabije toekomst ligt met inachtneming van de plannen voor Dalfsen en Nieuwleusen voor deze kernen het zwaartepunt op een goede inpassing van het fysieke winkelgebied.

Hoofdstuk 4 Structuurbepalende (buiten)elementen

In dit hoofdstuk wordt dieper ingegaan op elementen die (mede)bepalend voor de vorm en uitstraling van een winkelgebied en dragen elk op een verschillende manier bij tot het functioneren er van. Aan bod komen zaken als parkeren en bereikbaarheid, interactieve samenwerking, markt- en standplaatsen, ondernemerschap en beeldkwaliteit van de fysieke winkelruimte.

Naast de verdeling en absolute omvang van winkels zoals besproken in het vorige hoofdstuk zullen we zien dat deze elementen tezamen eveneens van invloed zijn op de samenhang en daarmee het functioneren van de winkelstructuur.

4.1 Parkeren en bereikbaarheid

Om ervoor te zorgen dat parkeren en bereikbaarheid als sterke punten behouden blijven vormen de capaciteit en routing van de aanwezige parkeerplaatsen een aandachtspunt. In het Koopstromenonderzoek 2000 Dalfsen is een waardering gegeven voor een tiental kwalitatieve aspecten van het hoofdwinkelcentrum. De bezoekers, inwoners en regiobezoekers tezamen, van het winkelcentrum in Dalfsen zijn met name te spreken over de bereikbaarheid per fiets en de toegankelijkheid van het winkelcentrum voor voetgangers. Daarnaast komt de goede parkeerfaciliteit tot uiting.

Voorgestaan wordt om de bestaande omvang van de parkeervoorzieningen te handhaven. Met de op handen staande aanpassing van de Rondweg in 2006 blijft er een goede aanrijroute verzekerd.

Naast het kwantitatieve aspect van parkeren (naar aantal parkeerplaatsen) speelt het kwalitatieve aspect, in het bijzonder de parkeerduur. Op parkeervakken binnen een blauwe zone mag maximaal voor de duur van 2 uur worden geparkeerd. Momenteel kent binnen de gemeente alleen het winkelgebied van de kern Dalfsen dit regime.

Voor de kern Dalfsen zal worden ingezet op maatwerk in relatie tot het gebruik van blauwe zones en het aantal plaatsen waar maximaal 2 uur mag worden geparkeerd. Op dit moment staat het parkeren niet buitensporig onder druk. Bijlage 4 toont een overzicht van de blauwe zones inclusief parkeervakken in de kern Dalfsen.

In de kernen Nieuwleusen en Lemelerveld blijkt tot heden geen behoefte aan blauwe zones te zijn. Voor de drie kernen wordt de voorkeur gegeven om geen parkeergeld te heffen, drempels uit de kom te weren en een goede bereikbaarheid te houden.

Bij een aanvraag voor uitbreiding van het winkelaanbod wordt de parkeerbehoefte gelijktijdig in kaart gebracht. Door samenspraak met de ondernemer dient de realisatie van de benodigde extra parkeerruimte (privaat dan wel openbaar) gewaarborgd te worden. Een instrument om dit uit te voeren is een parkeerfonds.

In een parkeerfonds moet bij vestiging of uitbreiding van bedrijvigheid in het winkelconcentratiegebied voldaan worden aan de parkeernormen volgens het Centrum voor Regelgeving en Onderzoek in de Grond-, Water- en Wegenbouw en de Verkeerstechniek (CROW). Afhankelijk van het bedrijfstype of branche houdt dit in dat per m² bruto vloeroppervlak een aantal parkeerplaatsen moet worden gerealiseerd. Kan dat niet omdat de fysieke ruimte ontbreekt op het eigen perceel dan moet er een bijdrage worden gedaan aan het gemeentelijke parkeerfonds. Deze bijdrage is gerelateerd aan de werkelijke aanlegkosten van de parkeerplaatsen.

4.2 Markt- en standplaatsen

Het beleid ten aanzien van markt- en standplaatsen heeft tot doel het reguleren van economische activiteiten. Ingezet wordt op het uitnutten van de mogelijkheden van markt- en standplaatsen in alle kernen. Het vigerend marktbeleid (plaats, tijd en vergunning) is vastgelegd in de APV en gericht op een aanvulling van de gevestigde brancheverdeling. Het aantal benutte standplaatsen op de weekmarkt in Dalfsen (rondom de NH-kerk) per juni 2005 is 16. De weekmarkt in Nieuwleusen kent een 9-tal standplaatshouders en kent geen vaste locatie (het ene jaar Noord het ander jaar Zuid). In de vent- en standplaatsverordening is een zevental locaties inclusief buitengebied aangewezen. Hierbij gelden maximaal 2 standplaatsen voor de grote kernen en 1 standplaats voor een kleine kern. De locaties zijn voor de woonkernen:

- a. Dalfsen: hoek Pleijendal/Wilhelminastraat van het Burgemeester van Bruggenplein;

- b. Lemelerveld: Kroonplein;
- c. Hoonhorst: hoek Kerstraat / Lage Weide;
- d. Oudleusen: J. Schaapmansstraat parkeerplaats met informatiebord;
- e. Nieuwleusen- Noord: het Zandspeur, voor de basisschool De Zaaier;
- f. Nieuwleusen-Zuid: parkeerplaats aan Westeinde 4, naast de Plusmarkt.

4.3 Ondernemerschap(scultuur)

Met het begrip ondernemerschap wordt geappèlleerd aan de creativiteit van de lokale winkeliers en middenstand. Een van de vormen waarin dit tot uiting komt is het met goede ideeën inspelen op de eigen brancheontwikkelingen en evenementen. Via allerlei campagnes en reclameuitingen dragen zij bij aan de sfeer en attractiviteit van een winkelkerngebied. Daarnaast komt het ondernemerschap om de hoek bij bijvoorbeeld de specifieke eigen bedrijfssituatie voor wat betreft bedrijfsopvolging of bijvoorbeeld het aanpassingsvermogen bij ontwikkelingen in de nabije omgeving.

4.4 Beeldkwaliteit fysieke winkelruimte: horizontale en verticale inrichting

Ontegengesteld is de beeldkwaliteit van invloed op de attractiviteit en zuigkracht van de winkelkerngebieden. Een factor van belang voor de aantrekkelijkheid van een winkelgebied is de uitstraling van de winkelpanden en in de vorige paragraaf al aangestipt. Net als vele economische entiteiten is de beeldkwaliteit onderhavig aan economische en technische ouderdom.

Het begrip verticale inrichting reflecteert de uitstraling van de gevel van een (winkel)pand inclusief de eventueel daaraan bevestigde reclameuitingen als borden en lichtbakken. Het materiaal- en kleurgebruik heeft een direct effect op de uitstraling. Voor het merendeel van de winkelruimten kunnen we vaststellen dat de beganegrond van veel panden is ingericht als showroom annex winkelverkoopvloeroppervlak. De bovenliggende verdieping heeft bij veel (oudere) winkelpanden in Dalfsen de bestemming woonfunctie. In Nieuwleusen is hiervan rond om het gereconstrueerd gebied Marke van Leussen eveneens sprake. De status van het onderhoud aan de winkelpanden is een belangrijke invloedsfactor op de verticale uitstraling.

De horizontale inrichting betreft de inrichting van de straten en de openbare ruimte, straatprofiel inclusief straatmeubilair. Een voorbeeld van een ingreep betrof de reconstructie van het centrumgebied voor de kern Dalfsen met een nieuwe bestrating (met rode plint). Een voorbeeld voor Nieuwleusen Noord is de Marke van Leussen: het parkeerterrein in blokpatroon met paaltjes zogenaamde nieuwleusenaartjes. Aan de voorzijde van een aantal winkels langs de Burgemeester Backxlaan in Nieuwleusen-Zuid is de bestrating eveneens vernieuwd. In Lemelerveld is het Kroonplein een voorbeeld van een nette horizontale inrichting. In z'n algemeenheid kan worden vastgesteld dat het onderhoud en het bij de tijd houden van de horizontale inrichting tijdig aandacht verdient.

Voor wat betreft de aanzicht bepalende reclame is beleid vastgesteld in het reclamebeleid.

De fysieke beeldkwaliteit van het centrum van Dalfsen en Nieuwleusen wordt beleidsmatig bewaakt door de Welstandsnota. De kern van Lemelerveld is daarentegen tot 1 juli 2006 vrijgesteld van welstand (pilot).

Kortheidshalve verwijzen we naar de passage uit de welstandsnota over het centrumgebied. Om de welstand te waarborgen zijn zogenaamde welstandscriteria opgesteld. Deze criteria hebben betrekking op:

1. Situering
2. Vormgeving
3. Detaillering

4.5 Samenvatting

Elementen die van invloed zijn op de winkelstructuur zijn achtereenvolgens parkeren en bereikbaarheid, interactieve samenwerking, markt- en standplaatsen, ondernemerschap en beeldkwaliteit van de fysieke winkelruimte.

Het huidige parkeerbeleid en bereikbaarheid voldoet. In het bijzonder krijgt dit facet via een parkeerbonds aandacht bij verbouwings- of uitbreidingsplannen van winkeliers. Dat de horizontale en verticale inrichting en daarmee de uitstraling en attractiviteit van een winkelstraat positief beïnvloedt lijkt vanzelfsprekend. Een collectieve standaard in de vorm van een beeldkwaliteitsplan kan hierin voor dergelijke plannen richtinggevend zijn.

Vrij-parkeren binnen de diverse kernen geldt als een plus en op korte termijn worden geen knelpunten voorzien.

De complementariteit van markt- en standplaatsen met betrekking tot de winkelstructuur wordt algemeen erkend en kan verder worden uitgebouwd.

Zowel operationale en andere meer strategische onderwerpen in samenhang tot de detailhandel komen binnen het platform detailhandel aan de orde.

Hoofdstuk 5 Conclusies

In dit hoofdstuk worden op basis van de bevindingen uit de hoofdstukken 2 tot en met 4 de volgende conclusies getrokken:

- De detailhandelsstructuurvisie is uitsluitend voor de kernen Dalfsen, Nieuwleusen en Lemelerveld
- Op basis van de voorhanden kentallen kan in zijn algemeenheid worden gesteld dat er voor non-food geen ruimte meer is in de detailhandel. Voor de food er is nog enige ruimte voor Dalfsen en Nieuwleusen, daar waar Lemelerveld geen ruimte meer voor deze sector heeft. (De beschikbare ruimte wordt gebruikt door nieuwe ontwikkelingen als Waterfront + Centrumplan)
- Winkelgebieden moeten voldoende aantrekkelijk zijn voor het winkelend publiek (binding en toevloeiing). Hierbij treedt de gemeente voor wat betreft de ruimtelijke ordening faciliterend op voor wat betreft de panden en is voorwaardenscheppend waar het de openbare ruimte aangaat. Winkeliers zullen investeringsbereidheid aan de dag moeten leggen. Kortom actoren zullen actiever moeten opereren (voorkomen negatieve spiraal)
- Streven naar een concentratie van het winkelgebied in Dalfsen en Lemelerveld
- In Nieuwleusen 2 winkelconcentratiegebieden handhaven. Door de voormalige gemeente Nieuwleusen is gekozen voor 2 gebieden, noord is opgeknapt, zuid is nu aan de beurt.
- Volumineuze detailhandelsbedrijven concentreren op bedrijventerreinen
- Buiten de winkelconcentratiegebieden geen nieuwe detailhandel meer toestaan. Op vrijkomende locaties meewerken aan functieverandering; maatwerk
- Huidige parkeermogelijkheden in de kernen voldoende
- Geen betaald parkeren invoeren
- Instellen van een parkeerfonds voor alle kernen
- Gelet op de huidige infrastructuur en aanwezige parkeerfaciliteiten binnen het centrum, het centrum niet verder autoluw maken.
- Maatwerk bij instellen blauwe zones in relatie tot afstand winkelcentrum.
- Inzetten op een gelijke verdeling tussen de kernen van markt- en standplaatsen.
- Appèleren aan ondernemerschap waarin organisatiegraad en cultuur een plaats krijgen.
- Het beeldkwaliteitsplan als minimumeis ter versterking van een winkelkerngebied

Hoofdstuk 6 Actieprogramma

6.1 Inleiding

Een beleidsstuk zal handvatten moeten bieden om de ambities concreet te kunnen realiseren. Een beleidsuitwerking in een programma van acties kan daartoe verschillende maatregelen en instrumenten omvatten en zullen in de volgende paragraaf in beeld worden gebracht.

6.2 Beleidsuitwerking in een actieprogramma

Per actiepoint wordt kort aangestipt op welke wijze per actiepoint richting, vorm en inhoud kan worden gegeven. De ideeën zijn in willekeurige volgorde weergegeven. Voorwaarde is de positieve uitgangspunten van het huidige beleid te handhaven. Duidelijk zichtbaar is dat het actieprogramma vorm en inhoud krijgt door verschillende partners. Dit onderstreept het dynamische karakter van het actieprogramma.

Actie 1. Beeldkwaliteit winkelgebieden

Aan de hand van de vastgesteld welstandsnota 2005 en het huidige reclamebeleid wordt vorm gegeven aan de beeldkwaliteit van de winkelgebieden. Middels richtlijnen over vormgeving en detaillering is het minimale uitstralingsniveau van winkelpanden in de kernen vastgelegd. De welstandsnota 2005 en het huidige reclamebeleid zijn daarbij vooral leidend maar in geval van een grootschalig project wordt een afzonderlijke beeldkwaliteitsplan opgesteld.

Actie 2. Versterken samenwerking

Met het item samenwerking wordt een appèl gedaan op de organisatiegraad van de ondernemers uit het winkelgebied. Hierbij speelt ook de individuele en collectieve bereidheid tot het inspelen op kansen en ontwikkelingen en attitude een rol van betekenis. Een project voor verbeterde samenwerking tussen ondernemers ter versterking van het ondernemerschap door uitwisseling van bedrijfsmatige- en omgevingsknelpunten kan hierbij richting geven.

De idee tot het ontwikkelen van winkelteams ontstaat om bedrijfseconomische ontwikkelingen tijdig te signaleren en actieve ondernemers een voorbeeldfunctie te laten vervullen. Verder kunnen deze aanjagers als spreekbuis fungeren richting het bestuur van een middenstandsvereniging en/of vertegenwoordigers ervan.

Actie 3. Parkeerplan – routing en blauwe zone

In de kernen is de mogelijkheid tot vrij parkeren een belangrijke factor voor klantvriendelijke winkelgebieden. Om de toegankelijkheid en parkeergelegenheden ook naar de toekomst toe laag drempelig te houden verdient het aanbeveling het beleid met betrekking tot vrij-parkeren te continueren. Niet denkbeeldig is om de routing door de huidige winkelstraten te optimaliseren en verkeersveiligheid inhoud te blijven geven. Qua capaciteit (kwantitatief) en parkeergedrag (kwalitatief) kan onderzoek uitwijzen of en in welke mate de blauwe zone voldoet en ook voor de middellange termijn voldoende blijft. Beleidsmatig wordt aansluiting gezocht bij het gemeentelijk verkeers- en vervoersplan.

Actie 4. Plein 2006 (inrichtingsplan Waterfront)

De ontwikkeling van het Waterfront is een voorzet tot een economische impuls voor het centrum van de kern Dalfsen. Zowel de ondernemers als gemeente hebben belang bij een attractief goed functionerend winkelgebied. Bij het voorontwerp bestemmingsplan is hier planologisch nadrukkelijk aandacht gegeven. Om de aantrekkingskracht van deze nieuw ontwikkeling uit te nutten wordt voorkeur gegeven aan afstemming met Ondernemend Dalfsen bij uitwerking van dit project.

Actie 5. Pro-actief en acquisitief

Het thema pro-actief en acquisitief moet worden gevoed door het samen optrekken met de plaatselijke middenstand. Hierbij valt te denken aan een vertrouwenspersoon die de bedrijfseconomische klappen van de zweep kent. Als sparringpartner van de gemeente kan hij/zij doortastend in spelen op uitbreidingen van vestigingen, winkelverplaatsingen en invulling van leegstaande bedrijfswinkelpanden.

Actie 6. Deelplan Nieuwleusen

Een deelplan Nieuwleusen is de beleidsmatige insteek concentratie in Noord en Zuid. Daarmee wordt voor de praktijk van alle dag aansluiting gezocht bij beleid dat reeds ten uitvoer is gebracht. Een

versterking en verdere opwaardering van beide winkelgebieden zal ook de komende jaren nog actueel zijn. In het bijzonder voor Zuid kan hier worden genoemd de inpassing van het Masterplan aan de Burgemeester Backxlaan. Voor de betrokken ondernemers en reclame- en middenstandsvereniging uit Nieuwleusen ligt hier een continue rol.

Actie 7. Deelplan Lemelerveld

Een deelplan Lemelerveld duidt op een te versterken winkelconcentratiegebied rondom het Kroonplein en het huidige winkelgebied. Met een uitbreiding van de Nieuwe Landen wordt evenwel consumentenpotentieel gegenereerd waardoor bestaande winkels in de dagelijkse sector hun omzet op peil kunnen houden en uitbreiding van een enkele winkel economisch rendabel kan zijn. Als vertegenwoordiger van het midden en klein bedrijf ligt er voor de ondernemersvereniging Lemelerveld een centrale rol.

Actie 8. Afbakening winkelgebieden

Dit actiepoint is gericht op een afbakening van de winkelgebieden per kern op straatniveau. Naast de huidige winkelgebieden in de kernen Dalfsen, Nieuwleusen en Lemelerveld kan door ruimtelijke ontwikkelingen bijvoorbeeld het Centrumplan in Nieuwleusen en het Waterfront in Dalfsen een heroriëntatie van de winkelgebieden noodzakelijk zijn. Het in kaart brengen van een toekomstig wensbeeld van de winkelgebieden waar dit (op enig moment) speelt geniet prioriteit.

6.3 Planning en financiering

Een voorbeeldplanning en –financiering voor de verschillende acties is in onderstaand overzicht opgenomen. In samenwerking met het platform Detailhandel zal een definitieve prioritering worden aangebracht.

	Actoren	Kosten	Tijdspad
Actie 1. Beeldkwaliteit winkelgebieden	- Gezam. Middenstandsver. - Gemeente		
Actie 2. Versterken samenwerking	- Gezam. Middenstandsver. - Gemeente		
Actie 3. Parkeren – routing en blauwe zone	- Ondern. Dalfsen - Gemeente		
Actie 4. Plein 2006 (inrichtingsplan Waterfront)	- Ondern. Dalfsen - Gemeente		
Actie 5. Pro-actief en aquisitief	- Gezam. Middenst.ver - Gemeente		
Actie 6. Deelplan Nieuwleusen	- Middenst.Ver Nwln - Gemeente		
Actie 7. Deelplan Lemelerveld	- Middenst Ver Lvld - Gemeente		
Actie 8. Afbakening winkelgebieden: bestaand 2006 versus toekomstig ambitieniveau 2016	- Gezam. Middenstandsver. - Gemeente		

6.4 Samenvatting

Concrete actieplannen met een duidelijke rolverdeling tussen spelers is voorwaarde tot het opstarten, de uitwerking en de realisering van deelplannen. Als rode draad moet verder worden vastgehouden aan commitment tussen partijen. In samenwerking met het platform detailhandel zal een vast te stellen prioritering met tijdspad worden aangegeven.

Begrippenlijst:

Begrip	Omschrijving
Aankoopplaats	plaats waar men koopt.
Afvloeiing (koopkrachtafvloeiing)	mate waarin de bevolking buiten de eigen woonplaats koopt, uitgedrukt als percentage van de totale koopstromen vanuit een woonplaats.
Artikelgroepen	in totaal is een zevental artikelgroepen onderscheiden. Aan de ene kant worden de dagelijkse artikelen gezien die als groep levensmiddelen, drogisterij artikelen, alcoholische dranken, tabak en schoonmaakartikelen omvat. Aan de andere kant worden de niet-dagelijkse artikelen gezien aan de hand van een zestal artikelgroepen, namelijk kleding, schoenen, woninginrichting, huishoudelijke, electro en doe het zelf.
Binding (koopkrachtbinding)	mate waarin de bevolking in de eigen woonplaats koopt, uitgedrukt als percentage van de totale koopstromen vanuit een woonplaats.
Concurrentie-index	verhouding van de groei van het draagvlak (aantal standconsumenten uit binding en toevloeiing) in een periode ten opzichte van de groei van het inwoneraantal in dezelfde periode; de concurrentie-index geeft de groei van het draagvlak weer gecompenseerd voor de bevolkingsgroei.
Draagvlak	het totale aantal klanten van een aankoopplaats, bestaande uit klanten uit binding en klanten uit toevloeiing.
Kooporiëntatie	koopstromen tussen plaats van herkomst en aankoopplaats.
Koopgeneigdheid	mate waarin te verwachten valt dat een consument in een winkelcentrum inkopen doet.
Koopstroom	mate waarin men in een aankoopplaats naar herkomst bepaalde artikelen koopt.
Oriëntatie-index	de verhouding van het draagvlak (klanten uit binding en toevloeiing) ten opzichte van het inwoneraantal van een plaats. Deze index is een maat voor de - lokale en regionale – verzorgingsfunctie van een plaats. Indien het draagvlak groter is dan de lokale bevolkingsomvang, dan bedraagt de score op de oriëntatie-index meer dan 100. Hoe hoger de oriëntatie-index, des te omvangrijker de verzorgingsfunctie van een plaats.
Standaardconsument	een denkbeeldige consument die zijn bestedingen voor 100% in een winkelcentrum verricht.
Toevloeiing	mate waarin een aankoopplaats koopstromen uit andere plaatsen aantrekt, uitgedrukt als percentage van de totale koopstromen die door de aankoopplaats worden aangetrokken en gespecificeerd naar plaats en herkomst.

Literatuurlijst:

Christiaans, H.H.F. (NCOV) en Handels- en Middenstands reclame vereniging "Nieuwleusen", Beleidsnotitie, Detailhandel en structuurplan in Nieuwleusen, 1991

Dasselaar, A., Afstudeeronderzoek Winkels in de etalage, een analyse van langdurige leegstand in de Nederlandse hoofdwinkelgebieden, mei 2004

Gemeente Dalfsen, Bestemmingsplan Waterfront Dalfsen, mei 2005

Gemeente Dalfsen, Nota Economisch Beleid, 5 november 2003

Gemeente Dalfsen, SGB0; De woningmarkt in Dalfsen, oktober 2002

Gemeente Dalfsen, Woningbouwprogramma, 2005 - 2007

Gemeente Dalfsen, Structuurplan Dalfsen / Hoonhorst / Oudleusen, 2000

Gemeente Nieuwleusen, Structuurplan, 1995

Gemeente Dalfsen, Kom... over de brug, reconstructieplan, 1986

I&O research, DPO dagelijkse sector Nieuwleusen 2003, december 2003

I&O research, Kooporiëntatie centrum Raalte, 2002

I&O research, Koopstromenonderzoek 2000, deelrapport Dalfsen (kern), ,januari 2001

I&O research, Koopstromenonderzoek 2000, deelrapport Lemelerveld (kern), ,januari 2001

Kolpron Consultants / Vollmer & Partners, Toekomstvisie Dalfsen en Nieuwleusen, september 1997

Lei, rapport Markettowns Dalfsen, najaar 2003

MKB Reva, Presentatie: is een detailhandelsstructuurvisie de katalysator voor het Midden en Klein Bedrijf, november 2004

Provincie Overijssel, Streekplan 2000+, Plannen voor ruimte, Water en Milieu, 2001

Witpaard-Partners, DPO Dalfsen, Onderzoek naar de marktruimte in Dalfsen, januari 2005

Bijlage 1: Concentratiegebied kern Dalfsen

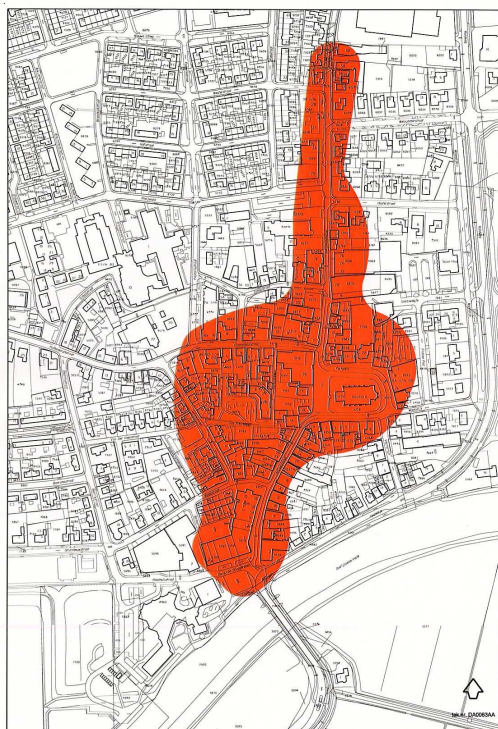
Bijlage 2: Concentratiegebieden Nieuwleusen Noord en Zuid

Bijlage 3: Concentratiegebied winkels Lemelerveld – Kroonplein en Schoolstraat

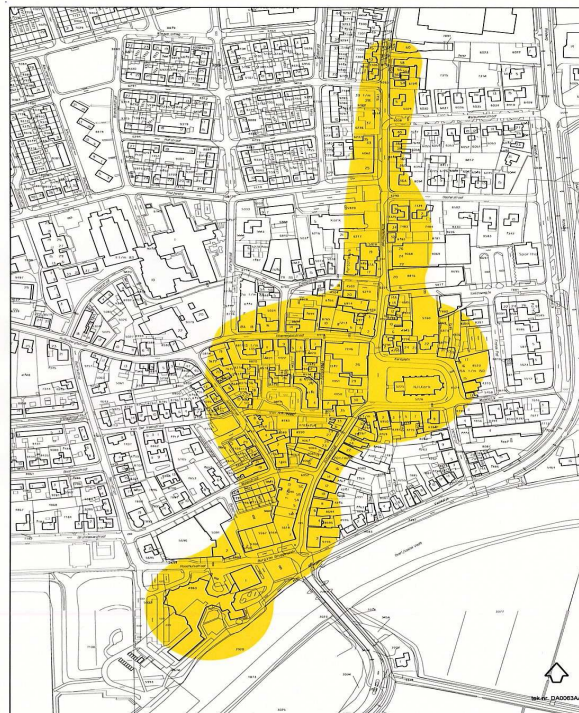
Bijlage 4: Parkeergebied blauwe zone kern Dalfsen

Bijlage 1: Concentratiegebied winkels kern Dalfsen

Bestaande situatie

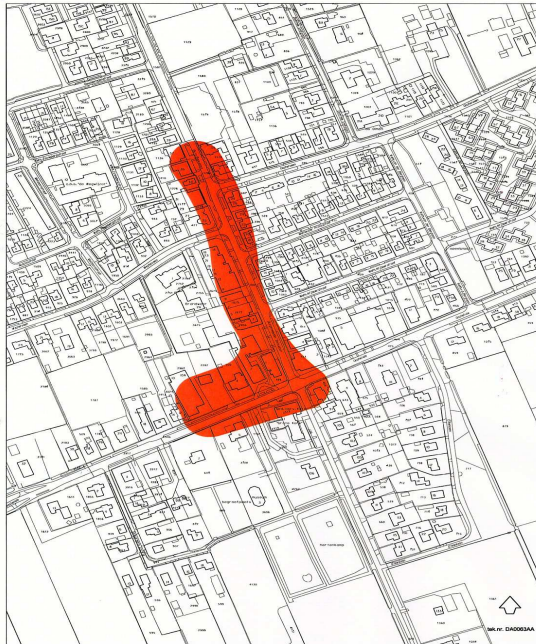


Toekomstige situatie

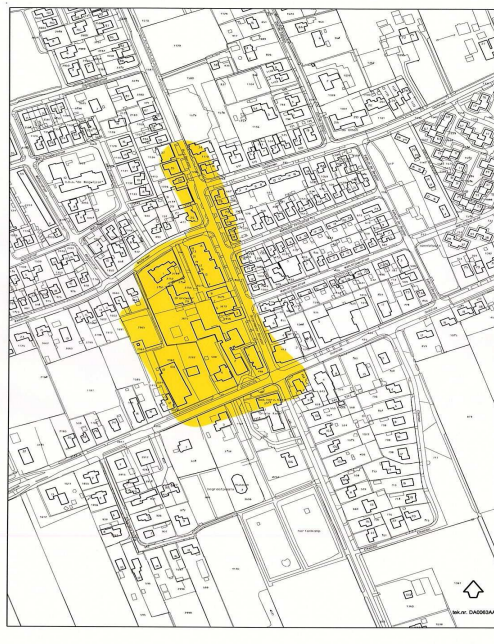


Bijlage 2: Concentratiegebied winkels Nieuwleusen Zuid en Noord

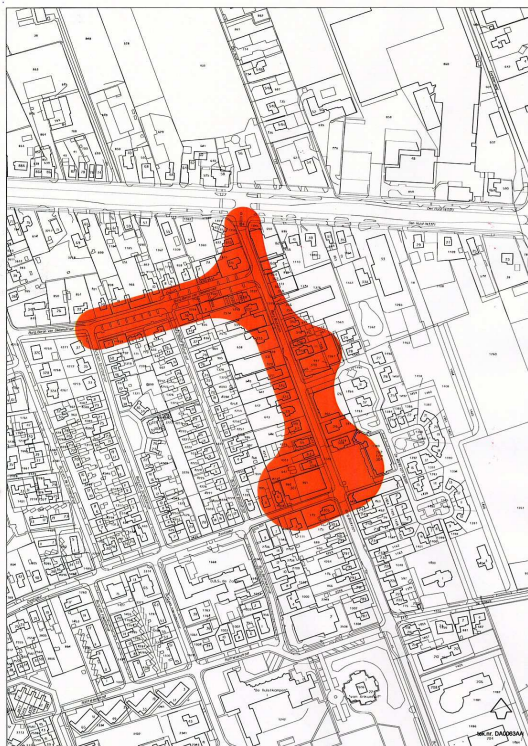
Bestaande situatie Nieuwleusen Zuid



Toekomstige situatie Nieuwleusen Zuid

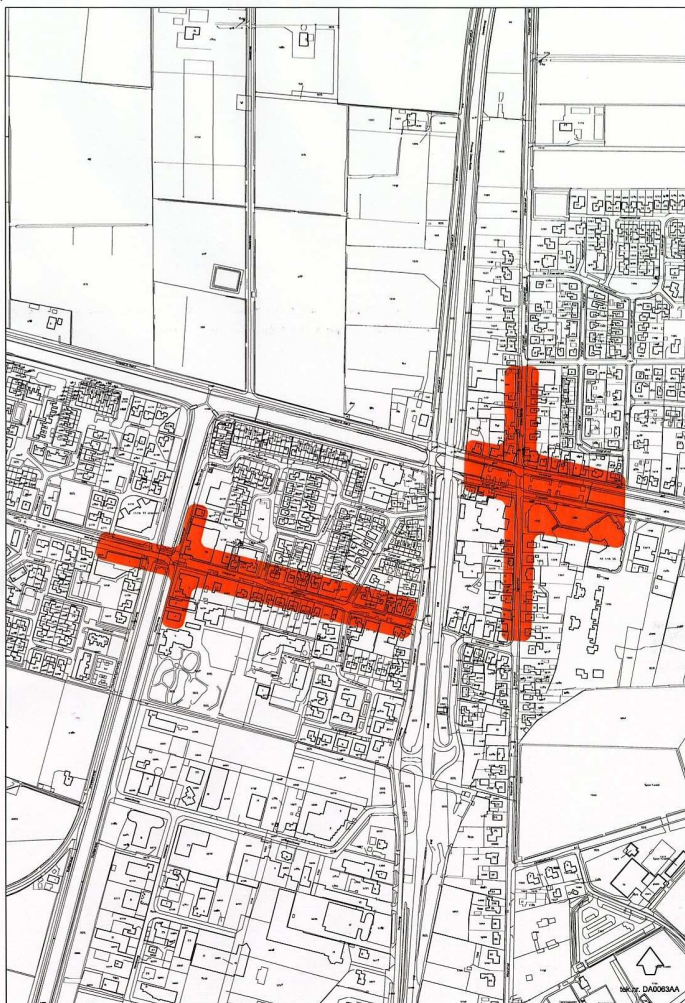


Bestaande en toekomstige situatie Noord



Bijlage 3: Concentratiegebied winkels Lemelerveld - Kroonplein en Schoolstraat

Bestaande en toekomstige situatie



Bijlage 4: Parkeergebied blauwe zone kern Dalfsen

